

# MEDİAD

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

SEMPOZYUM DEĞERLENDİRMESİ | SYMPOSIUM REVIEWS

Haziran 2019, 2(1), 171-180

Geliş: 08.05.2019 | Kabul: 30.05.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu 2-3 Nisan 2015, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Değerlendiren: Mustafa TEMEL\*



### Bir Çalışma Sahası Olarak Medya ve Din

Medya gündelik hayatın belirleyici unsurlarından biri olarak işlev görmektedir. Bununla birlikte din de sosyal bir olgu olarak bireylerin yaşamını şekillendiren önemli bir misyona sahiptir. Bu bağlamda medyanın yayın faaliyetlerinde din faktörünü göz ardı edememesi/etmemesi ve kitle iletişim araçlarının çeşitli kişi/kurum/yapılar tarafından dini mesajların aktarımı amacıyla aktif olarak kullanılması gibi nedenler medya-din etkileşiminin çeşitli örneklerini ortaya çıkartmıştır. Modern dönemde dini mesajların aktarımı için kitle iletişim araçlarının bir zorunluluk olarak kullanılabilir hale gelmesi ve bireylerin de bu araçlara dini bilgi edinme noktasında sıkça başvurması' medya-din ilişkisinin önemini artırmaktadır. Bu ilişki; dinin dijital ortamlardaki mevcudiyeti, medyada temsili, medyanın dini meselelerde temel bilgi kaynağı olması, dini kimlik ve aidiyet uzamı olması, çevrimiçi dinsel nefret söylemleri (İslamofobi) gibi birçok farklı konuya kadar genişletilebilecek bir alanı doğurmuştur.

Bu çalışma sahası Batı ülkelerinde ilgiyle takip edilmekle birlikte, dinin toplumsal yaşam pratiklerinde belirleyici bir unsur olduğu ve medya tüketiminin hızla yaygınlaştığı Türkiye'de medya-din ilişkisini irdeleyen çalışmaların oldukça yeni olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda medya-din ilişkisi ile ilgili yapılan az sayıdaki akademik çalışmanın yanında, Mete Çamdereli, Betül Onay Doğan ve Nihal Kocabay Şener editörlüğünde hazırlanan *Medya ve Din* (2014), *Dijitalleşen Din* (2015) isimli kitaplar, medya-din ilişkisinin farklı boyutlarını Türkiye'de ilk defa kapsamlı bir şekilde sorgulamaya açan çalışmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmalarla birlikte Prof. Dr. Mete Çamdereli, Doç. Dr. Betül Onay Doğan ve Dr. Öğr. Üyesi Nihal Kocabay Şener'in düzenlemiş oldukları *Medya ve Din Sempozyumu* da medya ve din alanının bir çalışma sahası olarak gelişmesine katkı sağlayan bilimsel bir organizasyon olarak dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda çalışma, Türkiye'de medya-din ilişkiseliliğine yönelik yapılan ilk geniş katılımlı organizasyon olan söz konusu sempozyum ile ilgili genel bir çerçevenin çizilmesini ve alanla ilgili yapılabilecek diğer çalışmalara katkı sağlamayı amaçlayan bir değerlendirme yazısı olarak kurgulanmıştır.

### Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu Kapsamında Hazırlanan Çalışmalara Dair Notlar

2-3 Nisan 2015 tarihinde İstanbul Ticaret Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen Medya ve Din Sempozyumu "Medya ve Dinin Genel Görünümü", "Medya-Din ve Ti-

\* Dr., Erciyes Üniversitesi, e-mail: mustafatemel@erciyes.edu.tr | [orcid.org/0000-0002-8976-7798](https://orcid.org/0000-0002-8976-7798)

caret”, “Medya-Din ve İletişim”, “Medya-Din ve Siyaset”, Medya-Din ve Söylem”, “Medya-Din ve Toplumsal Değişim”, “Medya-Din ve Görsellik”, “Medya-Din ve Popüler Kültür”, “Medya-Din ve Eğitim”, “Medya-Din ve Dijitalleşme” isimli 10 konu başlığı altında tartışılmıştır. Çeşitli bilimsel alan ve perspektiflerden pek çok akademisyen, araştırmacı, medya profesyoneli ve Diyanet mensubu tarafından hazırlanan çalışmalar *Medya ve Din Tartışmaları* isimli kitapta bir araya getirilmiştir. Değerlendirme yazısı da, derlenen bu kitap göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır.

- İlk oturum olan **Medya ve Dinin Genel Görünümü** başlığı altında Prof. Dr. Mete Çamdereli medya ve dinin genel bir panoramasını çizmiştir. Çamdereli’ye göre medyanın, iletişim teknolojilerinin sunduğu imkanlarla etki alanını artırması ve bu etki alanı içerisine dini ritüel/uygulama ve bakış açılarını da dahil etmesi medya ve din ilişkisinin sınır çizgilerini bulanıklaştırmıştır. Bu perspektifte medya–din ilişkisi; dinin dijitalleşmesi, dinin medyada temsili, medyadaki dini bilgilerin geçerliliği ve güvenilirliği gibi çok çeşitli alanları içerisine dâhil eden bir görünüm kazanmıştır. Dinin medyada popüler kültür mantığı ile üretim ve tüketiminin problemleri doğasına kısaca değinen Çamdereli, *medyatik din* olgusunun indirgeyici ve değersizleştirici bir din anlayışı meydana getirdiğini belirtmiştir. Ayrıca reklam aracılığı ile dinin ticari bir alan olarak medyada varlık göstermesinin ortaya çıkarabileceği problemlerin altını çizen Çamdereli, düzenlenen sempozyumun özellikle bu sorun alanlarını gündeme getirmeyi amaçladığını ifade etmiştir.

- Sempozyumun açılış konuşmalarını yapan Prof. Dr. Nazım Ekren medyanın bireylerin karar verme mekanizmalarını etkilemedeki rolüne; RTÜK üyesi Nurullah Öztürk ise dinin medyadaki olumsuz temsilinin doğurduğu İslamofobi gibi toplumsal meselelere değinmiştir. Prof. Dr. Mehmet Görmez ise açılış konuşmasında doğru bilginin önemi ile birlikte medyanın dini meselelerde temel kaynak konumunda olmasına ilişkin açıklamalarda bulunmuştur. Aşırı tüketim olgusunun getirdiği problemlerin medyadaki yansımalarını, dini olguların da bu süreçteki rekabetin içerisine dâhil edilmesinin getirdiği sorunları özetleyen Görmez, medyanın dini meselelerde göstermiş olduğu gayri ahlaki tutumu da eleştirmiştir.

- **Medya-Din ve Ticaret** ana başlıklı oturumda Prof. Dr. Ersin Nazif Gürdoğan *Medya Aynasında Ekonomi ve Kültür* başlığı altında, ekonominin değişmez bir gerçeklik olarak toplumsal kültürün yansıması olduğunu belirtmiş ve ekonominin kültürün önüne geçmesinin, insanın ekonominin öznesinden nesnesi olmasına doğru bir yönelime sebep olacağını altını çizmiştir. Dolayısıyla medya, ekonomi ve kültür eksenini tartışan tebliğden hareketle; ekonomik göstergenin (üretim ve tüketim dinamiklerinin) toplumsal yaşamın bir karşılığı olduğunu, bu noktada da kültürün manevi unsurlarından olan dinin toplumsal yaşamı belirleyici rolünün ortaya çıkaracağı kültürel zenginleşmenin sağlanabilmesi için dinin ve kültürün ekonominin nesnesi konumuna yerleştirilmemesi gerektiğini ifade etmek mümkün gözükmemektedir. Bu ifade, aynı zamanda dinin medya tarafından ticari kaygılar için bir nesne olarak kullanılmasına da karşı çıkan bir söylemi taşımaktadır.

- Prof. Dr. Hüner Şencan, İnternet ve Mobil Telefon Kullanmak Suretiyle Gerçekleştirilen Din-Ticaret İlişkilerinde Toplumsal Sorunlar ve Olası Önlemler başlıklı tebliğinde, özelde, internet ve mobil akıllı telefonlar aracılığı ile gerçekleştirilen din-ticaret ilişkilerine ve bu ilişkilerden doğan dini etkinliklerin/bağışların toplumdaki olumlu-olumsuz etkilerine değinmiştir. Mobil uygulamalar sayesinde gündelik yaşantıdaki dini ritüellerin akıllı telefonlar ile kısmen gerçekleştirildiğini ve bu pratiklerin uygulanmasında ise mobil reklamlara sıkça maruz kalındığı açıkça ortadadır. Akıllı telefonların yanı sıra internet teknolojisinin yakın zamanlarda satış amaçlı kullanılması ile birlikte dini içerikli veya dini ürünlerle ilgili ticari faaliyette bulunan firmaların interneti aktif kullanması dini içeriklerin ve dini simgelerin pazarlama

stratejisi haline gelmesine sebep olmuştur. İletişim teknolojilerinin din-ticaret ilişkilerinin seyrini değiştirmesine odaklanan tebliğde aynı zamanda dinin reklam ve pazarlama stratejilerinde oldukça etkin kullanılmasına dair çıkarımlara yer verilmiştir. Bu çalışma, özellikle aktif kullanıcı sayısının fazla olduğu akıllı telefon ve internet gibi iletişim teknolojileri üzerinde dini unsurların bir meta şeklinde yer almasının meydana getireceği problemleri gündeme taşımaktadır.

- *Yardım Olgusunun Bir Tanıtım Malzemesi Olarak Kullanılması* başlıklı bildiri Dr. Osman Bayraktar, bağış/yardım eylemlerinin gerçekleştirilmesinde medyanın etkinliğini tartışmaya açmıştır. Öz olarak, bağış yapan kişilerin niyetleri ile bu yardımlar sonucu oluşan kaynakların kullanımında doğabilecek uyumsuzluğa ve bu süreçte medyanın aktif olarak bir tanıtım aracı olarak kullanılmasına değinmiştir. Son yıllarda sivil toplum kuruluşlarının artan yardım faaliyetlerinin medya aracılığı ile farklı bir biçime kavuştuğunu söylemek mümkündür. Bildiri, bu sürece kısaca değinmekle birlikte STK'ların, bağış ve kaynakların dağıtım eylemlerini kamera ve görsel malzemeler aracılığı ile bir tanıtım faaliyeti olarak kullanmasını, yardımın/hayrın gizliliğini göz önüne alarak, önemli bir problem olarak yorumlamıştır.

- Prof. Dr. Ömer Torlak *Din, Hayat Algısı ve Tüketim Kültürü Oluşturmanın Medyanın Ekonomik Gücü ve İlişkilerine Etkisi* başlıklı bildirisinde modernizmin enstrümanı olarak medyanın, bir hayat tarzı ve tüketim kültürü üretmedeki etkinliğini ele almıştır. Modern paradigma ile görünür olan sekülerizmin bir dinamiği olarak işlev gören medyanın, "Hayatı kompartımanlar içerisinde yaşayabilirsiniz, yaşamalısınız da. Bir tarafta iyilik yapın, bir tarafta kötülük yapın" şeklindeki bakış açısıyla, modern yaşamla dini bir yaşam biçimini birlikte tecrübe etme gerekliliğini empoze ettiğini vurgulayan Torlak, medyanın bu söylemi inşa ederken de tüketim kültürünü hâkim kılarak kendi hegemonyasını güçlendirdiğini belirtmiştir. Ayrıca siyasal İslam düşüncesi ile paralel bir anlamsal tarihe sahip olan "soft din" algısının de medya aracılığı ile körüklendiği gerçeği düşünüldüğünde, bu bildiri Dr. Torlak, medyanın soft din algısı üretirken aynı zamanda farklı ve negatif din algılamalarını dine (özelde İslam'a) atfettiğini, dayattığını ama medyanın olumsuzluklar atfettiği dinin unsurlarını da belirli dönemlerde reklam aracı (Ramazan aylarında olduğu gibi) olarak kullandığını ifade etmiştir.

- *İslam Medeniyeti Açısından Ticaret ve Medya* isimli bildiri İsrail Kuralay, İslam düşüncesindeki ticaret ahlakının temel unsurlarından bahsederek günümüz ticari ilişkilerinin olumsuz bir görünüm kazandığını belirtmiştir. Dolayısıyla ticaret ahlakının temel öğretilerinden olan "tüketicinin aldatılmaması" gerekliliğinin medyada karşılık bulmadığı, liberal piyasada medyanın değer kavramının meta ile ölçüldüğü bir süreçte medya kuruluşlarının daha hassas davranması gerektiği bildiride öz bir biçimde ele alınmıştır.

**Medya-Din ve İletişim** başlıklı oturumda Ekrem Şahin, *Dini Kurum ve Kuruluşlarda İletişim Yönetimi* isimli tebliğinde, dini temsil eden sivil toplum kuruluşlarının ve resmî yapıların medya ile ilişkisini ele almıştır. Yazara göre, medyanın dini temsil konusundaki problemleri yaklaşımına, dini kuruluşların medya aracılığı ile olumlu bir karşılık veremediği; dolayısıyla medya-din ilişkisinde dini kurum ve kuruluşların medyayı aktif bir şekilde kullanamamasının da medya-din ilişkisindeki sorunları artırdığı düşünülmektedir. İletişim araçlarının sayıca arttığı ve birçok STK'nın çeşitli versiyonlarıyla medyayı bünyesinde barındırdığı düşünüldüğünde, problemin iletişim eksikliğinden kaynaklandığı ve dini yapı ve kurumların medya aracılığı ile dinin aktarımı noktasında daha aktif bir rol üstlenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

- Ragıp Duran ise son yıllarda İslamofobi perspektifinde çokça tartışılan Charlie Hebdo dergisini, düşünce ve ifade özgürlüğü perspektifinde ele almıştır. *Fransız Siyasi Mizah Dergisi Charlie Hebdo: Düşünce, İfade, Basın Özgürlüğü mü, Dini Değerlerle Alay Etmek mi?* başlıklı çalışmada derginin tarihçesi ve yayın çizgisi konusunda bilgiler

aktarıırken, derginin yayın politikası gereği muhalif olduğu birçok ideoloji, din, siyasal sistem eleştirisinde bulunduğunu belirtmiştir. Bu düşünceden hareketle de bazı düşünürlerin ifadelerinin aksine, derginin İslamofobik bir yayın olduğuna yönelik somut bir delilin bulunmadığını ve İslam'a yönelik karşıtlık oluşturacak bir yayın çizgisinin olmadığını; Charlie Hebdo'ya dava açanlar arasında farklı dine ve ideolojik yapılara ait kişilerin de yer aldığını ifade etmiştir (s. 46-47). Ayrıca yazar, dinin siyasal ve sosyal arenadaki etkisinin ve mizah algılamalarının Fransa'da ve Türkiye'de farklı olduğunu belirtmiştir. Ancak İslamofobik eylemlerin gerçekleştirilme sebepleri incelendiğinde, bu eylemlerin bir ön yargıdan kaynaklandığını ve Charlie Hebdo'nun da İslam'a ve Müslümanlara yönelik nefret içerikli ve ön yargıya dayalı bu söylemleri sürekli aktararak bir nevi İslamofobik eylemleri teşvik edici bir yayın politikasına sahip olduğunu söylemek mümkündür.

- *Din Sosyolojisi Perspektifinden Din ve Dinin Geleneksel ve Yeni Medyada Temsili* başlıklı tebliğde Prof. Dr. Füsün Alver, Comte, Marx ve Engels, Durkheim, Weber, Simmel, Luckman ve Berger gibi sosyologların din ile ilgili sosyolojik tespitlerinin, dinin modern toplumdaki karşılığını ve dinin medyadaki temsilinin sosyolojik arka planını ve din-medya ilişkisindeki karmaşık ilişkileri göstermesi açısından bir çerçeve sunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca dinsel çatışmaların kitle medyasının ilgisini çektiğini; dini değerlerin kitle medyasındaki temsilinin, dinin medyatikleşmesine ve politikleştirilmesine, dolayısıyla inançların da politikleştirilmesine, popülerleşmesine ve zayıflamasına sebep olduğunu belirtmektedir.

- *Gazetelerimizin İçtenliksiz ve/veya Zamanın Ruhunu Yansıtmayan Ramazan Yayınları* başlıklı tebliğde Muhsin Mete, yazılı ve görsel medyada, özelde de yazılı basında, Ramazan ayı ile ilgili yayınlanan içeriklere odaklanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda ise medyanın Ramazan ayı ile ilgili hususlara tiraj/rejting amacı ile yer verdiğini, bu sebeple de içeriklerinin oldukça zayıf ve Ramazan ayının mahiyetini okuyuculara aktarabilecek bir düzeyde olmadığını ifade etmiştir.

**Medya-Din ve Siyaset** başlıklı oturumda Prof. Dr. Bekir Berat Özipek, İfade Özgürlüğü ve Ayrımcı Önyargı Arasında: Charlie Hebdo Örneğinde Bir Nefret Söylemi Tartışması isimli çalışmasında nefret söyleminin ifade özgürlüğü bağlamında değerlendirilmemesi gerektiğini ve Charlie Hebdo'nun İslam/Müslümanlar ile ilgili içeriklerinin de İslam karşıtlığına, ön yargıya dayalı bakış açısına yol açtığını vurgulamıştır.

- Prof. Dr. Emine Yavaşgel, *Dini Çoğulculuk ve Diyalog Tartışmaları* isimli tebliğinde iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte toplumsal değişimin arttığını, dinsel ve kültürel çoğulculuğun ise kaçınılmaz bir boyuta ulaştığını ifade etmiştir. Ayrıca çalışmada, küreselleşme ile birlikte yaşanan gelişmeler, medya ile dini bilgilenmenin artması ve farklı dinlerin mensuplarının bir arada yaşama tecrübelerinin artması sonucu dinler arası diyalog söylemlerinin de arttığı belirtilmiştir. Bu perspektifte, ulusal yazılı basında dinler arası diyalog meselesi ile ilgili yazılar olumlu/olumsuz kategorisinde incelenmiştir.

- *Arap Baharı ve Tahrir Özelinde İslam Coğrafyasında Yeni Medya ve Toplumsal Hareketler* başlıklı tebliğde Doç. Dr. Alev Erkilet, yeni medya araçlarının toplumsal örgütlenme noktasında önemli bir işlev yerine getirdiğini, Mısır ve Tunus örneğini göz önüne alarak ve bu olaylarda vatandaşların gönüllü gazeteciler olarak etkin rol oynadığını vurgulayarak aktarmıştır. Ayrıca Mısır ve Tunus'taki toplumsal hareketleri 'bahar' kavramı ile yorumlamak için erken bir süreç içerisinde bulunduğunu ve bu olayların özellikle yeni medya, siber aktivizm ve dijital hareketler gibi kavramlar perspektifinde ele alınması gerektiğini ifade etmiştir.

- Doç. Dr. Fahrettin Altun ise *Türkiye Medyasında İslam'ın Tanımlanma Strate-*

*jileri* isimli çalışmasında Türkiye medyasında İslam'ın temsili noktasında; kendi doğruluğunu ötekileştirme şeklinde görünür olan ve Arap İslam'ının ötekileştirilerek bir Türk Müslümanlığı imgesinin üretilmesini Şarkiyatçılık; Batı'nın ideal insanlık durumunu temsil ettiği, bu doğrultuda da Batı'daki İslamofobik söylemlerin Türkiye medyasında yeniden üretilmesini Garpcılık; Avrupa İslam'ının veya Batılı dinlerin yabancılaştırılmasını da Garbiyatçılık üzerinden açıklamıştır. Ayrıca medyada İslam'ın aşırı bir temsille vücut bulduğunu ifade ederken, medyanın İslam'ı çeşitli stratejilerle yeniden tanımladığını belirtmiştir.

**Medya-Din ve Söylem** ana başlıklı oturumda öncelikli olarak Prof. Dr. Vefa Taşdelen İçtenlik Değeri Bağlamında Din ve Medya İlişkisi başlıklı çalışmasını sunmuştur. Dinin bir değerler bütünü olduğunu ve içtenlik değerinin güçlü olmasının da birey-yaratan ilişkisini kuvvetlendireceğini belirten Taşdelen, insanların gündelik hayatını etkileyen medyanın dini meselelerde bu içtenliği sağlama noktasında zayıf kaldığını hatta yabancılaşmaya sebep olduğunu ifade etmiştir.

- *Dini Sembollerin Medyada Savaş Malzemesi Olarak Kullanılması* başlıklı tebliğde ise Ömer Lekesiz, dini temsil eden sembollerin anlam dönüşümüne uğradığına değinmiştir. Özellikle son zamanlarda dünyevileştirilen dini sembollerin, medya aracılığı ile yeni bir dine/anlam yapısına dönüştüğünü belirtmiştir.

- Cemal Şakar ise *Medya Vaizlerinin Grameri* isimli çalışmasında, medyanın yapısı gereği bir imaj oluşturduğunu ve bu doğrultuda medya vaizlerinin bu imajlara hapsedildiğini söylemiştir. Bir atmosfer oluşturma gayesinde olan medya vaizlerinin dini gerçeklikle kurduğu ilişkinin sorunlu olduğunu; medya vaizlerinin ele aldıkları meselelerin güncel olmadığını, sınırlı olduğunu ve hazır kalıp ifadelerle çerçevelendiğini, popüler söylemlere hapsedildiğini ifade eden Şakar, medyatizmin medya vaizlerini kuşattığını ve gösteri-izleyici-performans ilişkisi şeklinde bir yapının meydana geldiğini aktarmıştır.

- *Medyatizm Çağında İletişimin Özünü Yeniden Düşünmek* başlıklı tebliğde ise Dr. Özkan Gözel, iletişimin varoluşsal bir olgu olduğunu fakat mevcut iletişim tarzının bu durumu dönüştürdüğünü; medya araçları ile meydana gelen iletişimin sağlamış olduğu birleşmelerin/yakınlaştırmaların aslında bir kopuşa ve ayrılmaya sebep olduğunu söylemiştir.

**Medya-Din ve Toplumsal Değişim** temalı oturumda ilk olarak Prof. Dr. A. Korkut Tuna *Medya (Öncesi) Din Olayı ve Sosyal Değişme* başlıklı tebliğinde medyatizmin günümüz hayatını şekillendirici, hapsedici etkisinden; bu etkinin tarihsel süreçteki sosyal yaşantıyı yeniden dönüştürmesinden söz etmiştir.

- *Gelenek-Moda İkileminde İnanç Simgeleri* isimli bildirisinde Prof. Dr. Selçuk Mülayim, dinlerin tarihsel süreç içerisindeki etkinliklerini, gündelik yaşamı kuşatan kapsayıcı rolünü ele almıştır. İnanç simgeleri üzerinden yapılan bu okuma ile birlikte günümüzde toplumsal yaşamı dizayn edecek konumdaki simgelerin medyanın kontrolü altında olduğunu ifade etmiştir.

- Prof. Dr. Erol Göka ise *Felsefesiz Dünyanın Bekçisi: Medya* başlıklı bildirisinde modern dünyada suni bir biçime kavuşan iletişim ilişkilerine değinmiştir. Teknomedyatik dünyanın suniliğinin ise olumlu veya olumsuz etkilerinin tartışılacağına belirten Göka, modern çağda medyanın zihinleri kontrol eden bir mekanizma olarak işlev gösterdiğini söylemiştir.

- *Medya ve Din Bağlamında Toplumsal Değişme* isimli tebliğde Prof. Dr. Kadir Canatan toplumsal değişme kavramını açıklayarak, medyanın bu değişim evrelerinde etkin rol oynadığını aktarmıştır. Modernleşme-din ilişkisi ile ilgili farklı bakış açılarını yorumlayan Canatan, özellikle medya ile dinin aktarım biçiminin değiştiğini ve artık

dini söylemlerin medya üzerinden ifade edildiğini televizyon örnekleri ile belirtmiştir. Ayrıca Türkiye üzerinden bu süreci örneklendiren Prof. Dr. Kadir Canatan, özel yayıncılık ile medya-din ilişkisinin iki açıdan değiştiğini ifade etmiştir. Bu değişimde ilk olarak medyanın dini ritüelleştiren, dini belirli gün ve zamanlarda gündeme getiren, çerçeveleyen, reyting aracı olarak kullanan bir bakış açısının olduğunu; ikinci olarak ise görsellik ve üslubun dini meselelerde ön plana çıkarıldığını ve medyanın dini eğitim/kültür aktarım amacıyla kullanımının arttığını vurgulamıştır. Sonuç olarak ise medyanın kendi araçsal mantığını hâkim kıldığını ve mesaj aktarımının geri planda kaldığını ifade etmiştir.

- Prof. Dr. Atilla Yayla *Din, Medya ve Medya Din İlişkisi* başlıklı bildirisinde dinin toplumsal bir olgu olduğunu vurgulayarak; din-medya ilişkisinin, dini grupların medyada görünür olma ve dinlerin/dini grupların medyada eleştirilebilme süreçlerinde belirginleştiğini ifade etmiştir. Ayrıca yazara göre, Türkiye’de de son zamanlarda medyanın dini yapılanmalar tarafından aktif bir şekilde kullanıldığını söylemek mümkündür.

- *Söz Yeniden Kurmak: Müslüman Kadınların Gündelik Hayatı ve Yeni Medya* isimli çalışmasında ise Feyza Akınerdem, medyanın oluşturduğu tasvirlerin/temsilin gerçekliğin önüne geçtiğini, yeni kimlik tanımlamaları oluşturduğunu ve konvansiyonel medya araçlarının da temsil ve kimlik üzerinden negatif anlatımları güçlendirdiğini, kitleselleştirdiğini, bu noktada da sosyal medya araçlarının bir temsil ve kimlik tanıtımı için bir araç olduğunu belirtmiştir.

**Medya-Din ve Görsellik** ana başlıklı oturumda ilk olarak Prof. Dr. Ayhan Ceylan, *Başlangıçtan Günümüze Türk Sinema Mevzuatında Bir Denetim Kriteri Olarak “Din”* isimli çalışmasını sunmuştur. Sinemanın Türkiye’deki serüvenine sinema-iktidar ilişkileri çerçevesinde değinen Ceylan, sinemaya belirli dönemlerde bazı kısıtlamalar getirildiğini ve kısıtlama kriterlerinden birinin de din faktörü olduğunu, dinin iktidarlar tarafından bir denetleme ölçütü olarak kullanıldığını ifade etmiştir.

- *Hazretli Filmler Akımı: Yönetmenler, Filmler, Temalar* başlıklı tebliğde ise Dr. Yalçın Lülecî Türkiye sinemasında 1950 ve 1970 yılları arasında artan dini içerikli filmlere odaklanmıştır. Bu tarihsel dönemde ticari, siyasal ve sosyal sebeplerle üretilen dini filmlerin kronolojik sıralamasını ve sinematik öğeler açısından değerlendirmesini yapan Lülecî, dini filmlerde genellikle dini kişi veya kahramanların ön plana çıkarıldığını, dini olaylara fazlaca yer verildiğini belirtmiştir.

- Dr. Nicole Nur Kaçan *Medya, Müze, İbadet Mekânı ve Özel Hayat Bağlamında Üç Semavi Dinde Görselin Yeri* isimli bildirisinde, İslamiyet, Hristiyanlık ve Musevilik dinlerinde önemli olarak kabul edilen görsel kültür unsurlarının işlevine değinmekle birlikte bu işlevselliği müze, ibadet mekânı ve medya üzerinden açıklamıştır.

- *Medyatik Görüntü ve Din: Nesnel Gerçekliğin Tahrifi ve Zihinsel Denetim* başlıklı tebliğinde M. Mücahit Küçükylmaz, modern çağda görsel kültürün hâkimiyetinden ve görüntünün bu çağda gerçekliğin yerini tutmasından söz etmiştir. Özellikle mitsel simgelerin televizyon gibi araçlarda belirli stratejilerle seküler formlarla üretilmesini açıklayan Küçükylmaz, modern medyanın oluşturduğu (mitsel) evrenin, dini ve metafizik alandaki cehaletine rağmen, egemen yapıyı pekiştirdiğini ve kitlelere zihinsel etki edebilme gücünü yaygınlaştırdığını ifade etmiştir.

- Prof. Dr. Nigar Pösteği, *Sinema ve Din İlişkisi: Karakterler ve Görsel Algı Aracılığı ile Din Olgusunun Türk Sinemasında Değişim Süreci* isimli bildirisinde Türk sinemasındaki inanç/din unsurunun tarihsel süreçteki dönüşümünü ele almıştır. Özellikle din adamı karakterleri üzerinden görünür olan bu tarihsel süreçte, dinin daraltıldığı veya din anlatımının zıtlıklarla birlikte ele alındığı bir durumu ortaya koyan yazar, son dönemlerde ise Türk sinemasında olumlu din adamı tasvirlerinin çizildiğini, dine ayrı bir misyon yüklediğini belirtmiştir.

**Medya-Din ve Popüler Kültür** temalı oturum, Doç. Dr. Zeynep Gemuhluoğlu'nun *Dilsiz Din, Deneyimsiz Medya: Eş-Zamanlılık ve Dil Üzerine Bir Deneme* başlıklı çalışmasıyla başlamıştır. Çalışmada medya ve din ilişkisinden hareketle, bu ilişkinin eş zamanlılık kavramı üzerinden vücut bulan ayırımına odaklanılmıştır. Bu çerçevede yazar, din dilinin eş-zamanlılığı deneyim ve otorite üzerinden kurduğunu, medyada ise tam tersine eş-zamanlılığın bizzat deneyiminin ve otoritenin yıkımına bağlı olduğunu ifade etmiştir.

- *Dinselliğin Sanal Dönüşümü: İslami Evlilik Siteleri* isimli bildiride Doç. Dr. Ali Büyükaslan, "evlilik" ve "İslami" kavramlarındaki anlam dönüşümünü ele almıştır. Özellikle "İslamilik" kavramının bir pazarlama aracı olarak işlev gördüğünü ve bu süreçte akışkanlık, değişirlik, çeşitlilik, interaktif olma, tek bir otoriteye bağlı olmama, kitle kültürüne dayanma, sanallık gibi yeni medyanın temel özelliklerinin "İslami Evlilik Sitelerinde" kullanıldığını belirten Büyükaslan dinin, dinsel kimliklerin görsel malzemelerle ön plana çıkartılmaya çalışıldığını belirterek, bir değer metalaştırmasının mevcut olduğunu söylemiştir.

- Prof. Dr. Mustafa Arslan ise *Medya ve Yeni Dinsel Kimlikler* başlıklı çalışmasında, modern dönemde özellikle medya tarafından yeni kimliklerin üretildiğini ve bu sürecin de postmodern dönemde "kutsala dönüş" ile birlikte arttığını belirtmektedir. Mistik ve büyüsel meselelere eğilimin arttığı ve kutsalın da popüler kültür ile görünür olduğu medya ortamında kutsalın yeniden üretildiğini belirten Arslan, son dönemlerde de medyada kutsal olanın eğlence mantığıyla tüketime sunulduğunu ve kutsalın modern seküler süreçlere adaptasyonu şeklinde bir durumun söz konusu olduğunu ifade etmiştir.

- *Kertenkele Dizisinde Din, Dindarlık ve Din Adamı Temsili* isimli bildiride ise Prof. Dr. Hamza Çakır ve Arş. Gör. Metin Eken, Türk sinemasındaki din ve din adamı temsili dinsel örneklerine değinmekle birlikte, son dönem Türk sinemasında kabul bulan din/dindarlık olgusunun izlerini "Kertenkele" isimli dizi örneğinde ele almışlardır. Söz konusu dizi özelinde gerçekleştirilen analiz çerçevesinde ise dizide genel olarak halk dindarlığının eleştirildiği ve bu eleştirinin ise felsefi bir arka plana sahip olunmadan, ticari amaçlarla popüler kültüre hapsedilen bir formda sunulduğu tespit edilmiştir.

- Prof. Dr. İlhami Güler *Sosyal Medyada Din* başlıklı çalışmasında, geleneksel dini öğrenim metotlarındaki değişime ve kitle iletişim araçlarının özellikle de internet teknolojisinin dini meselelerde temel bilgi kaynağı konumuna gelmesine dikkat çekmiştir. Dini öğrenim metotlarının da dönüşüme uğradığını belirten Güler, sosyal medya ile birlikte bilgi kirliliğinin de arttığını söylemiştir.

**Medya-Din ve Eğitim** ana başlıklı oturumda Prof. Dr. M. Sait Yazıcıoğlu *Medya ve Din* isimli çalışmasıyla, medya ve din ilişkisinin genel bir çerçevesini çizmiştir. Ayrıca yazar, medyanın din bilgisinin problemlili olması ve dini yapılanmaların medyayı aktif bir şekilde kullanması ile birlikte gündelik hayatta medyanın din ile birlikte belirleyici bir konumda olması gibi sebeplerle medya-din ilişkisinin vazgeçilemez bir bütünlüğe kavuştuğunu ve bu sebeple medyanın sorumluluk bilinciyle hareket etmesi gerektiğini vurgulamıştır.

- *İslam'ın Bütünlüğünden Parçalı Din Anlayışına Yapılan Seyir* başlıklı bildiride Dr. Mehmet Sürmeli, medyanın dini bilginin aktarımı/temsili noktasındaki hataları üzerinde durmuştur. Sürmeli çalışmasında, medyanın din bilgisinde dinin ana kaynaklarını referans olarak almaması, dini meselelerde konuşan kişilerin eğitim düzeylerinin yetersiz olması, medyanın din dili yerine seküler bir dil kullanması ve dini konularda çelişkili bilgiler vererek güvensizliğe sebep olması gibi problemlere değinmiştir.

- Prof. Dr. Ayşen Gürcan, *Medyanın Din Öğretimi ve Aile Üzerine Etkileri* isimli tebliğinde dini bilgi edinme kaynakları sıralamasında aile/akraba faktörünün ilk sırada

olduğunu; fakat Türkiye'nin batı bölgelerinde ve eğitim düzeyinin yüksek olduğu kesimlerde medya ve okul faktörünün ön plana çıktığını, ilerleyen süreçlerde medyanın dini bilgi edinme aşamasında belirleyici bir rol üstlenebileceğini belirtmiştir.

- *Görsel Medyada Din Temalı Programların Bilgi, Etik ve Estetik Düzeyi* başlıklı bildirisinde Prof. Dr. Mustafa Öztürk, dini içerikli yayınların son zamanlarda özellikle televizyon yapımlarında artmasından ve bu yapımlarda din olgusunun televizyonun eğlence mantığına hapsedilerek sunulmasından söz etmiştir. Ayrıca yazar, dini değerlerin görsel medya yapımları aracılığı ile metalaştırılmasını ve medyanın dini bilgiler noktasında oldukça eksik olmasını eleştirmiştir.

**Medya-Din ve Dijitalleşme** temalı oturumda ilk olarak Dr. Bilal Yorulmaz, *Dijital Oyunlarda Müslüman Temsili ve Din Eğitimine Yansımaları* isimli çalışmasını sunmuştur. Çalışmada ana akım medya ile benzer bir İslam tasvirinin dijital oyunlarda da mevcut olduğunu belirten Yorulmaz, Batılı üreticilerin oyunlarında İslam'ın/ Müslümanların terörist, şiddet taraftarı, barbar vb. gibi negatif anlatımlarla kurgulandığını; İslam'a ve Müslümanlara yönelik ötekileştirici ve nefret dolu bir üslubun kullanıldığını belirtmiştir. Ayrıca yazar, Müslümanlar tarafından üretilen dijital oyunların siyasal mesajlar taşıdığını; fakat bunun yanında bazı yapımların da İslam'ı/ Müslümanları olumlu bir temsille sunmayı amaçladığını ve İslam'ın tanıtımında bu tarz yapımların sayıca artırılarak değerlendirilebileceğini söylemiştir.

- *Sanallaştırılma Sürecinde Dini Bilginin Hakikat Problemi* isimli çalışmada ise Fatma Ekinci, dijital ortamda üretilen yayınların; bilginin aktarılması, meşruiyeti vb. gibi hususlara nasıl bir etki yaptığı ve dini bilginin sanal iletişim araçları üzerinden dolaşıma girmesi ile nasıl bir dönüşümün meydana geldiği problemleri üzerine odaklanmıştır. Fatma Ekinci, dijital ortamlarda yer alan dini bilgilerin doğruluk ve güvenilirlik sorunu yaşadıklarını; bu bilgilerin yetkin bir uzman kontrolünden geçmeden paylaşımına açılması ve bu süreçlerin sonucunda da dini bilginin sanal ortamda ciddiyetini kaybederek metalaşması üzerinde durmuştur.

- Dr. Hediyeullah Aydeniz *Bir İmkân ve Meydan Okuma Olarak Medya ve İletişim: Türkiye'de Din Hizmetleri ve Dini Bilgi Alanı Özelinde Bir Değerlendirme* başlıklı tebliğinde medyanın din hizmetlerinde kullanımı noktasında medya ve iletişim çalışmaları ile İlahiyat, İslami ilimler çalışmalarının karşılaşmasının bir gereklilik olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca Aydeniz, bu karşılaşmanın bir gerilim ve imkân üreterek alanla ilgili akademik zemini destekleyeceğini belirtmiştir.

- *Tekno-Gündelik Hayatta Din ve İbadetler ve Fetva Soruları Örnekliği* isimli çalışmada ise Nevin Meriç, modern yaşamın önemli bir kısmında etkinlik gösteren teknolojinin (tekno-gündelik hayatın) dini düşünme ve davranma biçimlerini değiştirdiğini ifade etmiştir.

Sonuç olarak, çalışmalarda ortaya çıkan tespitlerin ve getirilen önerilerin yer aldığı sonuç bildirgesini ise şu şekilde özetlemek mümkündür:

a- Medyanın din ile ilgili yayın ve içeriklerinde uzmanların istihdam edilmesi gereklidir.

b- Medya-din ilişkisinde yaşanan problemlerde kusur yalnızca medyaya ait değildir.

c- Medya-din ilişkisinde meydana gelen sorunların çözümü noktasında akademi, Diyanet, medya, yayın ve denetim kuruluşlarının aktif olarak rol alması gerekmektedir.

d- Medya, din istismarı yapmamalı ve dini bilgi aktarımı noktasında hassas davranmalı, nefret ve ötekileştirici bir söylemden uzak durmalıdır. Ayrıca din temalı yayın ve içeriklerde iyi örneklerle yer vererek dinin olumlu temsiline katkı sağlamalıdır.



e- Medya ve din konusunda akademik çalışmaların sayısı arttırılmalı ve bu çalışmalar ilgili kurumlar tarafından desteklenmelidir.

### Genel Değerlendirme ve Sonuç

Genel olarak değerlendirildiğinde Medya ve Din Sempozyumunun; *Medya-Din ve Ticaret* başlıklı oturumunda ekonomik bir kurum olan medyanın sermayesini din üzerinden güçlendirmesi, dini bir araç olarak kullanması; *Medya-Din ve İletişim* başlıklı oturumunda iletişim platformlarında medya kurumlarının ve dini yapıların ilişkisi; *Medya-Din ve Siyaset* başlıklı oturumunda din-siyaset ilişkilerinin seyriinin medyada nasıl karşılık bulduğu; *Medya-Din ve Söylem* başlıklı oturumunda medyanın dini yeniden yapılandırması ve bir söylem aracı olarak din dilini kullanması; *Medya-Din ve Toplumsal Değişme* başlıklı oturumunda toplumsal değişim süreçlerinde etkin olan medyanın, toplumların temel dinamiklerinden biri olan din faktörünü nasıl ele aldığı; *Medya-Din ve Görsellik* başlıklı oturumunda dinin görsellik ile ilişkisinden hareketle bu ilişkinin medyadaki yansımaları; *Medya-Din ve Popüler Kültür* başlıklı oturumunda dinin popüler kültür malzemesi olarak medyada yeniden biçimlendirilmesi; *Medya-Din ve Eğitim* başlıklı oturumunda dini eğitim süreçlerinde medyanın nasıl bir rol üstelenebileceği; *Medya-Din ve Dijitalleşme* başlıklı oturumunda ise dini pratiklerin dijitalleşmesi gibi konular ele alınmıştır.

Sempozyum kapsamında hazırlanan ve yukarıdaki temalar altında bir araya getirilen çalışmalar medya-din ilişkisine farklı perspektiflerden bakmayı amaçlasa da çalışmaların belirli konularda yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle dinin popüler kültür aracı olarak metalaşması, dinin negatif temsili, dini kurumların medya ile ilişkisi ve İslamofobi gibi konuların farklı çalışmalarda sıkça tekrar edilmesi, medya-din ilişkisindeki çeşitli (aidiyet, otorite, kimlik, topluluk vb.) katmanların yeteri kadar irdelenememesine sebep olmuştur. Ayrıca sunulan çalışmalarda, farklı alanlardan araştırmacıların medya alanına kendi disiplin perspektiflerini yüzeysel bir biçimde yansıttıkları, çok yönlü ve derinlemesine bir sorgulama içerisine girmedikleri görülmektedir.

Sempozyum sonuç bildirgesinde belirtilse de çalışmaların birçoğunda medyaya determinist bir bakış açısının yüklendiği görülmektedir. Bu noktada sempozyumda yer alan sunumlarda genellikle medya etkinliğine odaklanıldığı, medya-din ilişkisinde ele alınması gereken ve insan etkinliğine odaklanan eklemlemeyle ilgili faktörlere yeteri kadar yer verilmediği ifade edilebilir.

Son olarak, sempozyumda sunulan ve kitapta bir araya getirilen çalışmalar arasında nitel-nicel araştırmaların yok denecek kadar az olması da medya-din ilişkisinin çok yönlü tartışılmamasına sebep olan unsurlardan biri olmuştur.

Bütün bu değerlendirmelerin yanında, Medya ve Din Sempozyumu Türkiye’de ilk defa medya ve din ilişkiselliğini farklı yönlerden ele alan bir platform olması bakımından önemini koruyacaktır. Ayrıca farklı alanlarda çalışan araştırmacıların katılımı ile düzenlenen bu bilimsel toplantının literatürü zenginleştirmekle birlikte, medya-din ilişkisinin önemini vurgulaması ve araştırmacılar için bir rehber olması bakımından bilimsel katkısı ve ufuk açıcı etkisi yadsınamaz.

### Son Notlar

<sup>1</sup> Diyanet İşleri Başkanlığı’nın 2014 yılında yapmış olduğu *Türkiye’de Dini Hayat Araştırması* başlıklı çalışmanın sonuçlarına göre televizyon, radyo ve gazeteler bireylerin dini bilgiye erişimde en çok başvurduğu üç kaynak arasında olup internet de başvuru kaynakları arasında üst sıralarda yer almaktadır (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2014, 113).

**Kaynakça**

Çamdereli, M., Doğan, B. Ö. ve Şener, N. K. (2014). *Medya ve din*, İstanbul: Köprü Kitapları.

Çamdereli, M., Doğan, B. Ö. ve Şener, N. K. (2015). *Dijitalleşen din*, İstanbul: Köprü Kitapları.

Diyanet İşleri Başkanlığı. (2014). *Türkiye’de dini hayat araştırması*. Ankara.

Medya ve Din Tartışmaları. (2015). Sempozyum bildirileri. İstanbul.

Medya ve Din Sempozyumu Sonuç Bildirgesi. (2015). İstanbul. Erişim Adresi: <https://ww4.ticaret.edu.tr/iletisim/wpcontent/uploads/sites/41/2015/04/medyavedin.pdf>