

## YAYGIN DİN EĞİTİMİNDE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ YERİ: Televizyon Örneği

Ayşe Zişan FURAT\*

### ÖZET

Günümüzde görsel medya araçları ve özellikle televizyon, insanların dış dünyayla kurdukları ilişkilerin şekillenmesinde aktif bir rol üstlenmektedir. Yapılan araştırmalar, bu araçların kullanımlarının yoğunluğunun izleyiciler üzerinde bir taraftan kısa anlık duygusal tepkiler oluşturabilirken, diğer taraftan da hayata yaklaşımlarını değiştirebilecek seviyede uzun süreli etkilerde de bulunabildiğini göstermektedir. Bu uzun vadeli etkilenmenin bir eğitim şekli olarak nasıl tanımlanabileceğini ve televizyonun yaygın din eğitimindeki yerini inceleyen araştırmamız konuyu, “eğitim ve iletişim arasındaki ilişki”, “eğitimin bir iletişim şekli olarak algılanması” ve “televizyonun yaygın din eğitimi araçları arasındaki yeri” olmak üzere üç bölümde ele almaktadır.

*Anahtar Kelimeler:* Din ve Medya, Din Eğitimi, Görsel Medya, İletişim, Dini Yayıcılık

### SUMMARY

#### The Role of Mass Communication Mediums in Informal Education: The Case of Television

In contemporary world, visual media, particularly television, plays an effective role in shaping forms of relations between human being and outside world. According to the researches on this issue, while these mediums have some short-term effects on the viewers as emotional reactions on the one hand, they have also some long-term effects such as developing and changing their understandings, approaches and attitudes on the other hand. In this paper which focuses on “how this long-term effects can be defined as a form of education” and “what is the role of television in informal education” will examine this issue under three chapters as following. (1) “The relation between education and communication”, (2) “Perception of education in the form of communication” and (3) “The place of television in non-formal education mediums”.

*Keywords:* Religion and Media, Religious Education, Visual Media, Communication, Religious Broadcasting

Sosyal bir varlık olan insan, dünyaya gözünü açtığı andan itibaren kendisini, hayatının her aşamasında onu çepeçevre saracak olan bir iletişim ağının içerisinde bulur ve bu ağ onun, yaşadığı sosyal çevrenin bir parçası haline gelmesinde yardımcı olur. İnsanoğlunun dış dünyayla kurduğu ilişkiler bütünü, onun ihtiyaçlarını dile getirmesini, bilgi edinmesini, bildiklerini aktarmasını ve hatta yaşamını anlamlandırmasını sağlar. Bu bağlamda insanoğlunun dış dünyayı tanıma isteği bilimsel faaliyetlerin kökenini oluştururken, bilgi aktarımını etkin bir şekilde sağlama ihtiyacı da iletişim araçlarının üretilmesine gidecek yolun temellerinin atılmasına sebep olmuştur. İletişim araçlarında yüzyıllar boyunca meydana gelen gelişmeler, dünyanın en uzak mesafeleri arasındaki bilgi aktarımını birkaç saniyelik bir sürece indirirken, insanların en çok kullandıkları duyu organları olan göz ve kulağa hitap etmesi özelliğiyle görsel medya ve özellikle de televizyon, diğer kitle iletişim araçlarına kıyasla kendisine daha avantajlı bir konum edinmiştir. Bu durumun diğer bir nedeni, özellikle televizyonun kolay ulaşılabilir, ekonomik ve eğlenceli bir araç olmasıdır. Yapılan araştırmalarda, çocukların ilk 6 aylık dönemden itibaren televizyon seyretmeye başladıkları, 2 ile 11 yaş arasındaki çocukların haftalık televizyon izleme süresinin yaklaşık 28 saat olduğu tespit edilmiştir<sup>1</sup>. İnsan, hayatının bu denli erken bir döneminde karşılaştığı bu araçla,

<sup>1</sup> Elizabeth Perse, *Media Effects and Society*, s. 151. Ülkemizde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından 2006 yılında (25 Nisan- 3 Mayıs 2006) tarihleri arasında yapılan İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması'na göre ilköğretim seviyesindeki öğrencilerin %15,5'inin hafta içi 5 saatten fazla, %28,4'ünün ise hafta sonu 5 saatten fazla televizyon izledikleri tespit edilmiştir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, *İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları*, Ankara, 2006, s.30. Yine RTÜK'ün 22 Aralık 2005-5 Ocak 2006 tarihleri arasında yaptığı Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması'na göre ise, araştırmaya katılan 4581 kişinin hafta içi günde ortalama 5,09 saat, hafta sonu ise günde ortalama 5,15 saat televizyon izledikleri ortaya çıkmıştır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*, Ankara, 2006, s.37, 41. Her iki rapora RTÜK'ün web sayfasından ulaşılabilir. Raporların tam metinleri için bkz. (Çevrimiçi) [http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik\\_id=0f157d78-0884-47d4-9591-3efc39178e05](http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=0f157d78-0884-47d4-9591-3efc39178e05), 15 Aralık 2008. “Yetişkinlerin Yaygın Din Eğitiminde Televizyonun Yeri ve Fonksiyonları (İstanbul Örneği) - Sır Dizileri ve Dini Programlar-“ isimli doktora tezimiz çerçevesinde yapılan araştırmada da, ankete katılımcıların (toplam 1123 kişi) %47,3'sinin günde 1-3 saat arası televizyon izlediği tespit edilmiştir. Bu oran, %22,4 ile günde 30 dk. ile 1 saat arası televizyon izleyenler takip etmektedir. Günde 3 saatten fazla televizyon izleyenlerin yüzdesi ise, nispeten daha azdır (%18,7). Dolayısıyla katılımcıların çoğunluğunun (%66) günde 1 saatten fazla televizyon izlediğini söylemek mümkündür. Ayşe Zişan Furat, “Yetişkinlerin Yaygın Din Eğitiminde Televizyonun Yeri ve Fonksiyonları (İstanbul Örneği) - Sır Dizileri ve Dini Programlar-“, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2008, s.144-145.

hayatının ilerleyen dönemlerinde de beraber yaşamaya devam etmektedir. Onun neredeyse tüm hayatına nüfuz etmiş olan bu kitle iletişim aracı da, kimi zaman bir bilgi kaynağı, kimi zaman bir eğlence aracı, kimi zaman bir sığınak ve hatta bir eğitim aracı işlevi üstlenmektedir<sup>2</sup>.

Özellikle günümüzde sayısı artan dini içerikli yayın yapan kanallar, batı dünyasında yaygınlaşan televanjelik akımlar ile 11 Eylül sonrası medyada sıklıkla görülen olumsuz İslam imajı gibi nedenler, konunun din bağlamında da yansımalarının bulunduğunu göstermektedir. Diğer taraftan tüm dünyada olduğu gibi ülkemiz ekranlarında da dini konu, içerik ve kavramların işlendiği programların sayılarının artması ve bu programların izlenme oranlarındaki yükseliş, konu üzerine yapılan tartışmaların din eğitimi sahasına da kaymasını sağlamıştır<sup>3</sup>. Konuyu akademik bir çerçevede ele almak amacıyla yapılan ilk büyük girişim, 2004 tarihinde Diyanet İşleri Başkanlığı'nın hazırladığı “II. Uluslar arası Dini Yayınlar Kongresi” dir. Bu kongrede genellikle ülkemizdeki dini içerikli programlar hakkında bilgiler verilmiş, sesli-görüntülü dini yayıncılığın karşılaştığı sorunlar üzerinde durulmuş, ancak konu din eğitimi açısından ele alınmamıştır<sup>4</sup>. Konuyu özellikle din eğitimiyle ilişkili olarak ele alan diğer çalışmalarda da ne yazık ki, dini içerikli programların genellikle izleyiciler üzerindeki kötü etkileri üzerinde yoğunlaşmakta, yayınlanan programlar aracılığıyla oluşan süreçteki eğitimin kavramsal temelleri konusu ise geri planda kalmaktadır<sup>5</sup>.

<sup>2</sup> Charles R. Wright, **Mass Communication. A Sociological Perspective**, New York, McGraw-Hill College, 1975, s.8. Ayrıca bkz. Harold Laswell, “The Structure and Function of Communication in Society”, **The Communication of Ideas**, Ed. L. Bryson, New York, Harper, 1948, s.37-51.

<sup>3</sup> Bu konudaki ilginç örneklerden bir tanesi, ülkemizde 1996 yılından itibaren Samanyolu TV’de yayınlanmaya başlayan ve “Sır Dizileri” isimli programlardır. Bu programlar 2001 yılından itibaren izlenme oranlarındaki artış sonrasında, diğer kanalların yayın programlarında da görülmeye başlamıştır. Bu konuda detaylı bilgi için bkz. Furat, **a.g.t.**, s.88.

<sup>4</sup> Kongrede sunulan tebliğler Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından 2005 yılında basılmıştır. Kongrede sır dizileri ile ilgili olarak da bir tebliğ sunulmuştur. Bkz. M. Saim Yeprem, “Televizyonda Sır Dizileri”, **II. Uluslar arası Dini Yayınlar Kongresi**, Tebliğler-Müzakereler (05-07 Kasım 2004, Ankara), Ankara, 2005, s.137-146.

<sup>5</sup> Televizyonun olumlu ve olumsuz yönleri konusunda günümüzde pek çok çalışma yapılmıştır. Hazırlanan bu çalışma ile bu tartışmalara temas edilmemeye çalışılarak, sadece televizyon gibi bir kitle iletişim aracının din eğitimi sürecinde nasıl bir işlev üstlendiğinin teorik çerçevesi çizilmeye çalışılacaktır. Bahsedilen diğer tartışmalarla ilgili geniş bilgi örn. Bkz. Mustafa Köylü, “Televizyonun Olumsuz Etkileri”, **Din Öğretimi Dergisi**, (25), Ankara 1990, s.76-80 ve Abdülkerim Bahadır, “Çocukluk Dönemi Din Ve Değer Yapılanmasında Tv Yayınlarının Olumsuz Etkileri ve Çözüm Önerileri”, **Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, yıl: 2005, sayı 20, s.29-64.

Hazırlanan bu çalışmayla, televizyonda yayımlanan programların din eğitimi açısından nasıl tanımlanabileceği sorusu tartışılacaktır. Konuyu teorik açıdan ele alan bu çalışmada, öncelikle eğitim ve iletişim kavramları arasındaki ilişki üzerinde durularak, “eğitiminin temelinde iletişimin bulunduğu, ancak iletişim aracılığıyla yürütülen eğitimin diğer eğitim şekillerine göre farklılıklar içerdiği” vurgulanacaktır. Buradan yola çıkarak, din eğitiminin bir iletişim şekli olarak nasıl tanımlanabileceği araştırılacaktır. Son olarak da televizyonun yaygın din eğitimi araçları arasındaki yeri ele alınacaktır. Böylelikle konunun teorik çerçevesinin oluşturulması yönünde bir adım atılması hedeflenmektedir.

### A. Eğitim ve İletişim Arasındaki İlişki

İnsan, doğumundan itibaren kendini sosyal ve kültürel hayatın içerisinde bulur<sup>6</sup>. Onun yaşadığı toplumun bir parçası haline gelmesini sağlayan, çevresiyle kurduğu bağlar, yani dış dünyayla olan iletişimdir. Günümüzde iletişim kavramı genellikle, içerisine haberleşme sürecini de alan geniş kapsamlı bir ileti alış veriş anlamında kullanılmaktaysa da<sup>7</sup>, iletişimi temelde, iletinin göndericisi ve alıcısı arasında karşılıklı olarak yürütülen bir etkinlik olarak tanımlamak mümkündür<sup>8</sup>. İletişimin bu şekilde karşılıklı davranış sergileme süreci olarak tanımlanması, onun en önemli özelliklerinden bir tanesinin göz ardı edilmesine yol açmaktadır. Zira iletişim, bireylerin dış dünyaya dair bir bakış açısı kazanmasına ve onu anlamlandırmasını da sağlar<sup>9</sup>. Kişi bu anlamlandırma süreci ile kendisini toplumun veya daha özel bir ifadeyle içinde bulunduğu çevrenin bir parçası haline getirir. Dolayısıyla, toplumsal bir

<sup>6</sup> Sosyalleşme veya diğer bir adıyla toplumsallaşma ile ilgili olarak bkz. Mahmut Tezcan, **Eğitim Sosyolojisi**, Ankara, 1997, s. 34-51.

<sup>7</sup> Merih Zalloğlu, **İletişim Nedir?**, İstanbul, Cem, 1996, s.3.

<sup>8</sup> İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Öteki Kuram, Kitle İletişim Yaklaşımlarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, Ankara, Erk, 2002, s.230.

<sup>9</sup> M. Waters, **Modern Sociological Theory**, London, Sage, 1994, s.24.

ilişkinin bulunduğu her yerde, toplumu bağlayıcı temel unsurun bireyler arasındaki iletişim olduğu görülür<sup>10</sup>.

Geçtiğimiz yüzyıldaki teknolojik gelişmeler sayesinde uzaktan iletişimin mümkün hale gelmesi de bu bağlamda önemli bir rol oynamıştır. Yapılan araştırmalar, iletişimin bu şekilde kitle iletişimine doğru kaymasının kültürel yapıda farklılaşmaların meydana gelmesine yol açtığını ve adeta toplumun, iletişim biçimlerindeki değişimler aracılığıyla yeni bir form kazandığına işaret etmektedir<sup>11</sup>.

İletişimin, beraberinde öğrenmeyi getirmesi; diğer bir ifadeyle, dış dünyayla kurulan her iletişimde bir öğrenme faaliyetinin de meydana gelmesi, kitle iletişim araçlarının insan hayatının her aşamasında devam eden bir öğrenme süreci olarak da tanımlanabilen eğitimde oynadığı veya oynayabileceği aktif rolü ortaya koymaktadır. Diğer taraftan, eğitimin bir iletişim süreci olarak algılanması, pratik anlamda da bu araçların rolünü tanımlamada önemli bir katkı sağlayacaktır. İletişim konusunda bugüne kadar ortaya konulan teorilerin tümünü ele almak<sup>12</sup>, bu çalışmanın sınırları dâhilinde mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla burada, bahsedilen konunun daha iyi bir şekilde anlaşılabilmesi adına sadece, eğitim ve öğrenme ile ilişkili olduğu düşünülen bazı iletişim teorilerinden kısaca bahsedilmeye çalışılacaktır.

Bu teorilerden birincisi, Harold Lasswell'in "İletişim Modeli"dir. Çalışmalarında temel olarak propaganda amaçlı iletişim üzerinde duran Lasswell, iletişim modelini *kimin, neyi, hangi kanaldan, kime ve hangi etkiyle*

<sup>10</sup> İletişim kelimesinin eş anlamlısı olarak kullanılan iletişim kelimesinin kökenine bakıldığında bu durum daha iyi anlaşılacaktır. Dilimizde iletişim kelimesiyle genellikle eş anlamlı olarak kullanılan iletişim kelimesi Latince'deki Communicatio sözcüğünden türemiştir. Sözcüğün kökeni de, "communis" kelimesi, yani "birçok kişiye ya da nesneye ait olan ve ortaklaşa yapılan" anlamından gelmektedir. Bkz. J. E. Riddle, *A Complete Latin-English Dictionary for the Use of Colleges and Schools*, London, 1840, s. 111. Ayrıca konu ile ilgili detaylı bilgi için bkz. Erdoğan, Alemdar, *Öteki Kuram*, s. 230; Wilbur Schramm, "The Unique Perspective of Communication: a Retrospective View", *Journal of Communication*, 33, (3), 1983, s. 6-17.

<sup>11</sup> Bkz. Marshall McLuhan, *Understanding Media: Extension of Man*, New York, McGraw-Hill, 1965.

<sup>12</sup> İletişim teorileri ile ilgili geniş bilgi için bkz. Sven Windahl ve Denis Mcquail, *Kitle İletişim Çalışmalarında İletişim Modelleri*, İstanbul, İmge Yayınları, 2005.

söylediği denklemi üzerine kurarak, iletişim çalışmalarında yeni bir çığır açmıştır<sup>13</sup>. Neredeyse günümüzdeki tüm iletişim biçimlerinin tanımlanması için kullanılabilen bu teorelin en önemli özelliklerinden bir tanesi, alıcısındaki gözlemlenebilen ve ölçülebilen değişimlerin, diğer bir ifadeyle etkilerin belirlenebilmesi üzerindeki durmasıdır. Bu bağlamda ikinci önemli teori, Shannon ve Weaver'ın "Matematiksel İletişim Teorisi"dir. Bu teoriyle basit bir doğrusal süreç olarak tanımlanan iletişimde, aktarıcı, mesajı bilgi kaynağından aktarım kanalı sayesinde alıcıya iletir<sup>14</sup>. Daha sonraki araştırmacılar bu modele geri beslemeyi (feedback) de ekleyerek, söz konusu modeli günümüzün en çok kullanılan iletişim teorilerinden bir tanesi haline getirmişlerdir<sup>15</sup>.

İletişimi doğrusal olarak tanımlayan her iki model de, aslında kitle iletişiminin temel mantığını yansıtmaktadır. İletişim terminolojisiyle ifade edilirse, kitle iletişiminin alıcısı, iletişimi sağlayan tarafından tanınmayacak kadar büyük, heterojen ve anonim bir gruptur. İletişimi sağlayan tek bir kimse değil, organize olmuş bir gruptur. Sağlanan iletişim, kamusal ve hızlı bir yapıya sahip ve dolayısıyla alıcı tarafından kısa bir şekilde tüketilmeye yöneliktir<sup>16</sup>. Aslında tüm bu özellikler bir araya getirildiğinde, kitle iletişiminin doğrusal ancak bir o kadar da karmaşık bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Diğer taraftan kişiler arası iletişimle karşılaştırıldığında, bu iletişim biçimi ile çok geniş kitlelere hitap ediliyor olması, insanlar üzerindeki etkisinde de çeşitli farklılıklar görülebileceği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

<sup>13</sup> Harold D. Lasswell, "Communication Research and Public Policy", *The Public Opinion Quarterly*, vol. 36, nr. 3, Autumn, 1972, s. 301-310.

<sup>14</sup> Claude E. Shannon, Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana, 1949, s. 5, 6.

<sup>15</sup> John Fiske, *İletişim Araştırmalarına Giriş*, Çev. Süleyman İrvan, Ankara, Bilim Sanat Yay., 1996, s. 39-40.

<sup>16</sup> Charles R. Wright, *Mass Communication. A Sociological Perspective*, 2. Baskı, New York, McGraw-Hill College, 1975, s.4-6. Diğer bir ifadeyle, kitle iletişiminde kurumsallaşmış bir şekilde sembollerin üretimi ve yayılması, bu simgelerin üretimi ve alımı arasındaki kurumsal bir ayrım bulunması ve iletilerin geniş bir zaman dilimi ile mekâna yayılması ve üretilen sembollerin kamusal alana dağıtılması gereklidir. John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*, Cambridge, 1996, s.223.

Kitle iletişimindeki “etki” konusu, 1950’lerden itibaren, özellikle savaş yıllarında televizyon ve radyonun insanlar üzerindeki etkileri gözlemlendikten sonra, üzerinde en çok durulan konulardan bir tanesi haline gelmiştir. Bu tarihlerde Elihu Katz, Bernard Berelson ve Paul Lazarsfeld gibi araştırmacıların yaptığı saha çalışmalarıyla kitle iletişiminin insanları iki aşamada etkilediği düşüncesi ortaya atılmıştır. Bu teoriye göre, öncelikle kitle iletişimiyle yakından ilişkide bulunan fikir önderleri (opinion leaders) mesajları alırlar ve kendi yorumlarıyla birlikte diğer bireylere aktarırlar<sup>17</sup>. Böylelikle bireysel iletişim ile kitle iletişimi bir araya gelir. Bu sürecin sonucunda mesaj bireye ulaşırken, beraberinde fikir önderlerinin yorumlarını da iletir. Fikir önderleri bu yolla bir nevi “yönlendirme” faaliyetinde bulunurlar. Ancak teori kısa süreli etkiler üzerinde durduğundan, kitle iletişim araçlarının etkilerini sadece kısıtlı bir açıdan ele almaktadır<sup>18</sup>.

1960’lara gelindiğinde ise, George Gerbner ile arkadaşları, hazırladıkları *Kültürel Belirleyiciler Projesi* ile birlikte, televizyonun insanlar üzerinde anlık tepkilerden ziyade uzun süreli değişiklikler meydana getirdiğini ortaya koymuşlardır<sup>19</sup>. Bu projeye, öncelikle izleyicileri televizyon izleme oranlarına

<sup>17</sup> Detaylı bilgi için bkz. Elihu Katz, “The Two-Step Flow of Communication: An Up-to-Date Report on an Hypothesis”, *The Public Opinion Quarterly*, vol. 21, nr. 1, (Spring, 1957), s.61–78.

<sup>18</sup> Perse, *a.g.e.*, 2004, s.14.

<sup>19</sup> Gerbner, aynı zamanda Shannon ve Weaver’in iletişim modelini geliştirmiştir. Öncelikle iletişimi gerçekte ilişkilendirip algı ve anlama üzerine yoğunlaşmış ve iletişim sürecini doğrusal bir çizgi yerine iki ardışık boyuttan oluşan bir süreç olarak görmüştür. Bu süreçlerden birincisi olayın algılanmasıdır, ikincisi de aktarma ve kontroldür. Detaylı bilgi için bkz. Thomas Purayidathil, *George Gerbner, A Critical Mass Communication Researcher*, Yayınlanmamış doktora tezi, Salesian Pontifical University, Faculty of The Sciences of Education, Roma, 1994, s.108–117. Diğer taraftan Gerbner’in iletişim çalışmaları açısından yaptığı en önemli katkı, Kültürleme Teorisi’dir (Cultivation Theory). Gerbner’in teorisi ekme ve yetiştirme teorisi gibi farklı şekillerde de dilimize çevrilmiştir. Bu çalışmada, daha kapsamlı olduğu düşünüldüğünden “kültürleme” kelimesinin kullanımı tercih edilmiştir. Projeye birlikte 1960’lardan itibaren televizyon programları detaylı bir şekilde incelenmektedir. Projenin en önemli özelliği insanların ani tepkileri üzerinde (örn. izleme sonrası ani tepkiler, çocukların daha sinirli bir hale gelmesi, ani korkular) durmaması, televizyondaki imajların uzun süreli, her yerde hissedilen ve kaçınılmaz tekrarları sonucunda insanlar üzerinde uzun vadeli olarak neden olduğu tutum değişimleri üzerinde yoğunlaşmasıdır. Konu ile ilgili detaylı bilgi için bkz. James Shanahan, Michael Morgan, *Television and its Viewers, Cultivation Theory and Research*, Cambridge, Cambridge University, 1999.

göre hafif (light) ve ağır (heavy) izleyiciler şeklinde ikiye ayırmışlar ve yaptıkları görüşmeler sonucunda farklı kökenlerden gelen izleyicilerin televizyondan aldıkları mesajlara benzer tepkiler verdiğini tespit etmişlerdir<sup>20</sup>. Ana akım (mainstream) kavramıyla ifade edilen bu yönelimin, ağır izleyicilerde hafif izleyicilere göre çok daha belirgin olduğu anlaşılmıştır<sup>21</sup>. Gerbner ve arkadaşlarının araştırmalarından elde ettikleri bulgular şu şekilde özetlenebilir:

- 1- Çağdaş toplumlarda insanlar, artan bir şekilde, gerçek sosyal ilişkiler yerine televizyona yönelmektedir.
- 2- Televizyon, toplumun bütün alanlarına girerek, tekrarladığı yaygın kalıplarla birlikte belli bir dünya görüşü ortaya koyar.
- 3- Mesajların simgesel çevresini oluşturmak, denetlenen bir süreçtir.
- 4- Televizyon seyretme izleyicilerin geleneksel farklılıklarını bulanıklaştırır ve onları daha homojen bir ana akım içinde kaynaştırır.
- 5- Televizyon, içinde barındırdığı tüm programlarla beraber ortak bir imajlar ve iletiler dünyası oluşturmaktadır. Bu programlar sayesinde televizyon, insanların gelecekteki tercihlerini ve kullanımlarını etkileyen tutumlarını “eker”<sup>22</sup>.

Bu bulgular bir bütün olarak gözden geçirildiğinde, kitle iletişim araçlarının uzun vadeli etkilerinin, bir anlamda zaman içerisine yayılan bir öğrenme süreci olarak görülebileceği anlaşılmaktadır. Eğitim, bireyin bu öğrenmeler aracılığıyla edindiklerini hayatına aksettirme ve bunlar aracılığıyla değer, tutum ve davranışlarındaki değişmeyi meydana getirme süreci olarak tanımlanabilmektedir<sup>23</sup>. Eğitimin temelini oluşturan öğrenmenin iletişim aracılığıyla meydana gelmesinden dolayı, bu iletişim sürecinin herhangi bir

<sup>20</sup> Ömer Özer, *Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2003, s.44-45.

<sup>21</sup> George Gerbner, *Religion and Television: A Research Report*, Philadelphia, University of Pennsylvania, 1984, s.6, 91.

<sup>22</sup> Erdoğan, Alemdar, *Öteki Kuram*, s.204-205.

<sup>23</sup> Yahya Çıkkılı, “Eğitimle İlgili Temel Kavramlar”, *Eğitim Bilimlerine Giriş*, ed. Kadir Keskinlikç, Ankara, Pegem A Yay., 2007, s.5.

aşamasında verilen özel önem veya bu safhada meydana gelen değişim, eğitim anlayışının da şekillenmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla, bu yolla meydana gelen eğitimin metotları ve amaçları bağlamında örgün ve yaygın eğitimin diğer formlarından birçok açıdan farklılık göstereceği açıktır. Bunun en önemli nedenlerinden bir tanesi, yukarıda ifade edildiği gibi, kitle iletişiminin kaynağı, kanalı ve meydana gelişi bakımından kişiler arası iletişimden farklı olmasıdır<sup>24</sup>.

Kitle iletişimde görülen bu farklılıkların yanı sıra, eğitim ve iletişim konuları genel hatlarıyla ele alındığında, her ikisinin de özellikle işlevleri bağlamında pek çok açıdan benzeştiği noktaların bulunduğu anlaşılmaktadır.

İletişim tarihine bakıldığında, iletişimin işlevleri konusunda görüşlerin temel olarak Lasswell'in üçlü sınıflandırmasına dayandığı görülmektedir. Bu sınıflandırmaya göre iletişimin temel işlevleri, *çevreyi gözetim altına alma, çevreye karşılık vermede toplum parçalarının aralarındaki bağlantıyı sağlama ve toplumsal mirası (değerleri ve kültürü) bir kuşaktan diğerine, bir grubun eski üyelerinden yeni üyelere aktarmadır*. Bunlara daha sonra *eğlendirme* de eklenmiştir<sup>25</sup>.

Sayılan işlevlerden çevreyi gözetim altına alma, basitçe dış dünya hakkında bilgi edinmedir. Eğitimin temel işlevleri arasında da, benzer bir şekilde edinilen bilginin muhafazası, aktarımı ve bilgiyi kullanarak bilgiden bilgi üretme anlayışı bulunmaktadır<sup>26</sup>. Bilginin güç anlamına geldiği günümüzde, kitle iletişim araçları ve özellikle de televizyon, bilginin üretiminde merkezi bir rol oynar hale gelmiştir. Bilgiyi, hazırlayanın ve aktaranın bakış açılarıyla birlikte sunan ve dolayısıyla bir anlamda yeniden üreten televizyon, pek çok araştırmacı tarafından, çağdaş toplumlardaki en önemli ve etkin mit

<sup>24</sup> Din eğitimi alanında iletişimin safhalarının nasıl tanımlanabileceği ile ilgili olarak bkz. Mustafa Usta, **Türkiye'de Yüksek Din Eğitiminin Kurumlaşma ve Ekolleşme Sorunları**, İstanbul, İFAV Yay., 2001, s. 54-68.

<sup>25</sup> Wright, **a.g.e.**, s.8. Ayrıca bkz. Harold Laswell, "The Structure and Function of Communication in Society", **The communication of Ideas**, Ed. L. Bryson, New York, Harper, 1948, s.37-51.

<sup>26</sup> H. Ömer Beydoğan, "Eğitimin İşlevleri", **Eğitim Bilimine Giriş**, Ed. Kadir Keskinlikç, Ankara, Pegem A Yay., 2007, s.100.

üreten araç olarak nitelendirilmektedir<sup>27</sup>. Bu bağlamda bilginin harmanlanarak insanlara aktarılmasında kitle iletişim araçlarının bir eğitim aracı olarak işlev gördükleri söylenebilir. Nitekim eğitimin işlevleri arasında sadece mevcut bilginin aktarılışı değil, bir amaç doğrultusunda harmanlanması ve toplumdaki belirlenen ihtiyaçlar doğrultusunda bireylere aktarılması da bulunmaktadır<sup>28</sup>.

İletişimin diğer bir işlevi, toplumun farklı kesimleri arasında gerekli olan bağlantıyı ve bütünlüğü sağlamaktır. Toplum kesimleri arasındaki bu bütünlüğü sağlamanın yolu da bireylerin sosyalleşmesinden, yani topluma adaptasyonundan geçmektedir<sup>29</sup>. Sosyalleşme, en temel ifadeyle, bireylerin kendi gruplarının kültürlerini edinmeleri ve sosyal normlarını içselleştirmeleridir<sup>30</sup>. Dolayısıyla, sosyalleşme tamamlanmış bir durum değil, insanın tüm hayatı boyunca devam eden bir süreçtir. Birey bu süreçte edinmesi gereken tecrübe ve davranışları eğitim sayesinde kazanır<sup>31</sup>. Kuşkusuz bu noktada en önemli pay, insanın içinde bulunduğu çevreye aittir. Diğer taraftan modernitenin beraberinde getirdiği "bireyselleşme" ise, insanın içinde yaşadığı çevreyi ve dolayısıyla bu sürecinin oluştuğu kanalları yeniden şekillendirmiştir. Bu durumda, kişisel kullanıma yönelik kolay ve ucuz bilgi sağlayan kitle

<sup>27</sup> Yusuf Kaplan, **Televizyon**, Ağaç, t.y., s.84. *Mit*, bu noktada Barthes'in tanımıyla, bir kültürün, gerçekliğin ya da doğanın bazı görünümünü açıklamasını ya da anlamasını sağlayan bir öykü olarak tanımlanmaktadır. Yani mit, bir şey üzerinde düşünme, onu kavramlaştırma ya da anlamamın kültürel yoludur. Fiske, televizyonun mit oluşturma konusunda bir ozanın geleneksel toplumdaki temel işlevlerini yerine getirdiğini belirtmektedir. Bu işlevlerden bazıları, toplumdaki başat değerleri besleyerek, bireyleri bu sistemin içine sokmak, toplumun bireysel temsilcilerinin yaptıklarını duyurmak, açıklamak, yorumlamak ve haklılaştırmak, toplumdaki eksiklikleri dile getirmek ve bireyleri kültür tarafından güvence altına alındıklarına ikna etmek ve dolayısıyla da bireylerin kültüre aidiyet duygusu oluşturmalarını sağlamaktır. Ayrıca bkz. Fiske, **a.g.e.**, s.104-105, 118-119.

<sup>28</sup> Eğitimin toplumsal fonksiyonları ile ilgili olarak bkz. Mustafa Sarıtaş, "Eğitimin Toplumsal (Sosyal) Temelleri", **Eğitim Bilimine Giriş**, Ed. Kadir Keskinlikç, Ankara, Pegem A Yay., 2007, s.187-216.

<sup>29</sup> Herbert H. Hyman, "Mass Communication and Socialization", **Public Opinion Quarterly**, 37 (4), Winter 1973-74, s.529.

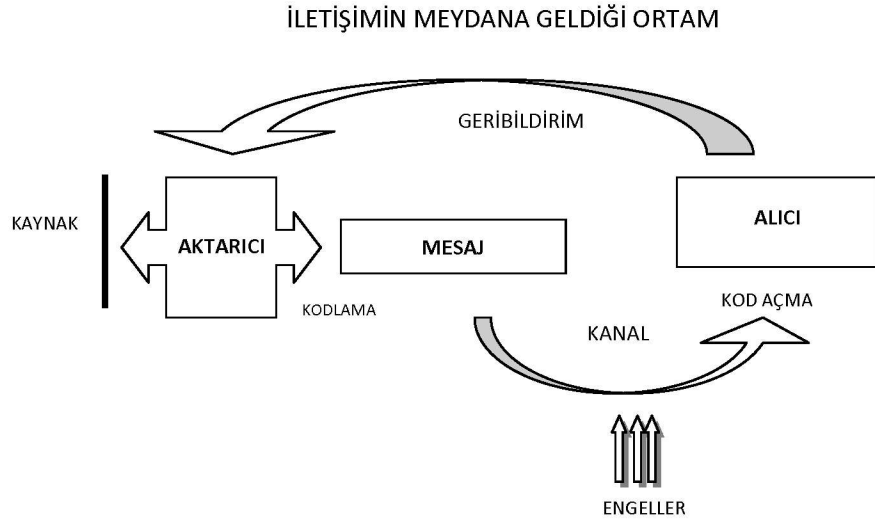
<sup>30</sup> Sosyalleşme veya diğer bir ifadeyle toplumsallaşma ile ilgili olarak detaylı bilgi için bkz. Mahmut Tezcan, **Eğitim Sosyolojisi**, Ankara, 1997, s.34-50.

<sup>31</sup> Muhiddin Okumuşlar, **Sosyalleşme Sürecinde Din Eğitimi -İlk Dönem İslam Toplumu Örneği**, Konya, Yediveren Yay., 2007, s.103.





tanımlanmasında kullanılmasının bazı güçlükler ortaya çıkaracağı açıktır. Weaver'ın katkılarıyla son şeklini alan modelin mekanik bir şekilde iletişimi tanımlamasından dolayı, canlı organizmalarla yürütülen iletişim şekillerini açıklamada yetersiz kalması doğal bir sonuçtur. Bu durumun en önemli nedenlerinden biri, Shannon'un bu modeli Bell Telefon Laboratuvarı'nda çalışırken, hangi iletişim kanalının en fazla sayıda sinyali iletebileceği ve iletilen sinyalin ne kadarının ileticiden alıcıya giderken yolda gürültü nedeniyle yok olacağı gibi teknik sorulara yanıt vermek amacıyla oluşturulmasıdır<sup>38</sup>. Ancak yine de, diğer iletişim modelleriyle karşılaştırıldığında, Shannon ve Weaver'ın modelinin eğitimi tanımlayabilmek için uygun bir alt yapı sağladığı görülmektedir<sup>39</sup>. Bu bağlamda, iletişim modelinde bazı yorumlamaların yapılması faydalı olacaktır.



**Şekil 2:** Shannon ve Weaver'dan geliştirilen "İletişim Modeli".

<sup>38</sup> McQuail, Windahl, a.g.e., s. 30.

<sup>39</sup> Diğer iletişim modelleri ile ilgili genel bilgi için bkz. Metin Işık, **Kitle İletişim Teorilerine Giriş**, Konya, Eğitim Kitabevi, 2008.

Şekil 2'de görüldüğü gibi, aktarıcının kaynaktan aldığı veriyi kodlayarak mesaja dönüştürdüğü ve bu mesajın kanal aracılığıyla alıcıya aktarımını sağladığı bir modelle eğitim çok daha rahat bir şekilde tanımlanabilecektir. Bu noktada, Shannon ve Weaver'dan ayrılan en önemli nokta, çalışmamızda kaynağın mesajı üreten unsur olarak değil, aktarıcı tarafından mesajı oluşturmada kullanılan materyal olarak algılanmasıdır. Bu durumda, aktarıcı, bu iletişim modelinin ana unsuru haline gelmektedir. Mamafih kaynaktan aldığı materyali kodlayarak, diğer bir ifadeyle yorumlayarak kanala uygun hale getiren unsur olduğundan dolayı, mesajın şekillenmesindeki aktif rol aktarıcının üzerindedir. Dolayısıyla kanal, iletişimin meydana geldiği ortama göre şekillenmektedir. Bireyler arası iletişimde seçilen kelimeler, yüz ifadeleri ve jestler kanal görevi görürken, kitle iletişiminde kuşkusuz kanal çok daha farklı bir form kazanacaktır<sup>40</sup>.

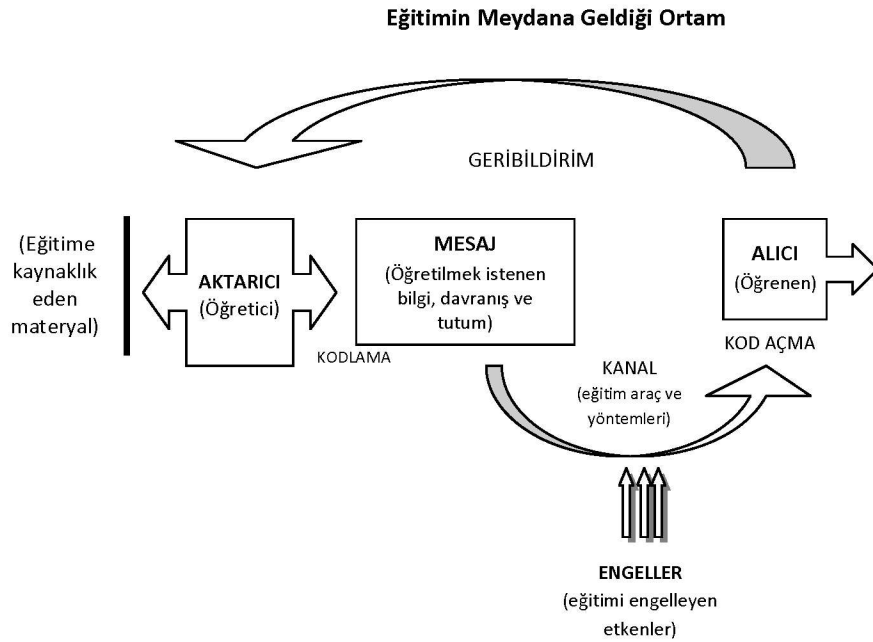
Bu modele ilişkin ikinci bir husus, gürültü kaynağının modelde, iletişimin aktarımına veya aktarıcının gönderdiği mesajın istediği şekilde alıcıya ulaşmasına engel olan ve alıcının, bir canlı olduğu göz önünde tutularak, sadece nesnel olmayan ve onun algılamasını engelleyebilecek her türlü etmen olarak yorumlanmasıdır. Aktarımda karşılaşılan bu engellerle beraber alıcıya ulaşan mesaj, alıcı tarafından yeniden yapılandırılarak geribildirim ile aktarıcıya tepkisini iletir. Geribildirim, mesajın ulaştığını ve istenildiği şekilde algılandığını ölçülmesinde bir kontrol mekanizması gibi görev görebilecekken, geribildirim gerçekte bir soru işareti olarak görülmektedir. Örneğin kitle iletişiminde geribildirim bireylerarası iletişime nazaran çok daha kısıtlı olduğu açıktır<sup>41</sup>. Shannon ve Weaver temel olarak oluşturulan bu iletişim modeli ile eğitimi tanımlayabilmek için, eğitim kavramını tekrar göz önüne almak gerekmektedir.

Eğitim, temelde "bireyin davranışlarında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istedik değişme meydana getirme süreci" olarak

<sup>40</sup> Mustafa Köylü, **Psiko-Sosyal Açıdan Dini İletişim**, Ankara, Ankara Okulu Yay., 2003, s. 34.

<sup>41</sup> Nathan Maccoby and David G. Markle, "Communication and Learning", **Handbook of Communication**, Ed. Ithiel de Sala Paul, Frederick W. Frey, Wilbur Schramm, Nathan Maccoby, Edwin B. Parker, Chicago, 1973, s. 157.

tanımlanmaktadır<sup>42</sup>. Bu tanım, iletişimle ilişkilendirildiğinde, ortaya “kaynak tarafından (yetiştiren) oluk, ileti ve iletişim araçları kullanılarak (eğitim araçları ve yöntemleri), alıcıda (yetişen) istendik yönde kişilik bilgisi sağlama ve geliştirme süreci” şeklinde bir tanım çıkmaktadır<sup>43</sup>. Ancak, daha açıklayıcı olabilmesi amacıyla bu tanıma bazı eklemeler ve sadeleştirmeler yapmak faydalı olacaktır. Bu bağlamda, eğitim bir iletişim formu olarak tanımlanmaya çalışılırsa, yukarıda Shannon ve Weaver’dan geliştirilen model şu şekilde yorumlanabilir:



Şekil 3: Eğitimin bir iletişim şekli olarak algılanması.

<sup>42</sup> Selahattin Ertürk, **Eğitimde "Program" Geliştirme**, 4. Baskı, Ankara, Yelkentepe Yay., 1972, s. 79.

<sup>43</sup> Deniz Güler, **Eğitim İletişimi Kurumu Olarak Çocuk Televizyonu ve Uygulamaları ile Bir Model Önerisi**, Eskişehir, 1991, s.90. Ayrıca bir iletişim formu olarak eğitim konusunda detaylı bilgi için bkz. Ronald A. Sarno, **Using Media in Religious Education**, Alabama, Religious Education, 1987, s. 84-166.

Şekil 3’te görüldüğü üzere, böyle bir modelde aktarıcı, kaynaktan edindiği materyali kodlayarak ve dolayısıyla bu esnada kendi ifadelerini ve yorumlarını ekleyerek mesaj haline getiren, öğreticidir. Mesaj, öğreticinin öğrenene aktarmak istediği bilgi, davranış ve tutumların tümüdür. Eğitim araç ve yöntemleri kanalı oluştururken, alıcı da doğal olarak öğrenendir.

Örgün eğitimde aktarıcı ve alıcı arasındaki iletişimi, öğretmenin (aktarıcı) öğretilecek olan metni kodlayarak mesaj haline getirmesi ve eğitim araçları vasıtasıyla (kanal) öğrenciye (alıcı) aktarması şeklinde yorumlamak mümkündür<sup>44</sup>. Diğer taraftan yaygın eğitim (informal eğitim) söz konusu olduğunda kavramlar farklılaşmaktadır<sup>45</sup>. Burada aktarıcı öğretici olmasa da, aktarılacak mesaj üzerindeki etken olan kişi; alıcı ise mesajı kabul eden kişidir. Kanal ise sözlü iletişimde kullanılan yöntemler olarak değerlendirilebilir.

Modelle ilgili diğer bir husus, eğitim bağlamında geribildirim de farklılaşacak olmasıdır. Öğrenen, bir taraftan geri bildirimini doğrudan öğreticiye yansıtılabirken, diğer taraftan öğrenenin aldığı mesajlara karşı geliştirdiği diğer bir tepki, edindiği bilgi, davranış, tutum ya da kısaca mesajı hayatına aktarmasıdır. Eğitimin kişinin davranışlarında dolayısıyla kişiliğinde farklılaşmalar meydana getirmesi süreci olduğu dikkate alındığında<sup>46</sup> geribildirim de bu şekilde iki farklı formda oluşabileceği görülür.

Asıl sorumuza geri dönecek olursak, din eğitimi sürecinin bir iletişim formu olarak tanımlandığında, benzer bir tablonun ortaya çıkacağı anlaşılmaktadır<sup>47</sup>. Bu noktada önemli hususlardan biri, dini iletişimin nasıl tanımlanabileceğidir. Dini iletişim, çok genel bir ifadeyle, literatürde “dini mesajların iletişim araç ve yöntemleriyle bir kişiden bir başka kişiye ya da

<sup>44</sup> Güler, **a.g.e.**, s. 79-97.

<sup>45</sup> Bu çalışmada, yaygın din eğitimi ile “insanın herhangi bir okul veya kurum tarafından sağlanan sürekli, kontrollü ve planlanmış eğitimi dışında kalan dış dünyadan, konumuz itibarıyla de kitle iletişim araçlarından dini bilgi, davranış veya tutum edinmesi” kastedilmektedir. Bkz. s. 16.

<sup>46</sup> Nurettin Fidan, Münire Erden, **Eğitime Giriş**, İstanbul, Alkım Yay., 2001, s. 9.

<sup>47</sup> Din eğitiminde iletişim sürecinin tanımlanması ile ilgili farklı bir model için bkz. Usta, **a.g.e.**, s. 67.



kişilere geçişi” olarak ifade edilmektedir<sup>48</sup>. Bu bağlamda ele alındığında, dini iletişimin Yaratan ile yaratılan veya yaratılanlar arasında meydana gelebileceği anlaşılmaktadır. Bu süreç, Yaratan tarafından ele alındığında, Yaratanın yarattıklarına seslenmesi olarak düşünülebilir. İslam dini açısından, bu iletişimin temeli Allah’ın peygamberler aracılığıyla insanlığa gönderdiği mesajlardır. Dolayısıyla sözü edilen dini metin olan Kur’an, iletişimin merkezinde bulunmaktadır<sup>49</sup>. Yaratılanlar arasındaki ilişki de yukarıdaki tanıma atıfla, bu ilişkinin bireyler arasında kurulmuş halidir.

Oysa konu kitle iletişim araçları bağlamında değerlendirildiğinde, din eğitimi “dini iletişim yoluyla kişinin dini tutum ve davranışlarında, istenilen değişikliklerin meydana getirilme süreci” olarak tanımlamak daha uygun olacaktır<sup>50</sup>. Kuşkusuz bu süreç ne şekilde ve hangi ortamda meydana geliyorsa da, ona göre bir yapı kazanacaktır.

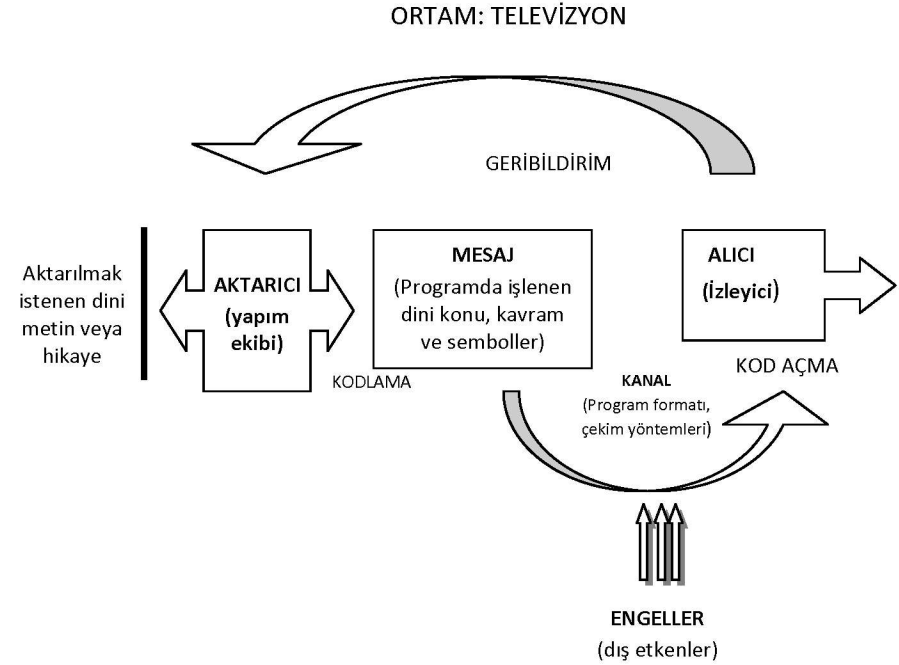
Şekil 4’te görüldüğü gibi, dini yayımlarla yürütülen bir eğitim sürecinde aktarıcı, iletilecek mesajı hazırlayan yapım ekibidir. Programların yapım ekibi, kaynak olarak kullandığı metin ve hikâyeleri kendi yaklaşımlarıyla ve anlayışlarıyla kodlamakta ve program içerikleri haline getirmektedirler. İletişimde kullanılan kanalın televizyon programları olması, bu kodlama sürecinde etkin bir rol oynamaktadır. Buna göre, program formatı ve çekim yöntemlerinin izin verdiği ölçüde şekillenen ana materyal, mesaj haline gelerek televizyon programları kanalıyla izleyiciye aktarılmaktadır. Mesajın kanal vasıtasıyla aktarılmasında karşılaşılan engeller de, iletişim ortamının bir kitle iletişim aracı olmasından dolayı diğer iletişim türlerine göre farklılaşmaktadır.

<sup>48</sup> Mevlüt Kaya, *Din Eğitiminde İletişim ve Dini Tutum*, Samsun, Etüt Yay., 1998, s.36. Mustafa Köylü Psiko-Sosyal Açından Dini İletişim isimli çalışmasında, konuyu farklı bir boyutuyla ele almaktadır. Dini iletişimi Kur’an merkezli olarak açıklayan Köylü, Araf suresinin 7. ayetinden yola çıkarak (“Rabb’in Adem oğullarından, onların bellerinden zürriyetlerini almış ve: ‘Ben sizin Rabbiniz değil miyim?’ diye onları kendilerine şahit tutmuştu. ‘Evet (buna) şahidiz!’ dediler...” ) dini iletişimin özelliklerini ortaya koyar (Köylü, Ali Türkmen’den bu tasnifi almıştır. Bkz. Ali Türkmen, *İslam İletişim Hukuku*, Samsun, 1996, s.176-191), Köylü, a.g.e., s.101.

<sup>49</sup> Köylü, a.g.e., s.107.

<sup>50</sup> Yaşar Fersahoğlu, “Din Eğitimi ve Öğretiminde Bir İletişim Yöntemi Olarak Hikâye”, *EKEV Akademik Dergisi*, yıl 7, sayı 16, Yaz 2003, s.122.

İzleyicinin dikkatinin dağılması veya program formatının izleyiciye yeterli tatmini vermemesi bu engeller arasında sayılabilir.



Şekil 4: Televizyondaki dini yayımların bir eğitim süreci olarak algılanması.

İzleyici, kanal aracılığıyla aldığı mesajı kendi düşünsel alt yapısına göre yorumlamakta ve yukarıda bahsedildiği üzere, iki farklı şekilde yanıt vermektedir. Bunlardan birincisi yayımcıya yapılan geribildirimdir. Bu bağlamda geribildirim, söz konusu husus kitle iletişim araçları olduğundan, büyük oranda izleyicilerin yapım ekibine veya kanala gönderdikleri fikir beyanlarından oluşmaktadır. İzleyicinin mesajlara verdiği ikinci yanıt ise edimlerini hayatına yansıtmasıdır. Kitle iletişim araçlarıyla yürütülen eğitimin

en önemli sorunlarından bir tanesi, izleyicinin mesajlara verdiği tepkinin, diğer bir ifadeyle mesajların izleyici üzerindeki etkilerinin tam anlamıyla ölçülememesidir. Kurulan iletişimin yüz yüze sağlanmamasından kaynaklanan bu sorun, kitle iletişim araçları yoluyla yürütülen eğitimin tam anlamıyla bir eğitim formu olarak ne kadar kabul edilebileceği sorusunu tekrar gündeme getirmektedir.

Karşılaşılan diğer bir sorun ise, dini içerikli programların farklı türlerinden kaynaklanmaktadır. Dini eğitim verme amacı güdülen hazırlanan programlarda aktarıcı ve alıcı arasında meydana gelen iletişim süreci, dini eğitim amacı gütmeyen hazırlanan ve yine de dini konu, kavram ve semboller içeren programlarda daha da belirsizleşmektedir. Bu konu üzerinde, aşağıda detaylı bir şekilde durulmaya çalışılacaktır.

### C. Televizyonun Yaygın Din Eğitimi Araçları Arasındaki Yeri

Televizyonun yaygın din eğitimi araçları arasındaki yerini tartışmaya başlamadan önce, özellikle işaret edilmesi gereken bir husus, yaygın din eğitiminin bu çalışmada nasıl tanımlandığına ilişkindir. Daha öncede ifade edildiği gibi, eğitimi kısaca "bireyin davranışında, kendi yaşantısı yoluyla ve/veya kasıtlı olarak istendik değişimler meydana getirme süreci" olarak tanımlamak mümkündür<sup>51</sup>. Bu tanımın içerisine, farklı eğitim politikaları tarafından belirlenen bilgi ve davranışların istenilen şekliyle aktarılması ve/veya toplum tarafından kabul gören görüşlerin yaygınlaştırılması gibi amaçlar doğrultusunda yürütülen faaliyetlerin yanı sıra, herhangi bir otorite tarafından yönlendirilmeyen ancak bireylere yeni bilgi, davranış veya anlayış kazandıran tüm faaliyetler girmektedir<sup>52</sup>.

Eğitim türlerinin sınıflandırılması konusunda bugüne kadar pek çok farklı görüş ortaya koyulmuştur. Burada çalışmamızın sınırları içerisine girmediğinden dolayı, bu konudaki tartışmaları dile getirmek mümkün

<sup>51</sup> Selahattin Ertürk, *Eğitimde "Program" Geliştirme*, 4. Baskı, Ankara, Yelkentepe Yay., 1972, s.79.

<sup>52</sup> Eğitimin kapsamlı bir tanımı için bkz. P. J. Hills (Ed.) *A Dictionary of Education*, London, Routledge, 1982, s.137-138.

görülmemektedir. Ancak, ülkemizdeki eğitim literatürü incelendiğinde, yaygın din eğitimi konusunda yapılan çalışmalardan, bu konuda temel olarak iki farklı görüşün olduğu anlaşılmaktadır. Bunlardan birincisine göre yaygın eğitim herhangi bir yere bağlı olmaksızın dış dünyayla yapılan tüm bilgi alışverişini, ikincisine göre ise herhangi bir eğitim kurumu dışında düzenli olarak sürdürülen tüm eğitim faaliyetlerini (okuma-yazma öğrenimi, meslek edinme kursları, açık öğretim vs.) kapsamaktadır<sup>53</sup>. Konumuz açısından yaygın eğitim ile kastedilen birinci türdeki eğitim faaliyetleridir. Dolayısıyla televizyonda yayımlanan dini içerikli programlar, yaygın din eğitimi bağlamında değerlendirilmekte; diğer bir ifadeyle de, yaygın din eğitimi ile *insanın herhangi bir okul veya kurum tarafından sağlanan sürekli, kontrollü ve planlanmış eğitimi dışında kalan dış dünyadan, konumuz itibarıyla de kitle iletişim araçlarından dini bilgi, davranış veya tutum edinmesi* kastedilmektedir.

Bu tanımlamadan yola çıkarak hem yoğun izlenilirliği, hem de aktarılmak istenen konuyu görsel sunum teknikleriyle birleştirilerek çok geniş bir izleyici kesimine sunabilmesi ve bir hikâye kurgusu içerisinde eğlendirirken öğretebilmesi gibi özelliklerinden dolayı televizyonun diğer araçlardan daha fazla ön plana çıktığı anlaşılmaktadır<sup>54</sup>. Görüntünün ön planda olması sunulanın daha kolay algılanabilmesini, bu yönüyle de televizyonun gazete gibi okunarak ve radyo gibi dinlenerek anlaşılabilen iletişim araçlarından daha fazla ilgi çekmesini ve tercih edilmesini sağlamaktadır<sup>55</sup>. Benzer bir şekilde, televizyon programı veya sinema içerisinde pek çok anlatım tekniğinin bir arada kullanılması, bir taraftan bu aracın popüleritesini korumasını, diğer taraftan içerisinde barındırdığı mesajların kitlelere kolayca ulaşabilmesini

<sup>53</sup> Bu konudaki tartışmalar ile ilgili olarak detaylı bilgi için bkz. Furat, a.g.t., s.32-38.

<sup>54</sup> Din eğitimi araştırmalarında dini hikâyelerin etkinliğinin incelenmesi sonucunda, bu tip hikâyelerin (Kur'an kıssaları, dini kişiliklerin hayat hikâyeleri vs.) kuşaklar arası bir iletişim türü olarak değerlendirilebileceği ve olumlu bir şekilde kullanıldığında dini, ahlaki ve kültürel değerlerin aktarılmasında sadece tüketen değil, aynı zamanda üreten ve okuyan insanlar oluşturmada önemli rolünün olacağı anlaşılmaktadır. Beyza Bilgin, "Ahlak Bilgisinde Dini Hikâyeler", *Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, İstanbul, 1994, sayı 1, s.51-74; Fersahoğlu, a.g.m., s.122.

<sup>55</sup> Sedat Cebeci, *Büyülü Kutu Büyülenmiş Toplum*, İstanbul, Şule Yay., 1992, s.33.

sağlamaktadır<sup>56</sup>. Ayrıca, gelir ve kültür düzeyi açısından tüm topluma hitap edebilmesi dolayısıyla televizyon, hem insanların değişik yaşam biçimlerini ve değişik kültürleri tanıma fırsatı veren bir araç, hem de dış dünyaya açılan bir kapı haline gelmiştir<sup>57</sup>. İnsan hayatına bu şekilde nüfuz etmiş olan televizyon, eğitim özelde ise din eğitimi açısından, nasıl bir fonksiyon üstlenmektedir?

Bu sorunun cevabını bulmada, dikkate alınması gereken teorilerden bir tanesi Albert Bandura'nın 1960'larda ortaya koyduğu "sosyal öğrenme teorisi" ile bu teorinin merkezinde bulunan "gözlemleyerek öğrenme"dir<sup>58</sup>. Bandura, teorisinde öğrenmede taklit ve gözlemlemenin önemine işaret ederek öğrenme sürecini dört ana başlık altında değerlendirir. Bunlar; dikkat, hatırd tutma, yeniden ortaya koyma ve güdülemedir<sup>59</sup>. Bandura'ya göre bir davranışın öğrenilmesi için bir pekiştirece gerek yoktur, başka bireylerin davranışlarının sonuçlarını gözlemleyerek de öğrenme oluşabilmektedir<sup>60</sup>. Bandura'nın teorisi, konumuz açısından da çok önemli bir kavram olan "gizli öğrenme" kavramını ortaya koymaktadır<sup>61</sup>. Buna göre, insanlar herhangi bir konuyu öğrenirken, konuyla doğrudan veya dolaylı olarak ilgili başka konularda da bilgi edinebilmektedirler. Böyle bir durumda aslında bireyin tam olarak ne öğrendiği kesin olarak belirlenmemektedir. Görsel medyadan yapılan öğrenmeler de kısmen bu şekilde olabilmektedir. Ekrandan geçen hızlı sahneler karşısında birey tam olarak odaklanamamakta, ancak sonradan karşılaşılan farklı durumlarda aslında öğrenmenin gerçekleşmiş olduğu ortaya çıkabilmektedir. Diğer taraftan, Bandura'nın 1960'lı yıllarda yaptığı deneyler temel olarak

<sup>56</sup> Fatih Menderes Bilgili, **Çocuğun Din Eğitimi ve Karşılaşılan Güçlükler**, İstanbul, Beyan Yay., 2005, s.164.

<sup>57</sup> Cebeci, **a.g.e.**, s.34.

<sup>58</sup> Konu hakkında detaylı bilgi için bkz. Albert Bandura, **Social Learning Theory**, New Jersey, Prentice-Hall, 1977.

<sup>59</sup> Dikkat etme sürecinde insan çevresindeki olayları gözlemleyip onları model olarak alır. Hatırd tutma döneminde sembolik kodlar organize edilir, yeniden ortaya koyma süreciyle yeniden tanımlanır ve uygulamaya geçilir. Güdüleme ise pekiştirmeyle öğrenmenin yerleşmesini sağlar. Bandura, **a.g.e.**, s.22-29.

<sup>60</sup> Gürcü Koç, "Sosyal Öğrenme Kuramı", **Gelişim ve Öğrenme**, Ed. Ayten Ulusoy, 4. Baskı, Ankara, Am Yay., 2005, s.214. Bandura'nın taklit etmenin öğrenmedeki rolü hakkındaki görüşleri için bkz. Albert Bandura, Richard H. Walters, **Social Learning and Personality Development**, New York, Holt, Rinehart & Winston, 1963, s.47-108.

<sup>61</sup> Ziya Selçuk, **Gelişim ve Öğrenme**, 11. Baskı, Ankara, Nobel Yay., 2004, s.174.

öğrenmede televizyonun da gerçek dünya kadar etkili olduğunu göstermiştir<sup>62</sup>. Bu bağlamda, televizyondaki dini yayınların bir eğitim süreci olarak algılanmasını gösteren şemanın da (Şekil 4) yardımıyla, söz konusu bu etki çözümlendiğinde, televizyonun yaygın din eğitimi araçları arasındaki yeri daha net bir şekilde anlaşılacaktır.

Şemadan da görüldüğü gibi, öğrenmenin gerçekleşmesindeki temel unsur aslında bilginin toplanmasıdır. Bu da, daha önce üzerinde durulduğu üzere, insanın dış dünyayla kurduğu iletişim sayesinde meydana gelmektedir. İnsan, duyu organları sayesinde çok kısa zaman dilimlerinde bile sayısız uyarıcıyı algılar. Her duyu organı kendisine has özel işlevlere sahiptir, ancak görme duyusu bazı özellikleriyle diğerlerine göre daha fazla ön plana geçebilmektedir. Yapılan araştırmalarda, insanın öğrenmesinin %80 oranında gözle gerçekleştiği<sup>63</sup> ve görsel materyal kullanılan sunumların diğerlerine nazaran

<sup>62</sup> Her ne kadar bu deneyler genellikle saldırganlığa yönelim ekseninde hazırlanmış olsa da, televizyonun öğrenme üzerine etkisini göstermeleri açısından önemlidir. İlk deneyde, çocukların canlı modelleri gözlemleyerek, onların hareketlerini ne şekilde öğrendikleri ve uyguladıkları anlaşılmaya çalışılmıştır. Çocuklar üç gruba bölünmüşler ve masaya koyulmuş bir oyuncakla oynamaları için bir odaya alınmışlardır. İki grubun karşısına oturtulan model, ilk grubun yanında bebekle sakin bir şekilde, ikinci grubun yanında saldırgan bir şekilde oynamıştır. Üçüncü grupta ise herhangi bir model bulunmamaktadır. Gözlem bittikten sonra çocukların ellerine çekici bir oyuncak verilmiş, ancak bir müddet sonra geri alınarak çocuklar hayal kırıklığına uğratılmıştır. Böylelikle çocukların saldırganlığa gösterecekleri eğilim belirlenmeye çalışılmıştır. Daha sonra çocuklar modelin oynadığı oyuncakların bulunduğu diğer bir odaya alınmış ve çocukların bu oyuncaklarla nasıl oynadığı incelenmiştir. Saldırgan modeli inceleyen çocukların, diğer gruplara nazaran plastik bebekle ve diğer oyuncaklarla daha saldırgan bir şekilde oynadıkları gözlemlenmiştir. Bkz. Albert Bandura, Dorothea Ross ve Sheila A. Ross, "Transmissin of Aggression Through Imitation of Aggressive Models", **The Journal of Abnormal and Social Psychology**, sayı 63, 1961, s.575-582. Yapılan ikinci deneyde, çocukların saldırganlık eğilimlerinin oluşmasında gerçek modellerle, filmlerdeki ve çocuk filmlerindeki karakterlerin etkileri arasındaki fark ölçülmüştür. Buna göre, çocuklara oyuncak bebekle saldırgan bir şekilde oynayan modeller izletilmiştir. Daha sonra aynı oyuncakla oynamalarına izin verilen çocuklar gözlemlendiğinde, çizgi film modellerini izleyen çocukların normal film ve gerçek insanları izleyenlerden daha saldırganca oynadıkları ortaya çıkmıştır. 8 ay sonra tekrar yapılan deneyde, deneyde gözlemlenen çocukların %40'ının saldırgan davranış gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bkz. Albert Bandura, Dorothea Ross ve Sheila Ross, "Imitation of Film-Mediated Aggressive Methods", **The Journal of Abnormal and Social Psychology**, 66, 1963, s.3-11.

<sup>63</sup> Jeff Mc. Whirter ve Nilüfer Voltan Acar, **Çocukla İletişim, Öğretme, Destekleme ve Çocuk Yetiştirme Sanatı**, Ankara, Us Yay., 1985, s.47 ve 68.

%43 oranında daha ikna edici olduğu ortaya çıkmıştır<sup>64</sup>. Televizyonun etkinliğinin temelinde, onun insanın en çok kullandığı duyu organı olan göze hitap etmesi yatmaktadır. Ancak yine de, sadece bilgi toplanmasının bu bilginin öğrenildiği anlamına gelmeyeceği ifade edilmelidir. Bu bağlamda, iletişimin ve dolayısıyla öğrenmenin sağlıklı bir şekilde meydana gelmesinin önkoşulu aslında mesajların kişilerce algılanmasıdır. Algılamada mesajların şiddeti, büyüklüğü, hızı, tekrarlanma sayısı ve diğer uyarıcılarla zıtlık-benzerlik ilişkisi gibi özellikleri bireyin iletileri tam olarak almasında önemli etkenler olduğu gibi; bireyin fiziksel, sosyal durumu ve hatta yaşadığı yer de olayları/mesajları algılamasında etkili olabilmektedir<sup>65</sup>. Din eğitimi açısından düşünüldüğünde, aktarılmak istenen dini metin veya hikâyelerin bir konu çerçevesinde harmanlanıp, düzenlenerek aktarılacak duruma yani bir mesaj haline getirilmesiyle bu sürecin tamamlanmayacağı anlaşılmaktadır. Bu durumda, içeriğin sadece içeriği hazırlayanın bakış açısıyla değil, izleyicinin de anlayabileceği şekilde hazırlanmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Din gibi geniş kapsamlı bir konu mevzubahis olduğunda, özellikle dini içerikli programlarda hedef kitlenin homojen bir yapı göstereceğinin dikkate alınması yanlış anlaşılmalara gidilmesi açısından önem taşımaktadır.

Televizyon aracılığıyla sağlanan eğitimde ikinci husus program içerikleriyle alakalıdır. Bu bağlamda televizyonda yayınlanan programları iki başlık altında değerlendirmek faydalı olacaktır. Bunlardan birincisi, eğitim amacı ile hazırlanan programlardır. Din eğitimi açısından bakıldığında, bu programlar arasında Açıköğretim Fakültesi'nin İlahiyat Önlisans programının yanı sıra, farklı dini konularda hazırlanan öğretim setleri ve hatta eğitim amaçlı olarak hazırlanan belgeseller ve çizgi filmlerin de sayılabileceği anlaşılmaktadır.

<sup>64</sup> Rune Pettersson, *Verbo-visual Communication*, Sweden, Valfrid, 1997, s.77.

<sup>65</sup> Zılhoğlu, *a.g.e.*, s.237. Algılamayı etkileyecek en önemli faktörlerden bir tanesi yaştır. Yapılan araştırmalar, 3 yaşına kadar çocukların televizyondan çok az şey öğrendiklerini göstermiştir. Bu yaşta henüz odaklanmanın tam olarak sağlanamaması, televizyonda çok hızlı bir şekilde akan sahnelerin birbirleri ile ilişkilerini yakalayamamaları bunun en önemli etkenlerindedir. İlkokul çağındaki çocuklar uzun süreden beri televizyonla haşır neşir olsalar da izlediklerinin çok az bir bölümünü hatırlayabilmektedirler. Perse, *a.g.e.*, s.152-153.

Bu tip programların yaygın bir hale gelmesinde eğitim teknolojilerinin gelişmesi önemli bir neden olmuştur<sup>66</sup>.

Diğer taraftan televizyon, insanların günlük hayat içerisinde “dolaylı öğrenme” yoluyla bilgi, davranış ve tutumlarını geliştirdikleri bir yaygın eğitim aracı olarak da görev yapmaktadır<sup>67</sup>. Son dönemlerde ekranlarda yayınlanan, her ne kadar dini bir eğitim amacı güdülmese de, dini içeriklere yer veren yapımlar bu bağlamda değerlendirilebilir. Bu yapımlar arasında Kurtlar Vadisi ve çeşitli sır dizileri gibi yoğun izlenme oranlarına ulaşabilmiş yapımlar da bulunmaktadır. Her ne kadar bu programlarda kasıtlı bir “dini eğitim” politikası izlendiğinden söz edilemese de, içerdikleri dini konularla beraber insanlar üzerindeki uzun vadeli etkileri incelendiğinde bir nevi eğitim fonksiyonu sürdürdükleri anlaşılmaktadır<sup>68</sup>.

İster din eğitimi amacıyla hazırlansın isterse böyle bir amaca sahip olmadan sadece dini içeriğe sahip olmasından dolayı bu kapsamda değerlendirilsin, her iki şekilde de oluşan eğitim diğer eğitim formlarından farklılık gösterecektir<sup>69</sup>. Bu farklılığın temel nedenlerinden bir tanesi, televizyonun ulaştığı kitle üzerindeki etkilerinin ve geribildirimlerinin tam olarak ölçülememesidir. Diğer bir ifadeyle, hedef kitleyle bire bir iletişime girilememesinden dolayı, mesajın ulaştırılıp ulaştırılmadığının kontrol edilememesi, iletilerin alıcı tarafından ne şekilde algılandığı ve ne tür tepkiler oluşturduğunun tespit edilememesidir. Daha da önemlisi mesajın istenildiği şekliyle ulaştığından emin olunamamasıdır. Kuşkusuz, eğitim amaçlı olarak düzenlenmiş bir televizyon programında bu geribildirim, izleyiciyi aktif bir konuma sokacak ek teknolojik cihazlar veya izleyicinin kendi kendisini kontrol edebileceği yöntemlerle giderilebilmesi söz konusudur<sup>70</sup>. Ancak kasıtlı olarak eğitim amacıyla hazırlanmamış programda bu geribildirim belirsizleşeceği

<sup>66</sup> Remzi Y. Kıncal, *Eğitim Bilimine Giriş*, Ankara, Nobel, 2006, s.203-210.

<sup>67</sup> Paul Armstrong, “All Things Bold and Beautiful: Researching Adult Learning through Soaps”, AERC Investigating the World of Adult Education”, (Çevrimiçi) <http://www.edst.educ.ubc.ca/aerc/2000/armstrongp1-web.htm>, 10.10.2008.

<sup>68</sup> Bkz. Furat, *a.g.t.*, s.301-315.

<sup>69</sup> Güler, *a.g.e.*, s.95.

<sup>70</sup> Bu tip teknolojik cihaz ve geribildirim yöntemleriyle ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Maccoby, David G. Markle, *a.g.m.*, s.157.

açıktır. Bu da, doğal olarak istenilen etkinin izleyici üzerinde ne kadar sağlanabildiği sorusunu beraberinde getirmektedir. Dini içerikli programlar açısından düşünüldüğünde, özellikle mesajın içeriğinin öneminden dolayı, bu durumun daha hassas bir şekilde ele alınması gereklidir. Her ne kadar, yukarıda bahsedilen ikinci türdeki programlarda temelde eğitim amacı güdülmeyeceği söylenebilirse de, sonuçlar dikkate alındığında bu programların izleyicilerin üzerinde, büyük oranda formatlarından dolayı, daha fazla etkiye sahip olabileceği anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan bu programlar, eğitim amacı güdülmeyen hazırlanmalarından ötürü, büyük oranda izleyicilerin dikkatini çekmeye yönelik ekrandaki hızlı akışı ile mesajın yüzeysel bir seviyeye indirgenmesi sonucunu doğurabilmektedir. Ayrıca televizyondaki programlarda maddi kaygıların taşınması ve programın izlenilirliğinin devam ettirilebilmesi için popüler konular üzerine eğilerek hikâyelerin eğlence odaklı işlenmesi konunun birden fazla odağa sahip olmasına ve verilmek istenen mesajın önemini yitirmesine yol açabilmektedir. Bu da doğal olarak, izleyicinin dikkatinin asıl konudan uzaklaşarak, dağılmasına neden olabilmektedir.

Bütün bunlara karşın, eğitim hizmetlerini yaygınlaştırmak, yer ve maliyetten tasarruf etmek, zamanı değerlendirmek ve toplumsal kalkınmayı hızlandırmak gibi pek çok açıdan televizyonun faydalı yönlerinin de bulunduğu ifade edilmelidir<sup>71</sup>. Ancak yine de izlenen her programın, izleyicinin kendi düşünsel ve kültürel alt yapısı yardımıyla algılandığı ve bu algılamının ne şekilde olduğunu kontrol edebilecek herhangi bir mekanizmanın bulunmamasından dolayı, bu programların yapımlarında gözetilen hedeflere tam olarak ulaşılabildiğini söylemek oldukça güçtür.

## SONUÇ

Kitle iletişim araçlarında son yüzyılda gelinen nokta, insanlar üzerindeki etkileri göz önüne alındığında, bu araçların eğitimde üstlendikleri ve/veya üstlenebilecekleri rolün önemini ortaya koymaktadır. Çalışmamızda dile

<sup>71</sup> Cevat Alkan, **Eğitim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme**, Ankara, Pegem A Yay., 2005, s.176.

getirildiği gibi, kitle iletişim araçları ve özellikle de televizyon olumlu ve olumsuz yönleriyle birlikte, toplumda bir şekilde eğiticilik fonksiyonunu üstlenmektedir. Bu bağlamda, televizyon aracılığıyla oluşan eğitim süreci diğer eğitim türlerinden farklılıklar göstermektedir. Dolayısıyla, din eğitimi açısından ele alındığında söz konusu bu farklılıkların gerek pratik yansımalarının, gerekse de teorik temellerinin detaylı bir şekilde irdelenmesi ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Televizyon yaygın din eğitimi araçları arasında değerlendirildiğinde bu farklılıkların göz önünde tutulması gereklidir.