

Ed. Hasan MEYDAN, *Medyada Din ve Değerler*, Dem Yayınları, İstanbul, 2021.

Zeynep Özdemir¹

Medya, hayatımızın hemen her alanında varlığını koruyan ve gün geçtikçe önemini artıran bir mecradır. Sosyal ilişkilerimizin gitgide sanal ortamlara evrilmesiyle bu mecraların doğrudan din ve değer aktarımı gibi bir amacı olmasa da insanı ve toplumu olumlu-olumsuz etkileme potansiyeli bulunmaktadır. Bu nedenle medyada yer verilen dini ve toplumsal değerlerin incelenmesi, yorumlanması, gerekli durumlarda eleştiriye tâbi tutulması alan uzmanları ve sosyal bilimciler üzerine düşen bir sorumluluktur. Literatürde medya, din ve değerler üzerine yapılmış pek çok çalışma mevcuttur. Medyanın doğası itibarıyla sürekli güncellenmesi, yeni içeriklerle yeni çalışma alanlarının doğması sebebiyle yapılan her çalışma alanı zenginleştirmekte; öncesi ve sonrası ile ilişkilendirilebilmektedir. Değerlendirmesini yapacağımız editörlüğünü Hasan Meydan'ın yaptığı *Medyada Din ve Değerler* adlı kitap 2021 yılında yayınlanmıştır. Kitap bizlere güncel veriler ve farklı araştırma yöntemleriyle yeni bakış açıları sunmaktadır.

Editörün kitabın önsözünde değindiği üzere televizyonla evlerimize girip internetin yaygınlaşmasıyla etkileşimli bir hâl alan sanal dünya, insan için yeni bir çevre anlayışına neden olmuştur. Bu yeni çevrenin din ve değerler üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Bu etkilerin doğru temellendirilmesi ve yönlendirilmesi adına değer temelli bir medya okuryazarlığı becerisine ihtiyaç vardır. Kitap da bu ihtiyaca hizmet etmek adına, medyanın değer aktarmadaki rolüne değinmekte, ahlaki seçicilik ve medya okuryazarlığı perspektifinin kazandırılması amacını gütmektedir.

Sakarya Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi'nden, kitabın editörü ve ilk bölümün yazarı olan Prof. Dr. Hasan Meydan, "Değer Temelli Medya Okuryazarlığı" adlı bölümde "Hayat okuldan daha büyük bir öğretmendir." sözünde medyanın hayatımıza dâhil olmasıyla artık çocuklarımıza değer aşılama aile, çevre, okul kadar hatta belki de daha fazla etkide bulunduğu dikkat çekmektedir. Medya, doğası gereği bir yandan evrenselleşme ideali taşıyan dini ve ahlaki değerlerin aktarımı için cazip bir mecra olarak nitelenebilirken diğer yandan bu değerlerin bozulmasına veya olumsuz değerlerin kazandırılmasına sebep olabilir. Çalışmada medyanın din üzerindeki etkileri analiz edilirken öncelikle medyanın farklı kanalları üzerinden ulaşılan dini bilginin hem kaynağı değersizleştirdiği hem de göreceli değerlendirmeye sebep olduğu, bunun da dini yaşantıyı bireyselleşmeye ittiği ifade edilmektedir. Aynı zamanda her an medya akışında karşımıza çıkan dini bilgilerin, yayınların, ayet-hadis paylaşımlarının bir süre sonra sıradanlaştığına ve değer kaybettiğine dikkat çekilmektedir. Medyanın her şeyi ekonomik çıkar aracına dönüştürme gibi bir özelliği bulunmaktadır. Din ve değerlerin de bundan nasibini aldığı, son zamanlarda sayıları gittikçe artan sosyal medya vaizlerinin, dini bilgiyi sunmada şov olarak ifade edilebilecek aşırılıklara gidilmesinin yine dinin ve değerlerinin içinin boşaltılmasına sebep olabileceği bu bölümde yer almaktadır. Tüm bunların önlenmesi ancak din ve değerlerin doğru temellendirildiği bir medya yaklaşımı ile olmalıdır. Bu nedenle yazar tarafından medya okuryazarlığı kavramının değerler açısından yorumlanmasını içeren "değer temelli medya

¹ Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Eğitimi Yüksek Lisans Öğrencisi, E-mail: zynpozdemir0@gmail.com, ORCID: 0009-0005-8839-9902

okuryazarlığı” kavramı önerilmektedir. Değer temelli medya okuryazarlığı becerisi kazanmış bir birey medya üzerinden kendisine sunulan din ve değerlere dair içeriğe etik/ahlaki bir seçicilikle yaklaşabilecektir.

İkinci bölümün yazarı olan Dr. Öğretim Üyesi Sümeyra Arıcan, Yalova Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi’nde görev yapmaktadır. Gençler ve sosyal medya üzerine çalışmaları bulunan yazar kitaba “Özgürlük-Sorumluluk Sarkacında Medyanın Etik Kodları” başlığı ile katkıda bulunmuştur. Okuyucuya medya organları nezdinde özgürlük-sorumluluk ikileminde etik ilkelerin nerede durduğunu tarihsel süreci betimleyecek şekilde aktarmaktadır. Ayrıca bu bölüm Türk medyasında önemli yer tutan medya kuruluşlarının vurguladığı değerleri toplu bir şekilde görebilmemizi sağlamaktadır. Yazarın tespitlerine göre ana akım medya kuruluşlarının ön plana çıkardığı ortak değerler doğruluk, tarafsızlık, mahremiyet ve özel hayatı koruma, toplumsal değerler ve insana saygıyı içermektedir. Medyanın vurguladığı bu etik kodların korunmasında kamu duyarlılığının temel alındığı doğal bir denetimin olması gerektiğine dikkat çekilmektedir.

Medya etiği ve sorumluluk üzerine tartışmaların yer aldığı ikinci bölüm sonrasında üçüncü bölümde “Medya Profesyonellerinin Gözünden Medya-Toplum İlişisine Değer Odaklı Bir Bakış” konusu Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Din Sosyolojisi alanında öğretim üyesi olan Dr. Fatmanur Dikmen tarafından ele alınmıştır. Yazar, medyanın farklı mecralarında çalışan medya profesyonelleriyle gerçekleştirdiği mülakatlar sayesinde okuyucuya ‘içeriden’ bir bakış sunmaktadır. Medya profesyonellerine yönlendirilen ideal medya ve kendilerini bu idealde nerede konumlandıklarını, etik ilkeler ve uygulanıp uygulanmamaları, medya içerikleri, medyanın toplum ve değerle ilişkisine dair sorulara verilen cevaplar tematik-kategorik içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek okuyucuya sunulmuştur. Burada medya çalışanlarının daha özgür ve bağımsız olması sebebiyle yeni medya olarak da isimlendirilen internet medyasını cazip görmeleri medyanın dönüşümüne işaret etmektedir. Burada okuyucunun geleneksel medya ve yeni medya arasındaki çalışma şartları, bağımsızlık, denetleme gibi ölçütlerin farklı olması sebebiyle çalışmada iki mecra arasında ayırım yapılması beklentisi ise karşılanmamaktadır.

İstanbul Üniversitesi Din Psikolojisi alanında doktora öğrencisi olan Büşra Gügen, “Instagram Fenomenlerinin Benlik Sunumu ile Yansıttıkları Değerlerin İncelenmesi” adlı bölümde 2018-2019 yıllarında Instagram platformunda en fazla takipçi sayısına sahip bir erkek bir kadın Türk fenomen paylaşımlarını inceleyerek benlik sunumları üzerinden yorumlamalarda bulunmuştur. Yazarın ulaştığı sonuçlara göre bu iki fenomenin paylaşımlarında yardımseverlik, insan-hayvan-doğa sevgisi, toplumsal değerler yer alsa da içerik çoğunlukla fiziksel görünüm, mizah ve eğlenceye odaklanmaktadır. Zaman zaman argo sözler ve tehdit etme gibi içeriklerin de yer aldığı paylaşımlar bulunmaktadır. Çalışmada Instagram fenomenlerinin ön plana çıkardığı değerler tespit edilerek betimlenmeye çalışılmış, fakat bunların topluma ve değer aktarımına ilişkin etkileri tartışılmaktan kaçınılmıştır.

“Müslüman Moda ve Yaşam Tarzı Dergilerinde Kadın İmajı”nın nasıl sunulduğunu Türkiye, Batı ve Uzak Doğu’da yayımlanan dergilerden Âlâ, Aysha, Emel, Azizah, Noor, Gaya örnekleriyle bize sunan İstanbul Üniversitesi Sosyoloji doktora öğrencisi Selda Karaaslan, ele aldığı beş derginin yoğunlaştığı konular üzerinden hangi değerleri ön plana çıkardıklarını ortaya koymaktadır. Dergilerin plastik göstergeler (renk, doku, biçim, tasarım) ve ikonik göstergeler (kapak fotoğraflarında ön plana çıkan unsurlar) açısından incelendiğini görmekteyiz. Belirlenen tarih aralığında dergi içeriklerinde yer alan başlıkların tablolarla sunulması okuyucunun karşılaştırma yapabilmesine olanak sağlamıştır. Karaaslan, çalışmasını değerlendirdiğinde moda, güzellik gibi tüketim odaklı konulara ağırlık veren dergilerin Türkiye menşeli olduğu; Amerika, Birleşik Krallık, Endonezya ve Singapur’da yayınlanan diğer dergilerde ise başarılı, üretici, özgür bir Müslüman kadın imajının çizildiği sonucuna ulaştığını ifade etmektedir. Ayrıca tüm dergilerin moderniteye uygun olarak bireyselleşme ve kentleşmeye vurgu yaptığı, İslami ve toplumsal değerleri ise geri planda bıraktığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu araştırmayla özellikle Müslüman/muhafazakâr moda

dergilerinin Türkiye’deki seyrini görebilmemiz ve dünya genelinde benzerleriyle kıyaslayabilmemiz adına önemli bir çalışmaya imza atıldığı söylenebilir.

Hayatımızın her alanına bir yenilikle giren medya, eş seçiminde de kendisini göstermiştir. Altıncı bölümde Değerler Eğitimi Merkezi proje araştırmacısı İlknur Mengübeti ve İstanbul Gelişim Üniversitesi öğretim görevlisi Fatma Aktaş’ın kaleme aldığı “Din ve Değerlerin Yansıma Alanı Olarak Sanal Çöpçatanlar: İslami Evlilik Siteleri Üzerine Bir İnceleme” adlı çalışma yer almaktadır. Bölümde kendilerini dindar olarak tanımlayan bireylerin tercih ettiği evlilik amaçlı tanışma sitelerinden biri üzerinden bir çalışma yürütülmüştür. Var olan literatür üzerinden çevrim içi evlilik siteleri değerlendirildikten sonra belirlenen sitede doldurulan formlar incelenmiştir. Rastgele seçilen on bir adayla gerçekleştirilen yazışmalar sonrasında çalışma sonucu okuyucuya sunulmuştur. Tamamı erkek olan katılımcıların eş adayında öncelendiği kişilik özelliklerini ve beklentilerini analiz ederek bireylerin evliliğe yükledikleri anlama dair sunulan bilgiler yapılacak diğer çalışmalarla da karşılaştırılabilir imkânı sunulmaktadır.

Medyanın hangi alanında olursa olsun istemsiz bir şekilde maruz kaldığımız reklamlar bizleri tüketime yönlendirirken dikkat çekici ve etkileyici olma gayesiyle toplum değerlerini göz ardı edebilmektedir. Yedinci bölümde okuyucu Millî Eğitim Bakanlığı çalışanları Dr. Yakup Ayaydın ve Hatice Yıldız Ayaydın’ın “Haz ve Tüketim Yarış Arenası TV Reklamları Üzerine Değer Temelli Bir Analiz” konusu ile karşılaşmaktadır. Sevilen ve çokça takip edilen ünlülerin yer aldığı giyim ürünü reklamlarının analiz edildiği çalışmada haz, cinsellik, eğlence mahremiyetin ihlali ve evlilik dışı ilişkinin ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Reklamların mekân, nesne, eylem ve insan açısından göstergeleri tek tek incelenerek pazarlanan marka ürüne sahip olan bireyin ayrıcalıklı, çekici, arzulan, kendini gerçekleştirmiş bir kişiliğe sahip olduğu izleniminin yaratıldığı ifade edilmiştir. Kişinin bu benlik özelliklerini taşıması için o markaya sahip olması gerektiği gibi bir duygusal yönlendirmeye maruz bırakılmasının benzer diğer reklamlarda da var olduğu görülmektedir. Çalışmada bu tür reklamların ne derece başarılı olduğu, herhangi bir denetime tabi tutulup tutulmadığı, izleyici-tüketiciden geri dönüt alınıp alınmadığıyla ilgili bir yorumda bulunulmamaktadır.

Sekizinci bölümde Uludağ Üniversitesi Din Sosyolojisi alanında doktora öğrencisi ve Polis Akademisinde Araştırma Görevlisi olan Merve Reyhan Baydeniz’in çalışmasıyla karşılaşmaktadır. Şiddet üzerine başka çalışmaları da bulunan yazar “Adalet Değeri ile Televizyon Dizilerindeki Şiddet Arasında Kadın İzleyiciyi Dinlemek: Sen Anlat Karadeniz” adlı çalışmasıyla yayınlandığı yıllarda rağbet gören, fakat bir yandan da şiddet içeriği sebebiyle eleştiri ve şikâyetlerle gündeme gelen bir dizi üzerinden diziyi izleyen kadınların şiddet ve adalet algısı hakkında mülakatlar gerçekleştirmiştir. Bu mülakatlarda izleyicilerin geneli şiddeti her ne kadar rahatsız edici bulsalar da; olay örgüsü, merak duygusu, ilgi çekici aşk gibi unsurlar sebebiyle diziyi izlemeye devam ettiklerini ifade etmektedirler. Baydeniz, çalışmasında bir diziyi ele alsa da televizyon dizilerinin genelinde amaca ulaşmada şiddeti meşru görme vurgusunun olduğunu, bu vurgunun insanlarda hukuka rağmen adalet anlayışını yerleştirdiğini ve güçlü olanın ayrıcalıklı görülmesine sebep olduğunu ifade etmektedir. Araştırması kapsamında sunduğu önerilerde dizi yapımcılarının senaryodaki öğeleri toplumun değerlerini ön planda bulundurarak daha derinlikli bir bakış açısıyla sunmaları gerektiğini vurgulamaktadır. Diğer yandan yayınlanan bu dizileri denetleme noktasındaki sorumluların şiddet ve kadına yönelik şiddet içeriklerinin insan psikolojisindeki etkilerini ölçen çalışmalara öncülük etmeleri, bu konularda yapılacak olan çalışmalar için veri sağlamaya daha açık olmaları gerektiğini ifade edilmektedir.

Kitabın son bölümü olan “Gençliğe Hitap Eden İnternet Sitelerinde Misyonerlik: Kampusweb Örneği” Millî Eğitim Bakanlığı’nda öğretmen olan Mesut Rahmi Cinemre tarafından kaleme alınmıştır. Özellikle gençlerin tercih ettiği internet sitelerine ilgi çekici başlıklarla reklam vererek dikkatlerini cezbetmeye çalışan kampusweb sitesi, içeriğin devamında gençleri Hristiyanlığa davet etmektedir. İnternet sitesinin içeriğinin ayrıntılı bir şekilde incelenerek medya üzerinden yapılan benzer misyonerlik faaliyetlerini önlemede en önemli görevin din ve değerler eğitimcilerine düştüğü vurgulanmaktadır. Bu noktada

eğitimcilerin misyonerlik faaliyetlerine karşı kendilerini geliştirerek örgün ve yaygın din eğitiminde özellikle gençlerin içine düşebileceği psikolojik ve inançsal boşlukları doldurması, milli manevi değerler üzerine farkındalık oluşturması gerekmektedir.

Görülmektedir ki, *Medya, Din ve Değerler* başlığını taşıyan kitap, medyanın farklı yönlerini ele alarak medya içeriklerini değerler açısından incelemektedir. İçerikteki tüm konular birbirinden bağımsız çalışmalar olsa da kitabın ana başlığının kapsamına girmektedir. Medya-din-değer üzerine konuşulacak konuların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Karşımıza çıkan her bir yayın organı, medya içeriği, sosyal medya platformu, insanların bu medya platformlarıyla gittikçe artan ilişkileri her geçen gün yeni konular üretmektedir. Bu nedenle bir kitabın konunun her yönüne değinmesini beklemek yerinde olmayacaktır. Yine de içerik analiz edildiğinde kitapta sırasıyla medyanın hayatımızda gittikçe artan önemi, topluma karşı bir sorumluluğu olup olmadığı tartışmaları, sosyal medya platformu (Instagram örneği), kadın moda dergileri, İslami evlilik sitesi, reklamlar, televizyon dizisi, misyonerlik faaliyeti gösteren internet siteleri üzerinden değer sunumu tartışmaları takip edilebilmektedir. Gün geçtikçe ortaya çıkan yeni araştırma konuları ve problemleri aynı minvalde çalışmalar yürütülerek kitabın ikinci ve üçüncü serisinin hazırlanması okuyucunun değişimi sürekli takip edebilmesi, alan araştırmacılarının da literatürü güncel tutması açısından önemlidir.

Kitap içeriği mülakat, görüşme formu, içerik analizi gibi farklı yöntemler kullanılarak hazırlanmış çalışmalardan derlenmiştir. Medya-din-değer ilişkisinin çeşitlendirilmiş yöntem ve örneklerle okuyucuya sunulması ele alınan konuyu zenginleştirmiştir. Fakat başlangıçta bahsedilen değer temelli medya okuryazarlığı vurgusunu karşılayacak nitelikte çıkarım ve öneriler açısından eksik kalmıştır. Ortaya koyulan olguları toparlayacak bir sonuç bölümünün eksikliği hissedilmektedir. Çok yazarlı bir kitap olmasına rağmen dil ve üslup açısından ise okuyucuyu rahatsız edecek farklılıklar görülmemektedir.

Yazarların hiçbirisi doğrudan medya alanı üzerine uzman olmasalar da alanın kavramlarına ve teorik boyutuna yeterli hâkimiyeti sağladıkları noktasında okuyucu ikna edilebilmiştir. Gerekli yerlerde dipnotlarla tanımlama ve açıklamaya yer verilmiştir. Gerek teorik anlatım gerek araştırma uygulaması yeterli ve yerinde başlıklarla okuyucuya sunulmuştur. Hemen her bölümde giriş ve sonuç/değerlendirme kısımlarına yer verilmiş, araştırma yöntemi ve bulgulara değinilmiştir. Elde edilen veriler ise tablo hâline getirilerek yapılan analizin daha verimli şekilde takip edilmesi sağlanmıştır. Kitapta her bölümün sonunda kaynakçaya yer verilmiştir. Çalışmaların kaynakları incelendiğinde her bir bölümün tatmin edici kaynaklarla çalışıldığı görülmektedir.

Sonuç olarak *Medyada Din ve Değerler* kitabı medya konusu üzerinden sık sık gündeme gelen etik meselesini tekrar düşünmemizi sağlamaktadır. Yazarlar sundukları farklı çalışma alanları ve kullandıkları yöntemlerle konuyu somutlaştırarak değerler üzerinden yapılması gereken medya okuryazarlığı vurgusunu ön plana çıkarmaktadırlar.