

MEDİAD

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

Cilt: 2 Sayı: 2
Volume: 2 Issue: 2

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD) altı ayda bir yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir.
The Journal of Media and Religion Studies is an international, peer-reviewed and biannual journal.

DOAJ (Directory of Open Access Journal): 23.08.2019 | Index Copernicus: 11.10.2019

**Medya ve Din Araştırmaları Uygulama ve
Araştırma Merkezi (MEDİAM) adına
Sahibi ve Baş Editör /
Owner and Editor-in-Chief**

Prof. Dr. Hakan AYDIN
Erciyes Üniversitesi



Editörler / Editors

Dr. Metin EKEN
Erciyes Üniversitesi



Dr. Mustafa Derviş DERELİ
Erciyes Üniversitesi



Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Mahmut Hakkı AKIN, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç Dr. Mustafa KOÇER, Erciyes Üniversitesi
Doç Dr. Vahit İLHAN, Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Faruk KARAARSLAN, N. Erbakan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YILDIZ, Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fikret YAZICI, Erciyes Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board*

Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Köksal ALVER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Caner ARABACI, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ARSLAN, İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal ATAMAN, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa AYDIN, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Prof. Dr. Bünyamin AYHAN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Şükrü BALCI, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Vejdî BİLGİN, Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Lütfullah CEBECİ, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza ÇAKIR, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mete ÇAMDRELİ, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Celalettin ÇELİK, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Murat DOĞAN, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Şahin GÜVEN, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Naci İSPİR, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa MACİT, Atatürk Üniversitesi
Prof. Promad K. NAYAR, University of Hyderabad
Prof. Dr. Ertan ÖZENSEL, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Abdulvahap TAŞTAN, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa TEKİN, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Murat YEL, Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Betül ÖNAY DOĞAN, İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Abdullah ÖZBOLAT, Çukurova Üniversitesi
Dr. Charles HIRSCHKIND, University of California, Berkeley
Dr. Peter M. PHILLIPS, Durham University
Dr. Elizabeth POOLE, Keele University
Dr. Mahmoud Y. Al Smaseri, Yarmouk University



**Yayın Sekreteri
Secretariat**
Yavuz KANBUR

**Tasarım
Graphic Design**
Ekrem NAZLI

**Yayın Türü
Publication Type**
Sürelî Yayın / Periodical

**Yayın Periyodu
Publication Period**
Altı ayda bir (Haziran
ve Aralık) yayımlanır /
Published (in June and
December) biannually

**Yayın Dili
Publication Languages**
Türkçe / Turkish
Arapça / Arabic
İngilizce / English

**Baskı Tarihi
Print Date**
Aralık / December 2019

* Danışma kurulu unvanlara ve
soyisimlere göre alfabetik olarak
sıralanmıştır.



İletişim / Correspondence

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Yenidoğan Mahallesi, Ahmet El Biruni Caddesi, 38280
Talas/KAYSERİ Tel: +90 (352) 437 52 61-36010 e-posta: mediam@erciyes.edu.tr

Editörden

Erciyes Üniversitesi Medya ve Din Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (MEDIAM) olarak *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*'nin (MEDIAD) Aralık 2019 tarihli dördüncü sayısını yayımlamanın gururunu yaşıyoruz. Yayın hayatına başladığı tarihten itibaren sürekli gelişim göstermeye devam eden dergimiz, medya ve din ilişkiseliliğine yönelik akademik birikime katkıda bulunma hedefiyle bu sayıda alana tez düzeyinde eserler kazandıran yazarların önemli çalışmaları yanında özgün bilimsel üretimlere de yer verdi. Ayrıca dergimiz 2019 yılı içerisinde DOAJ (Directory of Open Access Journal) ve Index Copernicus'ta taranmaya başlayarak nitelikli bir uluslararası hakemli dergi olma yolunda başlangıç adımlarını atmış oldu.

Dergimizin 4. sayısında toplamda yedi makaleye ilave olarak bir tane kitap değerlendirilmesi yer almaktadır. Bunlardan ilki olan "Yeşilçam Dönemindeki Hazretli Filmlerde Yer Alan Hataların Değerlendirilmesi" başlıklı çalışmalarında Bilal Yorulmaz ve Ayşegül Can, dini şahsiyetlerin hayatlarının filmleştirmesiyle ortaya çıkan ve Hazretli Filmler şeklinde nitelenen yapımlara odaklanmaktadır. Bu bağlamda yazarlar inanç, ibadet, ayet ve hadislerin kullanımı gibi bazı önemli konularla ilgili göze çarpan hataları yirmi film üzerinden mercek altına almaktadır. "Batı'nın Bir Ötekisi Olarak İslam ve Müslümanlar: Batı Avrupa Medyasında İslamofobinin Temsili" başlıklı ikinci çalışmada Fatma Betül Aydın Varol, Müslüman nüfusun en fazla olduğu Fransa, Almanya ve İngiltere gibi ülkeler başta olmak üzere Batı Avrupa basınında yer alan haberleri eleştirel söylem analizine tabi tutmakta ve buradan hareketle İslamofobinin ardında yatan temel etmenleri sorgulamaktadır. Bu sayıda üçüncü araştırma makalesi olarak yer alan "Türkiye'de Kamu Hizmeti Yayıncılığı Açısından Dinî Temalı TV Programları ve Diyanet TV Program Türleri Üzerine Bir İnceleme" başlıklı makalesinde Mustafa Çuhadar, TRT'nin ilk kez dini içerikli bir yayın yaptığı 1974 tarihinden itibaren ülkemiz özelindeki dini nitelikli yayın hayatının kısa bir serencamını sunduktan sonra Diyanet TV'de yer alan programları, sektörden bir bakış açısıyla türleri bağlamında incelemektedir. Emine Kaya ise "Türk Halk Dindarlığının Diyanet Medyasına Yansımaları" başlıklı araştırmasında Türk halk dindarlığının medyadaki izdüşümlerini *Diyanete Sorulmuş* adlı programın elli programlık örneklemini üzerinden takip etmektedir.

Bu sayımızın "Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi Filminin Söylem Çözümlemesi" başlıklı beşinci makalesinde Mahmut Kutlu, *Çağrı* filminden neredeyse kırk yıl sonra Hz. Peygamber'in hayatını doğrudan konu edinen bir filmin gösterime girerek toplumsal anlamda etki uyandırmasından hareketle söz konusu filmi, imaj, diyalog, müzik, renk, mekân ve karakter gibi çeşitli perspektiflerden söylem analizine tabi tutmuştur. Mehmet Haberli ise "Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü" başlıklı araştırmasında günümüz iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşamı kuşattığı kadar dinin dijitalleşmesine de sebebiyet verdiğini ve böylelikle dinin inanç, ibadet, ahlak ve cemaat gibi yerleşik unsurlarını dönüştürdüğünü çeşitli örnekler üzerinden öne sürmektedir. Dördüncü sayımızın "Evanjelik Hareket ve Radyo Televizyon Yayıncılığı" başlıklı yedinci ve son makalesinde Hakan Yılmaz, Amerika Birleşik Devletlerinde siyaset alanında oldukça etkili olan Evanjeliklerin radyo ve televizyonu hangi amaçla nasıl kullandıklarını ve Evanjelik yayıncılığın ülkedeki tarihi arka planını ortaya koymaya çalışmaktadır. Sayımızda son olarak, uzun yıllardır İslam'ın dijital dünyayla eklemlenmesini temel akademik ilgisi haline getiren ve kayda değer çalışmalar ortaya koyan Gary R. Bunt'ün *Hashtag İslam: How Cyber-Islamic Environments are Transforming Religious Authority* isimli son eserini Benjamin Ale-Ebrahim İngilizce olarak değerlendirmektedir.

*Medya ve Din Araştırmaları Dergisi'*ne makale ve kitap değerlendirmeleri ile katkıda bulunan tüm yazarlarımıza, bu çalışmalarını ilgili kurallar çerçevesinde özveriyle değerlendiren hakemlerimize, yayın ve danışma kurullarımızda yer alan bilim insanlarına ve dergimizin yayımlanması sürecine çok önemli katkılar sunan teknik birimlerimizdeki tüm çalışma arkadaşlarımıza teşekkür etmeyi bir borç biliyoruz.

Prof. Dr. Hakan AYDIN

Dr. Metin EKEN

Dr. Mustafa Derviş DERELİ

Editörden

From Editor

Hakan AYDIN, Metin EKEN, Mustafa Derviş DERELİ | 188-189

Araştırma Makaleleri / Research Articles

Yeşilçam Dönemindeki Hazretli Filmlerde Yer Alan Hataların Değerlendirilmesi | 191-211

Research on the Mistakes in Saint Movies During Yesilcam Cinema (Turkish Cinema) | 212-213

Bilal YORULMAZ, AYŞEGÜL CAN

Batı'nın Bir Ötekisi Olarak İslam ve Müslümanlar:

Batı Avrupa Medyasında İslamofobinin Temsili | 215-233

Islam and Muslims as an Other of the West:

The Representation of Islamophobia in the Western European Media | 234-235

F. Betül AYDIN VAROL

Türkiye'de Kamu Hizmeti Yayıncılığı Açısından Dinî Temalı TV Programları ve Diyanet TV

Program Türleri Üzerine Bir İnceleme | 237-264

An Analysis of Religion-Themed TV Programmes and Types of Programmes on Diyanet TV in

Terms of Public Service Broadcasting in Turkey | 265-266

Mustafa ÇUHADAR

Türk Halk Dindarlığının Diyanet Medyasına Yansımaları | 267-284

The Reflection of Turkish Public Religiousness on Media | 285-286

Emine KAYA

'Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi' Filminin Söylem Çözümlemesi | 287-302

Discourse Analysis of the Film 'Hz. Muhammad: The Messenger of God' | 303-305

Mahmut KUTLU

Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü | 307-313

The Transformation of Religion and Piety in Digital Age | 314-315

Mehmet HABERLİ

Evanjelik Hareket ve Radyo Televizyon Yayıncılığı | 317-330

Evangelical Movement and Radio Television Broadcasting | 331-332

Hakan YILMAZ

Kitap Değerlendirmeleri / Book Reviews

Hashtag İslam: How Cyber-Islamic Environments are Transforming Religious Authority

Gary R. BUNT

Değerlendiren: Benjamin ALE-EBRAHİM | 333-335

MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2019, 2(2), 191-213

Geliş: 24.09.2019 | Kabul: 09.12.2019 | Yayın: 31.12.2019

Yeşilçam Dönemindeki Hazretli Filmlerde Yer Alan Hataların Değerlendirilmesi

Bilal YORULMAZ*

Ayşegül CAN**



Öz

Birçok türde ve konuda eser vermiş olan Yeşilçam Sineması dinî şahsiyetlerin hayatını da filmleştirmiştir. Geniş seyirci kitlesine ulaşılması sonucu bu filmleri benzeri birçok film takip etmiş ve Hazretli Filmler furyası ortaya çıkmıştır. 2 farklı dönemde furya halini alan Hazretli Filmler 25 filmden oluşmaktadır. Bu 25 filmden 5'ine ulaşılammış ve araştırma 20 film üzerinden yürütülmüştür. Bu çalışma Hazretli Filmlerle ilgili sınırlı sayıdaki çalışmalardan biri olması ve dinî film yapımında dikkat edilmesi gereken noktalara dikkat çekmesi bakımından önemlidir. Araştırmanın amacı ticari gayelerle özensiz bir şekilde çekilen Hazretli Filmlerde; inanç, ibadet, dil ve tarih konularında yer alan hataları ortaya koymaktır. Araştırmada nitel araştırma desenlerinden kuram oluşturma (grounded theory) esas alınmıştır. Film incelemelerine uygun olması bakımından veri toplama yöntemlerinden doküman incelemesi tercih edilmiştir. Araştırma sonucunda ele alınan Hazretli Filmlerde 183 hatanın yer aldığı tespit edilmiştir. Bunların 111'ini tarihsel hatalar, 21'ini inanç konuları ile ilgili hatalar, 19'unu ibadet konuları ile ilgili hatalar, 18'ini dilin kullanımına dair hatalar, 8'ini ayet ve hadislerle ilgili hatalar ve 6'sını diğer hatalar oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşilçam, Türk Sineması, Hazretli Filmler, Dinî Filmler, Sinema ve Din

Research on the Mistakes in Saint Movies During Yeşilçam Cinema (Turkish Cinema)

Abstract

Yeşilçam Cinema (Turkish Cinema) made movies are in different genres and topics. One of those genres is Saint Movies. After the first Saint Movie reached large audiences, Yeşilçam Cinema made many more Saint Movies. There were 25 Saint Movies in the Yeşilçam Era. In this research, five movies were not available for viewing and 20 movies were evaluated. This research is important because there is not enough research on Saint Movies. The aim of the research is to find mistakes on belief, religious practice, language, and history in Saint Movies. Grounded Theory Method, one of the qualitative research methods, was used in this research. The data for the research was collected through the document review method. Findings show there are 183 mistakes in 20 Saint Movies. One hundred eleven of them are historical mistakes; 21 of them are mistakes about belief; 19 of them are mistakes about religious practices; 18 of them are language mistakes; eight of them are mistakes about Qur'an verses and Hadiths, and six of them are other mistakes.

Keywords: Yeşilçam Cinema, Turkish Cinema, Saint Movies, Religious Movies, Religion and Film

ATIF: Yorulmaz, B. ve Can. A. (2019). Yeşilçam dönemindeki hazretli filmlerde yer alan hataların değerlendirilmesi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(2), s. 191-213.

* Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, e-mail: bilal.yorulmaz@gmail.com | orcid.org/0000-0003-3456-0797

** Uzm., Milli Eğitim Bakanlığı, e-mail: ayegulcan@yahoo.com | orcid.org/0000-0001-8059-7983

Giriş

Türk sinemasında peygamber, sahabe, veli gibi din büyüklerinin hayatını anlatan filmlere “Hazretli Filmler” adı verilmektedir. Bu tür filmlerin isimlerinde genellikle “Hazret” kelimesi geçtiği için sinema ile ilgili kaynaklarda daha çok “Hazretli Filmler” tanımlaması yapılmıştır.

1956 yılında çekilen *Âşıklar Kâbesi Mevlânâ'nın Hayatı*, ilk Hazretli Film örneği kabul edilebilir. 1961 yapımı *Hazreti Ömer'in Adaleti* ve 1964'te ilk kez bir peygamberin başkarakter olduğu *Hazreti İbrahim* (1964) filmleri de sinemamızdaki ilk Hazretli Film örneklerindedir. Fakat bu filmlerin moda haline gelmesi ilk kez 1965'te Muharrem Gürses'in çektiği *Hazreti Yusuf'un Hayatı* ile gerçekleşir. 1969 yılına dek etkisi azalarak da olsa süren bu furya *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali* ve *Anadolu Evliyaları* filmleriyle son örneklerini verir. Birkaç yıl sonra yönetmen Asaf Tengiz'in daha önce çekmiş olduğu *Hazreti İbrahim* filmini renkli olarak yeniden çekmesi ve filmin Anadolu'da olağanüstü ilgi görmesiyle Hazretli Filmler 1973'te yeniden popüler hale gelir. Bu dönemde Râbia el-Adeviyye, Yunus Emre gibi bazı din büyüklerinin hayatının birden fazla yönetmen tarafından filme alınması sebebiyle yapım şirketleri arasında problemler ortaya çıkması sonucu ilkine göre daha hareketli bir furya yaşanır. 1973, 10 filmle Türk Sinema Tarihi'nde en fazla Hazretli Film çevrilen yıl olur. Daha sonra Türk sinemasında uzun yıllar bir din büyüğünün hayatını konu alan film çekilmeyecektir.

Hazretli Filmlerin ana konusu tarihte yaşamış kişilerin hayatlarıdır. Bu bağlamda Hazretli Filmler kurgudan çok gerçekliklere yer vermesi sebebiyle tür olarak tarihî filmlere yakındır. Ancak yine de bu filmler dinî mevzuları da işlediğinden, dinî filmlerin de bir alt türü olarak kabul edilebilir.

Hazretli Filmler belirli ortak özellikleriyle gerek tarihî, gerekse de dinî filmlerden bariz bir biçimde ayrılırlar. Bir filmin Hazretli Filmler kapsamında değerlendirilebilmesi için şu özelliklere sahip olması gerekmektedir:

- Olayların tarihî gerçeklerle -tamamen veya kısmen- örtüşmesi
- Karakterlerin tarihî gerçekliğinin bulunması
- Bir din büyüğüne yer verilmesi
- Din büyüğünün filmde dinî kimliğiyle ön planda olması
- Ticarî gayelerle çekilmiş olması
- Genellikle özensiz yapımlar olmaları

Din ve tarih gibi ciddi bir bilgi birikimine ihtiyaç duyulan alanlara dair ticari gayelerle özensiz filmlerin çekilmesi Hazretli Filmlerde birçok hatanın yapılmasına neden olmuştur. Bu çalışmada Hazretli Filmlerde yer alan hatalar detaylı bir şekilde incelenmiştir.

1. Araştırmanın Amacı

Türk sinemasında dinî konularda birçok hataların yapıldığı, yanlış bilgilerin verildiği görülmektedir. Böylece aynı zamanda etkili bir eğitim aracı olan filmler sayesinde halka yanlış dini bilgiler aktarılmaktadır. Ticarî kaygılarla çekilen Hazretli Filmlerde ise bu hataların çok daha fazla olduğu kolaylıkla öngörülebilir. Bu çalışmanın amacı Hazretli Filmlerde; inanç, ibadet, dil ve tarih konularında yer alan hataları ortaya koymaktır.

2. Araştırmanın Önemi

Türk sinemasında ilk dinî filmler olan Hazretli Filmler ile ilgili sınırlı sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Hazretli Filmlere genellikle sinema tarihi kitaplarında birkaç sayfalık kısa bir bölüm ayrılmaktadır. Doğrudan Hazretli Filmleri analiz eden çalışmalar ise tespit edebildiğimiz kadarıyla sadece üç makaleden ibarettir. Her ne kadar ticari gayelerle de olsa Türk sinemasının dinî film çekme tecrübesini yansıtan Hazretli Filmler incelenmeye değer materyallerdir. Dinî film çekerken ortaya çıkabilecek hataları tespit

etmek bu alanda çalışmak isteyenlere yardımcı olacaktır. Bu çalışma Hazretli Filmlerle ilgili sınırlı sayıda çalışmadan biri olması ve dinî film yapımında dikkat edilmesi gereken noktalara dikkat çekmesi bakımından önemlidir.

Öte yandan Türk sinemasında dinin temsilinin önemli problemler barındırdığı görülmektedir. Bu problemler Hazretli Filmler gibi doğrudan dini konuları ele alan filmlerde de bulunmaktadır. Sinema topluma yön veren en etkili yaygın eğitim araçlarından biri olduğu için Hazretli Filmlerin incelenmesi ayrıca önem arz etmektedir.

3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yeşilçam döneminde çekilmiş 25 Hazretli Filminden beşine ulaşamadığı için 20 Hazretli Film değerlendirmeye alınmıştır. Dolayısıyla değerlendirmeler bu 20 filmle sınırlıdır. Öte yandan konu bakımından da çalışma; “inanç konuları ile ilgili hatalar”, “ibadet konuları ile ilgili hatalar”, “dil kullanımını ile ilgili hatalar”, “tarihsel hatalar”, “ayet-hadislerin kullanımı ile ilgili hatalar” ve “diğer hatalar” başlıkları ile sınırlandırılmıştır. Bu başlıklar filmlerin analizi sürecinde yapılan kodlama çalışmaları sonucu ortaya çıkmıştır.

4. Yöntem

4.1. Araştırma Deseni

Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden kuram oluşturma (grounded theory) yaklaşımı esas alınmıştır. Kuram oluşturmada elde edilen veriler analiz edildikten sonra ortaya çıkan kavramlar, temalar ve bunların ilişkilerine yönelik denenceler geliştirilir ve bu denencelerin doğruluğu veya yanlışlığı yeni elde edilen verilerle sürekli test edilir (Hancock ve diğerleri, 2007, s. 12). Başka bir ifadeyle bu yaklaşımda veri toplama ve analiz aşaması birlikte yürütülmektedir. Bu sürece “sürekli karşılaştırmalı analiz” adı verilmektedir (Glaser ve Strauss, 2006, s. 101). Tüm bunların sonucunda ulaşılan kavramlar ve temalar araştırmanın odağına ilişkin anlamlı bir açıklama ortaya koyar. Bu açıklama veriler temelinde ortaya çıkan kuramdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 77).

Kuram oluşturma, bilhassa teorik altyapıyı oluşturmanın zor olduğu araştırmalarda önemlidir. Araştırmacının kuramsal çerçeveyi meydana getirebilmesi için oldukça esnek bir araştırma desenine ihtiyacı vardır. Kuram oluşturma deseni, araştırmacıya araştırma süresince elde ettiği verilerden hareketle tümevarımcı bir yaklaşımla kuram oluşturma imkânı verir.

4.2. Veri Toplama

Araştırmamızda kuram oluşturma yaklaşımında kullanılan veri toplama yöntemlerinden doküman incelemesine başvurulmuştur. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu ve olaylar hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 187). Yazılı kaynakların yanı sıra film, video, fotoğraf gibi görsel malzemeler de araştırmacıya önemli veriler sağlar (Mertens, 2010, s. 236). Ayrıca bu tür materyallerin araştırmacıya sunduğu birkaç önemli avantaj vardır. Jest ve mimik gibi sözel olmayan davranışları orijinal formunda gözleme imkânı sunması, araştırmacıya aynı davranışları birden fazla izleme olanağı vermesi, ayrıca bu dokümanların başka araştırmacılar tarafından kullanılabilmesi ve böylece bir araştırmacının vardığı sonuçların ne derece geçerli olduğunun sınımlanabilmesi bu avantajlardan bazılarıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 189).

4.3. Örneklem Seçimi

Bu çalışmada Yeşilçam Döneminde çekilmiş 25 Hazretli Film, araştırma evreninin tamamını oluşturmaktadır. Araştırmanın başlangıcında evrenin tamamına ulaşılması hedeflenmiştir. Örneklem seçmek yerine böyle bir tutum sergilememizin en önemli nedenleri, Hazretli Filmlere dair daha önce müstakil ve kapsamlı bir çalışmanın yapılmamış olması ve geçerliği yüksek bir çalışma meydana getirmeyi gaye edinmemizdir. Fakat tüm çabalarımıza rağmen bu filmlerden 20'sine ulaşılabilmiş-

tir. Ulaşılan filmlerin büyük çoğunluğu internet ortamından elde edilmiştir. Birkaç film ise arşivcilerden belli bir ücret karşılığı temin edilmiştir. Ulaşamadığımız 5 film; *Hazreti İbrahim* (1964), *Hazreti Yusuf'un Hayatı* (1965), *Hazreti Yahya ve Salome* (1965), *Hazreti Ayşe* (1966) ve *Yunus Emre Destanı* (1973) filmleridir. Bu filmlere ulaşamamızın nedenleri şunlardır:

- Bazı filmlere internet ortamında ulaşamaması ve bu filmlerin piyasada VCD, VHS vb. izlenebilir formatlarının bulunmaması,
- İletişim kurulan arşivcilerde bu filmlerin bulunmaması,
- İrtibat kurulan bazı kurumlardan -TRT, Türk Film Arşivi- telif hakları nedeniyle olumsuz yanıt alınması.

Her ne kadar araştırma evreninin tamamına ulaşmasak da söz konusu 5 filmin 4'ünün içerik itibarıyla incelememize aldığımız filmlerle aynı olduğu görülmektedir. Şöyle ki *Hazreti Yusuf'un Hayatı* (1965) filminin yapımcısı Nuri Akıncı aynı senaryoyu 1973'te yeniden filme almıştır. *Hazreti İbrahim* filminin yönetmeni Asaf Tengiz 1972'de filmi yeniden çekmiştir. *Hak Yolunda Hazreti Yahya ve Salome*, aynı yıl çekilmiş elimizdeki *Yahya Peygamber* filmi ile aynı konuyu işlemektedir. *Yunus Emre Destanı* ise -her ne kadar farklı bir kaynaktan yararlanılarak hazırlansa da- aynı yıl çekilen *Gönüller Fatihi Yunus Emre* ile konu olarak benzetilmektedir. Dolayısıyla oluşturduğumuz örneklem, bir film -*Hazreti Ayşe* (1966)- haricinde evrenin tamamını içerik olarak kapsamaktadır.

4.4. Verilerin Analizi

Araştırmamızda elde ettiğimiz verilerin analizinde içerik analizine başvurulmuştur. İçerik analizi, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 227). Bunun için elde edilen veriler anlamlı bütünler halinde ayrılarak kodlanır, daha sonra bu kodlar araştırma öncesi veya araştırma sırasında belirlenmiş temalar (kategoriler) altına yerleştirilerek düzenlenir. Daha sonra bu veriler tanımlanarak araştırmacı tarafından yorumlanır ve birtakım sonuçlar çıkarılır.

Bu araştırmada daha önce yapılmış bazı çalışmalardan (Yorulmaz, 2013) yararlanılarak veya araştırma esnasında elde edilen veriler doğrultusunda birtakım temalar belirlenmiş ve filmler de bu temalar çerçevesinde izlenerek kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir. Kodlanarak temalara (kategorilere) ayrılmış veriler ışığında birtakım sonuçlara ulaşılmış ve bu sonuçlar verilerle açık bir biçimde ilişkilendirilmiştir.

4.5. Geçerlik ve Güvenirlik

Nitel bir araştırmada geçerlik, araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemesi anlamına gelmektedir (Kirk ve Miller, 1986).

Araştırmamızın dış geçerliğini (aktarılabiliğini) artırmak için araştırmamızın tüm aşamaları -örneklem seçimi, veri toplama, verilerin analizi vb.- tafsilatlı bir biçimde açıklanmıştır.

Araştırmamızın iç geçerliğini (inandırıcılığını) sağlamak için araştırmamızın konusu ile benzerlik taşıyan çalışmalardan faydalanılmıştır. Ayrıca alanında uzman bir araştırmacı tarafından çalışmanın her aşamasında yapılan işlemler incelenmiş ve takip edilmiştir. Buna göre veri toplama, ham verilerin analizi, ulaşılan sonuçların yorumlanması gibi hususlarda yapılanlar araştırmacı tarafından ayrıntılı bir biçimde uzman araştırmacıya aktarılmış ve alınan dönütler doğrultusunda bazı düzeltmeler yapılmıştır.

Araştırmamızın dış güvenirliliğini (teyit edilebilirliğini) artırmak için araştırma sürecine dair -veri toplama, verilerin analizi vb.- tafsilatlı bir biçimde bilgi verilmiştir. Ayrıca incelenen filmlerden elde edilen ham veriler başka araştırmacılar tarafından incelenecek biçimde saklanmaktadır.

Araştırmamızın iç güvenirliliğini (tutarlılığını) artırmak için yapılan kodlama, alt tema ve temalar, uzman bir araştırmacı tarafından kontrol edilmiş ve değerlendirilmiştir.

Araştırmamanın genel olarak geçerlik ve güvenilirliğini artırmak için her bir film, izleme esnasında tafsilatlı bir biçimde rapor edilmiş, gerektiğinde bazı sahneler birkaç kez izlenmiş, ayrıca filmlerin tamamı farklı zaman dilimlerinde en az üçer kez izlenerek elde edilen ham veriler karşılaştırılmak suretiyle -varsa- gözden kaçan hususlar tespit edilmiştir.

5. Araştırmamanın Konusu ile İlgili Daha Önce Yapılmış Çalışmalar

Tespit ettiğimiz kadarıyla araştırmamızın konusu olan Hazretli Filmlerle ilgili daha önce üç müstakil çalışma yapılmıştır. Bunlardan ikisi Mehmet Işık'a ait "Hazretli Filmler Döneminde Çekilen Dini Filmlerde İdeoloji ve Özne", ve "Hazretli Filmler Döneminde Çekilen Dini Filmlerin Afişlerinde Ortak Anlatı Özellikleri" adlı çalışmalardır. Diğerisi ise Yalçın Lülecî'nin Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu için hazırladığı "Hazretli Filmler Akımı: Yönetmenler, Filmler, Temalar" isimli bildiridir. Bu üç çalışma haricinde müstakil olarak Hazretli Filmleri konu alan bir araştırma henüz bulunmamaktadır. Bununla beraber sinema ve din ilişkileri bağlamında yapılan akademik çalışmalarda genel olarak Türk Sinemasında bir dönem olarak Hazretli Filmlere de yer verildiği görülmektedir. Bu çalışmaların büyük çoğunluğunda konunun ana hatlarıyla ele alındığı, filmlere dair detaylı bilgilerin verilmediği tespit edilmiştir.

Mehmet Işık'ın "Türk Sinemasında Hazretli Filmler Döneminde Çekilen Dini Filmlerde İdeoloji ve Özne" adlı makale çalışmasında araştırmamızın konusuna giren filmlerden amaçlı örneklem yöntemiyle seçilmiş 10 film, nitel içerik ve söylem analizi yöntemleriyle çözümlenmiştir (Işık, 2018a). Aynı araştırmacının "Hazretli Filmler Döneminde Çekilen Dini Filmlerin Afişlerinde Ortak Anlatı Özellikleri" isimli makalesinde ise 1961-1973 yılları arasında çekilmiş Hazretli Filmlere ait afişler, göstergebilim yöntemiyle çözümlenmiştir (Işık, 2018b).

Yalçın Lülecî'nin "Hazretli Filmler Akımı: Yönetmenler, Filmler, Temalar" adlı bildirisinde Hazretli Filmlerin ortaya çıkış sebeplerine, ayrıca sinema yazarları ve/veya akademisyenlerin görüş ve tespitlerine yer verilerek bu filmlerde yer alan bazı hatalar ve bunların sebepleri ana hatlarıyla irdelenmiştir (Lülecî, 2015).

Hazretli Filmlerin din ve değerler eğitimi bağlamında incelendiği ilk çalışma, Bilal Yorulmaz'ın *Sinema ve Din Eğitimi* adlı doktora tezidir. Yorulmaz, bu çalışmasında *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1973) adlı filmi detaylı olarak ele almakta, ayrıca çalışmanın Türk Sinema Tarihini ele alan birinci kısmında Hazretli Filmler furyasından da bahsetmektedir (Yorulmaz, 2010).

Emel Akbaş'ın *Türk Sineması'nda Ortaçağ Algısı (1943-2014)* adlı yüksek lisans tezinde araştırmamızın kapsamına giren Hazretli Filmlerden tamamına yakınına yer verilmiştir (Akbaş, 2018a). Bu çalışmada Hazretli Filmlerin daha çok özetlerine yer verilmiş olup bazı filmlerde yer alan hatalardan da bahsedilmiştir. Ayrıca Akbaş'ın "Yeşilçam Sinemasında Dinsel ve Tarihsel İmge Kullanımı" adlı makalesinin bir bölümünde Hazretli Filmler dönemine yer verilerek çeşitli akademisyen ve sinema yazarlarının Hazretli Filmlere dair görüşleri derlenmiştir (Akbaş, 2018b).

Özden Candemir'in *Türk Sinemasında Dini Filmler* adlı yüksek lisans tezinde araştırma konusu dört dini filmle sınırlandırılmış olup bunlardan üçü bizim de araştırmamızın kapsamına giren *Hazreti İbrahim* (1972) *Hazreti Yusuf* (1973) ve *Hazreti Ömer* (1973) filmleridir. Çalışmada filmlerin künye bilgileri ve kısa değerlendirmelerin yanı sıra bu filmlerin öykü hattı, diyalog ve sinematik anlatım dökümlerine de yer verilmektedir (Candemir, 1986).

İbrahim Yenen'in *Toplumsal Tezahürleri Bağlamında Türk Sinemasında Din, Dindarlık ve Din Adamı Olgusu* adlı doktora tezinde Hazretli Filmler dinin ticari bir kazanç olarak kullanılması bağlamında ele alınmış, bu hususta *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1973) filmi detaylı olarak incelenmiştir. Ayrıca Hazretli Filmler konularına göre din büyükleri (âlim, evliya), peygamberler, dört halife ve diğerleri olmak üzere dört grupta tasnif edilmiştir (Yenen, 2011).

Sinema ve din ilişkilerine dair yapılan diğer bazı araştırmalarda Hazretli Filmlerden genel olarak bahsedildiği de görülmektedir. Bu çalışmalardan bazıları şunlardır:

- Yalçın Lüleci, *Sinema ve Din: Türk Sineması Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2007
- Handan Karakaya, *Türk Sinemasında Din Adamı Tiplemesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, 2008
- Asife Ünal, *Uyumlu Bir Dünya İnşası Bağlamında Sinema ve Din İlişkisi: "Life of Pi" Örneği*, International Journal of Science Culture and Sport, Ağustos 2015
- İbrahim Coşkun *Türk Sinemasında Dini İçerikli Yapıtların Genel Yapısı ve Bu Yapıyı Varoluşçu Çizgiye Yükseltmenin Gereği Üzerine*, Sinema ve Din içinde (Ed. Bilal Yorulmaz vd.). 785-799. DEM Yayınları, İstanbul 2015
- Fatma Asiye Şenat, *Kur'an Konularını Görsel Dille Anlatmanın İmkânı Üzerine*, Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Aralık 2016

6. Bulgular

Bu bölümde yönetmenlerin veya senaristlerin Hazretli Filmlerde çeşitli nedenlerle yaptıkları birtakım hatalar ele alınacaktır. Bu hatalar 6 ana başlık altında toplanmıştır:

- Tarihsel Hatalar
- İnanç Konuları İle İlgili Hatalar
- İbadet Konuları İle İlgili Hatalar
- Dilin Kullanımına Dair Hatalar
- Ayet ve Hadislerle İlgili Hatalar
- Diğer Hatalar

Yukarıdaki başlıklar incelendiğinde filmlerde İslâm dininin üç esasından biri olan ahlâkla ilgili hatalı ileti bulunmadığı görülmektedir. Bu durum ahlâk konularının diğerleri kadar bilgi gerektirmemesi ile ilişkilendirilebilir.

Filmlerde bulunan hatalı iletiler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 1. Hazretli Filmlerde Yer Alan Hatalar

Hatalar	İleti Sayısı
Tarihsel Hatalar	111
İnanç Konuları İle İlgili Hatalar	21
İbadet Konuları İle İlgili Hatalar	19
Dilin Kullanımına Dair Hatalar	18
Ayet ve Hadislerle İlgili Hatalar	8
Diğer Hatalar	6
TOPLAM	183

Tablo-1'de yer alan veriler incelendiğinde ele aldığımız 20 filmde toplam 183 iletinin çeşitli hatalar içerdiği görülmektedir. Bu sayı, Hazretli Filmlere içerik açısından özen gösterilmediğinin ve bu tür filmlerde çalışan yönetmen ve/veya senaristlerin dinî konularda genel olarak yeterli bilgiye sahip olmadıklarının bir göstergesidir.

Tabloda en çok dikkat çeken husus, tarihsel hataların diğerlerine göre çok daha fazla olmasıdır. Bu durumun sebepleri filmlere göre değişmektedir. Örneğin *Hazreti Ömer* filminin çok sayıda hata içermesinin en önemli sebebi, gereken araştırmayı yapmadan kısa sürede hazırlanıp çekilmesidir. Nitekim ilk Hz. Ömer konulu filmde yapılan hataların çoğunun ikinci ve üçüncü filmlerde de yer alması bunun bir

göstergesidir. *Hazreti Eyyub'un Sabrı*, *Hazreti Süleyman* ve *Saba Melikesi* gibi filmlerde de –bu peygamberler hakkında İslâmî kaynaklarda çok fazla bilginin bulunmaması sebebiyle- senaristler İsrailiyata yönelmişler, bunun sonucunda da İslâmiyet'in peygamberlik anlayışıyla çelişen sahneler ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak Hazretli Filmlerin büyük bir kısmının çeşitli hatalar ihtivâ ettiği ve bu hataların çok çeşitli nedenleri olduğu söylenebilir. Ancak hangi nedenle yapılırsa yapılsın bu hatalar seyirci üzerinde telâfisi zor olan olumsuz etkilere sahiptir. Bu bağlamda filmlerde geçen hatalı iletileri incelemeyen önce bu hataların din ve değerler eğitimi açısından sakıncalarını ele alacağız.

6.1. Filmlerde Yer Alan Hataların Din ve Değerler Eğitimi Açısından Sakıncaları

Genellikle hayal ürünü olan olayların inandırıcı bir anlatımla seyirciye sunulduğu sinema sanatı, kimi zaman gerçeklerden de beslenmiştir. Yaşanmış hikâyeler senaryolaştırılırken sinemanın yapısıyla çelişen bazı olaylar ya filminden çıkarılmış, ya da değiştirilmiştir. Bazı durumlarda da birtakım eklemeler yapmak suretiyle orijinal hikâye zenginleştirilmiştir. Örneğin *Cennet Fedaileri* İslâm'ın ilk yıllarını anlatan tarihi bir filmidir; ancak senaristler filmin ana hikâyesini farklı dinden iki gencin kavuşmaması gibi tamamen hayali bir olay üzerine kurmuşlardır. Böylelikle senaryoya bir çatışma ve başı-sonu belli olan dramatik bir yapı kazandırmışlardır. Dolayısıyla sinemada gerçeklerin yeniden kurgulandığını söylememiz mümkündür.

Sinema filmlerinde kurgusal sahneler yer verilmesi, din eğitimi açısından ele alındığında birtakım sakıncaların ortaya çıktığı görülmektedir. Öncelikle bu sahneler gerçekte yaşanmamıştır. Fakat tarihi hakikatlerle kurgusal olaylar iç içe geçtiğinden bilhassa bilgi düzeyi düşük kimselerin bu sahneleri ayırt etmesi zordur. Bunun bir sonucu olarak da seyirci hayal ürünü sahneleri filmin bütünü içinde gerçek olarak algılamakta, bazı karakterlere karşı olumlu/olumsuz tutum geliştirebilmektedir. Örneğin *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1973) filminde komutan Halid b. Velid'den Bizanslılar tarafından esir edilen Gülsüm Bacı'yı kurtarması istendiğinde, ordusunu tehlikeye atmak istemeyerek bu teklifi reddetmekte, böylelikle seyircide Halid b. Velid karakterine karşı olumsuz duygular uyandırılmaktadır. Hâlbuki filmde geçen bu olayın tarihsel bir gerçekliği yoktur ve Gülsüm Bacı karakteri de tamamen hayal ürünüdür.

Hazretli Filmlerde yer alan hatalar bazı bilgilerin yanlış bir biçimde öğrenilmesine de sebep olmaktadır. Yanlış öğrenilen bilgilerin sonradan düzeltilmesi ise oldukça zordur. Bu durum öğrenme psikolojisinde “önceki öğrenmenin yeni öğrenmeyi karıştırması ve zorlaştırması (Seven ve Engin, 2008, s. 194) olarak tanımlanan “ileriye ket vurma” kavramı ile ifade edilmektedir. Buna göre filmlerden öğrenilen yanlış bilgiler, sonradan karşılaşılan doğru bilgilerin öğrenilmesini güçleştirmekte, kafa karışıklığına neden olmaktadır.

Hazretli Filmlerde yer alan yanlış bilgiler geriye ket vurmaya da sebep olabilmektedir. Geriye ket vurma, sonradan öğrenilen bilgilerin daha önce öğrenilen bilgileri unutturmasıdır. Dinî konuları doğru bir şekilde öğrenen kişi, filmlerde aksi bir durumla karşılaştığında geriye ket vurma meydana gelebilmektedir (Yorulmaz, 2015, s. 194). Böylece filmde karşılaşılan yanlış bilgi, önceki doğru bilginin yerini almaktadır.

Okullarda verilen eğitim çoğunlukla sözlü ve yazılı telkine dayalıdır. Filmler ise görselin gücünü kullandıkları için çok daha etkili öğretim araçlarıdır. Bu bakımdan ileriye ket vurma ya da geriye ket vurma genellikle filmlerin lehine gerçekleşmektedir.

Hazretli Filmlerde bazı yanlışların birden fazla filmde veya aynı film içinde tekrar edildiği de görülmektedir. Sık tekrar edilen hatalar yanlış bilgileri pekiştirmektedir. Yanlış bir bilgi birçok filmde tekrar edildiğinde kalıcı bir biçimde belleklerde yer edinmekte, sonradan düzeltilmesi zorlaşmaktadır. Örneğin filmlerin çoğunda ana ve yan karakterler dua ederken yahut Allah'tan bahsederken gökyüzüne bakmaktadır. Bu da duanın gökyüzüne bakılarak yapılması gerektiği ve Allah'ın yalnızca gökyüzünde var olduğu gibi yanlış algılara sebep olabilmektedir. Buradan hareketle Hazretli Filmlerde çeşitli nedenlerle yapılan hataların din eğitimini zorlaştırıcı bir etki yaptığı söylenebilir.

6.2. Filmlerde Yer Alan Hataların Değerlendirilmesi

6.2.1. Tarihsel Hatalar

Hazretli Filmlerde en sık rastlanan hatalar, tarihsel konulardadır. Tarihsel hatalardan kasıt, ilgili sahnedeki olay, durum, kişi, mekân ve eşyanın tarihsel gerçeklerle tam olarak örtüşmemesidir. Aşağıda Tablo 2’de filmlerde tespit ettiğimiz tarihsel hatalarla ilgili ileti sayıları yer almaktadır.

Tablo 2. Hazretli Filmlerde Yer Alan Tarihsel Hatalar

Tarihsel Hatalar	İleti Sayısı
Kurgusal olaylara yer verme veya tarihî gerçekleri yeniden kurgulama	48
Olayın belirtilen tarihte gerçekleşmesinin mümkün olmaması	21
Bir karakterin yaşadığı olayı veya söylediği sözü başka bir karaktere isnat etme	10
İsrâiliyata dayanan olaylara yer verme	10
Olayların eksik verilmesi	9
Karakterlerin yaşları ile ilgili hatalar	8
Menkıbevî bilgilere yer verme	5
TOPLAM	111

Tablo 2’de yer alan veriler incelendiğinde Hazretli Filmlerde yer alan tarihsel hataların yarısına yakınının senaristlerin kurgusal olaylara yer vermesi veya tarihî gerçekleri yeniden kurgulaması sebebiyle ortaya çıktığı görülmektedir. Bunun dışında herhangi bir sahnede geçen olay/durum vb.’nin belirtilen tarihte gerçekleşmesinin mümkün olmaması da filmlerde sıkça rastladığımız tarihî hatalardandır. Bir karakterin yaşadığı olay yahut söylediği bir sözün başka bir karaktere atfedilmesi yalnızca birkaç filmde geçmekle beraber, aynı film içinde birkaç kez tekrar etmesi sebebiyle tabloda ileti sayısı fazla görünmektedir. İsrâiliyata dayanan olaylara dair iletiler de benzer şekilde birkaç filmde yoğunlaşmaktadır. Bazı Hazretli Filmlerde süreyi kısaltmak, hikâyeyi hızlı bir şekilde sonuca bağlamak gibi nedenlerle olaylar eksik verilerek seyircinin o olayı yanlış yorumlamasına sebebiyet verildiğinden bu da bir tür tarihî hata kabul edilmiş ve filmlerde bu hususta 9 ileti yer aldığı tespit edilmiştir. Karakterlerin yaşları ile ilgili hataların ise daha çok yönetmen Asaf Tengiz’in çektiği *Hazreti Ömer*, *Hazreti İbrahim* (1973) filmlerinde yer aldığı görülmektedir. Menkıbevî bilgilere yer verilmesi sebebiyle yapılan 5 hatanın *Allah’ın Arslanı Hazreti Ali* ve *Hacı Bektaş-ı Veli* adlı filmlerde geçmesi, bu filmlerin başkarakterlerinin daha ziyade destansı yönleriyle ele alınması ile ilişkilidir.

6.2.1.1. Kurgusal Olaylara Yer Verme veya Tarihî Gerçekleri Yeniden Kurgulama

Sinemada çoğu kez kurgusal hayat hikâyeleri anlatılmakla beraber gerçeklerden de beslenilmiştir. Fakat senaristler gerçeği olduğu gibi anlatmak yerine yeniden kurgulamayı tercih etmişlerdir ki, tarihî filmlerde bu durum sıkça görülmektedir. Bu bağlamda tarihî kişiliklerin hayat hikâyelerinin anlatıldığı Hazretli Filmlerin de gerçeklerden esinlenilerek kurgulanmış hikâyelere dayandığı söylenebilir. Bu tür filmlerde kurgusal olaylara yer verilmesi, hikâyelerin daha dikkat çekici hale getirilerek zenginleşmesine katkıda bulunmaktadır. Fakat bir yandan da tarihî hakikatlerin tahrif edilmesi seyircinin dinî kişilik ve olaylar hakkında yanlış bilgilendirilmesine sebebiyet vermektedir. Aşağıda inceleyeceğimiz sahne örnekleri de daha çok bu bağlamda değerlendirilmiştir. Örneğin;

- *Hazreti Yusuf* filminin bir sahnesinde Hz. Yakup tüm oğullarına: “Baba nedir? Ana nedir? Zevce Nedir?” diye bir soru yöneltir. Fakat cevap alamaz. O sıralarda çocuk yaşlarda olan Hz. Yusuf: “Baba candır, ana şefkattir, zevce ise yeni doğacak canlara şefkattir.” cevabını verir. Bu olay abilerinin Hz. Yusuf’a olan öfkelerini daha da artırır. Hiçbir kaynakta bahsedilmeyen bu olayın daha çok Hz. Yusuf’un ferasetini anlatmak için kurgulandığı düşünülebilir.
- *Bilal-i Habeşi* filminde efendisi tarafından kumlara yatırılarak kırbaçlanan Bilal-i Habeşi’nin üzerine kaya büyüklüğünde bir taş konulur. Bir müddet sonra üzerine aynı büyüklükte ikinci bir taş daha konulacakken Hz. Hamza öfkelenerek kılıcını çıkarır ve oradaki müşriklerle çarpışır. Bir önceki örnekten farklı olarak burada tarihî gerçekliği olan bir olaydan bahsedilmektedir. Fakat olay aslından çok daha farklı bir biçimde sunulmakta, Hz. Hamza müşriklerle çarpıştırılarak sahnedeki aksiyon artırılmaktadır.
- *Cennet Fedaileri* filminde putperest bir baba Müslüman olan kızını eski dinine dönmesi konusunda ikna edemeyince kurban etmek üzere putların önüne getirir. Tam o sırada şiddetli bir yer sarsıntısı olur. Putlardan biri adamın üzerine düşer. Adam ölmeden önce tövbe ederek kızından af diler. Bu sahnede olay ve karakterlerin tamamı hayal ürünüdür.
- Aynı filmin bir başka sahnesinde putperestler gizlice yaptıkları bir toplantıda Hz. Muhammed’i (sav) öldürme kararı alır. Mesut isimli bir genç, toplantıyı gizlice dinlerken yakalanır ve oradakilerle çarpışmak zorunda kalır. Burada da hayalî bir karakter tarihî gerçekliği olan bir olayın içine yerleştirilmiştir. Ancak İslâmî kaynaklara göre Hz. Muhammed (sav) kendisine kurulan bu tuzaktan Cebrail (a.s.) sayesinde haberdar olmuştur. Bu sahnede ise Mesut karakterinden öğrendiği izlenimi verilmektedir.
- *Hazreti Ömer’in Adaleti* (1973) filminde Müslümanlar Medine’ye hicret etmeden önce Kâbe’de namaz kılacaklardır. Müşrikler tam onlara saldıracakken kadrajda Hz. Ali’nin kılıcı –Zülfikar- görülür. Hz. Ali onlara: “İndirin kılıçlarınızı ey kâfirler! Ben Allah’ın kılıcı Ali. Karılarını dul, evlatlarını yetim bırakmak isteyen varsa çık-sın karşıma!” diyerek meydan okur. Müşrikler korkarak kılıçlarını indirir. Böylece Müslümanlar namazlarını rahatlıkla kılarlar. Bu sahnede dikkat çeken ilk husus, Hz. Ömer’in hiçbir şekilde konuşmayıp diğer Müslümanlarla beraber namazını sessizce kılmasıdır. Hâlbuki yukarıdaki sözlerle müşriklere meydan okuyan kişi aslında Hz. Ömer’dir. Fakat görüldüğü gibi olayın yeniden kurgulanması sonucu Hz. Ömer pasif hale getirilerek ona ait söz ve davranışlar Hz. Ali’ye atfedilmiştir.
- *Cennet Fedaileri* filminin bir sahnesinde Hz. Ali müşrikler tarafından zincire vurularak hapsedilir. Bu sırada Hz. Muhammed’in (sav) sığındığı Sevr mağarasının ağzına örümcek yuva yapmıştır. Hz. Ali zindanda bir örümceğin aşağıya doğru indiğini görür ve “Vakti geldi.” diyerek zincirleri kırar. Bu sahnelerde paralel kurgu yöntemine başvurulmuş bir kurgu diğeri gerçek olan iki olay –örümceğin yuva yapması ve Hz. Ali’nin zincirlerini kırması- birbirine bağlanmaktadır.

Yukarıda örneklerde her ne kadar Hz. Yusuf, Hz. Ali, Hz. Ömer gibi tarihî kişiliklere kendilerine ait olmayan söz ve davranışlar isnat edilse de söz konusu sahnelerin seyircide genel olarak bu kişilere karşı olumsuz bir tutum oluşmasına neden olmadığı söylenebilir. Ancak bunun aksi örnekler de mevcuttur. Örneğin;

- *Bilal-i Habeşi* filminin bir sahnesinde Bilal-i Habeşi önündeki puta defalarca kez öfkeyle tükürmektedir. Rivayetlerde böyle bir olay geçmektedir. Ancak daha çarpıcı bir anlatım yakalamak için olayın abartılı bir biçimde yeniden kurgulanması filmde Bilal-i Habeşi karakterinin itici gösterilmesine neden olmaktadır.
- Aynı filmde inançlarından taviz vermemesi nedeniyle efendisi tarafından ağır işkencelere maruz bırakılan Bilal-i Habeşi, yıllar sonra Bedir Savaşı’nda esir olarak karşısına çıkan eski efendisini başını gövdesinden ayırmak suretiyle öldürerek intikamını almaktadır. Böylece başlangıçta mazlum bir karakter olan Bilal, zalim

bir karaktere dönüşmektedir. Kaynaklarda olayın failine dair farklı rivayetler bulunmasına rağmen (Varol, 2012) filmde kurgu ve gerçeklerin yeniden harmanlanması sonucu Bilal-i Habeşî'ye karşı seyircide olumsuz duygular uyanmaktadır.

Sonuç olarak yönetmenlerin farklı amaçlarla filmlerin hikâyelerinde kısmi değişiklikler yaptıkları ancak bazı durumlarda tarihî kişiliklere kendilerine ait olmayan birtakım söz ve fiiller isnat ederek seyirciyi bu hususta yanlış yönlendirdikleri görülmektedir. Dolayısıyla bu tür filmlerde kurgusal olaylara yer verirken bu olayların tarihi gerçeklerle çelişmemesine dikkat edilmesi önem arz etmektedir.

6.2.1.2. Olayın Belirtilen Tarihlerde Gerçekleşmesinin Mümkün Olmaması

İncelediğimiz filmlerde bazı olayların filmde geçtiği belirtilen tarihlerde gerçekleşmesinin mantıksal olarak mümkün olmadığı tespit edilmiştir. Örneğin *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali*, *Hazreti Ömer*, *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1961-1973) gibi bazı filmlerde İslâm'ın gizlice yayıldığı dönemlerde Müslümanların dışarıda namaz kıldığı, Hz. Ömer'le ilgili üç filmde de -ilk kez Medine devrinde uygulanmasına rağmen- ezanın bugünkü şekliyle ve Mekke döneminde okunduğu, *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1961) ve *Hazreti Ömer* filmlerinde, Hz. Ömer'in Müslüman olduğu sahnelerde Kur'an-ı Kerim'in mushaf şeklinde gösterildiği ve okunan ayetlerin Medine döneminde inmiş olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili en dikkat çekici örnek ise *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1961) filminde geçmekte, Hz. Ömer iki gencin nikâhını sünni mezhebine göre kıymakta ve nikâh akdini şu sözlerle tamamlamaktadır:

"Allah'ın emri ve peygamberin kavliyle, Kur'ân-ı Kerîm ahkâmına müsteniden, ehl-i sünnet itikadınca, tarafeynin ve hazirûnun şهادetleriyle, evvelce tespit edilen 33 altın mihr-i muaccel ve ittifak edilen mihr-i müeccel ile Müslümanlıkla müşerref olan Alexandra kızı Leyla'yı Nuaym oğlu Celil'le nikâhladım..."

Görüldüğü üzere filmde Hz. Ömer halifeliği döneminde "ehl-i sünnet" ifadesini kullanmaktadır. Hâlbuki o dönemlerde henüz mezhepler ortaya çıkmamıştır. Dolayısıyla nikâh akdinin filmdeki şekliyle o tarihlerde gerçekleşmesi mümkün görünmemektedir. Benzer şekilde *Hazreti Ömer* filminde Hz. Ömer'in Müslüman olduğu sahnede Müslümanlar "Salât-ı Ümmiye" adlı eseri okumaktadır. Bu eser 17. yüzyıl sonu ve 18. yüzyıl başlarında yaşamış olan Buhûrizâde Mustafa İtrî Efendi'ye aittir (Özcan, 1999). Dolayısıyla o dönemde bu eserin sahabiler tarafından okunması mümkün değildir. Hikâyesi 8. yüzyılda geçen *Rabia İlk Kadın Evliya* filminde ise henüz o dönemde inşa edilmediği halde Kâbe'nin etrafında revaklar yer aldığı görülmektedir.

6.2.1.3. Bir Karakterin Yaşadığı Olayı/Söylediği Sözü Başka Bir Karaktere Isnat Etme

Bazı Hazretli Filmlerde en sık rastladığımız tarihsel hatalardan biri de bir karakterin başına gelen bir olayın veya söylediği bir sözün başka bir karaktere dayandırılmasıdır. Bu durum özellikle *Rabia İlk Kadın Evliya* filminde görülmektedir. Bununla beraber İlahî Davet/ İbrahim b. Ethem, Hazreti Ömer'in Adaleti (1973) gibi filmlerde de bu tür hatalara rastlanmaktadır. Örneğin;

- *Rabia İlk Kadın Evliya*'da Rabia'nın halife Harun Reşid'in huzuruna çıkıp onun cennetlik olduğuna hükmetmesi olayı esasında İmam Ebu Yusuf'a ait bir menkıbeden uyarlanmıştır (Komisyon, 1992). Filmin başında Rabia'nın henüz bebekken Ramazan ayının gelmesi sebebiyle annesinden süt emmemesi olayı Abdülkadir Geylani'ye (Yüksel, 1979, s. 8), kuyudan su çekerken bir kova altınla karşılaşması kerameti İbrahim b. Ethem'e (Attâr, 1991, s. 164), bir misafiri ile cömertlik ve şükür üzerine yaptığı kısa sohbet ise İbrahim b. Edhem'le Şakîk-i Belhî arasında geçen bir diyaloga dayandırılan olaylardır (Bolat, 2010, s. 305).
- İlahî Davet/İbrahim b. Ethem filminde İbrahim Ethem'in devlet işleri ile uğraşırken iki misafirin gelmesi üzerine mumu söndürmesi ve onlara söndür-

düğü mumun devletin malı olduğunu belirtmesi esasında Emevî Devleti halifelerinden Ömer b. Abdülazîz ile ilgili bir rivayettir (Yiğit, 2007, s. 54). Aynı filmde İbrahim b. Ethem'in babasının nehire düşmüş bir elmayı yedikten sonra pişman olup Belh hükümdarından helallik dilemesi ve sonunda kızıyla evlenmesi olayı, İmâm-ı A'zam Ebû Hanife'nin babası Sâbit'in başına gelen bir olaydan uyarlanmıştır (İmâm-ı A'zam Ebû Hanife, 1992, s. 254-255).

- *Yahya Peygamber* filminde Hz. Yahya'nın vaazlarında söylediği bazı sözler, Hz. İsa'ya aittir. Örneğin: "Ağıza giren şey insanı kirletmez; fakat ağızdan çıkan şeydir ki insanı kirletir... Bilin ki kör körü götürürse ikisi de çukura düşer..."¹ sözleri Yeni Ahit'e göre Hz. İsa'ya aittir; fakat senaristin alıntılama yaptığı hata nedeniyle filmde bu sözleri Hz. Yahya söylemektedir.

6.2.1.4. İsrâiliyata Dayanan Olaylara Yer Verme

İslamî kaynaklara Yahudilik ve Hıristiyanlık'tan geçtiği kabul edilen her türlü bilgiye İsrâiliyat adı verilmektedir. İncelediğimiz filmlerin bir kısmında bu türden bilgilerin yer aldığı tespit edilmiştir.

Özellikle Hz. Eyyub, Hz. Yahya gibi peygamberler hakkında İslamî kaynaklarda tafsilatlı bilgi bulunmamaktadır.² Bu sebeple bazı senaristler İsrailî kaynaklardan beslenmiş, hatta bazıları doğrudan Tevrat veya İncil'e başvurmuşlardır. Örneğin *Hazreti Eyyub'un Sabrı* filmi dramatik yapısı itibarıyla tamamen Eski Ahid'in Eyüp bölümüne dayanmaktadır. Hatta bazı sahnelerde geçen dua cümlelerinin Eski Ahid'den birebir alıntılı olduğu görülmektedir. Örneğin bir sahnede Hz. Eyyub şu sözlerle dua etmektedir:

"Lokmamı yalnız yedimse, öksüzler de ondan yemediyse,³
Çıplağı yoksulu gördüm de, bilerek onlara yardım etmedimse⁴
Kapımda çalışanlara, acizlere elimi kaldırdımsa,⁵
Omuzlarım kürek kemiklerimden çıksın, parmaklarım kırılsın.⁶
Ümidimi paraya bağladım,⁷
Malım mülküm çoktur diye kibirlendimse,⁸
Kötülük edenlere yardımcı olup teşvik ettimse,⁹
Topraklarımda hasat yerine diken, ot bitsin.¹⁰
Allah'tan gelecek belâ bizler için deşettir.
Ya Rabbi! Sen her şeyi bilir, dilediğini yapmaya muktedirsin.
Dilerim hiçbir muradım alıkonmaz ya Rabbim!"

Öncelikle yukarıdaki bazı ifadeler İslamiyet'teki dua âdâbına tamamen aykırıdır. Ayrıca bir peygamberin kendisine beddua etmesi de makul görünmemektedir. Dolayısıyla da sahnede geçen ifadeler İslam'ın hem dua hem de peygamberlik anlayışıyla çelişmektedir.

Aynı filmde şeytanın Hz. Eyyub'a zarar vermek için Allah'tan müsaade istemesi, sırayla Hz. Eyyub'un mal varlığını, evlatlarını ve sağlığını elinden alması gibi olayların akışı da Eski Ahid'le birebir örtüşmektedir. Dolayısıyla Hz. Eyyub'a dair filmde geçen birçok olayın İslam'ın temel kaynaklarında yer almadığını söylememiz mümkündür.

İsrâiliyata dayanan bilgilere yer verilen bir başka film de *Hazreti Yusuf*'tur. Filmin bir sahnesinde Hz. Yusuf Züleyha'nın cazibesinden etkilenmekte, o anda karşısında babasının hayalini görmekte, babası O'na nefesine uymamasını tembihlemektedir. Bu sahne Eski Ahid dışı Yahudi kaynaklarında yer almaktadır. Ayrıca filmde Hz. Yusuf'un Şemsi adlı abisini rehin alması olayı, Kur'an-ı Kerim'de geçmeyip Eski Ahid'de geçer ve bahsi geçen abisinin adı da Şimon'dur.¹¹ Benzer şekilde Hz. Yusuf'a Bünyamin'i rehin almaması için yalvaran Yahya adlı ağabeyinin Eski Ahid'deki adı Yahuda'dır.¹² Filmde yer alan bu olayların Eski Ahid'le birebir örtüşmesi ve zikredilen karakterlerin isimlerinin Kur'an-ı Kerim'de geçmezken Eski Ahid'deki isimlere benzemesi (Şimon-Şemsi, Yahuda-Yahya) dikkat çekicidir.

Sonuç olarak bazı Hazretli Filmlerde İsrâiliyata dayanan olaylara yer verilmesi sebebiyle İslamî kaynaklarda geçmeyen veyahut bu kaynaklarla çelişen durumlara rastlanabilmektedir.

6.2.1.5. Olayların Eksik Verilmesi

Bazı filmlerde çeşitli nedenlerle olayların eksik verilmesi sonucu birtakım hatalar oluşabilmektedir. Bir filmde olayın tüm ayrıntılarının sınırlı bir sürede anlatılması elbette mümkün değildir. Ancak bazı önemli ayrıntıların atlanması seyircinin olayı yanlış yorumlamasına sebebiyet verebilir. Örneğin *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali* filminde Bedir Savaşı'nın anlatıldığı sahnelerden önce dış ses peygamberin kumandasında bir kuvvetin Suriye'den dönen Ebu Süfyan'ın ordusunu vurmak için yola çıkmış olduğunu söylemektedir. Bu bilgi doğru olmakla beraber eksiktir. Filmde yalnızca bu bilgiyle karşılaşan seyirci, Müslümanların savaş yanlısı olduğunu, savaşın da onların saldırısı sonucu çıktığını düşünebilir. Hâlbuki kaynaklarda şartların Müslümanları savaştan önce Hz. Muhammed'in (sav) müşriklere barış teklifinde bulunduğu ancak olumsuz yanıt aldığı geçmektedir (Fayda, 1992, s. 326). Görüldüğü gibi olaylarla ilgili bazı ayrıntıların verilmemesi sonucu tarihî olaylar aslından uzaklaşabilmektedir.

Bazı durumlarda da filmi hızlı bir şekilde bir sona bağlamak için birçok olayın atlandığı görülmektedir. Örneğin *Cennet Fedailer'i*nde Bedir Savaşı'ndan hemen sonra Mekke'nin Fethi görüntülerine yer verilmektedir. Hâlbuki bu iki olay arasında 6 yıllık bir zaman dilimi vardır, ancak filmde aradan uzun zaman geçtiğine dair görsel ya da işitsel herhangi bir mesaj verilmemektedir. Bu durumda söz konusu iki olayın art arda gerçekleştiği gibi bir izlenim oluşmaktadır.

6.2.1.6. Karakterlerin Yaşları İle İlgili Hatalar

İncelediğimiz filmlerin bir kısmında bazı karakterlerin belli bir olayın geçtiği tarihte belirtilenden çok daha farklı yaşlarda olduğu tespit edilmiştir. Yine bazı filmlerde karakterler aradan uzun yıllar geçmesine rağmen görüntü olarak değişmemektedir.

Konu ile ilgili örnekleri incelediğimizde bu tür hataların *Hazreti Ömer*, *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1961), *Bilal-i Habeşi* ve *Hazreti İbrahim* gibi belli başlı birkaç filmde yer aldığı görülmektedir. Örneğin *Hazreti Ömer* ve *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1961) filmlerinde Hz. Ömer İslamiyet'i kabul ettiği sıralarda sakalları beyazlamış, yaşlı bir adam görünümündedir; fakat O'nun Müslüman olduğunda 30'lu yaşların başlarında genç bir adam olduğu bilinmektedir. Ayrıca her iki filmde de O'nun İslamiyeti kabulünden ölümüne kadar geçen otuz yıllık süreçte görüntü olarak değişmediği, yani yaşlanmadığı görülmektedir. Benzer bir hata *Hazreti İbrahim* filminde de mevcuttur. Üstelik Hz. İbrahim baba olduğunda ve oğlunu kurban ettiği son sahnede yaşlı olması gerekirken otuzlu yaşlarında genç bir adam olarak gösterilmektedir.

Bunların dışında *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1973) ve *Bilal-i Habeşi* filmlerinde Hz. Ali'nin İslâm'ın ilk yıllarında yetişkin bir erkek görünümünde olduğu ve hatta elinde Zülfikarıyla müşriklere gözdağı verdiği ya da onlarla çarpıştığı görülmektedir. Tarihsel gerçekliği olmayan bu sahnelerin Hz. Ali'nin cesaretini anlatmak için kurgulandığı ve sonradan senaryoya eklenirken karakterin o dönemlerde çocuk yaşta olduğunun hesaba katılmadığı düşünülebilir.

6.2.1.7. Menkıbevî Bilgilere Yer Verme

Hazretli Filmlere konu olan dinî-tarihî kişiliklerden bazılarının hayat hikâyeleri incelendiğinde haklarındaki menkıbevî bilgilerin tarihî kişiliklerinin önüne geçtiği görülmektedir. Hacı Bektaş-ı Veli bunun en bariz örneklerinden biridir. Yine Hz. Ali de hakkında gerçeklerle menkıbelerin iç içe geçtiği tarihî kişiliklerden biridir.

İncelediğimiz filmlerde de bu iki karakter daha çok halk arasında bilinen hikâyeleriyle, başka bir ifadeyle menkıbeleriyle ele alınmaktadır. Nitekim *Hacı Bektaş-ı Veli* filmi –her ne kadar jeneriğinde belirtilmese de– “Vilayetnâme” adlı bir eserden uyarlanmıştır ve eserin neredeyse tamamı bu türde hikâyelerden oluşmaktadır. *Allah'ın Arslanı Hz. Ali* filmi ise ağırlıklı olarak Hz. Ali'yi tarihî bir kişilik olarak ele almakla beraber birkaç menkıbevî olaya da yer vermiştir.

Hacı Bektaş-ı Veli filminin senaryosunda menkıbelerden fazlaca yararlanılmasının bir sonucu olarak filmde başkarakterin kerametlerine sıkça yer verilmiştir. Örneğin Taptuk Emre'nin Taptuk lakabını alışına dair menkıbe filmde şu şekilde anlatılmaktadır:

Hacı Bektaş-ı Veli, kendisini diyar-ı Rûm'a sokmak istemeyen erenlerden biri olan Emre Sultan'ı yanına çağırır, ona dost divanında ne gördüğünü sorar. O da arada yeşil bir perde olduğunu, kendisine bir el uzandığını, o elin içinde yeşil bir ben olduğunu söyler. Hacı Bektaş-ı Veli ayasındaki yeşil beni gösterir. Çok şaşırان Emre Sultan başını eğip "Taptuk Sultanım!" der. Hacı Bektaş-ı Veli de "Madem öyle, bundan sonra adın Taptuk Emre olsun." der.

Allah'ın Arslanı Hazreti Ali filminde de Hz. Ali'nin özellikle kahramanlıklarının anlatıldığı bazı sahnelerde menkıbelerden yararlanıldığı görülmektedir. Örneğin Hz. Ali Hayber kalesinin fethi sırasında çok ağır olan kale kapısını tek başına yerinden sökmekte, dış ses on iki kişinin aynı kapıyı sonradan yerinden kaldıramadığını ifade etmektedir. O'nun çeşitli haydut ya da İslam düşmanlarıyla yaptığı çarpışmalara da filmde genişçe yer verilmektedir.

6.2.2. İnanç Konularına Dair Hatalar

Hazretli Filmlerde tarihsel konulardan sonra en sık rastladığımız hatalar inançla ilgilidir. Bu filmlerde çeşitli inanç konularına dair 21 hata tespit edilmiştir. Aşağıdaki tabloda hata yapılan inanç konuları ve ileti sayıları gösterilmektedir.

Tablo 3. Hazretli Filmlerde Yer Alan İnanç Konularına Dair Hatalar

İnanç Konularına Dair Hatalar	İleti Sayısı
Peygamber İnanıcı	6
Putperestlik	6
Batıl İnançlar	3
Şeytan	3
Melek İnanıcı	2
Kader İnanıcı	1
TOPLAM	21

6.2.2.1. Peygamber İnanıcı

Filmlerde peygamber inancına dair hatalı sahneler incelendiğinde peygamberlere yalan söyleme, günah işleme gibi İslâmiyet'teki peygamber anlayışıyla uyuşmayan davranışlar isnat edildiği tespit edilmiştir. Örneğin *Hazreti Yusuf* filminde Yusuf peygamber Mısır'a gitmeden önce abilerinden birine: "Ne olur abi! Babama bildirme başıma gelenleri. 'Öldü.' de... abilerimin ettiklerini duyarsa O da yaşayamaz..." demektedir. Bu sahnede bir peygamber babasına yalan söylenmesini istemekte, böylece seyircilerin gözünde yanlış bir peygamber algısı oluşturulmaktadır. *Hazreti Süleyman ve Saba Melikesi*'nde de Hz. Süleyman evli bir adam olduğu halde başka bir kadına -Saba melikesine- yakınlık duyup sarılmakta, ayrıca başına gelen bazı musibetleri geçmişte işlemiş olduğu günahlara bağlamaktadır. Bu durum peygamberlerin ismet (günah işlememe) özelliğiyle çelişmektedir.

6.2.2.2. Putperestlik

Hazretli Filmlerde inanç konularına dair yapılan en önemli hatalardan biri, putperestliğin Allah'ı inkâr eden veya Allah'tan habersiz bir inanç biçimi olarak sunulmasıdır. Hâlbuki putperestlik, Allah'ın varlığını kabul eden, bununla beraber put adı verilen taş, tahta vb. maddelerden yapılmış somut varlıklara da tanrısallık atfeden bir inançtır. Bu bağlamda putperestlik, İslâm inancının temeli olan tevhidin zıddı şirke (Allah'a ortak koşma) tekâbü'l etmektedir. Nitekim Kur'an'da putların onlara tapanlar tarafından "Allah katında şefaathçiler" diye nitelendirildiği (Yûnus 10/18) ve putların kendilerini Allah'a yaklaştıracığı (ez-Zümer 39/3) vehmini taşıdıkları ifade edilmiştir (Özler, 2012, s. 18).

Veysel Karani filminin bir sahnesinde hayatında ilk kez bir Müslümanla karşılaşan Veysel, ondan Allah kelimesini duyunca şaşırmakta ve: “Lat ilâhesi, Menat ilâhesi, ulu Hubel mi ki O?” diye sormaktadır. *Cennet Fedaileri*'nde Ebu Cehil Müslümanlara işkence ederken onlardan “Allah yoktur.” demelerini istemekte, *Hazreti Ömer* filminde ise namaz kılarak yakaladığı cariyesine Hz. Ömer “Yoksa yine Muhammed'in Allah'ına mı taptın?” diye hesap sormaktadır. *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1961) filminin bir sahnesinde ise Hz. Ömer'in Kur'an seslerini duyunca söylediği şu sözler dikkat çekicidir: “Tuhaf! Bütün kâinat taptığınız Tanrı'nın öyle mi? Şaşılacak şey! Bizim 1500 süslü putumuz var, hiçbirinin tırnak ucu kadar mülkü yok.” Tüm bu örnekler, filmlerde putperestliğin Allah'ın varlığından habersiz veya O'nu inkâr eden bir inanç biçimi olarak sunulduğunu göstermektedir.

Bunların yanı sıra putperestlerin taptıkları putlar ve dinî ritüelleri ile ilgili de hatalar da mevcuttur. Örneğin *Cennet Fedaileri*'nde bir ayın sonrası putlar adına üç kız çocuğu kurban edilmektedir. Çok eski zamanlarda Araplar'ın putlar için insan kurban törenleri düzenlediklerine dair rivayetlere rastlanmaktadır (Güç, 2007, s. 367). Fakat Hz. Muhammed'in yaşadığı dönemde böyle bir ritüel bulunmamaktadır. *Veysel Karani* filminin bir sahnesinde de evden çıkarken annesi Veysel Karani'ye “Lat, Menat putları koruyucun olsun.”, hasta olan bir komşusuna da “Uzza putu sana sağlığını iade edecektir.” demektedir. Ancak Veysel Karani'nin yaşamış olduğu Yemen topraklarında Zülhalesa, Zülkeffeyn, Yegûs, Yeûk ve Nesr adlı putlara tapıldığı belirtilmektedir (Tomar, 2013, s. 403). Bu örnekler senaristlerin putperestlikle ilgili tafsilatlı bilgi sahibi olmadığının göstergesidir.

6.2.2.3. Batıl İnançlar

Hazretli filmlerde batıl inanışlara dair hatalı iletilerin tamamı *Anadolu Evliyalrı* adlı belgesel filmde geçmektedir. Buna göre filmde türbeler dileklerin kabul olduğu yerler olarak sunulmakta, böylelikle seyirci türbelerden medet ummaya teşvik edilmektedir. Ayrıca benzer konular aynı film içerisinde birkaç kez ele alınarak verilen mesaj pekiştirilmektedir. Bu hususta filmde yer alan bazı sahneler şunlardır:

- Telli Baba türbesinde evlenebilmek için dua eden genç bir kız, bir sonraki sahnede dileğine kavuşmuş olarak gelinliği ve eşyle birlikte türbeyi ziyaret etmektedir.
- Mevlana türbesini ziyarete gelen sağır ve dilsiz bir genç türbeye girdikten kısa bir süre sonra şifa bulmaktadır.
- İsveçli genç bir kız rüyasında evleneceği kişi ile Mevlana Hazretleri'nin türbesinde buluşacağını görmekte, türbeyi ziyareti esnasında da bu kişi ile karşılaşmaktadır.

Yukarıdaki örneklerden ilk ikisinde dış ses aracılığıyla verilen sözel mesajların da hatalı olduğu görülmektedir. Şöyle ki genç kızın telli babanın türbesi başında dua ettiği sahnede dış ses: “Genç kız o kadar içten dilekte bulunmuştur ki; Telli Baba onun bu yalvarışlarını karşılıksız bırakmamış ve dileğine kavuşturmuştur onu.” demektedir, şifa bulmak için Konya'ya gelen genç için ise: “Mevlana hazretlerinden şifa dileğinde bulunması için gönderildi.” ifadesini kullanmaktadır. Bu cümlelerde dilekte bulunulan kişinin Allah değil, ziyaret edilen velî olması türbe ziyareti âdâbıyla ve İslamiyet'teki dua anlayışıyla çelişmektedir.

6.2.2.4. Melek ve Şeytan

Melek inancına dair yapılan hatalara baktığımızda iki filmde meleklerin insan şeklinde tasvir edildiği görülmektedir. Örneğin *Hazreti İbrahim* (1972) filminin son sahnesinde Cebrail, pembe elbise giymiş küçük bir kız çocuğu görünümündedir. Benzer şekilde *Hazreti Eyyub'un Sabrı* ve *Yahya Peygamber* filmlerinde de şeytan yetişkin bir erkek suretinde gösterilmektedir.

6.2.2.5. Kader

Kader inancı ile ilgili tek hatalı sahne, *Veysel Karani* filminde geçmektedir. Süt-kardeşinin zorla evlendirilmesine üzülen Veysel Karani'ye bir adam: "Yüce Tanrı'nın bir bildiği vardır elbet. Kader ne ise o olur." demektedir. Söz konusu sahnede savunulan bu düşünce İslâmiyet'teki tevekkül anlayışına uymamaktadır.

6.2.3. İbadet Konularına Dair Hatalar

Hazretli Filmlerde ibadet konularına dair 19 hatalı ileti tespit edilmiştir. Bu iletiler aşağıda Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Hazretli Filmlerde Yer Alan İbadet Konularına Dair Hatalar

İbadet Konularına Dair Hatalar	İleti Sayısı
Namaz	12
Dua	4
Ezan	3
TOPLAM	19

Tablo 4'te görüleceği üzere filmlerde 12'si namaz, 4'ü dua ve 3'ü ezan sahnesi olmak üzere ibadetlerle ilgili toplamda 19 hatalı sahne yer almaktadır. Bu verilerden yola çıkarak ibadet hatalarının daha çok namaz sahnelerinde yoğunlaştığı söylenebilir. Namaz sahnelerinde en sık karşılaşılan hata ise çok kısa süren kıyam ve son oturuş sahneleridir. Örneğin *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali* filminde Hz. Ali son oturuşta yalnızca üç saniye oturup selam vermekte, başka bir sahnede de başlama tekbirini getirdikten üç-dört saniye kadar sonra rükûya eğilmektedir. Benzer hatalar İlahi Davet/ İbrahim Ethem, Veysel Karani ve *Hazreti Ömer* filmlerinde de görülmektedir. Bu kadar kısa sürede yalnızca vacip olan dua ve surelerin dahi okunması mümkün olmadığından söz konusu sahneler hatalı kabul edilmiştir. Bu hatalar yönetmen veya oyuncuların namaz konusundaki bilgi eksiklikleriyle ilişkilendirilebileceği gibi, bilinçli bir tercih de olabilir. Çünkü sinemada bazı sahneler çeşitli sebeplerle kısaltılabilmektedir. Ancak namaz sahnelerinde asıl sorun, kıyam ve son oturuşların kısa olmaları değil, tek planda çekilmeleridir. Araya başka bir görüntü girmemesi (tek planlık çekim), bu planda yer alan görüntünün gösterildiği süre kadar sürdüğü anlamına gelmektedir. Hâlbuki montajla bu tür sahnelerin hata yapılmadan kısaltılması mümkündür.

Filmlerde namaz ibadetinin uygulanaşına dair yalnızca bir sahnede görülen hatalar da bulunabilmektedir. Örneğin *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1973) filminde Hz. Ömer-rükûdan doğrulurken söylenmesi gereken- "Semiallâhü limen hamideh" ifadesini secdeden doğrulurken söylemekte, aynı filmde Hz. Ömer'in cariyesi namazın başında tekbir getirmesi gerekirken besmele çekmektedir. *Hazreti Ömer* filminde ise bir kadın ellerini erkekler gibi göbek hizasında birleştirerek namaz kılmaktadır.

Yukarıdaki hataların yanı sıra namazla ilgili birkaç sahnede kadın oyuncuların namazın gerektirdiği biçimde örtünmedikleri tespit edilmiştir. Örneğin *Rabia İlk Kadın Evliya* filminde Rabia namaz kılariken saçlarının bir kısmı görülmektedir.

Namazla ilişkilendirebileceğimiz bir başka hata da, vaktinde okunmayan ezanlardır. Örneğin *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1961) filminin iki, *Veysel Karani*'nin ise bir sahnesinde sabah ezanı güneş doğduktan sonra okunmaktadır.

Dua sahnelerine baktığımızda ise *Hazreti Ömer* ve *Sarı Kız/ Kız Evliya* filmlerinde başkarakterlerin duanın âdâbına aykırı hareket ederek Allah'tan ölmeyi istedikleri, *Hazreti Eyyub'un Sabrı*'nda Eyyub peygamberin iki sahnede kendisine beddua ettiği görülmektedir.

6.2.4. Dilin Kullanımına Dair Hatalar

Hazretli Filmlerde sık yapılan hatalardan biri de dilin yanlış kullanımından kaynaklanmaktadır. Buna göre dinî kavramların yanlış telaffuz edilmesi ya da eksik okunması,

şekilsel olarak birbirine benzeyen kelimelerin karıştırılması, kavramların yanlış kullanılması gibi bazı hatalar tespit edilmiştir. Aşağıdaki tabloda Hazretli Filmlerde dilin yanlış kullanımına dair tespit ettiğimiz veriler doğrultusunda oluşan ileti sayıları gösterilmektedir:

Tablo 5. Hazretli Filmlerde Yer Alan Dilin Kullanımına Dair Hatalar

Dilin Kullanımına Dair Hatalar	İleti Sayısı
Telaffuz Hataları	14
Birbirine Benzeyen Kelimelerin Karıştırılması	4
TOPLAM	18

Tablo 5'te yer alan verilerden de anlaşılacağı üzere filmlerde dilin kullanımı ile ilgili en sık rastlanan hata, yanlış kelime telaffuzlarıdır. Bunun dışında 4 sahnede birbirine benzeyen kelimelerin karıştırıldığı görülmektedir.

Filmlerde yer alan telaffuz hatalarının çoğu Arapça gramer kurallarının bilinmemesi ile ilişkilendirilebilir. Nitekim filmlerde genellikle lâm-ı tarifile başlayan kelimelerin tenvinli, şemsî harflerin kamerî harf gibi okunduğu tespit edilmiştir. Örneğin *Cennet Fedaileri*, *Hacı Bektaş-ı Velî*, *Bilal-i Habeşî* ve *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali* filmlerinde “Esselâmü aleyküm” cümlesi “Esselâmün aleyküm”, Bilal-i Habeşî filminde “Hayya ale's salah” cümlesi “Hayya ale'l salah” şeklinde söylenmektedir.

Filmlerde nadiren şekilsel olarak birbirine benzeyen kelimelerin karıştırılması da söz konusudur. Örneğin *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali* filminde sefahat yerine safahat kelimesi kullanılmıştır ki, ikisi de Türkçe'de karşılığı olan ve farklı anlamlara gelen kelimelerdir.¹³ *Rabia İlk Kadın Evliya* filminde kelime benzerliği sebebiyle sûre isimleri karıştırılmış ve normalde Nâziat Sûresi'nde geçen ayetlerin Nas Sûresi'nde geçtiği belirtilmiştir. Yine *Hazreti İbrahim* filminde Nemrud için “Haşmetli Budamız” ifadesi kullanılmaktadır. Bu sahnede de şekilsel benzerliklerinden dolayı “mabud” ve “buda” sözcüklerinin karıştırıldığı görülmektedir. İlahi Davet/ İbrahim Ethem filminde ise rahman ve rahim kelimeleri şekilsel benzerliklerinden ötürü eşanlamlı addedilerek “Rahimlerin en rahmanı” şeklinde yanlış bir tamlama oluşturulmuştur. Bu tamlamada muhtemelen “merhametlilerin en merhametlisi” anlamına gelen “erhamer râhimin” tamlaması Türkçeye çevrilmeye çalışılmıştır, ancak rahim ve rahman, -aralarında anlamsal bir ilişki olsa da- farklı kelimeler olduğundan hataya düşülmüştür.

6.2.5. Ayet ve Hadislerle İlgili Hatalar

Hazretli Filmlerde İslâm dininin temel kaynakları olan Kur'ân-ı Kerîm ve hadis-i şeriflerden sıkça faydalandığı görülmektedir. Ancak sekiz sahnede ayet veya hadislerin kullanımıyla ilgili birtakım hatalar ortaya çıkmıştır. Konuya ilişkin örnekler incelendiğinde sekiz hatadan yedisinin hadislerle ilgili olduğu tespit edilmiştir.

6.2.5.1. Ayetlerle İlgili Hatalar

Filmlerde Kur'ân-ı Kerîm ayetleri genellikle sahneleri destekleyici bir unsur olarak kullanıldığından, daha çok Arapça kıraat şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu kıraatler de ehil kimseler tarafından icra edildiğinden ilgili sahnelerde herhangi bir hata bulunmamaktadır. Ayrıca –her ne kadar seyircinin büyük çoğunluğu ne anlattığını anlamasa da- ayetlerin filmlerin konusu ile uyumlu olmasına da dikkat edilmiştir. Ayetlerin Türkçe karşılıklarıyla diyaloglar içerisinde kullanımına ise rastlanmamıştır.

Filmlerde ayetlerle ilgili tek hatalı sahne İlahi Davet/ İbrahim Ethem filminde geçmektedir. Filmde bir adam rüyasında Azrail'i görerek ona kaç yıl ömrü kaldığını sorar, Azrail de ona beş parmağını gösterir. İbrahim b. Ethem bu rüyayı şu şekilde tefsir eder:

“Azrail'in işaret ettiği mugayyebât-ı hamse adı verilen beş bilinmeyen der ki: ‘Kiyamet in ne zaman kopacağını, mahsulün nasıl geleceğini, ana rahmindeki çocuğun kız mı erkek mi olduğunu, insanoğlunun başına ne geleceğini, bir kimsenin nerede ve ne zaman öleceğini, bunları ancak Tanrı bilir.’”

Her ne kadar filmde açıklanmasa da İbrahim b. Ethem'in bu sözleri Lokman Sûresi'nin 34. ayetini ifade etmektedir. Ayetin Türkçe meâli şu şekildedir:

“Kıyamet vakti hakkındaki bilgi, ancak Allah'ın katındadır. Yağmuru O yağdırır, rahimlerde olanı O bilir. Hiç kimse yarın ne kazanacağını bilemez. Yine hiç kimse nerede öleceğini bilemez. Allah her şeyi bilendir, her şeyden haberdardır.” (Kur'an-ı Kerim Açıklamalı Meâli, 2004, s. 404)

Görüldüğü gibi ayette geçen “...rahimlerde olanı O bilir” ifadesi filmde “bebeğin cinsiyeti” olarak yorumlanmıştır. Bu yorum günümüzde geçerliliğini yitirdiğinden ayetin hatalı bir şekilde tefsir edildiği söylenebilir.

6.2.5.2. Hadislerle İlgili Hatalar

Hazretli Filmler içerisinde İslam tarihini anlatan *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali, Cennet Fedaileri* gibi birkaç filmde, Hz. Muhammed'in (sav) sözlerinin farklı anlamlara gelecek şekilde tahrif edildiği, bazı durumlarda da sahih olmayan hadislere yer verildiği tespit edilmiştir.

- *Hazreti Ömer* filminde Hz. Muhammed'in “Benden sonra bir peygamber gelseydi bu Ömer olurdu.” (Tirmizî, Menakıb, 48) hadisi “Ben gelmeseydim yerime Ömer gelirdi.” şeklinde değiştirilmiştir.
- *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali* filminde dış ses: “Sahabelerden her birisinin İslâm tarihinde şerefli mevkileri vardır. Hepsini de hayattayken cennetle müjdelenmişlerdir.” demektedir. Ancak tüm sahabenin cennetle müjdelendiğine dair ayet ya da hadis bulunmadığından bu bilgi doğru değildir. Verilen bu yanlış bilgi aşere-i mübeşşere hadisi olarak bilinen ve on sahabinin adının geçtiği şu sahih hadisin tahrif edilmiş halidir: “Ebu Bekir cennettedir, Ömer cennettedir, Osman cennettedir, Ali cennettedir, Talha cennettedir, Zübeyr cennettedir, Abdurrahman bin Avf cennettedir, Sa'd bin Ebi Vakkas cennettedir, Said bin Zeyd cennettedir ve Ebu Ubeydetu'bnu'l-Cerrah cennettedir.” (Ebu Davud, Sünnet, 9)
- *Cennet Fedaileri* filminde Hz. Ömer Bedir savaşı başlamadan önce Müslüman askerlere şu sözlerle cesaret vermektedir:

“Zafere katiyetle inanınız! Hz. Muhammed (sav): ‘Allah yolunda dökülmüş bir damla kan, O'nun uğruna silahlanarak geçirilmiş bir gece, Allah nazarında iki ay oruç ve ibadetten daha kıymetlidir.’ dediler ve ‘Cennet kılıçların gölgesi altındadır.’ buyurdular.”

Bu sahnede Hz. Muhammed'e (sav) ait olduğu belirtilen iki hadisten ilkinin hiç bir hadis kaynağında birebir karşılığı bulunmamaktadır, bununla beraber yakın anlamlı sayılabilecek şu hadis mevcuttur: “Bir gün ve bir gece hudut nöbeti tutmak, gündüzü oruçlu gecesi ibadetli geçirilen bir aydan daha hayırlıdır...” (Nesai, Cihad, 39).

Sahnede geçen “Cennet kılıçların gölgesi altındadır.” hadisi ise doğrudur, ancak yanlış yorumlanmaya neden olacak şekilde eksik verilmiştir. Hadisin tamamı şöyledir: “Ey insanlar! Düşmanla karşılaşmayı istemeyin. Allah'tan afiyet dileyin. Fakat şayet onlarla savaşmak zorunda kalırsanız sabredin. Bilin ki cennet kılıçların gölgesi altındadır” (Buharî, Cihad, 22). Görüldüğü gibi hadisin geneline bakıldığında Hz. Muhammed (sav) savaşın istenmeyen bir durum olduğunu ve ancak mecbur kalındığında savaşılması gerektiğini söylemektedir. Fakat sahnede yalnızca hadisin son cümlesine yer verilerek Hz. Peygamber savaş yanlısı olarak gösterilmiştir. İlgili sahnede bu cümlenin hemen öncesinde “Allah yolunda dökülmüş bir damla kan, O'nun uğruna silahlanarak geçirilmiş bir gece, Allah nazarında iki ay oruç ve ibadetten daha kıymetlidir.” gibi savaşmayı teşvik eden bir sözün söylenmesi de bu durumu kuvvetlendirmektedir.

- *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali* filminde dış ses Hz. Muhammed'in: “Ali'nin Hendek Savaşı'nda savurduğu kılıç, bütün ibadetlerden efdaldır.” dediğini belirtmektedir. Ancak bu ifade sahih hadis kaynaklarında geçmemektedir.

6.2.6. Diğer Hatalar

Hazretli Filmlerde bazı hata türleri diğerleri kadar önemli sayılmamakla beraber, inandırıcılığı zedelemesi açısından önem arz etmektedir. Oyuncuların tipolojik olarak rolüne uygun olmaması, yanlış sahne düzenlemeleri, kullanılan müziklerin sahneye içerik olarak uymaması gibi hatalar bu kapsamda değerlendirilebilir.

Oyuncuların görsel açıdan canlandırdıkları karakterle uyuşmaması problemi özellikle siyahi karakterlerde ortaya çıkmaktadır. Örneğin *Cennet Fedaileri* ve *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1961) filmlerinde Bilal-i Habeşi, *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali* filminde ise Vahşi rolünde beyaz tenli kimseler oynatılmıştır. *Bilal-i Habeşi, Hazreti Ömer'in Adaleti* (1973) gibi filmlerde de Bilal-i Habeşi karakterini canlandıracak oyuncuların vücudu siyaha boyanmıştır. Fakat oyuncular yüz hatları itibarıyla siyahilere benzelediği için gerçek bir siyahi olmadıkları anlaşılmaktadır.

Sahne düzenlemeleri ve kullanılan kostümlerle ilgili hatalara bakıldığında günümüze ait bazı eşyaların dekorda yer aldığı görülmektedir. Örneğin *Rabia İlk Kadın Evliya* filminde tespih ve işlemeli seccade, *Hazreti Ömer* filminde ferforje korkuluklar görülmektedir. Bazı filmlerde ise –filmin hikâyesi farklı bir coğrafyada geçmesine rağmen- ülkemizin geleneksel kıyafetleri kullanılmıştır. Örneğin *Hazreti İbrahim* filminde film boyunca Hz. İbrahim ve Sare'nin üzerinden çıkarmadığı kıyafetleri ve annesinin giydiği bindallı Anadolu'ya özgüdür.

Tüm bunların dışında bazı filmlerde Türklere has örf ve adetlere yer verildiği görülmektedir. Örneğin *Hazreti Ömer'in Adaleti* (1961)'nde oyuncular birbirine Osmanlı usulü selam vermektedir.

Filmlerde rastlanılan bir başka hata da sahne ile uyumsuz müziklerin kullanılmasıdır. Örneğin *Hazreti Yusuf* filminde Hz. Yusuf'un zindandan kurtulduğu sahne de Mustafa İtrî Efendi'nin bestesiyle salavat, *Hazreti İbrahim* filminde de Hz. Muhammed'le (sav) ilgili bir kaside¹⁴ okunmaktadır.

Sonuç olarak Hazretli Filmlerde bazı durumlarda olumsuz ekonomik koşulların, bazı durumlarda da yönetmenlerin özensiz davranmalarının bir sonucu olarak oyuncu-kostüm-müzik seçimi, sahne düzeni, mizansen gibi konularda birtakım hatalar yapıldığı ve bu tür hataların genel olarak filmin inandırıcılığını zedelediğini söyleyebiliriz.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye'de uzun yıllar devlet desteği görmeyen sinema sektörü, daha çok halkın parasıyla varlığını sürdürdüğünden çekilecek filmlerin türü ve içeriğini belirleyen şey, çoğu kez seyircinin zevk ve beklentileri olmuştur. Yapımcı ve yönetmenler de sisteme ayak uydurarak mevcut talepleri göz ardı etmemiş, halk hangi türde filmlere rağbet gösteriyorsa ona göre filmler çekmişlerdir. Bunun sonucunda Türk sinemasında -değişik faktörlerin de etkisiyle- birtakım furyalar ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri de araştırmamızın konusu olan Hazretli Filmler furyasıdır.

Türk sinemasında ilk kez 1965 yılında popülerlik kazanan Hazretli Filmler, her şeyden önce ticari bir sinema anlayışının ürünüdür. Bundan dolayı çekilen filmlerin çoğu biçim ve içerik olarak özensizdir. Ancak seyirci içerdikleri hatalara rağmen yine de bu filmlere belli ölçüde ilgi göstermiştir.

Hazretli Filmlerde en çok tarihsel hatalar olmak üzere çeşitli hatalar içeren 183 ileti tespit edilmiştir. Hazretli Filmlerin daha çok ticari amaçlarla çekilmelerinin bir sonucu olarak senaryolarının kısa sürede hazırlanması, senaristlerin dinî konularda yeterli bilgiye sahip olmaması, araştırma yapmaması, ayrıca –gerek senaryo gerekse de çekim aşamasında- gereken özen ve dikkati göstermemeleri gibi sebeplerle çok sayıda hata yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca bazı filmlerde konusuna bağlı olarak İsrâiliyattan, menkıbelerden vs. yararlanılması sebebiyle birtakım hatalara düşüldüğü tespit edilmiştir.

Sinema filmleri görselin gücünü kullanması dolayısıyla çok güçlü eğitim araçlarıdır. Bu bakımdan sinema filmlerinde yer alan hatalar izleyiciler üzerinde önemli etkilerde bulunmaktadır. İzleyiciler bu hatalar nedeniyle yanlış bir din ve tarih algısına sahip olabildikleri gibi filmler lehine işleyen ket vurmalar nedeniyle yanlış dini bilgiler de edinmektedirler.

Hazretli Filmlerden elde ettiğimiz bulgular doğrultusunda gerek biçim gerekse de içerik itibariyle daha başarılı ve kaliteli filmler çekilebilmesi için şu hususlara dikkat edilmelidir:

- Filmlerdeki içerik hatalarının en aza indirilebilmesi için her türlü tedbir alınmalı, bunun için senaryo aşamasında mutlaka alanında uzman ilâhiyatçılardan destek alınmalıdır.
- Hazretli Filmlerin aynı zamanda tarihî filmler olmaları sebebiyle, filmde kullanılacak kostüm, dekor ve mekân düzenlemelerinde sanat tarihçilerine danışılmalı, böylece biçim hatalarının sayısı asgari düzeye indirilmelidir.
- Din büyüklerinin hayatını anlatan filmlerde kurgusal sahneler ne ölçüde yer verileceği, sahabe ve peygamberlerin temsili vb. tartışmalı konularda bu tür filmler çekecek yönetmen, senarist ve ayrıca ilâhiyatçıların katılacağı toplantılar düzenlenmeli, zikredilen hususlarda çözümler üretilmelidir.
- Peygamber, sahabi, veli gibi şahsiyetlerin filmlerde olağanüstü güçlerinin fazla vurgulanmaması; seyirciye ütopyik bir karakter sunmak yerine daha gerçekçi, örnek alınabilir ve seyircinin rahatlıkla özdeşim kurabileceği karakterler oluşturulması gerekmektedir

Son Notlar

¹ Yeni Ahid’de bu ifade “Kör köre kılavuzluk ederse...” şeklinde geçmektedir. Bkz. Yeni Ahid, Matta, 15/14.

² Bkz. Kur’ân-ı Kerîm, En’âm Sûresi, Ayet 84; Enbiyâ Sûresi, Ayet 83; Sâd Sûresi, Ayet 41-44.

³ Eski Ahid, Eyüp, 31/17.

⁴ Eski Ahid’de “Giyisi olmadığı için can çekişen birini ya da örtüsü olmayan bir yoksulu gördüm de, koyunlarımın yünüyle ısıtmadıysam, o da içinden beni kutsadıysa” şeklinde geçmektedir. Eski Ahid, Eyüp, 31/19-20.

⁵ Eski Ahid’de “Mahkemede sözümün geçtiğini bilerek öksüze el kaldırdımsa” şeklinde geçmektedir. Eski Ahid, Eyüp, 31/21.

⁶ Eski Ahid’de “Kolum omuzumdan düşsün, kol kemiğim kırılınsın.” şeklinde geçmektedir. Eski Ahid, Eyüp, 31/22.

⁷ Eski Ahid’de para yerine altın kelimesi kullanılmaktadır. Eski Ahid, Eyüp, 31/24.

⁸ Eski Ahid’de “Servetim çok, varlığımı bileğimle kazandım diye sevindimse” şeklinde geçmektedir. Eski Ahid, Eyüp, 31/25.

⁹ Bu ifade, Eski Ahid’de geçen “Eğer düşmanımın yıkımına sevindim, başına kötülük geldi diye keyiflendimse” cümlesine yanlış mana verilmesinden kaynaklanmış olabilir. Eski Ahid, Eyüp, 31/29.

¹⁰ Eski Ahid’de “Orada buğday yerine diken, arpa yerine delice bitsin.” şeklinde geçmektedir. Eski Ahid, Eyüp, 31/30.

¹¹ Eski Ahid, Yaratılış, 42/24

¹² Eski Ahid, Yaratılış, 44/18-33

¹³ Sefahat “Zevk ve eğlenceye düşkünlük, uçarılık.” gibi anlamlara gelirken safahat ise “Evreler, safahalar.” demektir.

¹⁴ Filmde Tacettin Aslan tarafından yorumlanan “Gönül hun oldu şevkinden boyandım ya Rasulallah” adlı kaside kullanılmıştır.

Kaynakça

- Akbaş, E. (2018). *Türk sinemasında ortaçağ algısı (1943-2014)*. İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Akbaş, E. (2018). Yeşilçam sinemasında dinsel ve tarihsel imge kullanımı. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 179-185.
- Attâr, F. (1991). *Tezkiretü'l Evliyâ*. İstanbul: Erdem Yayınları.
- Bolat, A. (2010). Şakîh-i Belhî. *Diyanet İslam Ansiklopedisi*. içinde İstanbul: TDV Yayınları.
- Candemir, Ö. (1986). *Türk sinemasında dini filmler*. İstanbul: (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, SBE).
- Çağrı, M. (1991). Arap/ İslâm'dan önce Araplarda din. *Diyanet İslam Ansiklopedisi*. içinde
- Fayda, M. (1992). Bedir gazvesi. *Diyanet İslam Ansiklopedisi*. içinde
- Glaser, B. G. ve Strauss, A. L. (2006). *The Discovery of Grounded Theory*. London: Aldine Transaction.
- Güç, A. (2007). Putperestlik. *Diyanet İslam Ansiklopedisi*. içinde
- Hancock, B., Ockleford, E. ve Windridge, K. (2007). *An introduction to qualitative research*. Nottingham: The NIHR RDS EM.
- İmâm-ı A'zam Ebû Hanîfe. (1992). *Evliyâlar ansiklopedisi* (s. 254-255). içinde İstanbul: İhlâs Gazetecilik Holding A.Ş.
- Işık, M. (2018). Hazretli filmler döneminde çekilen dini filmlerin afişlerinde ortak anlatı özellikleri. *Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi Bildiri Kitabı* (s. 441-453). içinde Ankara: Son Çağ Yayınları.
- Işık, M. (2018). Türk sinemasında hazretli filmler döneminde çekilen dini filmlerde ideoloji ve özne. *Turkish Studies*, 801-819.
- Komisyon. (1992). Ebû Yûsuf. *Evliyâlar Ansiklopedisi* (s. 306-307). içinde İstanbul: İhlâs Gazetecilik.
- Kur'ân-ı Kerîm Açıklamalı Meâlî*. (2004). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Lüleci, Y. (2015). Hazretli filmler akımı: Yönetmenler, filmler, temalar", 1. Basım, Matsis, . N. K. Mete Çamdereli içinde, *Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri* (s. 153-162). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Mertens, D. M. (2010). *Research and evaluation in education and psychology*. Londra: SAGE Publications.
- Özcan, N. (1999). Buhûrîzâde İtrî Efendi. *TDV İslam Ansiklopedisi*. içinde TDV Yayınları.
- Özler, M. (2012). Tevhid. *Diyanet İslam Ansiklopedisi*. içinde DİA.
- Seven, M. A. ve Engin, A. O. (2008). Öğrenmeyi etkileyen faktörler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Tirmizî. (tarih yok). *Menakıb*, 48.
- Tomar, C. (2013). Yemen. *Diyanet İslam Ansiklopedisi*. içinde
- Varol, M. B. (2012). Ümeyye b. Halef. *TDV İslam Ansiklopedisi*. içinde İstanbul: TDV Yayınları.
- Yenen, İ. (2011). *Toplumsal tezahürleri bağlamında Türk sinemasında din, dindarlık ve din adamı olgusu*. Ankara: Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, SBE.

- Yiğit, İ. (2007). Ömer b. Abdülazîz. *Diyanet İslam Ansiklopedisi*. içinde İstanbul: TDV Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yorulmaz, B. (2010). *Sinema ve din eğitimi*. İstanbul: (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, SBE).
- Yorulmaz, B. (2013). Pepee çizgi filminin din ve değerler eğitimi açısından değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 438-448.
- Yorulmaz, B. (2015). *Sinema ve din eğitimi*. İstanbul: DEM Yayınları.
- Yüksel, M. T. (1979). *Âriflerin menkıbeleri*. İstanbul: Demir Kitabevi.

MEDIAD

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

Research on the Mistakes in Saint Movies During Yeşilçam Cinema (Turkish Cinema)

Bilal YORULMAZ

Ayşegül CAN

Extended Abstract

Yeşilçam Cinema (Turkish Cinema) made movies in different genres and topics. One of those genres is Saint Movies. After the first Saint Movie reached large audiences, Yeşilçam Cinema made many more Saint Movies. There were 25 Saint Movies in Yeşilçam Era. In this research, five movies were not available for viewing and 20 movies were evaluated.

This research is important because there is not enough research on Saint Movies. The aim of the research is to find mistakes on belief, religious practice, language, and history in Saint Movies.

Grounded Theory Method, one of the qualitative research methods, was used in this research. The data for the research was collected through the document review method.

Findings show there are 183 mistakes in 20 Saint Movies. One hundred eleven of them are Historical mistakes, 21 of them are mistakes about belief, 19 of them are mistakes about religious practices; 18 of them are language mistakes; eight of them are mistakes about Qur'an verses and Hadiths, and six of them are other mistakes.

Historical Mistakes: The most common mistakes are historical mistakes. There are 111 mistakes about history.

False chronology: There are many chronological mistakes in Saint Movies. For example, in *Hazreti Ömer'in Adaleti*, Azan (call to prayer) is recited in the Mekka era. However, the first Azan is recited in Medina era. In *Hazreti İbrahim*, Egyptian king says, "I am rich as Croesus" to Prophet Abraham. It is impossible to say that phrase because Croesus lived in the same age with Prophet Moses, hundreds of years later than Prophet Abraham.

Missing events: In some Saint Movies, the story is correct but there are some missing parts in it. So the story can be understood incorrectly. In *Cennet Fedaileri*, the conquering of Mekka is shown right after the Bedir War. However, there are six years between the two events. Conquering Mekka is not the result of Bedir War.

Age of the characters: The second Caliph Omar converted to Islam when he was his 30's. However, in *Hazreti Ömer'in Adaleti*, Omar is an old man with white beard.

Fictional Events: Using fictional events can be unavoidable for movies. However, some audiences can take these events in an historical movie seriously and

they can think this is the reality. There are many fictional events in Saint Movies. For example, in *Cennet Fedaileri*, A pagan father wants to kill his Muslim daughter. An earthquake happens and a big idol falls on the man. This event is completely fiction.

Using Christian and Jewish sources: When Saint Movies producers couldn't find enough information, they used Christian and Jewish sources. Sometimes this information can be controversial from an Islamic understanding of its use. For example, in *Hazreti Eyyub'un Sabrı*, Prophet Job's prayer is from Old Testament. However, this prayer is like a curse and it is not appropriate for Islamic prayer practices.

Miracles: Some Saint Movies producers used miracle books rather than Islamic main sources. For example, *Hacı Bektaş'ı Veli*, is based on a miracle book named "Vilayetnâme".

The mistakes about Belief: There are 21 mistakes about belief. six of them are about prophets, six of them are about Paganism, three of them are about superstition, three of them are about Satan, two of them are about angels, and one of them about fate.

The mistakes on prophets: In Islam, prophets are innocent (sinless). However, some of the Saint Movies show prophets as sinful persons. For example, in *Hazreti Yusuf*, Prophet Joseph tells lies.

Paganism/Idolatry: Arabian Pagans before Islam worshipped the God/Allah. However, they were praying to idols as well. So, they know Allah very well and accept him as the biggest God. However, in Saint Movies, Arabian Pagans don't know Allah at all. For example, in *Veysel Karani*, the protagonist Veysel heard the name Allah and asks "Who is he?". In Arabian Pagan society, this ignorance is impossible.

Superstition: There are some superstitions in Saint Movies. For example, in *Anadolu Evliyalari*, a young girl goes to a tomb Prays there to find a husband. She is seen in wedding dress with her husband in the following scene. In Islam, Muslims cannot pray to anyone but Allah.

Angels and Satan: In Islam, Angels and Satan don't look like humans. However, in *Hazreti İbrahim*, Angel Gabriel is a little girl with pink dress and in *Hazreti Eyyub'un Sabrı ve Yahya Peygamber*, Satan is a grown man.

The mistakes about religious practices: There are 12 mistakes about praying, four mistakes about verbal praying, and three mistakes about azan (call to pray). These mistakes are generally about performing salat (praying) incorrectly.

Language mistakes: There are 18 language mistakes in Saint Movies. For example, in *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali*, one of the characters uses the word "safahat" (stages/phases) instead of "sefahat" (debauchery).

The mistakes about Qur'an verses or hadiths: In *Allah'ın Arslanı Hazreti Ali*, voice-over says: "All of the Prophet Muhammad's friends are going to the Heaven." However, Prophet Muhammad announced 10 persons were going to Heaven when he is alive.

There are many mistakes in Saint Movies. Apparently, the first reasons for these mistakes are ignorance or recklessness. The second reason is focusing on just making money and keeping the budget low. To avoid these critical mistakes, film producers who want to make movies on religion need to work with theologians.

MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2019, 2(2), 215-236

Geliş: 03.11.2019 | Kabul: 17.12.2019 | Yayın: 31.12. 2019

Batı'nın Bir Ötekisi Olarak İslam ve Müslümanlar: Batı Avrupa Medyasında İslamofobinin Temsili*

F. Betül AYDIN VAROL**



Öz

Günümüzde sıkça kullanılan ve görece yeni bir kavram olan İslamofobi, anlam olarak bir korkuya karşılık gelse de bu kavram temelde, Batı için tehdit oluşturan İslam'a dair antipatiji/nefreti ifade etmektedir. İslamofobinin temelinde birçok neden yatmaktadır. Bunlar arasında teolojik, kültürel, ekonomik, politik gibi pek çok nedenin yanı sıra oryantalizm ile günümüzde Müslümanlarla doğrudan ilişkilendirilen terör bulunmaktadır. Batı Avrupa eksenli olan bu çalışmada Müslüman nüfusun en fazla olduğu Fransa, Almanya ve İngiltere basını seçilmiştir. Bu ülkelerin basınından sağ ve sol görüşü temsilen ikişer gazete seçilmiş, İslam ve Müslümanlarla ilgili haberlerde İslamofobinin nasıl inşa edildiği karşılaştırmalı bir şekilde ortaya konmuştur. Seçilen haberler, van Dijk'in haber metinleri için geliştirdiği eleştirel söylem analizine göre çözümlenmiştir. Çalışmanın sonucuna göre, eğer Müslümanlar, herhangi bir olay veya kararın öznesi durumundaysa ya doğrudan negatif olarak temsil edilmekte ya da olumsuz argümanlarla ilişkilendirilerek dolaylı olarak negatif bir şekilde temsil edilmektedir. Fakat Müslümanlar bir olayın parçası, yani edilgen bir konumda ise Müslümanlar için genelde ya kurbanlaştırıcı dramatik bir söylem üretilmekte ya da onlar minimize edilmekte veya yok sayılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İslamofobi, Batı Avrupa Basını, Haber, Eleştirel Söylem Analizi

Islam and Muslims as an Other of the West: The Representation of Islamophobia in the Western European Media

Abstract

Although Islamophobia, which is a relatively new concept that is frequently used today, corresponds to fear in terms of meaning, this concept basically expresses the antipathy/hatred of Islam that poses a threat to the West. There are many reasons for Islamophobia. These include theological, cultural, economic, political, as well as orientalism and terror, which is directly related to Muslims today. This study is based on Western Europe and the French, German and British press with the highest Muslim population were selected. Two newspapers were chosen from the press of these countries, representing the right and left views, and the comparative analysis of how Islamophobia was constructed in the news about Islam and Muslims. The selected news was analyzed according to van Dijk's critical discourse analysis for news texts. As a result, if Muslims are the subject of any event or decision, they are either directly represented as negative or indirectly represented by negative arguments. However, if Muslims are part of an event, that is, in a passive position, they are often either sacrificed to produce dramatic discourse or are minimized or ignored.

Keywords: Islamophobia, Western European Press, News, Critical Discourse Analysis

ATIF: Aydın Varol, F. B. (2019). Batı'nın bir ötekisi olarak İslam ve Müslümanlar: Batı Avrupa mediasında İslamofobinin temsili. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(2), s. 215-236.

* Bu makale, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yapılan "Haber Söyleminde İslamofobinin İnşası: Batı Avrupa Basınına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

** Arş. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, e-mail: betulaydin@selcuk.edu.tr | orcid.org/0000-0003-4962-3690

Giriş

Günümüzde küresel bir kavram haline gelen ve “İslam korkusu” olarak tanımlanan İslamofobi, İslam’ı, tam ve doğru olarak anlamamanın veya yanlış bilgilere dayanarak yaratılan bir ruh halinin sonucudur. İslamofobinin tezahürleri İslam’ın ortaya ilk çıktığı dönemlere kadar uzanmasına rağmen, bu göstergelerin bir kavram haline gelmesi oldukça yenidir.

Küresel ölçekte yaşanan gelişmeler, İslamofobi kavramının yaklaşık son yirmi yılda trend bir hale gelmesine yol açmış, bu alanda yapılan çalışmalarda gözle görülür bir artış yaşanmıştır. Bu bağlamda İslamofobi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, 11 Eylül saldırısının, kavramın yükselişe geçmesinde bir hayli etkili olduğu görülmekte ve bu olayın İslamofobi açısından bir kırılma noktası olduğuna dair genel bir kanının hâkim olduğu gözlemlenmektedir. 11 Eylül’den bu yana İslamofobi, ayrımcılık, ırkçılık, fiziksel saldırı vb. olaylar ve İslam karşıtı kampanyalarla artarak devam edegelmektedir. Bu durum esasında çok kültürlülük açısından, Müslüman-Batı ilişkileri arasındaki tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Ancak burada vurgulanması gereken nokta, ‘Batı’ olarak ifade edilen kavramın Avrupa ve Amerika olmak üzere iki alana gönderme yapmasıdır. Yani Batı’daki İslamofobiye, Avrupa ve Amerika olarak ayrı ayrı baktığımızda karşımıza iki farklı izlek çıkmaktadır.

Avrupa ve Amerika kıtalarındaki İslamofobi, sosyolojik anlamda farklı açılardan tahlil edilmektedir. Bu bağlamda Jocelyne Cesari, İslam karşıtlığına muhatap olan Avrupa ve Amerika toplumlarında yaşayan Müslümanların statülerini etkileyen faktörleri, özellikle de ayrımcılığın yapısal faktörlerini araştırmıştır. Buna göre Cesari, İslamofobinin, yabancı düşmanlığı, göçmenlik karşıtı duygular ve kültürel farklılıkların geçerliliğinin reddi gibi bazı ayrımcılık formları ile örtüştüğünü saptamıştır. Cesari ayrıca, Avrupa ve Amerika’da Müslümanların çoğunluğunu oluşturan göçmenlerin eşi benzeri olmayan bir farklılık gösterdiğine vurgu yapmakta ve buna göre Amerika’daki göçmenliğin, “sosyo-ekonomik” açıdan tartışılırken; Avrupa’da göçmenliğin “radikalleşme, terörizm ve İslam” üzerinde yoğunlaştığını belirtmektedir (2015, s. 66-68). Bu çalışmada, gerek Müslümanların radikalleşme, terörizm ve köktencilikle ilişkilendirilmesi gerekse Avrupa’nın İslam’la geçmişten gelen köklü ilişkilerinin olması nedeniyle Avrupa basını üzerinden bir İslamofobi değerlendirmesi yapılmıştır. Ancak burada Avrupa’da yekpare bir İslamofobi anlayışının olduğunu söylemek zor, hatta imkânsızdır. Öyle ki kıta Avrupa’sının doğusu ve batısı konjonktürel olarak farklı bir seyir izlemiştir. Bu seyrinde, 1960’lardan itibaren artan iş gücü ve beraberinde getirdiği göçün neredeyse tamamının Batı Avrupa ülkelerine yönelmesinin büyük etkisi olmuştur. Müslümanlarla birlikte yaşama tecrübesine sahip Doğu Avrupa’nın 1990’lara kadar komünizmin etkisinde kalması ve Batı Avrupa’daki gibi bir göçle karşılaşmaması Doğu Avrupa’yı İslamofobik anlamda Batı Avrupa’dakinden daha farklı bir konuma taşımaktadır.

Batı Avrupa’da yoğun göçün beraberinde getirdiği demografik değişimle, popülasyonu artan Müslümanların bu coğrafyada kalıcı hale gelmeleri, Avrupa’yı ciddi bir şekilde rahatsız etmekte ve hatta önümüzdeki 20 veya 50 yıllık periyotlarda Müslümanların nüfusunun ne kadar olacağı ile ilgili (PEW gibi kuruluşlar) istatistiksel araştırmalar yapmaktadır. Ancak bu endişe, Müslümanların yalnızca niceliksel artışından değil, onların Avrupalılar tarafından tehlikeli ve olumsuz bir şekilde algılanmalarından da kaynaklanmaktadır. Hâlbuki Avrupa’da çok farklı toplumlardan Müslümanlar yaşadığı halde, yaklaşık son 25-30 yılda, Müslümanlara yönelik homojen bir imaj oluşturulmuştur. Bu imaj, Cesari’nin de ifade ettiği gibi radikal ve terörist olmasının yanı sıra cahil, kadın düşmanı, Avrupa’nın sosyal değerleriyle uyuşmayan, demokrasi karşıtı vb. tanımlamalar ekseninde oluşturulmaktadır. Bu gibi betimlemeler Ortaçağdan itibaren İslam ve Hz. Peygamber için kullanılmış, 1990’lardan itibaren bu tabirlerin benzerleri, medya aracılığıyla dolayımınmaya başlamıştır. Müslümanlar hakkındaki olumsuz söylemler, kitle iletişim araçları ve yeni iletişim teknolojilerinin de etkisiyle, İslam karşıtlığında bir dönüm noktası olan 11 Eylül saldırılarından sonra daha yaygın ve meşru bir hale gelmiştir. Her ne kadar 11 Eylül olayı Amerika’da yaşanmış olsa da sonuçları hem

Müslümanlar hem de Hristiyanlar açısından küresel olmuştur. Dolayısıyla zihinlerde homojen hale getirilen olumsuz Müslüman ve İslam imajının pekiştirilmesinde, 11 Eylül sonrası Batı Avrupa medyası önemli bir rol oynamıştır.

Bu çalışmada amaç; İslam ve Müslümanlarla ilgili olay veya kararların, Batı Avrupa basınında nasıl temsil edildiği, haberde İslamofobik söylemlerin nasıl inşa edildiği, Müslümanların en çok yaşadığı Batı Avrupa ülkeleri olan Fransa, Almanya ve İngiltere basında çıkan haberler üzerinden karşılaştırmalı bir analiz ortaya koymaktır.

1. Geçmişten Günümüze İslamofobiyi Besleyen Nedenler

İslamofobinin temelini ve Avrupa'daki İslam karşıtlığının nedenlerine bakıldığında, başta dini gerekçeler olmak üzere pek çok neden bulunmaktadır. 2000'li yıllardan sonra artan terör olayları ile bu düşmanlık gözle görülür bir tırmanışa geçmiştir. Bu bağlamda İslamofobiyi anlayabilmek için Müslüman ve Batı toplumları arasındaki gündelik pratiklerin değerlendirilmesi gerekmektedir. Tarihsellik kadar, *teolojik*, *kültürel*, *ekonomik*, *politik*, *terör* ile *oryantalist* bakış açısı İslamofobiyi artırmaktadır. Bu etmenlere kısaca değinmek yerinde olacaktır.

İslamofobik bakış açısının oluşmasında *oryantalizm* önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü oryantizm, yalnız bir söylemden ibaret olmayıp, belli bir güç birikimine eşlik eden bir söylem birikimidir. Üstelik bu söylem birikiminin ilk aşamaları içinde Müslümanlara yönelik tanımlayıcı ve iktidar kurucu bir sistematik çalışmadan çok, bir tür hayranlık, anlama çalışması, aşağılık kompleksi gibi tutumlar da vardır (Aktay, 2006, s. 429). Fakat tüm bu karmaşık duyguların bir neticesi olarak başka hiçbir din veya medeniyet için ortaya atılmayan bir söylem yani, İslam'ın "Batı medeniyetini tehdit ettiği" şeklinde bir söylem ortaya atılmıştır. Bu sebeptir ki bugün Müslümanların yaşadığı sıkıntılar ve ayaklanmalar -sosyal, ekonomik ve tarihi faktörler göz ardı edilerek- "kaderci Müslümanlar" gibi yüzeysel oryantist bir bakışla açıklanmaktadır (Said, 2000, s. 55).

Batı, Doğulu olmadığının ve Batılı olmasının bir ayrıcalık olduğunun altını ısrarla çizegelmiştir. "Doğulu olmayan" bu Batı, kendisini inşa ederken de Doğu'yu kendi imgesel dünyasında kurgulamıştır (Takiş, 2011, s. 10). Batı muhayyilesindeki Doğu imajı, zamanla gidip almaları için kendilerini bekleyen edilgen bir nesneye dönüşmüştür (Bulut, 2002, s. 88). Günümüzde ise nesne ile ilgili talep edilen haklar, farklı söylemlerle ifade edilmektedir. Dolayısıyla Batı'nın Doğu'ya ilişkin bu tek taraflı tutumunun arka planında tarihsel süreçteki imgelemin etkisi büyüktür (Süphanı, 2004, s. 78). Bu nedenle Batı'nın doğru anlaşılabilmesi öncelikle, Batılı'nın bu bakış açısının bilinmesine bağlıdır.

İslamofobiyi besleyen nedenlerin en temel etmenlerinden birisi de kuşkusuz *teolojik* faktörlerdir. İslamofobi, Müslüman ve Hristiyanlar arasındaki belirli tarihsel bir ilişkiye dayanmakla birlikte, Hristiyan dünyası İslam'ı en başından itibaren teolojik/dini bir meydan okuma ve rakip olarak algılamış, bu teolojik meydan okumayı kısa sürede siyasi tehdit algısı izlemiştir (Kalin, 2008, s. 41-43). Dünyevi gerekçeler bir yana bırakılacak olursa, sırf teolojik açıdan bakıldığında "Bir din olarak İslam, Batı Hristiyanlığı için bir tehdit olmuştur." (Esposito, 2002, s. 85).

İslamofobinin altında yatan bir başka etmen de *kültürel* farklılıklardır. İslamofobi, tarihsel açıdan Hristiyan polemik yazılarından kaynaklanan kadim bir teolojik dayanağa sahip olup, bu teolojik temele zamanla kültürel faktörler de eklenmiştir.

Bernard Lewis, Avrupa ve İslamiyet arasındaki ilişkilerin, algılayış ve tutumlarının tarihinin çok farklı olduğunu ve birbirlerinin hakkında -çoğu doğru olmakla birlikte- epey bir şeyler bildiklerini söylemektedir (2014, s. 3-4). Kültürel etkileşimin yoğun yaşanması, Orta Çağ Avrupa'sının İslam'a bakışını birçok açıdan belirlemiş ve bu süreç günümüze kadar uzanmıştır. Rönesans'la birlikte açığa çıkan bu tavrın ilk örnekleri bu döneme kadar götürülebilir. Öyle ki, Avrupalılar bir din olarak İslam

İslam'ı bir kültür ve medeniyet olarak İslam'dan kesin olarak ayırmış, ilk özelliğine karşı çıkarken ikincisine hayranlıkla bakmış ve ondan etkilenmiştir (Kalin, 2008, s. 48). Bir başka deyişle, dini açıdan İslam'ı reddeden Batı, İslam'la gelen kültür ve medeniyetten etkilenmiştir. Derrida'nın "seküler politika ve kültüre karşı hoşgörüsüzlük ve çatışmanın gelişmesi dini ilgilendirmez, çünkü din tanımı gereği dışlayıcıdır. Pek çok din vardır ve bunların çoğu da birbirini dışlamaktadır" (Derrida ve Şerif, 2016, s. 27) söyleminde olduğu gibi, din toplumsal etkileşimde saf dışı kalmıştır.

Ekonomik nedenler, İslamofobinin yükselişe geçmesinde bir diğer etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu iki toplumu ekonomik bağlamda karşı karşıya getiren süreç, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yoğun bir şekilde yaşanmaya başlamıştır.

Avrupalılarla Müslümanların, ekonomik anlamda ilişkilerinin 20. yüzyılın ortalarından sonra yoğun olarak başlamasında, özellikle 1960'larda Avrupalı devletlerin, işgücüne gereksinimlerinin artması ve bu ihtiyacı ucuz iş gücüyle karşılamak için de dünyanın çeşitli ülkelerinden vasıfsız işçi alımları yapmaları etkili olmuştur. Bu ihtiyaç çerçevesinde üçüncü dünya ülkeleri olarak tabir edilen (Kuzey Afrika ve Türkiye gibi) ülkelerden de çok sayıda Müslüman, Avrupa'ya göçmen olarak yerleşmiştir ki (Kirman, 2010, s. 26), Müslümanlar şu an Avrupa Birliği'nin ikinci en büyük dini grubu durumundadırlar. Ne var ki Müslümanların, buldukları ülkenin bir parçası olmaları, zamanla demografik yapısını da değiştiren Avrupa ülkelerinde yeni sorunları beraberinde getirmiştir. Gerek aile yapıları gerekse Avrupalı olmayan kültürel özellikleriyle toplumsal hayatta daha görünür olmaları, Müslümanlara ilişkin olumsuz bakışların yaygınlaşmasına yol açmıştır.

Batılı ülkelerin iç ve dış politikaları da İslamofobiyi besleyen etmenlerdendir. Burada kastedilen 'politika'yı yalnızca siyasal düzlemde ele almak, göçmenler ve eğitim ile ilgili politikaları göz ardı etmek olacaktır. Bu nedenle (siyasal anlamda yapılan) politik hamleler, göçmen politikaları ve eğitim politikalarını da içermektedir.

Batı Avrupa ülkelerinin birçoğunda Müslüman nüfusa yönelik tartışmalı yasalar, bireysel olarak uygulanmaktadır. Örnek olarak, 2009 yılında İsviçre'nin yeni minarelerin inşasını yasaklayan bir anayasa değişikliğini onaylaması; 2010'da Fransa'da kadınların yüzlerini örtmede kullandığı burka ve peçeyi yasaklayan bir yasayı başlatması gibi olaylar bu duruma örnek gösterilebilir (Moreno, 2010, s. 75-76). Öyle ki, Müslümanlara ve İslam'a dair anti-özgürlükçü tavır, kendini seçim kampanyalarında da göstermekte, İslam karşıtlığı üzerinden politika üreten aşırı sağ da Avrupa'daki Müslümanlar için bir tehdit oluşturmaktadır. Aşırı sağın oy oranlarındaki artışla beraber merkez partilerin de sağa doğru bir eğilim göstermesi, göçmen politikalarının sertleştirilmesine neden olmaktadır (Kepenek, 2016, s. 72).

İslamofobik dili yalnızca politikacılar değil, Papa gibi din adamları da bu dili kullanmaktadır. Papa 16. Benedict, Müslüman liderlere hitaben yaptığı bir konuşmasında, Müslüman liderlerden terörizmle mücadele etme noktasında yardım istemiş, hatta bu konuda yükümlü olduklarını söylemiştir. Papa'nın gerek diğer inançlara gerekse siyasi veya dini liderlerine benzer bir itirazda bulunması net olmamakla birlikte Papa, konuşmasında terörü Müslümanların yaydığını ima etmiş ve teröre sebebiyet veren diğer faktörleri göz ardı etmiştir (Ali vd., 2008, s. 74).

İslamofobik algıda etkili olan bir diğer neden de eğitim yetersizliği ve tabii bu bağlamda yürütülen eğitim politikalarıdır. Eğitim, Avrupa'daki Müslümanlar için problem teşkil etmektedir. Avrupa ülkelerindeki ilk ve orta dereceli okullarında birçoğunda Müslüman öğrenciler bulunmasına rağmen, bunlar arasındaki başarı oranının düşük olduğu ve büyük bir çoğunluğunun yükseköğretim aşamasına geçemediği bilinmektedir (Küçükcan, 2014). Öyle ki, göçmen nüfusun önemli kısmını Müslümanların oluşturduğu düşünüldüğünde, diğer göçmenlere kıyasla Müslümanlar arasında eğitimi tamamlama oranları düşüktür ve genel olarak çoğunluk nüfusundan daha düşük vasıflar elde etmektedirler. Müslümanların eğitim hakkıyla ilgili yaşadıkları sorunlar, araştırma merkezlerinin de raporlarına yansımaktadır (Aydın ve Yardım, 2008, s. 18).

Terör, günümüzde İslamofobinin yükselmesinde en etkili faktörlerin başında gelmektedir. Özellikle Avrupa’da son yıllarda artan terör eylemlerinin arkasında imzası bulunan El-Kaide, DAESH gibi sözde İslami terör örgütlerinin yaptığı eylemler ve saldırılar, İslam dinine mâl edilmektedir. Bazen dinle ilgisi olmayan kişi ve gruplar terör eylemlerine kötü niyetli ya da kasıtlı olarak katılırken, bazı cahil Müslümanlar da köktenci İslam aldatmacalarına kanmakta ve teröre destek vermektedirler. Bu cihad gruplarının gerçekleştirdiği terör olayları ve saldırılar, yalnız Batı’yı değil tüm dünyayı etkilediği gibi, İslam ve Müslümanlara zarar vermektedir.

Geçmişte Haçlı edebiyatında ve sanatında İslam’ın, bir “kılıç dini” olduğu miti yayılırken, günümüzde bu mit “terörist Müslüman/Müslüman terörist” imajına dönüştürülmüş (Samur, 2016, s. 304), dolayısıyla İslamofobik algının en önemli argümanlarından biri haline gelmiştir. Hiç şüphesiz bu imajın oluşturulmasında en büyük yardımcı mecra, medyadır. Batı medyasında, eylem yapan failler İslamcı terörist, aşırı İslamcı, köktendinci Müslüman, Müslüman terörist ve cihadist gibi kavramlarla betimlenmektedir (Ergül, 2015, s. 302).

Yukarıda ele alınan İslamofobiye etki eden faktörlere genel olarak, bakıldığında, Müslüman karşıtı düşünceler hariç tutulursa, Cesari’nin de ifade ettiği gibi, Avrupa’da ayrımcılığın arkasındaki ana itici faktörlerin genelde etnik azınlıklara dair yürütülen politikalar, anti-terör politikaları ile göçmenlik ve vatandaşlığa geçişle ilgili yapılan değişiklikler olduğu görülmektedir (2015, s. 77). Bu ayrımcılık, fiziki tecavüz ve saldırılar, siyasi, medya ve entelektüel söylemler ile birlikte dini vecibeleri yerine getirmeye yönelik engeller olarak ifade edilmektedir. İslam karşıtı uygulamalara, gerek İslam hakkında konuşan siyasetçiler ve entelektüeller, gerekse medya söylemleri neden olmaktadır.

1. Avrupa’nın “Öteki”si Olarak İslam ve Müslümanlar

İslam ve bu dinin mensupları olan Müslümanlar, ortaya çıktığı günden beri Hristiyan Avrupası için sürekli bir sorun olmuştur. 7. ve 8. yüzyıllarda Müslümanların Avrupa’ya doğru başlattığı fetih hareketleri ve İspanya’ya kadar ilerlemeleri karşısında, Hristiyanlar da karşı bir saldırı olarak Haçlı Seferlerini başlatmıştır. İspanya’daki son İslam Devleti 15. yüzyılın sonlarında yıkılsa da Osmanlılar İslami yayılcılığa öncülük etmiş ve 17. yüzyıl sonlarında Osmanlılar Viyana’yı kuşatacak duruma gelmiştir. Bugün her ne kadar Müslümanlar, Batı karşısındaki zayıf olsa da Avrupa’nın İslam’a dair bir korku ve endişe beslemesinde, Osmanlı’nın Avrupa’nın kapılarına kadar dayanmasının travmatik etkilerinin bir yansıması olduğu söylenebilir.

Müslümanlar günümüzde öteki olarak tasvir edilirken, bu algılar daha geniş bir ötekileştirme geleneği üzerine, bilgi dünyaları, gerçekler, öznel-bireyler arası etkinlikle temel bir hava içerisinde inşa edilmektedir. Merkezi bir bakış açısı, bunları ortaya çıkararak doğallaştırmaktadır (Creutz-Kämpfi, 2017, s. 306). Bu bakış açısı, ötekinin varlığını bilme ihtiyacını doğurmuştur ki bu ihtiyaç her zaman vurgulanmış ve vurgulanmaktadır. Bu vurguya rağmen diğer halklar, uluslar, bölgeler ve kültürlerin ancak birtakım ampirik verilerin toplanmasıyla ötekinin bilinebileceği varsayılmış ve bu varsayım egemen bir üretim biçimi olarak kabul edilmiştir. Çünkü geçmişten bugüne gündem; bir taraftan kültürlerarası farklılıkları ve benzerlikleri keşfetmek için öteki kültürleri egemen bilimsel söylemlerin içerisine yerleştirmek, diğer taraftan da tarihsel gelişmenin gidişatını ilerleme olarak tanımlamak ve bu ilerlemenin temel taşıyıcı gücü rolünü modern Batılı Avrupa kimliğine vermek olmuştur (Keyman, 1999, s. 72).

Avrupalı ve Müslüman halklar arasındaki gerginlikler ve çatışmalar çoğunlukla iki din, yani Hristiyanlık ve İslam arasında ya da Batı ve Müslüman olan iki uygarlık arasında bir mücadele olarak tanımlanmıştır (Waardenburg, 2008, s. 1). Tarihsel süreçte sürekli karşı karşıya gelseler ve bu çatışmalar yüzünden birbirlerine uzak dursalar da temelde farklı biçimlerde birbirlerine bağlı olan Müslümanlar ve Hristiyanlar birbirlerini sorgulamış ve her iki taraf da diğerinin iddialarını çürütme-

ye çalışmıştır. İslam inancına göre Hz. İsa, “peygamberler halkasının sonu” olan Hz. Muhammed ile zirveye ulaşan hak peygamberlerden biri olup, mesajı Hz. Muhammed ile aynılık taşıdığı için Müslümanlar, Hristiyan inancıyla ilgili fazla bir şey söylememiştir. Peygamberlerini Tanrı yerine koyarak ve onun çarmıha gerildiğini kabul eden Hristiyanlar ise; Müslümanların da kendileri gibi tek Tanrı'ya inanmasına rağmen, Hz. Muhammed'in peygamberliğini kabul edememişlerdir. Hz. Muhammed'in öğretisinin, Yeniden Doğuş ve Çarmıha Gerilme, Teslis ve Günah Çıkarma gibi Hristiyan doktrinlerini reddediyor olmasının bunda payı olmuştur (Hourani, 1996, s. 26-27). Hristiyanların İslam'a ve Hz. Muhammed'e dair reddiyeleri, Müslümanlara yönelik betimlemeleri ile onlara karşı tutum ve davranışları değişik aşamalardan geçmiştir. Batı felsefesindeki İslam anlayışı, Batı'nın İslam ve Müslüman algısını etkilediğinden, Batı'daki İslam algısı ve Müslümanların imajı -tarihsel perspektif içerisinde- *geleneksel*, *modern* ve *günümüzdeki* algıyı daha iyi anlatan *postmodern dönem* altında değerlendirilebilir ki böyle bir ayrım, İslam'a dair algının değişen konjonktürle beraber İslam/Müslüman imgesinde meydana gelen değişimleri anlamayı ve anlatmayı kolaylaştıracaktır.

Geleneksel dönem ya da ilk dönem olarak incelenecek zaman dilimi, İslam'ın ortaya çıktığı dönemden başlayıp, Reform hareketleri neticesinde Avrupa'daki dini ve dünyevi değişimin çağı olan 16. yüzyıla kadarki dönemi kapsamaktadır. Bu ilk dönemde İslam-karşıtı Hristiyan geleneğin gerçek kurucusu olarak kabul edilen ve Hz. Muhammed'e doğrudan atıfta bulunan ilk Hristiyan düşünür olan Yuhanna Ed-Dımaşkı -Latince adıyla Johannes Damascenus- ya da Şamlı Aziz John (675-749), kendinden sonra gelenler açısından lider olmuştur. Doğu Hristiyanlarından olan Dımaşkı; İslam, Hz. Muhammed ve Müslümanlar için yaklaşık bir düzine tanım ve tasvir ortaya atmıştır. Bunlar şu şekilde özetlenebilir: (1) Müslümanlar putperesttir. (2) Muhammed (Mamed) decalin öncüsü, sahte bir peygamberdir. (3) İslam, Hristiyan bir sapkınlıktır (heretic). (4) Kur'an Muhammed'in kendisinin kaleme aldığı ve Tanrı tarafından kendisine verildiğini iddia ettiği bir metindir. (5) Muhammed'in geleceği hususunda önceki peygamberlerin bir müjdesi yoktur. (6) Muhammed hiçbir mucize göstermemiştir. (7) Muhammed, cinselliğe düşkün biridir ve bu özelliğini meşrulaştırmak için Kuran'ı kullanmıştır. (8) İslam'da dünyevi zevklerle dolu bir cennet vaadi söz konusudur. (9) Muhammed'in getirdiği yasa ilahî değil, şeytani bir yasadır. (10) Hristiyanlık mucize ve davetle, ikna yoluyla yayılırken; İslam ise kılıçla ve insanlara vaat ettiği dünyevi menfaatler sayesinde yayılmıştır (Aydın, 2011, s. 34-40). Her ne kadar ilk dönem İslam, Hz. Muhammed ve Müslümanlara ilişkin yazılanlar, 16. yüzyıldan sonra Reform, sömürgecilik faaliyetleri, bir bilim dalı olarak oryantalizm ve 19. yüzyıl sonrası yaşananlar içerik bakımından temelde aynı olsa da kısmen değişiklik göstermiştir.

16. yüzyıldan 20. yüzyıla kadarki süreci ifade eden *modern dönemin* (Selçuk, 2011, s. 79) başlarında, yani 16. ve 17. yüzyıllarda Batı, dini açıdan İslam'la savaş halinde olmasa da dogmatik geçmişini aşmaya yönelmemiş ve Hz. Muhammed'in peygamberlik hakikati konusundaki eski düşüncelerini devam ettirmiştir. Hristiyanlar, teolojik bir rakip olarak görmekten vazgeçtikleri İslam'ı bu kez insanlığın manevi yöneliminde yeri olmayan “ilkel bir din” olarak görmeye başlamıştır. Bu düşünce, modern dönem boyunca Batı'nın İslam'a yönelik negatif tutumunun en güçlü kaynağını temsil etmiştir (Cuayyat, 1995, s. 27). 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başlarında ise Hz. Muhammed hakkında olumlu türden çalışmalar yapılsa da öte yandan onu tahkir eden ve aşağılayan faaliyetler de devam etmiştir (Korkut, 2008, s. 40).

Postmodern dönem ise 20. yüzyıldan sonraki sürece karşılık gelmektedir. Çünkü bu postmodern dönemde Müslümanlar, Avrupa'nın din ve etnisitesinin şekillenmesinde, fetihlerle değil ama iş gücüyle önemli bir rol oynamış ve oynamaktadır. Günümüzde 500 milyonu aşan Avrupa nüfusunun yaklaşık %5'i Müslümandır. 2017 verilerine göre Fransa'da 5,7 milyon Müslüman (ülke nüfusunun %8,8'i) ve Almanya'da 4,9 milyon (ülke nüfusunun %6,1'i) kadar Müslüman vardır. Avrupa kamusal alanındaki Müslümanların bu kadar görünür olması, ırkçılık ve yabancı düşmanlığı denilince akla ilk gelen Avrupalıların -hepsinin değil belki ama- Müslümanlara yönelik pozitif bir tutum içerisinde olmadıkları söylenebilir.

Geleneksel dönemde -ed-Dımaşkı'nın reddiyelerinde de olduğu gibi- "İslam'ın bir kılıç dini olduğu" söylemi, modern dönemde (değişen teknolojinin etkisiyle) yerini daha çok "İslam'ın bir şiddet dini olduğu" söylemine bırakmıştır. Postmodern dönemde ise "Müslüman" ve "terörist" kavramları birlikte kullanılır hale gelmiştir. İslam'ın bir kılıç dini ya da şiddet dini olduğu söylemlerinde özne "din" iken, postmodern dönemdeki "terörist" kavramı, özneyi İslam'dan Müslüman'a kaydırmıştır.

Batı düşüncesine göre temel mesele, sekülerleşme söyleminin merkezindeki akılcı ve aydınlanmış bir toplum olarak Avrupa ile irrasyonel ve geri kalmış bir kolektif olarak İslam arasındaki ikilemden kaynaklanmaktadır. Bütün ötekileştirme söylemlerinde olduğu gibi Müslümanlar kitleler halinde temsil edilmekte, aydınlanmış Batı'nın madunu ve İslam'ın geri kalmışlığı hakkındaki ifadeler, sömürgeci söylemden biraz daha tehdit edici olmakla birlikte benzerlik göstermektedir. Ancak İslam, şiddet söyleminde olduğu gibi fiziksel bir tehdit olarak değil, doğru değerlere yönelik bir tehdit olarak, yani ideolojik bir tehdit olarak sunulmaktadır (Creutz-Kämpfi, 2017, s. 303). Halbuki Müslümanların varlığıyla yüz yüze gelen Avrupalıların değişmeyen korkularının arkasındaki tek şey ise İslam'a dair olumsuz algıdır. Kimi Avrupalılar kendi ülkelerine yabancılaştıklarını söylerken, bazıları da kendilerini evlerinde gibi hissetmediklerinden şikâyet etmektedirler. Ayrıca, kiliselerin boşaldığı Avrupa'da İslam'a giren Hristiyanların arttığı da göz önünde bulundurulursa, Müslümanların örf ve adetleri tehdit olarak görülmektedir. Bu durum, Avrupa'da edebiyat ve sanat alanlarında İslam'ın yergili ve aşağılayıcı görüntü ve temsillerinin akımına uğramakta, bu da eski Müslüman göçmen- yeni Avrupalı kentlileri rencide etmektedir (Göle, 2015, s. 130).

Günümüzde Müslüman toplumlari, Batı'nın Doğu'su ya da Avrupa'nın ötekisi konumuna gelmişlerdir. Müslümanlığın Hristiyanlık karşısında bir rakip olarak görülmesi, özellikle Müslümanların Avrupa'da ötekileştirilmesine, İslamofobik tutum ve davranışların yaşanmasına neden olmaktadır. Tabii bugünkü İslam algısı ve Müslüman imajı, 1400 yıl önce yazılan eserlerdeki İslam imajıyla zihniyet olarak aynı olsa da biçimsel yönden farklılaşmaktadır.

1. Medyada "Öteki"nin Temsili

Öteki, biz'in dışında kalanları tanımlamak ve bu tanımlama üzerinden tutum ve davranış geliştirmek için kullanılan bir kavramdır. Öteki, farklı olanı görme biçimidir. İnsanların farklı din, kültür, milliyet ve coğrafyalara sahip olması, onları kendilerine benzemeyenler karşısında "öteki" konumuna düşürmektedir.

Yaşadığımız çağda dünyayı anlama ve dünyada olup bitenleri öğrenmedeki en önemli mecra medyadır. Dolayısıyla bireyler, medya metinleri aracılığıyla yalnızca içerisinde yaşadığı toplum ve kültürü hakkında değil, diğer tüm öteki toplumlar hakkında da bilgi sahibi olmaktadır. Fakat bu süreçte medyanın gerçeği olduğu gibi göster(e)mediği göz önüne alındığında, medya bireylere bilgi aktarırken onlara sunduğu bilgiyle ilgili kanaatini de aktarmaktadır. Bu bağlamda medya içeriklerinde ve özellikle medyanın bilgi verme işlevini yerine getiren en önemli mecra olan haberlerde öteki'nin nasıl temsil veya inşa edildiği önemli rol oynamaktadır. Çünkü haberler aracılığı ile yaratılan kurgusal gerçeklik, okuyucuların/izleyicilerin zihinlerini şekillendirmekte ve onların toplumsal belleğinin oluşumunda önemli bir yer tutmaktadır.

Dönemsel olarak konjonktüre göre değişen öteki algısı, haber söylemlerinde de yansımıştır. Haberlerde yapılan ötekileştirme veya ayrımcılık -doğası gereği- gerçek yaşam alanlarında yapılanlarla paralellik göstermektedir. Bu alanda yapılan ötekileştirme sınırlı olmasına rağmen, diğer tüm yaşam alanlarında yapılan ötekileştirme ve ayrımcılığın ötesine geçerek zarar verme potansiyeline sahiptir. Çünkü haberde/medyada temsil düzeyinde bir ötekileştirme yapılmakta; sözel ve görsel sunumlarla ve kurulan söylemlerle, öteki olarak görülen bazı kişiler veya kesimler

dışarıda bırakılarak ayrımcılık yapılmaktadır (Çelenk, 2010, s. 222). Öyle ki olumlu öteki sunumunun yerine, olumsuz öteki sunumu medya içeriklerinde daha belirgin bir hale gelmektedir. Bu bağlamda olumsuz öteki sunumu, sistematik olarak olumsuz bir “öz-sunum” ile yani kendini hoşgörülü, ırkçı olmayan, anlayışlı bireyler olarak sunmakla dengelenmektedir (van Dijk, 2005, s. 338).

Medyada ötekiler için kullanılan ayrımcı sözcük ve görseller-belirli sosyal ve psikolojik koşullar altında- toplumsal pratiklere entegre edilerek günlük teori olarak dolaşıma girmektedir. Öteki'nin sosyal ve politik konumu, ayrımcılıkla yeniden tasarlanmaktadır (Alver, 2003, s. 222). Fakat haberdeki öteki imajı, tasarım düzeyinde kalmamakta, kimi durumlarda açıkça düşmanlığa dönüşebilmektedir ki özellikle günümüz toplumları, periyodik olarak ortak bir davada ortak bir “düşman”a karşı kolayca birleşmektedir. Ulusal güvenlik bahanesiyle ortaya çıkan bu düşman; yabancı düşmanlığı, ırkçılık, antisemitizm (ki buna İslamofobi de eklenebilir) suretinde kendini göstermektedir. Bu süreçte basın, yabancı veya öteki olarak etiketlenen birey veya azınlıkların dışlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Kearney, 2012, s. 55-56). Bir başka deyişle insanların farklılıklarını, birbirlerinin yaşam alanlarını ve varoluşlarını bir tehdit gibi sunan haberler, iyi ile kötü, biz ile onlar arasındaki ayrımı kategorik bir biçimde belirlemektedir. Haber böylelikle okurunu, bahsettiği konuyla ilgili tarafların biriyle özdeşleşmeye sevk etmektedir. Tabii bu durum sadece habere has bir şey olmayıp tüm medya içerikleri için geçerlidir. Fakat haberi diğer medya içeriklerinden ayrı kılan şey, bunu kurmacanın değil “gerçeğin” içerisinde, hayatın içinde mevcut bir konum biçiminde sunmasıdır (Dursun, 2007, s. 115). Çünkü çeşitlilik ve farklılıklara rağmen haberler, ne “gayri-ihiyari” ne de tamamıyla “özgür”dür. Haberler, kendi kendilerine oluşmadıklarından “gerçek”, elimizi uzatıp alabileceğimiz bir şey değildir. Kullanımımıza hazır olan haberlerde kısıtlanmamış bir çeşitlilik de yoktur. Çünkü tüm iletişim araçları, olan biteni anlaşılır bir biçimde iletmek için birtakım kural ve âdetlere uymaktadırlar ki zaten haberlere çoğunlukla şekil veren, gerçeğin kendisinden çok bu kural ve âdetlerdir. Çözümlemesi zor gerçekler “haber” veya “hikâye” haline indirgenirken, bu yazılı olmayan kurallar çok işe yaramakta, aynı kitleye seslenen basın, erişmeye çalıştığı toplumun gerçek anlayışına hâkim olan varsayımların neler olduğunu bildiğine inanmaktadır (Said, 2000, s. 124).

Yapılan araştırmalara göre medya, sunduğu içerikle olumlu grup imajını/kimliğini etkilemektedir. Öteki ya da düşman medya algısı grup içi önyargılarla şekillenirken, taraflar da kendi gruplarına ilişkin bilişsel uyum mekanizmalarını korumak amacıyla içeriği reddetmektedirler (Şimşek vd., 2012, s. 59). (“Biz”in) medyası, inşa ettiği kültürel temsillerin bir gereği olarak “biz”in imajını kurgularken, öte yandan bizden olmayan öteki'nin de olumsuz imajını kurgulamaktadır. Ne var ki (“Biz”in) haberdeki imajlarında da (ötekinde olduğu gibi) meşum bir sorun kendini göstermektedir: İmajı dayatan şeyin nesnel gerçeklik üzerine kurulu bir mantık olmaması, tersine onun çekiciliği, kendine çalışan ve hizmet eden gerçek üzerine kurulu umutlar ve korkular olmasıdır. Bu nedenle, bireylerin gerçeklikle yer değiştiren imajlar dünyasında yaşaması durumunda, o imajları her ne koşulda olursa olsun korumak için baskılar ortaya çıkmaktadır (Bennet, 2000, s. 217). “Biz”in negatif bir aynası ya da olumsuz bir yansıması olarak adlandırılabilir olan öteki/ler, kendilerine menfi özellikler isnat edildiğinde birer günah keçisine dönüşmektedirler. Egemen ideoloji ve değerler “günah keçisi” üzerinden hem yaygınlaştırılmakta hem de tüm olumsuzlukların sorumlusu olarak ana akım medyanın dışında kalan ve öteki olarak tasvir edilen çevrelere yüklenilmektedir (Ünür, 2013, s. 268).

Bauman'ın dediği gibi “Tüm toplumlar yabancı yaratır. Ancak her toplum kendi yabancı türünü yaratır ve kendine has yollarla yaratır. Eğer yabancılar, dünyanın bilişsel, ahlaki ya da estetik haritasına uymayan insanlarsa o zaman her toplum bu tür yabancılar yaratmaktadır.” (2013, s. 30). Bir toplumda değil tüm yabancıların, tüm toplum bireylerinin bile, Bauman'ın kastettiği olgusal haritalara uyum sağlaması imkansızdır. Bu nedenle de bir toplumda öteki'nin olmadığını düşünmek neredeyse imkansızdır. Eğer bir toplumda öteki yoksa, o toplumda kimlikten, toplumsal gruplardan söz edi-

lemez. Halbuki öteki; çatışmaya neden olmasına rağmen, yaratıcılığın mekanizmalarının oluşturulmasında (özenme, yarışma, hatta olumlu iş birliğine) kaynaklık etmektedir (Tekeli, 1998, s. 2). Fakat günümüzde öteki'nin varlığı, olumsuz ve negatif bir imge taşımakta ve bu imge haberler aracılığıyla tekrar tekrar inşa edilmektedir. Bir başka deyişle, geçmişteki deneyimlerle biçimlenen öteki kavramının meşruiyet kazanması, dışlanması ve dahası görünmez bir kimliğe bürünmesinde haberlerin ne kadar etkili olduğu göz ardı edilemez. Haberler, ana akıma uygun olan bireyleri gerektiğinden fazla temsil edip, her türlü olumlu özelliği bu bireylere atfederken; ötekiler ise yeterince temsil edilmediği gibi, temsil edildiğinde de olumsuz bir şekilde sunulmaktadır. Böylece, "Biz" in bireylerin zihinlerinde zaten mevcut olan basmakalıp yargı ve önyargılar daha da pekiştirilmektedir. Sonuçta ortaya toplum tarafından dışlanan bireyler yani ötekiler çıkmakta ve bu dışlanmışlık, bireylerin daha da ötekileştirilmesine varan sarmal bir etkiyle sonuçlanmaktadır (Ünür, 2013, s. 269). Halbuki bireylerin, kendinden olmayanları yok sayması, aşağılaması ya da yok etmeye çalışması bir çözüm değildir. Fakat medyada inşa edilen öteki temsilleri ile değil ötekileştirmenin önüne geçmek, ötekileştirme pratikleri pekiştirilmektedir.

1.1. Batı Avrupa Medyasında İslam ve Müslümanların Temsili

"Tarihte hiçbir şey Müslümanları Batı medyası kadar tehdit etmemiştir..." der, Pakistanlı antropolog Akbar Ahmed bir makalesinde (1994, s. 14). Ahmed'in İslam karşısında Batı medyası ile ilgili kaleme aldığı bu ifade, 11 Eylül sonrası artık sınır tanımayan bir noktaya ulaşmıştır. Medyada yeni teknolojilerinin gelişmesi, daha geniş kitlelere ulaşmayı beraberinde getirmiş, özellikle 2000'li yıllardan sonra İslam karşıtlığının yükselmesinde, medya önemli bir rol oynar hale gelmiştir. Hemen hemen bütün Avrupa ülkelerinde İslam ve Müslümanlara dair haberler arttığı gibi, bu haberlerde İslam ve Müslümanlar olumsuzlanarak verilmektedir. Batı medyasında, İslam adına şiddet uygulayanların bu eylemleri, İslam'ın bir öğretisi gibi kodlanmakta, Müslümanlar kafa kesen, vahşi insanlar gibi temsil edilmektedir. İslam adına terör eylemleri yapanların dışındaki haberlerde de Müslümanlar Batı medyasında artık ölümleri istatistiksel sayılar haline gelen saldırılar, açlık, sel ve deprem gibi doğal afetler, fakirlik ya da diğer olumsuz haber konuları ile kendilerine yer bulmakta, sürekli negatif bir şekilde temsil edilmektedirler.

Medya; imaj, önyargı, düşman veya öteki tasavvurunu oluştururken, bunları Batı'nın mevcut tarihsel algısı üzerine oturtmaya çalışmaktadır. Yani metinde, toplumsal hafıza veya bilinç altındaki tarihsel tecrübesini, mevcut olan anlam ve söylem yapılarına yeni boyutlar ekleyerek yeniden dolaşıma sokmaktadır (Dağ, 2016, s. 40). İslami sembol ve figürler sadece marjinal internet sitelerinde değil, ana akım medyada da çarpıtılmakta ve tahrif edilmektedir. Haberler, tartışma programları, filmler vb. medya ürünlerinin yanı sıra siyasi ve dini konuşmalarda da İslam ve Müslümanlara dair olumsuz ve sıradan ifadeler kullanılmaktadır (Kalın, 2016, s. 449). Medya bir yandan Avrupalıların gözünde İslam dinini baskı ve şiddet ile özdeşleştirirken, Hristiyanlığı hoşgörünün ve barışın temsilcisi olarak sunmaktadır. Bu betimleme biçimi, medya tarafından sürekli tekrarlanmakta, sürekli tekrarlanan söylemler, toplumun hafızasına yerleşmekte ve böylece ortak kanaat veya önyargı haline gelmektedir (Gökçe ve Gökçe, 2015, s. 18-19).

Gerçekte dünyanın geri kalanını nasıl gördüğümüzü belirleyen Batı medyasının İslam'a ve Müslümanlara dair önyargıları, 11 Eylül sonrası bir olgunun ürünü olmadığı gibi, sadece yanlış bilgilere dayalı da değildir. Daha çok, bu önyargının kökenleri, Batı'nın kimliğini oluşturan ve söylemini şekillendirmeye devam eden İslam karşıtı oryantalist söylemin gelişmesine kadar uzanmaktadır (Chaudhry, 2016, s. 10). Bu söylemin bir yansıması olarak Avrupa kamuoyunda yerleşik bir algı olan, cinsiyetçi stereotipler de haberlerde sıklıkla kullanılmaktadır. Öyle ki "İslam", "Müslüman" veya "Ortadoğulu" kavramları salt bir dini, o dinin mensuplarını ya da coğrafi bir bölgeyi tanımlamasına rağmen, şiddet ve tehlikeye dair tahayyüllere davetiye çıkarmakta olan insanların ve mekanların coğrafi tahayyüllerini kurgulamakta,

temsil etmekte ve süreklilik sağlamaktadır (Culcasi ve Gökmen, 2012, s. 63). Mesela coğrafi açıdan medyada Orta Doğu'nun bilindik görsel argümanları kullanılarak, Filistin şallarıyla maskelenen erkeklerin bir prototip imgesi sunulmaktadır. Doğu'nun çekici, ayartıcı ve kurtarılabılır, ıslah olunabilir kadının aksine, Doğu erkeği düzeltilemez, asimile edilemez bir kimlik olarak temsil edilmektedir. Bu temsilde Doğulu erkek, Müslüman erkek ile eş anlamlı hale gelmektedir (Uluç, 2009, s. 360-361).

Doğulu erkeklerin basında temsiline benzeri ve hatta daha fazlası, İslam'da kadın konusu ele alınırken yapılmaktadır. Öyle ki olumsuz özelliklerle stereotipleştirilen kadınlar genellikle özgür olmayan, aile bağımlı/yönetimli, eğitimsiz ve geri kalmış olarak temsil edilmektedir. Müslüman kadın Avrupa basınında, örtünün altına sıkıştırılmış ya da gizlenmiş bir varlık olarak algılanmakta ve gösterilmektedir. Örtülü kadın ya da sadece "örtü", Avrupa basınındaki İslam'ın sunumunda iki şekilde gerçekleşmektedir. İlkinde ve genellikle Müslüman kadının ezilmişliğine vurgu yapılırken; ikincisinde ise Müslüman kadının ya da kadının üzerinden İslam'ın tehlikeli olduğu ve tehdit içerdiğine gönderme yapılmaktadır (Tosun, 2016, s. 263).

Avrupa basınında yerleşik algılardan birisi, Göle'nin de ifade ettiği gibi, Müslümanların yaşamlarını çevreleyen gelenek ve kuralları tanımlayan "şeriat" kavramıdır ki bu kavram sürekli kullanılmaktadır. Kavramın basitleştirilerek yani indirgemeci bir şekilde kullanıldığını ve siyasallaştırıldığını belirten Göle, hâlbuki şeriatın kaynaklarını, Kuran, hadis ve İslam hukukundan (fıkıh) aldığını ve bu bağlamda şeriatın, Müslümanların din, toplumsal ilişkiler, hukuk gibi alanlarda uymaları gereken kuralların toplamını ifade ettiğini (2015, s. 179) vurgulamaktadır. Fakat Avrupa basınında şeriat, sözde İslami terör örgütlerinin istediği yönetim şekli olup, bu yönetim şekline geçilinceye kadar cihad adı altında masum insanları öldürmeleriyle, yani terör eylemlerinin bir nedeni şeklinde kullanılmaktadır. Bu nedenle Avrupalıların belleklerine yer eden en yaygın algı, şeriatla birlikte Müslüman kimliğine yönelik "terörist" etiketidir. Kasıtlı ve bilinçli bir şekilde Batı'da gündemde tutulan "İslamcı teröristler", "kan içici köktenci Müslümanlar", "terör dini", "katil Muhammed" gibi sloganlar (Çetinkaya, 2010, s. 71), Avrupa basınında sürekli tekrarlanmaktadır. Böylelikle önyargılı Batılı medya haberlerinde, Müslüman dünyasında olumlu bir şey görmemekte, ne olduğuyla ilgili rasyonel veya kabul edilebilir açıklamalar yapmamaktadır (Gamal, 2007, s. 372).

Geisser, İslam'ın basında/medyada bu şekilde sunulmasındaki amacın, "tek bir düşünceyi hâkim kılmak" olmadığını, daha çok medyanın mücadele ve değerlerini tek bir saplantının hizmetinde araçsallaştırma eğilimi olduğunu ifade etmektedir (2010, s. 46). Bu bağlamda Batı basını, İslam hakkındaki haberleri yaparken, onu kamuoyunda artık kurumsal hale gelen konularla irtibatlandırarak ele almaktadır. Kurumsallaşan ve artık çağrışım alanları belirli olan konular arasında İslami terör (!), uyum, çatışma, fanatizm, işsizlik, terör, tehdit, dinler arası diyalog, şiddet, Ortadoğu, medeniyetler çatışması, Türkiye'nin AB üyeliği, cami inşası, Türkiye tartışması, kadınlara baskı gibi konular sayılabilir (Gökçe, 2010, s. 97). Bu gibi yerleşik konuların, genellikle haberlerde güncel konularla genellikle ilişkilendirilerek işlenmesi ve sunması bir strateji olarak değerlendirilebilir. Bu stratejileri Uluç; aşırılıkçıların görüntülerine yoğun bir şekilde yer verilmesi, araştırılan problemlere dair dar bir bakış açısının olması, genelde İslam'a ve İslami fundamentalizme ilişkin problemlerin çözümü için genel geçer çözümler önerilmesi, yanlış anlayışları engelleyebilecek ve olayları en iyi şekilde değerlendirebilecek "gerçek İslam uzmanlarının" bulunmaması (2009, s. 353) şeklinde sıralamaktadır. Fakat burada temel mesele, gerçek İslam uzmanlarının bulun(a)maması değil, Batı medyasının İslam uzmanlarını kendilerinden seçmesidir. Buna göre Müslümanlar hakkında görüşleri alınan, Afrika veya Asya doğumlu yerliler ya da Üçüncü Dünyalı Bilim insanları olan bu uzmanlar ya gayrimüslimdir ya da ismen Müslümandırlar (Ahmed, 1995, s. 56). Geisser bu uzmanlara "medyatik entelektüel" adını vermektedir. Geisser, medyatik entelektüellerin, gerçek Müslümanların yerine hayali olarak tekrar tekrar inşa edilen "İslami tehdit" ile ilgilendiklerini belirtmektedir. Bir başka deyişle, medyatik entelektüellerin anlattıkları İslam, Avrupa'da kendi halinde yaşayan Müslümanların İslam'ı değildir. On-

ların bu anlattıkları, Avrupa'nın geleceği ile ilgili kıyamet senaryoları yazarların bakış açısının bir ürünü olarak "hayali İslam"dır. Medyatik entelektüeller, esasında bir şey icat etmemiş, yalnızca 11 Eylül'den sonra güçlenen korkunun yeni uzmanlarının güvenlik eksenli söylemlerini yeniden üreterek, tekrar kullanıma hazır hale getirmişlerdir (2010, s. 49-63).

Fransız sosyolog Bruno Etienne (2003), bu İslam uzmanlarının da katkısıyla farklılıkları abartan, indirgemeci ve ayrımcı basmakalıp ifadelerle "medyatik Müslüman" tipi inşa edildiğini ve bu tipin sistematik olarak aynı duruş sergilediği görüşündedir. Etienne'ye göre, arkadan görüntülenmiş namaz kılan Müminler, tehdit sloganları ve çığlıklar atan sıkışık topluluklar, örtülü kadınlar, sakallı, ağzı açık gözleri fal taşı gibi açılmış, kendi dünyasından kopuk tipler olarak sunulmaktadır (Akt.: Geisser, 2010, s. 30). Burada Göle'nin Avrupa'da namazın görsel ve medyatik temsilinde bilhassa bütün Müslümanların aynı istikamete dönerek secde etmelerine odaklanılmasına yönelik çarpıcı tespitine değinmek yerinde olacaktır. Göle'ye göre (2015, s. 86) bu görüntü, aynı imanı paylaşan bir topluluğun, bir ümmetin, kolektif teslimiyeti olarak algılanırken; Batı bu görüntüyü seküler toplumlarına has bireysellikte bir tezatlık oluşturabilmek için özellikle vurgulamaktadır.

Avrupa medyasında/basınında oryantalizmin, Avrupa kimliğinin ve Avrupa merkezci bakış açısının etkilerini görmek mümkündür. Basında farklı kimliklerin Avrupa merkezci bir ekseninde temsil edilmesi, Avrupa'nın öteki ya da yabancı olanı nasıl gördüğü hakkında da bize ipucu vermektedir. Bu farklı kimliğin öznesi Müslümanlar olduğunda, Doğu'nun mistik ve fantastik öğeleriyle karışıklık içerisinde kadın, şiddet, terör, namaz kılan cemaat, sarıklı erkek gibi birçok argümanla harmanlanarak temsil edilmektedir. Avrupa basınının bu temsili, bir coğrafya olarak Doğu, bir din olarak İslam ve bu dinin mensupları olarak Müslümanlar hakkında okuyucuların/izleyicilerin ne tasavvur etmeleri gerektiğini dolaylı yoldan söylemektedir.

2. Çalışmanın Metodolojisi

Bu çalışmada amaç; İslam ve Müslümanlarla ilgili olay veya kararların, Batı Avrupa basınında nasıl temsil edildiğini, haberde İslamofobik söylemlerin nasıl inşa edildiğini, Müslümanların en çok yaşadığı Batı Avrupa ülkeleri olan Almanya, Fransa ve İngiltere basınında çıkan haberler üzerinden karşılaştırmalı bir analizle ortaya koymaktır.

Bu çalışmanın evrenini Batı Avrupa basını oluşturmaktadır. Fakat burada birtakım sınırlandırmalara gidilerek bütün bir kıta Avrupası'nın basınına incelemek yerine, Batı Avrupa'da Müslüman nüfusun en fazla olduğu üç ülke olan Fransa, Almanya ve İngiltere basını örneklem olarak seçilmiştir.¹ İlgili ülkelerde günlük yayın yapan ulusal gazetelerden en yüksek tiraja sahip "muhafazakâr/sağ" ile "sol" görüşten ikişer gazete seçilerek örnekleme dahil edilmiştir. Bu örneklem seçimi, hem aynı ülkede yayın yapan iki farklı görüşe sahip gazetenin aynı olayı nasıl haberleştirdiğini kendi içerisinde karşılaştırmalı olarak ortaya koyabilmeye hem de yine aynı olayın diğer ülkelerdeki sağ ve sol görüşlü gazetelerdeki kullanılan söylemlerle ülkeler bazında kıyaslayabilmeye imkân sağlayacaktır.

Fransa basınından muhafazakâr/sağ görüşü temsilen *Le Figaro* ile sol görüşü temsilen *Le Monde* gazeteleri, Almanya basınından sağ/muhafazakâr görüşe sahip *Frankfurter Allgemeine Zeitung* ile sol görüşü temsilen *Süddeutsche Zeitung* gazeteleri, İngiltere basınından ise muhafazakâr/sağ görüşe sahip *Daily Mail* ile sol fraksiyona sahip *The Guardian* gazeteleri seçilmiştir.

Çalışmaya dahil edilen haberler İslam ve Müslümanlarla ilgili olup, amaçlı örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Yukarıda bahsedilen İslamofobiyi besleyen nedenlerden; oryantalizm, teolojik, kültürel, ekonomik, politik ve terör nedenlerine karşılık geldiği düşünülen haber örnekleri üzerinden bir analiz yapılmıştır.

Buna göre oryantalizm ile ilgili 19 Mart 2015 tarihinde Afganistan'da sokak ortasında işkenceyle öldürülen Ferhunde, haber konusu olarak seçilmiş, 19-26 Mart

2015 tarihleri arasında çıkan haberler incelenmiştir. *Teolojik* nedenle ilgili olarak, 15 Mart 2019 tarihinde Brenton Tarrant'ın Yeni Zelanda'nın Christchurch kentinde Cuma namazı sırasında iki camiye saldırı düzenlemesi sonucu 50 kişinin hayatını kaybetmesi haber konusu olarak seçilmiş ve 15-22 Mart 2019 tarihleri arasında çıkan haberler incelenmiştir. *Kültürel* nedenlerle ilgili olarak Almanya'daki PEGİDA hareketi seçilmiştir. Fakat 2014'te kurulan ve kurulduğu ilk dönemlerde sık sık eylem yapan grubun en yüksek sayıya ulaştığı dönem, yani Charlie Hebdo saldırısı sonrası süreç ele alınmıştır. En kalabalık eylemlerini 12 Ocak'ta yaptıkları için 12-19 Ocak 2015 tarihleri arasındaki haberler incelenmiştir. *Ekonomik* nedenle ilgili 14 Mart 2017 tarihinde Avrupa Adalet Divanının, Avrupa'da işverenlerin çalışanlarına başörtüsü yasağı getirebileceği yönünde aldığı karar haber konusu olarak seçilmiştir. Bu bağlamda 14-21 Mart 2017 tarihleri arasında çıkan haberler analiz edilmiştir. *Politik* nedenle ilgili olarak, ABD'nin Tel Aviv Konsoloslüğünü 14 Mayıs 2018 tarihinde Kudüs'e taşıması seçilmiştir. Hatırlanacağı üzere bu olay sadece politik bir hamle olarak kalmamış, İsrail'in bu kararı protesto eden Filistinlilere ateş açması sonucu onlarca kişi yaşamını yitirmişti. Bu konuyla ilgili 14-21 Mayıs 2018 tarihleri arasında çıkan haberler incelenmiştir. *Terör* olayı ile ilgili Cezayir'in Ayn Emnas bölgesinde bulunan bir doğalgaz tesisine 16-19 Ocak 2013 tarihinde El Kaide'nin saldırı yapıp çalışanları dört gün süreyle rehin aldığı olay seçilmiştir. Bu bağlamda 16-23 Ocak 2013 tarihli haberler analiz edilmiştir.

Bu çalışmada da haber metinlerindeki ideolojik yapının ortaya konabilmesi açısından van Dijk'in haber metinleri için geliştirdiği eleştirel söylem analizi kullanılarak, Avrupa basınında Müslümanların nasıl temsil edildiği, Müslümanlar için Avrupa medyasının Avrupa merkezci bakış ekseninde nasıl bir söylem ürettiği ortaya konmaya çalışılmıştır.

1. Bulgular

Bu çalışmanın uygulamasını daha sistematik bir hale getirmek için, kuramsal kısımda ele alınan 'İslamofobiyi besleyen nedenler'den *oryantalizm*, *teolojik*, *kültürel*, *ekonomik*, *politik* ve *terör* etmenlerinden yararlanılmıştır. Böylece haber analizleri için bu nedenlere karşılık gelebilecek olaylar amaçlı örneklem yoluyla seçilmiş ve üç ülkeden toplamda altı gazetede konuyla ilgili yer alan haberler incelenmiştir. Tüm konularla ilgili toplamda 1008 haber incelenmiş ve bunlardan 103 tanesi analiz edilmeye uygun görülmüştür. Ancak burada haberlerin analizlerine yer verilemediğinden, bu analizlerden çıkan sonuçlar değerlendirilmiştir. Ne var ki her bir gazetenin örnek olaylara bakış açısı farklılık gösterdiğinden genel bir değerlendirme yapmak mümkün olmamış ve böylece her bir haber konusu kendi içerisinde ayrıca değerlendirilmiştir.

Batı Avrupa Basınına Oryantalist Bakışı: Ferhunde Olayı

Çalışmada ilk olarak, Doğulu Müslüman bir kadın olan Ferhunde'nin, 19 Mart 2015'te Afganistan - Kabil'de muska yazan bir mollayla tartışması üzerine molların, Kuran'ı yaktığına dair iftira atması üzerine büyük bir kalabalık tarafından Ferhunde'nin sokak ortasında öldürülmesinin Avrupa basınında nasıl haberleştirildiği, kendisine ne derece yer edin(ebil)diği ve nasıl temsil edildiği yayınlanan haberler üzerinden *oryantalizm* bağlamında incelenmiştir. Örnekleme dahil edilen 6 gazeteden olayla ilgili toplamda yalnızca 14 haber yayınlanmış, biri video haber olduğu için 13 haber analiz edilmiştir. Öyle ki Almanya'da sağı temsil eden *Frankfurter Allgemeine* gazetesinde olaya hiçbir şekilde yer verilmemiş, Ferhunde, gazetede olumsuz bile olsa temsil hakkına sahip olmayan bir "öteki" olarak konumlandırılmıştır. Olay, gazetelerde genel olarak 3-4 gün sonra haber olmuştur. Haberlerde, üretilmek istenen söylem resmi olmayan kaynak kişilerin, özellikle sürekli Afgan polisini suçlayan, Afganistan'da kadınların geleceği hakkında endişe duyan self oryantalist bakış açısı üzerinden kurgulanmış ve olay İslam ve Müslümanlıkla ilişkilendirilen bir anlatı çerçevesinde sunulmuştur. Ferhunde olayı ile ilgili olarak Batılı kurum ve kuruluşlardan herhangi bir kınama gelmemiş, yalnızca New York merkezli İnsan Hakları İzleme Örgütü (Human Rights Watch-HRW) "*Kabil sokaklarında korumasız bir kadının gaddarca öldürülmesi*" başlıklı oryantalist bakış açısı ekseninde bir bildiri yayınlamıştır. Rapora İngiliz *The*

Guardian gazetesi dışında yer veren olmamış; fakat bu rapora da Ferhunde'yle ilgili bir haberde kısaca yer verilmiştir. Haberlerden ortaya çıkan, Batı'nın oryantalist bakış açısının, günümüzde medya haberlerinde de kendini hissettirdiğidir. Doğulu Müslüman kadın, "öteki" olarak ya acınası bir halde temsil edilmiş ya da bir hiç olarak görüldüğünden acınacak bir halde bile temsil edilmemiştir. Halbuki böyle bir olayda mağdur Batılı bir kadın olsaydı gerek medyanın gerek Batılı kurum ve kuruluşların olaya bakışının ve tepkisinin çok farklı olacağı söylenebilir. Eleştirel söylem analizinde bir kavram, olay veya olgudan az bahsedilmesi ya da hiç ifade edilmemesi iki anlama gelmektedir. İlki söz konusu kavram, olay veya olgunun işaret ettiği gerçekliğin farkında olunmaması -ki bu Batı medyası açısından pek mümkün görünmemektedir- diğeri, bu kavram/olayın özellikle yok sayılması anlamına gelmektedir ki her iki anlamda da var olan gerçek, dışarıda bırakılmaktadır.

Teolojik Temelli Müslüman Katliamı: Yeni Zelanda Saldırıları

İslamofobiye besleyen en temel etmenlerden birisi olan *teolojik* nedenlere karşılık gelebilecek bir olay olarak, 15 Mart 2019 tarihinde Yeni Zelanda'nın Christchurch kentinde Cuma namazı vakti 51 kişinin ölümüne neden olan cami saldırıları seçilmiştir. 6 gazeteden toplamda 447 haber yayınlanmış, bunların içerisinden 22 haber seçilerek analiz edilmiştir. Çıkan sonuçlara göre; saldırganın amacı öncelikli olarak teolojik nedenlere dayanmasına rağmen, altı gazetenin beş tanesinde saldırganın "terörist" ve olayın "terör saldırısı" olmadığına dönük bir söylem inşa edilerek, olay ırkçılık, aşırı sağ görüşleri bağlamında ele alınarak meşrulaştırılmıştır. Seçilen gazeteler arasından yalnızca *Le Monde* gazetesi, temelleri eksik olmakla birlikte olayı İslamofobik olarak değerlendirmiş, saldırı için "terör saldırısı" ifadesini kullanmıştır. Yeni Zelanda devletinin en yetkili ismi olan Başbakan Jacinda Ardern tarafından olay "terör" olarak nitelendirilmesine rağmen, resmi kaynağın aktarımı bile görmezden gelindiği ya da önemsiz bir detay olarak sunulduğu görülmektedir. Fakat Fransa solu *Le Monde* ve Almanya solu *Süddeutsche Zeitung* hariç diğer gazeteler söylemlerinde, fail için "terörist", olay için "terör saldırısı" ifadelerinden özellikle kaçınmış, saldırganın Batılı beyaz bir Hristiyan olması nedeniyle "terörle" ilişkilendirilmesi açıkça reddedilmiştir. Müslümanların doğrudan öznesi olduğu saldırılarla ilgili haberlerde daima "İslamcı terörist" gibi ifadeler kullanılırken, "Hristiyan terörist" şeklinde bir ifadeye yer verilmediği gibi, bu olayda saldırganın Hristiyanlığına dair en ufak bir ima yapılmamıştır. İngiliz solu *The Guardian* ve diğer sağ görüşlü gazeteler ise saldırganı, "aşırı sağcı" ve "faşist" olarak tanımlamış hatta bazı haberde "saldırgan olduğu iddia edilen" ifadesi kullanılarak saldırganın Tarrant olduğuna dair bir meşruiyet şüphesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Ayrıca *Le Figaro*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Daily Mail* ve *The Guardian* gazeteleri haberlerinde, "ırkçı", "faşist", "aşırı sağcı" ifadelerini "terörist" söylemine tercih etmiş, mesela *Daily Mail*, saldırganın aile bireyleriyle konuşup onun "psikolojik rahatsızlıkları" olduğu yönünde bir anlatıyı haber söylemlerinde oluşturarak, saldırganın ve saldırının çok açık olan İslam karşıtı boyutunu, basit bir tabirle, "delilik" düzeyine indirgemıştır. Böyle bir indirgeme Müslümanlara hiçbir şekilde yapılmamakta, Batılı ile benzer bir saldırı yapan Müslüman'a her zaman akıl sağlığı yerinde muamelesinde bulunmaktadır. Ayrıca saldırganın tarihsel bir anlatı üzerinden organize ederek yapmış olduğu saldırısına yüklediği tarihsel İslam düşmanlığı, incelenen gazetelerin birçoğunda görmezden gelinmiş ve haber söylemlerinde bu doğrultuda bağlam bilgisinin kasıtlı bir şekilde gizlendiği görülmüştür.

Kültürel Karşıtlığın Bir Göstergesi Olarak PEGİDA Eylemleri

İslam'ın Batı değerleriyle uyuşmadığına dair bakış açısı, Avrupa kamusal alanında görünürlüğü yüksek olan camii, başörtüsü, ezan gibi dini göstergeler üzerinden sıkça tartışılmakta, İslam dininin bu sembolleri Avrupa'da özellikle sağ görüşlü bazı kesimleri rahatsız etmektedir. Bu bağlamda örgütlenen bu topluluklardan birisi de Pegida hareketinin eylemleri olup *kültürel* nedenlere

karşılık olarak ele alınmıştır. Temelde Müslümanlara karşı kültürel bir antipatinin sonucu olan Pegida'nın eylemlerinin en yoğun olduğu dönem olan 12 Ocak 2015 tarihi ve haftası seçilmiştir. Bu süreçte konuyla ilgili olarak, 6 gazetede toplamda 86 haber yayınlanmış (bu sayıya Pegida karşıtı gösteriler de dahil), bunlardan 19 tanesi seçilerek analiz edilmiştir. Seçilen gazeteler, Pegida hakkında çok farklı görüşler çerçevesinde söylem üretmişlerdir. Şöyle ki, Almanya solu *Süddeutsche Zeitung* gazetesi, Pegida'yı İslamofobik bir protesto hareketi olarak tanımlarken, söylemleri çok net olmamakla birlikte İngiliz solu *The Guardian*² da Pegida karşıtı söylemler üretmiştir. Bir yandan Pegida karşıtı söylem üreten Fransa sağ *Le Figaro*, Pegida-İspanya'yı faşizmle ilişkilendirirken, bir yandan Almanların İslam karşıtlığını, Almanya'da yapılan ve halkın %57'sinin Müslümanlardan rahatsız olduğuna dair bir araştırmanın sonuçlarıyla çerçevelemiştir. Gazetenin bu çelişkili bakış açısı hem Avrupa'da yükselen ırkçılıktan hem de genel olarak Müslümanların Avrupa'daki varlığından rahatsız olduğunu göstermektedir. Avrupa merkezci bir bağlamda Pegida için olumlu söylemler üreten gazetelerden *Le Monde*, Merkel'in Müslümanlar için sarf ettiği olumlu ifadelerle yer vermezken, *Frankfurter Allgemeine* gazetesi haberlerinde, göstericilerin açıklamalarının yanı sıra Alman bir siyaset bilimcinin Pegida'yı olumlayan röportajına yer vermiş ve böylece Alman toplumunun böyle bir harekete ihtiyacı varmış, Pegida bunu karşılamış gibi söylemsel bir çerçeve inşa ederek toplumsal yapıda kutuplaşmayı ve çatışmayı meşrulaştırmıştır. *Daily Mail* gazetesinde ise bu eylemler haklılaştırılmaya çalışılmış, yukarıda bahsedilen Almanya'daki araştırmanın sonuçları kullanılarak, bu araştırmanın Charlie Hebdo saldırısından önce yapıldığı, yani bu oranın saldırı sonrası çok daha artmış olabileceğine dair bir düşünce oluşturulmaya çalışılmıştır. Pegida'nın ırkçı ve İslamofobik tavrı göz önüne alındığında, genel olarak Avrupa basınındaki sağ görüşlü gazetelerin bu yaklaşımı olumlayan söylemler kullandığı, haberlerinde vermek istedikleri mesaj ekseninde kaynak kullandıkları dikkat çekmektedir. Haber söylemlerinde Pegida'nın eylemlerinin İslam karşıtı yönleri ve İslamofobik boyutu ele alınmaktan kaçınılmış, bu doğrultuda yanlı bir haber söylemi üzerinden eylemlerin olumlanmaya çalışıldığı görülmüştür.

Ekonomik Temelli Bir Karar: Avrupa Adalet Divanı'nın (AAD) Başörtüsü Yasağı

Avrupa'da sayıları hızla artan Müslümanların, iş ve sosyal yaşamda aktif olmaları birtakım sorunları beraberinde getirmektedir. Özellikle başörtüsü gibi dini sembollerin kullanımı laiklik ve insan hakları anlayışı ikileminde bir sorun haline getirilmiştir. Ekonomik temellere dayanan ve işverenlerin başörtülü çalışanlarına başörtüsü yasağı uygulayabileceği yönünde 14 Mart 2017 tarihinde karar alan Avrupa Adalet Divanı (AAD)'nın bu görüşünün Avrupa basınına nasıl yansıdığına bakıldığında, konuyla ilgili 6 gazetede yalnızca 14 haber yayınlanmış, bunlardan 10 tanesi analiz edilmiştir. Avrupa Adalet Divanı'nın bu kararı *Le Figaro* gazetesinde olumlu bir söylemsel çerçeve ile aktarılmış, hatta 15 Mart'ta Paris Üniversitesi'nden Prof. Jean-Luis Harovel'in kararın yeterli olmadığı yönünde görüş bildirdiğine dair bir röportaj yayınlanmış ve haber söylemi bu kaynak tercihi ile desteklenmiştir. *Le Monde* gazetesinde de haber yayınlanmamasına rağmen, 20 kadar makale ve röportajla olay tartışılmış, gazetenin genel bakışının AAD'nin başörtüsü kararını desteklediği yönde olduğu görülmüştür. Fransa basını kararın doğruluğunu adeta "laiklik" ekseninde kutsamıştır ki ülkenin laik/seküler düşünce yapısı göz önüne alındığında bu tarafgirlik daha anlamlı bir hale gelmektedir. Alman basınında da kararı olumlu karşılayan söylemler üretilmiş, *Frankfurter Allgemeine* gazetesi bunu çok açıkça belli etmezken, sol görüşlü *Süddeutsche Zeitung* gazetesi ise kararı açıkça destekleyerek yorumsamacı ifadeler kullanmıştır. Haber söyleminde evrensel insan hakları, inanç hürriyeti gibi önemli başlıklar ısrarla görmezden gelinmiştir. İngiliz gazetelerinden *Daily Mail* haberlerinde, karara karşı çıkan kaynakların söylemleriyle kararın yanlış olduğuna dair bir anlatı yapısı oluşturmuştur. *The Guardian* gazetesi ise konuyla ilgili hiçbir haber yayınlamamasına rağmen, konuyu makaleyle ele almış ve karara karşı olduğunu bu şekilde aktarmıştır.

Politik Bir Karar: ABD'nin Kudüs Büyükelçiliği'nin Açılışı

Müslümanlar için kutsal sayılan Kudüs'ün Amerika Birleşik Devletleri tarafından İsrail'in başkenti olarak tanınması ve konsolosluk binasını Kudüs'e taşıması, sonuçları

Müslümanları da etkileyen *politik* bir karardır. Açılışın ve onun beraberinde getirdiği protesto gösterilerinde öldürülen Filistinlilerin, Avrupa basınında nasıl temsil edildiğine bakıldığında, konuyla ilgili 6 gazeteden toplamda 259 haber yayınlanmıştır. Bunlardan 21 tanesi analiz edilmiştir. Fransa'dan *Le Figaro* gazetesi haberlerinde, Filistinliler lehinde bir söylem üretirken, orantısız güç kullanmakla eleştirdiği İsrail'i olumsuz bir biçimde konumlandırmıştır. *Le Monde* gazetesi ise İsrail yanlısı bir söylem kullanmış, daha çok edilgen cümle yapılarının tercih edildiği haberlerinde İsrail'in saldırılarını meşrulaştırmıştır. Filistinlilerin İsrail askerleri tarafından öldürüldüğüne dair gerçeği gizlemek adına, pasif ya da edilgen cümle yapıları kullanılmıştır. Almanya basınından *Frankfurter Allgemeine* gazetesinde Filistinliler, Hamas ile ilişkilendirilerek terörist olarak kodlanmış, *Süddeutsche Zeitung* gazetesinde ise İsrail'in kendisini savunmak zorunda olduğuna dönük İsrail'i kutsayan bir söylem haberlerin merkezine yerleştirilmiştir. Öldürülen Filistinliler ise haber söyleminde görmezden gelinmiş ya da pasif cümle yapıları ile aktarılmıştır. Bu bağlamda ölümlerin faili olan İsrail devleti, haber söyleminde gizlenmek istenmiştir. *Daily Mail* gazetesinde de benzer bir şekilde İsrail için olumsuz anlatı yapılarının kullanılmadığı ve ABD'nin açıklamalarının meşrulaştırıldığı görülmüştür. Gazete, *Süddeutsche Zeitung* gazetesinde olduğu gibi haberlerinde İsrail'i, Hamas terör örgütünün saldırılarına maruz kaldığı için kendisini savunmak zorunda olduğuna dair dramatize edici anlatı yapıları kullanmıştır. *The Guardian* ise Filistinlilerin lehine haberler yapmış ancak Hamas'a karşı söylemler üretmiştir.

İslam'a Bulaşan Terör: Cezayir'de Rehine Krizi

Batı'nın İslam karşıtlığında kullandığı en önde gelen argümanlardan biri şüphesiz terördür. İslam adı altında masum insanları katleden terör örgütleri, İslam'a en büyük zararı vermektedir. Özellikle Batılıları hedef alan bu örgütlerin saldırıları, doğrudan terör olarak nitelendirilmekte ve İslam'la ilişkilendirilmektedir. Bu çalışmada da El Kaide kökenli terör örgütünün 16 Ocak 2013 tarihinde Cezayir'de Batılılara ait olan gaz istasyonunda gerçekleştirdikleri, sonu pek çok kişinin ölümüne yol açan ve dört gün süren rehine operasyonu seçilmiş, bu olayla ilgili Avrupa medyasında çıkan haberler incelenmiştir. 6 gazeteden olayla ilgili toplamda 188 haber yayınlanmış, bunlardan 18 tanesi analiz edilmiştir. Hatırlanacağı üzere Yeni Zelanda saldırısında, saldırının öznesi için çoğu gazete terörist ifadesinden kaçınmış ve olay teolojik eksenli olmasına rağmen saldırganın Hristiyanlığı hiç dile getirilmemişti. Fakat bu olayda da benzer bir şekilde masum insanlar katledilmesine rağmen, Yeni Zelanda saldırısının tam aksine, terör örgütünün üyeleri için bütün gazetelerde "İslamcı" oldukları özellikle vurgulanmış, *Le Figaro* ve *Süddeutsche Zeitung* gazetelerinde "İslamcı terörist" ifadeleri sıklıkla kullanılmıştır. *Le Figaro*'nun rehinelere iyi davranıldığıyla ilgili haberinde örgüt üyelerine "İslamcı terörist" söyleminin yerine "El Kaide'ye bağlı grup" ifadesini kullandığı dikkat çekmiştir. Haberde, genel bir ifade olan ve tüm Müslümanları zan altında bırakan "İslamcı teröristler" in insani davrandıkları meşrulaştırılmak yerine bunu daha lokal bir düzeyde "El Kaide" üzerinden meşrulaştırmak tercih edilmiştir. Haberlerin genelinde "İslamcı terör/ist" söyleminin yerine her Müslümanı potansiyel bir suçlu, bir terörist olarak gösteren "İslamcılar", "Radikal İslamcılar", "İslamcı grup" gibi ifadelerin kullanıldığı dikkat çekmiştir. Ne var ki çalışmada analiz edilen diğer haberlerde gazeteler farklı konular için farklı söylemler üretmesine rağmen bu 6 gazete, yalnızca konu El-Kaide'nin yaptığı bir saldırı olduğunda aynı tanımlamayı kullanmıştır: "İslamcı terör/ist". Batı medyasında Müslümanların, İslam'ın temel mantalitesine aykırı olan "terör" ile ilişkilendirilmesi, Hristiyanlar açısından İslamofobik olmak için neredeyse yeterli bir neden haline gelmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada sonuç olarak, Avrupa basınından örnekleme dahil edilen bu gazetelerden elde edilen bulgulara göre, İslam ve Müslümanlarla ilgili olay veya kararların gazetelerin yayın politikalarına göre farklılaşan haber söylemleri üretmeleri dikkat çekmiştir. Eğer Müslümanlar, herhangi bir olay veya kararın öznesi durumundaysa ya doğrudan negatif olarak temsil edilmekte ya da olumsuz argümanlarla ilişkilendirilerek dolaylı olarak negatif bir şekilde temsil edilmektedir. Fakat Müslümanlar bir olayın parçası, yani edilgen bir konumda ise genelde ya kurbanlaştırılarak dramatik bir söylem üretilmekte ya da minimize edilmekte veya yok sayılmaktadır. Bu bağlamda aynı olayı, farklı açılardan ele alıp kurgulayan her bir gazete, haber söyleminin oluşumunda ideolojik farklılığını ön planda tutmuştur. Esasında var olan bir gerçekliğin belli bir üretim aşamasından geçirilerek haber metinlerinde yeniden üretilme sürecinde, gazetelerin yayın politikaları kadar toplumsal konjonktürü belirleyen egemen ideolojinin de etkisinin olduğu yapılan bu haber analizlerinden anlaşılmıştır. Halbuki diğer dinlere yönelik, sistematik olarak kullanılan İslamofobi benzeri bir söylem bulunmamaktadır. Müslümanlar bununla mücadele etmede çok yetersiz kalırken, İslamofobi benzeri ayrılıkçı bir düşünce olan Anti-Semitizm'e maruz kalan Yahudilere yönelik söylemlerde Yahudi lobisi bununla mücadele edecek bir güce sahiptir. Örneğin 25 Nisan 2019 tarihinde *The New York Times* gazetesinde İsrail karşıtı bir karikatür yayınlanması, gazetenin yayın politikasını değiştirmesine neden olmuş, gelen tepkiler üzerine gazete, yirmi yıllık karikatüristi Patrick Chappate'nin işine son vererek gazetenin bundan sonra siyasi karikatür yayınlamama kararı aldığı duyurulmuştur.

Bu çalışma Batı Avrupa basınındaki İslamofobi söylemini esas almış ve haberlerde kullanılan ötekileştirici, ayrıştırıcı dil analiz edilmiştir. Ne var ki İslamofobi söylemi ve hatta eylemi yalnızca medya/basın alanında değil, hayatın pek çok alanında kendini göstermekte, bu durum Müslümanlar açısından büyük sorun teşkil etmektedir. Bunların en başında politik mecradaki İslam karşıtlığının geldiği söylenebilir. Öyle ki özellikle son dönemlerde Avrupa'da yükselişe geçen aşırı sağ siyasi partiler, seçim kampanyalarında Müslüman karşıtlığını propaganda aracı olarak kullanmakta ve İslam karşıtı kampanyalar yürütmektedirler. Tabii bu propaganda Avrupa halkı tarafından da içselleştirilmekte ve ortaya birtakım İslam karşıtı eylemler çıkmaktadır. Bunlara örnek olarak 2019 yılının Ramazan ayının son günlerinde Danimarka'da aşırı sağcıların, iftar yapan Müslümanların önünde Kuran yakmaları ya da yine aynı dönemlerde "Norveç'in İslamlaşmasını Durdurun (Stop Islamisation of Norway-SION)" hareketinin Norveç'te İslam'ın yasaklanmasını istedikleri gösteride Kuran'ı yere fırlatmaları gösterilebilir. Bu tarz eylemler hiç bitmeyecek olsa da bir başka önemli temel bir meselenin de bu sorunların "İslamofobik hareket" olarak değil, "aşırı sağcı bir tepki" olarak nitelendirilmesidir. Böyle bir ayrımın yapılmaması, Müslümanlara veya İslam'a yönelik herhangi bir olay veya saldırı için kolay kolay olayın İslamofobik olduğuna dair bir tanımlama yapılmamasını beraberinde getirmektedir. Fakat 2015 yılında ABD'de üç Müslüman gencin evlerinde öldürülmesinden 4 yıl sonra Durham bölge savcısı tarafından olayın geç de olsa İslamofobik çerçevede değerlendirilmesi gibi bazı istisnai durumların ortaya çıktığı belirtilmelidir.

Bundan sonra yapılacak çalışmalarda, girişte de bahsedildiği üzere İslam karşıtlığının Batı Avrupa ülkelerine farklı bir seyir izlediği, Doğu Avrupa ülkeleri ile Batı Avrupa'nın haber söylemleri üzerinden karşılaştırılabilir. Böyle bir çalışma, hem tarihsel süreçte Müslümanlarla birlikte yaşamayı hem de komünizmi tecrübe etmiş Doğu Avrupa'nın medya söylemiyle, topraklarına işçi, göçmen olarak gelen ve zamanla kalıcı hale gelen Müslümanlara yönelik Batı Avrupa'nın medya söylemleri arasında ne gibi anlamsal farklılıklar olduğunu ortaya koyacaktır. Ayrıca haberlerin yalnızca üretim aşaması değil, Avrupa basınında üretilen İslamofobinin, okuyucu/izleyici tarafından nasıl alımlandığının araştırılması, Batı mediasında İslamofobinin üretildiği kadar tüketilip tüketilmediği noktasında da önemli veriler sağlayacaktır.

İleriki çalışmalar için bir başka öneri de Batı'nın diğer bir yakası olan Müslümanları sosyo-ekonomik açıdan tartışan ABD medyasına yönelik benzer bir çalışmanın yapılabilmesidir. Fakat Müslümanların yalnızca sosyo-ekonomik temelli değerlendirilmeleri, çalışmanın teorisi için yeterli değildir. Çünkü ekonomik temelli olan ve sistematik olarak işleyen İslamofobi endüstrisinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Son Notlar

¹ PEW Araştırma Şirketi'nin yayınladığı raporda 2010'da 19,5 milyon, 2017 itibarıyla 25,8 milyon Müslümanın yaşadığı Avrupa'da, en fazla Müslüman nüfusa sahip ülkeler sırasıyla Fransa, Almanya ve İngiltere olup Fransa'da 5.720.000, Almanya'da 4.950.000 ve İngiltere'de 4.130.000 Müslüman nüfus bulunmaktadır.

² *The Guardian* gazetesindeki Pegida haberlerinde açıkça karşıt bir söylem kullanılmamakla birlikte, makalelerde Pegida'ya yönelik ciddi eleştirilerin olduğu görülmektedir. Örneğin bunun için Timothy Garton Ash tarafından yazılan "Almanya'nın İslam karşıtı hareketi Pegida öldürmemiz gereken bir vampir" başlıklı makalesine bakılabilir. (<https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/jan/18/germany-xenophobic-anti-islamic-pegida-france>)

Kaynakça

- Ahmed, A. (1994). Medya Moğolları Bağdat kapısında. *Umran Dergisi*, Mart-Nisan, 13-16.
- Ahmed, A. (1995). *Postmodernizm ve İslam*. (Çeviren: O. Deniztekin) İstanbul: Cep Kitapları.
- Aktay, Y. (2006). Her karşılaşmanın iki yanı vardır. *Marife: Bilimsel Birikim*, 6(3), 427-436.
- Ali, M., Mohideen, H., ve Mohideen, S. (2008). The language of Islamophobia in internet articles. *Intellectual Discourse*, 16(1), 73-87.
- Alver, F. (2003). *Basında yabancı tasarımı ve yabancı düşmanlığı*. İstanbul: Der Yayınları.
- Aydın, F. (2011). *Batı İslam algısının arkeolojisi*. Ankara: Eskiye Yayınları.
- Aydın, M. Z. ve Yardım, M. (2008). Belçika'da İslamofobi ve Müslümanlara yönelik ayrımcılık. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(1), 7-32.
- Bauman, Z. (2013). *Postmodernizm ve hoşnutsuzlukları*. (Çeviren: İ. Türkmen), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bennet, W. L. (2000). *Politik illüzyon ve medya*. (Çeviren: S. Say). İstanbul: Nehir Yayınları.
- Bulut, Y. (2002). *Oryantalizmin eleştirel kısa tarihi*. İstanbul: Yöneliş Yayınları.
- Cesari, J. (2015). Batı'da İslamofobi: Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri arasında bir mukayese. (Editörler: J. Esposito ve İ. Kalın). *İslamofobi: 21. Yüzyılda Çoğulculuk Sorunu*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Chaudhry, A. A. (2016). How do the media fuel Islamophobia?. *Media Development*, Issue 2, 6-10.
- Creutz-Kämppe, K. (2008). The othering of Islam in a European context. *Nordicom Review*, 29(2), 295-308.
- Cuayyıt, H. (1995). *Avrupa ve İslam*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Culcası, K. ve Gökmen, M. (2012). Tehlikenin çehresi: Amerikan medyasının Arap, Müslüman ve Ortadoğulu temsillerinde sakal. (Editörler: N. Anaz ve M. Özkan). *Batı Medyasının Ortadoğu Tasavvuru*. İstanbul: İlke Yayınları, 57-82.
- Çelenk, S. (2010). Ayrımcılık ve medya. (Editörler: B. Çaplı ve H. Tuncel). *Televizyon Haberciliğinde Etik Sorunlar*. Ankara: Fersa Yayıncılık, 211-228.

- Çetinkaya, B. A. (2010). Batı'da Hz. Muhammed üzerinden İslamofobinin yansımaları-İslamofobinin felsefi kökenleri. İslamofobi: Kolektif Bir Korkunun Anatomisi Sempozyumu, 30 Nisan-1 Mayıs 2010 Sivas, Ankara: Ankamat Matbaacılık, 39-74.
- Dağ, A. (2016). İslamofobia: Hegemonya'yı derinleştirme ve bir hegemonya projesi olarak Euro-İslam. 1. Uluslararası Sosyal Bilimler ve Müslümanlar Kongresi Bildiriler Kitabı, Konya, 35-47.
- Derrida, J. ve Şerif, M. (2016). İslam ve Batı üzerine bir konuşma. (Çeviren: S. Kavuncu). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Dursun, Ç. (2007). Hak haberciliğinin doğası ve olanağı. (Derleyen: S. Alankuş). İnsan Hakları Haberciliği. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Ergül, E. (2015). İslamofobi olgusu bağlamında terörle mücadele dili ve politikaları. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi (TAAD)*, 6(22), 299-335.
- Esposito, J. (2002). *İslam tehdidi efsanesi*. (Çeviren: Ö. Baldık, A. Köse ve T. Küçükcan). İstanbul: Ufuk Kitapları.
- Gamal M. M. M. (2007). Correcting the image of Islam and Muslims in the West: Challenges and opportunities for Islamic universities and organizations. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 27(3), 371-386.
- Geisser, V. (2010). *İslamofobi*. İstanbul: Ufuk Kitaplar.
- Gökçe, O. (2010). Avrupa medyasının ve kamuoyunun İslam algısı, İslamofobi: Kolektif Bir Korkunun Anatomisi Sempozyumu, 30 Nisan-1 Mayıs 2010 Sivas, Ankamat Matbaacılık: Ankara, 95-112.
- Gökçe, O. ve Gökçe, G. (2015). *İslam ve Avrupa: 21. Yüzyıl Avrupa'sında İslam Algısı*. Çizgi Kitabevi: Konya.
- Göle, N. (2015). *Gündelik yaşamda Avrupalı Müslümanlar*, (Çeviren: Z. Cunillera). Metis Yayınları: İstanbul.
- Kalın, İ. (2008). *İslam ve batı*. İsam Yayınları: İstanbul.
- Kalın, İ. (2016). *Ben, öteki ve ötesi*. İnsan Yayınları: İstanbul.
- Kearney, R. (2012). *Yabancılar, Tanrılar ve canavarlar ötekiliği yorumlamak*, (Çeviren: B. Özkul). Metis Yayınları: İstanbul.
- Kepenek, B. (2016). Güncel raporlar ışığında Avrupa'da İslam düşmanlığı. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 68-73.
- Keyman, F. (1999). Farklılığa direnmek: Uluslararası ilişkiler kuramında 'öteki' sorunu. *Oryantalizm, Hegemonya ve Kültürel Fark*, (Derleyenler: F. Keyman, M. Mutman, M. Yeğenoğlu). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Kirman, M. A. (2010). İslamofobinin kökenleri: Batılı mı Doğulu mu? *İslami Araştırmalar Dergisi*, 21(1), 21-39.
- Korkut, Ş. (2008). Batı düşüncesinde İslam ve Hz. Muhammed (s.a.s.) imajı, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 34(1), 5-54.
- Küçükcan, T. (2014). *Avrupa, Müslümanlar ve İslamofobi*. http://insamer.com/tr/avrupa-muslumanlar-veislamofobi_102.htm, Erişim, 9.11. 2017.
- Lewis, B. (2014). *Çatışan kültürler keşifler çağında Hristiyanlar, Müslümanlar, Yahudiler*. (Çeviren: N. Elhüseyni). Tarih Vakfı Yurt Yayınları: İstanbul.
- Moreno, L. (2010). Fearing the future: Islamophobia in central Europe. *The New Presence*, (4), 73-80.
- Said, E. (2000). *Haberler ağında İslam*. Babil Yayınları: İstanbul.

- Samur, H. (2016). Avrupa'daki İslamofobinin 'Avrupalı' sebepleri. *Mukaddime*, 7(2), 295-319.
- Selçuk, S. S. (2011). *Küresel dönüşümün kimlik boyutu: "Öteki"nin inşası*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Süphandağı, İ. (2004). *Batı ve İslam arasında oryantalizm*. Gelenek Yayınları: İstanbul.
- Şimşek E., Özer, Ö. ve Şimşek, A. (2012). Haber kuramı bağlamında düşman medya etkisi: Basında yer alan futbolda şike haberlerinin farklı takımların taraftarlarınca algılanışı. *Haberin Doğası*. (Editör: Ö. Özer). Literatürk Yayınları: İstanbul, 43-118.
- Takiş, T. (2011). Oryantalizm üzerine tezler. *Doğu Batı*. 1(20), 9-10.
- Tekeli, İ. (1998). Tarih yazıcılığı ve öteki kavramı üzerine düşünceler. *Tarih Eğitimi ve Tarihte "Öteki" Sorunu*. 1-6.
- Tosun, C. (2016). Alman medyasında Müslüman kadın algısı. *Dini Araştırmalar Kadın Özel Sayısı*. 255-269.
- Uluç, G. (2009). *Medya ve Oryantalizm*. Anahtar Kitaplar: İstanbul.
- Ünür, E. (2013). Görünmeyen kimlikler: Öteki kimliği bağlamında 'Kayıp Şehir' dizisinin analizi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8,(2), 251-273.
- van Dijk, T. (2005). Söylemin yapıları ve iktidarın yapıları. *Medya İktidar İdeoloji*, (Derleyen ve Çeviren: M. Küçük). Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara, 315-376.
- Waardenburg, J. (2008). *Muslims and others: Relations in context*. De Gruyter, Inc.

MEDIAD

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

Islam and Muslims as an Other of the West: The Representation of Islamophobia in the Western European Media

F. Betül AYDIN VAROL

Extended Abstract

Today, the media is one of the most popular media in which Islamophobia is produced and circulated in the West. After the September 11 attacks, intensive Islamophobia production began not only in the American media but also in the European media and especially in the news industry through international news agencies. Islam and Muslims have been represented in the media in an incomplete, incorrect or biased manner. Although Islamophobia discourses of the media in the West are similar, Muslims in Europe and America are associated with different phenomena.

Muslims in continental Europe, as Cesari puts it, is most often associated with the problem of radicalization and terrorism. The study will examine the European press due to the linking of Muslims to the problem of radicalization and terrorism and the deep-rooted relations of continental Europe with Islam from the past. In the media, it can be said that the greatest task in making Muslims marginalized through terrorism and radicalization in Europe. Today, we are constantly bombarded with news, pictures, images and messages.

Based on the thesis that the media “Tells the audience not what to think but what to think about”, it can be said that the media has greatly influenced and directed what the reader should think about the news about Islam. In this context, the use of anti-Islamic arguments directly or indirectly in media content leads to the consolidation of Islamophobia. Especially since the September 11 attacks, Muslims have been either unilaterally or often negatively represented in the media, but in some negative situations they have no chance of a representation at all.

In this study; The aim of the course is to provide a comparative analysis on the news published in the press about the events or decisions about Islam and Muslims in the Western European press, how Islamophobic discourse is built in the news, and the Western European countries where Muslims live the most.

The universe of this study is the Western European press. However, instead of examining the press of an entire continental Europe with some restrictions, the three countries with the largest Muslim population in Western Europe were selected as samples. In the report published by the PEW Research Company, 19.5 million Muslims in 2010 and 25.8 million Muslims in 2017, the countries with the highest Muslim population are France, Germany, and England respectively. There are 5,720,000 Muslims in France, 4,950,000 in Germany and 4,130,000 in the UK.

There are dozens of newspapers published daily in the countries included in the sample. Here, the universe was narrowed and two newspapers from the conservative/right and left views with the highest circulation were selected and included in the sample. This sample selection will enable us to make a comparative analysis of how the two different views of the same country are communicating the same event

and to compare the same event with the discourses used in the right and left-wing newspapers in other countries.

From the French press; Le Figaro newspapers representing the conservative/right view, Le Monde newspapers representing the left view, Frankfurter Allgemeine Zeitung with the right/conservative view from the German press, Süddeutsche Zeitung newspapers with the left view from the German press, and the left-wing newspaper The Guardian with the conservative/right view from the German press. It was selected.

The news included in the study is about Islam and Muslims and was selected with the purposeful sampling method. In the theoretical part of the study, an analysis was made on the news samples which are thought to correspond to the reasons for orientalism, theological, cultural, economic, political and terror discussed under the title of Neden Reasons Feeding Islamophobia from the Past to the Present.

According to this, Ferhunde, who was killed by torture in the middle of the street in Afghanistan on March 19, 2015, was selected as the subject of the news and the news published between 19-26 March 2015 was examined. For the theological reason, Brenton Tarrant's attack on two mosques during the Friday prayer in Christchurch, New Zealand on March 15, 2019, was chosen as the subject of the news and the news published between 15-22 March 2019 were analyzed. The PEGIDA movement in Germany has been chosen as a news item for cultural reasons. However, the period in which the group, which was founded in early 2014 and frequently performed in the early periods of its establishment, reached the highest number, the process after the Charlie Hebdo attack, was examined. The news of the period between January 12 and 19, 2015 were examined because they carried out their most crowded actions on 12 January. For economic reasons, the decision of the European Court of Justice on 14 March 2017 that employers in Europe could impose a headscarf ban on their employees was selected as the subject of the news. In this context, the news published between 14-21 March 2017 were analyzed.

For political reasons, the US was chosen to move the Consulate of Telaviv to Jerusalem on May 14, 2018. As it will be remembered, this event was not only a political move, but dozens died when Israel opened fire on Palestinians protesting the decision. The news about this subject between 14-21 May 2018 was analyzed. On 16-19 January 2013, Al Qaeda attacked a natural gas facility in the Ayn Emnas region of Algeria and took the workers hostage for four days. News of 16-23 January 2013 were examined. The news was used by van Dijk's critical discourse analysis on news analysis.

According to the results of the study, it is noteworthy that the events or decisions about Islam and Muslims produce news discourses that differ according to the newspapers' publication policies. If Muslims are the subject of any event or decision, they are either directly represented as negative or indirectly represented by negative arguments. However, if Muslims are part of an event, that is, in a passive position, they are often either sacrificed to produce dramatic discourse or are minimized or ignored.

MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2019, 2(2), 237-266

Geliş: 02.11.2019 | Kabul: 13.11.2019 | Yayın: 31.12. 2019

Türkiye’de Kamu Hizmeti Yayıncılığı Açısından Dinî Temalı TV Programları ve Diyanet TV Program Türleri Üzerine Bir İnceleme

Mustafa ÇUHADAR*



Öz

Diyanet İşleri Başkanlığı televizyon yayınları üretmeye/ürettirmeye 1987 yılında başlamıştır. 1990’lı yıllarda tecimsel televizyonların ortaya çıkmasıyla birlikte Diyanet İşleri Başkanlığının örgütlenmesi, tekniği, yayın içeriği, planlama ve denetimlerinin bizatihi kendi eliyle yürütüleceği, müstakil televizyon yayıncılığı yapması talebi, bizatihi kurum tarafından gündeme getirilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmanın konusunu, kamu hizmeti anlayışı bakımından dinî temalı programlar oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışmada kamu hizmeti yayıncılığını yerine getiren TRT’deki dinî temalı programların tarihçesine ve söz konusu programlarla ilgili tartışmalara yer verilecek ve kamu hizmeti yayıncılığında yeni bir dönemi başlatan Diyanet TV’nin yayın içerikleri ile program türleri ele alınacaktır. Bu bakımdan araştırmanın temel problemini, kamu hizmeti yayıncılığı açısından Diyanet TV’nin program türleri oluşturmaktadır. Buna bağlı olarak çalışmanın evreni Diyanet TV’de yayınlanan programlardır. Çalışmanın kapsamı 2019 yılının ilk 6 ayı ile sınırlandırılmış ve 1 Temmuz 2019 tarihinden sonra yayınlanan programlar kapsam dışında bırakılmıştır. Çalışma evreninden sistematik rastlantısal örneklem yoluyla seçilen 15-31 Ocak 2019, 15-31 Mart 2019 ve 15-30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki programlar analiz edilmiştir. Bu programlar öncelikle Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından hazırlanan “Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları Rehberi” esas alınarak incelenmiş; ardından Diyanet TV’nin hangi tanımlamalarla programları türlere ayırdığı betimsel analizle değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Diyanet TV, Din ve Ahlak Programları, Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Dinî Kamu Hizmeti Yayıncılığı

An Analysis of Religion-Themed TV Programmes and Types of Programmes on Diyanet TV in Terms of Public Service Broadcasting in Turkey

Abstract

The Presidency of Religious Affairs began producing television broadcasts / having them produced in 1987. With the emergence of commercial televisions in the 1990s, the Presidency of Religious Affairs officially voiced its request for doing independent television broadcasting with the exclusive authority to decide on its organization, technical details, broadcast content, planning, and inspection. This study, therefore, focuses on religion-themed programs within the framework of public service. This study deals with the history of, and discussions about, the religion-themed programs broadcast on the Turkish public service broadcaster TRT, as well as the broadcast contents and the types of programs on Diyanet TV, the establishment of which has marked a new era in public service broadcasting. The research question of this study, therefore, is centered around the types of programs on Diyanet TV from the perspective of public service broadcasting. Accordingly, the target domain of this study is the programs broadcast on Diyanet TV. The scope of the study covers the first 6 months of 2019 and the programs broadcast after 1 July 2019 are not included in this study. The systematic random sampling is used to select and analyze programs between 15-31 January 2019, 15-31 March 2019, and 15-30 June 2019 in the study population. These programs were examined with reference to the “Codes, Definitions, and Categorizations of Programmes Broadcast” issued by the Turkish Radio and Television Supreme Council, and the descriptive analysis was conducted to determine how Diyanet TV classified its programs.

Keywords: Diyanet TV, Religious and Moral TV Programmes, Public Service Broadcasting, Religious Public Service Broadcasting

ATIF: Çuhadar, M. (2019). Türkiye’de kamu hizmeti yayıncılığı açısından dinî temalı TV programları ve Diyanet TV program türleri üzerine bir inceleme. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(2), s. 237-266.

Giriş

Televizyon sistemlerinin uygulanması, bilindiği gibi amaçlara, ülke koşullarına göre çeşitlilik göstermektedir. Bazı ülkelerde televizyon sistemlerinin uygulanması, özel girişimciliğin devlet veya bir kuruluş aracılığıyla denetlenmesi şeklinde sürdürülürken, başka ülkelerde yalnızca kamu kuruluşu olarak yayın yapan televizyon sistemleri bulunmaktadır. Bunun dışında kimi ülkelerde de hem kamu kuruluşları hem de özel kuruluşların yayın yaptığı sistemler benimsenmiştir. Türkiye’de 31 Ocak 1968 tarihinden itibaren kamu kuruluşu biçiminde sürdürülen televizyon yayıncılığında, 1990’lardan itibaren tecimsel televizyon kuruluşlarının da yayına başlamasıyla ikili sistem uygulamasına geçilmiştir. Kamu kuruluşu olan televizyonlardan, devlet tarafından kamu hizmeti olarak kabul edilen görevlerin yerine getirmesi beklenir. Bunlar eğitim, öğretim ve haber vermek gibi görevlerdir. Özel, ticari kaygı güden kuruluşlar ile kamu yayıncısı kuruluşlar arasında kuruluş, anlayış, işleyiş, amaç ve hedefler bakımından farklılıklar bulunmaktadır. Söz gelimi, özel televizyon kuruluşlarında serbest piyasanın etkileri görülmekte; yatırımcı nazarıyla bakıldığında tecimsel kaygıların ön planda tutulduğu bilinmektedir (Öztürk, 1996, s. 1088).

Yaylagül’ün belirttiği gibi günümüzde medyanın bir parçası olan televizyon “ticari” ve “kamu kurumu” şeklindeki örgütlenmeleriyle temel kurumlardan biri haline gelmiştir. Bu kuruluşların amacı, örgütlenme biçimine göre para kazanmak, kitleleri belirli düşünce ve davranış kalıplarına yöneltmek ya da bunların hepsi birden olabilir (Yaylagül, 2018, s. 16). Bununla birlikte “kamu kurumu” ya da “şirketlerin” yönettiği televizyonlar, genel olarak “kamu hizmeti yayıncısı” ve “özel-tecimsel yayıncı” şeklinde ikiye ayrılmakta ve bu ayrım, yayınlanan program ve yapım türlerinde, program formatlarında kendini göstermektedir. Dolayısıyla dinî içerikli yayınlar açısından, kamu hizmeti yayıncılığı ile tecimsel yayıncılık arasında belirgin farklar bulunduğu söylenebilir.

“Kamusal televizyon” ve “Özel-tecimsel televizyon” ayrımı, Türkiye’de 1990’lı yıllara denk düşmektedir. Çünkü bu tarihlere kadar, yasal düzenlemelere bağlı olarak radyo ve televizyon yayını yapma yetkisi Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’na aittir. 1990’lı yıllarda tecimsel televizyonların ortaya çıkışıyla beraber Diyanet İşleri Başkanlığı’nın da bu alana dâhil olma talepleri gündeme gelmiştir. Ancak hukuki gerekçelerle bu talebin gerçekleşmesi mümkün olmamış, Diyanet görsel-işitsel yayıncılık açısından “içerik üreten”, “katılımcı”, “başvuru yapılan” veya “kaynak olarak görülen” kurum düzeyiyle sınırlı kalmıştır. 2012 yılında TRT ile işbirliği halinde yayın yapan “TRT Diyanet” kanalıyla bu düzeyi değiştiren bir uygulama başlatılmış ve nihayetinde 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren “Diyanet TV” ismiyle, Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yönetilen bir televizyon kanalı hizmet vermeye başlamıştır.

Bu bakımdan, kamu hizmeti yayıncılığındaki dinî temalı televizyon programlarının yerini belirlemek ve “dinî kamu hizmeti yayıncılığındaki” program türlerini ortaya çıkarmak çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Diyanet TV’nin yeniliği sebebiyle, ilk yayın yılındaki program türlerini belirlemek, çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Diğer yandan “TRT Diyanet” veya “Diyanet TV” yayınları hakkında, literatürde yeterince çalışma bulunmadığı gözlemlenmiştir. Çalışma sırasında kanalın kurumsallaşma süreci, kanal kimliği, kurumsal yapısı, bazı program içerikleri ve TRT ile yapılan protokolleri içeren uzmanlık tezi (Koçyiğit, 2016) ile TRT Diyanet’te canlı olarak yayınlanan “Diyanet’e Soralım” programı hakkında bir yüksek lisans tezine rastlanmıştır. Bu tez, Diyanet’e Soralım programdaki sorular ışığında Türk halk dindarlığını tespit etmek amacıyla yapılmıştır (Kaya, 2019). Bu çerçevede çalışmanın literatüre nicelik ve kapsam bakımından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu bakımdan araştırmanın temel problemini, kamu hizmeti yayıncılığı açısından Diyanet TV’nin yayın içerikleri ve program türleri oluşturmaktadır. Bu probleme bağlı olarak, çalışmada şu sorulara cevap aranacaktır:

- Diyanet TV’de yayınlanan program türleri arasında yalnızca din ve ahlak kategorisindeki programlar mı bulunmaktadır?
- Eğlence program türleri arasında yer alan magazin, reality show, kuşak vb. programlara yer verilmekte midir?
- Programların arasında reklam bulunmakta mıdır veya reklam bandı yayınlanmakta mıdır?
- Dinî sohbet programları, program türleri arasında ne kadar yer almaktadır?

Bu sorular etrafında, Diyanet TV’nin müstakil yayıncılığa başladığı ilk yayın günlerinden itibaren, sistematik rastlantısal örneklem yoluyla 3 ayrı tarih arasındaki yayın akışları incelenmiştir. Çalışmada 15-31 Ocak 2019, 15-31 Mart 2019 ve 15-30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki yayın akışları analiz edilerek, kamu hizmeti yayıncılığı açısından Diyanet TV’de yayınlanan program türlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışma esnasında program türlerini tespit edebilmek amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından hazırlanan “Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları Rehberi” esas alınmıştır. Diğer taraftan çalışmanın kapsamı içerisinde bulunan programların kanal tarafından hangi tanımlarla (din-ahlak, aktüel, belgesel, çocuk vb.) ekrana getirildiği belirlenmiş ve programlar buna göre de incelenmiştir.

Kamu Hizmeti Yayıncısı TRT’de Din ve Ahlak Programları

Televizyon yayıncılığı Türkiye’de 31 Ocak 1968 tarihinde kamu hizmeti anlayışıyla başlamıştır. İlk yayın gününde, saat 19.15’te başlayarak yaklaşık 2 saat televizyon yayını yapan TRT, bu başlangıcın ardından Neil Armstrong ile Edwin Aldrin’in uzay yürüyüşünden köylere yönelik yayınlara; yarışma programlarından konserlere; spor müsabakalarından reklamlara varana kadar pek çok içerik yayınlamıştır (Akıllıoğlu ve diğerleri, 1990, s. 30-42). Ancak bu süre zarfında “dinî” temalı program yapılmadığı bilinmektedir. Kuruluşundan 6 yıl sonra 1974 yılında TRT tarihinde bir ilk gerçekleşmiş ve televizyonda ilk kez, Kadir gecesinde İstanbul’daki bir camiden naklen yayın yapılmıştır (Tuğrul, 1975, s. 243). Simgesel olarak son derece önemli bir yere sahip olan Maltepe Camii’nden, Kıbrıs Barış Harekâtı nedeniyle halkın moralini yükseltme amacıyla, kamu menfaati düşünülerek yapılan bu yayın (Çamdereli, 2019, s. 71), kamu hizmeti yayıncısı TRT’de dinî içerikli yayınlar için bir milat olmuştur (Cankaya, 2015, s. 144). Ayrıca yine aynı yılda, dinî içerikli bir yayın olarak “Hac” naklen yayını gerçekleştirilmiştir (Demirbaş, 2003, s. 537). Ancak bugünkü anlamıyla dinî yayınların kurumsallaşması ve sürekliliği olan program türleri arasında yer alması daha sonraki dönemlerde sağlanmıştır. Kamu hizmeti açısından dinî yayınların mahiyetini aktarmak amacıyla bu dönemlere temas etmekte fayda bulunmaktadır.

Tarih 29 Ağustos 1975’i gösterdiğinde, Ramazan ayı dolayısıyla televizyonda “İftar Saati” kuşak yayını yapılmasına karar verilmiş (Akıllıoğlu ve diğerleri, 1990, s. 45), 1976’da televizyonda Ramazan süresince her gün 20 dakikalık bir “İftar Programı” konulmasına ve bu programda Kur’an okunmasına, Türkçe açıklama yapılmasına ve dinî musiki örnekleri sunulmasına karar verilmiştir. Ancak bu programların yayına alınmasının yanı sıra Ramazan ayının anlamına uygun “seviyeli programlara” yer verilmesi de öngörülmüştür (Cankaya, 2015, s. 152).

Ancak, bu programların yayın hayatına başlaması, kimi tartışmaları da beraberinde getirmiştir. İlk programları yaptıran dönemin Genel Müdürü Nevzat Yalçıntaş’a göre bu programlar “çok şiddetli bir iç dirençle karşılaşmıştır. Öyle ki TRT Yönetim Kurulundaki bazı üyeler, televizyonda *dinî program yapılmaması gerektiğini savunarak radyodaki dinî yayınlarla yetinilmesini teklif etmişlerdir*” (Yalçıntaş, 1995, s. 403). Dinî yayınlara karşı gösterilen direncin, yalnızca yönetimle sınırlı olmadığı, “dinî içerikli programların laiklik ilkelerine aykırılığını gerekçe gösteren bir şube müdürünün istifasıyla da (Cankaya, 2015, s. 152) anlaşılabilir. Gülizar, Şaban Karataş’ın genel müdürlük döneminde (19 Ocak 1976 – 22 Haziran 1977), görgü ve bilgi artırmak amacıyla kimi programların yayından kaldırılırken yerlerine, aralarında “Kur’an Okuma Yarışması” ve “Fetih” gibi dinî içerikli programların da bulunduğu programların yayın akışına konul-

duğunu ifade etmektedir (Gülizar, 2008, s. 139). Dolayısıyla 1975-76 yıllarında dinî program yayınlama iradesinin ekrana yansıdığını, ancak kimi tartışmaların da gündeme geldiğini söylemek mümkündür.

Diğer yandan 1976 yılında TRT’de yaşanarak kaynaklara giren bir olay dinî temalı yayınlara yaklaşımı göstermesi bakımından daha ilginç bir örnek olarak gösterilebilir. 10-11 Mayıs 1976 tarihinde, İslam ülkeleri radyo ve televizyon genel müdürleri toplantısı İstanbul’da yapılmış; 12 Mayıs’ta TRT, ilk renkli naklen yayını İslam Ülkeleri Konferansından gerçekleştirilmiştir (Akıllıoğlu ve diğerleri, 1990, s. 46). İslam Konferansı Dışişleri Bakanları için düzenlenen bu toplantıya Kur’an-ı Kerim tilavetiyle başlanmış, ardından Sultanahmet Camii’nde cemaatle namaz kılınmıştır. TRT’nin yöneticileri, Kur’an tilaveti ve cemaatle namaz kılınmasını saat 20.00’deki haber bülteninde yayınlanmasını ister. Ancak TV haberleri sorumlusu Esen Ünür, buna karşı çıkarak “TRT yayın ilkelerine aykırı düşecek böyle bir uygulamanın sorumlusu olmak istemediğini” söyler. Devreye giren haber müdürü Tayyar Şafak haberin gece yarısına doğru yayınlanan Güne Bakış programında aynen verilmesini söyler. Ancak, Esen Ünür bu kez de “yazılı emir” diye ısrarcı olur ve “yazılı emir” ile Kur’an-ı Kerim tilaveti Güne Bakış programında 4-5 saniye kadar yayınlanır (Gülizar, 2008, s. 144; Akıllıoğlu ve diğerleri, 1990, s. 47). Dönemin TRT Genel Müdürü Şaban Karataş “TRT Kavgası” isimli kitabında, dinî içerikli konulara yaklaşımın yönetim kurulu düzeyinde de temsil bulduğunu ifade etmektedir.¹

Karataş’a göre otuza yakın ülkenin yer aldığı bu konferans İslam ülkeleri ile ortak geçmişimiz ve kültürümüzle ilgili diziler ve röportajlar hazırlayıp yayıncılara sunmak, manalı yayınlar üretmek amacıyla tarihi bir fırsattı. Ancak yönetim kurulu bu yayına karşı çıkan görüşler olmuştur:

Konferans ve Sultanahmet camiinden cuma namazı, renkli olarak bütün Arap ülkelerine ve rildi. Avrupa’da da bir iki ülke galiba aldı. Hafta boyunca değişik İslam ülkelerinde de bizden görüntüler ve programlar yayımlandı. Teknisyenlerimiz de, hizmete sokabildiğimiz programlarımız da canla başla çalıştılar. Hele teknisyenlerimiz, öküz altında buzağı arayan ters çabalara ve bozgunculuğa rağmen yayınları aksatmadılar. Mayıs ayının sonuna doğru “Fetih” vardı. O konuda da yayınlarımız olmuştu. Bunlar da İslam konferansı yayınlarına eklenince basın ve TRT’nin yönetim kurulundan teşkilata yayılan sol damarı coşturdu, taştı. Yönetim kurulunda bir yaşlı üyemiz bizi saatlerce sigaya çekti: Efendim neden 16 şerefeden birden ezan okunmuş; onlar evire çevire gösterilmiş? Neden cuma namazı dakikalarca verilmiş politikacılar teşhir edilmiş vesaire (Karataş, 1978, s. 99-100).

Böylesi bir süreçle birlikte 1976 yılının Mart ayı başında TRT’de Perşembe akşamları “Din ve Ahlak” sohbetlerine yer vermeye başlanmıştır (Akıllıoğlu ve diğerleri, 1990, s. 47). TRT Yönetim Kurulu’nun 1976/240 sayılı kararında, ramazan ayı için televizyon programlarının uygulanış biçimine karar verilmiş, böylelikle Ramazan ayında her gün ezan ve Kur’an okunduğu, Türkçe açıklamalarının yapıldığı günlük programlar, yönetim kurulu kararıyla sağlanmıştır. Ana haber bültenlerinden sonra da kapanışa kadar, Ramazan ayının anlamına uygun programların yayınlanması gerçekleştirilmiştir. Bu karar ve uygulamalar, daha sonraki yıllarda da Ramazan süresince yayının tümünü etkileyen bir geleneğin yerleşmesine sebep olmuştur. Sonraki yıllarda da, Ramazan aylarındaki tüm yayınların nitelik değiştirdiği görülmüştür. Bu nitelik değiştirme, dinsel konulu filmler, Osmanlı dönemine ilişkin yerli diziler ve dinî müzik yayınlanması biçimindeydi (Cankaya, 2015, s. 153). Ramazan ayı zarfında, Akıllıoğlu ve diğerleri, yayınlanan reklam programlarına da dinî yönden kısıtlamalar getirildiğini belirtmektedir (1990, s. 47). Görüldüğü gibi, TRT’deki dinî içerikli yayınlarda kurum yönetiminin etkisi bulunmaktadır.

Diğer taraftan kurum içi gelişmelerin yanı sıra, hükümet politikalarının da TRT’deki dinî yayınların başlamasında bir faktör olduğu söylenebilir. Zira bu dönemlerde, hükümet politikalarında TRT yayınlarından söz edilirken “milli ve manevi değerlere destek olma” misyonuna atıfta bulunulduğu görülmektedir. V. Demirel Hükümeti döneminde (21.07.1977-05.01.1978), Milli Selamet Partisi, Adalet Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisininin 30 Haziran 1977 tarihli koalisyon protokolünde, TRT’deki yayınlarla ilgili şu ifadenin konumuz açısından hatırlatılmasında yarar görülmektedir:

Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu'nun tarafsızlığı, milli devlet radyosu ve televizyonu olması ve Anayasanın 121'inci maddesindeki ilkelere sadık kalması sağlanacaktır. Yalnız haber hizmeti değil, önemli bir eğitim ve kültür hizmeti görmekle mükellef olan TRT'nin; ülke ve millet bütünlüğünü sarsıcı, Cumhuriyeti tahrip edici, milli güvenliğe ve genel ahlaka zarar verici yayınlar yapmasını önleyeceğiz. TRT yayınları, milli ve manevi değerleri tahrip edici değil, takviye edici, geliştirici olacaktır. Radyo-Televizyon yayınlarını, ülkenin her tarafından ve bütün vatandaşlarımızın dinleyebileceği, seyredebileceği bir hale getirmeğe çalışacağız. (Neziroğlu & Yılmaz, 2015, s. 1330).

Bununla birlikte devam edegelen yıllarda, dinî yayınlara ayrılan sürelerde bariz bir değişim olmadığı, Öngören'in tespitlerinden anlaşılmaktadır. TRT'de yayınlanan programların 1976 ile 1980 yılının üç yayın haftası için yapılan analize bakıldığında Öngören'e göre karşımıza şöyle bir tablo çıkmaktadır: 1976 yılında 41.17 saatlik haftalık yayın zamanının 28 dakikası dinsel konulara ayrılırken bu zaman dilimi, 29 Eylül-5 Ekim 1980'de 55 dakika; 17-23 Kasım 1980'de 40 dakika; 8-14 Aralık 1980'de 50 dakika olarak belirlenmiştir (Akt: Şenyapılı, 1981, s. 84).

TRT'de dinî programlar hakkında yayın politikası belirlenmesi ve din ve ahlak programlarıyla ilgili bir birim (şube müdürlüğünün) kurulması 80'lerin sonlarına rastlamaktadır. Böylelikle TRT'deki dinî ve ahlâkî programlar, kurumsallaşmış; resmî söyleme uygun dinî programlar olarak da sayıları artmıştır (Çamdereli, 2019, s. 71). Bu yıllarda iftar programlarının yanı sıra, Dr. Asaf Demirbaş'ın hazırlayıp sunduğu "İnanç Dünyası" yayınlanmaktadır. Uzun yıllar sürdürülen ve 1981 yılında yayın saatleri artırılan bu program (Görmez, 2005, s. 36), "İslam'ın daha evrensel yönlerine atıfta bulunan ve laik devlet yapısı ile uyuşacak konu ve içeriklerle izleyici karşısına çıkan bir program" (Bilis, 2017, s. 197) olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu programı hazırlayıp sunan Demirbaş'ın, II. Din Şûrası'nda sunduğu bildiriye TRT'deki dinî yayınların nasıl yapıldığını tarif ederken kullandığı kriterler de bu değerlendirmeyi güçlendirmektedir.²

Din ve ahlak programlarının yayınlanmaya başlamasında, TRT yönetiminin etkisi kadar hükümet politikalarının da önemli bir faktör olabileceği ifade edilmişti. Bununla birlikte TRT'de din ve ahlak programlarının yayınlanmasında, izleyici eğilimlerinin etkisi olduğu da düşünülebilir. Çünkü 1980'lerden itibaren TRT'nin izleyicilerin ilgi ve beklentilerine ait verilere ulaşmak amacıyla yaptırdığı kamuoyu araştırmalarında -1985 yılı sonuçlarına göre- TV seyircilerinin, yayın sürelerinin uzatılmasını istediği program türleri içerisinde ilk sıraları Türk halk müziği, yerli dizi ve filmler, sağlık programları ile birlikte dinî programlar almıştır (TRT, 1985, s. 70). Dahası 1999 yılında TRT televizyonlarında daha fazla yayınlanması istenen kültür programları arasında ikinci sırada din ve ahlak programları yer almaktadır. Bunu sırasıyla dil-edebiyat-sanat programları, bilim-teknoloji programları, tarih ve ekonomi programları takip etmektedir (TRT, 1999, s. 153). Böylelikle, dinî programların yayınlanmasında izleyici beklentilerinin de diğer faktörler kadar tesirinin bulunduğu söylenebilir.

Cankaya'nın verdiği bilgiler çerçevesinde 1980'lerin ilerleyen yıllarında kültür yayınlarının altında, din ve ahlak, tarih, sanat ve edebiyat, ilim ve teknoloji, ekonomik ve sosyal yayınlar düzenlenmiş ve dinî programlar ayrı bir bölüm olarak kabul edilmiştir (Cankaya, 2015, s. 114). Bununla beraber, 1990'lı yıllardaysa TRT'nin beş kanalında gün başına 33 dakikalık bir dinî yayın süresi bulunmakta (İnanç Dünyası, İnsan-İslam, Türk-İslam, İnsan-Ahlak ile Kültür programı), bu süre, kanal başına günde 6.5 dakika dinî yayın yapıldığını göstermektedir (Baydar, 1994, s. 13). Hamdi Mert'in aktardığı bilgilere göre, zikredilen bu programların yanı sıra TRT'de 1992 yılında haftalık olarak 2 saat 20 dakikalık bir süre zarfında "Gönül Sohbetleri", "Merhaba Çocuklar" isimleriyle programlar yayınlanmış, ayrıca Ramazan, bayram ve mübarek gecelerde dinî programlar ekrana taşınmıştır (Mert, 1992, s. 9).

Demirbaş da, TRT'nin kanallarında 1993 yılında yayınlanan din ve ahlak programlarını şu şekilde sıralamakta; Tablo 1'de görüldüğü gibi yıllık 13.270 dakika dinî içerikli yayın yapıldığını belirtmektedir (Demirbaş, 2003, s. 537):

Tablo 1. TRT’de 1993 yılında yayınlanan Din ve Ahlak Programları

Adı	Bölüm Sayısı	Süresi (dk)	TV Kanalı	Yayın Periyodu
İnanç Dünyası	48	30	TV-1	Haftada Bir
İnanç Dünyası	52	30	TRT INT	Haftada Bir
İslam ve İnsan	52	25	TV-2	Haftada Bir
Dinî Sohbet	52	20	TRT INT	Haftada Bir
Türk İslam Kültür ve Medeniyeti	52	40	TRT AV.	Haftada Bir
İftara Doğru	30	60	TV-1, INT-AV	Ramazanda Her gün
Sahur özel	30	120	TV-1, INT	Ramazanda Her gün
Mevlid Kandilleri	5	90	TV-1, INT	Özel Günlerde

Dinî inancın, bireylerin hayat tarzlarını ve değer yargılarını etkileyen bir boyutu vardır. Dinî değerlere sahip çıkma, toplumun bu değerlerle ilgili konularla barışmasına bağlıdır. Bu değerlere sahip çıkma ya da dinî bilinçlenmeyle ilgili konular bireysel olarak doyurulması beklenen konulardan biridir. Din, bu değerlerin paylaşımını, kimliğin biçimlenmesini, ibadet ve yaşam tarzı, tarih ve dünyaya bakış gibi konuları da beraberinde getirmektedir (Elpeze Ergeç, 2005, s. 240). Dolayısıyla, dinî konuların yayın organlarından takibi, medyanın etkinliğinin arttığı dönemlerde tabii karşılanmaktadır.

Göle’ye göre, Türkiye’nin laiklik projesi çerçevesinde, modernist yaşam biçimlerini yerleştirmek için tek parti döneminden itibaren birçok dinî simge ve pratikleri kamusal alandan dışlanmıştır. Bu, İslami dünyaya ait bağlardan kopmanın ve batı medeniyetine yönelme arzusunun işaretleri olarak görülebilir. 1980 darbesinin ardından demokrasiye geçiş süreciyle birlikte laiklik, demokrasi, kimlik sorunu gibi sorunların vatandaşlar veya aydınlar tarafından çeşitli mecralarda olduğu gibi talk-showlar gibi medyatik ortamlarda tartışılmaya başlamasının sonucunda bir yandan kamusal alan, resmî devlet söyleminden sıyrılırken diğer taraftan da en azından laik söylemle inşa edilen kamusal alana İslamî din, kimlik ve ahlaka ait temaların da taşındığı söylenebilir (Göle, 2013, s. 20, 23). Bu nedenle, Göle’nin dile getirdiği laiklik projesinin kamu hizmeti yayıncılığının çerçevesini de belirlediğini söylemek mümkün görünmektedir.

Öyle ki Doğan, 1990’lı yıllardaki yayın planlarına atıf yaparak TRT’nin dinî yayınlarının, din dışı maksatlarla hazırlandığını ve bunların “dinî yayın” değil “din tahrifçisi yayın” olduğunu ifade etmekte, yayın planlarında uygulandığı şekilde bir dinî yayın yapılmamasını, hatta bu programların ilga edilmesini dahi teklif etmektedir. Doğan TRT’nin din ve ahlak programlarına yönelik ilke ve hedeflerini, diğer program türleriyle kıyaslayarak açıklamaktadır. 1991 yılındaki yayın planında Mevlit programlarında, “toplumumuz tarafından hoş karşılanmayacak”, “genel anlayışa aykırı hususlar” ile “yoğun çocuk görüntülerinin çıkarıldıktan sonra yayınlanabileceğini” öngören planı eleştiren Doğan’a göre “Bir futbol maçı söz konusu olunca toplumumuzun hoş karşılamayacağı şeyleri (küfürler, hakaretler) önemsemeyen kurum, camide yapılan bir dinî toplantı söz konusu olunca alabildiğince hassas davranmaktadır” (Doğan, 1993, s. 136-137). Benzer bir değerlendirme Yılmaz tarafından TRT’nin geçmişteki radyo yayınları hakkında yapılmaktadır. Ona göre, dinî programlara şartlı yaklaşım; mevcut düzenle çakışacak dinî hükümler görmezden gelinerek itikat, ibadet, ahlak gibi ilkeler belirli çerçeveler dâhilinde yayınlanmıştır. Ayrıca bu yayınlarda din, toplumsal dayanışma ve bütünlüğün bir unsuru olarak görülmüş, laik dünya görüşüyle ters düşecek yayınlara müsaade edilmeyerek adeta yeni bir din tarifi yapılmıştır. İşlenen konuların çerçevesini, tabiri yerindeyse “suya

sabuna dokumayan” çoğunlukla insan, ağaç, vatan sevgisi gibi genel geçer konular oluşturmuştur (Yılmaz, 1996, s. 1048). Aynı minvalde Şaban Karataş, dinî programlar açısından TRT’yi değerlendirirken “TRT kalıplaşmış sathi bir din anlayışının “propagandist”i gibi davranıyor, öyle çalışıyor” (Karataş, 1992) değerlendirmesinde bulunmuştur. Bilis’e göre de TRT’deki bu programlarda; “doğa ve insan sevgisi, yardımlaşma, komşu hakkı, saygılı ve güler yüzlü olma, kardeşlik, milli birlik ve beraberlik, mimari, sanat, müzik, sağlık, sigaranın zararları, tutumluluk, verginin önemi vb. gibi çeşitli konular ele alınmıştır. Programa konuk olarak katılanların büyük bir kısmının dinî otorite konumunda bulunmayışı ve Devlet Memurları Kıyafet Yönetmeliğinde belirlenen esaslara uyma gerekliliği gibi hususlar ise yetersiz görülme sebebi olmanın yanı sıra devletin din üzerindeki kontrol gayesini de açıkça belli eden etmenler olarak dikkat çekmektedir” (Bilis, 2017, s. 198). Dolayısıyla söz konusu dönemde TRT’de yayınlanan dinî temalı programlar; bir taraftan kurum içindeki tartışmaların diğer yanda kurum dışındaki beklentilere cevap verememenin arasında kalmış görünmektedir.

Kamu hizmeti veren TRT’de yayınlanan din ve ahlak programlarının kurum tarafından hangi çerçevede değerlendirildiğini gösteren yayın planlarını, programların hedef ve ilkelerini hatırlatmak bu bağlamda gereklidir.

Çamdereli’nin aktardığı bilgilere göre, TRT kuruluşundan beri temel hedef olarak Anayasa’ya ve Atatürkçülüğe bağlı, Anayasa’nın laiklik ilkesini gözetten bir yayını esas almaktadır. Dinî programların hazırlanmasındaki temel hedefse “Anayasa’nın din ve vicdan hürriyeti anlayışına uygun olarak, milli bütünlük, beraberlik ve medeni bir toplum yapısı için varlığı vazgeçilmez olan laikliğin, din ve vicdan hürriyetine uygun olarak açıklanmasına, bu konudaki olumsuz propagandaların etkisinin giderilmesine, İslam dininin akıl ve inanç uyuşumu, hak, sevgi ve hoşgörü esasları ve milli yapımızdaki birleştirici özünün, insanın yapıcı gücünü engelleyen kadercilik anlayışının vurgulanmasını” öngörmektedir. 2010 yılından itibaren de Yayın Planlarındaki hedef, ilke ve önceliklerde yapılan tashihler, dinî programların içeriğini kısmen dönüştürürken, aynı zamanda onları büyük ölçüde laik ahlak veya laik etik denebilecek program görünümünden çıkarmış görünmektedir (Çamdereli, 2013, s. 59-61).

Bu çerçevede 1992 ile 2018 yıllarında yürürlüğe konulan TRT Genel Yayın Planlarındaki bazı hususlar karşılaştırılacak olursa, iki dönem arasındaki farklılık daha açık bir biçimde ifade edilebilir:

1992 yılı Genel Yayın Planında, Din ve Ahlak programlarına yönelik altı hedef belirlenmekte ve bu hedeflerin ilk sırasında “Anayasa’nın din ve vicdan hürriyeti anlayışına uygun olarak, millî bütünlük ve beraberlik ve çağdaş medenî bir toplum yapısı için varlığı vazgeçilmez olarak laikliğin, din ve vicdan hürriyetine uygun olarak açıklanmasına... yardımcı olunacaktır” ifadesi bulunmaktadır (TRT, t.y, s. 52). Aynı yayın planında din ve ahlak programlarının hangi ilkeler doğrultusunda hazırlanacağını belirleyen on beş ilkeye yer verilmiş ve bu ilkelerin ilk sırasında “Programlar öncelikle, Anayasanın, laiklik, din ve vicdan hürriyeti esaslarına, Atatürk ilke ve inkılaplarına bağlı olarak, milli birlik ve bütünlüğümüzü güçlendirici, hayata dönük, çağdaş medeniyet anlayışına ve ilmî düşünceye uygun bir şekilde yapılacaktır” ifadesine yer verilmiştir (TRT, t.y, s. 53). Diğer yandan yayın planındaki “Öncelikli İşlenecek Konular” başlıklı bölümde, din ve ahlak programlarındaki öncelik sıralamasında “İslam dininin sosyal ve kültürel gelişmeleri, milli birlik ve bütünlüğü desteklemesi, din ve vicdan hürriyeti, laik düzen anlayışında din ve devlet işlerinin birbirinden ayrı tutulması” konuları, ilk sırada yer almaktadır (TRT, t.y, s. 88). Görüldüğü üzere, 1992 yılı Genel Yayın Planında, din ve ahlak programlarıyla ilgili hedef, ilke ve öncelikli konular sıralamasında laiklik özel olarak vurgulanan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Konumuz açısından önemli bir husus ise, Diyanet İşleri Başkanlığının bu genel yayın planında herhangi bir atıfla, ilke ve hedeflerde kendine yer bulmamasıdır.

2018 Yılı TRT Genel Yayın Planında ise “Din ve Ahlak Programları” yerine “Dinî Programlar”la ilgili hedef, ilke ve öncelikli işlenecek konular bakımından farklı bir uygulama tercih edildiği anlaşılmaktadır. Söz gelimi, dinî programların hedef ile ilkeleri

arasında daha önce “vazgeçilmez unsur”; öncelikli olarak işlenecek konularda ilk sırada yansıtılan laikliğin 2018 yılı yayın planında zikredilmediği görülmektedir. Diğer yandan, din ve ahlak programlarının ilkeleri arasında Diyanet İşleri Başkanlığı ile işbirliği yapılacağı; Diyanet İşleri Başkanlığınca kamuoyuna yapılan açıklamalara TELEĞÜN yayınlarında da yer verileceğine işaret edilmesi (TRT, t.y, s. 25, 26, 69), iki dönem arasındaki farklılığın bir tezahürü olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla 1990’lı yıllardan örneklerle açıkladığımız çerçevenin 2010’dan itibaren aşıldığını ve 2018 yılında da bu hükümlerin din ve ahlak programlarında ilke olarak yer almadığını, dolayısıyla “gerilimli” süreçlerin geride bırakıldığını söyleyebiliriz.

Bilis’e göre dinî sohbetlerin yapıldığı, dinî bilgilerin verildiği ve özel dinî günlerin anlam ve önemini zikredildiği, 80’li ve 90’lı yıllarda TRT tarafından yapılmış dinî içerikli yayınları içeren süreç TRT Diyanet’in yayına başlamasıyla perçinlenmiştir. Önceki dönemlerde “laiklik”, “türban”, “faiz” vb. gibi tartışmalı konulardan uzak duran yayın anlayışları giderek değişmiş; özellikle 2000’li yıllardan itibaren biçim, içerik ve söylem açısından seküler Cumhuriyet ideolojisiyle örtüşmeyen düşünceler de TRT ekranlarında tartışılır hale gelmiştir (Bilis, 2017, s. 198). Buraya kadar verilen bilgilerin yanında, TRT’deki din ve ahlak programlarını, TRT Diyanet’in kuruluşuna kadarki süreç çerçevesinde incelemek faydalı olacaktır.

TRT’de yayınlanan din ve ahlak programları arasında, bilhassa mevlit yayınları uzun süredir yerini korumaktadır. 1974’teki Kıbrıs Barış Harekâtı için düzenlenen mevlit programı, TRT için bir geleneğin başlangıcı olmuş ve uzun süre, TRT ekranlarında mevlit programları yayınlanmıştır. 17 Ağustos ve 12 Kasım 1999 depremlerinde vefat edenler için İzmit’te 17 Ağustos 2000 tarihinde düzenlenen mevlit programı bu bağlamda hatırlanabilir. TRT 1 ve TRT-INT kanallarında ortak yayınlanan programın yanı sıra aynı yıl Regaip kandili nedeniyle depremde hayatını kaybedenlere ithafen Bolu’da düzenlenen mevlit programı da, TRT 1, TRT INT, TRT TÜRK kanallarında yayınlanmıştır (TRT, 2001, s. 59). TRT’nin din ve ahlak yayınlarında bir diğer değişmez program Ramazan ayına özgü iftar ve sahur programlarıdır. 2000 yılında, bu programların yanında, Ramazan ayına uygun film, dizi, belgesel ve müzik programlarının yayınına özel bir önem verilmiştir (TRT, 2001, s. 61).

TRT’deki “Din ve Ahlak Programları Müdürlüğü” tarafından yapılan 2002 yılındaki programların yayın sürelerinin kanallara göre farklılık gösterdiği, kurum raporlarından anlaşılmaktadır (TRT, 2003, s. 97-100). Programlarla ilgili ayrıntılar ise Tablo 2’de görülmektedir:

Tablo 2. 2002 Yılı TRT’de Din ve Ahlak Programları

Programın Adı	Bölüm Sayısı	Yayın Süresi	Yayın Kanalı
İnanç Dünyası	48	25	-
İnanç Dünyası	48	25	-
İftara Doğru	30	30	-
Sahur Özel	30	60	-
Gerçeğe Doğru	52	25	-
Mukabele	30	60	-
Kandiller	5	85	-
Diyanet Saati	52	60	-
Toplam			
12 Program	Bölüm * Süre	11745’	

2002 yılında, Tablo 2’de görülen programların toplam süresi yaklaşık 196 saate denk gelmektedir. Ancak bu programların hangi TRT kanalında yayınlandığına dair bilgi bulunmamaktadır. Bu yıldaki yayınlara bakıldığında, Kur’an-ı Kerim hatmi, dinî içerikli dizi, dinî günler, ramazan ayına özgü programlar, dinî sohbet, dinî musiki programları ile Diyanet İşleri Başkanlığının güncel konularıyla ilgili açıklamaları içeren programlar yayınlandığı görülmektedir (TRT, 2003, s. 127).

2003 yılında Ankara Televizyon Müdürlüğüne bağlı “Din ve Ahlak Programları Müdürlüğü” tarafından (TRT, 2004, s. 208) hazırlanarak yayınlanan programlar, Tablo 3’ten anlaşılacağı üzere 7355 dakikalık yayın süresine (yaklaşık 123 saat) denk gelmektedir. 2003 yılında gerçekleştirilen din ve ahlak programları şunlardır:

Tablo 3. 2003 Yılı TRT’de Din ve Ahlak Programları

Programın Adı	Bölüm Sayısı	Yayın Süresi	Yayın Kanalı
İnanç Dünyası	48	25’	TRT 1- INT
İftara Doğru	29	30’	TRT 1
Sahur Özel	29	60’	TRT 1
Kandiller	5	85’	TRT 1
Diyanet Saati	52	60’	TRT 1 – INT- GAP – TRT TÜRK – TRT 4
Toplam			
9 Program	Bölüm * Süre	7355’	

2003 yılında din ve ahlak programlarının, bir önceki yıla oranla hem yayın süresinin hem de yayın çeşitliliğinin düştüğü anlaşılmaktadır. 2004 yılında da TRT’nin din ve ahlak programlarında önceki yıllara göre sayısal olarak bariz farklılık görülmesi de, Diyanet İşleri Başkanlığı’nın daha fazla temsil edildiğini söylemek mümkün görünmektedir. Önceleri Diyanet Saati ile TRT’de programları yayınlanan Diyanet İşleri Başkanlığı “Prof. Dr. Ali Bardakoğlu ile Başbaşa” ismiyle yayınlanan programla bu görünürlüğünü artırmıştır. 2004’te TRT’nin kanallarında 199 saat din ve ahlak programı yayınlandığı Tablo 4’te görülmektedir (TRT, 2005, s. 220).

Tablo 4. 2004 Yılı TRT’de Din ve Ahlak Programları

Programın Adı	Bölüm Sayısı	Yayın Süresi	Yayın Kanalı
İnanç Dünyası	52	30’	TRT 1- GAP
İnanç Dünyası – INT	52	30’	TRT INT
Prof. Dr. Ali Bardakoğlu ile Başbaşa	52	25’	TRT 1, INT, TURK
Diyanet Saati	52	60’	TRT 1, TRT INT, TRT GAP, TRT 4, TRT TÜRK,
Hoş geldin Ramazan	30	60’	TRT 1, INT
Sahur Özel	30	60’	TRT 1
Anadolu İslam Sanatı	12	6’	-
Sonsuzluk Yolucusu	26	30’	TRT INT
Toplam			
8 Program	Bölüm * Süre	11992’	

2005 yılında 13 program yayınlandığı Tablo 5’te görülmektedir. Bunların arasında 11 programın yayın süresi, 11.610 dakikalık yayın içeriğine (193 saat) karşılık gelmektedir (TRT, 2006, s. 327). Din ve ahlak programlarının 2005 yılında, “Yolcu”, “Düşünce İklimi” ve “Hac” gibi programlarla çeşitlendiği görülmektedir.

Tablo 5. 2005 Yılı TRT’de Din ve Ahlak Programları

Programın Adı	Bölüm Sayısı	Yayın Süresi	Yayın Kanalı
Ramazan Sevinci	29	90	TRT 1
Sahur Zamanı	30	60	TRT 1
Düşünce İklimi	21	90	TRT 1
Diyanet Saati	52	60	TRT 1, INT, GAP, TÜRK, TRT 4
Yolcu	-	30	TRT 1, INT, GAP
Sonsuzluk Yolcusu	26	30	TRT INT, TÜRK, GAP
Hayat ve Din	50	35	TRT 1, INT, GAP
Kur’an Hakkında	-	5	-
Kandiller	4	90	TRT 1
Hac Yurtiçi ve Dışı	5	30	TRT 1
Toplam			
13 Program	Bölüm * Süre	11.610’	

2006 yılında yaklaşık 183 saat din ve ahlak programı yayınlandığı Tablo 6’da görülmektedir. Tablodan anlaşılacağı üzere, programlarda önceki yıllara kıyasla çeşitlilik bulunmadığı gözlemlenmektedir.

Tablo 6. 2006 Yılı TRT’de Din ve Ahlak Programları

Programın Adı	Bölüm Sayısı	Yayın Süresi	Yayın Kanalı
Ramazan Sevinci	30	90’	-
Sahur Zamanı	30	60’	-
Yolcu	23	35’	-
Sonsuzluk Yolcusu	30	78’	-
Hayat ve Din	35	45’	-
Kandiller	5	90’	-
Hac	7	30’	-
Süleymaniye’de Bayram Sabahı	1	90’	-
Bayram Sabahı	1	90’	-
İstanbul’da Ramazan	30	30’	-
Toplam			
13 Program	Bölüm * Süre	10.960’	

2007 yılında, Din ve Ahlak Müdürlüğü tarafından koordine edilen programlarda Diyanet Saati’nin yerine “İslam’ın Aydınlığında” programının geldiği ve “Ariflerin Dili” isimli programın önceki yıllardan farklı olarak yayın periyoduna eklendiği Tablo 7’den anlaşılmaktadır. Ancak bir bütün olarak bakıldığında “sohbet” veya “söz” ağırlıklı programların, bir tür ve içerik olarak din ve ahlak programlarının genel yapısına hâkim olduğu görülmektedir (TRT, 2008, s. 401-402).

Tablo 7. 2007 Yılı TRT’de Din ve Ahlak Programları

Programın Adı	Bölüm Sayısı	Yayın Süresi	Yayın Kanalı
Ariflerin Dilinden	30	30’	TRT 1
Hayat ve Din	39	40’	TRT1, INT,TÜRK, GAP
Ramazan Sevinci	30	120’	TRT1, INT, TÜRK
Sahur Zamanı	30	60’ (önceki sene)	TRT1, INT, TÜRK
Kandiller	5	80’	TRT 1
Hac	7	30’	TRT 1
Cuma Sohbeti	32	15’	TRT 1
İslam’ın Aydınlığında	52	60’	TRT1, INT,TÜRK, GAP
Toplam			
12 Program	Bölüm * Süre	12.070’	

TRT’nin kamu ihtiyaçları ve anlaşılabilirliği temel alarak program çeşitliliğini eğitim, çocuk, kültür, drama, sinema, eğlence, müzik, haber, spor, reklam ve diğer program türlerine göre kategorileştirdiği bilinmektedir (TRT, 2009, s. 32). Bu bağlamda “din ve ahlak” programları, bu kategorilerden biri olan “kültür” programları kategorisine dâhil olan programlar arasında yer almaktadır.

2008 yılında TRT Ankara ve İstanbul Televizyon Müdürlükleri tarafından yapılan dinî veya dinî-ahlakî programlar Tablo 8’de şu şekilde ifade edilmektedir:

Tablo 8. 2008 Yılı TRT’de Din ve Ahlak Programları

Programın Adı	Bölüm Sayısı	Yayın Süresi	Yayın Kanalı
Hayat ve Din	50	-	-
Kandiller	4	-	-
Ramazan Sevinci	29	-	-
Sahur Zamanı	29	-	-
Tufandan Kerbelaya	1	-	-
Hac Yolunda	6	-	-
Düşünce İklimi	52	60	TRT 2
Ötelerden Esintiler	21	45	TRT 2
Soralım Bakalım	21	10	TRT 2
Kur’an Işığında	10	30	TRT 2
Toplam			
10 Program	223 bölüm		

İlk 7 programın yayın süreleri ve yayın kanalları bulunmadığından, tam süre çıkarmak mümkün görünmemektedir. Bu noktada şunu söylemekte fayda bulunmaktadır. Din ve ahlak programları içerisinde dâhil edilen programlarda temel olarak dinden anlaşılan İslam’dır. Ayrıca, bu program türünün, sohbet-söz programları olduğu anlaşılmaktadır. Sözelimi, “Şeb-i Arus” programının, din-ahlak programları yerine “Müzik-Eğlence” listesine dâhil edilmesi (TRT, 2009, s. 34) bunu gösteren bir örnek olarak dile getirilebilir.

2009 yılında TRT tarafından TRT 1 kanalının tanımlanmasında yer alan “TRT-1 kamu hizmeti yayıncılığı esaslarının göz önünde bulundurularak genel ahlak gereklerini yerine getiren, milli gelenekleri ve manevi değerleri göz önünde bulundurularak yayın yapmaktadır” ifadesi, TRT’nin kamu yayıncılığında “manevi değerlere” önem verdiğini göstermektedir (TRT, 2010, s. 21). 2009 yılında Ankara Televizyon Müdürlüğü tarafından yapılan programların içerisinde “Eğitim-Kültür” programları kategorisinde

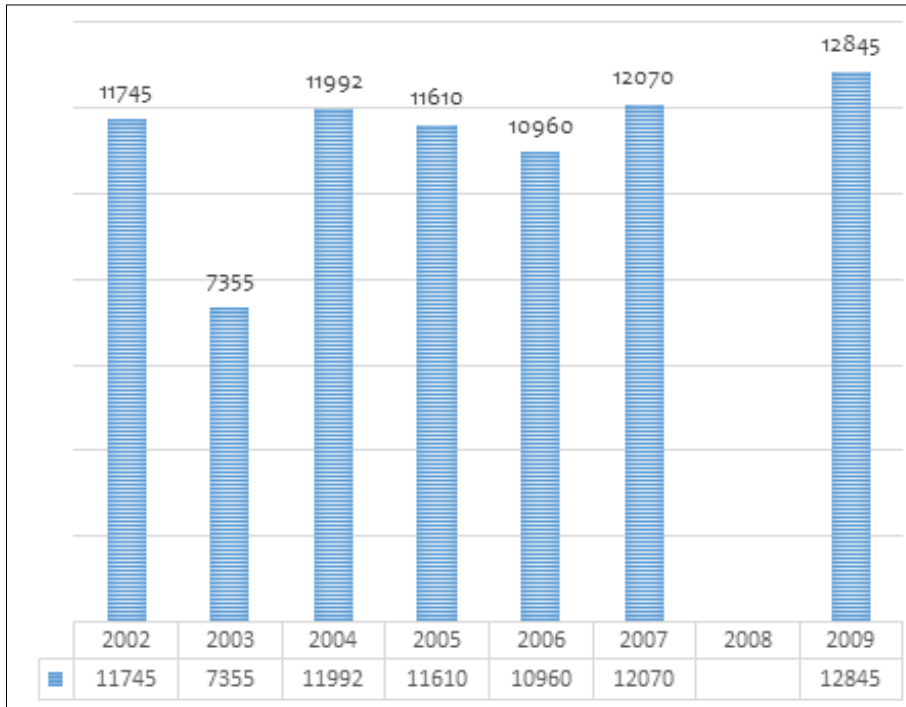
“Din-Ahlak” programları bulunmaktadır. Bu programların yayın süreleri Tablo 9’da gösterilmiştir (TRT, 2010, s. 56).

Programın Adı	Bölüm Sayısı	Yayın Süresi	Yayın Kanalı
Ramazan Sevinci	30	180’	TRT 1, TÜRK
Sahur Zamanı	30	180’	TRT 1, TÜRK
Mevlit Kandili	1	270’	TRT 1
Miraç Kandili	1	110’	TRT 1
Gönül Dünyamızdan	30	30’	TRT 1
Regaip Kandili	1	110’	TRT 1
Kadir Gecesi	1	90’	TRT 1
Berat Kandili	1	110’	TRT 1
Bayram Sabahı	1	110’	TRT 1
Bayram Sabahı Namazı	1	45’	TRT 1
Anadolu’da Ramazan	30	10’	TRT 1
Toplam			
11 Program	Bölüm * Süre	12. 845’	

TRT 1 kanalı, 24 saat yayın yapmakta, bu süre 12 aylık zaman diliminde yıllık 8.724 saat yayın yapıldığını göstermektedir. Bu bakımdan, 2009 yılında TRT 1’de yıllık zaman dilimi içerisinde 214 saatin din ve ahlak programlarına ayrıldığı görülmektedir.

Yayın süreleri açısından, özetle söylenecek olursa, 2002 yılından 2009 yılına kadar TRT’deki “Din ve Ahlak” programları³ Tablo 10’da bir araya getirilmiştir:

Tablo 10. TRT’de Yayınlanan Din ve Ahlak Programları (2002-2009)



TRT'nin tüm kanallarındaki din ve ahlak programlarının yayın sürelerini bir arada gösteren Tablo 10'dan de anlaşılacağı üzere, dinî içerikli programlar TRT kanallarında yayınlanmaya devam etmekte ve yayın süreleri yıllara göre değişiklik arz etmektedir. Program türlerine bakıldığında ağırlıklı olarak söz veya sohbet program formatının, din ve ahlak programlarına hâkim olduğu görülmektedir.

Kamu Hizmeti Yayıncılığında Yeni Dönem: Diyanet TV

Kamu hizmeti yayıncılığı açısından TRT'nin dinî yayınlara yaklaşımının tarihsel olarak çerçevelenmesinin hemen ardından bu süreç içerisinde Diyanet İşleri Başkanlığının bulunduğu yeri de değerlendirmek önem arz etmektedir. Bu doğrultuda ilkin eski Diyanet İşleri Başkanı Tayyar Altıkulaç'ın TRT ile Diyanet arasındaki "gerilimli" ilişkileri içeren hatırasını aktarmak yararlı olabilir:

Benim Diyanet'te görevli olduğum dönemin (1971-1986), ilk yıllarında TV'de dinî programlara yer verilmiyordu, ama Türkiye radyoları öteden beri haftada bir gün yayımladığı bu tür programları sürdürüyordu. Radyo kanadında program sorumlusu, talihsiz bir şekilde öldürülen eski müftülerden Turan Dursun'du. Din konusunda ilginç ve aykırı görüşleriyle kamuoyunun tanıdığı bu kişi, sevgi, hoşgörü gibi suya sabuna dokunmayan konularda konuşmalar yapılmasına özen gösteriyor, konuşma metinlerini ciddi bir şekilde denetime tabi tutuyordu. Diyanet'te başkan yardımcısı olarak görev yaptığım dönemde Ankara Radyosu'nda yayınlanmak üzere hazırladığım ve biraz hamâsi yönü olan metinde "şehitlik" ve "gazilik" kelimelerini kullanmışım. Turan Dursun benim konuşma metnimdeki bu iki kelimenin metinden çıkarılmasını istedi. Bu dönemde, bu tür konuşma metinleri üzerinde bir ihtilaf ortaya çıktığında üst makamlara ulaşmak mümkün olmuyor, bu kişinin müdahaleleri zorunlu olarak kabul ediliyordu. Turan Dursun zaman zaman kendine göre hayalî sakıncalar ileri sürerek itirazlarına "peki" demeye bizi genelde mecbur ediyordu... (Altıkulaç, 2016, s. 503-504).

Altıkulaç, başka bir anısında da, "İnanç Dünyası" programıyla bilinen Asaf Demirbaş hakkında görüşler ileri sürmektedir:

Elimde Sami Uslu'nun bir notu var. Önemli gördüğüm için nakletmem gerekiyor. Şöyle diyor: "2010 yılının başlarında bir gün Türkiye Diyanet Vakfı denetim odasında Lütfi Şentürk, Prof. Dr. Şerafettin Gölçük ve Seyfettin Yazıcı ile otururken Asaf Demirbaş çıkageldi. Özellikle benim boynuma sarılarak 'Samiciğim, ben size çok kötülük yaptım. Beni affedecek misiniz' dedi. Ben de 'Biliyorum, bize çok kötülük yaptın' dediğimde 'Bilemeyeceğin kadar yaptım, ne olur beni affedin' diye devam etti. Hepimiz şaşırmıştık. Fakat ben dayanamadım, 'Asaf bey, bize yaptıkların o kadar önemli değil, Cuma sabahları TRT'de yayımladığın Kur'an-ı Kerim tilavetlerinden sonra, cehennemden bahseden ayetlerin Türkçe tercümelerini niçin vermiyordun?' diye sordum. Bunun üzerine: "Hakikaten öyle yapmışım. Ne olur beni affedin" diye sözlerini sürdürdü. Sonra odadan ayrılıp gitti. (Altıkulaç, 2016, s. 511).

Bu dönemde televizyonlarda daha doğru ve etkin bir dinî yayıncılık yapmayı istişare etmek yerine TRT'nin ve Diyanet'in olayın sembolik değeri üzerinden tartışma başlatmaları, televizyonda din ve ahlak sohbeti yapılmasının laiklik ekseninde tartışmalara dönüştürülmesi Görmez tarafından büyük bir talihsizlik olarak değerlendirilmektedir (Görmez, 2005, s. 36). Demiröz'ün ifade ettiği gibi "TRT'nin diğer programlarında olduğu gibi, din ve ahlak programlarının hazırlanması ve yayınlanmasında her türlü görev, yetki, denetim ve sorumluluğu yüklendiğinden, bu görev, yetki, denetim ve sorumluluğunu başka bir kurum ve kuruluş ile paylaşmasına hukukî imkân bulunmadığı" (Demiröz, 2005, s. 34) gerçeği, TRT ve Diyanet İşleri Başkanlığının, Türkiye'nin ilahiyat ve iletişim birikimini birleştirerek ortak bir akılla dinî yayınları iyileştirme yoluna gitmeleri gerekirken, kurumlar arasında bir yetki tartışmasına girilmesine de perde arlamıştır. Diğer yandan, gerek kamusal gerekse tecimsel yayın kuruluşlarının dinî yayınlarında inisiyatif, çoğu defa Diyanet'te değil, ilgili kurum ve kuruluşlarda olmuştur. Söz gelimi Diyanet İşleri Başkanlığı halkı din konusundan aydınlatma görevinin yasal olarak kendisine tevdi edildiğini ileri sürmüş; TRT ise kendi yayın organlarındaki sorumluluğa temas ederek bu sorumluluğu başka bir kuruma devretmek istememiştir (Görmez, 2005, s. 36; Altıkulaç, 2016, s. 304-305).

Diğer taraftan TRT'nin Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından hazırlanan programları yayınladığı gün ve saatler dikkat çekmektedir. Örneğin "Diyanet Saati" programı 2004 yılında, her hafta Cuma günleri saat 05.00'te yayınlanmıştır. Elpeze Ergeç'e göre

bu saate yayınlanan bir dinî programın toplumun yüzde kaçına ulaşabileceğinin araştırılmasına bile gerek yoktur. Bununla birlikte bu program, TRT’nin diğer kanallarında, yine izlenirliğin düşük olduğu zaman diliminde yayınlanmıştır. Elpeze Ergeç, 2004 yılında yaptığı ankette “Televizyonda izlediğiniz dinî içerikli yayın hangisidir?” sorusunu sormuş ve ankete katılanların yalnızca % 0.8 “Diyanet Saati” programını izlediğini belirtmiştir. Dolayısıyla, hem bu program hem de TRT tarafından hazırlanan “İnanç Dünyası” programının düşük izlenirliği (%2.4), kamu yayıncılığı açısından dinî bilgilendirici programların gerekli işlevi yerine getirmediği göstermektedir (Elpeze Ergeç, 2005, s. 258, 261).⁴ “Diyanet Saati”nin 1997 yılında yayın hayatına başladığı düşünülürken 2004 yılına ait bu veri, 7 yıllık yayın süresine karşılık, yayınların tanınması hususundaki yetersizliği daha belirgin hale getirmektedir.⁵

Diyanet İşleri Başkanlığının, televizyon programı üreterek bunları yayıncı kuruluşlarda yayınlaması; Başkanlık temsilcilerinin televizyon programlarına çıkarak topluma dinî mesajlar ulaştırması esasında, Başkanlığın uzun süreden beri önemli bir faaliyet alanı olarak değerlendirilmektedir. “Toplumun din konusunda aydınlatma” görevi çerçevesinde bu uygulamanın hem Diyanet hem yayıncı kuruluşlar hem de izleyiciler açısından önemi göz ardı edilemez. Çünkü Diyanet, yayıncı kuruluşlar tarafından bir “başvuru kaynağı” olarak telakki edilmektedir (Karaca, 2005, s. 27). Bu noktada Diyanet İşleri Başkanlığının görsel-ışitsel yayıncılık faaliyetlerine dair bilgilere ihtiyaç bulunmaktadır.

Tayyar Altıkulaç, Şubat 1980’nin başlarında TRT yönetimi ve personeli ile Diyanet İşleri Başkanlığı yetkililerinin bir toplantı yaparak, Diyanet tarafından hazırlanan bir programın TRT’de yayınlanması üzerine şifahi anlaşmalarını, 07.02.1980 tarihli ve 73 sayılı yazıyla söz konusu programın taslağının TRT’ye gönderildiğini ifade etmektedir. Söz konusu yazıyla 3 aylık olarak hazırlanan taslakta Kur’an tilaveti ile konuşma yapacak isimler TRT’ye gönderilmiş, ancak bu girişim Altıkulaç’a göre TRT’de hiçbir karşılık bulmamıştır (Altıkulaç, 2016, s. 508). Bu süreçten -yaklaşık 17 yıl- sonra Diyanet İşleri Başkanlığının 1990’lardan itibaren, televizyon yayıncılığına yaptığı vurgunun da sonucu olsa gerek, 1997 yılında TRT ile Diyanet İşleri Başkanlığı arasında işbirliği kararı alınmıştır. Buna göre, 1 Kasım 1997 tarihinden itibaren TRT-4’te, “Diyanet Saati” adlı bir program yayınlanacak olması (TRT, 1999, s. 49), TRT’nin din ve ahlak programlarıyla ilgili farklı bir sürecin de başlaması anlamına gelmektedir.

“Diyanet Saati” programının ilk bölümünde dönemin Diyanet İşleri Başkanı Mehmet Nuri Yılmaz’ın yayınladığı mesaj, dinî kamu hizmeti yayıncılığında Diyanet’in varlık göstermesini birkaç unsura dayandırmaktadır. Bunların birincisi, vatandaşlardan gelen yoğun taleptir ki bu, dinî yayıncılık beklentisinin Diyanet eliyle karşılanması isteğini içermektedir. İkincisi Diyanet İşleri Başkanlığının, kamu-yu dinî konularda aydınlatma görevini ifa ederken, bunu medya yoluyla dile getirememesinden dolayı Başkanlığın “sesini duyuramaması” ve “hizmetleri takdim edemeyişi”dir. Yılmaz, bu olumsuzluğun kısmen de giderilmesi için “Diyanet Saati” programının önemli bir işlevi yerine getireceğini belirtmektedir. Günümüzde Diyanet TV’nin müstakil olarak varlığının gerekliliği bu mesajda Mehmet Nuri Yılmaz’ın sözlerinden çıkarılabilir. Çünkü söz konusu program, TRT’nin yayın ilkelerine özen göstererek; dinin birleştirici, bütünleştirici, sevdirci, hoşgörü ölçülerini ön plana çıkaracak şekilde öğreticiliğe dayanmaktadır (DİB, 2000, s. 22-23).

Yılmaz’ın “Şimdi televizyonlarla hizmet zamanıdır” cümlesi hem Diyanet İşleri Başkanlığının hizmet anlayışını hem de 1990’larda Müslümanların televizyon yayınlarına bakışındaki değişimi göstermektedir. Bilhassa Yılmaz’ın şu cümlesi; günümüze gelene kadar Diyanet’in “televizyonda dinî kamu hizmeti yayıncılığı” hedefini sınırlayan bir etmendir (DİB, 2000, s. 24):

Bir televizyonumuz yok, yasalar buna izin vermiyor. Bir devlet kurumu olmamız hasebiyle, yine bir devlet kurumu olan TRT ile işbirliği yapmak mecburiyetindeyiz.

Bu hukuki durum söz konusu olmasına rağmen Diyanet İşleri Başkanlığının, görsel ve işitsel yayınlar hazırlamayı önemli bir faaliyet alanı olarak gördüğünü ifade etmek gerekmektedir.

Diyanet İşleri Başkanlığının Görsel ve İşitsel Yayın Faaliyetleri (1987-2012)

Yazıcı'nın da belirttiği gibi günümüzde, görsel-işitsel yayıncılık hızla tematikleşmekte ve izler-kitlenin tercihleri, program içeriklerini yönlendirmektedir (Yazıcı, 2018, s. 1251). Yayıncılıktaki bu eğilim, dinî temalı yayıncılığın ortaya çıkışındaki belirleyici neden olarak değerlendirilebilir. Öyle ki, 1990'lı yıllarda, tecimsel televizyonlarda dinî içerikli programların başlamasıyla birlikte ülke tarihinde belki ilk defa olmak üzere dinî konular yoğun bir şekilde kamuoyunun önünde konuşulmaya ve tartışılmaya başlandı. Bu tartışmalara temel dinamiği tecimsel televizyonlar kazandırırken, yazılı basın da destek oldu. Buna bağlı olarak reyting kaygısının belirleyici olduğu programlarda, dinî konular tartışma formatında ele alınırken, dindar aktörler medyadaki yerini aldı (Bilgin, 2003, s. 203). Bu dönemde, medyada din ve dinî değerler sıklıkla tartışılmakta, ehil olan veya olmayan herkes din adına hüküm vermektedir. Esasında tartışılan konular, bilhassa ülkemizin yabancı olduğu konular değildir. Ancak, dinin, dinî değerlerin bilimsel temellendirilmesi yapılmaksızın, ehliyetsiz ve liyakatsiz insanlar tarafından kamuoyunda tartışılması, hükümler verilmesi "medyatik İslam" olarak telakki edilebilecek bir yaklaşımı ortaya çıkarmıştır (Buyrukçu, 2005, s. 272-273).

Bu sürecin, yani temel dinamiğini tartışmanın beslediği dinî içerikli televizyon programlarının, Diyanet İşleri Başkanlığını harekete geçirdiği söylenebilir. Zira Diyanet İşleri Başkanlığının, kamusal dinî televizyon yayıncılığı yapma yönündeki talebi bu döneme denk gelmektedir. 1993 yılında düzenlenen I. Din Şûrası kararları arasında bu talep "Başkanlığın özel radyo ve televizyon yayınlarına başlamasının bir zaruret olduğu" şeklinde dile getirilmiştir.⁶ Bununla birlikte tecimsel televizyonlar ortaya çıkana kadar, Diyanet'in televizyonlara yönelik yayınlar hazırladığı bilinmektedir. Söz gelimi, Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yaptırılan ilk sesli ve görüntülü yayın olarak arşivde bulunan "Emre"⁷ isimli çizgi filmin yapım tarihi 1987'dir ve tecimsel televizyonlar ortaya çıkana kadar yaptırılan televizyon programları Tablo 11'da gösterilmiştir.⁸

	Yapım Adı	Türü	Bölümü	Yapım Yılı
1	Emre	Çizgi Film	8	1987
2	Yusuçuk	Dizi Film	8	1988
3	İnsanlar Yaşadıkça	Dizi Film	8	1989
4	Süleyman Çelebi ve Mevlid	Dramatik Belgesel	1	1989
5	Öncüler	Belgesel	8	1991
6	Ne Diyorlar?	Röportaj	8	1991
7	Yunus Emre'den	TV Programı	8	1991
8	Kur'an-ı Kerim Tilaveti	TV Programı	13	1991
9	Kur'an ve Çağ - 1	Sohbet	8	1991
10	Kur'an ve Çağ - 2	Sohbet	13	1992
11	Kur'an ve Çağ - 3	Sohbet	13	1992
12	Hurafeler ve Batıl İnanışlar	Sohbet	13	1992
13	Dinî Musıkî Klipleri (Na't ve Kasideli Zikir İlahileri)	Müzik	17	1993
14	Dinî Musıkî Klipleri (Klasik Teşihler)	Müzik	12	1993
15	Dinî Musıkî Klipleri (Besteli Na'tlar)	Müzik	4	1993

16	Dinî Musıkî Klipleri (Belli Günlere Mahsus İlahiler)	Müzik	13	1993
17	Türk İslam Dünyasından Çizgiler	Belgesel	13	1993
18	İslam ve Ekoloji	Belgesel	13	1993
19	Hüzün Gezegeni	Çizgi Film	1	1993
	Sorular ve Cevaplar (DİYK Üyelerinin Cevapları)	Sohbet	13	1993
21	Sorular ve Cevaplar (DİYK Üyelerinin Cevapları)	Sohbet	13	1993
22	Sorular ve Cevaplar (DİYK Üyelerinin Cevapları)	Sohbet	13	1993

Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından, görsel ve işitsel yayınların toplum üzerindeki etkisi gözetilerek, 1987 yılından itibaren Kur’an-ı Kerim tilaveti, vaaz ve ilahi kasetleri yaptırılmıştır. Daha sonra çocuklar için çizgi film yapımına geçilmiştir. Tablo 11’den de anlaşılacağı üzere, Diyanet İşleri Başkanlığınca 1991 yılından itibaren televizyon dizileri, belgeseller, paket programlar, dinî musıkî klipleri ve drama programları yapılmış, bu yayınların tamamı özel televizyonlarda ve TRT’de yayınlanmıştır (DİB, 2002, s. 153).

1993 sonrasında da Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından 2009 yılına kadar dizi film, (*Gün Işığı I-II*, *Misafir*, *İnsan Olmak*, *Çiçekler Susayınca*), belgesel (*Dünden Yarına*, *Türk Cumhuriyetleri*, *Yunus Emre Belgeseli*, *Portreler I-II – Milli Mücadelede Din Adamları*), kültür sanat (*Yunus Emre ve Şiirleri*) ve drama (*Günün Beş Vakti*) türlerinde programların yaptırıldığı anlaşılmaktadır.⁹

Diyanet İşleri Başkanlığının, TRT ile işbirliği halinde yayınlanan programlarının 1997 yılında başladığına temas edilmişti. 17 Eylül 1997 tarihinde imzalanan işbirliği protokolüyle TRT-4’te her hafta Cumartesi günü saat 21.00-23.00 arasında 2 saat süre ile “Diyanet Saati” programı yayınlanmasına karar verilmiş ve 1 Kasım 1997 tarihinde program TRT 4’te yayınlanmaya başlamıştır. Bu programda Kur’an-ı Kerim ve meal, sohbetler, Türk Tasavvuf Musikisinden örnekler ve ayda bir defa açık oturumlara yer verilmiştir. 02 Şubat 2001 tarihinden itibaren yayın süresi 1 saate düşürülerek “Diyanet Saati” TRT’nin diğer kanallarında (TRT 1’de Cuma günleri saat 05.30’da; TRT-INT’te Cumartesi günleri saat 01.00’de; TRT GAP’ta Pazartesi günleri saat 06.00’da; TRT 4’te Pazar günleri 22.00’de; TRT Avrasya’da Perşembe günleri saat 16.00’da) tekrar ekranla gelmiştir (DİB, 2002, s. 153).

Bu program toplam 437 bölüm hazırlanarak tamamlanmış; yerine “İslam’ın Aydınlığında” programı başlamıştır. 03 Mart 2006 tarihinden itibaren yeni bir format ve içerikle hazırlanan “İslam’ın Aydınlığında” 31 Mayıs 2012 tarihine kadar toplam 317 bölüm olarak yayınlanmıştır. Yani Diyanet İşleri Başkanlığı, sahipsiz dinî bilgiyi topluma ulaştırma görevi çerçevesinde 1997’den başlayarak 2012 yılına kadar TRT kanallarında yayınlanmak üzere toplamda 755 bölümlük iki program hazırlamıştır.¹⁰

Uzun süreli bu programların yanı sıra, 2009 ve 2010 yılı Ramazan ayında TRT Avaz kanalında, dinî sohbet formatında canlı iftar programı yayınlanmış; ayrıca 2010 yılında Orta Asya, Balkanlar ve Avrupa başta olmak üzere geniş bir coğrafyaya ulaşmak üzere “Avaz-ı Hikmet” isimli program yine iki kurumun işbirliğinde hazırlanmıştır. TRT dışında Diyanet İşleri Başkanlığı iftar sahur paket programları hazırlayarak ulusal ve yerel kanallara ücretsiz olarak göndererek, bu yayınları vatandaşlara sunmuştur. Bilhassa yerel televizyonların bu yayınlara ilgi gösterdiği anlaşılmaktadır (DİB, 2010, s. 52-54).

Bu noktada, Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından hazırlanan bu programların, yapılan araştırmalar çerçevesinde, izler kitle tarafından nasıl değerlendirildiğine de temas etmek gerekmektedir.

2004 yılında Erzurum’da yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, “Diyaret Sati” programını izleyenlerin oranı % 16 civarında çıkmıştır (Çelik, 2004, s. 52). Bu düşük oranın, isimleri değişse de programların devam etmesine rağmen, sonraki yıllarda azaldığı görülmektedir. Zira 2012’de yaptırılan “Diyaret İşleri Başkanlığı Vatandaş Memnuniyeti Araştırması” sonuçlarına göre “İslam’ın Aydınlığında” programından haberdar olanların oranı % 4.6 seviyesinde kalmışken haberdar olmayanların oranı % 95.4 olarak belirlenmiştir. Benzer şekilde aynı araştırma sonucuna göre, Diyaret’in görsel ve işitsel yayınlarının takip oranı da düşük seviyede görünmektedir. Bununla birlikte izlenme-takip edilme oranları düşük düzeyde bir seyir izlese de, görsel ve işitsel yayınlar ile İslam’ın Aydınlığında programını başarılı bulanların oranı yüksek görünmektedir (Aktay, Yılmaz, Beriş vd., 2012, s. 144). Bu sonuçlar, Diyaret İşleri Başkanlığı yayınlarına yönelik görece negatif bir mahiyet taşımaktadır.

Diyaret’in talep doğrultusunda bu yapımları ücretsiz olarak, radyo ve televizyon kuruluşlarına göndermesi, bu yapımların ulusal veya yerel medya kuruluşlarında yayınlanması bilinegelen bir uygulamadır ve bu uygulama günümüze kadar sürdürülmüştür. Bu süreci ileriye taşımak için Diyaret’in bağımsız televizyon yayıncılığı yapma isteğinin, yıllar sonra da dile getirildiği bilinmektedir. Örneğin II. Dini Yayınlar Kongresinin sonuç bildirgesinde, “*Diyaret İşleri Başkanlığında daha etkin bir dinî yayın hizmeti verilebilmesi amacıyla müstakil bir televizyon kanalı tahsis için alt yapı çalışmalarına başlanmalıdır*” denilerek, bu istek kamuoyuna önünde yinelenmiştir (DİB, 2005, s. 428). Dolayısıyla “televizyonda dinî kamu hizmeti yayıncılığı” talebini Diyaret İşleri Başkanlığı, tekrar tekrar dile getirmiş görünmektedir.

Diyaret TV Program Türleri Üzerine Bir Değerlendirme

Diyaret İşleri Başkanlığı tarafından yönetilen Diyaret TV, 1 Ocak 2019’dan itibaren yayın hayatına başlamıştır. Ancak yukarıda temas edilen çalışmalar ve yinelenen talebin bir sonucu olsa gerek, “TRT-Diyaret” kanalı, bu anlamda Diyaret İşleri Başkanlığının televizyon yayıncılığı süreci için atılan adımlardaki bir tecrübe olarak bulunmaktadır. Bu nedenle TRT Diyaret kanalıyla ilgili Diyaret İşleri Başkanlığının çalışmalarına yer vermek gerekmektedir.

“Din ve Kültür” kanalı olarak “Güvenle İzleyin” sloganıyla yayın içeriği üretilen TRT Diyaret, Diyaret İşleri Başkanlığı ile TRT arasında imzalanan protokol çerçevesinde yayın üreten bir TRT kanalıdır” (TRT, 2015, s. 92). Kanala ilişkin değerlendirmeler arasında kamu hizmeti yayıncılığı, üzerinde durulan noktalardan biridir. Zira Koçyiğit’in belirttiği gibi kamu yayıncılığı “*Toplum için yapılan, devlet tarafından finanse edilen*” yayıncılık sistemidir. Kamu yayıncıları da, toplumun eğitim, bilgilenme, eğlenme gibi ihtiyaçlarını kamu yararı çerçevesinde yerine getirmektedir. TRT’nin haber, müzik, çocuk, vb. pek çok alanındaki kanallarla birlikte “dinî” alana mahsus bir kanalının bulunmaması, eksiklik olarak kabul edilmekte; bu eksikliğin TRT Diyaret’in kamu yayıncılığıyla giderilmesi beklenmektedir (Koçyiğit, 2016, s. 28).

TRT Diyaret’in kuruluş aşamasında Diyaret İşleri Başkanlığı ile TRT arasında 8 Mayıs 2012 tarihinde bir işbirliği protokolü imzalanmıştır. TRT eski Genel Müdürü İbrahim Şahin, söz konusu protokol töreninde, TRT Anadolu kanalının 12 saatlik yayın diliminin Diyaret İşleri Başkanlığına tahsis edildiğini; geriye kalan 12 saatin dinî programlarla veya iki kurumun belirleyeceği içeriklerle doldurulacağını belirtmiştir (Şahin, 2012). Aynı programda Diyaret İşleri eski Başkanı Prof. Dr. Mehmet Görmez’in yaptığı konuşmada, kamu hizmeti açısından dinî yayıncılık anlayışının sorumluluğu vurgulanmıştır.¹¹

Bu protokolün ardından “TRT Diyaret” 2012 yılında Miraç kandilinde, Bursa Ulu Camii’den gerçekleştirilen yayınla, test yayına başlamıştır. Kanal, 2013 yılına kadar hazırlık ve testlerini tamamlayarak yayını sürdürmüştü ve ilerleyen süreçte pek çok program, Diyaret İşleri Başkanlığı tarafından hazırlanmış veya hazırlanmıştır (Koçyiğit, 2016, s. 28).

Sözgelimi 2013 yılında; “İslam’ın Zihin Tarihi”, “Ekran Mutlu ile Hanende”, “Bir de Bana Sor”, “Engelsiz Hayat”, “Oku”, “Helal Kazanç”, “Mukabele”, “Hayatın Kıyısında”, “Gönül Sultanları”, “Kur’an-ı Kerim Eğitim ve Öğretim”, “Seyyah-ü Necmî”, “Şiirli Muhabbet” ve “Şehirlerin Ruhü” isimindeki programlar ile “Kurban” filmi hazırlanmıştır (DİB, 2014, s. 57-58).

2014 yılında bu program çeşitliliğinin artırıldığı görülmektedir. “Bir Yeni Mesajınız Var”, “Soru Bahane”, “Stockholm Treni”, “Yusuf’un Dünyası”, “Mim”, “Bilgi Treni Bilgi Yarışması”, “Vav Çocuk (Yarışma)”, “Aşkın Siyahı Kâbe”, “Lahuti”, “Kur’an Öğreniyorum”, “Sesler ve Suretler”, “Hatim”, “Topları Topla, Suda Yürüyorum”, “Hafız Bestekârlar”, “Diyanet Çocuk Takvimi Animasyonu”, “Işık ve Sahne”, “Şehirlerin Ruhü”, “Klasik Sanatlar Zamanı” “Ramazan Manileri”, “Bende Varım”, “Anadolu’da Kur’an Sevgisi”, “Vahyin Işığında”, “Elif Lam Mim”, “Gören Bilir” programları buna örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca Diyanet İşleri Başkanlığı’nın bu süreç içerisinde, teknik alt yapı çalışmalarını tamamladığı da anlaşılmaktadır (DİB, 2015, s. 60-61).

Bu bağlamda 2015 yılında Kurumca 33 iç yapım hazırlanırken, 26 dış yapım program hazırlanmıştır (DİB, 2016, s. 60-61).¹² Bir sonraki yıl, kurum tarafından 51 iç yapım program hazırlandığı, 41 dış yapım programın da hazırlatıldığı görülmektedir (DİB, 2017, s. 62-63). Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından hazırlanan veya hazırlatılan bu programların TRT Diyanet kanalında farklı sezonlarda yayınlandığı bilinmektedir. 2017 yılında 24 dış yapım program Başkanlık tarafından hazırlanırken, hem önceki yıllarda yapılarak yeni bölümleri hazırlanan hem de ilk defa yayına sunulan 39 iç yapım ve 49 dış yapım program yayınlanmıştır (DİB, 2018, s. 77-78). 2018 yılında ise 10 adet dış yapım program alımı gerçekleştirilmiş ve toplam Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından hazırlanan 61 program TRT Diyanet kanalında yayınlanmıştır (DİB, 2019, s. 76). Bu ayrıntılı bilgiler verilirken, Diyanet İşleri Başkanlığı’nın kamu hizmeti yayını anlayışıyla dinî televizyon yayıncılığı yapmak için 1987’den bu yana edindiği tecrübe ve birikiminin ortaya konulması amaçlanmıştır.

6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun hükümleri gereğince, Türkiye’de kamu kurumlarına frekans tahsisi yapılmamakta, bu nedenle kamu kurumlarının doğrudan televizyon yayıncılığı yapma imkânı bulunmamaktadır. Zikredilen kanunun 26. maddesinin 3. fıkrası kamu kurum ve kuruluşlarının ikaz, duyuru ve eğitim maksadıyla karasal radyo veya televizyon yayını yapma talebinde bulunmaları halinde; bu taleplerin, yapılacak protokol çerçevesinde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumundan hizmet alınarak (kanunlarında radyo ve televizyon yayını yapabileceklerine dair hüküm bulunanlardan ücreti de talep edilmeyerek) karşılanacağı belirtilmektedir. Kanun açık bir biçimde, “TRT haricindeki kamu kurum ve kuruluşlarına kanal, frekans veya multipleks kapasitesi tahsisi yapılmayacağı” kaydetmektedir. Dolayısıyla, yukarıda Mehmet Nuri Yılmaz’dan yapılan atfın hukuki olarak yerini koruduğu bilinmektedir. Ancak 2016 yılında söz konusu kanunda yapılan değişikliklerle,¹³ Vakıfların medya hizmet sağlayıcısı olabileceğinin önü açılmıştır. Buna bağlı olarak 2018 yılında Türkiye Diyanet Vakfı bünyesinde, Vakıf Medya Sanat Radyo Televizyon A.Ş. kurularak, RTÜK’ten yayın lisansı alma imkânı sağlanmıştır. Böylelikle Diyanet İşleri Başkanlığı ile Vakıf Medya arasında yapılan işbirliği sayesinde, müstakil olarak Diyanet İşleri Başkanlığı’nın yönetimini yaptığı “Diyanet TV” açılmıştır.

Esasında, Diyanet İşleri Başkanlığı’nın 24 saat yayın içeriğini yönetme imkânı 2018 yılının Eylül ayında sağlanmıştır. TRT Diyanet kanalında 16 Eylül 2018 tarihinde saat 23.45’te Özel Yayın gerçekleştirilmiştir. “Dini Yayınlar Genel Müdürü Dr. Fatih Kurt’un radyo ve televizyon hizmetleri hakkında ayrıntılı bilgiler verdiği özel yayında, gece saat 00.00’ü gösterdiğinde Diyanet TV’nin, hem yeni yayın dönemi başlamış hem de kanalın kurumsal kimliği yeni bir görünüme kavuşmuş ve kanalın logosu Ahmet Hamdi Akseki Camii’nden okunan Şuarâ ve Fatiha Sûresi ile birlikte değişmiştir.¹⁴ Bu değişikliklerle birlikte, “TRT Diyanet”, yapılan çalışmalar neticesinde

“Diyanet TV” ismiyle TRT frekanslarından yayına devam etmiş; 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren de frekansları değişerek yayını sürdürmüştür. Böylelikle Diyanet TV, Diyanet İşleri Başkanlığının kamu hizmeti anlayışıyla dinî yayıncılık yaptığı televizyon kanalı haline gelmiştir.

Bu değişim 27 Aralık 2018 tarihinde düzenlenen Diyanet TV Tanıtım Gecesinde kamuoyuna duyurulmuştur. Bu gecede yapılan konuşmaların merkezinde kamu yayıncılığı anlayışı yer almaktadır. Diyanet İşleri Başkan Yardımcısı Prof. Dr. Huriye Martı, medyadan bağımsız bir kurumsal yapıyı düşünmenin imkânsızlaştığından hareketle Diyanet İşleri Başkanlığının da İslam’ın şerefli mesajını insanlara ulaştırmada, bireysel ve toplumsal sorunlara dinî referanslardan beslenen çözümler üretmede, yayıncılık faaliyetleriyle önemli bir görevi ifa ettiğini belirtmektedir.¹⁵ Dini Yayınlar Genel Müdürü Dr. Fatih Kurt da Diyanet TV’nin “*dinî konuları magazinleştirmeksizin, dini asla bir tartışma aracı haline getirmeksizin, asla reyting kaygısı gütmeyen*” yayın yapacağını ifade ederek, kamu hizmeti yayıncılığına vurgu yapmıştır.¹⁶ Tanıtım gecesinde Diyanet TV hakkında yapılan açıklamalar, konumuz açısından önem arz etmektedir. Zira Diyanet TV’nin yayıncılık anlayışı Diyanet İşleri Başkanlığı düzeyinde en üst seviyede dile getirilmiştir. Diyanet İşleri Başkanı Prof. Dr. Ali Erbaş, Diyanet TV’nin Başkanlık hizmetlerine yeni bir ivme kazandırdığını ve mekân ve sınır gözetmeksizin İslam’ın güzelliklerini insanlığa ulaştıran yeni bir sürecin başladığını belirtmiştir. Erbaş’a göre uzun süredir Diyanet İşleri Başkanlığının gündeminde bulunan ve din hizmetlerine katkı sağlayacak olan müstakil bir televizyon kanalına sahip olma hedefine ulaşılmış bulunmaktadır. Çalışmamızın farklı yerlerinde temas edilen kamu hizmeti yayıncılığı anlayışının Diyanet İşleri Başkanı Erbaş’ın yaptığı konuşmaya da hâkim olduğu görülmektedir.¹⁷

Diyanet TV 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren uydu, kablo ve dijital platformlarda yayın sunmaktadır. HD ve SD olarak TÜRKSAT ile birlikte, Digitürk (68. Kanal), D Smart (104. Kanal), Tivibu (49. Kanal) ve Kablo TV’de (555. Kanal) yayın yapmaktadır. Resmî internet sitesinin (www.diyamet.tv) yanı sıra kanalın Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Yazbee ortamlarında onaylanmış resmî hesapları bulunmaktadır. Bu ortamların yanında kanal bünyesinde “Diyanet Çocuk” Youtube sayfasının yönetimi de yapılmaktadır.

Diyanet TV’nin kamu hizmeti yayıncılığı esaslarına göre yayın yapmasını belirleyen unsur kuşkusuz, Diyanet İşleri Başkanlığının Kuruluş ve Görevlerini belirleyen 633 Sayılı Kanundur. Mezkûr kanunun birinci maddesine göre Başkanlığın görevi, “İslam Dininin inançları, ibadet ve ahlak esasları ile ilgili işleri yürütmek, din konusunda toplumu aydınlatmak ve ibadet yerlerini yönetmek” olarak tanzim edilmiştir. Bu görevlerden biri olan “toplumu din konusunda aydınlatma” görevini Diyanet İşleri Başkanlığı, 633 Sayılı Kanun gereği çeşitli hizmet birimleriyle yerine getirmektedir. Bu hizmet birimlerinden biri Dini Yayınlar Genel Müdürlüğüdür. 633 Sayılı Kanun’un 7. maddesinin (ç) bendine göre Dini Yayınlar Genel Müdürlüğü’nün görevleri şunlardır:

- 1) Toplum din konusunda aydınlatmak amacıyla gerçek ve elektronik ortamda basılı, sesli ve görüntülü eserler hazırlamak, hazırlatmak, bunları inceleyerek yayımlamak, süreli yayınlar yapmak ve gerektiğinde ücretsiz yayın dağıtmak, dini bakımdan daha teferruatlı incelenmesi gereken eserleri Din İşleri Yüksek Kurulunun olumlu görüşünü aldıktan sonra yayımlamak, kütüphane açmak.
- 2) Başkanlığın görev alanı ile ilgili konularda radyo ve televizyon yayını yapmak, radyo ve televizyonlarda yayınlanmak üzere programlar hazırlamak ve hazırlatmak, bu konularda Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu ve diğer yayın kuruluşları ile işbirliği yapmak ve gerektiğinde bu amaçla hizmet satın almak.
- 3) Yurt dışında yaşayan vatandaş, soydaş ve İslam dinine mensup topluluklara yönelik değişik dil ve lehçelerde yayınlar hazırlamak, hazırlatmak ve gerektiğinde bunları ücretsiz dağıtmak.

Söz konusu maddeler çerçevesinde Diyanet İşleri Başkanlığı, “toplumu din konusunda aydınlatmak amacıyla” radyo ve televizyon yayınları ve yapımları hazırlama görev ve yetkisine sahip bulunmaktadır. Bu görevi yerine getirirken “gerektiğinde ücretsiz yayın dağıtmak” şeklindeki ifade kamu hizmeti yayıncılığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan, Diyanet İşleri Başkanlığı yetkililerinin, dini temalı yayın anlayışıyla ilgili demeçlerinde, kamu hizmeti yayıncılığına sıklıkla temas edildiği görülmektedir. Söz gelimi, Diyanet İşleri Başkanlığı Dini Yayınlar Genel Müdürü Dr. Fatih Kurt, dini konuların medyada tartışma eksenli bir yaklaşımla ele alındığını; reyting merkezli yayıncılık yapıldığını, bilgilendirmeden ziyade ekranı takip edilir tutmak için

görüş ayrılıkları bilinen konukların tartışmalarıyla dini konuların ekrana taşındığını ifade etmekte; Diyanet TV’nin vatandaşı bilgilendirme vasıtası olarak görev yaparken, bu uygulamaları kullanmadığını ifade etmektedir (Kurt, 2019).

Kuşkusuz kamu hizmeti yayıncılığı, televizyonlardaki program türleriyle ve yayın içerikleriyle kendini göstermektedir. Bu nedenle, Diyanet TV’deki yayın içeriklerinin belirlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çerçevede Diyanet TV’de 2019 yılının ilk altı ayında yayınlanan programlar çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışma evreninden sistematik rastlantısal örneklem yoluyla seçilen 15-31 Ocak 2019, 15-31 Mart 2019 ve 15-30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki yayın akışları analiz edilerek elde edilen bulgular ortaya konmuştur. Araştırma esnasında Diyanet TV’deki program türlerinin belirlenebilmesi amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından hazırlanan “Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları” başlıklı rehber temel alınmıştır. Söz konusu rehber, program türlerini 10 üst başlık (Haber, Güncel, Kültür, Eğitim, Gerçek Yaşamlar, Drama, Eğlence, Çocuk, Ticari İletişim ve Tanıtım, Diğer) halinde tasnif etmektedir. Bu sınıflandırma esas alınarak Diyanet TV’de Yayınlanan Program Türleri Tablo 12’de gösterilmiştir.

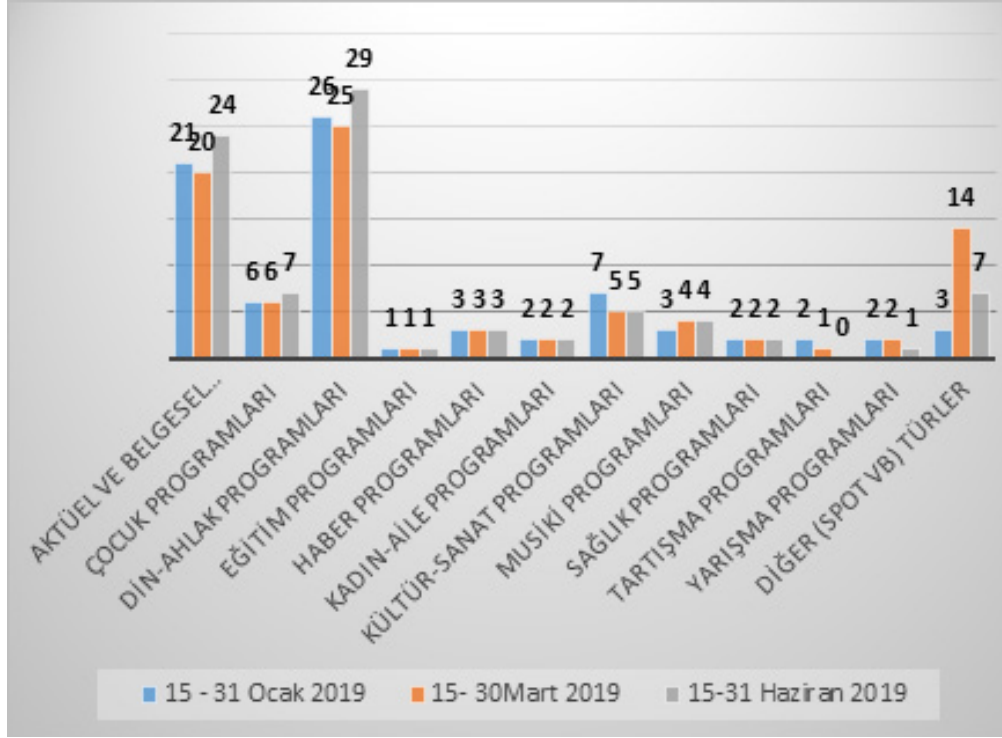
Tablo 12. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Tarafından Hazırlanan “Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları Rehberi” Çerçevesinde Diyanet TV Program Türleri İncelemesi

	15-30 Ocak 2019	15-31 Mart 2019	15-30 Haziran 2019
	(0) Yok (1) Var	(0) Yok (1) Var	(0) Yok (1) Var
HABER PROGRAMLARI			
Haber Bülteni	1	1	1
Haber Programları	1	1	1
Ekonomi Bülteni	0	0	0
Hava ve Yol Durumu	0	0	0
Spor Bülteni	0	0	0
GÜNCEL PROGRAMLAR			
Yorum Programları	1	1	0
Sohbet Programları	1	1	1
Dinî Tören Yayınları	1	1	1
Kriz Dönemi Canlı Yayınlar	0	0	0
Seçim Yayınları	0	0	0
Siyasi Parti Faaliyetleri Yayınları	0	0	0
Ulusal ve Uluslararası Törenlerin Naklen Yayınları	0	1	1
Sosyal Amaçlı Kampanya Programları	0	0	0
KÜLTÜR PROGRAMLARI			
Belgesel Programlar	1	1	1
Bilgi-Kültür Yarışmaları	1	1	1
Kültür Sanat Programları	1	1	1
Yaşam Tarzı ve Eğilimlerle İlgili Yapımlar	1	1	1
Sektör Tanıtım Programları	0	0	0
Gezi Programları	0	0	0

EĞİTİM PROGRAMLARI			
Örgün Eğitime Destek Programları	0	0	0
Yaygın Eğitim Programları	0	0	0
Bilgi-Beceri Programları	0	0	0
Sağlık Programları	1	1	1
Dinî Eğitim Programları	1	1	1
GERÇEK YAŞAMLAR			
Reality Show	0	0	0
Gerçek Hayat Hikâyeleri	1	1	1
DRAMA			
Dizi Filmler	0	0	0
Sinema ve Televizyon Filmleri	0	0	0
Magazin Programları	0	0	0
Drama Öğeleri İçeren Eğlence Programları	0	0	0
EĞLENCE			
Müzik Ağırlıklı Programlar	1	1	1
Müzik Video Klipleri	1	1	1
Konser Yayınları	0	0	0
Beceri ve Direnç Yarışmaları	0	0	0
Spor Karşılaşmaları Yayınları	0	0	0
Talk-Show	0	0	0
Kuşak Programları	1	1	1
ÇOCUK PROGRAMLARI			
Okul Öncesi Çocuk Programları	1	1	1
Çizgi ve Animasyon Filmler	1	1	1
Çocuk Eğitim Programları	1	1	1
Çocuk Aktivite Programları	0	0	1
Çocuklara Yönelik Drama	0	0	0
Çocuk Haber	0	0	0
Çocuk Yarışma	1	1	1
TİCARİ İLEŞİTİM VE TANITIM			
Reklam Kuşakları	1	1	0
Tele-Alışveriş	0	0	0
Bank Reklam	0	0	0
Siyasi Reklam	0	0	0
Program Desteklemesi	0	0	0
Ürün Yerleştirme	0	0	0
Program Tanıtımları	1	1	1
DİĞER			
Logo ve Çağrı İşareti	1	1	1
Koruyucu Sembol	1	1	1
Kamu Spotları	1	1	1

RTÜK'ün hazırladığı rehber etrafında yapılan analizin ardından, Diyanet TV'de çalışmanın kapsamına giren tarihler arasındaki programlar listelenmiştir. Bu listede yer alan programların hangi tanıtım ifadeleriyle (din-ahlak, kültür-sanat, çocuk vb.) Diyanet TV'de yayınlandığı belirlenerek, program türleri hakkında ikinci bir betimsel analize ihtiyaç duyulmuş, Tablo 13'te bu analizin verileri gösterilmiştir:¹⁸

Tablo 13. Diyanet TV’de Yayınlanan Programların Tanıtımlarında Yer Alan Türlere Göre Dağılımı



Tablo 12 ile Tablo 13’teki veriler birlikte değerlendirildiğinde Diyanet TV’de;

- “Haber Programları” kategorisindeki haber bülteni ve haber programları yayınlanırken ekonomi bülteni, hava ve yol durumu ile spor bülteni programları yayınlanmamıştır.
- “Güncel Programlar” kategorisindeki yorum, sohbet, dinî tören, ulusal ve uluslararası törenlerin naklen programları yayınlanırken, kriz dönemi canlı yayınlar, seçim yayınları, siyasi parti faaliyetleri ve sosyal amaçlı kampanya programları yayınlanmamıştır.
- “Kültür Programları” kategorisindeki belgesel, bilgi-kültür yarışmaları, kültür-sanat programları, yaşam tarzı ve eğilimlerle ilgili programlar yayınlanırken, sektör tanıtım ve gezi programları yayınlanmamıştır.
- “Eğitim Programları” kategorisindeki dinî eğitim ve sağlık programları yayınlanırken örgün eğitime destek, yaygın eğitim ile bilgi-beceri programları yayınlanmamıştır.
- “Gerçek Yaşamlar” kategorisindeki gerçek yaşam hikâyeleri yayınlanırken reality show yayınlanmamıştır.
- “Drama” kategorisinde programa rastlanmamıştır.
- “Eğlence” kategorisindeki kuşak programları, müzik ağırlıklı programlar ve müzik video klipleri yayınlanırken magazin, dramatik eğlence programları, konser yayınları, beceri ve direnç yarışmaları, spor karşılaşmaları ve talk showlar yayınlanmamıştır.
- “Çocuk Programları” kategorisindeki okul öncesi çocuk programları, çizgi ve animasyon filmler, çocuk eğitim ve aktivite programları ile çocuk yarışma programları yayınlanırken, çocuklara yönelik drama ve çocuk haber programları yayınlanmamıştır.
- “Ticari İletişim ve Tanıtım” kategorisinde reklam kuşağı ve program tanıtımlarına rastlanırken tele-alışveriş, bant reklam, siyasi reklam, program desteklenmesi, ürün yerleştirme yayınlanmamıştır.

- Bu çerçevede Diyanet TV'nin tanıtım kapakları baz alınarak yapılan betimsel analize göre, en fazla yer verilen program türü sırasıyla "Din-Ahlak" programları, "Aktüel ve Belgesel" programları ile "Kültür ve Sanat" programlarıdır.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye'de televizyon yayıncılığı, kamu hizmeti esasına göre 1968 yılında Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu marifetiyle başlamıştır. TRT, kamu hizmeti yayıncılığını yaparken program türlerini "eğitim" ve "kültür" programları çerçevesinde hazırlamış, bu sınıflandırmalar yayın planlarını belirlemiştir. Bu programlardan biri olan "din ve ahlak" programları TRT'de 1974 yılında başlamış, 1975 yılında sohbet programlarıyla yeni bir sürece girilmiş, 1980'lerde başlayan ve sohbet formatındaki türler başta olmak üzere din ve ahlak programları günümüze kadar yayınlanmıştır.

1987'den itibaren dinî temalı görsel-işitsel yayınlar hazırlayan Diyanet İşleri Başkanlığının TRT ile işbirliği adımları 1980'lerde başlamış, 1997 yılında "Diyanet Saati"; 2006 yılından itibaren de "İslam'ın Aydınlığında" programlarının Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından hazırlanarak TRT kanallarında yayınlanması sağlanmıştır. Bununla birlikte Diyanet İşleri Başkanlığı, kendi bünyesinde bir televizyon kanalına sahip olma talebini 1990'lı yıllardan itibaren farklı zaman dilimlerinde kamuoyunda dile getirmiştir. 2012 yılında TRT ile Diyanet İşleri Başkanlığı arasında yapılan bir protokolle "TRT Diyanet" ismiyle bir televizyon kanalı test yayınına başlamış, süregelen zaman diliminde test yayınları tamamlanarak 24 saat yayına devam edilmiştir. Söz konusu kanalın yayın akışını, 12 saatini Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından hazırlanan programlar diğer 12 saatini de TRT tarafından yayınlanan programlar doldurmaktadır. TRT'nin faaliyet raporlarında belirtildiği üzere TRT Diyanet, bir TRT kanalıdır. Diyanet İşleri Başkanlığı 1987 yılından itibaren görsel ve işitsel yayınlarla ilgili birikimini TRT Diyanet kanalına 12 yayın içeriği üretmekle pekiştirmiş görünmektedir. Çünkü bu süre zarfında teknik ekip ve ekipman çalışmaları yapılmış, program üretimleri Diyanet İşleri Başkanlığınca hazırlanmış veya hazırlanmıştır.

16 Eylül 2018 tarihinde kanalın "TRT Diyanet"ten "Diyanet TV" ye dönüşümüyle ilgili özel bir program yapılmış, kanalın "Diyanet TV" adıyla yayınına TRT frekanslarından 4 aya yakın süre boyunca devam edilmiştir. Nihayetinde 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren frekansı, kurumsal kimliği ve programları yenilenen Diyanet TV, Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yönetilen bir televizyon olarak ülkemiz açısından televizyonculuk tarihinde yerini almıştır.

Ülkemizde dinî temalı televizyon yayıncılığı tecimsel televizyonlarla başlamış, 1990'larla birlikte pek çok televizyon kanalı kurulmuştur. Böylelikle tecimsel anlayışla başlayan dinî tematik yayıncılık, Diyanet TV'nin yayın hayatına başlamasıyla kamu hizmeti anlayışıyla yeni bir aşamaya gelmiştir. Bu nedenle kamu hizmeti yayıncılığı açısından Diyanet TV'de yayınlanan program türlerinin ele alınması gereğinden hareketle bu çalışma hazırlanmıştır.

Yapılan betimsel analiz çerçevesinde ulaşılan verilere göre sonuç ve öneriler şu şekilde ifade edilebilir:

- Kamu hizmeti yayıncılığı, izleyicilerin bilgi, kültür ve eğitimine odaklanan bir yaklaşımın tezahürü olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle Diyanet TV'de kamu hizmeti yayıncılık anlayışının program türlerine hâkim olduğu görülmektedir. Güncel konular, bilgilendirme ve kültür ağırlıklı programlar yayınlanması ve talk show, magazin türü programların yer almaması Diyanet TV'nin kamu hizmeti yayıncılığını esas aldığı şeklindeki değerlendirmeyi güçlendirmektedir.
- Diyanet TV'de din-ahlak, aktüel-belgesel ile kültür-sanat programlarına sayısal olarak ağırlık verildiği görülmektedir. Kamu hizmeti yayıncılığının esas alındığı bu sonuçla da yinelenmektedir. Dolayısıyla "Dinî Kamu Hizmeti Yayıncılığı" kavramının literatüre girmesi ve bu yayıncılık anlayışının ilke ve prensiplerinin belirlenmesine ihtiyaç bulunmaktadır.

- Diyanet TV’nin toplumun her kesimini yönelik yayın yapmayı ilke edinmesi, program türlerinde karşılık bulmaktadır. Kadın, aile, yaşlı, çocuk, engellilere yönelik programlar bunun göstergesi olarak değerlendirilebilir.
- Siyasi parti faaliyetleri, seçim yayınları ve siyasi reklam yayınlanmaması Diyanet İşleri Başkanlığının siyaset üstü bir yayıncılık ilkesi gözettiğini göstermektedir.
- Diyanet TV’de reklam yayını verilerine göre Diyanet İşleri Başkanlığının “Umre” hizmetlerini içeren bir tanıtım reklamının yayınlandığı belirlenmiştir. Bu tanıtımın, reklam kuşağıyla aktarılması, Diyanet TV’de reklam yayınlandığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, TRT’de olduğu gibi kamu hizmeti yayıncılığı açısından Diyanet TV’nin de reklama ihtiyaç duyduğu söylenebilir.
- Bu çalışma neticesinde, dinî program türlerinin belli bir kategoriye sahip olmadığı anlaşılmıştır. RTÜK’ün program türleri arasında “dinî tören” ile “dinî eğitim” dışında, dinî tematik yayıncılık açısından herhangi bir program türüne rastlanmamıştır. Dolayısıyla 1990’larda tecimsel televizyonlarla başlayarak günümüzde Diyanet TV ile kamu hizmeti yayıncılığına evrilen dinî tematik yayıncılığın kendine özgü program türlerinin ortaya konmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin “Din Eğitimi” adında bir program türü belirlenerek bu programlar “Genel İzleyici Kitlesine” ve “Özel İzleyici Kitlesine” hitap edecek şekilde ikiye ayrılabilir. “Özel İzleyici Kitlesi” programların alt kategorisinde de “Çocuklara Yönelik”, “Aileye Yönelik”, “Yaşlılara Yönelik”, “Engellilere Yönelik” vb. programlar yer alabilir. Bunun dışında programlar İslamî ilimlerdeki disiplinlere göre (Hadis, Fıkıh, Akaid, Kıraat gibi) türlere ayrılabilir.
- Bu çalışmanın yapıldığı esnada, TRT Diyanet veya Diyanet TV hakkında literatürde yalnızca iki çalışmaya rastlanmıştır. Program türleri üzerine yapılan bu ilk çalışmayla bağlantılı olarak Diyanet TV’de yayınlanan programların izler-kitle üzerinde ne tür etkiler oluşturduğunu betimleyen çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Son Notlar

¹ “İslam ülkeleri dışişleri bakanlarının temsil ettiği kuruluş 1976 toplantısını İstanbul’da yapmayı kararlaştırmıştı. Galiba mart başlarıydı. Dışişlerinden bir yazı aldık. İslam ülkeleri radyo-televizyon kuruluşları daha önce bir toplantı yapmak istiyordu. Bu kuruluş dışişleri bakanları konferansının bir organıydı. Hem genel kurul toplantısı yapılarak yeni organlar teşkil edilecek hem de konferansın dünyaya duyurulması planlanacaktı. Bize ev sahipliği düşüyordu. Elbette olumlu cevap verecektik. Konu hakkında yönetim kuruluna bilgi verdim. Kurulda, İslam sözünün her geçişinde kulak kesilen bir üye hemen soru şeklindeki itirazını yükseltti: Biz bu kuruluşa üye miydik? Kuruluşa katılan her ülkenin radyo-televizyon kurumu kendiliğinden üye sayılıyordu. Bizimki de öyle olacaktı. Bundan sonra başladı tavsiyeler: İşte statüye dikkat etmeliyiz de, yayınlarda dikkatli olmalıyız da, devletin laik olduğunu unutmamalıyız da... Mektuba olumlu cevap verdik ve hazırlıklara başladık.” (Karataş, 1978, s. 99)

² “Bu Programlar, Anayasamızı laiklik, din ve vicdan hürriyeti esaslarına, Atatürk ilke ve inkılaplarına, İslam Dininin ruhuna bağlı olarak, milli birlik ve bütünlüğümüzü güçlendirici, hayata dönük, çağdaş uygarlık anlayışına ve ilmi düşünceye uygun bir şekilde yapılmaktadır” (Demirbaş, 2003, s. 536).

³ 2008 yılına ilişkin bir veri bulunamadığından grafiğe işlenmemiştir.

⁴ Araştırmada, tecimsel televizyon yayınlarındaki dini programları izleyenlerin oranı daha yüksektir.

⁵ Çalışmamızda programla ilgili bilgilere yer verilecektir.

⁶ Madde 20: Günümüzde sesli ve görüntülü yayınların kamuoyunu aydınlatmadaki mühim tesiri karşısında Başkanlığın özel radyo ve televizyon yayınlarına başlaması bir zaruret halini almış bulunmaktadır. Yayınlar geçilebilmesi için gerekli kanunî düzenlemeler yapıncaya kadar bu yayınlarda ihtiyaç duyulacak yeterli teknik eleman ve program uzmanlarının yetiştirilmelerine başlanmalı, bu arada halkımıza Başkanlıktan beklediği radyo-televizyon hizmetlerinin mevcut kanallarla karşılama cihetine gidilmeli ve eldeki paket programlar zenginleştirilmelidir (DİB, Din Şûrası Nihai Kararları, 1995, s. 702).

⁷ “Emre” çizgi filmi, Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından, 1987 ihale yoluyla yapımına başlanan ve 1988 yılında Başkanlık arşivine giren bir yapımdır. 90 dakikalık bu çizgi filmde, Osmanlı Devletinin kuruluş

yıllarında ailesiyle hacca gitmek üzere gemiyle yola çıkan 12 yaşındaki bir çocuğun başından geçenler anlatılmaktadır. Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yaptırılan bu çizgi filmin dikkat çekmesinin ardından, özel kuruluşların farklı çizgi filmlere başlamasına vesile olunmuştur (Emirosmanoğlu, 2005, s. 152).

⁸ 31.07.2019 tarihli ve 331302 sayılı bireysel başvuru ile yaptığım talebe ilişkin cevapta yer almaktadır.

⁹ 31.07.2019 tarihli ve 331302 sayılı bireysel başvuru ile yaptığım talebe ilişkin cevapta yer almaktadır.

¹⁰ 31.07.2019 tarihli ve 331302 sayılı bireysel başvuru ile yaptığım talebe ilişkin cevapta yer almaktadır.

¹¹ “Kamu yayıncılığı yapmak başlı başına sorunlu bir alan ama din alanında yayın yapmak çok daha büyük bir ciddiyet isteyen, çok daha büyük bir hassasiyet isteyen bir konu. Belki Diyanet İşleri Başkanlığının bugüne kadar gecikmesinin en büyük sebebi burada yatmaktadır. Her şeyden önce şunu açıkça ifade edeyim: Bu kanalda üretilen bütün programların çok önemli ilkeleri ve prensipleri olacaktır. Kamu alanında dinî yayıncılığın nasıl bir ilke ve prensip üzerine oturacağını gösterecektir bu çalışma. Her şeyden önce, asla dinleri bir rekabete sokmayacaktır, bir rekabet içerisine sokmaya kalkışmayacaktır. İkincisi, din dili ile propaganda dilini asla birbirine karıştırmayacaktır. Dini anlatırken kitle iletişim araçlarının başvurduğu propaganda dilinden uzak, dinin kendi gönül dilini kullanacaktır. Az önce saydığım pek çok televizyon kanalı ki bir istatistiğe göre yaklaşık 200’ü aşkın, 24 saat misyonerlik propagandası yapan televizyon kanalları mevcuttur. Zaten uydu aracılığıyla televizyonların düğmesine basın herkese buna vâkıftır. Ancak İslam geleneğinde misyonerlik yoktur. Bizim bu yayınlarımız, misyonerlik yapmayacaktır. Tebliğ ve irşadin gönül dili ile propaganda dilini birbirine karıştırmayacaktır. Din alanında kamu yayıncılığı yapmanın siyasal, kültürel ve dinsel çeşitliliği dikkate alması kaçınılmazdır. Özellikle yine bu kanalda üzerinde durduğumuz en önemli konu, altını çizeceğimiz en önemli ilke, Diyanet İşleri Başkanlığının bütün hizmet alanlarında olduğu gibi bu alanda da asla gündelik siyasetin içine ima ile dahi olsa girmeyecektir, gündelik siyasetin daima dışında ve üstünde kalacaktır. Dinî yayıncılık, asla mevcut yayın parametrelerine teslim olmamalıdır. Özellikle televizyoncu arkadaşlarımızla bu konuyu konuştuğumuzda, onlar haklı olarak bize diyorlar ki “televizyonculuğun kendine özgü farklı bir dili ve üslubu vardır ama dinin kendine özgü farklı bir dili ve üslubu vardır.” Doğru, ama bu asla kitle iletişim araçları marifetiyle dini anlatırken bu ikisini birbirine karıştırmayı gerektirmez. Aynı şekilde, Yüce İslam’ın temel ilkelerinden ve prensiplerinden, Yüce İslam’ın sahih kaynaklarından hiçbir zaman ödün vermeyecektir. Dini hayatın tekdüze, monoton, tek ve bir forma indirgenmiş ya da otoriter bir söylem kalıbı içinde sürdürülmesi mümkün değildir. Bu yayıncılığı yaparken de, altını çizmemiz gereken en önemli ilkelerimizden bir tanesi bu olacaktır. Dinin sabitelerine bağlı kalarak, farklı yorumlara yer verecektir ama bu dinin sabitelerine dokunacağımız anlamına asla gelmeyecektir. Aynı şekilde, İslam’ı çağın idrakine sunmak, yeni kuşaklarla, yeni gençlerle iletişim kurabilmenin yolu olacaktır. Aynı şekilde, birlikte yaşama iradesi, kardeşlik ruhu bu kanalda verilen yaygın din eğitiminin ayrılmaz bir parçası olacaktır” (Görmez, 2012).

¹² Bu programlar için bkz: (DİB, 2016, s. 60-61).

¹³ “5/2/2011 tarihli ve 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanununun 19 uncu maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde yer alan “vakıflar,” ibaresi madde metninden çıkarılmış ve aynı fıkranın (d) bendine dördüncü cümlesinden sonra gelmek üzere aşağıdaki cümle eklenmiştir.”

¹⁴ <https://www.islamvemedya.com/diyanet-tv-de-yeni-donem/661/> Erişim Tarihi 14.10.2019

¹⁵ <https://www.islamvemedya.com/diyanet-tv-birinci-sirada/676/> Erişim Tarihi 13.10.2019

¹⁶ <https://www.islamvemedya.com/kurt-diyanet-tv-toplumun-her-kesiminin-kanalidir/677/> Erişim Tarihi 13.10.2019

¹⁷ “Şunu açıkça ifade etmeliyim ki, medya ve dijital araçlar üzerinden hakikati ve dini konuşmak çok daha büyük bir dikkat ve hassasiyet gerektirmektedir. Zira medya büyük oranda semboller üzerinden ve imaj merkezli bir yaklaşımı öne çıkarmaktadır. Ancak, sembol ile gerçek arasında kurulan ilişkiden dolayı, inanç ve medeniyet değerlerinin, dini sembollerin veya kişiliklerin özensiz şekilde ele alınması, zaman zaman gerçeğe ve toplumsal değerlere karşı ön yargılı, müstehzi ve gelişigüzel bir tavrın oluşmasına da sebep olmaktadır. Dolayısıyla İslam’ın kavramlarını ve söylemlerini, dinî kisve veya kimlik ile öne çıkan kişileri medyanın argümanları içinde kullananlar, hakikate ve milletimizin değerlerine karşı sorumluluk bilinci ile hareket etmelidir. Aynı şekilde, medyada dini konularda konuşan yazan herkes, İslam’ın doğru anlaşılmasına, yaşanmasına ve güzel ahlakın yaygınlaşmasına katkı sunmalı, inancımız konusunda yanlış anlamalara yol açacak hatalı söz ve eylemlerden, popülist yaklaşımlardan, gereksiz ve kafa karıştırıcı tartışmalardan kaçınmalıdır. Dolayısıyla başta medya organlarımız olmak üzere bütün vatandaşlarımız, çeşitli menfaatler için dini kavramları kullanarak istismar eden, din üzerinden kendini, yanlış düşünce ve davranışlarını meşrulaştırmaya çalışan kişi ve gruplara karşı dikkatli olmalıdır. Biz Diyanet İşleri Başkanlığı olarak, doğru dini bilgi ile İslam’ın en doğru şekilde anlatılması ve istismarın önüne geçilmesi hususunda Diyanet TV’miz ve diğer bütün imkânlarımızla çalışacağız. Aynı zamanda bu hususta isteyen kişilere ve kurumlara her türlü desteği vermeye de hazırız. Bu manada Diyanet TV’nin yayın ilkelerini açıkça ilan etmeyi önemli buluyorum. Öncelikle Diyanet TV’nin yayınları ile toplumu din konusunda aydınlatma ve yaygın din eğitimi faaliyetlerine katkı sağlamayı hedefliyoruz. Hikmetli bir gönül dili ile dinimizin hakikatlerini ülkemizde ve dünyada isteyen herkese ulaştırmak istiyoruz. Mezhep, meşrep, siyasi görüş ve düşüncülerin, günü birlik tartışma ve gerilimlerin ötesinde, reklam ve propaganda dilinden uzak, kuşatıcı ve kucaklayıcı eksende yayın yapmayı önemsiyoruz. İslam’ın hakikatlerini, kültürel değerlerimizi, güzel ahlaki ve toplumsal duyarlılıkları dikkate alarak, birlikte yaşama ahlak ve hukukunu pekiştiren, özellikle aile yapımızı koruyan ve güçlendiren yayınlar yapmayı temel ilkelerimiz olarak benimsiyoruz. Çocukla-

ra, gençlere, engellilere, kadınlara, yaşlılara, engellilere, mültecilere, toplumun tüm kesimlerine ve yurt dışındaki millet varlığımıza, gönül coğrafyamızdaki vatandaş, soydaş ve dindaşlarımıza yönelik yayınlar yapıyoruz. Bu itibarla, Diyanet TV, doğru dini bilgiye ve toplumsal değerlerimize uygun programlarıyla gençlerimizin, ailelerimizin, engelli kardeşlerimizin, muhacirlerimizin ve bütün milletimizin gönül rahatlığıyla takip edebileceği düzlemde, yayın hayatına daha etkin ve güçlü bir şekilde devam etmektedir (Erbaş, 2018).

¹⁸ Çalışma esnasında Diyanet TV’de program türlerinin yanı sıra, dinî temalı kısa spotların da yayınlandığı ve spotlarda herhangi bir tanıtım ifadesi bulunmadığı görülmüştür. Bu spotlar izlenerek incelenmiş, hangi program türüne uygun olduğu değerlendirilerek, sınıflandırmaya dâhil edilmiştir.

Kaynakça

- Akıllıoğlu, S., Aziz, A., Çolakoğlu, N., Dağlı, N., Görün, N., Bayık, H., ... Tanık, M. (1990). *TRT dününden bugüne radyo-televizyon 1927-1990*. Ankara: TRT.
- Aktay, Y., Yılmaz, M., Beriş, H. E., Birinci, K., ve Osmanoğlu, E. (2012). *Diyanet İşleri Başkanlığı vatandaşa memnuniyet araştırması*. Ankara: DİB-SDE.
- Altıkulaç, T. (2016). *Zorlukları aşarken* (Gözden Geçirilmiş 3. Baskı b., Cilt 1). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Baydar, M. Ç. (1994). *İslâm ve radyo televizyon*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Bilgin, V. (2003). Popüler kültür ve din: Dindarlığın değişen yüzü. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(1), 193-214.
- Bilis, A. E. (2017). Modern yaşamda dini değerlerin televizyonda temsili: Nihat Hatipoğlu ile iftar programı örneği. *Selçuk İletişim Dergisi*, 189-210.
- Buyrukçu, R. (2005). Dinî konulu yarıtışma programları (Medyadaki dini tartışmalar ve düşündürdükleri: Medyatik İslam. II. Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi - Sesli ve Görüntülü Dinî Yayıncılık (s. 271-276). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Cankaya, Ö. (2015). *Bir kitle iletişim kurumunun tarihi TRT*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Çamdereli, M. (2013). Medyada dinin popüler temsili. *Siyer Atölyesi 3-4* (s. 37-69). İstanbul: Meridyen Kitaplığı.
- Çamdereli, M. (2019). Prof. Dr. Mete Çamdereli ile söyleşi. 64-74. (F. Bayram, F. İbanoğlu, K. Büyüker, M. Yüksel, M. Günel, & S. Sav, Röportajı Yapanlar) *Din ve Hayat Dergisi*.
- Çelik, A. (2004). *Radyo ve televizyonlarda yayınlanan dini programları eğitim açısından değerlendirme (Erzurum örneği)*. İstanbul: Aktif Yayınevi.
- Demirbaş, A. (2003). Sesli ve görüntülü yayınlarda dini yayınların toplumu aydınlatmadaki rolü. II. *Din Şûrası* (s. 533-537). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Demiröz, Ş. (2005). TRT ve özel kanallarda dinî yayınlar. II. *Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi - Sesli ve Görüntülü Dinî Yayıncılık* (s. 29-34). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (1995). Din şûrası nihai kararları. I. *Din Şûrası Tebliğ ve Müzakereleri* (s. 697-707). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (2000). *Diyanet İşleri Başkanı Mehmet Nuri Yılmaz’ın konuşmaları makaleleri* (1999) (Cilt V). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (2002). *Son on yılda Diyanet İşleri Başkanlığı*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (2005). II. Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi sonuç bildirgesi. II. *Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi - Sesli ve Görüntülü Dinî Yayıncılık* (s. 427-430). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.

- DİB. (2010). *Diyanet İşleri Başkanlığı hizmet ve projeler 2003-2010*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (2014). *Diyanet İşleri Başkanlığı 2013 yılı faaliyet raporu*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (2015). *Diyanet İşleri Başkanlığı 2014 yılı faaliyet raporu*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (2016). *Diyanet İşleri Başkanlığı 2015 yılı faaliyet raporu*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (2017). *Diyanet İşleri Başkanlığı 2016 yılı faaliyet raporu*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (2018). *Diyanet İşleri Başkanlığı 2017 yılı faaliyet raporu*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- DİB. (2019). *Diyanet İşleri Başkanlığı 2018 yılı faaliyet raporu*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Doğan, D. M. (1993). *İletişim veya dehşet çağı*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Elpeze Ergeç, N. (2005). Dinî didaktik sohbet programları (Ulusal televizyonlardaki dinî yayınlar: Dini sohbet programlarının anlam ve görüntü açısından incelenmesi. *II. Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi - Sesli ve Görüntülü Dinî Yayıncılık* (s. 239-262). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Emirosmanoğlu, A. O. (2005). Dinî yayıncılık açısından çizgi film. *II. Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi - Sesli ve Görüntülü Dinî Yayıncılık* (s. 149-156). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Erbaş, A. (2018, Aralık 27). Diyanet TV tanıtım gecesi açış konuşması. Ankara.
- Göle, N. (2013). Modernist kamusal alan ve İslami ahlak. K. Çayır, D. Suman, U. Azak, B. Türkmen, U. Kömeçoğlu, E. Özcan, . . . O. Erdur içinde, *İslam'ın yeni kamusal yüzleri* (s. 19-40). İstanbul: Metis Yayınları.
- Görmez, M. (2005). Sesli ve görüntülü yayıncılık açısından Diyanet İşleri Başkanlığı. *II. Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi - Sesli ve Görüntülü Dinî Yayıncılık* (s. 35-38). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Görmez, M. (2012, Mayıs 8). TRT Diyanet protokol töreni açılış konuşması (8 Mayıs 2012).
- Gülizar, J. (2008). *TR artı TV eşittir TRT*. Ankara: Sinemis Yayınları.
- Karaca, F. (2005). Televizyon ve radyolarda dinî yayınlar. *II. Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi* (s. 23-28). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Karataş, Ş. (1978). *TRT kavgası*. İstanbul: Emek Matbaacılık.
- Karataş, Ş. (1992). TRT yetersiz. (A. Başgönül, Röportaj Yapan) Diyanet Aylık Dergi.
- Kaya, E. (2019). *Türk halk dindarlığının medyada dini sorular üzerinden değerlendirilmesi*. Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Koçyiğit, İ. (2016). *Diyanet TV ve Diyanet Radyo'nun kurumsallaşma süreci*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Basılmamış Uzmanlık Tezi.
- Kurt, F. (2019, Eylül 18). Dini yayınlar genel müdürü Dr. Fatih Kurt, Anadolu Ajansına açıklamalarda bulundu. (S. Şahin, Röportaj Yapan) Ekim 1, 2019 tarihinde <https://www.diyanet.tv/dini-yayinlar-genel-muduru-dr-fatih-kurt-tan-aa-ya-aciklamalar> adresinden alındı
- Mert, H. (1992). Özel televizyona doğru. *Diyanet Aylık Dergi*, 8-10.

- Neziroğlu, İ., ve Yılmaz, T. (2015). *Koalisyon hükümetleri, koalisyon protokolleri, hükümet programları ve genel kurul görüşmeleri* (Cilt 2). Ankara: TBMM Basımevi.
- Öztürk, S. Y. (1996). Televizyon haberciliği ve Türkiye’deki uygulamalar. *Yeni Türkiye Dergisi (Medya Özel Sayısı 1)*(12), 1086-1100.
- Şahin, İ. (2012, Mayıs 8). TRT Diyanet protokol töreni açılış konuşması.
- Şenyapılı, Ö. (1981). *Toplum ve iletişim*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- TRT. (1985). *Türkiye radyo ve televizyon programları kamuoyu araştırması*. Ankara: TRT.
- TRT. (1999). *Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (Temmuz 1997-Temmuz 1999)*. Ankara: TRT.
- TRT. (2001). *Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu 2000-2001*. Ankara: TRT.
- TRT. (2003). *Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu 2002 faaliyet raporu*. Ankara: TRT.
- TRT. (2004). *Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu 2003 faaliyet raporu*. Ankara: TRT.
- TRT. (2005). *TRT 2004 faaliyet raporu*. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.
- TRT. (2006). *Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu 2005 faaliyet raporu*. Ankara: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu.
- TRT. (2008). *TRT 2007 faaliyet Raporu*. Ankara: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu .
- TRT. (2009). *Türkiye Radyo Televizyon Kurumu 2008 faaliyet raporu*. Ankara: TRT.
- TRT. (2010). *Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu 2009 faaliyet raporu*. Ankara: TRT.
- TRT. (2015). *TRT 2014 yılı faaliyet raporu*. Ankara: TRT.
- TRT. (t.y). *1992 TRT genel yayın planı*. Ankara: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu.
- TRT. (t.y). *1996 TRT genel yayın planı*. Ankara: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu.
- TRT. (t.y). *2018 Yılı genel yayın planı*. Ankara: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu.
- Tuğrul, S. (1975). *Türkiye’de televizyon ve radyo olayları*. İstanbul: Koza Yayınları.
- Yalçıntaş, N. (1995). Televizyonun dinî hayattaki rolü. *I. Din Şûrası* (s. 402-404). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Yaylagül, L. (2018). *Kitle iletişim kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yazıcı, F. (2018). Radyo programlarında reklam kullanımı: Program yapımcısı perspektifinden radyo reklamlarının değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), 1251-1261.
- Yılmaz, C. (1996). Radyonun yeniden keşfi. *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı 1*, 1044-1052.

MEDIAD

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

An Analysis of Religion-Themed TV Programmes and Types of Programmes on Diyanet TV in Terms of Public Service Broadcasting in Turkey

Mustafa ÇUHADAR

Extended Abstract

Religion-themed television programs constitute a fundamental field of research within the context of the media-religion nexus in terms of both public service and commercial broadcasting. While educational, cultural, and informational purposes play an important role in the determination of the broadcast contents and the types of programs in the public service broadcasting, the content in the commercial broadcasting is shaped according to commercial expectations. In any case, however, religion-themed broadcasts keep emerging on television whether for public service or because of commercial reflexes. In the case of Turkey, the public service broadcasting is conducted by the Turkish Radio and Television Corporation (TRT) established in order to provide radio and television broadcasts on behalf of the state, and the legal infrastructure relating to audio-visual broadcasts has restrictions in place for other broadcast services to be given a frequency, thus to be established. Therefore, the Presidency of Religious Affairs, which has the duty and responsibility “to enlighten the society on religion”, was not able to have a television channel regulated solely by itself and to this end has prepared audio-visual broadcasts to be aired on local and national television channels since 1987. In 1990s, with the emergence of commercial-private television channels, the religion-themed programs being aired, and the religion-related issues being debated, the Presidency of Religious Affairs officially and repeatedly voiced its request for doing independent television broadcasting with the exclusive authority to decide on its organization, technical details, broadcast content, planning, and inspection.

In the subsequent process, the cooperation between and the respective experience-sharing of the Presidency of Religious Affairs tasked with the duty “to enlighten the society on religion” and the Turkish Radio and Television Corporation tasked with the duty “to provide television and radio broadcasts on behalf of the state” has resulted in the emergence of religious talk programs and religion-themed new productions. The TRT channels have also aired religion-themed television programs, like “Diyanet Saati”, “İslam’ın Aydınlığında”, and “Avaz-ı Hikmet”, thanks to the said cooperation. The joint effort was strengthened when the television channel “TRT Diyanet” began its broadcasting life in 2012, and the Presidency of Religious Affairs was granted with 12 hours of religious broadcasting on one of the TRT channels “TRT Diyanet”. This cooperation continued until and ended in 2018 when “Diyanet TV” was established in 2018 with the Presidency of Religious Affairs to be the only authority over the channel’s frequency, programs, technical staff and equipment, management and inspection. This development is a milestone, given the historical process, television broadcasting in Turkey has gone through.

This study, therefore, focuses on religion-themed programs within the framework of public service. This study deals with the history of, and discussions about, the religion-themed programs broadcast on the Turkish public service broadcaster TRT, as well as the broadcast contents and the types of programs on Diyanet TV, the establishment of which has marked a new era in public service broadcasting. The research question of this study, therefore, is centered around the types of programs on Diyanet TV from the perspective of public service broadcasting. Accordingly, the target population of this study is based on the programs broadcast on Diyanet TV. The scope of the study covers the first 6 months of 2019 and the programs broadcast after 1 July 2019 are not included in this study. The systematic random sampling is used to select and analyze programs between 15-31 January 2019, 15-31 March 2019, and 15-30 June 2019 in the study population. These programs were examined with reference to the “Codes, Definitions, and Categorizations of Programmes Broadcast” issued by the Turkish Radio and Television Supreme Council, and the descriptive analysis was conducted to determine how Diyanet TV classified its programs. As a result, it is found out which types of programs are broadcast on Diyanet TV in terms of public service broadcasting, as well as which types of programs are given priority. Another conclusion drawn in this study is that there is a need in Turkey for the production of new types of television programs in terms of religious broadcasting.

MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2019, 2(2), 267-286

Geliş: 19.11.2019 | Kabul: 23.12.2019 | Yayın: 31.12. 2019

Türk Halk Dindarlığının Diyanet Medyasına Yansımaları*

Emine KAYA**



Öz

Günümüzde medya bir taraftan bireylerin ve toplumun duygu, düşünce, tutum ve inançlarını değiştirmeyi ve yönlendirmeyi sağlayan güçlü bir araçken diğer taraftan dini bilgilerin aktarılmasında, öğrenilmesinde ve dini sosyalleşmenin gerçekleşmesinde işlevsel olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmanın konusu, Diyanet medyasına yöneltilen dini soruların incelenerek Türk halk dindarlığının ortaya konulmasıdır. Çalışma bu çerçevede Diyanet Televizyonu'nda yayınlanan *Diyanete Sorulur* programına soru yönelten katılımcıların din anlayışlarını, dine dair zihinlerindeki problemleri ve dindarlık tutumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma nitel araştırma yöntemleriyle yürütülmüş ve nitel içerik çözümlemesi yapılmıştır. Araştırma *Diyanete Sorulur* programının 2017-2018 yılı iki yayın döneminde yer alan yüz elli bölüm içerisinden seçilen elli programlık örnekleme kapsamaktadır. Sonuçta sorular üzerinden dinin toplumsal alanda nasıl yaşandığı, katılımcıların dinle bağlantılı olarak sergiledikleri tutumlar ve Türk halk dindarlığı ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Halk Dindarlığı, Diyanet Televizyonu, Medya, Dini Sorular

The Reflection of Turkish Public Religiousness on Media

Abstract

Today, the media is a powerful tool to change and direct the feelings, thoughts, attitudes, and beliefs of individuals and society. The media is functional for the transmission, learning and religious socialization of religious knowledge. The subject of the research is to handle the Turkish public religiousness over the religious questions asked to the Diyanet. The aim of the research is to reveal the religious understanding of the participants, the problem areas related to the religion in their mind and their attitudes towards religiosity in program of *Diyanete Sorulur* (Let's Ask the Diyanet) broadcasted on Diyanet Television. The study was conducted with qualitative research methods and qualitative content analysis. The research covers the fifty programs selected from one hundred and fifty sections of *Diyanete Sorulur* in two broadcasting periods of 2017-2018. As a result of the questions, how the religion is experienced in the social field, the attitudes of the participants in connection with the religion and the Turkish public piety are discussed.

Keywords: Turkish Public Religiousness, Diyanet Television, New Media, Religious Questions

ATIF: Kaya, E. (2019). Türk halk dindarlığının Diyanet medyasına yansımaları. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(2), s. 267-286.

* Bu çalışma, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yapılan "Türk Halk Dindarlığının Medyada Dini Sorular Üzerinden Değerlendirilmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Doktora Öğrencisi, Ankara Üniversitesi, e-mail: emine24k@gmail.com | orcid.org/0000-0003-1695-1727

1. Giriş

İslam'ın toplum yaşantısında nasıl tezahür ettiğini ve dinin halk nezdinde karşılığını ifade eden “resmi İslam”, “halk İslam'ı”, “volk İslam”, “popüler dindarlık” ya da “halk dindarlığı”, “Türk halk dindarlığı” gibi farklı kavramlar kullanılmaktadır (Subaşı, 1999, s. 23; Güleç, 2017, s. 81). Türkiye’de devlet tarafından kabul edilen din, “resmi İslam”ı ifade ederken, küçük yerleşim yerlerinde insanların yaşamlarını şekillendiren Müslümanlığa ise “halk İslam'ı” denilmektedir (Subaşı, 1999, s. 26). “Halk İslam'ı”, içerisinde hurafelerin, evliya kültürünün, tasavvuf ve tarikatların etkisinin görüldüğü bir Müslümanlık yorumudur (Bayraktar, 2018, s. 40). Şerif Mardin’in kullandığı “volk İslamı” kavramı, Türkiye’nin Cumhuriyetle beraber ümmet yapısından çıkması ve düşük tebaadaki halkın mevcut din anlayışına hurafelerin, sembollerin eklenmesini ifade ederken (Mardin, 1990, s. 113) “popüler dindarlık” ise, kökleşmiş, kalıplaşmış unsurlar, şekilcilik, geleneksellik, ritüelizm, derin teolojik konulardan uzak olma gibi özelliklere haizdir. Popüler dindarlık, bir taraftan İslam’dan önceki inanç, kültür ve uygulamaları yansıtırken diğer taraftan İslam’ın getirdiği prensiplerin geniş halk kitlelerince uygulanıp yorumlanmasını ifade etmektedir (Arslan, 2004, s. 62). “Halk dindarlığı” ise, kurumsallaşmış resmi dinin toplumun kültürü, örfleri, adetleri, gelenekleri, eski inançları etrafında şekillenerek halk tarafından kabul gören ve yaşanan halini ifade etmektedir (Güleç, 2017). Halk dindarlığı özellikle doğum, evlilik, ölüm gibi yaşamın önemli dönüm noktalarında yahut sosyal ve bireysel yaşamda karşılaşılan kriz durumlarında ortaya çıkmaktadır. (Arslan, 2004, s. 66). Ölü için mevlit okunması, muska gibi koruyucu objelerin kullanılması bunlara örnek verilebilir.

Türk halk dindarlığı, Türklerin İslam ile ilişkisini en geniş anlamıyla temsil etmektedir. Türk halk dindarlığı, Türk halkının İslam’ı hayatına tatbik ederken oluşturduğu inanış ve uygulamaların tamamını ifade etmektedir. Türklerin İslam ile karşılaşma ve Müslümanlaşma serüveni, Orta Asya’dan Balkanlara kadar uzanan geniş bir coğrafyayı kapsadığı için Türkler, göçebe yaşam kültürü, gaza ve cihat Müslümanlığı geliştirmişler; farklı etnik gruplardan ve dinlerden kitlelerle karşılaşmış ve heterojen bir toplum yapısı içerisinde yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Türkler eski inanışların ve kültürlerin etkisiyle yaşamlarına mistik güçler, hurafeler, mitler, sihir, büyü, ziyaret kültürü gibi unsurları da dâhil etmişlerdir (Çelik, 2004, s. 232- 233). Türbe, yatır, tekke ve mezarlarda bulunan evliya, veli, şeyh, seyit veya pir adı verilen kimselere dua etme, istekte bulunma, adak adama, kişilerin ruhaniyetinden faydalanma maksatlı ziyaretler halk arasında oldukça yaygındır. Evliya, şeyh gibi kimselere dair sözlü kültürde yer alan efsaneler ve çeşitli menkıbeler de bu uygulamaların toplumsal kabulünde etkili olmaktadır (Günay, 2003, s. 14). İlaveten, Türk Halk dindarlığında rasyonel olmayan inanç kalıpları da bulunmaktadır; sembollere, objelere (nazar boncuğu, muska, vb.) mistik ve büyüsel güç atfetme de söz konusudur. Tarihi süreçte çoğu İslami geleneğe dayanmayan fakat halk arasında oldukça yaygın olan inanış ve uygulamaların bir kısmı İslami formlara dönüştürülerek, bir kısmını da asıl kökenleri bilinmeden halk inanışları arasında yerini almıştır (Su, 2011, s. 47- 49).

Türk halk dindarlığında tasavvuf ve tarikatların yadsınamaz bir yeri bulunmaktadır. Tasavvuf, üst tabaka ve ulema kontrolünde olan yüksek İslam’a kendini uzak hissedilen ve kendi inançlarını, atalar kültürünü terk etmeye yanaşmayan Türkler için tarihte ara bir çözüm olmuştur. Sufiler, dervişler ve veliler İslami ilkeleri mecazlar ve menkıbeler yoluyla aktararak, halkın anlayacağı basit bir dil oluşturmuş; soyutu somuta indirgedikleri anlatımlarıyla hem Türklerin hem de diğer toplulukların Müslümanlaşmasını hızlandırmışlardır. Böylece tasavvufi gelenek, Türklerin kendilerini güvende hissedecekleri, kendi inanç kalıplarına daha yakın ve anlaşılır bir yapı oluşturarak Türkleri içine almıştır. Günümüzde de tasavvufa, tarikatlara ve dini cemaatlara halkın yoğun katılımı yine aynı gerekçelere dayanmaktadır. Kurumsallaşmış din ile halkın inanç kalıpları arasındaki makasın açılması, bireyleri bu gruplara dâhil olmaya itmektedir (Su, 2011, s. 110).

Türk halk dindarlığının, teolojik öğretilerden, kitabi dinden ziyade şifahi (sözlü) kültüre dayandığı söylenebilir. Başka bir ifadeyle bireyler, dini bilgiyi dinin ana kaynaklarına

başvurarak değil; dini konularda bilgi sahibi, yetkin veya otorite olarak gördükleri kimselerden elde etmektedirler. Nitekim *Türkiye’de Dini Hayat Araştırması*’na göre, dini bilgiyi geliştirme yolları önem sırasına göre sıralandığında bireylerin %39,8’inin çevresinden dini bilgiyi aldıkları, %28,2’sinin dini içerikli televizyon ve radyo programlarından faydalandıkları ve %24’ünün diyanet görevlilerine başvurdukları belirtilmiştir (DİB, 2014, s. 132). Yine aynı araştırmaya göre, dinin birincil kaynağı olan Kur’an’ı (Arapça) okumayı bildiğini belirtenlerin oranı %41,9 iken, bilmediğini belirtenlerin oranı %57’dir (DİB, 2014, s. 87). Bununla birlikte bekarların %29,3’ü, evlilerin %34’ü, 65 yaş ve üzeri bireylerin %50,5’i Kur’an’ın Türkçe tercümesini hayatlarında hiçbir zaman okumamaktadır (DİB, 2014, s. 94). Buna paralel olarak çocukların din eğitimini %44.2 oranında aileden, %26.1 oranında Kur’an kurslarından %19.7 oranında okuldan ve %5-9 oranında imam-hatip okullarından almalarını tercih edeceklerini belirtmişlerdir (KONDA, 2007, s. 59). Buna göre Türkiye’de Müslüman bireylerin yarıdan fazlası dinin temel kaynağını okumayı bilmemekte; azımsanmayacak bir kısmı da Kur’an’ın Türkçe tercümesine başvurma ihtiyacı hissetmemektedirler. Çocukların dini sosyalleşmesinin de aile tarafından gerçekleştirilmesini isteyenler ağırlıklı görülmektedir. Buradan dinin asli kaynaklarından öğrenilmesinde sorunlar olduğu; dini bilgi için aileye, çevreye ve dini bilgiye sahip kimselere başvurmanın yeterli görüldüğü ve böylece dini bilginin şifahi olarak elde edildiği sonucu çıkarılabilir.

Türk halk dindarlığında dini pratiklerin şekilsel ve yüzeysel boyutu da ön plandadır. Türk tipi dindarlıkta İslam’ın kutsal saydığı, önemli gördüğü gün ve gecelere özel bir dindarlık sergilendiği de söylenebilir. Ramazan dindarlığı buna örnek gösterilebilir.

Türk halk dindarlığının yansıdığı medya organlarından biri de televizyondur. Televizyon aktif bir unsur olarak dini yayıncılık ile bireylerin yaşantısına yön vermektedir. Bireyler medyadaki din temalı yapımlardan faydalanırken dinle olan ilişkilerini yansıtmakta, dine dair zihinlerindeki soruları ve problemleri medya organları yoluyla da paylaşabilmektedir. Dini yayıncılık yoluyla medya bireylerin duygu, düşünce, tutum, inançlarını değiştirebilmekte, yönlendirebilmekte ve kitleleri etki altına alabilmektedir.

Türkiye’de görsel medyada dini yayın formatlarına bakıldığında sohbet/vaaz programları, eğitici öğretici programlar, dini-akademik tartışma programları, Ramazan ayı ve kandiller gibi özel zamanlarda yayınlanan programlar göze çarpmaktadır. Bu programlar halkın hayatı anlamlandırmasına ve maneviyat arayışına katkı sunmak ve dini bilgilendirmenin sağlanmasında işlevsel olduğu söylenebilir. Nitekim Türkiye televizyonlarında dini program izlenmesi, aylık ortalama dokuz buçuk günü bulurken; program içerikleri arasında dini programların tercih edilme oranı %12’dir (RTÜK, 2018). Yapılan bir başka araştırmada katılımcılar, televizyondaki dini programları yaklaşık %80 oranında olumlu ve katkı sağlayıcı olarak gördüklerini ifade etmiştir (Turan, 2005). Öte yandan Türkiye’de dini içerikli televizyon ve radyo programları %48,8 oranıyla dini bilgiyi geliştirme yolları arasında yer alırken; televizyondaki dini programlara dini konuları danışma oranı %12,6’dır (DİB, 2014). Buradan hareketle halkın dini bilgi edinme ihtiyacını azımsanmayacak oranlarda medya yoluyla gidermeye çalıştığı söylenebilir.

Medya organlarında yer alan dini programlarda bireylerin dini sorularının cevaplanması onların dine nasıl baktığı, hayatlarında ne tür dini sorunlarla karşılaştıkları, dinle nasıl bir ilişki kurdukları ve din adamlarına bunları nasıl aktardıkları ve izah ediş şekilleri gözlenebilmektedir. Bu sebeple bireylerin halk dindarlığının, ihtiyaçlarının, dini paylaşımlarının incelenmesi söz konusu olmaktadır. Türk halk dindarlığına ilişkin literatürde makale ve kitap çalışmaları olup bunlar çoğunlukla anket, mülakat veya görüşme yoluyla Türk halk dindarlığının yapısal özelliklerini ortaya koymaktadır. Öte yandan Din İşleri Yüksek Kurulu’na, Alo Fetva’ya, müftülüklere ve özel kanallarda tele-vaizlere (Nihat Hatipoğlu, Mustafa Karataş, Ömer Döngeloğlu ve Necmettin Nursaçan) gelen sorular üzerinden çalışmalar yapılmışsa da bunlar

da Türk halk dindarlığının medyadaki yansımaları araştırmanın odak noktası değildir. Bu çalışmaya yön veren problem ise, *Diyanete Sorulım* programına yöneltilen sorular üzerinden Türk halk dindarlığının ele alınmasıdır. Bu çerçevede çalışma Türkiye’de ve yurtdışında yaşayan Müslümanların günlük yaşamlarında karşılaştıkları durumlara dair yönelttikleri sorulardan yola çıkarak katılımcıların din anlayışlarını, dine dair zihinlerindeki problem alanlarını ve dindarlık tutumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma, katılımcıların yaşantılarında dinin yerini, dinle kurdukları ilişkiyi, medya ve Türk halk dindarlığı bağlamında değerlendirmesi açısından önemlidir.

2. Araştırma Süreci

Türkiye’de izleyicilerin fetva aldıkları programlarda insanların sorularının, paylaşımlarının, ihtiyaçlarının ve görüşlerinin dinlenmesi, katılımcıların din ile ilişkilerini, dini nasıl tecrübe ettiklerini, zihin dünyalarındaki sorun alanlarını da araştırmayı gerekli kılmaktadır. Bu sebeple araştırma kapsamında dini tematik bir kanal olan Diyanet Televizyonunda yayınlanan *Diyanete Sorulım* programı ele alınmıştır. Programın, katılımcıların yönelttiği dini-toplumsal sorulara yer veren bir konseptte sahip olması, Diyanet İşleri Başkanlığı Din İşleri Yüksek Kurulu üyelerinin sorulara yanıt vermesi sebebiyle din adamı imajının ve dini otorite algısının yüksek oluşu sebepleriyle *Diyanete Sorulım* programı örneklem olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın en güncel verilerden oluşması ve bir sezon içerisindeki soruların çeşitliliğinin görülebilmesi için *Diyanete Sorulım* programının 2017-2018 yılları arası iki yayın dönemi örneklem olarak belirlenmiştir. Bu yayın döneminde yer alan 152 bölüm (1024 – 1176) içerisinde sistematik örnekleme ile elli bölüm seçilmiştir. Örneklemin 50 bölüm ile sınırlandırılması programda soruların benzer mahiyette olması, soruların tekrarlanması ve doyuma ulaşmasından ötürüdür. Zira tek bir programda bile benzer sorulara yer verilmişken 50 bölümlük bir örneklem seçilmesi, farklı soruların da gelme ihtimali göz önünde bulundurularak ve soru çeşitliliğini net bir şekilde görebilmek açısından anlamlıdır.

Sistematik örnekleme için öncelikle program sayıları 1’den 152’ye kadar kodlanmıştır. 1024. Bölüm = 1, 1025. Bölüm = 2, ... 1175. Bölüm = 151, 1176. Bölüm = 152 olarak kodlanmıştır. Buna göre örneklem birim sayısı $N = 152$, kararlaştırılan örneklem büyüklüğü *Diyanete Sorulım* programının elli bölümü olduğu için $n = 50$ ve sonuçta örneklem arttırma katsayısı / örnekleme aralığı ise 3.04’dür. Sistematik örneklemin başlama noktasının belirlenmesi için 1’den 10’a kadar rakamlar yazılarak kura çekilmiştir. 5 rakamı birimin başlayacağı yer olarak belirlenmiştir. Arttırma katsayısı / örnekleme aralığı 3 olduğu için (3,04 yuvarlanarak 3 kabul edilmiştir) 1028, 1031, 1034 ... ,1172, 1175 olarak kodlanan programlar örnekleme oluşturmuştur.

Seçilen örneklem içerisinde yer alan bölümlerde hiçbir soru kapsam dışı bırakılmamıştır. Soruların önce konuları belirlenmiş ardından da kategoriler içerisine yerleştirilmiştir. Tümevarım yöntemi ile programa gelen sorular önce kodlanarak konulara ayrılmış, daha sonra da kategorilere yerleştirilmiştir. Örneğin “Üç ayarın tamamında oruç tutmanın hükmü nedir?” sorusu “Oruç” konusu içerisine ve “İbadet” kategorisine yerleştirilmiştir.

Çalışmada *Diyanete Sorulım* programına yöneltilen sorular, araştırmacı tarafından önce yazıya dökülmüş, ardından kayda alınan sorular konularına, katılımcının cinsiyetlerine, hangi vasıta ile soruyu ilettiğine, göre kategorilerine ayrılmıştır.

Çalışmada nitel içerik çözümlemesi yapılmıştır. Programa yönlendirilen sorular, katılımcıların sosyal dünyada yaşadıkları dini kaygıları, dini yorumlama biçimleri, dini pratikleri nasıl gerçekleştirdikleri, dini bağlama dair kurdukları ilişki, deneyimler, pratik edilen uygulamalar ve dini anlamlandırma sürecini derinlemesine anlamak için betimsel nitel içerik çözümlemesi ile değerlendirilmiştir. Burada esas olan, sosyal gerçeklik içerisinde dinin insanları kuşatan yönü ve çözüm aradıkları dini hususların sosyolojik arka planıdır.

3. Diyanete Sorulım Programından Elde Edilen Bulgular

Diyanete Sorulım programının 2017 – 2018 yayın yılından seçilen elli bölümlük örnekleme toplamda 765 kişi, 1143 soru yöneltmiştir. Programa iletilen sorulardan ibadet, ekonomik hayat, aile, toplumsal yaşam, ilim, akaid (inanç), halk inanışları, sağlık, ahlak olmak üzere dokuz kategori oluşturulmuştur.

Diyanete Sorulım programına katılımcılar soru iletme maksatlarını da ifade etmişlerdir. Bunlara örnek olarak şu sorular sıralanabilir:

“...Bir bilgim var ama belki yanlıştır. Hocamdan duyarsak memnun olurum.”
(Kadın, Manisa)

“Soracağım soruların çoğunu internetten bulabiliriz ama internette bir bilgi kirliliği olduğu için net sonuçlara ulaşamıyoruz...” (Erkek, Ankara)

“... Pek çok kimse ile görüştük ve inanılmaz bir bilgi kirliliği ile karşılaştık. Muska takmak caiz midir?” (Erkek, Erzurum)

“Üç erkek çocuğum var. Akika kurbanı hakkında bilgi almak istiyorum. Kesmem gerekir mi?” (Erkek, Sosyal Medya)

“Kişi, bu mevtaya hakkımı helal etmiyorum derse onun cenaze namazı kılınmaz diye sabah programında bir hoca söyledi. Sizde geçenlerde bu durumda cenaze namazı kılınır dediniz.” (Erkek, Ankara)

“Amca kızım var. Bazı hocalar evlilik yapılmaz diyorlar, doğru mudur?” (Erkek, Manisa)

Görüldüğü üzere katılımcılar bilgi eksikliğini gidermek, bilgi kirliliğinin yoğun olduğu konularda doğru bilgiye ulaşmak, dini argümanları ve dayanakları öğrenmek, emin olmadıkları, ihtilafli buldukları konularda uygulamaların doğruluğunu/yanlışlığını ve Diyanet’in kanaatini öğrenmek gibi maksatlarla programa soru yönelttiklerini beyan etmişlerdir.

Katılımcılar dini bilgi alma ihtiyacını karşılama, yaşantılarını İslam üzerine kurma, kendi dini inanç ve davranış kalıplarını paylaşarak doğrusunu öğrenme, yaşadıkları çevrede kafa karışıklığına sebep olan bilgileri teyit etme; içsel huzur, manevi rahatlama, güven duygusunu sağlama ve belirli konularda hassasiyetlerini vurgulayarak toplumsal yaşantıya katkı sağlama gibi amaçlarla programa soru yöneltmektedir. Bu hususlara ilişkin şu sorular dikkat çekicidir:

“Yedi yıl önce umreye gitmiştim. Vücudumda yaralar vardı. Gidince zemzemle duş al dediler. Sonra yanlış yapmışsın dediler, vicdan azabı hissediyorum.” (Kadın, Ankara)

“... Namaz kılariken içimden kötü şeyler geçiyor. Utanıyorum huzurda duramıyorum...” (Kadın, Sosyal Medya)

“On yıl önceki borcun enflasyondaki değerinin alınabileceğini söyledi hoca. Bu durum kafamızı karıştırdı. Faiz olmuyor mu acaba?” (Erkek, Sosyal Medya)

“... Apartmanda katlar arasında ev terliği ile girip çıkıyorlar. Bu benim kafamda büyük sorun. Çünkü ayakkabı çıkan yere ev terliğiyle geçip eve giriyorlar. Ve burada namaz kılınır mı?” (Kadın, Karaman)

“Şafi mezhebindeyim. Camiye gittiğimizde içimize şey geliyor. Acaba imam dört mezhebe göre abdestli midir?” (Erkek, Kahramanmaraş)

Özellikle katılımcılar tesettürü, modayı, engelli olma durumunu ve organ bağışını toplumda hassasiyet gösterilmesi gereken konular olarak ön plana çıkarmışlardır. Bunlara örnek olarak şu sorular verilebilir:

“Yapay kalp ile yaşıyorum. Organ bağışı haftasında hocalar camide konuya eğilmediler. Elimizden tutunuz, kalp bekliyoruz.” (Erkek, Hatay)

“Biz engelli insanlar ibadetlerimizi dışarda yaparken çok zorlanıyoruz. Bazı ho-

calar Cuma size farz değildir diyorlar. Vicdanen rahat değilim, kafam rahat değil. Camiye girerken çekiniyorum...” (Erkek, İstanbul)

“Bizim analarımız nasıl giyinirdi? Başına eşarp altına entari, palto giyerdi Şimdi ise başlarına yatak çarşafına benzer bir şey sarıyorlar. Alt tarafı nasıl dapdaracık bir pantolon. Hocam bir izah etsin.” (Erkek, Ankara)

Öte yandan katılımcılar tavsiye, nasihat, öğüt ve dua almak ve kendilerini teskin etmek için de programa başvurmuşlardır:

“Geçmişte işlediğimiz günahların hesabını nasıl vereceğiz? Hocamdan tavsiye istiyorum.” (Erkek, Diyarbakır)

“... Bu faiz yükünden kurtulmak istiyoruz ama ne yapabileceğimize karar veremedik. Öneriniz, hüküm ne olur?” (Erkek, Konya)

Katılımcılar programa canlı yayın telefon bağlantısı, internet ve sosyal medya kanallarını kullanarak ulaşımlardır.

Tablo 1. Katılımcıların Soru Yöneltilme Kanallarına Göre Soru Sayıları ve Dağılımı

Soru Sorma Kanalı	N	%
Canlı Yayın Telefon Bağlantısı	530	69
İnternet ve Sosyal Medya	235	31

Tablo 1’de görüldüğü üzere, örneklem olarak seçilen programlara katılımcıların % 69’u sorularını canlı yayın telefon bağlantısı yoluyla %31’i ise, internet ve sosyal medya yoluyla ulaştırmışlardır. Her ne kadar soru sormada yeni medya kanalları kullanılıyor olsa da cevap alma şekli geleneksel medya yoluyla yani televizyon aracılığıyla sürdürülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Soru Sayıları ve Dağılımı

Cinsiyet	N	%
Erkek	524	68
Kadın	207	27
Belirtilmeyen	25	3
İsmi vermek istemeyen	5	1
Erkek/Kadın	4	1

Programa soru yöneltenlerin %68’i erkek, %27’si kadın, cinsiyeti belirtilmeyen %3, ismini vermek istemeyen %1 ve erkek mi kadın mı olduğu tespit edilemeyen %1’dir. Programa erkekler, kadınlardan daha çok soru yöneltilmiştir. Loğusalık, doğum kontrolü, kadınların özel günleri, cinsellik gibi soruların tamamını da erkekler yöneltilmişlerdir. Bunlara örnek vermek gerekirse:

“Loğusalık kadını 40 gün dışarı çıkmaması gerekir mi?” (Erkek, Sosyal Medya)

“Hanımlar özel günlerinde camiye gidebilirler mi? kuran gidemez demiyor bir eczadır diyor.” (Erkek, Sosyal Medya)

“Kadınların adetleri kan gelmesinden mi başlar kahverengi lekenin gelmesinden mi?” (Erkek, Şanlıurfa)

Bu konularda programa soru yöneltilmekte kadınların çekimser davrandıkları ve mahremiyet eksensiz düşünerek sorularını erkekler aracılığıyla yöneltiltikleri düşünülebilir.

Katılımcılar sorularını iletirken mekânsal, bireysel ve enformasyon mahremiyetini kapsayan paylaşımlarda bulunmakta; özel hayatlarına dair ipuçları vermektedirler. Bunlara ilişkin şu sorular örnek verilebilir:

“Memleketimizde ceviz elma çoktur. Adam cevizi elmasını indiriyor, dibinde kalanı biz başaklıyoruz (topluyoruz). Meyvesini alırsak bunun günahı ne kadar?” (Erkek, Giresun)

“Kayınvalidemle beraber yaşıyorum. Ailemin gelmesini istemiyor ve evden bir şey gıda olsun -ne olursa olsun- ne bu evden çıkacak ne aileden gelecek, hakkımı haram ederim diyor. Böyle bir hakkı var mıdır?” (Kadın, Bursa)

“Eşim çok iyi bir insan, bize de çok güzel davranıyor ama hiçbir şekilde istişare yapmıyor, benimle özellikle. Borcunu, alacağını hiçbir şekilde bilmiyorum. Ben de üzülüyorum eşimin biraz üzerine gidiyorum. Günaha giriyor muyum?” (Kadın, Düzce)

“...Yatalak kaldı annem ve ben baktım erkek olarak. Temizliğini ben yaptım. Düşündükçe yanlış bir şey mi yaptım acaba diye aklıma geliyor, uygulanıyorum. Bunun dini sorumluluğu var mı?” (Erkek, İstanbul)

“... Çok canım sıkıldığı, çok canım yandığı için Allah'ım o günahı (kürtajı) işlemeyim ama sen (bebeği) al, ölsün diye çok dua ediyorum. Bu dinen uygun mudur, günah mıdır?” (Kadın, Elazığ)

Ferdi, içsel, deruni bilgilerin paylaşıldığı, özel alanı oluşturan bilgiler de programda paylaşılmaktadır. Katılımcılar programda yaşam öykülerini anlatmakta, başlarına gelen hadiseleri, insan ilişkilerini, öfke, hırs, önyargı, haset, kin, duygusal şiddet, vicdan azabı, haksızlık ve adaletsizlik gibi çatışmaları da kapsayan anlatımlarda bulunmaktadır. Örneğin:

“Altı ay önce bir yaşında bebeğim kaybettim. Aklıma gelince uygulanıyorum, ağlıyorum. Benim gözyaşlarım isyana girer mi? Dilimle bir şeyler konuşmuyorum ama gözyaşlarım akıyor.” (Kadın, Adana)

“Eşim bir yakınına iş verdi, bizi yüz milyara yakın dolandırdı. Bela okumuyorum ama beddua ediyorum. Bunun bana nasıl döneceğini soruyorum.” (Kadın, Samsun)

“Birisinin bize yaptığı haksızlığı veya kırgınlığımızı dertleşme maksatlı anlatmak dedikodu sayılır mı?” (Kadın, Kütahya)

“Eşimle kavga ettiğimde annem: “Eğer barışırsan sana hakkımı helal etmem, cenazeme de çağırmam” dedi. Şuan gidip geliyorum aileme. O sinirle söylenen şey ne kadar geçerli?” (Kadın, Şanlıurfa)

“Babam kanser hastasıydı, yeni kaybettik. Bir başka hanımla ilişkisi vardı. Annem hastalık evresinde bütün bakımlarını yaptı. Bunu öğrendikten sonra annem gece gündüz hakkını helal etmiyor. Babam öbür dünyada ne halledir?” (Erkek, Sosyal Medya)

“Benim annem öleli dört sene oldu. Erkek kardeşimle ablama vasiyet etti. “Evlendiği sürece kirayı o alacak ve o oturacak” diye. Ben vicdan azabı çekiyorum acaba ablamla, erkek kardeşimin de hakkını yiyor muyum diye.” (Erkek, İstanbul)

“Ben hakkımı helal etmiyorum canımı yakanlar için. Günahkar olabilir miyim? Etmediğim insanlar için sağ veya ölümlerin öbür dünyadaki durumlarını merak ediyorum?” (Kadın, Kocaeli)

“İnsan pek çok hata yapıyor. İnsanın geçmişi hayatını bırakmıyorsa, önüne çıkıyorsa, bu hayattan da artık bıkmışsa insan kendine bir zarar verirse Allah onu affeder mi?” (Erkek, Antalya)

Zaman zaman ahlaki sorun alanları ve yozlaşmalar deşifre olmakta; hatalar ve günahlar itiraf edilebilmektedir. Böylece bireyleri mahremiyet sınırları içerisinde ele anlamak mümkün olmaktadır. Katılımcıların bu konuda şu soruları çarpıcıdır:

“Bile bile zina yapmak günah mıdır? Bunun günahı ne şekilde olur?” (Erkek, Adana)

“İnternette patronun aracını yemiş altı bine sattım, yetmiş beş bin verdim. Patronun haberi yok, vebali nedir?” (Erkek, İstanbul)

“Yaptığımız görev esnasında hakkımız olmayan şeyleri yedik ya da kullandık.

Bununla ilgili kul hakkı var muhakkak. Bunun için nereye yardım yapabilirim.” (Erkek, İstanbul)

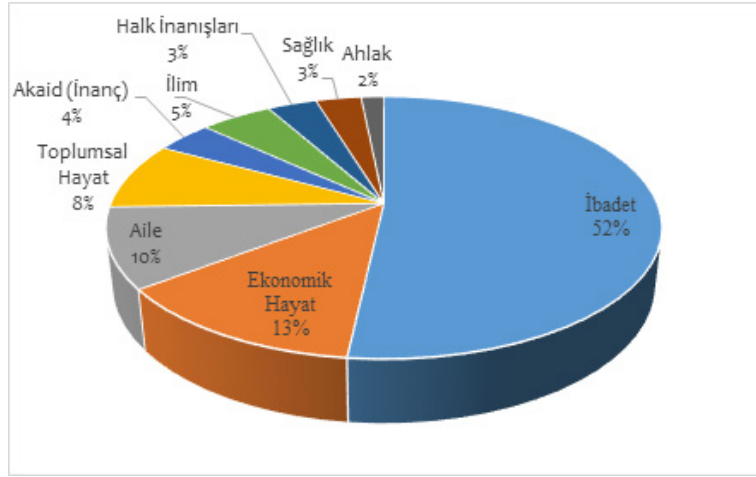
“Kadınlara bazen çok aşırı küfürler ediliyor. Bu da nikâhı düşürür mü?” (Erkek, Erzurum)

“Bir ay önce eşimden ayrıldım. Aslında bir nevi acele işe şeytan karışır misali şeytana uyararak böyle bir karar aldık, günaha girdik. Bunun pişmanlığını yaşıyorum. Eşimi de ikna etmeye çalışıyorum, onun sıkıntısını yaşıyorum. Ne yapmam gerekir?” (Erkek, Ankara)

Programda yaşanan ortam, çevre ve şehre dair de bilgiler verilmiştir. Sınırlı sayıda da olsa telefon bağlantısı ve sosyal medyadan soru ileten katılımcılardan bir kısmı şehir bilgisi paylaşmamıştır. Bu bağlamda zekat konusunda altın, mücevherat miktarından bahseden bir katılımcıdan hırsızlığa sebebiyet vermemesi için ayrıntılı mekân bilgisi paylaşmaması istenmiştir.

Diğer taraftan programı izleyenler de, katılımcıların mahremiyet alanına dahil olmaktadır. Bu açıdan program, özel alanın medya yoluyla kamuya mal olması ve olumsuz örneklerin görünürlük kazanması riskini de barındırmaktadır.

Grafik 1. Diyanete Sorulım Programına Yöneltilen Soruların Kategorileri



Diyanete Sorulım programına yöneltilen sorular ibadet, ekonomik hayat, aile, toplumsal yaşam, akaid (inanç), ilim, halk inanışları, sağlık ve ahlak şeklinde kategorilere ayrılmıştır. Grafik 1’de görüldüğü üzere programa gelen 1143 sorunun 590’ı (%52) ibadetler, 147’si (%13) ekonomik hayat, 113’ü (%10) aile, 95’i (%8) toplumsal hayat, 57’si (%5) ilim, 48’i (%4) akaid (inanç), 39’u (%3) halk inanışları, 36 soru %2 ile sağlık hakkında ve 18 soru %2 ile ahlak kategorisinde gelmiştir.

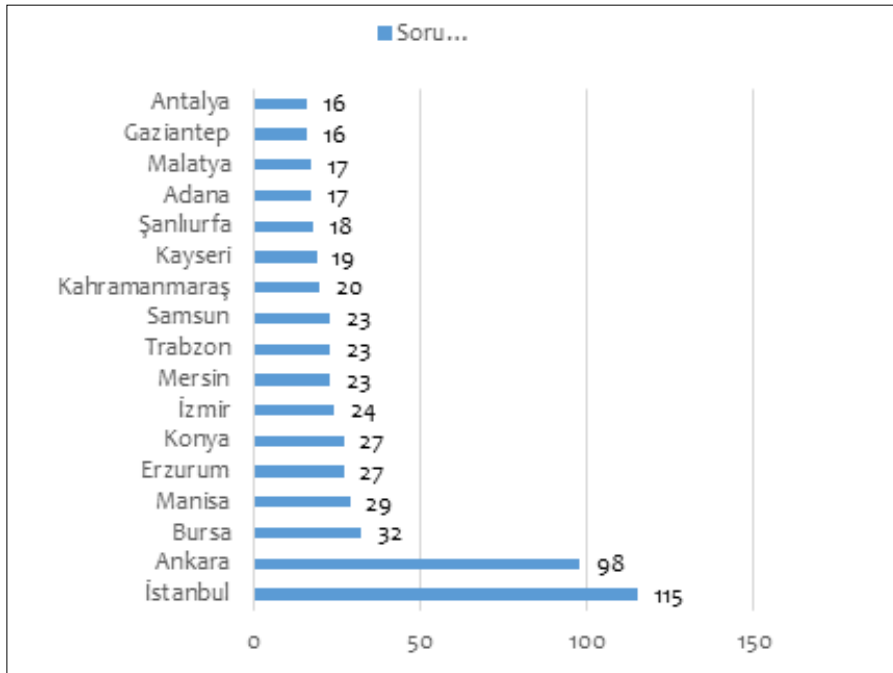
Tablo 3. Program Sorularının Bölgelere Göre Dağılımı

Bölge	N
Marmara Bölgesi	203
İç Anadolu Bölgesi	200
Karadeniz Bölgesi	124
Ege Bölgesi	105
Akdeniz Bölgesi	102
Doğu Anadolu	96
Güneydoğu Anadolu	57
Toplam	887

Diyanete Sorulım programına Türkiye'nin her bölgesinden toplamda 887 soru (sosyal medya soruları ve şehirlerin belirtilmediği sorular çıkarıldığında) gelmiştir. En çok soru Marmara Bölgesi'nden, en az soru ise Güneydoğu Anadolu bölgesinden gelmiştir. Marmara Bölgesinde nüfusunun fazla olması, eğitim seviyesinin nispeten yüksek olması ve medya organları yoluyla dini bilgi edinme eğiliminin yüksek olması gibi sebeplerle çok soru gelmiş olabilir. Güneydoğu Anadolu bölgesinde ise nüfus yoğunluğunun az oluşu, programdan haberdar olmama ve dini bilgiye ulaşmada farklı kanalların tercih edilmesi, az soru sorulmasının sebepleri olabilir.

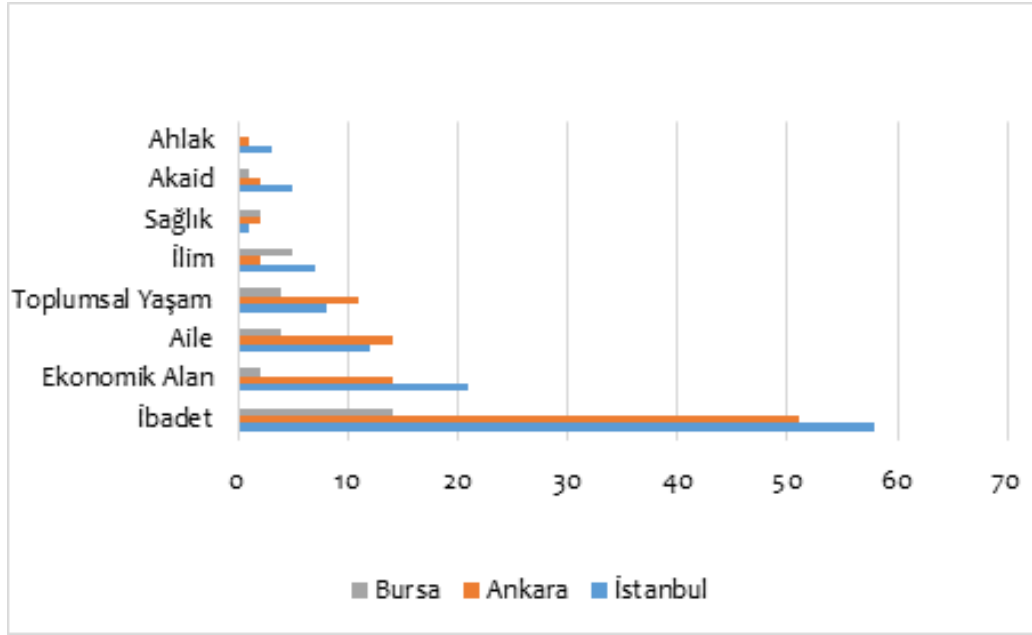
İstanbul, Ankara, Bursa gibi büyük şehirler başta olmak üzere toplamda 75 şehirden *Diyanete Sorulım* programına soru iletilmiştir. Türkiye'nin neredeyse bütün şehirlerinden soru alınması, toplum tarafından dini bilgi almada *Diyanete Sorulım* programının bir başvuru kaynağı olduğunu, her bölgeden bireyler tarafından takip ve istifade edildiğini göstermektedir. Buradan hareketle *Diyanete Sorulım* programının, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın medya organı aracılığıyla Türkiye'nin neredeyse tamamına hitap ettiği söylenebilir.

Grafik 2. *Diyanete Sorulım* Programına Katılımcıların En Çok Soru Yöneltildiği Şehirler



Grafik 2’de görüldüğü üzere programa en çok soru İstanbul (115), Ankara (98), Bursa (32), Manisa (29), Erzurum (27), Konya (27) ve İzmir (27) illerinden yöneltilmiştir. Soruların yoğunlukla büyük illerden gelmesi, gündelik yaşamda karşılaşılan problemlere dair bilgi alma ihtiyacının büyük şehirlerde daha çok hissedildiğine işaret edebilir. Ayrıca büyük şehirlerde Diyanet İşleri Başkanlığı’nın medya kanalını takip eden, *Diyanete Soralım* programından faydalanan kişi sayısının da diğer şehirlere göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Grafik 3. *Diyanete Soralım* Programına En Çok Soru Gelen Üç Şehirde Konu Dağılımları



Grafik 3’e göre, *Diyanete Soralım* programına en çok soru ileten üç şehir İstanbul, Ankara ve Bursa’dır. Şehirlerin kendi dinamiklerine göre, iletilen soru konu kategorilerinde farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Üç şehirde de en çok soru, ibadet kategorisinde (İstanbul’dan 58, Ankara’dan 51, Bursa’dan 14) gelmiştir. Buna göre, kentlerde bireylerin zihnini en çok meşgul eden ve en çok odaklandıkları konunun ibadetler olduğu söylenebilir.

Grafik 3’e bakıldığında İstanbul’da sırayla en çok ibadet (58), ekonomi (21) ve aile (12) kategorilerinde sorular sorulmuştur. İstanbul sanayi, ticaret, tarım ve pek çok iktisadi kuruluşun merkezi olması dolayısıyla ekonominin canlı olduğu bir şehirdir. Katılımcılar banka ve faiz uygulamalarına yönelik soruların yanı sıra iş ve ticaret hayatında karşılaştıkları durumları da sormuştur. Bunlara şu sorular örnek verilebilir:

“Katalog satışları yapıyoruz bilirsiniz. Yalnız üye sağlayıp kazanç yapınca caiz değilmiş?” (Kadın, İstanbul)

“Haksız yere işten çıkarılmanın durumu nedir?” (Kadın, İstanbul)

“TL olarak verilen borç geri ödenirken alacaklının TL bazında zarara uğradığı oranda gecikme bedeli alması caiz olur mu?” (Erkek, İstanbul)

“Ben nakışçıyım. Zamanında ben bir müşteriye bir iş yapmıştım. Almam gereken paranın iki katını bırakmış. Müşteriye ulaştım durumu izah ettim. Kalan ücreti ne yapabilirim?” (Erkek, İstanbul)

“Mesela bir mal verdim, o adam bana belirli bir kaparo veriyor. Malı verdiğim kişi cayarsa ne olur? Ona göre söz verdim karşı kişiye...” (Erkek, İstanbul)

“Galeri faizle işleten bir bankayla çalışıyor. Biz bu bankaya para öduyoruz. Doğru mudur?” (Erkek, İstanbul)

İstanbul (115 soru) ve Ankara (98 soru) arasında çok soru farkı olmamasına rağmen iktisadi hayatın İstanbul merkezli olarak yürütülmesi, İstanbul'da ekonomi kategorisinde daha çok soru sorulmasını açıklamaktadır.

Grafik 3'te görüldüğü üzere, Ankara'da ekonomi ve aile kategorisinde eşit sayıda soru (14 soru) gelmiştir. Bu da ekonomik yaşantının Ankara'da aile kadar irdelendiğini gösterebilir. Bursa'da ise ibadetten sonra (14) en çok ilim kategorisinde soru (5) sorulmuştur. Şehre bağlı olarak burada ibadet ve dini bilgi eksensli bir kent dindarlığının yaşandığı söylenebilir.

“İlim öğrendiğimiz hocanın arkasından onu eleştirmek doğru mudur?” (Erkek, Bursa)

“Kuran'da adı geçmeyen peygamberlerin adları neler?” (Kadın, Bursa)

Netice itibariyle şehrin dinamikleri, insanların dini yaşantısını şekillendirmekte ve dini sorularda farklılaşmayı sağlamaktadır.

Özellikle şehirlerde bireyselleşmenin ve özgürlük algısının artması, kültürel ve geleneksel kodların zayıflaması bireysel dindarlığı beslemektedir. Teknoloji, yenilikler ve bilimle her geçen gün rasyonalize olan toplumun dinle olan ilişkisinde bireysel dindarlığa yönelim göze çarpmaktadır. Buna *Diyanete Sorulım* seyircisinin tarikat ve cemaatlere karşı nispeten olumsuz bir bakış açısının olması, bu tarz dini örgütlü yapıların gerekliliğini sorgulamaları, hatta mezheplere bile ihtiyaç duymalarına yönelik ifadeleri örnek gösterilebilir:

“Namazımızı kılıyoruz, orucumuzu tutuyoruz ama tarikata bağlanırsanız daha makbul diyorlar. Babam “Kur'an'ımız var, Peygamberimiz var, Allah'a inancımız var bize yeter” diyor.” (Kadın, Karabük)

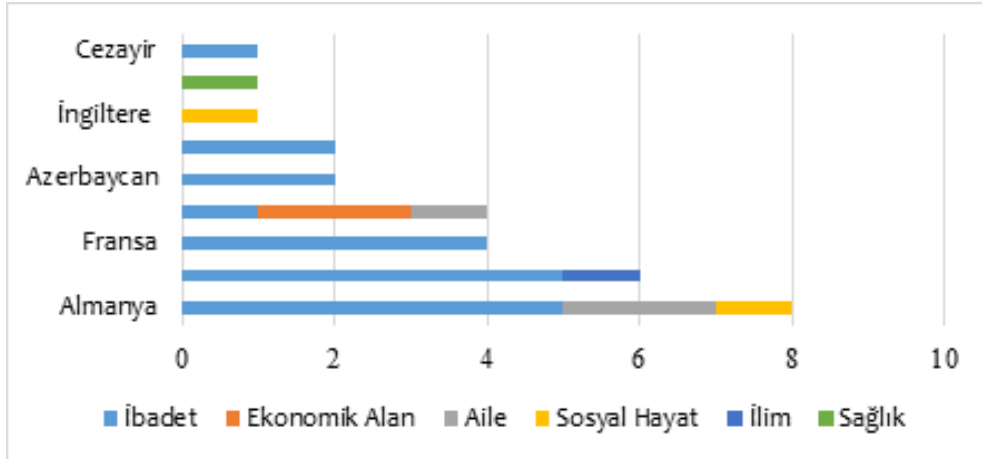
“Kuran, sünnet var, yaşantımızda mezhebin gerekliliği nedir?” (Erkek, İstanbul)

“Hanım kuran öğreniyor ama ben rica ediyorum namaz kılmıyor.” (Erkek, Ankara)

Dini örgütlü yapıların (cemaat ve tarikatların) ve mezheplerin gerekliliği hakkında örneklerde görüldüğü üzere sorgulama yapan katılımcılar, Kur'an ve Sünneti dini yaşamak için yeterli görmektedir. Neticede bu, katılımcılarının bireysel dindarlık eğiliminde olduklarına işaret edebilir.

Programı hiç soru iletmeyen Kars, Hakkari, Siirt şehirlerinin yanı sıra Bilecik, Bartın, Muğla, Amasya, Kırşehir, Nevşehir ve Tunceli gibi yalnızca bir sorunun iletildiği şehirler bulunmaktadır. Buralarda dini hayatın seyri ve alternatif dini bilgi edinme kanallarının ayrı bir araştırma konusu olup değerlendirilmesi gerekmektedir.

Grafik 4. Konularına Göre Yurt Dışından Gelen Soru Sayıları



Yurt dışından vatandaşlar Almanya, İtalya, Fransa, İsviçre, Azerbaycan, Avusturya, İngiltere, Bulgaristan ve Cezayir olmak üzere 9 ülkeden sorularını ulaştırmışlardır. Programa ulaştırılan yurt dışı soruları ibadet kategorisinde yoğunlaşmakla beraber ekonomik hayat, aile, sosyal hayat, ilim ve sağlık üzerine de sorular iletilmiştir.

Katılımcılar yaşadıkları ülkelerde yerleşik çalışma sisteminin ve ana dilin farklı olmasının kendi ibadet yaşantılarındaki etkilerini sorgulamaktadırlar. Namaz vakitlerinin sabitlenmesi, hutbenin farklı dillerde okunması bunlara örnektir:

“Ben Fransa’da çalışıyorum. Bizim hutbede okuduktan sonra bir arkadaş Fransızcaya çeviriyor. Bunun bir şeyi var mı?” (Erkek, Fransa)

“İtalya’da bazı camilerde Cuma vakti yaz-kış sabitlenmiş durumda. Cuma namazı için özel bir şekilde vakit girmeden kılabilir miyiz bizde onlar gibi.” (Erkek, İtalya)

Diğer taraftan, iletilen sorulardan hareketle yurtdışında ekonomik anlamda refah düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir:

“Benim bir oğlum üç kızım var. Mesela benim sekiz, dokuz dairem olsa ben bunları nasıl eşit bir şekilde İslam’a göre paylaştırabilirim?” (Kadın, Sosyal Medya)

Faiz, kredi, miras paylaşımı, hibe gibi uygulamalarda katılımcıların hassasiyet gösterdikleri ve İslam hukukuna riayet etmeye çalıştıkları söylenebilir. Bu sorular şu şekildedir:

“Krediyle ev almak kesinlikle yasak mı?” (Kadın, İsviçre)

“Miras olarak büyük bir yekûn var. Tamamı şarap imalatından gelmiş. Bir Müslüman bunları nasıl temizler?” (Erkek, İsviçre)

Yurt dışı sorularında dikkat çeken bir diğer husus da, İslam’a ve Müslümanlara karşı geliştirilen olumsuz tutumlardır:

“Yurtdışında kiraların çok yükselmesinden ve gayrimüslimlerin bundan çıkar sağlayıp Müslümanlara karşı öfke, yabancılaşmalarından dolayı bazı fetvalara dayanarak ev almak için kredi çektim. Doğru mu yaptım?” (Erkek, Sosyal Medya)

Diyanete Sorulm programının genel katılımcı/izleyici kitlesinin ilettiği sorulardan temel dini bilgilerinin oldukça zayıf olduğu görülmektedir. Çoğu soru, yanıtı temel dini kaynaklarda yahut ilmi hallerde kolayca bulunabilecek türdedir. Örneğin;

“Oruç fidyesi nasıl ödenir?” (Erkek, Konya)

“Dini nikahı biraz açabilir misiniz?” (Erkek, Manisa)

“Sehiv secdesini sormak istiyorum.” (Kadın, Eskişehir)

“Hacamat yaptırmak sevap mı? Peygamberimiz yaptırmış mı?” (Kadın, Denizli)

Özellikle ilim kategorisinde yöneltilen sorular, katılımcıların temel düzeyde İslami ilimlere dair bilgilenme ihtiyacında olduğunu açıkça göstermektedir. Bir soruyla örneklendirilecek olursa:

“Mezheplerdeki farklılıklar nereden gelmektedir? Yani bir mezhep doğru yaparken, bir mezhep yanlış mı yapmaktadır?” (Erkek, Tokat)

Bu ve önceki sorular bireylerin dini ilimlerle kendilerini geliştiremediklerine, izleyici profiline dini bilgi yönünden zayıf olduğuna, dini bilgileri içselleştiremediklerine ve gelişmeye açık olmadıklarına işaret edebilir. Buradan yola çıkarak katılımcıların kitabi bir dindarlık eğiliminde olmadıkları ifade edilebilir.

Katılımcılar daha çok sözlü aktarım, kültürel bellek ve hafıza zincirine dayalı bir dindarlık ortaya koymaktadır. Örneğin katılımcılar komşu, tanıdık, akraba, hoca gibi yakın çevrelerinde iletişimde oldukları kimselerden öğrendiklerini sormakta, karşılaştıkları farklı dini uygulama ve anlayış farklılıklarını sorgulamaktadır. Örneğin:

“Duyduğumuz bir şey kafamı karıştırdı. Bazı hocalar ayakların mesh edileceğini söylüyor. Hatta bunlar abdest konusunda doktora tezleri yapmış derecede insanlar

ve kardeşim ikna olmuş, ayağını mesh ediyor.” (Kadın, Sosyal Medya)

“Gençken kalıcı dövme yaptırdık. Şimdi pişmanım. Abdest kabul olmuyor diyorlar. Ne yapalım?” (Erkek, Sosyal Medya)

Bu sorulardan de yola çıkarak katılımcıların edindikleri dini bilgilerin, sözlü gelenek doğrultusunda toplumsal yaşamda aktif rol oynamaya devam ettiği fakat dini bir otoriteden teyit edilme ihtiyacının da hissedildiği söylenebilir. Bununla birlikte katılımcılar yeni medyada karşılaştıkları din adamlarının anlatılarını paylaşmakta, kaynağı belirtilmeden sosyal medyada paylaşılan dini içeriklerin aslını öğrenmeye çalışmaktadırlar. Örneğin:

“Görsel medyada bir hadise rast geldim. Peygamber Efendimiz buyuruyor: “Kıyamet günü şefaatin ümmetinden kebir günah işleyenlere.” Peygamberimiz günahkârlara şefaate edecek mi?” (Erkek, Van)

Programda sıkça sorulan, tekrar eden sorular yer almaktadır. Katılımcılar defalarca yanıt verilen benzer durumlara ilişkin sorular iletmektedir:

“Sehiv secdesini sormak istiyorum. Ben ettehiyyatüden sonra yapıyorum. Bu doğru mu?” (Kadın, Eskişehir)

“Sehiv secdesi yapıyoruz ya bunu ettehiyyatüyü okuyup mu yapacağız?” (Erkek, Bolu)

“Sehiv secdesinde sağa sola selam verildikten sonra mı secdeye gidilecek yoksa sağa verildikten sonra mı sehiv secdesi yapılır?” (Erkek, İstanbul)

Soruların büyük bir kısmını orta yaş ve üzeri bireyler yöneltmiş; az sayıda da olsa çocuklar ve ergenlerden de soru gelmiştir. Genç ve yetişkinlerin odağında aile, ekonomik hayat, sağlık (çocuk sahibi olma), toplumsal hayat yer almaktadır. Çocukların sordukları sorular ise sosyal yaşama ilişkindir. Örneğin:

“Apartmanda kedi beslemek istiyorum. Büyüklerimin izni yok, uygun olur mu?” (Kız, Sosyal Medya, 10 yaşında)

“11 yaşındayım. İstakoz, sushi gibi ürünleri tatmak istiyorum. Acaba bu ürünler caiz mi?” (Kız, Ankara, 11 yaşında)

Türk halk dindarlığına uygun olarak yaş ile birlikte dini bilgi alma ihtiyacının arttığı söylenebilir. Katılımcıların soruları, büyük oranda ibadet odaklı (toplam 590 soru) ve güncel dini meselelere dairdir. Öte yandan hayatın her alanına dair soru sorulması, dinin yalnızca ibadet merkezli olarak yaşanmadığını; katılımcıların toplumsal hayata dair de dini, ahlaki sorumluluk hissettiklerini göstermektedir. Özellikle ibadete ilişkin sorularda ibadetin manevi yönünden ziyade pratik ve uygulamadaki şekilsel boyutu bütün teferruatlarıyla sorulmuştur. Örneğin:

“Kâbe’de bu sene de sıkıntı var acaba otelden ihramı giysek de tavaf yapsak olur mu?” (Erkek, Antalya)

“Say yaparken ayakkabıyla, terlikle yapılır mı?” (Erkek, Erzurum)

Görüldüğü üzere, katılımcıların ibadet yaşantısında Türk halk dindarlığına uygun olarak şekilsel, yüzeysel bir dindarlık sergilediklerini göstermektedir.

Katılımcılardan yaşlıların odak noktası büyük oranda ibadet yaşantısı olup en çok fiziksel zorluklar, vesvese ve unutkanlık üzerine programa başvurumaktadırlar:

“Babam umreye gitmişti. İhramdan çıkmadan saçını kesmeyi unutmuş. Kurban kesmesi söylenilmiş. Bunun bir süresi var mı? Yaş itibariyle biraz unutkanlığı var.” (Kadın, Kahramanmaraş)

“Babaannem yatalak. Abdestsiz namaz kılıyor. Kabul olur mu?” (Erkek, Sosyal Medya)

Yaşlı, hasta ve engelli bireylerin ibadet yaşantılarında özenli oldukları, fiziksel güçlükleri olsa da ibadetlerine devam ettikleri görülmektedir.

Katılımcıların geçmişte aksattıkları ve yerine getiremedikleri ibadetlerden, olumsuz ahlaki davranışlardan ve kul haklarından ileriki yaşlarda pişman oldukları; bu sebeple özellikle ibadetlerin kazalarını yapmak suretiyle bir tür telafi dindarlığı geliştirdikleri söylenebilir.

“Çift niyet namaz kılıyorum. On beş yıldır bu şekilde kılıyorum. Kazaların yerine geçer mi?” (Kadın, Ankara)

“Uzun bir süredir kaza namazı kılıyorum, yirmi seneye yakın...” (Erkek, Çankırı)

“Kaza namazlarımı hesapladım ve kılmak istiyorum. Kazaları sünnet namazların yerime kılabilir miyim?” (Erkek, Sosyal Medya)

“Bizim burada biri ölünce namaz borcu, oruç borcu diye bir altı üstü var. Altı üstünde kalp krizinden ölse bile beş, altı milyar tutar. Bu dinde var mı yok mu?” (Kadın, Antalya)

Bu katılımcıların dine dair zihinlerindeki problem alanı, ibadetleri tekrar yerine getirmek suretiyle (namaz, oruç vb.) telafi etmektir.

Cami cemaatiyle ilgili soruların büyük bir kısmını erkekler yöneltmişlerdir. Sorular Cuma namazı, hutbe, camide kılınan vakit namazları ve imamların uygulamalarını kapsamaktadır. Örneğin:

“İmam direk farzı terk ederek rükû yapmadan hıphızlı, rükûsuz namaz kılıyorsa bu adama güvenerek farzda arkasında namaz kılabilir miyiz?” (Erkek, Kayseri)

“Dört hak mezhep dışından birinin arkasında namaz kılınır mı?” (Erkek, Manisa)

“Bazı ilahiyatçılar diyorlar ki mevcut imam hatiplerin arkasında namaz kılınmaz çünkü onlar ücrete tabidir?” (Erkek, Sosyal Medya)

“Suriyeli kardeşlerimiz buraya muhacir olarak gelmişler. Hürmet, saygı diyoruz bunlar sünnete itibar göstermiyorlar. Bunlar görevli olduğu zaman bize namaz kıldırıyorlar, sünnet namazı kılmıyorlar. Hafızdırlar, Kur’an’ı ezbere biliyorlar. Cemaatimizde dedikodu oluyor. Sonra hafız olmayanlar kalkıp namazı kıldırıyorlar. Namaz kıldırmanın vebali nedir?” (Erkek, Mersin)

“Şafiyim. Sabah namazının son rekâtında kunut duası okuyoruz. Tüm alimler (kunut duası) okunmadığı zaman sehiv secdesi yapmak gerekir diyorlar. Hanefi imamlara soruyorum bir şey olmaz diyorlar.” (Erkek, Mersin)

İmamların kişisel özelliklerinin cemaatin değerleriyle uyuşmaması, imamların mesleki yeterliliklerindeki eksiklikler, imamların cemaatten farklı mezhepte olmaları, cemaatteki bireyler arasındaki farklılıkların (yaşlı, genç, engelli, Suriyeli) zenginlik olarak görülememesi ve anlaşmazlıkların çözümlenememesi, İslam üst çatısı altında bütünleşmeyi engellediği gibi cami cemaatinde kırılmalara ve cemaat ruhunun zedelenmesine sebep olmaktadır. Örneğin farklı mezhepler cami cemaatinde bulunan katılımcıların sosyal ilişkilerini ve ibadet yaşantısını etkilemektedir. İmamın Şafii, cemaatin Hanefi olması yahut cemaatin Şafii, imamın Hanefi olması sorun olarak görülmüş; imam kendileriyle aynı mezhepten değil ise ibadetin sıhhatine şüpheyle yaklaşılmıştır. Bu da mezhebi bağlılığın, cemaatin bütünleşmesinin önünde bir engel olduğunu ve toplumda bireyler arasında örtük bir şekilde çatışmaya sebep olduğunu göstermektedir.

Diyanete Sorulm programında toplumsal hayattaki ekonomi pratiğinin karşılığı da görülmüştür. Ekonomi ile ilgili sorular ekseriyetle büyük şehirlerden gelmiş olup daha çok erkek katılımcılar tarafından sorulmuştur. Banka ile ticaret, paranın çalıştırılması, alım satım akdi, borç, yatırım, emeklilik, sigorta gibi konularda katılımcıların net bilgisinin olmadığı ve fıkha uygun olmayan şekillerde uygulamalarda buldukları görülmektedir. Örneğin:

“Ben tüpçülük yapıyorum. Birisi geldi “Bana borç ver” dedi. “Benim o kadar param yok ama sana yüz tane tüpümü vereyim” dedim. Bu şekilde yaptığımızda beş bin vermiş, sekiz bin almış oluyorum.” (Erkek, Bilecik)

“Bizim başımıza bela olan bir durum var. Şimdi bir insan bir tefeciye varıp para almıyor ama taksitle mesela bir arabayı on beş liraya alıyor, peşin parayla on liraya aynı kişiye satıyor.” (Erkek, Niğde)

“Bir firmamız var, finans kurumundan fon kullandık. Birkaç taksitini ödeyemedik bu fonun. Yapılandırılm dediler ve üzerine yapılandırma konularak yapılandırıldılar. Bu faiz oluyor mu?” (Erkek, Ankara)

Sorulan sorular fıkha uygun hareket edilmediğini ekonomi alanında fıkıh ile realitenin çatışma içerisinde olduğunu göstermektedir. Bireylerin ticari hayatlarında dini kaygıları olsa da bilinçsiz olarak fıkha uygun olmayan uygulamaları gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır.

Katılımcıların sorularından yola çıkarak ailede de çeşitli kırılmalar olduğu söylenebilir. Örneğin:

“Altı yaşında kız kardeşimin yanına geldim. Beni büyüttü, Huzur evine koymak istedik onu. “Hakkımı helal etmem” dedi. Bende hakkı var mıdır?” (Kadın, Bursa)

“İki buçuk yıl oldu eşimden ayrılılı. İki çocuğumun velayeti bende. Kız çocuğum annesini geri istiyor. Yeniden evlenebilir miyiz?” (Erkek, Kocaeli)

“Eşimle anlaşmalı olarak ayrıldık. Şu an aynı evde oturuyoruz. Biz nikâhımızı tazeleyebilir miyiz ya da ne yapmamız gerekir?” (Kadın, Adana)

“Eşimin ailesiyle bazı sıkıntılar yaşadık. Ben onları affetmek istemiyorum. Günaha giriyor muyum?” (Kadın, İstanbul)

Katılımcıların aktardığı kadarıyla aile büyüklerinin huzurevine yerleştirilmek istenmesi, aldatmaların ve evlilik dışı birlikteliklerin yaşanması, boşanmaların fevri ve hızlı bir şekilde gerçekleşmesi, boşandıktan sonra nikâhsız beraber yaşanmaya devam edilmesi, aile büyükleriyle iletişimin ve bağların koparılmak istenmesi, mirasta hakkaniyetin korunmaması, aile kurumunun bireylerin psikolojik, duygusal doyum ve tatmini konusundaki durumu hakkında soru işaretleri ortaya çıkartmaktadır.

Katılımcıların bir kısmının toplumsal hayatta ilişkilerini kişilerin iman ve amel durumuna göre inşa ettikleri, bireylerin muamelata aykırı, olumsuz amelleri olduğunda onlarla ilişkilerini sürdürmekten kaçındıkları; böylece dini bir yaşam sürdürmemenin bireylerin dışlanmasına yol açtığı söylenebilir. Kredi alarak ev sahibi olan komşuya, faizle araç satın alan iş arkadaşıyla sosyal ilişkilerin kesilmek istenmesi örnek olarak verilebilir. Benzer şekilde bazı katılımcılar tarafından din dışı olduğu yahut fıkha uymadığı gerekçesiyle “oy kullanma”ya ve “kanun”lara olumsuz bakılmaktadır. Bu düşüncelerin Selefî gruplar vasıtasıyla halk arasında görünürlük kazandığı yahut onlarla etkileşimle yaygınlık kazandığı düşünülebilir.

Çalışmada akaid (inanç) hususunda, tipik Türk halk dindarlığına uygun olarak derin teolojik sorulara rastlanmamakta; bununla birlikte gaybi bilginin önemsendiği görülmektedir. Gaybi bilginin hala insanlarda merak uyandırdığı; fal, sihir, kurşun dökme gibi pratiklere rastlandığı, cin, şeytan gibi varlıkların sorgulandığı görülmektedir. Örneğin:

“Kurşun dökülse nazara faydası olur diyorlar. Bunun batıl mı şey mi bilemediğimiz için soralım dedik.” (Erkek, Tokat)

“Fala baktırmanın bir günahı var mı acaba? Baktırıyorum ben bazen de.” (Kadın, Adana)

“Komşumun eşi, çöp topluyor. Hocaya, doktora getirdiler. Cin sahiplenmiş diyorlar. Böyle bir şey var mı?” (Erkek, Rize)

“Kurşun dökme”, “fal” gibi inanç kalıplarının, geçmişte senkretik olarak halk dindarlığına dâhil olduğu için varlığını modern dönemde de sürdürdüğü görülmektedir.

“Bir buçuk yıllık evliyiz. Eşimin dedesi seksen küsur yaşında. Ayetler okuyup gözle-rini kapayıp bir kız çocuğunuz olacak diyor. Başkalarına da başka şekillerde söylü-yor. Gaybı Allahtan başkası bilemez. İnanmalı mıyız?” (Erkek, Manisa)

“Bir insanın kaderi doğmadan mı yazılmış yoksa evleneceği kişiye karar verdikten sonra mı belli oluyor?” (Kadın, Elazığ)

İlaveten gaybi bilgi, kader ve gelecekte haber verme gibi insanın nüfuz edeme-diği konular da katılımcılar tarafından irdelenmektedir.

Katılımcılar dini yaşantılarında sevap, günah, helal, haram, ahiret, cennet ve cehennem odaklı olarak eylemlerin sonuçlarına bakmakta ve eylemlerinin karşılıkları üzerinden mükafat ve cezalandırmaya dayanan bir dindarlık ortaya koymaktadırlar. Katılımcıların sorularına bakılacak olursa:

“Bir kimse Müslüman olarak günahları fazla gelip de cehenneme giderse mutlaka oradan çıkıp cennete girecek midir?” (Erkek, Sosyal Medya)

“Hadisi şerifte kapalı açıkların cennete giremeyeceği, cennetin kokusunu alamaya-cağı buyurulmakta. Hala etkisi altındayım.” (Erkek, Sosyal Medya)

“İntihar edenlerin mahşere kadar kabir azabı çektikleri söyleniyor. Babam intihar etti. Öğrenmek istiyorum.” (Erkek, Şırnak)

“Rüşvetle ilgili bir açıklama yapmışsınız. İnsan böyle bir hata ettiyse bundan töv-be ettiyse yine de cehennemde midir?” (Kadın, Karaman)

“Benim çocuk vefat etti, hastalandı. Onun şehitliğini soracağım.” (Erkek, İstanbul)

“Tarikat mensubu arkadaşlar diyor: “Peygamberimiz kıyamet günü herkese şefa-at edecek. Onun şefa-at etmedikleri cennete giremeyecek.” (Erkek, İstanbul)

Ahiretteki ödüllendirilme cennet bağlamında değil “şefa-at” ve “şehitlik” ile iliş-kili olarak sorulara yansımıştır. Şefa-at ve şehitlik, cennete girmede güçlü bir referans olarak görülmektedir. Bu bakımdan “şefa-at” ve “şehitlik” katılımcıların bir kısmı için ahirette mükafatlandırılmanın bir şekli olarak görülmektedir. Katılımcıların ahiret inan-cı, genel itibarıyla cezalandırılma odaklı olup sorumlulukların yerine getirilmemesiyle cehenneme girme ve azap görme şeklindedir.

Halk inanışlarının İslam ile senkretik bir yapıda olması, kültürün din üzerindeki diğer bir etkisidir. Çalışma örnekleminde katılımcılar, halk inanışları kategorisinde (36 soru) diğer kategorilere göre daha az soru yöneltilmişlerdir. Fakat halk inanışlarının top-lumda menfi ve din dışı görülmemesi, hali hazırda halk arasında yaygınlık göstermesi, az soru gelmesinin gerekçelerinden olabilir.

Çalışmada sağlık hususunda hastalık, hamilelik ve kürtaj durumlarına karşı izle-yicilerin dini ve manevi başa çıkmada zorlandıkları görülmektedir. Ekseriyetle çocuk sahibi olma, kürtaj konularında katılımcıların “günah/ceza” odaklı düşündükleri, tıpçı-ların ise dini referanslara dikkat etmedikleri; bu sebeple katılımcıların sağlıklarıyla ilgili karar vermeleri gereken durumlarda dini bir otoriteden bilgi, destek ve yardım alma-ya çalıştıkları görülmektedir. Programa, tıptaki yeni gelişmelerin ibadetleri ve sosyal yaşantıyı etkileyen yönü de sıkça soru olarak yansımıştır.

Çalışmada katılımcıların Türk halk dindarlığına uygun olarak bazı haramlar konu-suna duyarlılıklarının fazla olduğu görülmüş; bunların özellikle alkol, domuz eti, faiz ve kul hakkı olduğu tespit edilmiştir.

Programda katılımcılar, ahlaki sorun alanlarına ve yozlaşmalara da değinmişler-dir. Örneğin bazı katılımcılar hırsızlık, zina, intihar, küfür, yalan, iftira, dedikodu gibi hata ve günahlarını itiraf etmiş; pişmanlıklarını dile getirmiştir.

Bazı katılımcılar amel, ahlak ve iman ayrımı yapmamaktadır. Bu katılımcılar ah-laki olmayan davranışlar söz konusu olduğunda bireylerin Müslümanlığı üzerinden değerlendirmede bulduklarını ve onlarla sosyal yaşamda iletişimi kestiklerini ifade etmişlerdir.

Son olarak katılımcıların bir kısmı dinin duygu boyutuna dair de sorular iletilmiş; sabır, paylaşma, yardımlaşma, helalleşme, sorumluluk ve saygı gibi değerlere de vurgu yapmışlardır.

4. Sonuç

Çalışmada katılımcıların dine dair zihin dünyalarındaki soru kategorilerinin ibadet, ekonomi, aile, toplumsal yaşam, ilim, akaid, halk inanışları, sağlık ve ahlak etrafında şekillendiği görülmüştür. Sorular genel olarak teolojik mahiyette olmayıp muamelata dairedir. Bu kategorilerde yöneltilen sorulardan yola çıkarak katılımcıların temel dini bilgisinin zayıf olduğu ifade edilebilir. Programa iletilen soruların çoğu, fiillerin sonuçları ile karşılaşıldıktan sonra iletilmiş olup dini bilgiye ihtiyaç halinde başvurulduğu görülmektedir. Katılımcıların dini bilginin gerekliliğine ilişkin tutumu, yalnızca ihtiyaç söz konusu olduğunda mümkün olmaktadır.

Çalışmada katılımcıların sosyal yaşama ilişkin fıkhi konularda da bilgi eksikliklerinin belirgin bir şekilde görülmüştür. Katılımcıların; hakkında bilgi sahibi olmadıkları için özellikle banka, faiz, ticaret, evlenme, boşanma ve miras hususlarında İslam fikhına uygun olmayan uygulamalarda bulunması en ciddi sorun alanları olarak tespit edilmiştir.

Katılımcılar yeni gelişmelerin ve uygulamaların dini boyutuna da duyarsız kalmamaktadır. Kentsel yaşamda tıptaki yenilikler, teknolojik gelişmeler, banka uygulamaları ve sanal sistemler (bitcoin, borsa, sanal yatırım) dikkatler çekmektedir. Bu açıdan günlük yaşamda karşılaşılan durumlara dinin vereceği cevap ehemmiyet kazanmaktadır. Çünkü İslam fikhı canlı ve diri tutulamadığında ideal olan ile realitede yaşanan din arasındaki mesafe açılmaktadır. Başka bir ifadeyle vahyi/dini bilgi ile gündelik hayat arasındaki gerilim ve mesafenin açılmasına neden olmaktadır. Bu durum özellikle miras, tıbbi gelişmeler, evlenme/boşanma, banka/faiz, kredi ve hukuki uygulamalarda kendini göstermektedir.

Diyanet İşleri Başkanlığının ve dini tematik programların (Diyanet Televizyonu gibi) bireysel dindarlığın artışına karşı cemaat ruhunu sağlayacak, birlik beraberliği güçlendirecek ve “cemaat dindarlığı”nı besleyecek bir yayın politikası geliştirmesi de önem arz etmektedir. Din görevlilerinin cemaat ruhunu korumak için daha duyarlı olmaları, kucaklayıcı ve dinin kolaylaştırıcı yönünü vurgulayıcı tutum ve davranışlar geliştirmeleri gerekmektedir. Özellikle ibadet mekânlarında bireysel farklılıklar (mezhep farklılıkları, ırk, yaşlılık, gençlik, engelli olma) üzerinden çatışmaların oluşmasına izin verilmemelidir.

Yurt dışından *Diyanete Sorulmuş* programına ulaşan katılımcılar olduğu düşünülerek buldukları ülkelerde hizmet aldıkları birimlerin güçlendirilerek vatandaşların dini ihtiyaçlarına yönelik soruların cevaplandırılması sağlanabilir.

Çalışmada *Diyanete Sorulmuş* izleyici kitlesinin daha çok orta yaş ve üzeri bireylerden oluştuğu görülmüştür. Genç ve çocukların da dini bilgilerini yoklayacakları, dine dair ilgi ve meraklarını arttıracak, interaktif katılım sağlayabilecekleri program formatlarının arttırılması gerekmektedir. Dini bilgi edinme ihtiyacının karşılanmasında orta yaş ve üzeri izleyiciler için de akademik, teolojik tartışma programlarından ziyade basit, temel düzeyde yayınlarının yapılması daha uygun olacaktır.

Fıkıh ile realite arasındaki gerilim katılımcılar tarafından da hissedilmektedir. Diğer bir ifadeyle, vahyi/dini bilgi ile gündelik hayat arasındaki gerilim ve mesafe her geçen gün artmaktadır. Dini bilginin, gündelik sorunlara çözüm getirmesi, modern yaşamın gerekleri karşısında yeniliklere ve ihtiyaçlara cevap verilmesi için İslam fikhı çalışmalarının daha ciddi, hassas ve üretken bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir.

Katılımcılar fal, sihir, kurşun dökme gibi pratiklere karşı menfi bir bakış açısına sahip olmayıp bunların yaşantılarında yerini sorgulamaktadırlar. Bu da halk inanışlarının sosyal yaşamda etkinlik gösterdiğini göstermektedir. Gaybi bilgi de katı-

lımcıların bir diğer ilgi alanı olup daha çok ahiret inancıyla ilişkili olarak sorulmuş; kader, gelecekte haber verme gibi insanın nüfuz edemediği konular katılımcılar tarafından irdelenmiştir. Katılımcılar dini yaşantılarında sevap, günah, helal, haram, ahiret, cennet ve cehennem odaklı olarak eylemlerin sonuçlarına bakmakta ve eylemlerinin karşılıkları üzerinden mükâfat ve cezalandırmaya dayanan bir dindarlık ortaya koymaktadırlar.

Kaynakça

- Arslan, M. (2004). *Türk popüler dindarlığı*. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.
- Aziz, A. (2016). *İletişime giriş*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Bayraktar, R. (2018). *Fetva soruları ışığında dindarlık tipolojileri (Samsun örneği)*. Ankara: Berikan Yayınevi.
- Çelik, C. (2004). Türk halk dindarlığında değişim ve süreklilik: Ziyaret fenomeni örneği. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4(1): 232-233.
- DİB. (2014). *Türkiye’de dini hayat araştırması*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Güleç, M. (2017). *Sosyolojik açıdan Türk halk dindarlığı*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Günay, Ü. (2003). Türk halk dindarlığının önemli çekim merkezleri olarak dini ziyaret yerleri. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15)14.
- KONDA. (2007). *Gündelik yaşamda din, laiklik ve türban araştırması*.
- Mardin, Ş. (1990). *Din ve ideoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Subaşı, N. (1999). *Kutsanmış görüntüler*. İstanbul: Nehir Yayınları.
- RTÜK. (2018). *Televizyon izleme eğilimleri araştırması*. <https://www.rtuk.gov.tr/assets/icerik/AltSitelere/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf>. 27 Nisan 2019.
- Su, S. (2011). *Hurafeler ve mitler halk İslamında Senkretizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Turan, İ. (2005). *Dini içerikli televizyon programlarının yetişkinler üzerine etkisi*. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.

MEDIAAD

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

The Reflection of Turkish Public Religiousness on Media

Emine KAYA

Extended Abstract

Turkish public religiousness expresses the relationship of Turks with Islam. It includes all beliefs and practices in the lives of the Turkish people in Islam. The power to influence and direct individuals' knowledge, perceptions and attitudes are found especially on television in visual media. In Turkey, there are many television programs that receive answers to questions by asking religious questions from the audience. Listening to the questions, sharing, needs and opinions of the people in the religious programs, it is necessary to investigate the relationship of the audience with religion, how they experienced the religion and the problem areas in the mind related worlds of religion. For this reason, in this study, *Diyanete Soralım*, which was broadcast on the Diyanet Television, was discussed.

Qualitative content analysis was conducted in the research. Qualitative content analysis questions were evaluated with the qualitative method because the questions posed to the program included the participants' religious concerns, how they interpreted religion, how they performed religious practices, the relationship they established about the religious context and experiences. In order to obtain the most up-to-date data, two publication periods *Diyanete Soralım* program between 2017-2018 were determined as samples. Fifty sections were selected by systematic sampling method among 152 chapters (1024 - 1176) in this publication period.

In the fifty-section sample selected from the 2017 - 2018 publication year of the *Diyanete Soralım* program, 765 people asked 1143 questions. Nine categories were formed: workshop, economic life, family, social life, science, akaid (belief), folk beliefs, health and morality. In the study, the place of religion in the lives of the participants, the relationship they established with religion, their understanding of religion, problem areas in their minds about religion and their attitudes towards religiosity were revealed. The participants stated that they asked questions to the program in order to reach the right information, to learn the religious arguments, and to learn the accuracy of the applications in the unsure subjects.

69% of the participants in the *Diyanete Soralım* delivered their questions via live telephony and 31% via the internet and social media. 68% of the participants were male, 27% female, 3% undetermined gender, 1% who did not want to give their name and 1% who could not be determined whether they were male or female. A total of 887 questions from all regions of Turkey (excluding social media questions) came to *Diyanet Soralım*. Most of the questions were from the Marmara region and the least was from Southeast Anatolia. Questions were asked from 75 cities. The three most questionable cities are Istanbul, Ankara and Bursa. Depending on the city, it can be said that there is an urban religiosity based on worship and religious knowledge.

Citizens from abroad brought their questions from 9 countries: Germany, Italy, France, Switzerland, Azerbaijan, Australia, England, Bulgaria, and Algeria.

Although the questions received from abroad from the program were mostly in the worship category, questions about economic life, family, social life, science and health were also conveyed.

From all questions submitted by the participants, it is seen that their basic religious knowledge is weak. The answer to most of the questions is easily found in basic religious sources. Most of the questions were asked by individuals aged middle and older; children and adolescents. This is in line with the Turkish public religiousness and the need for religious information increases with age.

The public order in Turkey, sustaining the global level of functioning of the legal system and economic, causes difficulty in generating the response to new issues of Islamic law. The tension and distance between religious knowledge and everyday life are increasing day by day. This situation occurs especially in heritage, marriage, divorce and interest applications.

In the religious life of the participants, they focus on the concepts of goodness, sin, halal, forbidden, heaven and hell and show a religiosity based on reward and punishment by looking at the results of the actions. Participants' belief in the Hereafter is generally focused on punishment, that is, going to hell and suffering. In this respect, it can be said that the participants have a pessimistic and hopeless perspective.

It is seen that there are traces of tradition and culture together with religion in the life of the participants. It is seen that worship and social patterns and religious life are shaped by questions such as the sacrifice of a person who is not in financial condition, giving a filter or wanting to go to the pilgrimage by taking credit.

Participants are also insensitive to the religious dimension of new developments and practices. Innovations in medicine, aesthetics, technological devices, banking applications, and virtual systems in urban life attract the attention of the participants.

MEDIAD

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

ARAşTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2019, 2(2), 287-305

Geliş: 03.11.2019 | Kabul: 12.12.2019 | Yayın: 31.12. 2019

'Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi' Filminin Söylem Çözümlemesi

Mahmut KUTLU*



Öz

Bu çalışma 'Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi' (Hz. Muhammad: The Messenger of God) filminin ürettiği söylem dilini niteliği bakımından konu edinmektedir. Araştırma nesnesi olan filmin sinema ve İslamofobi ilişkisi üzerine tartışılabilecek bir potansiyele sahip olduğu düşünölmektedir. Çalışma, bu ilişki bağlamında üretilen söylem dilinin sinematografik öğeler ile nasıl görünür kılındığını göstermeyi amaçlamaktadır. Film çözümlenirken Teun A. Van Dijk'ın 'söylem analizi' yöntemi kullanılmıştır. Van Dijk'in egemen yapının haber metinlerindeki ideolojisinin çözümlenmesinde kullandığı bu yöntem, bu araştırmada ideoloji çözümlenmesi olarak değil, söylemi oluşturan parçaların; makro yapı ve mikro yapıların çözümlenmesi bağlamında kullanılmıştır. Bu çerçevede 'Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi' (Hz. Muhammad: The Messenger of God) filminin teknolojik sinema olanaklarını kullanarak İslam dinini yücelten bir söylem dili ürettiği ve İslamofobiye karşı bir cevap niteliği taşıdığı görölmüştür. Film, sinemanın gücünden yararlanarak, imgeler ve imajlar yardımıyla söylem dilini oluşturmuş ve izleyiciye sunmuştur. İslamofobi içerikli yüzlerce filmdeki kaba, çirkin, kirli, kötü, terörist Müslöman tiplerine karşın, Müslömanları iyi temalar ile karakterize etmiştir. 'Kötü Müslöman' imajının aksini uygulayarak, Müslömanların uluslararası sinemadaki gerçek temsiline olanak sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Din, Söylem Analizi, İslamofobi

Discourse Analysis of the Film 'Hz. Muhammad: The Messenger of God'

Abstract

This study focuses on the discourse produced by the film 'Muhammad: The Messenger of God' in terms of quality. It is thought that the film, which is the object of the research, has the potential to be discussed on the relationship between cinema and islamophobia. The study aims to show how the discourse language produced in the context of this relationship is made visible by cinematographic elements. Teun A. Van Dijk's 'discourse analysis' method has been used to analyze the film. This method used by Van Dijk in his analysis of the ideology of the dominant structure in the news texts has not been used in this study as an analysis of ideology; but rather as an analysis of pieces -macro structures and microstructures- which form the discourse. In this context, 'Muhammad: The Messenger of God' was seen to produce the language of discourse that exalts the religion of Islam by using technological means of cinema and acts as a response to Islamophobia. Taking advantage of the power of cinema, the film created a language of discourse with the help of images and presented it to the audience. 'Muhammad: The Messenger of God' characterizes Muslims with good themes in spite of the rough, ugly, dirty, bad, terrorist Muslim stereotypes in hundreds of films with Islamophobic content. By applying the counter-image of the 'bad Muslim', it has enabled the real representation of Muslims in international cinema.

Keywords: Cinema, Religion, Discourse Analysis, Islamophobia

ATIF: Kutlu, M. (2019). 'Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi' filminin söylem çözümlenmesi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD)*, 2(2), s. 287-305.

Giriş

Batı’nın Müslümanlara ve İslam dinine karşı duyduğu nefret ve düşmanlık yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. W. Edward Said’e göre bunun temel nedeni Batı’nın Doğu’dan ve Müslümanlardan korkmasıdır (2010). Batı, bu nefret ve düşmanlığını günümüzde medya alanında da devam ettirmiştir. Müslümanlar, batılı kaynaklar tarafından uluslararası medyada olduğundan farklı gösterilerek, kötü/terörist Müslüman imajı çizilmiştir.

Bu imajı en kısa yoldan dünyaya duyurmanın aracı olarak da çoğu zaman sinema kullanılmıştır. Çünkü sinemanın etkisi diğer medyalara göre daha kuvvetlidir. Örneğin kitap sadece bir bilgi kaynağı oluşturabilirken veya tiyatro görsellik sunabilirken, sinema bunların hepsini kendi bünyesinde birleştirerek birçok sanat dalının üstünde bir konuma yükselmektedir. Mesajı iletmede tiyatro veya resim gibi değildir. Etkisi çok daha hızlı ve yaygındır. Bunun yanında sinema; görsel ve işitsel öğeleri bünyesinde barındırdığı için diğer medyalara göre daha öğreticidir ve hafızalarda daha fazla yer etmektedir. Clark ve Mayer’in belirttiği gibi, insanlar, görsel ve sözel öğelerin bir arada yer aldığı sinema gibi çoklu ortamlarda, sadece sözel veya sadece görsel öğelerin yer aldığı ortamlara göre daha iyi öğrenmektedirler (2011, s. 235).

Dini bir konunun sinema sanatıyla buluşması, birçok kavramın somutlaşması, hem göze hem kulağa hem de duygulara hitap etmesi bakımından önemlidir. Filmde, geçmişten gelen birçok deneyim yeni sinema teknikleri ile somut hale dönüştürülmektedir. Kracauer’in deyimiyle filmin ortaya çıkışından önce görmediğimiz birçok şey sinematografi ile görünür kılınmaktadır (2015, s. 518). Sinema bize gerçekliğin bir kopyasını yansıtma olanağını sunmaktadır (Badiou, 2013, s. 322-329).

Bu düşünceler ışığında İslam dinini ve dolayısıyla Hz. Peygamber’in (sav) hayatını anlatan filmlerin önemi ortaya çıkmaktadır. Ancak öneminin ortaya çıkmasıyla beraber bu filmlerin sayısına bakıldığında çok az oldukları görülmektedir. 2012 yılının Aralık ayında Katar’da yapılan “Dünya Müslüman Alimler Birliği” konferansına dünya genelinde tüm İslam ülkelerinden alimler katılmış ve konferansta ‘Hz. Peygamber’in hayatını nasıl anlatmalıyız’ başlığı tartışmaya açılmıştır. Amerikan-İslam İlişkileri Konseyi (CAIR-WA) Genel Müdürü Nihat Awad, konuşmasında son 10 yılda Hollywood’da çekilen iki film dışında, Müslümanları ve Hz. Muhammed’i (sav) olumsuz anlatan filmlerin sayısının 750’ye ulaştığını belirtmiştir (<http://www.haber7.com/sinema/>, 2018). Konuyu destekler nitelikte, Koçer ve Yazıcı’da, günümüz medyasında (özellikle Batı medyasında), doğrudan ya da dolaylı olarak, İslam ve Müslümanların olumsuz olarak ele alınmadığı yazı, film, karikatür ya da programın neredeyse olmadığını belirtmişlerdir (2018, s. 192).

Hz. Peygamber’in hayatını doğrudan anlatan ‘Çağrı’ filminden ancak 37 yıl sonra “Hz. Muhammed: Allah’ın Elçisi” filmi çekilmiştir. Bu filmle İslam dininin mensupları ikinci kez Hz. Peygamber’in hayatını sinema ile deneyimleme fırsatını bulmuştur. Konuyla alakalı başka filmler çekilse de Hz. Peygamber’i doğrudan değil, dolaylı olarak anlatmışlardır. Bunların sayısı da çok azdır. Örneğin 2000 yılında vizyona giren “O’nun Babası” filmi, Hz. Peygamber’in babasının hayatını anlatmaktadır.

Hz. Peygamber’in hayatını sinematografi ile buluşturan ve böylece İslamofobiye karşı sinematografik imajlar ürettiği düşünülen “Hz. Muhammed: Allah’ın Elçisi” filmi bu çalışmanın araştırma nesnesi olarak seçilmiştir.

Çalışmada Teun A. Van Dijk’in söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Ancak Van Dijk’in egemen yapının haber metinlerindeki ideolojisinin çözümlemesinde kullandığı bu yöntem, bu çalışmada ideoloji çözümlemesi olarak değil, söylemi oluşturan parçaların; makro yapı ve mikro yapıların çözülmesi bağlamında kullanılmıştır. Filmin hangi sinematografik öğelerle inşa edildiği, tematik yapısı, şematik yapısı, sentaktik yapısı, ses ve müzik uyumu, filmin retoriği ve tüm bunların birleşimi ile nasıl bir söylem dili oluşturduğu tartışılmıştır.

İlgili Türkçe literatürde ‘Hz. Muhammed: Allah’ın Elçisi’ filmine odaklanan iki çalışma göze çarpmaktadır. Hz. Muhammed: Allah’ın Elçisi Filminin Mecidi Sineması

Bağlamında Analizi” (Gökçe, 2017) isimli ilk makale, Mecidi sinemasının tarihsel gelişimini incelemiş ve bu filmlerin sinema alanına katkıları üzerinde durmuştur ve ilgili filmi bu çerçevede değerlendirmiştir. “Bir Film İmanı Yok Edebilir Mi?-Hz. Muhammed: Allah’ın Elçisi Filmi Üzerine Bir Değerlendirme” (Nazlıaydın, 2016) isimli çalışma ise yalnızca filmin dini içeriğini ele almış ve filmin incelenmesini içerik eleştirisi şeklinde geliştirmiştir. Her iki çalışmada da filmin söylem düzeyinde nasıl bir üretim ortaya çıkardığı ve bunun potansiyel karşılıklarına değinilmemiştir.

Bu çalışmada ise filmde geçen konuların içeriği incelenmemiştir. Film imajlar, diyaloglar, renkler, müzikler, mekânlar, karakterler ve düşündürdükleri bağlamında incelenmiştir.

Bu çerçevede çalışma, amaç, önem ve yöntem hakkında bilgilerin sunulduğu giriş kısmı haricinde üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde araştırma nesnesi olan filmin künyesi hakkında bilgiler verilip filmin hikayesinden bahsedilmiştir. İkinci bölümde Teun A. Van Dijk’in söylem çözümlemesi üzerinde durulmuştur. Son bölümde ise elde edilen bulgular, Van Dijk’in söylem analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Film söylem dilini oluştururken imajların gücünden olabildiğince yararlanmıştır. Dolayısıyla çalışmanın çözümleme kısmında filmde alınan görsellere de yer verilmiştir.

1. “Hz. Muhammed (sav) : Allah’ın Elçisi Filmi”

1.1. Filmin Künyesi

Yönetmenliğini ve senaristliğini Mecid Mecidi’nin yaptığı Hz. Muhammed: Allah’ın Elçisi filmi; 7. yüzyılda Mekke’de, İslam peygamberi Hz. Muhammed’in çocukluk döneminde etrafında gelişen olayları konu edinmektedir. Filmin ilk gösterimi 12 Şubat 2015’te İran’da gerçekleştirilmiştir.

Resim 1. Film Tanıtım Görseli

	<p>Yönetmen: Mecid Mecidi</p> <p>Oyuncular: Sareh Bayat, Mahdi Pakdel, Mina Sadati, Mohsen Tanabandeh</p> <p>Film müziğinin bestecisi: A. R. Rahman</p> <p>Film müziği: Ya Muhammad (SAL)</p> <p>Bütçe: 40 milyon USD</p>
---	--

1.2. Filmin Hikayesi

‘Hz. Muhammed (sav): Allah’ın Elçisi’ filmi; bir üçlemenin ilk ayağı ve Hz. Peygamber’in (sav) hayatının 0-12 yaş aralığındaki çocukluk evresini anlatmaktadır. Çekimi yedi yıl süren film, Mustafa Akkad’ın 1977 yapımı, Anthony Queen’in de rol aldığı ‘Çağrı’ (The Message) filminden sonraki Hz. Peygamber’in (sav) hayatını doğrudan anlatan ikinci filmidir. 171 dk. süren filmin çekimleri yaklaşık 40 milyon dolar bütçeyle (www.bbc.com) tamamlanmıştır.

2. Söylem Çözümlemesi

Söylem kısaca; farklı alanlara ait olabilen, ancak ortak çalışma kurallarına uyan ifadeler birliğidir (Revel, 2012, s. 114). Söylem ve ideolojinin sıkı bir ilişkisi söz konusudur. Eagleton ideolojiyi, toplumsal yaşamdaki anlam, gösterge ve değerlerin üretim süreci, belirli bir toplumsal grup veya sınıfa ait fikirler kümesi olarak tanımlar (2009, s. 1).

Söylem aracılığı ile belli bir ideolojik düşünce veya değer metne aktarılabilir. Buda metinlerin çözümlenmesi gerektiği fikrini doğurmaktadır. Bu nedenle metnin içindeki ideolojiyi çözümlenebilmek için söylem çözümlemesi yöntemi geliştirilmiştir. Söylem çözümlemesinin öne çıkan özelliği, ele aldığı metinlerde ideolojilerin ve toplumsal güç ilişkilerinin rolünü bulmaya odaklanmasıdır (Fairclough, 1995; Wodak, 2013; Wodak, Meyer, 2002).

Söylem çözümlemesi alanında Teun A. Van Dijk ve Norman Fairclough öne çıkan isimlerdir. Fairclough, yaklaşımını söylem olarak dilin kavramsallaştırılmasını merkeze alarak, eleştirel dilbilim üzerine kurmuş ve haber üzerine yoğunlaşmıştır (Özer, 2008, s. 400).

Van Dijk ise ‘Eleştirel Söylem Çalışmaları’ ile televizyon ve basındaki haberlerin incelenmesi için bir problem yönelimi geliştirmiş, özellikle sosyal problemlerin çözümü üzerine yoğunlaşmıştır. Bir grubun diğer grup üzerinde tahakküm üretmesinde veya var olanı yeniden üretmesinde söylemin gücü üzerine odaklanmıştır (Arkonaç, 2014, s. 227). Van Dijk’e göre egemen söylemin temel işlevi rıza ve egemenliğin meşrulaştırılmış hali üzerinde mutabakata varmaktır. Ayrıca söylemde yer alan ideolojik unsurların ortaya konulabilmesi için metin dilbilimi bulgularına dayanarak gazete haberlerinin sistematik bir biçimde incelenmesi gerekmektedir (Van Dijk, 1988, s. 9).

Van Dijk haber metinlerinin çözümlemesinden söz ederken metnin içeriği, retorik, semantiği ve anlatısı üzerine yoğunlaşmaktadır (Van Dijk, 2000, s. 35-39). Bunları ‘makro yapılar’ ve ‘mikro yapılar’ başlıkları altında incelemiştir. Haber metinlerindeki makro yapılar ‘tema’, ‘tematik yapı’ ve ‘konu’ iken mikro yapılar ise ‘metnin sesleri’, ‘sözcükleri’, ‘cümle yapıları’ ve ‘anlamları’ ile oluşturulmaktadır (Van Dijk, 1988, s. 72-98).

Söylem çözümlemesi, metin ve konuşmalarla ortaya konulan sosyal güçlerin kötüye kullanılması, egemenlik ve eşitsizliklerin çoğaltılması gibi konuları ele alan ve karşı koyma yollarını araştıran bir analitik söylem araştırması türüdür. Bu tür araştırmalar toplumsal olayların anlaşılmasını ve yanlışlıkların ortaya çıkarılmasını sağlar (Van Dijk, 2003, s. 352). Metni bir söylem olarak ele almak, bu söylemin temel kaynağı konumundaki toplumsal durumu sorgulamayı gerektirmektedir. Dolayısıyla söylem çözümlemesi, metinlerin toplumsal bağlamından koparılmaksızın bütün boyutlarıyla değerlendirmesi gerektiğini savunmaktadır (Yüksel, 2012, s. 170).

Dilin kullanımı olarak görülen söylem, sözel iletişim ve etkileşim, toplumsal düzeyin mikro düzeyine aitken, toplumsal gruplar arasındaki iktidar, tahakküm ve eşitsizlik gibi terimler makro çözümleme düzeyine ait olarak değerlendirilmektedir (Evre, 2009, s. 139). Van Dijk geliştirdiği söylem yaklaşımında, mikro yapılar ile makro yapısal özelliklerin bütünlüklü bir yapı içinde değerlendirilmesi gerektiğini, birbirinden ayrı değerlendirilemeyeceğini belirtmektedir.

Van Dijk’in söylem analizi, makro yapı ve mikro yapı bağlamında şu şekilde şemaştırılmıştır:

A. MAKRO YAPI

1. Tematik Yapı

a. Başlıklar

b. Haber Girişi (Spot veya haber metninin ilk paragrafı)

c. Fotoğraf

2. Şematik Yapı

- a. Durum (Ana olayın sunumu, sonuçlar, ardalın bilgisi, bağlam)
- b. Yorum (Haber kaynakları, olay taraflarının yorumları)

B. MİKRO YAPI

1. Sentaktik Çözümleme (Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması)
2. Bölgesel Uyum (Neden ilişkisi, işlevsel ilişki, referans ilişkisi)
3. Kelime Seçimleri
4. Haber Retoriği (Özer, 2011, s. 85).

Bu şemaya sinema filmleri bağlamında bakıldığı zaman; kamera, çekim ekibi, oyuncular, diyaloglar, ışık, renklendirme, dekor, kostüm vb. gibi unsurların önemi göze çarpmaktadır. Filmdeki anlam, bütünün parçaları toplanarak ve anlam bütünlüğü içinde bu parçalar sıralanarak oluşturulmaktadır. İmajlar ile düşündüren ve anlam üreten sinema (Bazin, 2005, s. 23-24), ayrıca sözcüklerin söyleyemediklerini imajlarla da söyleyebilme (Balázs, 2013, s. 24-25) potansiyeline sahiptir. Bu da Van Dijk'ın söylem analizini filmlere uygulamanın isabetli olduğunu bize göstermektedir.

Sinemada anlamı oluşturan parçalar reel dünyanın yansımaları üzerinden kurgulanmaktadır. Sinemanın dünyası görünen ve ayrıca gizlilikleri de içeren bir dünyadır. Parçalara ayrılmış bu dünya, her parçasında bağımsızlık kazanmakta ve reel dünyada bulunmayan çeşitli düzenleme olanakları sağlamaktadır (Lotman, 2012, s. 4142). Filmde yönetmen, dilediği anlamı oluşturabilmek için imajlarla oynayabilmektedir. Sinema filmlerinde göstergeler ile oluşturulan kodlar aracılığıyla, izleyicinin anlam üretmesi sağlanır ve gerçek ile gerçek olmayan arasında bir bağ kurulur. Bu da anlamın oluşumunu çok olasılıklı bir hale getirmektedir. Çünkü izleyici kendi yaşam birikimi, kültürel düzeyi ve yaşadığı dönemin bir sonucu olarak perdedeki göstergeleri yorumlamaktadır (Büker, 2012, s. 52).

Van Dijk'ın haber metinleri için geliştirdiği söylem çözümlemesi, sinema filmlerine uyarlanmak istendiği zaman aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır (Zor, 2017):

Tablo 1. Van Dijk'ın geliştirdiği söylem çözümlemesinin sinema filmlerine uyarlanması



Tablodan hareketle filmde makro yapı ve mikro yapı birbiri ardınca değerlendirilir. Öncelikle makro yapı içerisinde yer alan tematik yapı incelenir. Burada filmin ana teması, filmdeki konunun yaşandığı zaman dilimi ve coğrafi bölge ele alınır. Daha sonra konunun detayları, olay örgüleri ve karakterler de değerlendirilerek bir bütün içinde filmdeki şematik yapı ortaya çıkarılır. Mikro yapıda ise öncelikle sözdizimsel (sentaktik) yapı çerçevesinde filmin anlatım diline bakılır; filmde üretilen söylem dili, karakterlerin diyalogları ve eylemleri ile çözümlenir. Daha sonra söylem destekleyici unsurlar olarak ses ve müzik ilişkisi irdelenir. Film boyunca kulla-

nilan ses ve müziğin niteliğine ve söyleme ne gibi katkılarda bulunduğu bakılır. Son olarak filminin söylem dilini inşa ederken kullandığı sinematografik öğelere yani filmin retoriğine bakılır. Tüm bu tespitler birbiriyle bağlantılı ve uyumlu bir şekilde değerlendirilerek filmin söylem çözümü yapılmış olur.

4. 'Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi' Filmi'nin Söylem Çözümü

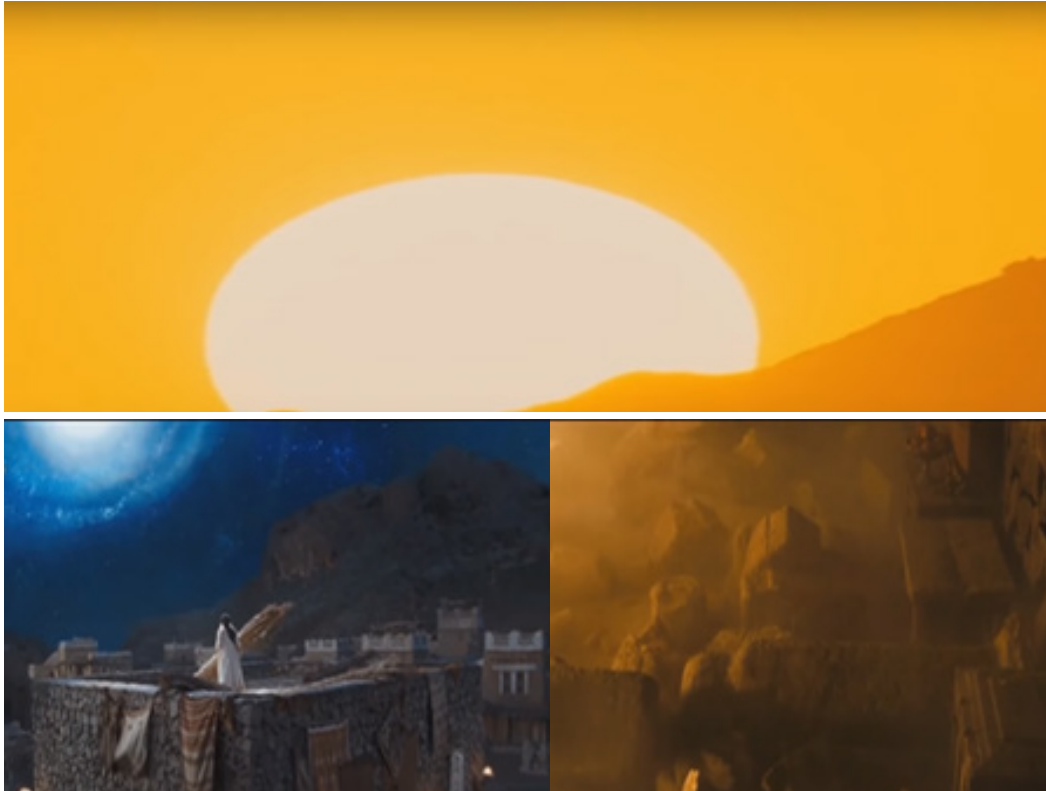
4.1. Makro Yapı

4.1.1. Tematik Yapı

Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi' filmi, 7. yy'da Mekke'de yaşayan Hz. Peygamberin etrafında gelişen olayları anlatmaktadır. Hz. Peygamberin çocukluk dönemini; çocukken yapmak zorunda kaldığı yolculukları ve gerçekleştirdiği mucizeleri anlatmaktadır. Filme imajlar ve diyaloglar aracılığıyla Hz. Peygamberin üstünlüğünü ve İslam dininin güzelliklerini anlatan tematik bir yapı hakimdir. İslam dininin ilk döneminde Müslümanların yaşadıkları olumsuzluklar, baskıcı rejim tarafından maruz kaldıkları kötü muameleler anlatılmakta, Mekke'de egemen sınıfın tahakkümcü yapıda olan politikası eleştirilmektedir. Bu yapının, toplumda sebep olduğu tahribata, acılara ve zulmün insanlık dışı boyutuna dikkat çekilmektedir.

Hz. Peygamberin doğumuyla beraber, yaşanan her olumsuzluğun değiştiği; eşitsizliğin yerini adaletin, acıların yerini sevincin, baskının yerini özgürlüğün ve zulmün yerini refahın aldığı vurgulanmaktadır. Ezilen kölelerin, küçümsenerek horlanan insanların hayatı değişmeye başlamıştır. Artık onlar da toplumda söz sahibi olmaya başlamışlardır. Film boyunca tüm imajlar, diyaloglar, karakterler ve mekanlar bir bütünlük içinde bu düşünceyi desteklemektedirler. Film, böylelikle kendi içinde tutarlı ve yetince güçlü bir söylem dili oluşturmuştur.

Resim 2. Hz. Peygamberin doğduğu gece gökyüzünde doğan yıldız, Kabe'deki putların yere yıkılması ve güneşin dağların arkasından yükselerek doğması, Hz. Peygamberi yüceltiren tematik yapıyı destekler niteliktedir.



Daha ilk sekanstan itibaren ortaya konulan bu düşünceler, sonraki sekanlarda da farklı biçimlerde sık sık tekrarlanmaktadır. Bu sahneler, tek başına bir insanın tarih boyunca eşi benzeri olmayacak başarısına, İslam dininin çok kısa sürede dünyaya

yayılacağına, yeryüzünü adeta bir güneş gibi aydınlatacağına gönderme yapmaktadır.

Resim 3. Hz. Peygamberin doğduğu gece, gökyüzünde o güne kadar görülmemiş büyüklükte ve parlaklıkta bir yıldız doğmuştur. Bu yıldızın ışığı yeryüzünü aydınlatarak geceyi gündüze çevirmiştir. Karakterlerin yüzüne yansıyan bu ışık, kötü günlerin geride kaldığı, yeryüzüne refah ve mutluluğun geldiğinin habercisidir.



Filmin tematik yapısı, oluşturulmak istenen söylem diline hizmet etmektedir. Bu durum karakterler ve seçilen renkler üzerinden açıkça okunabilmektedir. Deleuze'un da belirttiği gibi bir filmin teması, bütün tasvirlerle nüfuz eder, hepsinin kaynağıdır ve hepsini bütünleştirir. Tasvir ile tema arasında sinematografik bir uyum söz konusudur. Tipler ve tema aynı hareketin iki tipidir (1983, s. 37). Aşağıdaki resimlerde görüldüğü gibi film, belli renkleri kullanarak tehlikenin veya kötülüğün mevcudiyetini düşündürmüştü ve benzer şekilde güven ve rahatlamayı renklerle hissettirmiştir. Söylem bağlamında bakıldığında karakterler ve renkler dramatik faktör olarak kullanılmıştır. Kutsal sayılan karakterler için beyaz renkler, konu itibarıyla çatışma oluşturan yer ve kişilerde siyah ve koyu renkler kullanılmıştır.

Resim 4. Film boyunca Hz. Peygamberin annesi ve Müslümanlar beyaz kostümlerle, çatışma karakteri olan Ebu Leheb ve Ebu Cehil çatık kaşlı jestlerle, şiddeti anımsatan mimiklerle ve siyah renklerin ağır bastığı kostümlerle karakterize edilmiştir.



Film boyunca Mekke'deki baskıcı rejimin şiddeti, zulmün ağırlığı ve çirkinliği çeşitli imgelerle imajsal öğelere yansıtılmış, karakterlerin yüzüne ve mekanlara aktirilmiştir.

Resim 5. Hz. Peygamberin evi, iç açıcı tonların olduğu geniş ve aydınlık bir evdir. Evin içerisine pencereden güneş girmektedir. Ebu Leheb'in evi ise yarı karanlık, puslu ve koyu kontrastlar ile iç karartmaktadır.



Resim 6. Filmde Müslümanlar güzel ve sempatik, Müslüman olmayanlar ise çirkin ve iticidir.



4.1.2. Şematik Yapı

Yemen Kralı Ebrehe, kutsal mabed olan Kabe'yi yıkmak için yola çıkar. İhtişamlı bir ordu hazırlamıştır. Bu ordunun içerisinde görülmemiş büyüklükte dev filler de vardır. Ebrehe'nin fil ordusuyla beraber Mekke'ye yönelişi sebebiyle tedirgin olan Mekke halkı çaresizdir.

Hz. Peygamberin dedesi Abdulmuttalib, Ebrehe ile konuşmak için çadıra doğru yürür. Kral, Abdulmuttalibi küçümseyici bir tavırla karşılar. Kabe'yi yıkmaktan vazgeçmeyeceğini söyler.

Korku ve endişeyle Mekke halkı canını kurtarmak için dağlara çıkar. Hz. Peygambere hamile olan annesi Hz. Amine ise Mekke halkı gibi kaçıp dağlara saklanmaz.

Ebrehe, bir ordu tarafından korunmayan Mekke şehrine doğru ordusunu harekete geçirir. Kimseciklerin olmadığı şehri kolayca ele geçirebileceğini düşünür ancak filler Mekke'ye doğru bir adım dahi atmaz. He türlü yolu deneyen fil bakıcıları, filleri yerlerinden kıpırdatamazlar.

Gökyüzünde bir anda beliren milyonlarca ebabil kuşu, ordunun üzerine balçıktan pişirilmiş taşlar atarak orduyu taş yağmuruna tutarlar. Bu olay Hz. Peygamberin doğumundan önce gerçekleşen bir mucizedir. Kuşlar orduyu yok ederler. Ordudan bir kişi bile sağ kurtulamaz. Filmde geçen bu olay İslam tarihinin en önemli olaylarından biridir (İslam Ansiklopedisi, 1996, s. 70-71). İslam dininin kutsal kitabı olan Kur'an-ı Kerimde bu olay 'Fil Vakası' olarak anılmaktadır. Söz konusu ayetler şunlardır: "Rabbinin, fil sahiplerine ne yaptığını görmedin mi? Onların tuzaklarını boşa çıkarmadı mı? Üzerlerine balçıktan pişirilmiş taşlar atan sürü sürü kuşlar gönderdi. Nihayet onları yenilmiş ekin yaprakları hâline getirdi (Kur'an-ı Kerim Meali, 2016, s. 601).

Fil ordusunun helak olmasından elli iki gün sonra Hz. Peygamber doğar. Hz. Amine'nin kucağındaki minik bebek dünyayı bütünüyle değiştirecektir. O gece gökyüzünde son defa peygamberlik yıldızı görülür. Bu yıldızın ışığı tüm dünyayı aydınlatır. Yahudi din adamları hep beraber doğan çocuğu ararlar fakat bulamazlar.

Dede Abdulmuttalib heyecanla oğlunun evine doğru koşar. Yeni doğmuş torununu kucağına alır, bağına basar. Bir ziyafet tertip edilmesini söyler.

Hz. Amine'nin sütü olmadığı için bebek bir sütanneye verilir. Sütanne Halime, bebeği alarak kendi memleketine götürür. Her türlü bakımıyla ve eğitimiyle ilgilenir. Hz. Peygamber altı yaşına geldiğinde onu tekrar Mekke'ye getirerek dedesine ve annesine emanet eder.

Hz. Peygamber annesi Hz. Amine ile Medine şehrine doğru yolculuk yapar. Medine'de annesiyle ve akrabaları ile çok güzel günler geçirir. Mekke'ye geri dönmek için yola çıkarken anne Amine yolda hastalanarak vefat eder. Dede Abdulmuttalib ile yaşamaya başlayan Hz. Peygamber annesini unutamamaktadır. Bir müddet sonra dede Abdulmuttalib'de vefat eder.

Amcası Ebu Talib ile yaşamaya başlayan Hz. Peygamber, bir ticaret kervanı ile Şam şehrine doğru yola çıkar. Bir konaklama yeri olan Busra şehrine geldiklerinde rahip Bahira manastırın penceresinden onları izler. Kervanın yanına gelerek Ebu Talib ile tanışır. Onlara yemek ikramında bulunur. Hz. Peygamberdeki peygamberlik işaretlerini gören Bahira, amcasına Mekke'ye geri dönmesini, Şam'a gitmemesini öğütür. Şam şehrine giderse Yahudilerin Hz. Peygambere zarar vereceğini hatta onu öldürmeye kalkışacaklarını söyler. Bu tavsiyeyi dinleyen Ebu Talib yeğenini alarak tekrar Mekke'ye döner.

Ebu Talib ve kervanda bulunan insanlar yol boyunca harikulade olaylara şahit olurlar. Henüz çocuk olan Hz. Peygamber, olağanüstü halleri ile herkesin dikkatini çekmektedir. Hastalara dokununca hastalar iyileşmektedir.

Yaşlı insanlara ve kölelere yardım etmektedir. Artık herkes yanlarında bulunan çocuğun beklenen son peygamber olduğunu anlar. Ebu Talib gittikleri her yerde yeğenini koruyup kollamaya başlar.

4.2. Mikro Yapı

4.2.1. Söz Dizimsel (Sentaktik) Yapı

Hz. Peygamberin doğuşu ile yeryüzüne refahın gelişi, İslam dininin ve Hz. Peygamberin yüceliği konularına değinen film, mesaj ve söylem açısından oldukça zengin bir yapıya sahiptir. Görüntülerin yanı sıra diyaloglara da yerleştirilen övgü içerikli mesajlar söylemi bütünleştirici ve destekleyici unsurlar olarak kullanılmıştır.

Filmin anlatım dili öykülemedir. Film boyunca dışarıdan bir insan sesi olayları özetlemektedir. Bu durum filmin anlaşılmasını kolaylaştırmakta, filmin zengin içerikli konusuna karşın anlatıma tarihsel bir derinlik ve gerçeklik katarak, görüntüyü desteklemekte ve aradaki boşlukların dolmasına olanak sağlamaktadır.

Filmlerde zamansal geçişleri veya olayları birbirine bağlamada kullanılan bu anlatıcı tekniğinde, filmdeki kahramanlardan veya film dışından birine ait dış ses, genellikle hikâyedeki boşlukları doldurmak üzere çeşitli olay veya durumları anlatmakta ve yorumlamaktadır (Çevik, 2015, s. 38). Anlatıcı ses, filmin farklı sekanslarında devreye girerek yorumlar yapmakta, ekrana yansımayan olayları aktarmaktadır. Tüm bilgileri olduğu gibi anlatmak mümkün olamayacağından konunun uzunluğu bu şekilde kısaltılmaktadır. Ayrıca bu anlatıcı dış ses, hikaye dinleme algısı oluşturarak izleyici sıkılmaktan kurtarmaktadır.

Film boyunca geçen diyaloglar söylem ile uyum ilişkisi üzerine kuruludur. Mesaj, söylemi destekleyici unsur olarak kullanılmıştır.

Filmin birçok sahnesinde İslam dinini ve İslam Peygamberini yüceleştiren diyaloglar bulunmaktadır. Bunun yanı sıra Müslüman olmayanları eleştiren mesajlarla da karşılaşılmaktadır.

Bir manastırda toplanan din adamları arasında son peygamberin neden Yahudi veya Hıristiyanlardan olmadığı ile ilgili şu konuşmalar geçer:

Rahip -“Kabil bile kardeşine bu kadar öfke ve nefret beslemiyordu”,
Baş Rahip -“bu dünyada yalnız muhabbet ve sevgi baki kalacak”,
Rahip -“beklenti olduğu sürece söylentide olacaktır”,
Baş Rahip -“Allah kurtarıcıyı istediği zaman istediği mekana gönderir,
Keşiş -“peki ya bizden olmazsa”,
Rahip -“senin teyidine muhtaçsa kurtarıcı değildir zaten,
Baş Rahip -“öyle birisi kurtarıcı değil senin kölen demektir”.

Filmin içerdiği söylem açısından önem taşıyan bu konuşmalarda; Hz. Peygamberin yüceliği ve İslam dininin üstünlüğü vurgulanmaktadır. Filmin tüm diyalogları bu doğrultuda bir söylem dili oluşturmaktadır.

Başka bir konuşma ölmek üzere olan Abdulmuttalib ile oğlu Ebu Leheb arasında geçer. Öleceğini anlayan Abdulmuttalib, torunu olan Hz. Peygamberin elini tutmaktadır. Bu esnada odaya giren Ebu Leheb, babasına bir kap içerisinde o dönemde zor bulunan bir miktar süt getirmiştir. Konuşma şöyle geçer:

Ebu Leheb -“baba sana süt getirdim”,
Abdulmuttalib -“hayır istemem”,
Ebu Leheb -“baba lütfen iç”,
Abdulmuttalib -“hayır içmeyeceğim”,
Ebu Leheb -“neden içmiyorsun baba”,
Abdulmuttalib -“çünkü bu süt bir zamanlar yetim olan şu çocuktan da esirgenmişti”

Abdulmuttalib kendisine uzatılan süt kabını geri çevirir. Bunun nedeni Hz. Peygamberin bebeklik döneminde Ebu Leheb’in cariyesinin Hz. Peygamberi emzirmesi istemesi fakat Ebu Leheb’in bu isteği reddetmesidir.

Dede Abdulmuttalib film boyunca, tavırları ve sözleriyle sürekli Hz. Peygamberi övmektedir. Her durumda onu çocuklarına ve diğer torunlarına karşı üstün göstererek yüceleştirmektedir.

4.2.2. Ses ve Müzik

Filmde yer alan müzik ve efektler anlatımı destekleyip güçlendirecek şekilde kullanılmıştır. Böylece verilmek istenen mesaja sesler aracılığıyla ciddi katkılar sağlanmıştır. Kullanılan ses ve müzik, anlatıma yardımcı unsurlar olarak düzenlenmiştir.

Hz. Peygamberin evine doğru koşan deve ve balıkların sudan karaya atlaması sahnelerinde ilgi ve heyecanı yükseltmek amacıyla hareketli aksiyon müziği kullanılmıştır. Efekt seslerin, sadece görüntüleri (sinematografinin) güçlendirmesi işlevinden öte, öykünün de ek bir bileşeni olarak görevler yüklenebilmesinden yola çıkıldığında, diyaloglarla eşit öneme sahip olduğunu iddia etmek yanlış bir argüman olmayacaktır (Sözen, 2017, s. 483).

Müziğin imajlar kadar güçlü bir etkisi olduğu açıktır. İmajlar kadar ses ve müzikte seyirciyi düşündürmekte ve duygulandırmaktadır. Müziğin söyleme katkısı kutsal mabed olan Kabe’nin olduğu sahnede açıkça sezilmektedir. Kabe duvarlarının küçük yıldızlar şeklinde parıldaması ve kullanılan rahatlatıcı fon müzik, kutsallığa gönderme yapmaktadır. Tek bir sözcük kullanılmadan sadece müzik ve imajla Kabe’nin kutsallığı duygu ve düşünce çağrışımı ile ortaya konulmuştur.

Resim 7. Bu sahnede Müslümanlar için büyük bir öneme sahip olan Kabe'nin kutsallığı müzik ve imaj uyumuyla seyirciye aktarılmıştır.



Bunun yanında aşağıda görseli verilen; Sütanne Halime'nin Hz. Peygamber'den ayrılmak zorunda kaldığı sahnede kullanılan duygusal müzik, mesajla bütünlük sağlamaktadır.

Resim 8. Sütanne Halime'nin Hz. Peygamber'den ayrılmak zorunda kaldığı duygusal sahne. Seyirciyi duygulandırmak ve karakterin iç dünyasında yaşadığı sancıyı göstermek amacıyla ayrılma sahnelerinde duygusal müzikler kullanılmıştır.



Benzer şekilde, Kutsal mabed olan Kabe'yi yıkmaya gelen Ebrehe'nin filin üzerinden düşmesi ve eabil kuşlarının Ebrehe ordusunun üzerine uçtuğu sahnelerde müziğin ritmi ve tonu giderek artırılmış, kullanılan efektler ile izleyicinin heyecan, korku ve merak duyuları uyarılmıştır.

Resim 9. Kabe'yi yıkmaya gelen Ebrehe'nin filin üzerinden düştüğü sahne.



Film boyunca seyircinin ilgisi efekt müzik kullanımlarıyla devamlı canlı tutulmuştur. Ses ve müzik anlamın ve duygunun sağlanmasında söylemin yardımcı olarak kullanılmıştır.

4.2.3. Filmin Retoriği

Film, anlatının çoğunlukla imajlara dayalı olduğu bir filmidir. Filmin en güçlü yönü, söylem bağlamında konuyu tamamlayan başarılı sinematografik öğelerdir.

Resim 10. Ebrehe'nin ihtişamlı ordusuyla yürümesi ve kuşların Kabe'nin üzerinde uçmaları filme sinematografik açıdan değer kazandırmaktadır.



Filmin çekim açıları, kamera hareketleri ve çerçevelemesi konu ile bütünlük oluşturmakta ve böylelikle söylemi güçlendirmektedir. Kamera hareketleri, geçişler ve ışıklandırma bir nevi söylemin yardımcı malzemesi olmuşlardır. Filmde karakterler bazı sahnelerde alt çekim veya üst çekim ile seyirciye aktarılmaktadır.

Örneğin aşağıdaki görselde kölelerin, baskı ve tahakküme maruz kalan kişiler olduklarını yansıtmak için kamera yukarıya konumlandırılmıştır. Abdulmuttalib'in üzerine yukarıdan gelen ışık ise onu kutsallaştırmaktadır. Böylelikle klasik birkaç sözcük kullanmak yerine, düşündüren imajlar, konuyu basit olmaktan kurtarmakta, izleyicinin zihninde düşünmeye olanak sağlamaktadır (Deleuze, 2006, s. 100).

Resim 11. Yukarıya konumlandırılan kamera, üst çekim ile köleleri konuya aktarmaktadır.



Resim 12. Hz. Peygamber'in dedesi Abdulmuttalib'in olduğu sekanslarda yukarıya konumlandırılan ışık, karaktere kutsallık atfetmektedir.



Sonuç

Araştırma nesnesi olan 'Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi' filmi, Van Dijk'in söylem analizinin sinema filmlerine uyarlanması yöntemiyle incelenmiştir. Ancak Van Dijk'in egemen yapının haber metinlerindeki ideolojisinin çözümlenmesinde kullandığı bu yöntem, bu araştırmada ideoloji çözümlenmesi olarak değil, söylemi oluşturan parçaların; makro yapı ve mikro yapıların çözümlenmesi bağlamında kullanılmıştır.

Film imajlar, diyaloglar, renkler, müzikler, mekanlar, karakterler ve düşündürdükleri bağlamında incelenmiştir. Filmde geçen bir olayın İslam tarihi açısından

doğruluğunun araştırılması veya Sünni-Şii sentezinin uyumu açısından incelenmesi bu çalışmanın ana teması dışında bırakılmıştır. Filmin İslamofobi’ye karşı nasıl bir cevap sergilediği üzerinde durulmuştur.

Araştırma sonucunda filmin; imaj, diyalog, karakter, kostüm, mekân, ses-müzik, ışık, renklendirme, kamera açıları ve kamera hareketleri ile bir söylem dili oluşturduğu görülmüştür. Bu söylem, Müslümanları iyi temalar ile karakterize ederek aşkın bir Müslüman portresi çizmiştir. Müslümanların uluslararası sinemada olumlu temsil edilmesi ne olanak sağlayarak İslamofobi’ye karşı bir cevap niteliği kazanmıştır.

Film, söylem dilini oluştururken teknolojik sinema olanaklarından olabildiğince yararlanmıştır. Anlamın oluşturulmasında sinematografi önemli rol oynamıştır. Film, modern sinematografinin yakalamak istediği noktaları; imaj, renk, ses, kadraj, hareket ve kurgu düzenlemeleriyle yakalamıştır. Görsel efektlerle, renklerin seçimi ve uyumuyla, oyuncu seçimiyle teknolojik sinema olanaklarını ve dini bir konuyu birleştirmiştir. Kitaplardan okunan İslam tarihi bu şekliyle ete kemiğe bürünmüş seyircinin karşısında durmaktadır. Dini bir konunun başarılı sinematografik öğeler ile işlenmesi nadir rastlanan bir durumdur. Böylelikle yazılı kaynaklarda var olan konu, sinema ile görünür bir hale gelmiştir.

1977 yapımı ‘Çağrı’ (The Message) filmi dâhil olmak üzere, İslam dinini anlatan filmlerin hiçbirinde bu şekilde imajsal bir yapıya rastlanmamıştır. Hz. Peygamberin hayatını anlatması niteliğiyle kayda değer ilk yapım olan Çağrı filmi daha çok İslam tarihindeki kronolojik olaylar üzerinden bir kurgu benimsemiştir. Örneğin, tarihi sıralamasıyla Bedir savaşı, Uhud savaşı ve Hendek savaşlarını konu edinmiştir. Oysa ‘Hz. Muhammed (sav): Allah’ın Elçisi’ filmi daha duygusal ve düşünsel bir tema ile İslam’ı ve Müslümanları sempatik gösteren bir söylem dili oluşturmuştur. Oluşturulan bu dilin İslamofobi karşıtlığına cevap niteliği taşıdığı görülmüştür.

Bu şekliyle film, İslam’a ve Müslümanlara karşı duyulan ön yargıları bir nebze olsa kırabilmiştir. Filmin başkarakteri olan Hz. Peygamber’in evrensel mesajı sevgi ve barış doludur. Dini öğretisinde kırıcı değil yapıcı bir karaktere sahiptir. Hz. Peygamber herkesin kendisinden emin olduğu, kimsenin kendisinden bir zarar görmediği, saygı duyulan, sevilen, merhametli, adil ve mütevazı bir kişiliğe sahiptir. Fakirlerin ve zayıfların yardımına koşmakta, çevresinde yaşayan herkesin gönlünü almaya çalışmaktadır. Yeryüzünde var olan eşitsizlikler ve adaletsizlikler Hz. Peygamber’in evrensel mesajı ile ortadan kalkmaktadır.

Filmin birçok sahnesinde İslamofobiye karşı üretilen imajlar tespit edilmiştir. Hz. Peygamber ve İslami karakterlerde kutsallığı yansıtmak açısından film boyunca saflığın, berraklığın ve temizliğin simgesi olan beyaz renkler kullanılmıştır. Bu sıcak renkler karakterler arasındaki sıcak ilişkilere ve mekânlara da gönderme yapmıştır. Çatışma karakterlerinde ise koyu renkler kullanılmıştır.

Sonuç olarak bu çalışma göstermiştir ki; Batı kaynaklı filmlerde dünyaya öğretilen İslam karşıtlığına yine sinema ile cevap niteliğinde bir söylem dili inşa edilebilmektedir. Araştırma nesnesi olan “Hz. Muhammed (sav): Allah’ın Elçisi” filmi, sinema ve söylem ilişkisi üzerine tartışılabilir bir potansiyele sahiptir. Söylem dilini sinematografik öğeler ile oluşturmuştur. Filmde kullanılan sinematografik imajların ve diyalogların İslamofobiye cevap niteliğinde olduğu görülmüştür.

Kaynakça

Arkonaç, S. A. (2014). *Psikolojide söz ve anlam analizi, niteliksel duruş*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Badiou, A. (2013). *Sinema*. (S. Spitzer, Çev.). Malden: Polity. (<https://badioustudies.files.wordpress.com/2016/11/12-alan-oleary-review-of-alain-badiou-cinema-selection-and-foreword-by-antoine-de-baecque-trans-susan-spitzer-malden-ma-cambridge-uk-polity-2013-pp-322-329.pdf>).

- Balázs, B. (2013). *Görünen insan ya da sinema kültürü*. (O. Kasap, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Bazin, A. (2005). *What is cinema?* (H. Gray, Çev.). Los Angeles: University of California. (https://qplus.qmul.ac.uk/pluginfile.php/640193/mod_res).
- Büker, S. (2012). *Sinemada anlam yaratma*. İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- Clark R.C., Mayer R.E. (2011). *Proven guidelines for consumers and designers of multimedia learning*. 3. Baskı. San Francisco: Pfeiffer Yayınları. (File:///C:/Users/Hp/Downloads/E-Learning.Pdf).
- Çevik, M. (2015). Televizyon dizileri halk hikâyelerinin modern şekli midir?. *Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, (106), 34-46.
- Deleuze, G. (1983). *Sinema 1: Hareket-İmge*. (S. Özdemir, Çev.). İstanbul: Norgunk Yayıncılık.
- Deleuze, G. (2006). *Sinema ve düşünce*. Elie Faure: *Sinema Sanatı İçinde*. (M. Gönen, Der.). İstanbul: Es Yayıncılık. 99-101.
- Eagleton, T. (2009). *Eleştiri ve ideoloji*. İstanbul: İletişim.
- Evre, B. (2009). Söylem analizine yönelik farklı yaklaşımlar: Bir sınıflandırma girişi. İsmet Parlak (Ed.), *Medyada Gerçekliğin İnşası: Türk Medya Söylemine Eleştirel Bir Bakış* içinde. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Harlow: Longman.
- Gökçe, H. (2017). Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi filminin Mecidi sineması bağlamında analizi. *Intermedia International E-Journal*, ISSN: 2149-3669, 4(7), 317-329.
- İslam Ansiklopedisi. (1996). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, (13), 70-71.
- Koçer, M., Yazıcı, F. (2018). İslamofobinin Charlie Hebdo dergisi Twitter hesabında paylaşılan karikatürler örneğinde incelenmesi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 191-209.
- Kracauer, S. (2015). *Film teorisi, fiziksel gerçekliğin kurtuluşu*. (Ö. Çelik, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Lotman, M. Y. (2012). *Sinemada göstergebilim*. (O. Özgül, Çev.). Ankara: Nirengi Kitap.
- Nazlıaydın, H. (2016). Bir film imanı yok edebilir mi-Hz. Muhammed: Allah'ın Elçisi filmi üzerine bir değerlendirme. *Eskiyeşi Anadolu İlahiyat Akademisi Araştırma Dergisi*, (33), 211-215.
- Özer, Ö. (2008). İdeolojik atmosferin kapsama alanı: Bozüyük olaylarının Ortadoğu ve ülkede özgür gündem gazetelerinde sunumu örneğinde haber söyleminde yapılan ideolojik üretime ilişkin yeni bir çözümleme. *Türkiye'de Sivil İtaatsizlik Toplumsal Hareketler ve Basın* (E. Dağtaş, Der.). Ankara: Ütopya Yayınevi. 377-432.
- Özer, Ö. (2011). *Haber söylem ideoloji*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Revel, J. (2012). *Foucault sözlüğü*. İstanbul: Say Yayınları.
- Said, E. W. (2010). *Şarkiyatçılık: Batı'nın şark anlayışları*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Sözen, M. (2017). Anlatımsal bir öge olarak sinemada ses efektleri: Tanımlamalar, filmler, çözümlemeler. *Akademik Bakış Dergisi*, (61), 477-503.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News analysis case studies of international and national news in the press*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Hillsdale.

- Van Dijk, T.A. (2000). *Ideology and discourse: A multidisciplinary introduction*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Van Dijk, T. A. (2003). Critical discourse analysis. *The Handbook of Discourse Analysis*. Deborah Schiffrin, Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton (Ed.), Blackwell Publishers: Oxford. 352-372.
- Wodak, R. (2013). *Critical discourse analysis*. Four Volumes. London: Sage.
- Wodak, R., Meyer, M. (2002). *Methods of critical discourse analysis*. London.
- Yazır, E. M. H. (2016). *Kur'an-ı Kerim meali*. Leon/Publishing.
- Yüksel, C. B. (2012). İdeoloji ve gündelik hayatta milliyetçilik: Rahip Santoro cinayeti ve basında temsili. Ankara: Genesis Kitap.
- Zor, L. (2017). Van Dijk'ın eleştirel söylem analizinin sinema filmlerine uygulanması ve Kazakistan Sineması'ndan örnek bir film çözümlemesi: Stalin'e hediye. *Akademik Bakış Dergisi*, (61), 877-899.
- <http://www.haber7.com/sinema/haber/966673-hz-muhammedin-hayatina-1-milyar-dolar> (Erişim: 22 Aralık 2018).
- <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-37822507> (Erişim: 2 Aralık 2018).

MEDIAD

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

Discourse Analysis of the Film 'Hz. Muhammad: The Messenger of God'

Mahmut KUTLU

Extended Abstract

The hatred and hostility of the West towards Muslims and the religion of Islam date back to centuries. According to W. Edward Said, the main reason for this is that the West is afraid of the East and Muslims. The West has maintained this hatred and hostility in the field of media today. Muslims were portrayed by Western sources as different than in the international media, and the image of a bad/terrorist Muslim was drawn. Cinema is often used as a means of publicizing this image in the shortest way. Because the effect of cinema is stronger than other media.

When we look at the number of films describing the life of the Prophet Muhammed (pbuh), it seems that there are very few. Scholars from all Islamic countries around the world attended the International Union of Muslim Scholars Conference, which was held in December 2012 in Qatar, and the title 'How should we explain the life of the Prophet' was opened to discussion. In his speech, Nihat Awad, the General Director of the American-Islamic Relations Council (CAIR), stated that in the last 10 years the number of films that spoke about Muslims and Prophet Muhammed (pbuh) negatively has reached 750 except only two films which were shot in Hollywood.

Only 37 years after the film 'The Message', which tells the life of the Prophet directly, could 'Muhammad: The Messenger of God' be filmed. By means of this film, members of the religion of Islam had the opportunity to experience the life of the prophet (pbuh) with cinema. Although other movies about the subject had been shot, they merely represented the Prophet (pbuh) indirectly, not directly. Their number is very small as well.

The film 'Muhammad: The Messenger of God', which combines the life of the Prophet (pbuh) with cinematography and thus is thought to produce cinematographic images against Islamophobia, was chosen as the research object of this study. It is thought that the film, which is the research object, has the potential to be discussed on the relationship between cinema and Islamophobia. The study aims to show how the discourse language produced in the context of this relationship is made visible with cinematographic elements.

Teun A. Van Dijk's discourse analysis method was used in the study. However, this method used by Van Dijk in his analysis of the ideology of the dominant structure in the news texts is not used as an analysis of ideology; but as an analysis of pieces -macro structures and microstructures- which form the discourse. Which cinematographic elements the film is built with, thematic structure, schematic structure, syntactic structure, sound and music harmony, the rhetoric of the film and how it forms a language of discourse with the combination of all these are discussed. The content of the subjects in the film has not been examined. For

example, the investigation of the accuracy of an event in the film in terms of Islamic history, and the examination of the Sunni-Shiite synthesis in terms of harmony are excluded from the main theme of this study.

In this context, the study consists of three chapters, with the exception of the introductory part where information about the purpose, importance, and method is presented. In the first part, information is given about the identity of the film, which is the research subject, and the story of the film is mentioned. In the second part, the discourse analysis of Teun A. Van Dijk is emphasized. In the last section, the findings were analyzed by Van Dijk's discourse analysis method. The film made as much use of the power of images as possible while creating discourse language. Therefore, the images taken from the film are included in the analysis part of the study.

At the end of the study, it was seen that 'Muhammad: The Messenger of God' produced the language of discourse that exalts the religion of Islam by using technological means of cinema and acts as a response to Islamophobia. Taking advantage of the power of cinema, the film created a language of discourse with the help of images and presented it to the audience. Cinematography played an important role in the formation of meaning. The Film captured the points which modern cinematography wants to capture by the arrangement of image, color, sound, framing, movement and editing. It combines visual effects, the selection and harmony of colors, the choice of actors, technological cinema possibilities and a religious subject. The Islamic history read from the books stands in the way of the audience shaped in flesh and bones. It is rare for a religious subject to be treated with successful cinematographic elements. Thus, the subject which exists in written sources has become visible through the cinema. 'Muhammad: The Messenger of God' characterizes Muslims with good themes in spite of the rough, ugly, dirty, bad, terrorist Muslim stereotypes in hundreds of islamophobia films. By applying the counter-image of the 'bad Muslim', it has enabled the real representation of Muslims in international cinema. Muslim characters in the film are well-groomed, clean, beautiful, handsome, eloquent, hardworking, compassionate, empathetic, fair, caring and sympathetic.

As it is, the film was able to break the prejudices against Islam and Muslims to a certain extent. The universal message of the Prophet (pbuh), who is the protagonist of the film, is full of love and peace. In his religious doctrine, he has a constructive character, not a breaking. The Prophet (pbuh) has a respected, loved, compassionate, fair and humble personality, which gained everyone's credibility, no one has suffered from. He runs to the aid of the poor and the weak and tries to win the hearts of everyone living around him. The inequalities and injustices that exist on the earth disappear with the universal message of the Prophet (pbuh).

In many scenes of the film, images produced against Islamophobia have been identified. The color white, which has been the symbol of purity, clarity, and cleanliness, has been used throughout the film to represent the holiness of the Prophet (pbuh) and the Islamic characters. These warm colors also refer to the warm relationships between the characters and places. Dark colors were used for the conflicting characters.

In none of the films describing the religion of Islam, including the film "The Message" made in 1977, have we seen such an imaginary structure? 'The Message', the first notable production in terms of telling the story of the life of the Prophet (pbuh), formed a theme-based more on chronological events in Islamic history. For example, the battles of Badr, Uhud and The Trench (Khandaq) are featured in chronological order. However, 'Muhammad: The Messenger of God' has created a language of discourse that makes Islam and Muslims sympathetic with a more emotional and intellectual theme. This language was found to be an answer to Islamophobia.

As a result, this study has shown that a discourse language can be constructed through cinema to respond to the anti-Islamism indoctrinated in the films of west-

ern origin. The object of the research, 'Muhammad: The Messenger of God' has the potential to be discussed on the relationship between cinema and discourse. It creates its discourse through cinematographic elements. The cinematographic images and dialogues used in the film were found to serve as a response to Islamophobia.

MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2019, 2(2), 307-315

Geliş: 18.11.2019 | Kabul: 27.12.2019 | Yayın: 31.12. 2019

Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü*

Mehmet HABERLİ**



Öz

Günümüz iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşama egemen olduğu çağ, dijital çağ olarak tanımlanmaktadır. Bilgisayar, akıllı telefon, tablet, internet ve benzeri dijital iletişim teknolojilerinin kullanımı ve gittikçe artan işlevleri toplumsal hayatın; iktisadi, kültürel ve dini boyutlarını da içerisine alan bir dijitalleşme sürecini beraberinde getirmiştir. Bu durum, toplumsal düzlemde yeni bir sosyal sistem inşa etmiş, geleneksel toplumsal yapı ile kurumlarda yaşanan değişim ve dönüşümü hızlandırmıştır. Bu süreçte önemli bir toplumsal kurum olan dinin ve dindarlık anlayışlarının içerik ve şekil açısından bir değişime uğradığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda dijital çağdaki birey/toplum ile din arasında kendine özgü bir ilişki ortaya çıkmış; dini anlayış, pratik ve örgütlenme biçimleri yeni bir form kazanmaya başlamıştır. Dijitalleşme sürecinin en önemli ayağı olan yeni medya ve mobil iletişim teknolojileri ise, dinin; inanç, ahlak, ibadet, cemaat ve benzeri unsurları üzerindeki yerleşik dini kabul ve dindarlık anlayışlarının değişimine yol açmıştır. Dijitalleşme sürecini bu bağlamda ele alan çalışma, toplum hayatına eklenen dijital iletişim teknolojilerinin özellikle de dijital medyanın toplumdaki dini anlayış ve dindarlığı nasıl dönüştürdüğünü nitel yaklaşımla analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, İnternet, Mobil İletişim Teknolojileri, Dijital Din, Dindarlık

The Transformation of Religion and Piety in Digital Age

Abstract

Today can be described as a digital age in which communication technologies prevail the social life. Use of computers, smart phones, tablets, internet and similar communication technologies and the increasing function of these brings along a digitalization process which embraces the economic, cultural and religious dimensions of social life. This has constructed a new social system on the societal level, bringing change and transformation in the social structure and institutions. Within this period, religion, being an important social institution and religiosity are observed to change substantially in terms of form and content. In this sense, a sui generis relation between religion and individual/society of the digital era, patterns of religiosity, practice and organization have started to turn into a new form. Internet and mobile communication technology, one of the most important agents of the digitalization era, has led the intrinsic acceptances of religious elements such as faith, worship, and community to change. This study, which approaches digitalization process in this context, aims to carry out a qualitative analysis on how digital technology, especially digital media that has become a constituent of social life, has transformed the perception of religion and piety in the society.

Keywords: Digitalization, Internet, Mobile Communication Technologies, Digital Religion, Piety

ATIF: Haberli, M. (2019). Dijital çağda din ve dindarlığın dönüşümü. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(2), s. 307-315.

* Bu makale, Dijitalleşme, Değerler ve Din Sempozyumu'nda (4-5 Nisan 2019, Diyarbakır) sunulan tebliğin geliştirilerek yayıma hazırlanmış biçimidir.

** Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, e-mail: mehmet.haberli@bilecik.edu.tr | orcid.org/0000-0001-9942-6527

Giriş

Dijital çağ, toplum hayatının iletişim teknolojileri tarafından kuşatıldığı ve dönüştürüldüğü günümüz postmodern dünyasını ifade etmek için kullanılmaktadır. Mikro işlemciler, bilgisayar, fiber optik, uydu teknolojisi ve özellikle internetin gelişimi, bu çağı karakterize eden dijitalleşmenin itici gücünü oluşturmaktadır. Dijitalleşme denildiğinde tasavvur edilen ilk şey, internet tabanlı medya formlarıdır. Ancak dijitalleşmenin, internetten daha kapsamlı bir olguya gönderme yaptığını ifade etmek gerekmektedir. Bilgisayar veya PlayStation üzerinde oyun oynama, telefon ile SMS göndermek gibi iletişim ve etkileşim biçimleri, teknik olarak internetin parçası olmamakla birlikte dijitalleşmenin önemli bir ayağı olan mikroçipler ve uydular tarafından sağlanmaktadır. Bu bakımdan interneti, bilgisayarların yanı sıra diğer dijital cihazları birbirine bağlayan ve onları bütünleştiren bir teknoloji olarak görmek daha doğru olacaktır. Örneğin; bilgisayarlar, akıllı telefon ve televizyonlar, dijital saatler ile tablet benzeri cihazlar dijitaldir ama internet onları bütünleştirmekte ve daha işlevsel kılmaktadır.

İnternet tabanlı yeni medya ya da daha popüler ifadeyle dijital medya, dijital çağın merkezinde yer almaktadır. Farklı iletişim teknolojilerini içerisine alan şemsiye bir terim olan dijital medya; bilgisayar, mobil cihazlar, tablet, podcast, 3D sanal dünyalar, web siteleri ve hatta e-postaları içerisine alan oldukça geniş bir kavramdır. Dijital medyayı, radyo, TV ve gazete benzeri geleneksel medya biçimlerinden farklı kılan, belirgin özellikleri bulunmaktadır:

- İletiler ile verilerin kolay ve hızlı iletilmesini sağlayan *dijitallik*
- Metin, ses, resim, video benzeri her türlü veriyi tek bir dijital platform aracılığıyla bütünleştirme ve toplayabilmesini ifade eden *yakınsama*
- Kullanıcılar arasında senkronik/asenkronik iletişime imkan sağlayan *interaktivite*
- Ara yüzdeki metin, resim, video ve benzeri içerikler arasında geçiş yapılabilmesini sağlayan *hipermetinlilik* en önemli olanlarıdır. (Arvidsson ve Delfanti, 2019, s. 9-11).

Geleneksel medya, iletişim sürecinde iletilere aracılık eden kanal işlevi görürken, dijital medya, McLuhan'ın (2001, s. 26) ifadesiyle mesajın kendisi olmakta ve iletilerin etkileşimli bir şekilde dolaşıma girdiği siber uzamı meydana getirmektedir. Dijital medyanın bu özellikleri, kitle iletişiminde süregelen iletişim, bilgi üretimi ile dağıtım pratiklerini dikey ve yatay düzlemde köklü değişikliklere uğratmıştır. Bilgi ve enformasyonun yayılması hatta üretilmesinde herhangi bir otorite veya profesyonele olan ihtiyaç ortadan kalkmıştır. Kullanıcı, medyanın sunmuş olduğu içeriğe mahkum olmaktan çıkmış, içeriğe müdahale edip kendi içeriğini oluşturma imkânını yakalamıştır (Haberli, 2014, s. 35). Örneğin Wikipedia, Youtube ve Ekşisözlük gibi sanal platformlarda yazılı, sesli ve görüntülü içerik oluşturulabilmekte, aynı zamanda bunlar herkese açık bir şekilde paylaşılabilir. Bu da kullanıcıyı aynı anda hem iletinin kaynağı hem de hedef kitlesi şeklinde konumlandırmaktadır.

Dijitalleşme ve Toplumsal Dönüşüm

Dijital medya, kullanım yoğunluğu sebebiyle günlük hayat ile iç içe geçmiş, sosyal yaşamın uzantısı haline gelmiştir. Bu noktada dijital medyanın, offline (çevrimdışı) ve online (çevrimiçi) yaşam arasındaki entegrasyonu sağlaması, bu iki uzam arasındaki ayrımın anlamını kaybedeceği (Arvidsson ve Delfanti, 2019, s. 48) ve bir-biri içine geçtiği (Dereli, 2019, s. 93) bir sürece doğru gidildiğine işaret etmektedir. Bankacılık işlemlerinden e-ticarete, kurban bağışından zekât vermeye kadar, beden, zaman veya fiziksel mekâna ihtiyaç kalmadan yapılan bir kısım rutin iş veya dini vecibelerin, bilgisayar veya mobil cihazlardan yapılabilir hale gelmesi, sosyal yaşamla dijital dünya arasındaki geçişkenliği gösteren en basit örneklerdendir. Birçok gazete, dergi ve kitap hem matbu olarak yayımlanmakta hem de aynı anda

dijital formatlarda (pdf, epub, djvu) internet ortamına aktarılmaktadır. Hatta birçok gazete, yayınevi ve derginin sadece dijital ortamlarda yayım yaptıkları görülmektedir. Dijitalleşmenin geldiği noktada ıslak imzadan dijital imzaya (e-imzaya) doğru hızlı bir dönüşüm yaşanmıştır. Bunun yanı sıra finans işlemleri ve alışveriş alışkanlıklarında bir dijitalleşme sürecine girilmiş, Bitcoin, Litecoin, Ripple ve benzeri sanal paralar ortaya çıkmıştır. Hatta herhangi bir banka kartı kullanmadan, sadece telefonlarındaki barkodu okutarak, para çekilebildiği, ödeme yapılabilirdiği bir dijital dönüşüm süreci yaşanmaktadır.

Dijitalleşmenin günümüz insanını bütünüyle kuşattığı görülmektedir. Bir kişinin varlığı, neredeyse onun sosyal medyada var olup olmamasına bağlı olarak algılanmakta, dijital medya kullanımı ise toplumsallaşmanın belki de en önemli göstergesi ve aracı olarak görülmektedir. Bu noktada Baudrillard (2005, s. 118) de toplumsallaşmanın iletişim araçlarının gönderdiği mesajlarla ilgilenme düzeyiyle doğru orantılı bir şekilde ölçüldüğünü, iletişim araçları ve gönderdikleri mesajlarla ilgilenmeyenlerin etkili olmayan ya da gerçek düzeyde toplumsallaşmamış insanlar olarak kabul edildiklerine vurgu yapmaktadır. Nitekim akıllı telefonu olmayan, Facebook, Twitter kullanmayan insanlar, asosyal oldukları intibai uyandırabilmektedirler. Hatta belirli bir süre tweet atmayan, Facebook'ta, Instagram'da paylaşım veya beğeni yapmayan kişilerin, "başlarına bir şey mi geldiği", "internet erişimi olmayan bir yerde mi" oldukları hatta "öldükleri" dahi düşünülebilmektedir.

İletişim, Dijitalleşme ve Din

İnsanların sahip oldukları inancı ve kültürü tanıtmak veya diğer toplumlara benimsetmek çabalarının eski dönemlere kadar uzandığı bilinmektedir. Bu noktada iletişim, bazen de dini amaçlarla, düşünce ve bilgiyi daha uzak mesafelere daha hızlı yayarak insanlar üzerinde etkili olmaya olanak sağlayan bir süreç olarak görülmüştür (Carey, 1992, s. 14). En ilkel iletişim araçlarından (mağara resimleri, Eski Mısır heykelleri, papirus kâğıdı); matbaa, elektronik medya ve günümüzdeki dijital iletişim teknolojilerine kadar (iPod, internet vb.) neredeyse hepsi dini düşünce, inanç ve bilginin diğer toplumlara aktarılmasında birer araç olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda, modern iletişim araçları çıkmadan önce, bilgi ve kutsal metinlerin yalnızca sözlü olarak veya yazılı kültürün önemli unsuru olan kitaplar aracılığıyla aktarıldığı ve muhafaza edildiği bilinmektedir. Dijital çağda ise, sözlü veya yazılı kültürle aktarılan dini literatürün önemli bir kısmının dijital ortama aktarılıp dağıtıldığı görülmektedir. Web siteleri, sosyal medya, forumlar ve bulut depolama sürücülerini, herkesin erişimine açık milyonlarca dini doküman barındırmaktadır. Bunun yanında, Google Playstore, Applestore ve benzeri platformlar bünyesinde yer alan, Kur'an, hadis, tefsir, meal, ilmihal ve benzeri uygulamalar kullanıcıların dini bilgiye erişimini oldukça kolaylaştırmıştır.

Dinin Dijitalleşmesi/Dijital Din ve Dindarlık

Manuel Castells (2006), kültürel ifadelerin birçoğunun, dijitalleşmiş elektronik üretime, dağıtım ve sinyal alışverişine dayalı bütünleşmiş bir iletişim sistemine dâhil edilmesinin toplumsal oluşumlar ve süreçler üzerinde ciddi etkileri olduğuna vurgu yapmaktadır (s. 500). Bu bağlamda dijital çağda medyanın kültür ve bileşenlerini dönüştürerek yeni kültür formları oluşturduğu herkesçe bilinen bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültürel ifadelerin önemli bir bileşeni olan ve birçok insanın hayatında etkin rol oynayan din olgusunun, iletişim teknolojileriyle nasıl bir etkileşime girdiği, geçmişte yapılan sosyal bilim çalışmalarında genellikle ihmal edilmiştir. Ancak otuz yıldan bu yana, dijital teknoloji ve internet odaklı araştırma yapan bilim insanları, bu teknolojiler ile toplum, kültür ve dinin kesişim ve etkileşim noktalarına artan bir ilgi göstermeye başlamışlardır. Bu noktada iletişim bilimciler, sosyologlar ve din sosyologları, dinin/dinlerin dijital medya ile etkileşimini birkaç açıdan sınıflandırmış ve tanımlamışlardır. 1990'lı yılların ortalarından 2000'li yılların başlarına kadarki dini içeriklerin internet ortamıyla buluşması sürecinde, söz konusu olguyu ifade etmek için (Cyber/Virtual Religion) "Sanal Din" kavramı yaygın olarak kullanılmıştır. Bu kavram, din/dinler ile bilgisayar teknolojilerinin karşılaşmasını ve insanların dini ve manevi hayatlarının sanal dünyaya

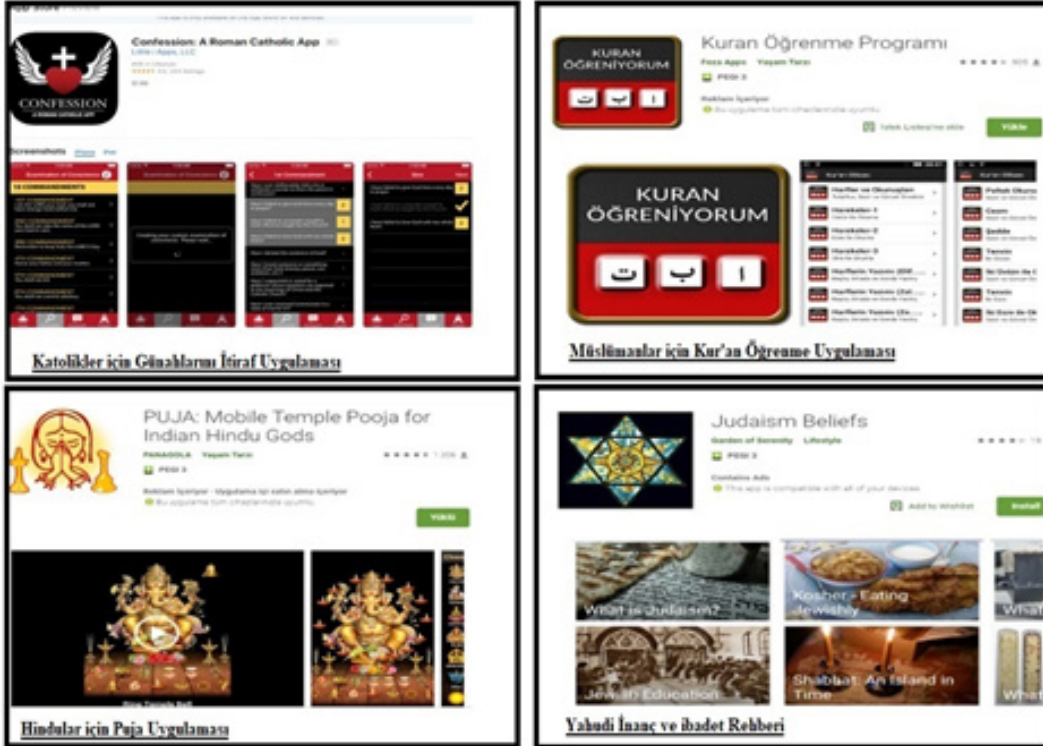
taşınmasını ifade eden yeni etkileşim biçimini ifade etmek için kullanılmıştır. 2000’li yıllardan sonra internet ortamında interaktivite seviyesinin artmasıyla birlikte Hlland (2000), din/dinlerin interneti bir iletişim aracı olarak kullanmasını ifade eden “Religion Online”, ve din/dinlerin, interneti ve yeni medyayı bir etkileşim ortamı olarak kullanmasını ifade eden “Online Religion” şeklinde bir kavramsallaştırma yoluna gitmiştir (s. 214, 219).

Dijital teknolojide yaşanan gelişmeler, yeni medya ortamlarının çeşitliliği, işlevselliği ve din ile etkileşiminin artması, zamanın ruhuna uygun yeni tanım ve kavramsallaştırmaları ortaya çıkarmıştır. Bu noktada son yıllarda, çevrimiçi dini pratiği ifade etmek üzere “Dijital Din” kavramının daha yaygın olarak kullanılmaya başladığı görülmektedir. Sanal Din ve Online Religion/Religion Online tanımlarını içerisine alan “Dijital Din” kavramı; dijital medya ve kültürü aracılığıyla ortaya çıkan din olgusunu ifade etmek için kullanılmaktadır (Campbell, 2013, s. 3). Bu tanım, sadece çevrimiçi ortamda ifade ve pratiğini bulan bir din anlayışını değil, aynı zamanda dijital medya ve ortamların dini pratiği nasıl şekillendirdiğine ve dini pratikler tarafından nasıl şekillendirildiğine gönderme yapmaktadır (Campbell, 2013, s. 1).

Dijital din olgusuna zemin hazırlayan temel bileşenler bilgisayar ve akıllı telefon başta olmak üzere, taşınabilir mobil cihazlardır. Dinin, dijital dünya içerisinde yayıldığı bileşenler gittikçe çoğalmaktadır. Dijital ses kayıtları, videolar, PC oyunları, web siteleri, e-mail ve sosyal medya, dijital dinin bileşenlerinden birkaçını oluşturmaktadır (Grieve, 2013, s. 108). Dijital dinin en önemli bileşenlerden bilgisayar ile mobil iletişim aygıtları arasında taşınabilirlik açısından bir farklılık bulunmaktadır. Bilgisayarlar (ki buna laptoplar dâhildir) taşınma açısından zahmetli olmakta, kablolulu veya kablosuz internet bağlantısına ihtiyaç duymaktadır. Bu durum, bilgisayar aracılığıyla gerçekleştirilen dini aktivitelerde çevrimiçi ve çevrimdışı ayrımının devam etmesine yol açmaktadır. Buna karşın, taşınması oldukça kolay olan cep telefonu ve tablet gibi cihazlar, mobil veri desteği sayesinde her yerden internete bağlanma imkânı tanımaktadır. Burada çevrimdışı ve çevrimiçi ayrımı arasındaki sınır bulanıklaşmakta, Hoover ve Echchaibi’nin ifadesiyle üçüncü bir alan/uzam ortaya çıkmaktadır. Bu üçüncü uzam, fiziki mekânın dışında, akışkan, kavramsal ve hayali bir mekâna karşılık gelmektedir (2014, s. 3). Bu uzama en somut örnek, dini unsurların mobil cihazlarda hem çevrimiçi hem çevrimdışı ortamda eş zamanlı olarak var olabilmeleridir (Bellar ve dğr., 2018, s. 6162). Dolayısıyla dijital din kapsamı içerisinde mobil cihazların önemli bir yer teşkil ettiklerini ifade etmek gerekmektedir. Dijital din kapsamında bilgisayarla yapılabilecek bütün dini ifade biçimleri ve pratiklerin, mobil cihazlar aracılığıyla yapılabildiği göz önünde bulundurulduğunda, mobil cihazların bu noktada daha işlevsel olduğunu da ifade etmek gerekir. Sanal bir dini ağ oluşturma, dua isteme/etme, 3 boyutlu dünyalarda yapılan sanal bir ritüele katılma gibi dijital dine dâhil aktivitelerin hepsi, mobil cihazlar üzerinden yapılabilmektedir. Nitekim mobil cihazların din/dinlere daha fazla olanak tanıdığı görülmekte bu sebeple birçok araştırmacı, farklı dini geleneğe mensup kişi ve cemaatlerin yeni medya, mobil medya ve uygulamalarını dini amaçlı olarak daha fazla kullandıklarına dikkat çekmektedir (Campbell ve dğr., 2014, s. 156).

Günümüzde, Applestore, Google Playstore üzerinde sadece mobil cihazlarda kullanmaya uygun, binlerce dini uygulama bulunmaktadır. Bunlara çarpıcı bir örnek, Applestore’da bulunan, “Confession: A Roman Catholic App” uygulamasıdır. İtalyanca, İspanyolca ve Portekizce dillerini destekleyen uygulama, istenilen yer ve zamanda Katolik bir Hristiyanın uygulamayı yöneten Katolik bir rahibe günahlarını itiraf etme fırsatı sunmaktadır. Bir Müslüman için ise, dini bilgiye erişim veya dini pratiklerini yerine getirmesine yardımcı veya onları kolaylaştırıcı mobil uygulamalar bulunmaktadır. Ezan, Namaz, Kuran ve tecvit öğrenmeye yardımcı uygulamalar, hac rehberi, hafızlık uygulaması, helal restoranları indeksleyen uygulamalar örnek olarak verilebilir.

Resim 1. Apple Store ve Google Playstore Üzerinde Örnek Dini Uygulamalar



Tim Hutchings (2015), dini mobil uygulamalarının etkileri üzerine yaptığı araştırmada, dijital İncil mobil uygulamaları örneklemi üzerinden bu uygulamaların pozitif ve negatif yönlerini ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Bu ve benzer uygulamaların, kolay kullanılabilmesi, erişiminin kolay olması, çalışmayı kolaylaştırması, aynı uygulamayı kullananlarla etkileşime girme ve düzenli okumaya teşvik etmesi gibi avantajları beraberinde getirdiğini ifade etmektedir. Bununla beraber Hutchings, dijital ortamda okunan İncil'in kutsallık statüsünün azaldığını ve matbuyla oranla, bu yönüyle İncil'le daha az anlamlı bir ilişki kurulduğunu ifade etmektedir (s. 437). Hutchings'in, sözünü ettiği avantaj ve dezavantajlar, dijital teknolojiyle harmanlanmış bütün dini pratikler için genelleştirilebilir. Nitekim bu araştırmanın sonuçları dijital ortamda Kur'an okuma bağlamında düşünüldüğünde, benzer sonuçlara ulaşmak mümkündür. Örneğin; geleneksel din anlayışında, matbu bir Kur'an'ı okumanın; Kur'an'ı abdestli eline almak, uzanarak okumamak gibi adabları bulunmaktadır. Ancak dijital ortamda Kur'an okumak için genellikle bu adablara uymak bir gereklilik olarak hissedilmemektedir. Diğer yandan, Kur'an metninin dijital ortamda bulunması, matbu Kur'an'a atfedilen "kutsallık" seviyesinde aşınmaya yol açabilmektedir.

Dijitalleşme ve Dini Ürünler

Dijitalleşmenin din ve dindarlığa etkilerinden biri de dini pratiklere yardımcı ve onları kolaylaştırıcı dijital cihazların geliştirilmesidir. Zikirmatik, kıblematik, Kur'an okuyan kalem, namaz öğreten/kıldırıcı seccade, elhamdülillah diyen bardak ve benzeri dijital cihazlar, mobil iletişim cihazlarına benzer şekilde, dindarlık görünümünün değişmesine yol açmaktadır. Örneğin, namaz kıldırıcı/öğreten seccade gibi dijitalize edilmiş ürünler, herhangi bir kişinin namaz kılmayı öğretmesine ihtiyaç bırakmamakta, namaz kılmayı öğrenmek isteyenlere kılavuz işlevi görmektedir. Seccade üzerine monte edilen veya yanına konulan cihaz üzerindeki tuşlar sayesinde vakti gelen namazın tuşuna basıp, sanki camide veya bir imamın arkasında namaz kılıyormuş gibi namazın eda edilmesine yardımcı olmaktadır. Bu da 5 vakit namazın ve namazda okunan bir kısım surelerin uygulamalı olarak ve kolaylıkla öğrenilmesini sağlamaktadır. Bu noktada, zikirmatik, Kur'an okuyan kalem ve benzeri cihazların "Dijital Din"nin bileşenleri kap-

samında olup olmayacağı akla gelmektedir. Bu cihazların dini pratiklerde yardımcı unsur olması ile “Dijital Din” kapsamı içerisine alınması arasında ince, ama önemli bir farklılığa dikkat çekmek gerekmektedir. Dijital Din, çevrimiçi ve çevrimdışı dini alanların harmanlandığı veya bütünleştiği tekno-kültürel uzam olarak tanımlanmaktadır (Campbell, 2013, s. 3-4). Oysaki sözü edilen dijital cihazların, Hoover ve Echchaibi'nin vurgu yaptığı ve geçişken bir alan olan üçüncü uzam içerisinde yer almadıkları görülmektedir. Bu cihazlar, bir kısım dini pratiklere yardımcı veya kolaylaştırıcı işlevi olan çevrimdışı dijital cihazlardır. Dolayısıyla, temelde çevrimdışı çalışmak ve kullanılmak üzere tasarlanmış bu cihazları -her ne kadar dini pratiklerle etkileşime giriyor olsalar bile- çevrimiçi bir uzam kazanmadıkları sürece “Dijital Din” kapsamında değerlendirmemek daha isabetli görülmektedir.

Resim 2. Dini Pratiklere Yardımcı ve Onları Kolaylaştırıcı Dijital Cihazlar



Sonuç

Dijital iletişim teknolojilerinin gün geçtikçe çeşitlenmesi, işlevlerinin artması ve yaygınlaşması, bireysel ve toplumsal düzeyde hızlı bir dijitalleşme sürecinin başlamasını sağlamıştır. Bu süreç, düşünce ve davranış biçimleri ile sosyal ilişkileri köklü değişikliklere uğratmaktadır. Bu aşamada, toplumsal yaşamın önemli bir parçası olan din olgusu da dijital teknolojilerle etkileşime girmektedir. Dijital iletişim teknolojilerinin mobilize olması ve kullanımının artması ise, dindeki dijitalleşmenin etki alanını her geçen gün daha da genişletmektedir. Kullanıcılar, dijital medyayı dini bilgiye erişim ve eğitim gibi ihtiyaçlarının karşılanması ve bir kısım dini pratiklerini kolaylaştırması amacıyla, bazen araç bazen de bir ortam olarak kullanmaktadırlar. Dinin dijitalize olmasıyla, iletişim teknolojileri dini tecrübe ve alışkanlıklara sirayet etmekte ve onları dönüştürmektedir. Böylelikle dijital kültür içerisine harmanlanan din ve dindarlığın mahiyet ile sınırlarının yeniden ele alınıp tanımlanma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu minvalde Dijital Din olarak nitelendirilen dijital kültür tabanlı din ve dindarlık biçimlerinin bazı dini çevrelerde dinin bir kısım adab ve erkanını zedeleyebileceği endişesine yol açabileceğini belirtmek gerekir. Bununla birlikte din ve dindarlıktaki dijitalleşmenin, bazı noktalarda dini daha kolay yaşanır hale getirebileceği de yadsınamaz.

Kaynakça

- Arvidsson, A. ve Delfanti, A. (2019). *Introduction to digital media*. New Jersey: John Wiley&Sons Inc.
- Baudrillard, J. (2005). *Simülakrlar ve simülasyon*. (çev. Oğuz Adanır), Ankara: Doğubatu Yayınları.
- Bellar, W. R., Cho, K. J. ve dğr. (2018). The intersection of religion and Mobile technology. İçinde Mehdi Khosrow-Pour (Ed.), *Encyclopedia of Information Science & Technology*, PA: IGI Global, 6161-6170.
- Campbell, A. H. (2013). Introduction: The rise of the study of digital religion. İçinde Heidi A. Campbell (Ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media*, London: Routledge, 1-22.
- Campbell, A. H. ve dğr. (2014). There's a religious app for that! A framework for studying religious mobile applications. *Mobile Media & Communication*, 2(2), 154-172.
- Carey, J. W. (1992). *Communication as culture: Essays on media and society*. New York: Routledge.
- Castells, M. (2006). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür. Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi*, (Çev. Ebru Kılıç), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Dereli, M. D. (2019). Dinî kimliklerin siber uzamda akışkanlaşması. *İnsan & Toplum*, 9(1), 85-115.
- Grimes, R. (2002). Ritual and the media. *Practicing Religion in the Age of The Media: Explorations in Media, Religion and Culture*, İçinde Stewart Hoover and Lynn Schofield Clark (Ed.), New York: Columbia University Press, 219-234.
- Grieve, G. P. (2013). Digital religion, İçinde Heidi Campbell (Ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York: Routledge, 104-118.
- Haberli, M. (2014). *Sanal din: Tarihsel, kuramsal ve pratik boyutlarıyla internet ve din*. İstanbul: Açılımkitap.
- Helland, C. (2000). Online-Religion/Religion-Online and virtual communitas. İçinde Hadden, J.K.-D.E. Cowan (Ed.), *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, London: JAI Press/Elsevier Science, 205-233.
- Hoover, S. ve Echchaibi, N. (2014). Media theory and the third Spaces of digital religion. *The Center for Media, Religion, and Culture*, Boulder, CO: University of Colorado, 1-35.
- Hutchings, T. (2015). E-Reading and the Christian Bible. *Studies in Religion/Sciences Religieuses*, 44(4), 423-440.
- Kafalı, H. (2019). Yapay zekâ, toplum ve dinin geleceği. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, sayı: 46, 145-172.
- Mcluhan, M. (2001). *The medium is the message: An inventory of effects*. California: Ginkgo Press.
- <https://thirdspacesblog.files.wordpress.com/2014/05/third-spaces-and-mediatheor-yessay-2-0.pdf> Erişim: 12 Şubat 2019.

MEDIAD

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

The Transformation of Religion and Piety in Digital Age

Mehmet HABERLİ

Extended Abstract

The digital age is used to express the contemporary postmodern world in which social life is surrounded and transformed by communication technologies. Microprocessors, computers, fiber optics, satellite technology and especially the development of the internet are important technological developments that characterize the digital age. The first thing that comes to mind when digitalization is mentioned is the forms of internet-based media. However, it should be stated that digitalization refers to a more comprehensive phenomenon from the internet. Communication and interaction forms such as playing games on computer and playstation, sending SMS by phone are provided by microchips and satellites which are not technically part of the internet but which is an important part of digitalization. In this respect, it would be better to see the internet as a technology that connects and integrates not only computers but also other mass media and digital devices. For example; computers, smartphones and televisions, digital clocks and tablet-like devices are digital, but the internet integrates them and makes them more functional.

Prior to the emergence of modern mass media, it is known that information and sacred texts are transmitted and preserved only orally or through books which are important elements of written culture. In the digital age, it is seen that a significant portion of the religious literature transmitted through oral or written culture is transferred to digital media and distributed.

Web sites, social media, forums and cloud storage drives contain millions of religious documents that are accessible to everyone. In addition, Quran, Hadith, Tafsir, Meal, Catechism and similar applications within Google Playstore, Applestore and similar platforms have made it easier for users to access religious information.

Over the last thirty years, scientists who have focused on digital technology and the internet began to show more interest in the intersection and interaction of these technologies with society, culture and religion. At this point, communication scientists, sociologists and sociologists of religion have classified and defined the interaction of religion(s) with digital media in several aspects. From the mid-1990s to the early 2000s, in the process of meeting religious contents with internet environment, the term "Virtual Religion" has been widely used to express that phenomenon (Cyber/Virtual Religion). This concept is used to express the new form of interaction that expresses the encounter of religion(s) and computer technologies and the transfer of religious and spiritual lives of people to the virtual world. With the increase in the level of interactivity on the internet after 2000s, Helland (2000) made the conceptualization of "Religion Online" which expresses religions use the internet as a means of communication, and "Online Religion", which states religions use the internet and new media as a medium of interaction. (214, 219)

Developments in digital technology, diversity of new media environments, increasing functionality and interaction with religion, have created new definitions and conceptualizations in accordance with the spirit of time. At this point, in recent years, it is seen that the term “Digital Religion” is used more widely to express online religious practice. The concept of “Digital Religion” which includes the definitions of Virtual Religion and Online Religion/Religion Online, is used to express the phenomenon of religion that emerges through digital media and culture. This definition refers not only to an understanding of religion that finds expression and practice online, but also to how digital media and media shape religious practice and how it is shaped by religious practices. (Campbell, 2013, 1).

Nowadays, there are thousands of religious applications on Applestore and Google Playstore that are suitable to be used only on mobile devices. A striking example of this is the “Confession: A Roman Catholic App” in Applestore. The application, which supports Italian, Spanish and Portuguese, provides the opportunity for a Catholic Christian to confess his/her sins to a Catholic priest who manages the practice at the desired place and time. For a Muslim, there are mobile applications that help or facilitate access to religious knowledge or religious practices. Applications that help to learn the Azan, Salaah, Quran and Tajvit, Hajj guide, application related to memorization of Quran, and some applications indexing halal restaurants can be given as examples.

One of the effects of digitalization on religion and piety is the development of digital devices that help and facilitate religious practices. Digital devices such as digital tasbeeh, qibla finder, and pen reciting Quran, prayer rug teaching salaah, mug talking alhamdulillah, and similar digital devices lead to changes in the appearance of piety, similar to mobile communication devices.

As a result, the mobilization of digital communication technologies are expanding the scope of digitalization in religion. People sometimes use these technologies as a tool and sometimes as an environment to meet the needs of digital media such as access to religious information and education and to facilitate some religious practices. With the digitalization of religion, communication technologies spread to religious rituals and habits and so transform them. Thus, religion and piety blended in digital culture are defined again through new media culture. Thanks to the digital culture-based forms of religion and piety, which can be described as Digital Religion, religion can become easier and more livable. However, in some religious circles, the piety experienced in the digital cultural environment can cause some concerns that may harm the adaptations and manners of religion.

MEDIAAD

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

ARAşTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2019, 2(2), 317-332

Geliş: 31.10.2019 | Kabul: 20.12.2019 | Yayın: 31.12. 2019

Evanjelik Hareket ve Radyo Televizyon Yayıncılığı*

Hakan YILMAZ**



Öz

Kitle iletişim araçlarının toplumsal hayatı birçok Şekilde etkilediği bir gerçektir. Gelişen teknoloji ile bilginin, geniş kitlelere çok hızlı ulaştırılması özelliği başlangıçtan beri Amerika’da kitle iletişim araçlarının birçok dini hareket tarafından kullanılması sonucunu doğurmuştur. Bir dini grubun medyada geniş yer tutması popüler kùltüre açılan bir pencere görevi görmektedir. Amerika gibi medya odaklı bir ÷lkede bir dini grubun önemi, basın ve yayında ne kadar yer aldığı ile ölç÷lmektedir. Evanjelikler, İncil mesajını yaymak anlamına gelen “Büyük Görev” için teknolojiyi kullanmaya özel bir din önemi vermişlerdir. Evanjelik Hareketin radyoya olan ilgiyi ilk radyo yayınlarının ortaya çıkışı ile başlamıştır. Bu bağlamda Evanjelikler radyoyu dini amaçla kullanan, frekans ve yayın hakkı satın alan ilk dini harekettir. 1970lerin sonlarından bu yana medyaya olan ilgi artarak devam etmiştir. Teknolojinin ilerlemesiyle bu inanç eksenli yayın yapma ilgisi, ortaya çıkan televizyon ve sonrasında internet ile devam etmiştir. Günümüzde ise Evanjelikler geniş kitlelere hitabeden oldukça yaygın, etkili ve kaliteli yazılı, işitsel ve görsel yayın ağına sahiptir. Bu çalışmanın amacı, ABD’de siyaset alanında oldukça etkili olan Evanjeliklerin radyo ve televizyonu hangi amaçla nasıl kullandıklarını ve Evanjelik yayıncılığın ABD’deki tarihi arka planını ortaya koymaktır. Evanjikalizm bir Anglo-Amerikan fenomeni olmasına rağmen çalışma sadece ABD ile sınırlı kalacaktır. Bu çerçevede çalışmamızda Evanjikalizmden ve medya ilgisinin teolojik temeli olan Evanjelizmden bahsedilecek, Evanjelik radyo ve televizyonun tarihi süreci ve başlıca Evanjelik yayın ağları nitel bir yaklaşımla incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Evanjikalizm, Televanjelizm, Evanjelik Televizyon, Evanjelik Radyo, Evanjelik Yayın Ağları/Yayıncılığı

Evangelical Movement and Radio Television Broadcasting

Abstract

It is a fact that mass media affects social life in many ways. With the developing technology and the fact that information is delivered to the masses very quickly, it has resulted in the use of mass media by many religious movements in America since the beginning. The wide coverage of the religious group in the media serves as a window to the popular culture. In a media-oriented country like America, the importance of a religious group is measured by how much it takes place in the press and publication. Evangelicals have given particular religious importance to use technology for the “Great Commission”, which means spreading the good news. The interest of the Evangelical Movement to radio began with the emergence of the first radio broadcasts. In this context, evangelicals are the first religious movement that uses the radio for religious purposes and buys frequency and broadcasting rights. Since the late 1970s, interest in the media has increased. With the advancement of technology, this belief-based interest in broadcasting continued with the emergence of television and the internet afterward. Nowadays, Evangelicals have a very widespread and effective written, audio and visual broadcasting network addressing large audiences. The aim of this study is to put forth how the Evangelicals, who are highly effective in the field of politics, use radio and television in the USA and the historical background of Evangelical broadcasting in the USA. Although evangelicalism is an Anglo-American phenomenon, the research will be limited to the USA alone. In this study, the definition of evangelicalism will be introduced. The evangelical theological basis of media interest will be mentioned. The historical background of evangelical radio and television and the main evangelical broadcasting networks will be examined.

Keywords: Evangelicalism, Televangelism, Evangelical Television, Evangelical Radio, Evangelical Broadcasting Networks

ATIF: Yılmaz, H. (2019). Evanjelik hareket ve radyo televizyon yayıncılığı. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD)*, 2(2), s. 317-332.

* Bu makale 2019 yılında kabul edilen “Amerika’da Evanjelik Hareket: Dini ve Siyasi Yansımaları” adlı doktora tezinden üretilmiştir.

** Öğr. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, e-mail: hakany@selcuk.edu.tr | orcid.org/0000-0002-2308-023X

Giriş

“Evanjelik” kelimesi İngilizcesi “evangel” olan Yunanca kaynaklı “evangelon”dan gelmektedir. Anlamı ise “iyi haber, müjde” bizim anladığımız şekliyle Hıristiyanların kutsal kitabı “İncil” anlamlarını içermektedir (evangel, t.y., par.1). Evanjelikalizm, çok sayıda çeşitli Protestan gurubu tanımlamak için kullanılan geniş kapsamlı bir çatı kavramdır. Bu terim, İngilizce konuşulan bölgelerde 18. ve 19. yüzyıl başlarında Kuzey Atlantik Anglo-Amerikan dünyasında meydana gelen bir dizi dinî canlanma hareketinin ürünü olan dinî gurupları tanımlamak için kullanılmıştır (Güngör, 2016, s. 20). Günümüzde Kutsallık Kiliseleri, Pentakostallar, Metodistler, Baptistler, Presbiteryenler, tüm bu guruplardaki siyahî kiliseler, Fundamentalistler, Lutheryenler, Menonitler, Mesihin Şakirtleri ve bazı Episkopalyenler bunların en önemlileridir (Marsden, 1998, s. 5). Amerika’daki neredeyse her Protestan kilisenin Evanjelik bir kanadı bulunmaktadır (Willis ve Willis, 2006, s. 190).

Evanjelik hareketi oluşturan dinî gurupların ortak teolojik özellikleri İngiliz tarihçi David Bebbington tarafından dört ana başlık altında incelenmiştir. Bunlar, Kutsal Kitabı tüm dinî otoritelerin üzerinde kabul etmek olan “biblicism”, İsa’nın tüm insanlığın kurtuluşu için çarmıhta kurban edilmesini ifade eden “crucicentrism”, günahkâr bir insanın Tanrı’ya doğru doğaüstü bir dönüş, döndürülüş veya manevi anlamda yeniden doğuş anlamında kullanılan “conversionism”, inancın faaliyetle ifade edilmesi ve başkalarının da değişimini sağlama çabası olan “activism” olarak tanımlanır (Bebbington, 2003, s. 2).

Evangel’den türeyen Evanjelizm (evangelism) kelimesi İncilin yayılmasını yani misyonerlik faaliyetlerini ifade ederken; Evanjelist (evangelist) kelimesi ise birinci anlamında İncili yayan kimse olarak ifade edilirken ikinci anlamında ise İncil yazarları olan Matta, Markos, Luka ve Yuhanna da Evanjelist olarak adlandırılmaktadırlar (evangel, t.y., par.3).

Evanjelizm, İncil’in vaaz edilmesi veya belirli bir inanç dizisi hakkındaki bilgiyi insanları dine döndürme amacıyla başkalarına aktarma pratiğidir. Bu terim, herhangi bir Hıristiyan geleneğiyle sınırlı değildir (evangelizm, t.y., par.1). Evanjelizm, Kutsal Ruh’un yenileyici gücü ile günahkârların Tanrı’yla uzlaşmasını sağlamak amacıyla İsa’nın kurtuluş haberini ilân etme, duyurma, müjdeleme anlamına gelmektedir (Treier ve Elwell, 2017, s. 538). Evanjelizm, çok çeşitli “Evanjelik” Protestan kiliseleri ve gurupları için ortak bir terim olan Evanjelikalizm ile karıştırılmamalıdır.

Hıristiyan inancının yeni coğrafî alanlara ve kültürlerle iletilmesi, bazı Hıristiyan gelenekleri arasında birbirleriyle çelişkili olarak kullanılsa da, her zaman evanjelizasyon ya da spesifik olarak dünya evanjelizasyonu olarak adlandırılır (Treier ve Elwell, 2017, s. 538). Kilise tarihi boyunca, ulusların evanjelizasyonuna yönelik İncil yaklaşımıyla ilgili birçok tanım vardır. Yeni Ahit’te geçen en eski tanım, “Büyük Görev” olarak adlandırılmıştır. Buna göre İsa havarilerine “Bütün ulusları öğrencilerim olarak yetiştirin; onları *Baba, Oğul ve Kutsal Ruh’un adıyla vaftiz edin; Size buyurduğum her şeye uymayı onlara öğretin*” demiştir (Matta 28, 18-20).

Martin Luther’e göre kilisenin görevi, dünyevî ya da manevî gücünü genişletmek değil, Tanrı sözünü yayarak Tanrı’ya şükretmektir. Evanjelizm, İsa’nın ölümüyle kazanılan Tanrı’nın lütfu ve merhametinden söz etmekten, vaaz etmekten başka hiçbir şey ifade etmez. Bütün dünyada halka açık ve herkesin her yerde duyabileceği şekilde kurtuluş mesajını ifade etmektir (Bloesch, 1982, s. 159).

20. yüzyılda “Evanjelizm” tanımı rafine edilmiş ve genişletilmiştir. Örneğin, dünya Evanjelizasyonu için çalışan gençlik hareketine öncülük eden Metodist Evanjelist yazar John R. Mott’a göre Evanjelizasyon; herkese İsa Mesih’i kurtarıcı olarak tanıma ve onun öğrencisi olma fırsatını vermek anlamına gelmektedir. İngiliz Kilisesinin 1918’de yaptığı Psikoposlar toplantısında katılımcılar Evanjelizme yönelik olarak İsa’yı tanıtmak, onun aracılığı ile Tanrı’ya güvenmek, O’nu Kurtarıcı olarak kabul

etmek ve O'na hizmet etmek olarak belirledikleri bir tanım geliştirmişlerdir. Güneyli Baptist Konvansiyonu'ndan 70 den fazla katılımcının yer aldığı toplantılara başkanlık yapan Güneyli Baptist papazı, profesör ve Evanjelist C. E. Autrey Evanjelizmi, "Mesih'in müjdesiyle yüzleşen kilisenin bunu dışa vurma" ve "insanların Mesih'e Kurtarıcı olarak iman etmesi ve tövbe ile şahsi adanmışlığa önder olma girişimi" olarak tanımlamıştır (Demy ve Shockley, 2017, s. 146).

David Bosch'a göre Evanjelizm, Kilise misyonunun boyutu, faaliyeti belirli şartlar ve özel bir bağlam ışığında, sözlü ve fiil olarak herkese ve her topluluğa, her yerde, yaşamlarını radikal bir şekilde yeniden yönlendirecek geçerli fırsatlar sunmayı, dünya ve güçlerinin köleliğinden kurtulmak gibi şeyleri içeren yeniden yönlendirmeyi, efendi ve kurtarıcı olarak Mesih tarafından kuşatılmayı, O'nun cemaatinin bir üyesi olmayı, O'nun hizmetinde uzlaşmak olan kiliseye dâhil edilmeyi, her şeyi Mesih'in egemenliği altına almak ve Tanrı'nın amacına bağlı kalmak olan dünyada barış ve adaleti içermektedir (Bosch, 1991, s. 430).

1966'da, Evanjelist Billy Graham, Almanya'nın Berlin kentinde Dünya Evanjelizmi konusundaki konferansa ev sahipliği yapmış, 1974 yılında İsviçre'nin Lozan kentinde Uluslararası Dünya Evanjelizasyonu Kongresinde, dünyanın dört bir yanından katılımcıların geliştirip onaylandığı bir Evanjelizm tanımı yapılmıştır. Buna göre, Evanjelizm, İsa'nın insanların günahları için öldüğünü, ölümden dirildiğini, Tanrı'nın insanların günahlarını bağışladığını ve tövbe eden ve iman eden herkese Kutsal Ruh'un özgürleştirici armağanını sunduğu haberini yaymaktır. İnsanların kişisel olarak Tanrı'yla uzlaştırılmasını da içermektedir. Evanjelizm, Mesih'e itaat etmeyi, O'nun kilisesine dâhil olmayı ve dünyadaki sorumlu hizmetini içermektedir (Treier ve Elwell, 2017, s. 538).

Bazı kiliselerde Evanjelist, kasabadan kasabaya ve kiliseden kiliseye gidip İsa'nın kurtuluş müjdesini yayan kimsedir. Çeşitli teolojik bakış açılarına sahip birçok Hıristiyan, kendilerini "Evanjelist" olarak adlandırır çünkü onlar kendilerini müjdenin yayıcıları olarak görürler. Birçok kilise, temel işlevlerinden birinin, İsa'nın insanlığın kurtarıcısı olduğu inancını yaymak için misyonerlik yapmak olduğuna inanmaktadır (evangelizm, t.y., par. 13).

Evanjelizm için tek bir yöntem belirtilmemektedir. İnananlar diğerleriyle karşılaştıklarında, inancını vaaz verme ve öğretme yoluyla paylaşmışlardır. Yeni Ahit, inananların müjdeyi fırsat bulduklarında açıkça, korkusuzca, nezaketle ve saygılı konuşmalarını (Kolosaliler 4, 2-6, Efesliler 6, 19-20, 1 Petrus 3, 15) söyler. Hıristiyanlar birebir, kitlesel yani toplantılar düzenleyerek, belirli bir alanda hâkimiyet sağlayarak ve arkadaşlık kurmak gibi Evanjelizmin farklı yollarını geliştirmişlerdir. Evanjelizasyon çadırlarda ya da mevcut kilise binalarında ya da yakınlarda geçen dinleyicileri hedef alan sokak köşelerinde halka vaaz ederek yapılabildiği gibi, aynı zamanda küçük gruplar halinde ve hatta bire bir olarak da gerçekleştirilebilir. Bu bağlamda Evanjelistler amaçları için medyayı etkili şekilde kullanmayı öğrenmişlerdir. İnternet kullanımının giderek artması, herkesin internet Evanjelisti olabilmesine imkân vermiştir (Treier ve Elwell, 2017, s. 538). Hıristiyan müzik endüstrisi modern Evanjelizmde önemli bir rol oynamıştır. Sanatçıların kurtuluş için dua ettiği, inancı olmayan katılımcılara dinî mesajı iletildiği rock ve diğer müzik türlerinin konserleri yaygınlaşmıştır (evangelizm, t.y., par.12).

Evanjelizm ile birlikte anılan bir kavram da Misyon kavramıdır. Bazı Hıristiyanlar ve kiliseler için Misyon ve Evanjelizm terimleri birbiriyle ilişkili olmasına rağmen farklı algılanmaktadır. Bazıları için ise bu iki terim hem anlam hem de bağlam açısından neredeyse aynıdır. "Misyon", müjdenin söz, fiil, ibadet ve Hıristiyan yaşamının dışa vurulması ile ilân edildiğine ve paylaşıldığına dair bütüncül bir anlayışı; insanları Tanrı ve birbirleriyle olan ilişkilerinde güçlendirmeyi öğretmeyi; Tanrı, insanlar ve bir bütün olarak evrenle birlikte olarak iyileşme anlamını taşır. "Evanjelizm" ise, Misyonun farklı boyutlarını hariç tutmamakla birlikte, Mesih'teki yeni bir hayata kişisel dönüşüm davetine ve öğrenciliğe davet de dâhil olmak üzere müjdenin açıkça duyurulmasına odaklanır (Werner, 2007, ss. 183-184). Misyon anlayışı, çok daha büyük bir bütünün parçası olarak Evanjelizmi içine alır, Evanjelizm iyi haberi ilân ederek yaymaktır, oysa Misyon, Tanrı'nın sevgisinin yaşam, söz ve davranışla dışa vurumudur (Astley, 2002, s. 180).

Evanjelikler günümüzde geniş yayın ağlarına sahip bir dini hareket olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı, ABD’de siyaset alanında oldukça etkili olan Evanjeliklerin radyo ve televizyon yayıncılığında neden bu kadar etkili olduklarını, dini yayın amaçlarının ne olduğunu ve Evanjelik yayıncılığın ABD’deki tarihi arka planını nitel bir yaklaşımla ortaya koymaktır. Evanjikalizm bir Anglo-Amerikan fenomenidir yani Amerika’nın İngilizce konuşulan bölgelerine özgü bir dini harekettir. Bu anlamda Evanjelikler sadece ABD’de bulunmamaktadır. Evanjeliklerin bulunduğu başka bir ülke de Kanada olmasına rağmen araştırma sadece ABD ile sınırlı kalmıştır.

1. Evanjelik Medya

Yirminci yüzyıl Evanjelikleri, kurtuluşa ermiş görmedikleri kişileri dine döndürmek için, kitle iletişim araçlarının dinî amaçlar doğrultusunda kullanılmasını savunmuşlardır. 1920’lerde radyo yayıncılığının gelişmesi ile Evanjelikler kitleleri ikna etmek için kullanabilecekleri bir araca sahip olmuşlardır. Evanjelikler Tanrı’nın insanlığı kurtuluşu için bu yeni teknolojiyi kendilerinin emrine verdiği inancıyla (Schultze, 2003, s.62). Büyük ölçüde teolojik yükümlülükleri, özellikle de İsa’nın ikinci kez yeryüzüne inmesi için tüm dünyaya Hıristiyanlığı yayma ve bireyin dine yöneltilmesi gibi inançlara yüklenilen özel önem, Evanjeliklerin yayın teknolojilerine önem vermeleri sonucunu doğurmuştur. Onlara göre eğer İsa Mesih’in yeryüzüne ikinci gelmesi yakınsa, insanları kurtuluşa davet etmek için göz ardı edilecek hiçbir teknoloji ve boşa harcanacak bir zaman yoktur (Marsden, 2006, s. 224-225). Evanjelikler radyonun ve daha sonra da televizyonun Tanrı’nın tarih plânının bir parçası olduğu fikrini ifade etmişlerdir. Amerikan Evanjelikleri, elektronik medyanın gücünü erken fark etmişlerdir. Onlara göre, kitle iletişim araçları Evanjelikleri diğer yayınların kültürel baskısından uzaklaştıracak, Evanjeliklerin Amerika’daki kültürel egemenliği dönemini başlatacak ve İsa’nın dönüşünün başlangıcı olacaktır. Evanjelik bir yayın organı olan *Christianity Today* dergisi, 1968’de televizyonu kilisenin kapalı kapılara ve kapalı zihinlere nüfuz etmek için şimdiye kadar sahip olduğu en etkili araç olarak nitelendirmiştir (Schultze, 2003, s. 62). Popüler Evanjelik teolojisi, özellikle de premilyenalizm, İsa Mesih’in İkinci Gelişi’ne hazırlık için ruhları kurtarmak amacıyla iletişim teknolojilerinin dönüştürücü gücünü kullanmayı Amerikan inancına dâhil etmiştir. Evanjelikler, *çoğunlukla Tanrı’nın “Büyük Görev”* olarak adlandırdığı İncil mesajını yaymak için Amerikan teknolojisini iyilik yolunda kullanmaya özel bir dinî önem vermişlerdir. 1920’lerde İsa’ya bağlı sadık takipçilerin İncil mesajını yaymak için her yeni ortamı kullanmaları gerektiğini savunan görüşü kurarak teolojik inançlarını zamana uyarlamışlardır (Schultze, 2003, s. 65). Evanjelistler, uydu bağlantıları, televizyon ve radyo istasyonları ve son teknoloji ürün üretim tesisleri de dâhil olmak üzere büyük yayın imkânlarına sahip olmuşlar ve yayın kuruluşlarını işletmişler; kablolu yayından videokasetlere kadar yeni teknolojileri süratle kullanmışlardır (Schultze, 2003, s. 66).

21. yüzyılın başında dinî yayıncılığın kapsamı, çeşitliliği ve etkisi tahmin edilmişinden fazla olmuştur. Tüm dünyada ve Amerika Birleşik Devletlerinde dinî yayınlar, dinin öğretilmesi için yaygın olarak kullanılmıştır (Religious Broadcasting, t.y., par.1). Barna Araştırma Grubu tarafından ABD de 2002’de yapılan bir araştırma bir aylık süre içerisinde yetişkin Hıristiyanların %63’ünün kiliseye gittiğini, %67’sinin ise radyo, televizyon ve kitaplar yoluyla dinî tecrübeye dâhil olduklarını ortaya koymuştur. Yani Hıristiyanların daha büyük bir kısmı kiliseye gitmek yerine dinî tecrübelerini iletişim araçları yoluyla yaşamayı tercih etmiştir. Raporda Amerikalı Hıristiyan yetişkinlerin yüzde 52’sinin dinî radyo programı dinledikleri, bu dinleyicilerin yüzde 38’inin bir öğretim, vaaz veya talk-show programını dinlediği, %43’ünün bir Hıristiyan müzik istasyonunu dinlediği belirtilmiştir. Bir aylık zaman dilimi içinde televizyondan dinî program izleyen yetişkinlerin oranı %43 olarak belirlenmiştir ki bu 90 milyon kişiye tekabül etmektedir. Bu rakam haftalık kilise ayinine katılanların sayısına denk gelmektedir. Araştırma, dinî radyo yayını dinlemenin kadınlar

ve Afrika kökenli Amerikalılar arasında yaygın olduğunu ortaya koymuştur (Christian Mass Media, 2002). Başka bir şaşırtıcı sonuç ise Hıristiyanlık harici dinlere mensup kişilerin %44'ünün çeşitli iletişim araçları yoluyla Hıristiyan yayınlara maruz kaldıklarını karşımıza çıkarmıştır. Bu oran içinde kendini ateist ve agnostik olarak tanımlayanların oranı %37'dir. Araştırma, dinî yayın takip etme oranının kadınlar ve Afrika kökenli Amerikalılar arasında en yüksek seviyede olduğunu ortaya koymuştur. Bölge bazında ise Evanjelistlerin yoğun olarak yaşadığı güney eyaletlerin, diğerlerine göre daha çok dinî yayın takip ettiğini ortaya koymuştur. Hıristiyanlar arasında kendini Evanjelist olarak tanımlayanların Hıristiyan televizyon, radyo ve kitapları takip oranının % 96 ile çok yüksek olduğu görülmektedir. Bu oran kendisini Hıristiyan olarak tanımlayan kişilerin iki katı olarak belirlenmiştir. Çalışmaya göre, herhangi bir kiliseye bağlı tüm yetişkinlerin dörtte üçünün dinî deneyimlerini medya ile desteklediklerini ortaya çıkarmıştır. Her hafta kutsal kitap okuyan ve kilise ayinine katılanlar arasından %93'ü de bir aylık dönemde bir ya da iki kez Hıristiyan medya ile etkileşimde bulunduğunu belirtmiştir (Christian Mass Media, 2002).

Bu veriler dinî medya araçlarının Amerikalılar arasındaki kullanım yaygınlığını ortaya koyması bakımından önemlidir. Artan sayıda insanın inanç konusunda gayri resmi tartışma gruplarına katılması, inanç forumlarına ve ev içi ibadet faaliyetlerine katılması ya da interneti din ile ilgili araştırma yapma ve iletişim için kullanmaya devam etmesi dikkat çekicidir. Tanrıyla bağ kurmak için yeni tip eğitim, etkileşim ve ilişki biçimleri kültüre girmeye devam ederken, insanları dindarlaştırma, ibadet, müritlik ve dini yayma faaliyeti, kiliseye gelmeyen insanları da içine alarak kilise binasının dışında yapılabilir (Christian Mass Media, 2002).

1.1. Evanjelist Radyo

Amerika Birleşik Devletleri'nde radyo yayınlarının Evanjelist guruplar tarafından dinî amaçlı kullanılmaya başlanması, Evanjelist rahiplerin vaaz ve âyinlerini yayınlamaları, kitlelerini bir şekilde genişletmelerine neden olmuştur. Özellikle müzik, insanları etkileyici söylemler ve tiyatro sanatının bolca kullanıldığı radyo, başka insanları dine ısındırma yayınlarına uyum sağlamıştır. 1920'den itibaren, Evanjelist programlar, radyo yayınların olmazsa olmazı haline gelmiştir. Sayıları milyonlarla ifade edilen Amerikan dinleyicileri bazı vaizleri ünlü kimseler haline getirmiştir. Dinî yayın yapan radyolar geçmişte Amerikan Evanjelistizminin önemli bir kültürel kurumu olarak görevini yerine getirmiştir (Fetner ve diğerleri, 2013, s. 8).

ABD'de kiliseler ve bazı dinî gurupların radyo yayınlarının ilk günlerinden itibaren yayıncılığa başladığı bilinmektedir. Bilinen en eski dinî program 1906 Noel arifesinde Reginald Fessenden tarafından Brant Rock, Massachusetts'te yapılmıştır. Programda kutsal metinler ve ilâhilere yer verilmiştir. Diğer önemli bir yayın da KDKA Pittsburgh Radyosunda, 1921'de Calvary Episcopal Church korosunun yaptığı Pazar ayini olarak kayıtlara geçmiştir (Lochte, 2008). Sonrasında Amerikan girişimci ruhu, radyoya artan ilgi ve Evanjelist Hıristiyanlığının misyonerlik gayreti ile birleşince dinî radyoların çoğalması sonucu ortaya çıkmıştır.

1920'de ülkede ilk radyo istasyonu kurulduğunda radyo yayınlarını düzenleyen herhangi bir kanunun olmaması nedeniyle herkes radyo istasyonu açma imkânına sahip olmuş, bunun sonucunda birçok Evanjelist vaiz ve cemaat radyo istasyonu kurmaya başlamıştır. Yasal düzenlemeden yoksun bu teknolojik gelişme beraberinde düzensizliği de getirmiştir. Radyoların frekanslarının birbirine karışmasını engellemek amacıyla 1927'de Amerikan Kongresi, Federal İletişim Komisyonu'nu (FCC) kurarak teknik standartları belirlemiş ve radyo istasyonlarına frekans tahsis etme yetkisini vermiştir (Krapohl ve Lippy, 1999, s. 55). 1920 ve 1930'lar, ABD'deki yayıncılık alanında Evanjelist ve Ana Damar Protestan Kiliseleri arasında çekişmeye sahne olmuştur. Her iki grup da radyo dalgalarını kontrol etmeye çalışmış, ancak ilk kazanan Ana Damar Protestan Kiliseleri olmuştur. Federal İletişim Komisyonu kanal tahsisi yaparken dinî yayın yapan istasyonların yarısını kapatmıştır. Bu kapatılan istasyonların çoğunun Evanjelist olması da o dönemde Evanjelistlere devletin tutumunu göstermesi bakımından ilginçtir (Religious Broadcasting, t.y.).

ABD'nin başlangıçta uyguladığı radyo yayıncılığında Evanjelikleri oyunun dışında bırakma politikasının Evanjelik radyo yayıncılığı üzerinde şekillendirici bir etkisinin olduğu bir gerçektir. ABD'de, yayın dalgalarını düzenleyen Federal İletişim Komisyonu (FCC), eğitici dinî radyo programlarının yapılmasını kamu hizmeti olarak belirlemiş ve her radyonun belli sürelerde kamu hizmeti sayılan programları ücretsiz yapmasını zorunlu tutmuş, bu tahsisatlara da "sürdürebilirlik zamanı" demiştir. Bu durum bedava yayın yapmak isteyen birçok dinî örgüt, kilise ve din adamının iştahını kabartmıştır. Ana damar Protestan kiliselerden oluşan Federal Kiliseler Konseyi, bu bedava yayın pastasında aslan payını istemiş ve bunda başarılı da olmuştur (Fetner ve diğerleri, 2013, s. 8). Güney Baptist Konvansiyonu, Federal Kiliseler Birliği, Amerika Yahudi Teoloji Okulları ve Ulusal Katolik Kilisesi Konseyi gibi önemli ulusal dinî organların temsilcileri söz konusu bedava yayın hakkını eşit şekilde paylaşarak sorunun çözümünde anlaşmaya varmıştır. Bu anlaşmanın sonucu, ulusal gruplar tarafından temsil edilmeyen bağımsız Evanjelikler ve Fundamentalistler bir süreliğine de olsa bu yayınların dışında bırakılmıştır (Religious Broadcasting, t.y.).

Evanjelikler bu engeli Amerika'nın daha küçük ve kırsal kesimlerindeki yerel radyo istasyonlarından yayın zamanı satın alarak aşmışlardır. (Frazier ve diğerleri, 2011, s. 69) Evanjeliklerin radyo izleyicilerine ulaşmasını engellemeye yönelik bu girişimlere rağmen, başka bir ulusal yayıncılık ağı olan MBS (Mutual Broadcasting System) Evanjeliklere ücret karşılığı, ulusal bir ağda yayın yapma olanağı sağlamıştır (Fetner ve diğerleri, 2013, s. 8).

Sonraki yıllarda Evanjelik radyo yayınları artarak devam etmiş, birçok kilise kendi programlarının kalitesini yükseltmeye çalışmıştır. Bunun nedeni ise kaliteli yayınların daha geniş kitlelere ulaşmasıyla daha fazla kişiden bağış istenebilmesi olarak ifade edilebilir. Zamanla dinî radyo yayıncılığının ne kadar kârlı bir iş olduğu kanıtlanmıştır. Sözelimi, 1940'ların ortalarında, Evanjelik radyo yayıncılığı sadece dinleyicilerden toplanan bağışlar yoluyla, milyonlarca dolarlık bir endüstri haline gelmiştir. Bunu kiliselerin kendi radyo istasyonlarını açma çabası takip etmiştir.

Sonuç olarak, 1940'lar ve 1950'ler boyunca radyo Evanjelistleri, kendi radyo istasyonlarında kendi programlarını yönetmek konusunda başarılı da olmuşlardır. Evanjelik radyo yayınlarının başarıya ulaşmasının belki de en önemli nedeni NRB'nin (Ulusal Dinî Yayıncılar) kurulmasıdır. 1944'de Evanjelik bir kuruluş olan NAE (Ulusal Evanjelik Derneği) yayıncılık kuruluşu olan NRB'yi kurarak yayıncılık ve iş ahlâkı konusunda standartların yükseltilmesi için faaliyette bulunmuş ve FCC'nin (Federal İletişim Komisyonu) yayıncılık lisansı verme politikalarına karşı mücadele etmiştir. NRB çoğunlukla Evanjelik ve muhafazakâr Hıristiyanları temsil etmesine rağmen az sayıda Ana damar Protestan, Katolik ve Yahudileri de bünyesinde barındıran bir örgüttür. NRB'nin yayıncılığa etkisi yayınların kalitesinin artırılmasına yönelik olmuştur (Lochte, 2008).

1970'lerde Radyo Evanjelizmde büyük bir değişiklik de dinleyicilerin yüzde 75'inin FM istasyonlarına kaymasıyla ortaya çıkmıştır (Religious Broadcasting, t.y.). FM bandı yüksek kaliteli sesi ve alıcı fiyatlarının düşmesi nedeniyle hızla yayılma imkânı bulmuştur. İnsanlar, zayıf ses kalitesi ve aşırı reklam yayınları nedeniyle AM radyosundan kaçmaya başlamıştır (Lule, 2010). Bu durum, daha yaşlı, üst gelir seviyesinin altı dinleyiciler ile AM radyo Evanjelistlerini baş başa bırakmıştır. Bu yayınlardaki vaizler genellikle resmi teolojik eğitimi çok az olan, bağımsız Pentakostçulardan oluşmaktadır. Vaaz tarzları son derece duygusal, herhangi bir bağlamı olmayan, tamamen o anın ilhamına bağlı olarak, piyangodan şehir dışındaki gece kulüplerine, eşcinsellikten alkol satışına kadar şeytanî gördükleri her şeyi yeren konuşmalar yapmışlardır. Bazı programlarda duaya muhtaç kimselerin olduğu uzun listeleri okumaktaydılar. Bu AM radyo vaizlerine, hemen her gün özellikle güneydoğu eyaletler olmak üzere tüm ülke yayınlarında rastlanabiliyordu. Bu radyolar, yaşlı seyirci profilleri nedeniyle reklam verenleri kendilerine çekmekte zorlandıkları

halde, 21. yüzyıla kadar bedava yayınlarla ayakta kalmış ve Amerika'daki dinî yayın tarihinin en dayanıklı formatlarından birini oluşturmuştur (Religious Broadcasting, t.y.).

Radyo istasyonları, zaman içinde dinleyicilerin özelliklerini hedef alan farklı program biçimleri oluşturmuştur. Pek çok format popüler müzik ağırlıklı olsa da, konuşma ağırlıklı programlar ve dinleyiciyi eğitici programlar da önemli bir yere sahiptir. Radyo istasyonları için en yaygın yayın formatı dinî radyo yayınlarının başlangıcından beri kullanılan konuşma ve eğitim ağırlıklı olandır. Bu tür programlar vaaz, kilise ayini ve İncil okumalarını içermektedir. Bazen de, İncil'e veya inananların ilham verici hikâyelerine dayanan dramalar da yayınlanmıştır. Bu tür yayınlarda müziğe genelde az yer verilmiştir. 1990'lı yıllarda, dinî eğitim ve Hıristiyan hayat tarzı konularının tartışmasının karışımını içeren geleneksel formatın yeni bir türü şekillenmiştir. Müzik tabanlı dinî yayın formatı da eskiden beri kullanılan bir şekil olarak karşımıza çıkmaktadır. Kilise müziği, diğer yayınların yanında sıkça kullanılmıştır. Ancak bu tür içinde Beyaz ve Zenci Kilise müzikleri çeşitlilik göstermektedir. Bunlardan başka günümüzde çalınan Çağdaş Hıristiyan Müziği, dinleyicilere ulaştırılan Evanjelik mesaj olarak görülmüştür. Genellikle gençlere ulaşmayı hedefleyen bu tür sonraları Hıristiyan Rock müziği şeklinde yayınlanmaya başlamıştır. Bu dönemde ortaya çıkan bir akım da "İsa Delisi" (Jesus Freak) adı verilen, gençlere hitap eden ve manevi mesajlarını iletmek için halk ve rock müziği kullanan yeni bir Evanjelik harekettir (Lochte, 2008). 1980'lerde ve 1990'larda "Çağdaş Hıristiyan Müziği" nin ortaya çıkışı dinsel radyo yayınlarını canlandırmıştır. Evanjelik istasyonların sayısında artış gözlenmiş, bazı dinî yayın yapan istasyonlar Evanjelik yayın ağlarıyla birleşmiştir. Kilise müziği o kadar başkalaşım geçirmiştir ki radyo kanalları arasında gezinen sıradan bir dinleyici rock müziğinin en son şarkılarını çalan bir kanal ile Çağdaş Hıristiyan Müziği yayını yapan bir kanal arasındaki farkı anlayamayacak duruma gelmiştir (Krapohl ve Lippy, 1999, s. 79).

Çoğu Evanjeliklere ait olan dinî radyo istasyonlarının sayısı 1998'den 2005'e %85 oranında büyümüştür. Bu radyoların sayısının rock, klasik müzik, hip-hop, caz vb. istasyonları geride bıraktığı ifade edilmiştir (Blake, 2005). Radyo yayıncılığı, televizyon, uydu teknolojisi ve iPod'lar gibi yeni teknolojilerin oluşturduğu güçlülere karşı içeriklerini yeni kültürel, sosyal ve ekonomik gerçeklere yenilikçi uyarlamalarla yenileyerek mücadele etmişlerdir. 1950'lerde, radyo, yeni müzik programları yaratarak ve yerel DJ'leri kullanarak televizyonla mücadele etmiştir. 1990'lı yıllarda internet kullanımının yaygınlaşmasıyla çevrimiçi istasyonlarda başka yerlerde duyulmamış müzikler içeren yayınlar yapılmıştır. 21. yüzyılda, uydudan yayın yapan radyo yayınları artış göstermiştir. Her yeni teknolojik yenilikle birlikte radyo, yeni rekabet araçları bulmayı başarmıştır. 1990'lı yıllarda birçok radyo istasyonu, Çağdaş Hıristiyan müziği ile diğer müzikleri karıştırarak yapılan bir yayın şekli kullanmıştır (Creasman, 2008, s. 41). Radyo teknolojileri ve içeriği, 2000'lerin başında önemli ölçüde çeşitlenmiştir. Antenlerle sinyal yollanarak yapılan karasal radyo yayınları, internet, uydu radyo yayınları ve kişisel dijital müzik çalarlar gibi yeni teknolojilerle rekabet etmek durumunda kalmıştır. Bu yeni medya, dinleyicilere daha fazla seçim ve kendine ait radyo yayını yapma seçenek ve özgürlüğünü vermiştir (Creasman, 2008, s. 34). Evanjelik radyo istasyonları ve yayın ağları yavaş yavaş uydu radyo, web streaming ve podcasting gibi teknolojileri benimsemiş, ancak program içeriklerinde yenilik yapma yoluna gitmemiştir. Bunun sonucunda da çok sayıda genç izleyiciyi kendine çekmeyi başaramamıştır. Çoğunlukla 55 yaş ve üstünden oluşan, Evanjelik kitleye hitap etmeye devam etmiştir (Creasman, 2008, s. 33).

1.2. Evanjelik Televizyon

1950'li yıllarda Amerikan evlerinde yaygın bir haber ve eğlence şekli haline gelen televizyon teknolojisi, bazı dinî gruplar tarafından göz ardı edilse de Evanjelik yayıncılar bu alana girmekte gecikmemiştir. Bazı radyo yayıncıları televizyon şovlarına ev sahipliği yapmaya başlamışlardır (Fetner, ve diğerleri 2013, s. 11).

Bu dönemde ortaya çıkan yeni bir kavram da Televanjelizmdir. Bu terim televizyon yoluyla yapılan Evanjelizm faaliyetleri için kullanılmaktadır. Bunun yanında televizyonda yayın yapan Evanjelik vaizleri tanımlamak için Televanjelist kavramı ortaya

çıkıştır. 1960'lı yılların sonuna doğru Time dergisi o zamanın televizyonda vaaz veren ünlü vaizi rahip Rex Humbard ile yaptığı röportajı yayınlarken kendisini "Tele-Evanjelist" olarak tanıtmış, sonrasında bu yeni kelime yaygınlaşmıştır (Pastor Rex Humbard, t.y.). Bazı erken televanjelistler radyo yayınları ile başlayıp televizyonun yaygınlaşması ile televizyona geçmişlerdir.

Televizyonun ortaya çıkışıyla birlikte, medyanın sahip olacağı önemli kültürel etkiyi ve dinî alanda sağlayacağı ilerlemeyi öngören Evanjelikler ile laik kesim arasındaki rekabet daha da yoğunlaşmıştır (Religious Broadcasting, t.y.). Bazı dinî gurupların televizyonu modernizmin ve laikliğin bir sembolü olarak görmeleri nedeniyle, 1970'lerin sonlarına ve 1980'lerin başına kadar mesajlarını televizyonla aktarmak için gerekli araçları ve teknolojiyi geliştirmedikleri görülmüştür. Dinî gurupların, televizyonun potansiyel gücüne yeni bir tepki vermesi ve Amerikan popüler kültür alanında birçok Hıristiyan tarafından daha geniş katılımı nedeniyle birçok hevesli vaiz, 1980'lerde kiliselerini televizyon yayınlarına taşımıştır. Diğerleri ise kariyerlerine, geniş bir medya iletişim ağına dönüşen yerel, bölgesel ve hatta ulusal programlar yaparak başlamış ve yayıncılık imparatorlukları, eleştiri ve şüpheliğe rağmen, 21. yüzyıla kadar yayınlarını devam ettirmiştir (Heller, 2013).

Amerikan Hıristiyanlığı, İsa'nın öğrencilerine, İncil öğretilerini dünyaya yayma talimatı veren "Büyük Görev"i gerçekleştirmek için, her bir kuşağın en etkili iletişim stratejilerini kullandığı uzun bir geçmişe sahiptir. Önceleri, International Church of the Foursquare Kilisesinin kurucusu Aimee Semple McPherson, yirminci yüzyılın başında "İsa için ruhları kazanmak" adına radyoyu araç olarak kullanması nedeniyle eleştirilse de sonradan rahipler Tanrı'nın mesajını iletmek için radyo ve televizyonu kullanmayı benimsemiştir (Heller, 2013).

1976' da Papa 6.Paul, "Kilisenin insan becerilerini her gün daha da mükemmelleştiren bu güçlü araçları kullanmazsa, Tanrı'nın önünde kendini suçlu hissedeceğini" söylemiştir ve bu misyona sadık kalınarak Katolik ETWN, kurulmuş ve Alabama'daki bir manastır-stüdyodan yayın yapmaya başlamıştır (Bruner, 2008, s. 47).

Evanjelikler, medyanın bazı hedeflere ulaşma kapasitesini göstermesi bakımından belki de televizyonun en hevesli Hıristiyan taraftarlarıdır. Evanjelistler sıklıkla TV'yi "tüm dünyaya gidip İncil'i vaaz etmek" veya "televizyon misyonerliği" olarak tanımlanan faaliyetleri yapmak için bir araç olarak görmüşlerdir. Televizyon yayınları Kiliseye gelmeyen ve Kutsal Kitabı başka türlü duyamayacak kişilere ulaşmak bakımından önemlidir. Araştırmaya göre kilise ile bağlı olmayan yaklaşık 20 bin yetişkin, bu programları ayda bir seyretmektedir (Bruner, 2008, s. 48).

Bir diğer yayıncı yüksek çözünürlüklü yayınların "görevlerini yerine getirmede" kendilerine yardımcı olacağı fikrindedir. Pavlus'un insanları kurtarmak için "herkes ile her şey oldum" (1.Korintliler 9, 22) sözünü örnek alan Evanjelik TV taraftarları, insanları kurtuluşa erdirmek için mümkün olan her yolun denenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir (Bruner, 2008, s. 48).

Evanjeliklerin dinî televizyon yayınlarına hâkim oldukları bir gerçektir. Kablo yayını, uydu yayını ve İnternet programları sayesinde, Amerikalıların çoğunun Evanjelik TV'ye erişimi bulunmaktadır. Evanjelik televizyon yayın içeriğinde haberler, talk şovlar, magazin gösterileri, sitcomlar, reality TV ve çizgi filmler bulunmaktadır. Evanjelikler, dinî programlarla, inanç ve aile konularında yapılan seminerler, İncil çalışmaları gibi dinî yayınlarla eğitim vermeyi amaçlamışlardır. Rahiplerin eğitici olduğu yayınlarda İncil sertifika programları, eğitim atölyesi ve lisans programı reklamları yer almaktadır. Bunların yanı sıra kehanet şovları ve FamilyNet'te Aile Zenginleştirme serisi gibi programlara da rastlanmaktadır. İnsanları dine döndürme çabası, çoğu dinî yayınların ve Televanjelistlerin temel amacı olmakla birlikte siyasî konular da bu programlarda sıkça işlenir. Örneğin CBN'nin sıkça davet ettiği konuk yorumculardan Jay Sekulow programlarında anayasal hukuk ve dinî özgür-

lük konularını muhafazakâr bakışla ele almakta, hattâ izleyicileri kendi görüşlerini yerel ve ulusal liderlerle paylaşmaya teşvik etmektedir (Bruner, 2008, s. 47).

Evanjelik eğlence programları, Cornerstone TeleVision daki “Pastör Greg” gibi komedileri ve “Bananas” gibi stand-up komedi gösterilerini barındırmaktadır. Diğer eğlendirici türler arasında İncil yarışma programları, müzik video programları ve gece boyunca çeşitli şovlar bulunmaktadır. Ana akım medyadan esinlenen yetenek yarışmaları (ör. Inspiration Network’un yayınladığı “Christian Artist Talent Search”), yeni yetenekleri ortaya çıkartmaktadır (Bruner, 2008, s. 47).

Evanjelikler ve dinî olmayan Ana akım televizyon yayınlarının zaman zaman birbirlerini taklit ettikleri görülmüştür. Televizyon yapımcıları, yenilikçi şovları gösterime sunup programın tutup tutmaması riskine karşı diğer başarılı programları kopyalama eğilimine girmişlerdir. Evanjelik izleyiciler için taklit programlar, kendi hayat tarzlarından uzaklaşmadan dünya içinde yaşayabileceklerini hissettirmiştir (Yuhanna 17, 13-16). Örneğin, The “700 Club”da görüldüğü gibi Evanjelik TV haberleri muhafazakâr eğilimlidir. Evanjelikler, “Living the Life” ve “Life Today” da dâhil olmak üzere magazin tarzı şovları taklit etmişlerdir. Kadın seyircilere hitabeden dinî sabah programları ana akım medyanın “The View” adlı popüler sabah şovunun benzeridir. Dinî yayıncılar, ünlü konukların davet edildiği sağlık, aile, moda ve ev idaresi ile ilgili programlar yapmışlardır. Gündüz saatlerindeki seyircileri eğitirken ve eğlendirirken, kadınları geleneksel kadın rollerini benimsemeye teşvik etmektedirler. Dinî çocuk programları, animasyonlar, kuklalar, şarkılar ve dersleri içeren okul öncesi öğrenme programlarını içermektedir. Evanjelik karikatürlerde fiziksel ve ahlâkî tehlikelerin üstesinden gelen karakterler vardır. “Discovery Children” programına benzeyen macera programları da bulunan yayınlarda çocuk şovları eğlence ile manevi öğretileri birleştirmektedir. 13-19 yaş arası ergenler için programlar, yaygın kanallardaki müzik, ünlüler, komedi ve ekstrem sporlara benzer programlar içerir. Müzik programları, Hıristiyan hip-hop, hardrock ve punk da dâhil olmak üzere tüm pop kültür türlerini yansıtmaktadır. Genç Hıristiyanlara sörf tahtası ya da kayak sevgisini misyonla karıştırıp sunan programlar vardır. “Late Night with Conan O’Brien” programını beğenenler için alternatif olarak taklidi “The Logan Show” sunulmaktadır (Bruner, 2008, s. 48).

2. Başlıca Evanjelik Yayın Kurumları

1960-1990 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri’ndeki en önemli gelişme, Ulusal Din Yayıncıları (NRB), Hıristiyan Yayıncılık Ağı (CBN), Teslis Yayıncılık Ağı (TBN) gibi dinî yayın ağlarının oluşturulmasıdır. Bu girişimler, çeşitli program formatlarının, kesintisiz dinî televizyon ve radyo yayınlarının kapsamalarının geliştirilmesine ve uydu teknolojisini kullanarak dünya çapında bir erişime izin vermiştir (Religious Broadcasting, t.y.).

2.1. Ulusal Dinî Yayıncılar (National Religious Broadcasters, NRB)

1940’ların başında Ana damar Protestan grupları ve Evanjelik gruplar arasındaki çekişme ve Evanjeliklerin radyo yayınlarından uzak tutulma çabası 1942’de Ulusal Evanjelik Birliği’nin (NAE) kurulmasına neden olmuştur. Derneğin misyonu, Fuller gibi Evanjelik radyo yayını yapan vaizleri korumak ve bağımsız Fundamentalistlerin ve Evanjeliklerin çıkarlarını ulusal düzeyde savunmaktır. NAE’nin kurulmasını hızlandırmak için, görevi radyo vaizlerini takip etmek olan bağımsız akademisyenlerin oluşturduğu Radyoyla Eğitim Enstitüsü tarafından yayınlanan tavsiyeler benimsenmiştir. 150’den fazla Evanjelik radyo yayıncısı bir araya gelerek önce NAE’yi kurmuş, bundan iki sene sonra Ulusal Dinî Yayıncılar kurumu (NRB) oluşturmuştur. Kurulduğu günden bu yana NRB kongre ve Federal Radyo Komisyonu üzerinde üyeleri adına lobi faaliyetlerinde bulunmaktadır. NRB Mesleki bütünlüğü sağlamak için bir dizi etik kurallar oluşturmuştur. Bu kurallara göre üyeler yayınlar için en yüksek teknik standartları koruyacak, yasal düzenlemelere uyacak ve yüksek standartlarda hesap verilebilirliği benimseyeceklerdir. NRB ayrıca, kaliteyi artırmak amacıyla çalıştaylar düzenlemiş, tavsiyeler içeren yayınlar bastırması, ödül koyarak başarıyı artırmış, teknik kalite için yönergeler belirlemiştir.

Kuruluşun gayretleri, birçok bağımsız yayın yapan kilise radyosunun sağlam mali temeller üzerine kurulmasına yardımcı olmuş ve programların kalitesini artırmaları için teşvik etmiştir. Sonuç olarak, 1950'li yıllara gelindiğinde, Evanjelik yayın, üstün teknik kalitesi ile tanınmaya başlamıştır. Dinî yayın yapan kanallar programlarına devam etmek için para kazanmanın önemini anlamışlardır. Evanjeliklerin radyoyu amaçları doğrultusunda kullanma kararlılığı televizyon çağına da taşınmıştır. Bugün, ileri görüşlü radyo yayıncıları tarafından ortaya çıkan Hıristiyan multimedya birliği, Misyon ruhuyla elektronik medya platformlarına erişimi savunmak ve genişletmek amacıyla geçmiştekenden çok daha karmaşık bir elektronik ortamda faaliyet göstermektedir. Araştırmalara göre belirli zaman diliminde TV, radyo, podcast veya kitaplar gibi dinî yayınları takip eden Hıristiyan kitleler Amerikalıların %45'ini oluşturmaktadır (The History of NRB, t.y.).

2.2. Hıristiyan Yayıncılık Ağı (Christian Broadcasting Network, CBN)

1960 yılında Pat Robertson tarafından kurulan CBN Amerika'nın ilk dinî televizyon yayın ağı olma özelliğindedir. Amerika 'da günlük bir milyon kişinin üzerinde izlenen "700 Club" programıyla ünlüdür. Resmî web sitesinde amaçlarının kitle iletişim yoluyla Amerika Birleşik Devletleri'ni ve dünyanın diğer ülkelerini İsa'nın yeryüzüne gelişine ve Tanrı'nın krallığının kurulmasına hazırlamak olduğunu belirtmiştir. Amaca ulaşmak için başlıca yöntem, toplu iletişim ve eğitimi kullanarak yaşlı ve gençlere Tanrı Krallığı'nın ilkelerini öğretmek olarak belirlenmiştir. Bu ilkelere göre görevlerinin yürütülmesi için yenilikçi olmak, mükemmel olmak, yüksek kalitede çalışmalar yapmak, dürüst ve güvenilir olmak yani başkalarıyla ilişkilerde ve iletişimde doğruluktan şaşmamak gerekmektedir. CBN bu iş için çalışanlarının Kutsal Ruh ve bilgelikle dolu olması gerektiğini düşünmektedir. Çünkü Tanrı'nın işinin, tanrının donattığı ve seçtiği halkı tarafından yapılması gerektiğine inanmaktadır. Kendilerinin İsa yoluyla Evanjelizm ve insani yardım yaptığını ve kar amacı gütmeyişini belirten bu örgüt 117 ülkede ve 47 dilde yayın yapmaktadır. 2016 verilerine göre yayınları dünya üzerinde 360 milyon kişiye ulaşmıştır. Amerika'da ihtiyaç sahiplerine 29 buçuk milyon yiyecek yardımı ve 11 doğal felakette yardımda bulunmuştur. Dünyada 201 bin kişiye sağlık yardımı yapmış, 952 temiz su kuyusu ve su deposu açarak 351 bin kişiye ulaşmıştır. 61 ülkede 100 binin üzerinde risk altında çocuğa yiyecek, barınma, eğitim, sağlık yardımı, iş eğitimi imkânı ve Hıristiyan talebeliği imkânı sunmuştur. "CBN Dua Merkezi" 2,8 milyon çağrı almış, 25 bin kişi iman ikrarında bulunmuştur (CBN, t.y.). Forbes dergisi tarafından yayınlanan verilere göre CBN 2015 yılında 294 milyon dolar gelir elde etmiştir (Forbes, t.y.).

Robertson'un kurduğu televizyon kanalı sonradan gelişerek içinde bir üniversite (Regent University), 24 saat telefonla dua hattı, çeşitli uluslararası yayın ve yardım kuruluşlarının da bulunduğu CBN imparatorluğuna dönüşmüştür. 1977'de yayınları uydudan izlenebilir duruma getirmiş, 1981'de kablo yayın ağına dâhil olmuştur. CBN, Robertson ve taraftarları tarafından ahlâkî açıdan dindarların kabul edilebilir bulduğu televizyon şovlarının canlanmasına neden olmuştur. Robertson, televizyon ağını kullanarak, Amerikan ailesinin çürümesine karşı mücadele etmeyi amaçlamıştır. Daha sonra "Aile Kanalı" olarak adı değiştirilen CBN, ülkemizde de gösterilmiş olan, "Waltonlar" ve "Lassie" gibi dizileri pazarlayabileceği muhafazakâr izleyici kitlesinin varlığını keşfetmiştir. Hatta "Aile Kanalı" o kadar başarılı olup kazanç sağlamıştır ki maliye teşkilatı bu kanalın vergiden muaf olan CBN'den ayrılmasını istemiştir. 1990'da Aile Kanalı International Family Entertainment kuruluşuna satılmış, ancak şirketi kontrol eden hisseler CBN'nin elinde tutulmuştur. Yayın ağının en ünlü programı olan "700 Club" programı modern dinî televizyon programlarına öncülük etmiştir. Robertson tarafından koordine edilen bu haber magazin formatında olan bu program, 1966 yılından bu yana her gün izleyicilere en son haberler, pratik mâlî tavsiyeler, aile ilişkilerine dair öneriler, dua ve ilâhi tarzı müzik, Hıristiyan gurupların önderleriyle yapılan söyleşiler, şifa için yapılan dua ve izleyicilerin iman ikrarlarını sunmaktadır (Djupe ve Olson, 2003, ss. 89-90).

2.3. Teslis Yayın Ağı (Trinity Broadcasting Network, TBN)

Belki de yeni yayın imparatorluklarının en başarılısı Teslis Yayın Ağı'dır (TBN-Trinity Broadcasting Network). Kuruluş amacı diğer dinî yayın ağları gibi Hıristiyanlığı yaymak, kendi anlatımlarıyla "İsa'nın hayat değiştiren mesajını" dünyanın dört bir köşesine televizyon ve diğer iletişim araçlarıyla ulaştırmaktır. Bu amaçla yayınlara 1973'de başlayan TBN, gittikçe büyüyerek günümüzde 37 tam güç TV istasyonuna ve 9 ana uydu yayınına sahip olan yarım milyar dolar değerinde bir televizyon imparatorluğuna dönüşmüştür. 8000 kablolu yayın kuruluşu ile tüm dünyada günde 150 milyonluk bir kitleye ulaştığı tahmin edilmektedir. Yayın ağı dünya üzerinde 24 dilde yayın yapmak için 26 uydu kullanarak 85 uydu kanalından yararlanmaktadır. TBN günde 24 saat üzerinden yayın yapmakta ve Televanjelistlerin en büyük isimlerini grubuna dâhil etmektedir. Kendilerine bağlı, içinde Türkçe yayın yapan *Kanal Hayat*'ın da bulunduğu 30 yayın ağı bulunmaktadır. Kurucuları Paul ve Jan Crouch, Pentekostçu gelenekten geldikleri için yayınlarında Pentecostçu ibadet tarzı ve teolojisi gözlemlenmektedir. TBN'nin en önemli programı olan "Praise the Lord", gösteri ve talk show formatlarını içermektedir. Amerika'nın en tanınmış Hıristiyan vaizleri ve müzisyenleri bu programa davet edilmektedir. Ayrıca, yılda iki kez yayın ağının bakımı ve genişletilmesi için kaynak yaratan seyircilerin canlı yayına telefonla katılıp bağış yaptığı bir program da gerçekleştirmektedir. Programlarda kilise âyinleri, ilâhiler, aile filmleri, çocuk programları, ergenler ve yetişkinler için şov programları bulunmaktadır. TBN interneti, yayınları çevrimiçi ulaştırmak için ilk kullanan yayın ağlarından birisi olma özelliğini de taşımaktadır. Günümüzde TBN ailesi akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlarla milyonlarca kişi tarafından takip edilmektedir. 41 binden fazla program internet üzerinden TBN yayın ağlarından ulaşılabilir. Bunlara ek olarak TBN kurucusu Paul Crouch, hapishanelerde yatan kişilere "Tanrı'nın sevgisinin" ulaştırılması amacıyla 30 eyalette 750'den fazla hapishane için "TBN İkinci Şans" adlı bir yayın başlatmıştır. Bunun dışında Orlando, Florida'da Kutsal Kitap'tan bazı manzaraların görsel ve sesli sunulduğu, antik İsrail'in canlandırıldığı interaktif bir tatil parkı inşa ettirmiştir (TBN, t.y.).

Sonuç

Evanjelistizm, İngilizce konuşulan bölgelerde 18. ve 19. yüzyıl başlarında Kuzey Atlantik Anglo-Amerikan dünyasında meydana gelen bir dizi dinî canlanma hareketinin ürünü olan çeşitli Protestan dinî gurupları tanımlamak için kullanılan geniş kapsamlı bir çatı kavramdır.

Evanjelistler için İncil mesajının diğer insanlara yayılması büyük bir önem arz etmektedir. Evanjelistizmin olmazsa olmaz özelliklerinden biri olan Evanjelistizm, İncil'in vaaz edilmesi veya insanlara Tanrı'nın kurtuluş mesajının iletilmesi çabasıdır. Evanjelistlere göre İsa tüm insanların günahlarına kefarete olmak için çarmıhta ölmüştür. İsa, bunu kabul eden insanların günahlarının bağışlandığını müjdelemiştir. İşte bu kurtuluş haberini ilân etme, duyurma her Hıristiyan'ın görevi kabul edilmektedir. Bu, Yeni Ahit'te "Büyük Görev" olarak adlandırılmıştır. İsa havarilerine bütün ulusları öğrencileri olarak yetiştirmelerini; onları Baba, Oğul ve Kutsal Ruh'un adıyla vaftiz etmelerini emretmiştir. İsa'nın yeryüzüne ikinci gelişine kadar insanların hepsine kurtuluş mesajının ulaştırılması gerektiğine inanmışlardır. İsa'nın gelişini hızlandırmanın bir yolu da tüm insanlara İncil mesajının yayılmasıdır.

Evanjelistizm eskiden yüz yüze, sokakta, ev toplantılarında, kilise binalarında ve çadırlarda vaaz verme yoluyla yapılırken, gelişen teknolojiyle birlikte Evanjelistler daha çok insana ulaşma imkânını yakalamışlardır. Evanjelistler daima kitle iletişim araçlarının dini amaçlar için kullanımını savunmuşlar, Tanrı'nın insanlığın kurtuluşu için bu yeni teknolojiyi kendilerinin emrine verdiğine inanmışlardır. Bu bağlamda Evanjelistler dini amaçları için yeni teknolojileri etkili şekilde kullanmayı öğrenmişlerdir.

Dini radyolar Evanjelistizmin önemli bir kültürel kurumu olarak karşımıza çıkmaktadır. Evanjelistlerin misyon duygusu dini radyoların çoğalması sonucunu doğur-

muştur. Dini radyo yayınları din adamlarını popüleştirmiş, bu durum cemaatlerinin büyümesine neden olmuştur. Misyon duygusunun yanında dinleyicilerden toplanan bağışlar dini radyoları ateşleyen başka bir önemli unsur olmuştur. Dinleyici sayısının artması daha çok bağış toplamak anlamına gelmektedir. Daha geniş kitlelere ulaşma arzusu yayın kalitesini artırmıştır.

Televizyonun ortaya çıkışıyla birlikte, medyanın sahip olacağı önemli kültürel etkiyi ve dinî alanda sağlayacağı ilerlemeyi öngören Evanjelikler televizyon alanına girmekte gecikmemişlerdir. Bu dönemde ortaya çıkan yeni bir kavram olan Televanjelizm, televizyon yoluyla yapılan Evanjelizm faaliyetleri için kullanılmıştır.

Evanjelikler radyo alanında edindikleri tecrübeleri televizyona aktarmışlardır. Evanjelik yayın ağlarının oluşturulması bu alandaki başka bir önemli gelişmedir. Evanjelik yayın ağları son teknolojileri takip ederek yayınlarına ulusal ve uluslararası ölçekte erişimi kolaylaştırıp, dini yayın alanına hâkim olmuşlardır. Evanjelik yayın ağları yıllık yüz milyon doları bulan kazançlar elde etmektedir. Bu gelirlerle gelişmemiş ülkelerde eğitim, sağlık ve sosyal alanda yardım yapan kuruluşlar kurarak misyonerlik faaliyetlerinde bulunmaktadır.

ABD’de Evanjelikler büyük bir muhafazakâr oy deposudur. Çoğu zaman blok halinde hareket eden bu dinî gruba ulaşmak ve onları etkilemek siyasetçiler açısından büyük önem arz etmektedir. Evanjeliklerin yayın ağları seçim döneminde birçok siyasetçi tarafından kullanılmakta, muhafazakâr kesimin siyasi taleplerini yerine getirmek karşılığında oy istenmektedir. Bunun yanında Evanjelik liderler medya aracılığı ile kitleleri harekete geçirerek siyasiler üzerinde baskı kurmaya teşvik etmektedirler.

Kaynakça

- Astley, J. (2002). Evangelism in education: Impossibility, travesty or necessity?. *International Journal of Education and Religion*, 3(2), 179-194.
- Bebbington, D. W. (2003). *Evangelicalism in modern Britain: A history from the 1730s to the 1980s*. London: Routledge
- Blake, M. (2005). Stations of the cross, *Columbia Journalism Review*, (44) 32-39. 10.02.2018 tarihinde http://www.theocracywatch.org/station_cjr_may_05.htm adresinden erişildi.
- Bloesch, D. G. (1982). *Essentials of Evangelical theology Volume II: Life, ministry, and hope*. San Francisco: Harper & Row.
- Bosch, D. J. (1991). *Transforming mission: Paradigm shifts in theology of mission*. Maryknoll: N.Y. Orbis Books.
- Bruner, K. (2008). Thinking outside the tribal TV box (ed.) Quentin J. Schultze and Robert H. Woods Jr. *Understanding Evangelical Media: The Changing Face of Christian Communication*. InterVarsity Press.
- Creasman, P. A. (2008). Looking beyond radio for listeners (ed.) Quentin J. Schultze and Robert H. Woods Jr. *Understanding Evangelical Media: The Changing Face of Christian Communication*. InterVarsity Press.
- Demy, T. J., Paul R. S. (2017). Evangelism, *Evangelical America: An encyclopedia of contemporary American religious culture*, California: ABC-CLIO.
- Djupe, P. A., Laura R. O. (2003). *Christian broadcasting network (CBN) and the 700 Club*, *Encyclopedia of American Religion and Politics*, 89-9. Facts On File Inc.
- Fetner, T., Stokes, A., Sanders, C. B. (2013). *Evangelical radio in the US and Canada: Public policy and political culture*. Conference Papers- American Sociological Association, New York. 10.11.2017 tarihinde <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=4b5c7415-6b2f-4227-9bf1-5178f54a-3ca2%40sessionmgr4010> adresinden erişildi.

- Frazier, C. W., Crawford, B., Chris P. (2011, February). The political pluralisation of American Evangelicals: How old media built a movement, and why the Internet is poised to change it. *International Journal for the Study of the Christian Church*, 66-78, Vol. 11, No. 1.
- Güngör, A. İ. (2016). *Evanjellikler*. İstanbul: İlgi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Heller, J. (2013). Televangelism. *Salem Press Encyclopedia*, 08.08.2017 tarihinde <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=5&sid=91648317-efdd-4e10-b7f7-fec83ce6c9b3%40sessionmgr4008&bdata=Jmxh-bmc9dHlmc2loZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=89103141&db=ers> adresinden erişildi.
- Krapohl, R. H., Charles H. L. (1999). *The Evangelicals: A historical, thematic, and biographical guide*. Westport Connecticut: Greenwood Press.
- Kutsal Kitap (2011). Seoul, Kitabı Mukaddes Şirketi ve Yeni Yaşam Yayınları.
- Lochte, B. (2008). Christian radio in a new millennium. *Journal of Radio & Audio Media*, 15(1), 59-75, 08.02.2018 tarihinde <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376520801978167> adresinden erişildi.
- Lule, J. (2010). *Understanding media and culture: An introduction to mass communication*, 17.02.2018 tarihinde <http://open.lib.umn.edu/mediaandculture/chapter/7-2-evolution-of-radio-broadcasting/> adresinden erişildi.
- Marsden, G. M. (1998). *Understanding fundamentalism and Evangelicalism*. William B. Eerdmans Publishing Company, Grand Rapids.
- Marsden, G. M. (2006). *Fundamentalism and American culture*. New York: Oxford University Press.
- Schultze, Q. J. (2003). *Christianity and the mass media in America: Toward a democratic accommodation*. Michigan: Michigan State University Press.
- Treier, D. J., Walter A. E. (2017). Evangelism. *Evangelical dictionary of theology*, Baker Academic.
- Werner, D. (2007). Evangelism from a WCC perspective: A recollection of an important ecumenical memory, and the unfolding of a holistic vision. *International Review of Mission*, 182-203. Vol 96, No.382-383.
- Willis, J., Barbara W. (2006). *Armageddon now: The end of the world A to Z*. Canton: Visible Ink Press.

İnternet Kaynakları

- CBN resmi web sitesi, 09.08.2017 tarihinde <http://www.cbn.com> adresinden erişildi.
- Christian mass media reach more adults with the Christian message than do churches. (2002, July 02), 11.10.2018 tarihinde <https://www.barna.com/research/christian-mass-media-reach-more-adults-with-the-christian-message-than-do-churches/> adresinden erişildi.
- Evangel. (t.y.), *Oxford Dictionaries*, içinde. 03.04.2014 tarihinde <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/evangel> adresinden erişildi.
- Evangel. (t.y.), *Oxford Living Dictionaries*, içinde. 16.12.2018 tarihinde <https://en.oxforddictionaries.com/definition/evangel> adresinden erişildi.
- Evangelism. (t.y.), *World Heritage Encyclopedia*, içinde. 31.12.2018 tarihinde <http://community.worldbooklibrary.org/Articles/Evangelism?&Words=evangelism> adresinden erişildi.
- NRB resmi web sitesi, 09.08.2017 tarihinde <http://nrb.org/about/history/> adresinden erişildi.

Religious Broadcasting. (t.y.), *Encyclopedia of Religion* içinde. 02.08.2017 tarihinde <http://www.encyclopedia.com/environment/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/religious-broadcasting> adresinden erişildi.

Rex Humbard resmi web sitesi, 05.04.2018 tarihinde <https://rexhumbard.org/pastor-rex-humbard/> adresinden erişildi.

TBN resmi web sitesi, 18.08.2017 tarihinde <https://www.tbn.org/about/history> adresinden erişildi.

MEDIAD

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

Evangelical Movement and Radio Television Broadcasting

Hakan YILMAZ

Extended Abstract

Evangelicalism is an umbrella concept that is used to describe a large number of Protestant groups. This term was used to describe religious groups in English-speaking regions that were the result of a series of religious revival movements that took place in the North Atlantic Anglo-American world in the early 18th and early 19th centuries. Almost every Protestant church in America has an Evangelical wing.

The word evangelism, derived from “evangel” which refers to spreading the Good News, ie missionary activities; the word evangelist is used for a person who spreads the Gospel in the first sense.

The common theological features of the religious groups that make up the evangelical movement were examined under four main headings by British historian David Bebbington. These are biblicism, accepting the Bible above all religious authorities; crucicentrism, which means the sacrifice of Jesus on the cross for the salvation of all mankind; conversionism used in the sense of a supernatural return of a sinful person to God, revival in spiritual sense; activism, which is an attempt to express faith and change others.

The aim of this study is to put forth how the Evangelicals, who are highly effective in the field of politics, use radio and television in the USA and the historical background of Evangelical broadcasting in the USA. Although evangelicalism is an Anglo-American phenomenon, the research will be limited to the USA alone.

The twentieth-century evangelicals advocated the use of mass media for religious purposes. With the development of radio broadcasting in the 1920s, the Evangelicals owned a device to convince the masses. The evangelicals believed that God gave this new technology to their disposal for the salvation of humanity. The evangelicals expressed the idea that radio and then television was part of God’s plan of history. Evangelicals have given particular religious importance to using American technology to spread the Bible message, which is often called “Great Commission”. In the 1920s, they adapted their theological beliefs to time by establishing the view that loyal followers of Jesus should use every new medium to spread the Bible message. Evangelicals had great broadcasting facilities and operated broadcasting facilities, including satellite links, television and radio stations. Evangelicals quickly used new technologies from cable to videocassettes.

It is known that churches and some religious groups started broadcasting from the first days of radio in the USA. Then the American entrepreneurial spirit, combined with the growing interest in radio and the missionary effort of Evangelical Christianity, resulted in the proliferation of religious radios.

In the United States, the use of radio broadcasts by Evangelical groups for religious purposes, broadcasting sermons and prayers of Evangelical priests, has led to expanding their masses in some way. In particular, radio where music, expressive discourses of people and the art of drama is used extensively, have adapted to the broad-

casts of warming other people to religion. Since 1920, evangelical programs have become the sine qua non of radio broadcasts. The American audience expressed in millions has made some preachers famous. Religious broadcasting radios have served as an important cultural institution of American Evangelicalism in the past.

Over time, radio stations have created different program formats that target audience characteristics. While many formats are popular, music-oriented, speech-based programs and audience-educating programs also play a significant role. Church music has been used frequently among other programs. In the 1980s and 1990s, the emergence of "Contemporary Christian Music revived religious radio broadcasts.

Although television technology, which became a widespread form of news and entertainment in American homes in the 1950s, was ignored by some religious groups, Evangelical broadcasters entered this area quickly.

A new concept that emerged in this period is Televangelism. This term is used for evangelism through television. In addition, the concept of Televangelist has emerged to describe Evangelical preachers on television.

It is a fact that evangelicals dominate religious television broadcasts. By means of cable, satellite and internet programs, most Americans have access to religious television. Evangelical television programs include news, talk shows, magazine shows, sitcoms, reality TV and cartoons. Evangelicals aimed to provide education through religious programs such as seminars on faith, family issues, and Bible studies. Evangelicals and non-religious Mainstream television broadcasts have been imitated each other from time to time.

The most important development in the United States between 1960 and 1990 was the creation of religious broadcasting networks such as National Religious Broadcasters (NRB), Christian Broadcasting Network (CBN), Trinity Broadcasting Network (TBN). These initiatives have allowed the development of various program formats and exceeded the scope of uninterrupted religious television and radio broadcasts worldwide by using satellite technology.

MEDIAAD

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

KİTAP DEĞERLENDİRMEĞİ | BOOK REVIEW

Aralık 2019, 2(2), 333-335

Geliş: 18.11.2019 | Kabul: 13.12.2019 | Yayın: 31.12.2019

Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments are Transforming Religious Authority

Değerlendiren/Reviewed by: Benjamin Ale-Ebrahim¹



Kitabın Künyesi: Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments are Transforming Religious Authority*. Chapel Hill: University of North Carolina Press. 214 pp. ISBN 9781469643168.

Gary Bunt's *Hashtag Islam* presents a survey of how diverse communities of Muslims around the world are using internet-based technologies to "fulfill spiritual, mystical, and legalistic agendas" (3). Through an investigation of what he defines as "cyber-Islamic environments (CIEs)" - a broad category of analysis encompassing everything from social media posts, online *fatwa* (Islamic legal opinion) services, transnational media conglomerates, and digitally-published magazines, to name a few examples - Bunt argues that the internet has played a critical role in transforming the ways in which Muslims engage with religious authorities, allowing greater access to religious knowledge beyond the bounds of traditional Islamic scholarship and providing a platform for alternative or minoritarian approaches to Islamic practice. *Hashtag Islam* is Bunt's fourth book on digital media in Islamic contexts, focusing on recent developments in the spread of internet communication technologies between 2009-2017 in the Muslim-majority world.

Bunt employs a theoretical approach inspired by scholars of media like Marshall McLuhan and Jürgen Habermas in order to understand the nature of media in relation to its informational content as well as the role of media in allowing for public debate about important religious and societal issues (10-18). He focuses his analysis on the relationship between "faith, command, and control" (2) in several different cyber-Islamic environments around the world. Bunt argues that the technical affordances of internet-based communication technologies like social media and blogs, including the possibility of rapid dissemination of information across borders and the potential for direct communication between the average Muslim and prominent religious leaders, have drastically reshaped how religious authority is enacted in Islamic contexts. Internet-connected Muslims are blogging, tweeting, and posting content online that challenges religious interpretations promoted by state-sponsored institutions in countries such as Saudi Arabia and Iran (chapter 2). Muslims around the world are using the internet to read the Qur'an, enhance their *haji* pilgrimage experience, arrange romantic relationships outside traditional channels, and build transnational communities in Sunni, Shi'a, and Sufi contexts (chapter 3). Well-established sources of religious authority, including the Darul Ifta Deoband in India and Ayatollah Sistani in Iraq, are adapting to the widespread use of internet-based technologies among Muslim communities, establishing online platforms for the dissemination of religious rulings in order to reach their audiences more effectively (chapter 4). Bunt demonstrates that skillful use of algorithms and hashtags are becoming just as critical in the creation and dissemination of Islamic knowledge as an extensive study of the Qur'an and hadith.

In the last two chapters, Bunt discusses the role of the internet in radicalization and the spread of jihadist ideologies (chapter 5), particularly how supporters of the

¹ Doctoral Student, Indiana University, Bloomington, e-mail: benalebrahim@gmail.com, orcid.org/0000-0002-7889-2761

so-called “Islamic State” (ISIS, ISIL, or *da’esh*) make use of the internet to spread their influence worldwide (chapter 6). While many other scholars and policymakers have discussed the role of the internet in facilitating the spread of extremist ideologies, especially how terrorist groups such as al-Qaeda and ISIS use encrypted messaging services like WhatsApp and Telegram to communicate among themselves, or how these groups make use of servers hosted on the dark web to plan and encourage lone-wolf attacks, Bunt’s important intervention here is his discussion of how ISIS members are adept at using seemingly innocuous styles of communication popular on the internet more generally in order to make their ideologies and tactics seem normal and mundane. One striking example of this is a Twitter account operated by an ISIS-supporter dedicated to sharing photos of militants posing with cats (124-125). Using the widespread appeal of cute cat photos, ISIS attempts to assert the normalcy of life in their so-called “caliphate.” Another ISIS blogger from Britain posts photos documenting the availability of cappuccinos and other global consumer commodities in ISIS-controlled territory in order to encourage Western recruits (129-130). These “cute” and “normal” images, alongside the brutally violent videos of beheadings and executions more familiar to observers of ISIS’s media output, are important to consider in order to understand the complex nature of this terrorist group’s public relations strategy.

As a wide-ranging survey of how diverse communities of Muslims have made use of internet-based communications technologies over the course of nearly a decade, Bunt is successful in synthesizing a vast amount of material into a concise narrative about the importance of new media in reshaping Islamic religious authority. Due to the sheer amount of data he is interested in and the global scope of this book, Bunt is primarily concerned with presenting an up-to-date overview of some of the most important aspects of digital media use in contemporary Islamic contexts, avoiding extensive theoretical discussions and jargon-heavy writing. He leaves space for other scholars to analyze in greater detail the case studies he presents here. Indeed, in the introduction, Bunt writes that he hopes this book “will provide a springboard for further exploration and understanding, given that the multidisciplinary and interdisciplinary subject area has plenty of opportunities for further research” (5). While reading, I found myself thinking that several case studies in this book could be entire chapters or dissertation projects in their own right. Anyone new to the field of Islamic digital media studies, including students, researchers, and policymakers, will find this book a useful and accessible introduction to the various ways in which new media technologies are reshaping authority and religious practice in Islamic contexts worldwide.

In addition to serving as a recent survey of “cyber-Islamic environments” over the past decade, *Hashtag Islam* performs important work in disrupting dominant narratives promoted by major Western media outlets and government entities that tend to associate the use of new media technologies in Muslim-majority contexts only with jihadism, terrorism, and violence. Bunt demonstrates how internet-based communications technologies like social media platforms, blogs, and smartphone apps are reshaping norms of Islamic religious authority on a fundamental level, affecting all aspects of life for contemporary Muslims everywhere, not just the miniscule minority of Muslims around the world who promote violence. In this book, Bunt attempts to counter the widespread Islamophobic emphasis on the potential for violence enabled by these new media technologies by taking a global, *ummah*-wide view of new media use. He shows his readers that although violent groups like al-Qaeda and ISIS are employing the internet to achieve their goals, this is only a small but highly visible aspect of global Muslim internet use. The internet has also reshaped how the vast majority of Muslims around the world engage with Islam and Islamic authorities such as interacting with an *imam* in a more direct manner, questioning some interpretations of Islamic law related to women and LGBTQ, and meeting a potential spouse on a dating app designed specifically for Muslims.

While Bunt is successful in synthesizing some of the most important recent trends in digital media use among Muslims worldwide, challenging Islamophobic policies around Muslim internet use that overly emphasize the potential for violence enabled by digital platforms, one of the weaknesses of this book is that Bunt does not spend significant space analyzing his examples in detail. I would have liked to have seen Bunt discuss why, for example, ISIS militants have taken up the genre of cat photos in particular rather than some other seemingly-innocuous internet meme and how they are adapting this genre to fit their interests and political goals. Performing this sort of finer-grained analysis would enhance his arguments about the relationship between Muslim internet use and broader trends of internet activity worldwide. Though this book is intended as a global summary of recent trends, and Bunt wants to leave room for other scholars to take up his arguments and pursue their own research agendas, I think his argument could have been enhanced by including a few key examples in which he performs a closer read of the data he has gathered.

Hashtag Islam is a useful book for scholars and policymakers seeking an introduction to the complex ways in which Muslims around the world have made use of digital media over the past decade, especially the role of the internet in everyday Muslim life to facilitate religious worship, disseminate religious knowledge, shape Islamic identities, initiate romantic relationships, and build transnational communities. Bunt demonstrates that violent terrorist groups represent only one small but highly visible group of internet users in the Muslim-majority world; most Muslims worldwide are using the internet in non-violent ways to find answers to religious questions, connect with family and friends, and develop connections across borders. *Hashtag Islam* demonstrates that the internet has become a crucial site for the exercise of Islamic religious authority in the contemporary world, presenting numerous case studies of how both traditional and non-traditional, normative and alternative Muslim actors are adapting to the increasing popularity of internet-enabled communication in unexpected ways.

