

# MEDİAD

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

Türkiye'de Medya ve  
Din Araştırmaları

**Dosya Konusu**

**Issue Subject**

Media and Religion  
Studies in Turkey

Cilt: 2 Sayı: 1  
Volume: 2 Issue: 1

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

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

**Prof. Dr. Hakan AYDIN**  
Erciyes Üniversitesi



**Editörler / Editors**

**Dr. Metin EKEN**  
Erciyes Üniversitesi



**Dr. Mustafa Derviş DERELİ**  
Erciyes Üniversitesi



**Yayın Kurulu / Editorial Board**

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

**Danışma Kurulu / Advisory Board\***

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



**Yayın Sekreteri  
Secretariat**

Yavuz KANBUR

**Tasarım  
Graphic Design**  
Ekrem NAZLI

**Yayın Türü  
Publication Type**  
Sürekli Yayın / Periodical

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

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

**Baskı Tarihi  
Print Date**  
Haziran / June 2019

\* Danışma kurulu soyisimlere göre alfabetik olarak sıralanmıştır.



**İletişim / Correspondence**

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

Erciyes Üniversitesi Medya ve Din Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi bünyesinde yayımlanan *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*'nin Haziran 2019 tarihli üçüncü sayısıyla karşınızda olmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

Derginin Haziran ve Aralık 2018 tarihli ilk iki sayısı “Medya ve İslamofobi” isimli dosya konusuna ayrılmıştı. Bu sayılar içerik ve yöntem çeşitliliğinin yanı sıra ulusal ve uluslararası içerimlere odaklanan önemli çalışmaları bir araya getiren muhtevasıyla medya ve İslamofobi alanına yönelik akademik girişimler için önemli bir kaynak hüviyeti kazandı. Haziran 2019 tarihli üçüncü sayı ise medya ve din alanına yönelik daha temel bir anlama girişiminin izlerini taşıyor. Medya ve din araştırmalarının Türkiye’deki gelişim serüvenine odaklanan sayı, bu çerçevede “Türkiye’de Medya ve Din Araştırmaları” isimli bir dosya konusuyla teşekkür etti. Alana ilgi duyan araştırmacılar için genel bir panorama ve gelecek perspektifi sunma amacı taşıyan sayı, medya ve din ilişkisinin ülkemizde bir sorgulama alanı olarak nasıl geliştiğini, bu süreçteki kilometre taşlarını, alana yönelik disiplinlerarası girişimleri ve çeşitli düzeylerdeki eksikleri işaretleyen önemli araştırma makalelerini, çeviri ve değerlendirme yazılarını bir araya getirmektedir.

*Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*'nin 3. sayısı 6 makale, 1 çeviri, 5 kitap ve 2 sempozyum değerlendirmesinden oluşuyor. Bunlardan ilkinde “Ritüelden İnanca Sembolik Bir Yapılanma: Online Alevi Topluluklar” başlıklı çalışmasıyla İlkay Şahin, toplulukların giderek daha esnek ve bireyci bir yapıya bürünmelerine neden olan simgesel bir inşadan geçtiğine dair iddiasını online Alevi topluluklar örneğinde ortaya koymaya çalışmaktadır. Ayşe Zışan Furat “Din Eğitimi Ekseninde Türkiye’de Medya ve Din Araştırmaları” isimli makalesinde, medya ve din ilişkisine dair temel araştırma eğilimlerinden hareketle Türk din eğitimi literatüründeki temel araştırma soru(n)larına odaklanmaktadır. Bu sayının “Türkiye’de Medya ve Din Araştırmalarını Yeniden Düşünmek: Eksiklikler Nasıl Doldurulabilir?” başlıklı üçüncü makalesinde Nihal Kocabay Şener medya ve din araştırmalarının Türkiye’deki serüvenini göz önünde bulundurarak alandaki boşlukların nasıl doldurulabileceğini incelerken; “Türkiye’de Sinema ve Din Alanında Yapılan Akademik Çalışmalar Hakkında Genel Bir Değerlendirme” başlıklı araştırmasıyla Bilal Yorulmaz, sinema ve din alanında gerçekleştirilmiş olan akademik çalışmaları gerek temalar gerekse kullanılan yöntem ve teknikler yönünden ele almaktadır. “Türkiye’de Medya ve İslamofobi Araştırmaları” başlıklı bir diğer makalede Mustafa Temel, uluslararası literatüre kıyasla görece daha geç tarihlerde görünürlük kazanması hasebiyle ulusal ölçekte gerçekleştirilen medya ve İslamofobi çalışmalarını mercek altına almakta ve aynı zamanda bu çalışmalardaki sorun alanlarına işaret etmektedir. Bu sayının “Sosyoekonomik Bir Medya Gerçekliği Olarak Televizyon Vaizliği” başlıklı altıncı makalesinde İsmihan Şimşek, dünyadaki tarihsel süreci ve sosyoekonomik boyutlarından hareketle televizyon vaizliğini Türkiye’ye ilişkin çeşitli örnekler üzerinden sorgulamaktadır.

Bu sayının yedinci çalışmasını Omar Malkawi’nin, Mete Çamdereli’nin *Din Ekranında Nasıl Durur* kitabından yaptığı Arapça çevirisi oluşturmaktadır. Sayının kitap ve sempozyum değerlendirmelerine gelindiğinde ise *Medya ve Din* isimli eseri Adem Menekşeoğlu, *Din Ekranında Nasıl Durur* adlı çalışmayı Muhammet Fatih Okutan, *Sanal Din* adlı kitabı Hasan Hüseyin Candemir, *Sanal Cemaatler* kitabını Numan Yıldız ve *Online Alevi Topluluklar* isimli eseri ise Muhammed Enes Yüce değerlendirmiştir. Yine 2015 yılında gerçekleştirilmiş olan *Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu* Mustafa Temel; 2003, 2004 ve 2005 yıllarında gerçekleştirilen *I*, *II* ve *III. Dini Yayınlar Kongreleri* ise Nida Sümeyya Çetin tarafından değerlendirilmiştir. Medya ve din alanındaki çalışmalarıyla göze çarpan akademisyenlerin makalelerini ve bahsi geçen kitap-sempozyum değerlendirmelerini içeren bu sayının, medya ve din araştırmalarının Türkiye’deki fotoğrafını çok daha belirginleştirerek alana dair bir gelecek perspektifi çizmesi ümit edilmektedir.

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

Prof. Dr. Hakan AYDIN

Dr. Metin EKEN

Dr. Mustafa Derviş DERELİ

## Editörden

From Editor

Hakan AYDIN, Metin EKEN, Mustafa Derviş DERELİ | 3-4

## Araştırma Makaleleri / Research Articles

### Ritüelden İnanca Sembolik Bir Yapılanma: Online Alevi Topluluklar

A Symbolic Reconstruction from the Ritual to the Belief: Virtual Alevi Communities

İlkay Şahin | 7-28

### Din Eğitimi Ekseninde Türkiye’de Medya ve Din Araştırmaları

Media and Religion Studies in Religious Education Literature in Turkey

Ayşe Zişan FURAT | 29-51

### Türkiye’de Medya ve Din Araştırmalarını Yeniden Düşünmek: Eksiklikler Nasıl Doldurulabilir?

Rethinking Media and Religion Studies in Turkey: How to Fill in Gaps?

Nihal KOCABAY ŞENER | 53-69

### Türkiye’de Sinema ve Din Alanında Yapılan Akademik Çalışmalar Hakkında Genel Bir Değerlendirme

An Analysis of Religion and Film Studies in Turkey

Bilal YORULMAZ | 71-91

### Türkiye’de Medya ve İslamofobi Araştırmaları

Media and Islamophobia Researches in Turkey

Mustafa TEMEL | 93-121

### Sosyoekonomik Bir Medya Gerçekliği Olarak Televizyon Vaizliği

TV Preaching as a Socioeconomic Media Reality

İsmihan ŞİMŞEK | 123-136

## Çeviriler / Translations

### Medya ile Din İlişisini Yeniden Düşünmek

Mete ÇAMDERELİ, Çeviren: Omar MALKAWİ | 137-149

## Kitap Değerlendirmeleri / Book Reviews

### Dinin Medya İle İmtihani

M. ÇAMDERELİ, B. ÖNAY DOĞAN, N. KOCABAY ŞENER

Değerlendiren: Adem MENEKŞEOĞLU | 151-153

### Din Ekranında Nasıl Durur?

Mete ÇAMDERELİ – Değerlendiren: Muhammet Fatih OKUTAN | 155-157

### Sanal Din

Mehmet HABERLİ – Değerlendiren: Hasan Hüseyin CANDEMİR | 159-161

### Sanal Cemaatler

İbrahim AKKAŞ – Değerlendiren: Numan YILDIZ | 163-165

### Online Alevi Topluluklar

İlkay ŞAHİN – Değerlendiren: Muhammed Enes YÜCE | 167-170

## Sempozyum Değerlendirmeleri / Symposium Reviews

### Medya ve Din Tartışmaları Sempozyumu

Değerlendiren: Mustafa TEMEL | 171-180

### I. II. ve III. Dini Yayınlar Kongreleri

Değerlendiren: Nida Sümeyya ÇETİN | 181-184



# MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Haziran 2019, 2(1), 7-28

Geliş: 06.05.2019 | Kabul: 17.06.2019 | Yayın: 28.06. 2019

## Ritüelden İnanca Sembolik Bir Yapılanma: Online Alevi Topluluklar

İlkay Şahin\*



### Öz

Bu çalışma toplulukların modern dönemde geçirdiği sembolik yapılanmayı sanal Alevi toplulukları örneğinde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Makale, modernitenin toplulukları yoketmek yerine ritüelden inanca doğru seyreden bir soyutlama süreci bağlamında sembolik olarak yeniden yapılandığı, sanal toplulukların sembolik inşa sürecinin ürünü bilişsel yapılar olduğu iddiasındadır. Ayrıca, toplulukların sembolik inşa süreçlerinin hız kesmeksizin devam ettiği kanaatindedir. Daha esnek ve bireyci yeni sanal topluluk tiplerinin açığa çıkmış olmasını da bu durumun bir göstergesi olarak görmektedir. Topluluğun geçirdiği bu sembolik inşayı modern ideolojinin kendi yapı ve örgütlenmesi üzerine düşünebilen, kendi kendisini yenileyebilen düşünömselliğinin bir neticesi olarak değerlendirmektedir. Toplulukların giderek daha esnek ve bireyci bir yapıya bürünmelerine neden olan simgesel bir inşadan geçtiklerine dair iddiasını online Alevi topluluklar örneğinde ortaya koymak niyetindedir. Bunun için ABF (Alevi Bektaşî Federasyonu), AABF (Almanya Alevi Birlikleri Federasyonu), Genç Aleviler ve Alevi Forum'dan oluşan aynı örnekleme dair farklı zamanlarda iki ayrı araştırma gerçekleştirilmiştir. Sanal toplulukların yapısında nasıl bir dönüşümün gerçekleştiği ve sembolik inşa sürecinin ne yönde ilerlediğini anlamak için her iki araştırmanın verileri karşılaştırılmış ve yorumlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sanal topluluklar, Alevilik, Kimlik, Din, Sembolik İnşa

## A Symbolic Reconstruction from the Ritual to the Belief: Virtual Alevi Communities

### Abstract

This article aims to deal with the symbolic reconstruction of the communities in the modern era in the case of virtual Alevi communities. It claims that modernity is symbolically restructuring in the context of an abstraction process that moves from ritual to faith rather than destroying communities, and that virtual communities are cognitive structures of this symbolic construction process. In addition, it is believed that the symbolic construction processes of the communities continue without slowing down. The emergence of more flexible and individualistic new types of virtual communities is seen as an indicator of this situation. It considers this symbolic construction of the community as a result of reflexivity which can reflect on the modern structure's own structure and organization, and to correct and renew itself. It intends to put forward its claim that communities have undergone a symbolic reconstruction that has led to an increasingly flexible and individualistic structure in the case of online Alevi communities. For this purpose, two separate researches were carried out at different times for the same sample consisting of the ABF (Alevi Bektashi Federation), AABF (Federation of Alevi Unions of Germany), Genç Aleviler Forum and the Alevi Forum. The first research was carried out in September 2012- April 2013 by cyber ethnography. The second one was conducted in April 2019 with indirect observation technique. The data of both studies were compared and interpreted in order to understand how a transformation has occurred in the structure of virtual communities and in what direction the symbolic building process is proceeding.

**Keywords:** Virtual Communities, Alevi, Identity, Religion, Symbolic Reconstruction

**ATIF:** Şahin, İ. (2019). Ritüelden inanca sembolik bir yapılanma: Online Alevi topluluklar. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(1), s. 7-28.

## Giriş

Batı Avrupa'nın sosyal, kültürel, ekonomik ve politik hayatını çalkantılı ve geri döndürülemez bir biçimde değiştiren Sanayi Devrimi ve Fransız İhtilali'nin üzerinden yaklaşık bir asır geçmişken bu defa tüm dünya, üstelik sessiz sakin ve bile isteye kendini yeni bir devrimin zamansız ve mekânsız bir imkânlar dünyasını vadeden cazibeli kollarına bırakıvermiştir. 20. yüzyılın yarısında Batı'da geliştirilmeye başlanan ve seksenlerde www (world wide web) kısaltmasıyla evlere kadar ulaşan bilgisayar ve internet teknolojileri, doksanların sonunda tüm dünyayı elektronik bir etkileşim ağını kurarak çepeçevre sarmış ve sanal bir dünyayı kurmuştur. Bu elektronik aydınlanma ya da elektronik devrim (Castells, 2000, s. 693-694), yeni bir etkileşim formunu üreterek doğrudan yaşantı dünyasına sızan ve aidiyeti hedef alan yapısıyla tüm diğer modern devrimlerden daha rafine, hızlı ve radikal bir değişimi başlatmıştır. Zira internet teknolojilerinin gelişimiyle birlikte insanı sosyal bir varlık olarak inşa etmenin ve birey ile sosyal düzen arasındaki geleneksel bağı kurmanın temel kültürel kalıbı olan yüz yüze etkileşime sanal bir etkileşim eklenmiştir. Bu yeni etkileşim ise mensubiyetin üretimini ve toplulukların yapılanma şeklini radikal bir biçimde değiştirmiştir. Bu bakımdan, internet teknolojileri, tüm diğer etkileri bir yana, yüz yüze etkileşime ilave yeni bir etkileşim biçimini açığa çıkarmak, böylelikle de bireylerin kendilerini tanımlama ve toplulukların da kendilerini üretmeleri sürecini doğrudan etkilemek suretiyle asıl vurucu etkisini yaşantı dünyasında yaratmış, sıradan insanı ve yaşantısını kökünden ve geri döndürülemez bir biçimde dönüştürmüştür.

Modern ideolojinin gündelik hayatı bireyselleştiren etkileri nedeniyle yalnızlaşmış, normatif ve ahlaki ilkelerce sınırlandırılmış, üstelik de dünya görüşünü paylaşabileceği, kimlik ve benliğini kamusal olarak sunabileceği kültürel araçlardan büyük oranda yoksunlaşmış bireyler, sanal dünyanın katılımın tümüyle bireysel tercihe bağlı olduğu esnek, anonim ve serbest ortamına akın etmiştir. Bu akın, iki binlerin başında sanal bir etkileşim ağı bağlamında, sınıfsal, etnik, dinsel, politik ya da kültürel ortak anlatı ve paradigmalardan bir araya gelen ve etkileşime geçen bireylerden müteşekkil sanal toplulukları toplumsal yaşamın bir parçası hâline getirmiştir. Sanal topluluklar, zaman ve mekânın yerel ve bağlamsal sınırlılığını aşan küyerel sanal bir etkileşim ağı içinde örgütlenmişlerdir. Bu yönüyle internetin diğer devrimler gibi periferiye yayılması uzun yılları almamış, periferinin toplumlarını da neredeyse modernliğin merkezleriyle aynı süreçte kuşatması altına almıştır. Son on yılda ise sanal topluluklar daha da esnek ve bireyci bir inşa sürecine girmiş, bireysel senaryolara göre üretilen sahnelenmiş kimliklerden mürekkep simgesel yapılar hâline gelmişlerdir. Zira modern ideoloji, bilgisayar teknolojilerini cep teflonlarına aktararak sıradan insana kendi biyografisini sunma ve benliğini sahneleme imkânını tanıyan daha sofistike, üstelik yüz yüze etkileşimi aramayacak kadar ansal, karşılıklı, çoklu, görüntülü ve sesli bir sanal etkileşim biçimini pazara arz etmiştir.

Yaşantı dünyasını radikal bir biçimde değiştiren bu etkileri, sanal etkileşim ve toplulukları görünürde modernitenin akıbeti ve postmodernitenin imkânını, esasında ise gerçekliğin ontolojisini konu edinen sosyal bilim tartışmalarının merkezine yerleştirmiştir. Bu çerçevede olmak üzere, sanal toplulukları biri geç modern gerçekliğin, diğeri de postmodern hiper gerçekliğin tezahürü olarak gören iki ana eğilim açığa çıkmıştır. İlk görüşte olanlar modernitenin topluluklara yönelik iki ayrı etkisini hatırlatarak hâlâ modern bir dönemin yaşandığını vurgulamışlardır. Bu kanaati paylaşanların ilk kanadı, modernite ile topluluk arasında antagonistik bir ilişkiyi kurmuştur. Buna göre internet teknolojileri modernitenin geleneksel topluluğu ve aidiyeti yok eden rasyonelleşme ajanlarından biridir. Zira bireyleri toplumsal yaşamdan soyutlayarak yalnızlaştırmakta, ortak değerlere göre sosyalleşmelerini imkânsızlaştırmakta ve topluluğun dibini kazmaktadır. Sanal toplulukları moderniteyle ilişkilendiren diğer görüşün sahipleri ise topluluğun yok olmadığını, aksine modern ideolojinin düşünümsel krizlerine duyarlı



olarak modern bir inşadan geçtiğini savunmaktadır. Buna göre modern topluluklar 20. yüzyılın yarısından itibaren gündelik hayatta nesnelleşmeye başlamıştır. Sanal topluluklar ayrı birer gerçeklik değil, gündelik hayatta tecessüm eden modern toplulukların sanal alandaki uzantıları ve sanal formlarıdır (Bkz. Şahin, 2016; 2013). Me-seleye postmodernist bir gözle bakanlar ise sanal toplulukları, toplumsal olanın ve sosyal gerçekliğin yok olduğunu, simüle edilmiş hipergerçekliklerin dünyaya hükmettiğini gösteren, ampirik dünyadan tümüyle bağımsız, ayrı bir gerçeklik olarak görmektedir (Mellor, 2004, s. 360).

Bu çalışma, modernitenin toplulukları yok etmek yerine ritüelden inanca doğru seyreden bilişsel bir soyutlama süreci bağlamında sembolik olarak yeniden yapılandığı, sanal toplulukların da bu sembolik inşa sürecinin ürünü bilişsel yapılar olduğu iddiasındadır. Ayrıca, toplulukların sembolik inşa süreçlerinin hız kesmeksizin devam ettiği kanaatindedir. Daha esnek ve bireyci yeni sanal topluluk tiplerinin açığa çıkmış olmasını da bu durumun bir göstergesi olarak görmektedir. Topluluğun geçirdiği bu sembolik inşayı ise modern ideolojinin kendi yapı ve örgütlenmesi üzerine düşünebilen kendini düzeltebilen ve yenileyebilen düşünümelliğinin bir neticesi olarak değerlendirmektedir. Nitekim modern ideoloji 20. yüzyılın ilk yarısına kadar, geleneksel toplulukları ve aidiyeti sökerek yerine rasyonel topluluk ve kimlikleri koymuştur. Buna bağlı olarak 20. yüzyılın ikinci yarısında etnik, dinsel, sınıfsal ve kültürel modern topluluklar gündelik hayatta nesnelleşmiştir. Ancak modern ideoloji kendi yarattığı sosyal, kültürel ve ekonomik krizler nedeniyle, 20. yüzyılın son çeyreğinde tebarüz eden düşünümsel bir devinim içine girmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nın moderniteye güveni sarsan etkilerine kapitalizmin küresel darboğazı da eklenince modern ideoloji, hantal ve katı, o nedenle de küresel bir dünya düzenini kuramayacak kadar verimsiz makro yapıları ve meta anlatıları buharlaştırarak esnetecek neoliberal bir yeniden yapılanmayı başlatmıştır. Kapitalizm postfordist esnek üretim modelini benimsemiş, üretim ilişkilerine dayalı sosyal yapının yerini tüketim kültürüne dayalı bir yapı almıştır. Doksanlarda iki kutuplu dünyanın çökmesinin ardından sınırların ve iktidar alanlarının alabildiğine küçüldüğü ve akışkanlaştığı yeni bir küresel politik düzen inşa edilmeye başlanmıştır. Sanal etkileşim ve topluluklar da işte modern ideolojinin bu neoliberal yapılanmasının hemen arefesinde açığa çıkmıştır. Bu yönüyle, modern ideoloji düşünümsel olarak kendini yeniden yapılandırmaya bir kez daha topluluk ve kimlik tasavvurlarını dönüştürerek başlamıştır. Neoliberalizmle birlikte topluluk ve kimlik tasavvurları simgesel inşa sürecinin yeni bir aşamasına girmiştir. Meta anlatılardan bireysel senaryolara doğru esneyerek ilerleyen ve bireyi makro yapılar karşısında güçlü bir fail hâline getiren bu simgesel inşa, iki binlerin ilk on yılında bireylerin meta anlatıların rehberliğinde kurduğu kolektif kültürel kimlikler ve bu kimliklerden mürekkep topluluklarda tezahür etmiştir. Son on yılda ise yaşam tarzları ve dünya görüşlerini göstermek suretiyle kimliklerini kamusalılaştırmak isteyen bireylerin sahnelenmiş kimlik ve topluluklarında tecessüm etmiştir. Bireyler, sosyal medyanın yüz yüze etkileşim kadar sıradan ve gündelik bir etkileşimi kurduran ortamına aile, arkadaş ve akraba gibi birincil, muhalif, ünlü, politikacı, meslektaş ya da patron gibi ikincil etkileşim örüntülerini ekleyerek bireysel senaryolarını oynayabilecekleri ve kimliklerini sahneleyebilecekleri kendi sanal topluluklarını inşa etmişlerdir.

Bu çalışma, toplulukların giderek daha esnek ve bireyci bir yapıya bürünmelerine neden olan simgesel bir inşadan geçtiklerine dair iddiasını online Alevi topluluklar örneğinde ortaya koymak niyetindedir. Bunun için ABF (Alevi Bektaşî Federasyonu)<sup>2</sup>, AABF (Almanya Alevi Birlikleri Federasyonu)<sup>3</sup>, Genç Aleviler<sup>4</sup> ve Alevi Forum'dan<sup>5</sup> oluşan aynı örnekleme dair, farklı zamanlarda iki ayrı araştırma gerçekleştirilmiştir. İlk araştırma, 2012 Eylül- 2013 Nisan arasında siberetnografik bir yöntemle gerçekleştirilmiştir. İkincisi ise 2019 Nisan ayında dolaylı gözlem tekniğiyle gerçekleştirilmiştir. Sanal toplulukların yapısında nasıl bir dönüşümün yaşandığı ve

sembolik inşa sürecinin ne yönde ilerlediğini anlamak için her iki araştırmanın verileri karşılaştırılmış ve yorumlanmıştır.

### Ritüel Topluluklardan Sanal Topluluklara

Modern topluluklar, ritüelden inanca doğru seyreden rasyonel bir yapılanmanın ürünüdür. Bu rasyonel değişimin bir ucunda ritüellerin yarattığı etnografik topluluklar, diğer ucunda ise rasyonel mitlerin biz tasavvuru etrafında bir araya getirdiği, çoğu zaman birbirini bile tanımayan bireylerden müteşekkil soyut ve yapay topluluklar bulunmaktadır. Etnografik topluluklar, mevcudiyetlerini ritüellerin bireylerin fiziksel ve sosyal olgunlaşmaları arasında bir eşgüdümü tesis etmek suretiyle doğal ve kendiliğinden bir mensubiyet biçimini, atfedilmiş statü ve rollere dayalı bir sosyal yapıyı inşa ve idame ettiren, yanı sıra da geleneğin içselleştirilmesini sağlayan etkilerine borçludur. Ritüeller, bireyleri geleneğe göre kültürlendirmek ve doğuştan getirdikleri fiziksel özellikleri sosyal statü ve rollere dönüştürmek suretiyle bireylerle sosyal düzen arasındaki bağı kurmakta ve onları toplumun doğal mensubu hâline getirmektedir. Üretimi öteki imgesine ve ötekiyle antinomik bir ilişkinin tesisine bağlı olmayan geleneksel toplulukların bu doğal ve organik mensubiyet biçimi aidiyettir. Aidiyeti kolektif hâle getiren ise kamusal ritlerdir. Kamusal ritler, tüm mensupların katıldığı, kolektif ve yüz yüze etkileşime dayalı mevsimsel ve takvimsel geçiş anlarında sosyal yapıyı ters düz ederek topluluğun kendi kendini eleştirmesini ve yenilemesini de sağlamaktadır (Turner, 1995, s. 97; 1974, s. 272-274; Şahin, 2019). Toplum eleştirisi ve döngüsel yenileniş ise daima dönüşüm hâlinde olan müphem bir dünya anlayışını inşa etmektedir. Bu yönüyle ritüel topluluklar, kolektif aidiyetlerden müteşekkil, kan bağı ve akrabalığın belirleyici olduğu, toprağa dayanan, doğal bir değişim ve gelişim seyrine sahip, bağlamsal ve yerel endogamik topluluklardır. Tam da bu nedenlerle müphem ve müphem oldukları için de modern ideolojinin hasmı geleneksel yapılardır.

Ritüel toplulukların aksine, modernitenin ayırıcı özelliği müphem bir dünya fikrine tahammülsüzlüğüdür. Kendisini inşa ve idame ettirebilmek için müphemlikle özdeş geleneksel yapıların kökünü kazımıştır. Bunun için ise tanımlama ve sınıflandırmayı, böylelikle de dünyayı katı ve sabit bir yapılandırmadan geçirmeyi varoluş stratejisi hâline getirmiştir (Bauman, 2003, s. 18). Her türlü doğal süreci, doğuştan ve yerli olanı, tanımlanmadığı ve sınıflandırılmadığı için irrasyonel, irrasyonel olduğu için de kendi iktidar alanı ve varlığı için bir çeşit kaos ve tehdit olarak gören modern ideoloji, müphem olana karşı daima teyakuzda kalmak üzere kendini sosyal yapı ve kültür üzerinde düşünüp eleştirebilecek, tanımlayarak aralıksız rasyonelleştirebilecek biçimde yapılandırmış, yani kendi düşünümünü inşa etmiştir. Kendisini idame ettirmek için topluluk ya da bireyler gibi haricî bir müdahaleye gereksinim duymayan bu düşünüm, sadece tanımlamak ve sınıflandırmakla kalmamış, Giddens'in dediği gibi, müphem ve irrasyonel olarak gördüğü geleneksel düzeni titizlikle yerinden çıkartmış ve yerine rasyonel muadillerini yerleştirmiştir (2012, s. 12-25). Modern ideoloji, kendini inşa ve idame ettirmeye ritüel düzeni yerinden çıkartmak suretiyle premodern toplulukların yerine rasyonel muadillerini koyduğu bir değişimler serisini yaratarak başlamıştır. Bu görüşün en bilindik savunucusu M. Weber'dir. Weber, modern ideolojinin bu düşünüm hareketini Hristiyanlığın geçirdiği dinsel rasyonelleşmeyle ilişkilendirmekte ve Orta Çağ Avrupa şehirlerine kadar geri götürmektedir. Ona göre Hristiyanlık, Avrupa'daki toplumu klanlara bölerek parçalayan ritüel akrabalığı ortadan kaldırmak suretiyle homojen bir inanç kardeşliğini aşama aşama tesis etmiştir ki bu kardeşlik yasal sözleşmelerin bir arada tuttuğu modern yurttaşlığın ve modern şehir topluluklarının öncül formudur. Avrupa kentsel topluluğu, ritüel bir akrabalık değil, bireyleri inanç akrabalığı içinde homojenleştiren modern bir topluluktur (2010, s. 130-145). Üstelik Weber'e göre Avrupa modernliği de Hristiyanlığın ritüel akrabalığı bozmak ve yerine inanç kardeşliğini yerleştirmek suretiyle gerçekleştirdiği rasyonelleşmenin bir ürünüdür. Doğru toplumları, bu etkiden mahrum kaldıkları, ritüel düzenlerini ve doğal akrabalıklarını korudukları

için modern değil, geleneksel kalmış, Hristiyanlığın geçirdiği dinsel gelişime paralel olarak rasyonelleşen Batı ise modernliğin katedrali hâline gelmiştir (2010, s. 130-145). Bu yönüyle Weber için Asya dinlerinin aksine, Hristiyanlık, ilerlemeci sosyal bir doktrindir. Bireysel sorumluluk, sosyal universalizm ve eşitlik gibi modern Batılı düşüncelerin de mayasıdır (Turner, 1986, s. 78-81).

Weber'e göre modern ideolojinin mayası olan ritüelsizleşme ve buna bağlı inanç kardeşliği, Protestanlığın meslek ahlakında nihai formuna erişmiştir. Meslek ahlaki, kurtuluşu eylemsel bağlamından çıkartarak inançla özdeşleştiren bir çeşit soyutlama, yani bir entelektüalizasyon sürecinin nihai noktasıdır (Weber, 1998, s. 417-420). Weber'e göre bir soyutlamanın ürünü olan meslek ahlaki kapitalizm ve bürokrasi gibi modern yapıların ve modern ideolojinin ruhudur. Ancak, modern ideoloji süreç içinde dinsel ruhunu kaybetmiş geride ruhsuz ve anlamsız yapılar kalmıştır (Tenbruck, 1980, s. 335-345). Araçlarla amaçların yer değiştirdiği bir rasyonelliği üreten bu değişim ise topluluğun ortak kozmos anlayışını parçalamış ve bireylerin rasyonel iradeleriyle seçeceği sayısız seküler kurtuluş ideolojisini açığa çıkarmıştır (Weber, 1998, s. 226-227; 2012, s. 248-251). Bu yönüyle, ritüellerin yerlerini rasyonel inançlara terk etmesine neden olan entelektüalizasyon süreci, beklenmedik bir sonucu da beraberinde getirmiş, inanç kardeşliğine dayalı cemaati parçalamış ve çoğulcu bir yapıyı yaratmıştır. Weber, seküler ideolojilere modern entelektüel statü gruplarının kurtuluş anlayışlarını, bilimi ve sosyalizmi örnek göstermektedir. Seküler ve rasyonel inançlar tarafından bütünlüğünü parçalanmış dünya ise, Weber için, büyü bozulmuş bir dünyadır (Weber, 2012, s. 248-251).

Weber'in söylediklerinden anlaşılan o ki Protestanlık, kurtuluşun yolunu çalışma ahlakına bağlayan bir anlayışı şekillendirmiş, bu anlayışı yerleştirmek için ilk iş ritüellere savaş açmış, hem dinî hayatı hem de gündelik hayatı ritüellerden hızla arındırmıştır. Protestan zihniyet, çalışmayı kutsallaştırırken aynı zamanda da ritüelleri eğlence, sefahat, şenlik ve tembellikle özdeşleştiren ve günah olarak takdim eden bir anlayışı tesis etmiş ve ritüelsizleşmenin alt yapısını hazırlamıştır (Turner, 1982, s. 27-40). Bu yolla, soyut inanç sistemlerini eyleme, bireyi topluluğa önceleyen ve aralarında katı bir karşıtlığı öngören, inancı ilerililik ve rasyonellik, ritüeli irrasyonellik ve gericilikle özdeşleştiren modern bir ideolojiyi şekillendirmiştir. Bu ideoloji ise topluluk kalabilmeyi bireylerin kendi iradeleriyle rasyonel inançlar etrafında bir araya gelmelerine ve biz tasavvurunu geliştirmelerine bağlı hâle getirmiştir.

Modern ideolojinin tüm gücüyle hayata yerleşmeye çalıştığı 19. yüzyılda topluluğun rasyonelleşen gerçekliğine ilk dikkat çeken, her ne kadar Batılı bağlamı merkeze alarak söylese de, F. Tönnies olmuştur. Cemaat ve cemiyet ayrımıyla Tönnies (2001), premodern toplulukların ölümünü, modern toplulukların ise doğumunu haber vermiştir. Ona göre cemaat gerçek ve doğal iradenin, cemiyet ise araç-amaç ilişkisini kurabilen yapay ve rasyonel iradenin ürünüdür (s. 186). Ön koşulu doğal irade olduğundan cemaat, organik ve yüz yüze etkileşime dayalı duygusal bir birliktelik ve doğal bir ürünken, ön koşulu geçici, üstelik de kurgusal rasyonel irade olduğundan cemiyet formel etkileşime dayalı yapay bir üründür (s. 233, 165). Tönnies'e göre cemaatin temeli büyük aile, klan, akraba ya da dostluk bağlarıyla birbirine bağlı insanların karşılıklı, yakın, sürekli ve dayanıklı etkileşimleridir. Ayrıca, doğuştan gelen atfedilmiş statülerin belirgin, organik dayanışma ve biz duygusunun hâkim, âdet ve göreneklerin belirleyici, ortaklaşa paylaşılan bir ahlak ve kolektif inançların hâkim, sosyal kontrolden aile kurumu ve dini yapıların mesul olduğu bir birlikteliktir. Kan bağına dayalı bu doğal bağ, ortak bir üretim süreci ve organik bir dayanışmayı beraberinde getirmektedir. Topluluğa mensup olmayanlar "yabancı" kabul edilmekte, yabancılar topluluğa kabul edilseler de karar verme süreçlerinde etkin olmaları engellenmektedir. Bu yönüyle, cemaat akrabalığa dayalı bir sosyal

yapı ve kültürün egemen olduğu kapalı bir birliktelik tipidir (s. 254). Doğal iradenin ürünü bu gerçek topluluk, sanayileşme, kapitalizm ve kentleşme, serbest ticaret ve ulus devletin açığa çıkışıyla birlikte zayıflamaya başlamış, yerini kolektif değil, bireysel çıkarlara, tarımsal üretime değil, endüstriyel üretime, âdetlere değil geçici alışkanlıklara, inanç ve ahlaka değil, rasyonel yasalara ve sözleşmeye dayalı, formel etkileşim, mekanik dayanışma ve bilimin güçlü olduğu cemiyete bırakmıştır. Bu modern topluluklarda insanlar birbirleriyle çıkarlarına uygun yapay ve geçici ilişkiler kurmakta, hâkim bir kültür yerine çok kültürlü hayatı yaşamaktadır. Tönnies'e göre geleneksel toplulukların yerini rasyonel toplulukların aldığı bu kültürel değişim, modernliğin daha da güçlenmesine neden olmuştur. Cemiyet tipi topluluklar, kentsel, kozmopolit ve ulusal yaşam şeklinde tezahür etmiştir. Ona göre şehir yaşamı, anlaşmaya dayanmakta, amaç sahibi bireylerden oluşmakta, temelinde ise rekabetçi kapitalist örgütlenme bulunmaktadır. Ulusal yaşam, yasalara dayanmakta, insanların kolektif çıkarlarına göre örgütlenmekte, merkezinde devlet bulunmaktadır. Kozmopolit yaşam ise kamuoyu görüşüne dayanan, bireylerin bilinçlerinde teşekkül eden, merkezinde edebiyatçı ve entelektüellerin bulunduğu yaşamdır. Cemiyetin bu üç formuna karşın, cemaatler ise kırsal alanların köy ve kasabalarında varlığını sürdürmüştür (s. 247-257).

Başta Weber ve Tönnies olmak üzere kurucu sosyologlar, geleneksel topluluğun eriyişi ve modern topluluğun teşekkülünü 19. yüzyıl Avrupası'nın bir gerçeği olarak aynı anda konu edinseler de sonraki sosyal bilimciler, onların görüşlerinin ilk kısmını dikkate alarak toplulukların modern dönemde yok olduğu ve bireyci bir kültürün yerleştiğine dair bir anlayışı benimsemişlerdir. Hâlbuki modern ideoloji, düşünümsel olarak kendini yapılandırdığı her bir hamlesiyle Weber ve Tönnies'in bahsettiği inanç akrabalığına dayalı bu modern toplulukları sürekli olarak yenilemiş, yeni formlarını üretmiş ve çeşitlendirmiştir. Modern topluluğun soyutlama ve inanca dayalı sembolik yapılanma temayülü ise hiç değişmeden sabit kalmıştır. Üstelik bu sembolik yapılanma, topluluğun somut ve organik özelliklerinin hepsini aşama aşama buharlaştırarak ilerlemiş, bilişsel ve simgesel yapısı giderek belirginleşen bir gelişim seyrini takip etmiştir. Ritüelden ayrılmak, toplulukların demirli oldukları mekân ve zamandan soyutlanmalarına, böylelikle de sembolik yapılanmalarına neden olmuştur. Nitekim İkinci Dünya Savaşı'nın ardından 20. yüzyılın ortalarında modern topluluğun yeni simgesel yüzleri tezahür etmeye başlamıştır. Altmışlara kadar, toprakla özdeş, bağlamsal ve endogamik ortaklıkları temelinde yapılanmış genişletilmiş bir akrabalık sistemi formundaki etnografik topluluklar (Williams, 2009, s. 3-14), hızla yerel köklerinden soyutlanmaya ve yüz yüze etkileşime dayalı yapılarından (Delanty 2003, s. XI-XIII) ayrılmaya başlamıştır.

Ritüelden inanca doğru seyreden soyutlamanın yerini altmışlardan itibaren fiziksel mekândan soyutlanma süreci almıştır. Bireylerin dağınık olarak yaşadıkları fiziksel mekân, merkezinde makro yapıların bulunduğu bir ağa dönüşmüş ve sosyal bir mekân inşa edilmiştir. Meta anlatıların çekim gücüne kapılan bireyler, makro yapıların çatısı altında bir araya gelerek bir biz tasavvurunu geliştirmiş ve bilişsel toplulukları teşekkül ettirmiştir. Modern ideolojinin dünyayı iki ayrı kutba ayırarak tesis ettiği küresel sosyopolitik yapı, meta anlatıları sahiplenen toplumsal hareketleri teşvik etmek suretiyle toplulukların geçirdiği bu makro yapılanma sürecini perçinlemiştir. Dünya, neoliberalizmin yüzünü açıkça gösterdiği seksenlere kadar makro yapıların meta anlatılarına referansla yapılan ideolojik topluluklar ve kimliklere ev sahipliği yapmıştır. Ortak ideolojilere referansla sosyal hareketler içinde bir araya gelen bireyler, çatışma ve gerilimler bağlamında inşa ettikleri biz ve öteki tasavvurlarından hareketle ideolojik kimlikleri ve toplulukları inşa etmişlerdir. Seksenlerden itibaren topluluklar yeni bir sembolik inşa sürecine girmiş, kültürel kimliklerden mürekkep topluluklar açığa çıkmıştır.

Şahin, toplulukların geçirdiği, bu sembolik yapılanmayı modern ideolojinin düşünümsel bir refleksle dümenini yavaş yavaş neoliberal politikalara çevirmesinin bir sonucu olarak görmektedir. Ona göre toplulukların 20. yüzyılın ortalarına kadar ge-

çirdiği rasyonel yapılanma, modern ideolojinin kendini inşa etmek için müphem geleneksel düzeni yerinden çıkartan düşünümsel hamlesinin bir ürünüdür. Bu ilk hamle, dünyayı Rönesans, Reform, Aydınlanma, Sanayi Devrimi ve Fransız İhtilali, Birinci Dünya Savaşı, Büyük Buhran ve İkinci Dünya Savaşı gibi aşamalardan geçirerek geleneksel ritüel düzeni yerinden çıkarmış, hayatı müphemlikten arındırmış ve makro yapılar hâlinde katılaştıran rasyonel bir düzeni tesis etmiştir. Bununla birlikte, modern kapitalizm, katılaştıkça hantallaştıran modern düzeni esnetmek, böylelikle de küresel bir yeni dünya düzenini kurarak iktidar alanını genişletmek için 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren düşünümsel yeni bir yapılanma içine daha girmiştir. Postfordist esnek üretim modeline geçmiş, yanı sıra da neoliberal politikaların bir gereği olmak üzere özellikle seksenlerden itibaren makro yapıları ve meta anlatıları tüm dünyada çökertmiştir (Şahin, 2018). Yeni dünya düzeninin ayak sesleri olan bu yeni yapılanma, işe tıpkı Protestan bir zihniyetin mayalandığı günlerde olduğu üzere bir kez daha aidiyet ve topluluğu yeniden üreterek başlamıştır. Fiziksel olarak bir arada olmayı, aynı mekân ve toprak üzerinde yaşamayı, yüz yüze etkileşime girmeyi, kolektif davranış ve pratikleri uygulamayı gerektirmeyen, zamansal ve mekânsal bağlamını tümüyle yitirmiş, katılım, örgütlenme ve etkileşim biçimi tamamen bilişsel, soyut ve sembolik topluluklar açığa çıkmaya başlamıştır. Bu topluluk tipi, zaman, emek ve para açısından verimli sembolik etkileşim formu, kolaylıkla dâhil olup kolaylıkla ayrılmaya imkân tanıyan esnek üyelik biçimi, bireylerin illaki resmi kimlikleriyle ve sözleşmelerle katılmalarını, dolayısıyla da sorumluluk almalarını gerektirmeyen anonim ortamı, bireysel anlatıları esas alan kültürel yapısı nedeniyle bireyleri hızla içine çekmiştir.

Bu çerçevede olmak üzere, altmışların makro yapıları içinde örgütlenen ideolojik toplulukları giderek zayıflamış, seksenlere gelindiğinde mikro milliyetçi anlatılara göre yapılanmış, kültürel kimliklerden mürekkep daha esnek topluluklara dönmüşlerdir. Etnik, dinsel, dilsel ve kültürel referansların beslediği mikro milliyetçiliklere göre yapılan bu toplulukların tohumlarını ise sömürgeciliğin sona ermesi, kentleşme ve sanayileşme gibi nedenlerle altmışlarda ulusal ve uluslararası göç hareketleriyle modern alanlara taşınan ve bir ağ etkileşimini kuran etnografik topluluklar atmıştır. Neoliberal politikalar, modern alanlara göç eden ve var olabilmek için geleneklerini rasyonelleştirmek zorunda kalan toplulukların görünür-lüğünü artırmıştır. Etnografik toplulukların modern alanlarda kurduğu yerel etkileşim ağları, neoliberal politikaların iki kutuplu ideolojik dünyayı, beraberinde de meta anlatıları ve makro yapıları yerle bir etmesiyle birlikte küyerel sosyal, politik, ekonomik ve kültürel etkileşim örüntüleriyle birleşmiştir. Seksenlerde açığa çıkan toplulukların bu esnek ve soyut yapılanmasına Anderson ulus ve milliyetçilik örneğinde tasavvur edilmiş topluluklar kavramıyla işaret etmiştir. Anderson, bu kavramla, tarihsel, kültürel ve coğrafi köklere referansla inşa edilen bir biz tasavvuru ve bu tasavvurun mayaladığı rasyonel ve kurgusal kimliklerden mürekkep, somut değil bilişsel ve soyut, bu nedenle de yapay bir topluluk tipini kastetmiştir (1991). Yerel kültürel referanslar ile kimliğin göstergelerini gündelik hayatta artıran bu süreç kimilerince geleneksel toplulukların yeniden dirilişi, uyanışı ve canlanması olarak görülmüştür. Oysa dirilen, gerçek geleneksel topluluk değil, onun rasyonel bir yapılanmadan geçerek teşekkül etmiş modern bir formu, geleneksel aidiyet değil, kurgulamaya dayalı yapay bir mensubiyettir. Zira ritüelden inanca doğru seyreden soyutlamanın aşamalarından birisi olan bu neoliberal yapılanma, toplulukların etkileşim, zaman, mekân, mensubiyet ve kültürlenme gibi somut, doğal ve organik yapı taşlarını birer birer buharlaştırarak ontolojik gerçekliklerini yitirmelerine, tümüyle bilişsel ve sembolik birer yapı hâline gelmelerine sebep olmuştur. Seksenlerden sonra aynı somut mekân üzerinde olmaya, fiziksel etkileşime, organik ve doğal bağlara ihtiyaç hissetmeyen, üstelik de bağlamsız sembolik topluluklar hayatın birer gereceği hâline gelmiştir.

Modern ideolojinin topluluk yapısını esneterek ürettiği bu soyutlama ve sembolik yapılanmanın vurucu nihai hamlesi ise sanal topluluklar olmuştur. Geleneksel toplulukların modernitenin ilk günlerinden beri geçirdiği yapı yıkımı ve soyutlama, sanal toplulukların şahsında tekâmül etmiştir. Gündelik hayat içinde küyerel bir sosyal etkileşim ağı üzerinde kurumsallaşan topluluklar, teknoloji vasıtalı bir etkileşimin kurulduğu, soyut bir mekân üzerinde yerleşik sanal ağlara hızla eklenmiştir. Bireylerin etnik, dinsel, sınıfsal ya da politik referansları kendi iradeleriyle seçerek bağlandıkları, aynı anda hem sanal hem de sosyal ağ etkileşimiyle birbirine bağlı topluluklar gündelik hayatın olağan bir parçası hâline gelmiştir (Delanty 2003, s. X-XIII).

Şahin (2013), sanal ortamda bir araya gelen bu kolektif birliktelikleri modern bir topluluk olarak görmeyi mümkün kılan üç temel özellikten bahsetmektedir. Bunlardan ilki sanal etkileşimdir. Sanal etkileşim bireylerin birbirlerini görmelerini ve yüz yüze etkileşimde bulunmalarını gerektirmeyen, etkileşimin teknoloji vasıtalı rasyonel bir formudur. Modern hayatın bireyselleştiren etkilerine, modern ideolojinin güvensizlikleri artıran sosyal, kültürel, politik müdahaleleri ile kriminal sorunları da eklenince, bireylerin bu anonim, esnek, mesafeli, dolayısıyla da güvenli ve verimli etkileşime ilgileri artmıştır. Sanal etkileşim, diğer yazılı ve görsel medyadan farklı olarak bireylere kendilerini ifade etme ve ortak bir dünya görüşüne göre bir araya gelebilme imkânını da tanımıştır. Ayrıca, sanal etkileşimin gerçek kimliklerle katılımı gerektirmeyen anonim yapısı, modern bürokratik yapının yasal ve politik kontrol mekanizmaları veya ahlaki ya da kültürel kalıp yargılar nedeniyle gündelik hayatta dünya görüşü ve yaşam tarzlarına uygun bir kimliği sahneleyemeyen bireyler için serbest bir alanı yaratmıştır. Bu alan, teknoloji vasıtalı olduğundan bireyler arasında özel yaşantının korunabileceği güvenli bir mesafeyi de tesis etmiştir. Üstelik bireylere istedikleri an dâhil olup istedikleri an ayrılacakları hızlı ve esnek, dahası sorumluluk ve yükümlülüklerden azade bir iletişim biçimini hazırlamıştır.

Şahin'e göre (2013) sanal birliktelikleri topluluk olarak görmeyi mümkün kılan bir diğer özellikleri ise sanal ağ yapılarıdır. Mesafe ve zamanın eridiği teknolojik ağ yapısı sanal toplulukların yayıldığı uzamı oluşturmaktadır. Sanal topluluklar zamansal ve mekânsal bağlamlarını büyük oranda kaybetmiş olsalar da bu ağ yapısı çoğu zaman offline ağlarla eşgüdümlüdür. Sanal ağlar sadece offline sosyal ağlarla birleşmemekte, yerel ve küresel ağları da bir araya getirmektedir. Bu küyerel ağ yapısı yerel gelenekler ile modernliğin yolunu kesiştirmekte, hem yerel toplulukların offline ve online küyerel bir etkileşim ağı içinde buluşmasına, hem de geleneklerini modernleştirerek yeniden yapılanmalarına hizmet etmektedir. Ayrıca, sanal ağlar, toplulukların kendilerini üretmelerine olanak tanıyan sosyal, kültürel, politik ve ekonomik sermayeyi teşekkül ettirmektedir (Wellman, 2002, s. 11, 13-15). Sander ve Putnam'a göre bunun somut örneği, 11 Eylül saldırılarının ardından, 2004 yılında bireyleri eski okul ve mahalle arkadaşlarıyla bir araya getirmek üzere kurulan Facebook ile 2006 yılında bireylere kendi dünya görüşlerini ifade etme olanağını tanımak üzere kurulan Twitter'in yarattığı sosyal, politik ve kültürel sermayedir. Onlara göre sosyal medya, Amerikalıların modernitenin yarattığı krizlerle sarsılan ve ikiz kulelere yönelik saldırıyla da ağır hasar alan sosyal güven duygularını, yerel ve organik etkileşim örüntülerini sanal âleme taşımak, bireylerin kendilerini ifade etmelerine ve ortak bir görüşü paylaştıkları insanlarla etkileşime geçmelerine olanak tanımak suretiyle yenilemiştir. Sosyal medyanın yenilediği toplumsal güven gençlerin politik ve sosyal tavır alışlarında, ülke meselelerine artan ilgilerinde tezahür etmiştir. Sosyal medyanın, sosyal güveni tazeleyerek ürettiği toplumsal, kültürel ve politik sermaye, sanal ve offline dünyada biz tasavvurunu ve topluluk ruhunu güçlendiren etkileri yaratmıştır. Sosyal ağlar üzerinde arkadaş, komşu, akraba ve hemşehrileriyle görüşen bireyler, sosyal bağlarını güçlendirmiş, toplumsal konulara dair hızlı, kolektif ve güçlü bir toplumsal tavır geliştirebilmişlerdir (Sander ve Putnam, 2010).

Şahin'e göre (2003) sanal ortam üzerinde bir araya gelen birliktelikleri birer topluluk olarak tanımlamaya olanak tanıyan son özellik, inançsal ortaklığa ve biz tasavvuruna dayalı sembolik yapılarıdır. İnternet, yarattığı sanal ağ ve etkileşim sayesinde, bireylere inandıkları ve kendilerini ait hissettikleri rasyonel inançları ve dünya görüşlerini ilan etme ve paylaşma, aynı kanaatte olan bireyleri bulma, onlarla doğrudan ve karşılıklı etkileşime girme, böylelikle de kolektif kimlikleri üretebilmeye olanağını tanımaktadır. İnternet, sadece inanç kardeşini değil, ötekini de bulmaya, görmeye ve hatta onunla diyalektik bir etkileşime geçmeye imkân vermektedir. Bireyler, gündelik hayatta sahip oldukları ortak tarih, kültür, din ve dil anlayışlarını kapsayan bir dünya görüşüne göre bir araya geldikleri ve kolektif kimlikleri geliştirdiklerinden sanal topluluklar temelde gündelik hayattaki offline toplulukların bir izdüşümüdür. Sanal topluluklar, sadece inanç kardeşliklerini değil, öteki tasavvurlarını da sanal ortama taşımaktadır. İnanç kardeşliği ve öteki imgesi kolektif kimlikleri inşa etmekte birbirlerinin ontolojik suç ortakları olarak işlev görmektedir. Bireyler, inançsal ortakları kadar, belki de bundan daha çok, kendileri gibi düşünmeyen, hatta karşıt görüş ya da çatışma içinde oldukları birey ve gruplara referansla kimliklerini inşa etmektedirler. İnternetin esnek ve anonim etkileşim ortamı, bireylere ötekiyle tanışma ya da ötekini yakından tanıma ve bu doğrudan temastan hareketle kimliğini inşa etme fırsatını tanımaktadır. Üstelik gündelik hayatta farklı sebeplerle bir araya gelmeleri mümkün olmayan karşıt ve çatışmalı görüşler ve sahipleri internet ortamında kolaylıkla bir araya gelebilmekte ya da birbirlerine dair doğrudan malumat edinebilmektedir. Bireyler, gündelik hayatta inşa ettikleri öteki imgesini sanal ortama taşıdıkları gibi, sanal ortamda ötekine dair geliştirdikleri tasavvuru da offline yaşama aktarabilmektedirler. Bu bakımdan, sanal topluluklar offline toplulukları yansıtmak ve temsil etmekle kalmamakta, onlara offline kolektif kimliklerini inşa ve idame ettirebilecekleri sembolik bir modeli de sunmaktadır. Keza memleketleri, yaşları, cinsiyetleri, sosyoekonomik konumları, eğitim düzeyleri ve deneyimleri farklı bireyler, sanal ortamda etkileşim kurarak topluluğun gündelik hayatta nesnelleşmesi için gereken bilişsel alt yapıyı hazırlamaktadır.

Sanal etkileşim ve ağ yapısı üzerinde inanç ortaklıkları temelinde yapılan sanal topluluklar, iki binlerin başına kadar büyük oranda bireylerin mikro milliyetçi paradigmalara göre bilişsel olarak inşa ettikleri kolektif kimliklerden mürekkep offline topluluk ve kimliklerin bir devamı olarak yapılanmıştır. Son on yılda ise siber âlem bireylerin kişisel ağlarında bir araya gelen, gevşek bir biçimde birbirine bağlı bireylerden ve onların sahnelenmiş kimliklerinden müteşekkil topluluklara ev sahipliği yapmaya başlamıştır. Topluluk ve kimliğin bu yeni yapılanmasından ise sosyal yapıyı daha da esneten ve bireycileştiren, yerleştiği tüketim kültürüyle sosyal etkileşimi sahnelemeye odaklı simgesel bir değiş tokuş formuna büründüren, buradan hareketle de bireyleri benliklerini sahnelemeye ve kendi senaryolarını oynamaya teşvik eden neoliberalizm sorumlu görünmektedir.

### **Ritüelden İnanca Modern Bir Yapılanma: Alevi Topluluklar**

Dünyanın Doğu yakası rasyonalitenin toplulukları ritüelden inanca doğru seyreden bir soyutlama bağlamında sembolik olarak yeniden yapılandırılan etkileriyle Protestan zihniyetin modern bir ideoloji olarak tecessüm ettiği 19. yüzyılda karşı karşıya kalmışlardır. Batı dünyasının kendi sosyal ve kültürel dinamiklerinin etkisiyle sürüklendiği bu yolculuğa Doğu yakası modernite paketlerinin taşıyıcıları vasıtasıyla başlamış, fakat çok kısa bir sürede radikal bir değişimden geçmiştir. Ritüel akrabalığın yerine inanç kardeşliğini koyan Protestan zihniyetin dölediği rasyonel dünya görüşünü barındıran modernite paketleri sıradan insanlara farklı modernite taşıyıcıları vasıtasıyla etkin bir biçimde iletilmiştir. Bu zihniyet dönüşümü, toplulukların ritüel akrabalıktan inanç akrabalığına, mensubiyetin ise aidiyetten kimliğe

doğru ilerleyen bir modernleşmeden geçmesine sebep olmuştur. Alevi topluluklar, modernitenin toplulukları ritüel akrabalıktan inanç kardeşliğine doğru seyreden sembolik bir yapılanma bağlamında rasyonelleştiren ve yeniden inşa eden etkilerinin açık bir biçimde görülebileceği örneklerdendir.

Alevi toplulukların premodern öncülü Kızılbaş gruplar, ritüel bir düzene sahip, akrabalık, sözlü kültür, yüz yüze etkileşim ve kolektif aidiyete dayalı, somut bir mekân üzerinde uzanan etnografik topluluklardır. Ritüel akrabalık, Kızılbaş gruplarda öylesine belirleyicidir ki her bir akrabalık grubu, ayrı bir ocak ve talip topluluğu olarak yapılanmıştır. Ocaklar ve talip topluluklarının her biri ritüeller vasıtasıyla hiyerarşik bir ağ yapısı içinde birbirine bağlanarak yekpare bir Kızılbaş topluluğu teşekkül ettirmiştir. El ele, el hakka şeklinde tarif edilen bu heterojen yapı ocak sisteminde tecessüm etmiş, sistem içindeki her bir akraba topluluk kendisini dedelerin yönettiği ritüeller aracılığıyla birer talip topluluğuna dönüştürerek sınırlarını muhafaza etmiştir. Kızılbaş grupların bu geleneksel yapıları modernleşme paketleri ve taşıyıcılarıyla temaslarının artmasına paralel olarak 19. yüzyıldan itibaren değişmeye başlamıştır. Bu rasyonel yapılanma, kendini tanımlamada yaşanan köklü bir değişimde tezahür etmiştir. Kızılbaşlar, özellikle 1908'den sonra artan bir eğilimle kendilerini Alevi olarak tanımlamaya başlamış, gündelik dil, resmî yazışmalar ve akademik yazın alanında Kızılbaş kavramının yerini hızla Alevi kavramı almıştır. Karolewski söz konu tanımsal ve kavramsal geçişi, Kızılbaş tabirinin taşıdığı kalıp yargılarla açıklasa da (2008, s. 437-438), Kieser, bu geçişin modernleşme paketleriyle etkileşimin artmasına bağlı olarak gerçekleşen oldukça güçlü ve derinden ilerleyen bir değişimin habercisi olduğu kanaatinde dir.

Ona göre Kızılbaş gruplara modernite paketlerini taşıyanlar, paketin fikir haklarını ellerinde bulunduran, üstelik de bu fikirleri sadece Anadolu'ya değil, dinsel bir görev olarak gördükleri için tüm dünyaya hızla ve etkin bir biçimde yayan Protestan misyonerlerdir. Misyonerler, dünyanın farklı yerlerindeki diğer etnografik gruplar gibi Kızılbaş gruplar arasında da sosyal ve entelektüel faaliyetlerde bulunmuşlardır. Yürüttükleri sosyokültürel ve entelektüel faaliyetlerle, modernleşmenin Osmanlı'yı etkisi altına almaya başladığı bir süreçte, periferide kapalı bir sosyal yaşamı sürdüren Kızılbaşları modern bir zihniyetle temasa geçirmiş ve sembolik bir yapılanmanın zihni alt yapısını hazırlamışlardır. Sağlık ve eğitim alanlarında faaliyette bulunurken, Kızılbaşlarda rasyonel bir zihniyeti de yerleştirmiş, Kieser'in deyimiyle "geniş bir Alevi kitle tarafından takip edilen modern ve daha seküler kimlikli bir yenilenmenin gelişiminde önemli katalitik bir rolü oynamışlardır." Toplumsal yaşamda yürüttükleri faaliyetleri, Kızılbaş gruplara dair bilimsel araştırmalarla takviye etmiş, kavram ve kuramlar geliştirmiş, böylelikle yazın alanında da tezahür eden güçlü bir entelektüel modernleşme modelini inşa etmişlerdir. Ayrıca, bir yandan Kızılbaş grupların sosyal ve bilimsel gelişime olan inançlarını artırırken, diğer yandan da kimi geleneksel inanç ve ritüellerini hurafe olarak görmelerine ve sorgulamalarına, dedelerin otoritesini inkâr etmelerine kapı aralamış, böylelikle modern topluluk modeline yer açmak üzere geleneksel düzeni aşındırılmış ve sekülerleştirmişlerdir (2001, s. 90-108; 2002). Kieser'e göre modern bir inanç topluluğu olarak Alevilik işte bu misyoner mayalamasının ürünüdür. Ona göre, Protestan misyonerler, yarattıkları zihniyet dönüşümüyle Alevileri 15 ve 16. yüzyıllardaki Kızılbaş politik hareketinin ardından ilk defa 19. yüzyılın ikinci yarısında bir topluluk, üstelik de ideolojik bir topluluk olarak yapılanmaya hazır hâle getirmiştir (2001, s. 90-110; 2002).

Kieser'e göre misyonerler sözü edilen ilk Alevi rönesansının ilham kaynağı olmakla kalmamış, seksenlerdeki ikinci rönesansın da entelektüel alt yapısını hazırlamıştır (2001, s. 90-108; 2002). İnşa edilen modern zihniyet, Aleviliği tanımlama adı altında entelijansiya tarafından gerçekleştirilen, topluluğu yeniden yapılandırmaya yönelik entelektüel tartışmalar içinde süreklilik kazınmıştır. Entelijansiya, 19. yüzyılın ikinci yarısı boyunca sosyal faaliyetler ve akademik yazın alanı içinde mayalanan modern topluluk modelini 20. yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren basın yayın teknolojileri ve yazılı kültür



vasıtasıyla Türkçeye aktarmaya başlamıştır. Böylelikle, yazılı kültür, Aleviliğin kurumsallaştırılmasında yönlendirici bir etkiye sahip, bir entelektüeller sınıfını açığa çıkarmıştır (Karolewski 2008, s. 452-453). Aleviliğin nasıl tanımlanabileceğine dair entelijansiya tarafından yürütülen uzun soluklu tartışmalar ise yaklaşım farklılıklarına göre çeşitlenen ideolojik yapılanma modellerini inşa etmiştir. Aralarındaki farklılıklara rağmen yapılanma modelleri, Aleviliği bir inanç, Alevileri de ortak bir inancı paylaşan homojen bir topluluk olarak tanımlama paradigmasına sadık kalmışlardır. Entelijansiyanın yazılı kültür ve entelektüel tartışmalar vasıtasıyla devamlılık kazandırdığı inançsal ortaklığa dayalı bu modern topluluk modeli, 1960'lerden itibaren gündelik hayatta nesnelleşmeye, 1980'lerden sonra da kurumsallaşmaya başlamıştır (Şahin, 2013). Topluluğun geçirdiği ikinci büyük modern yapılanmayı işaret edecek biçimde ikinci Alevi rönesansı olarak tanımlanan söz konusu modern inşa sürecini tetikleyen ve rasyonelleşme paketlerini gündelik hayatta nesnelleştiren ise göç ve kentleşme olmuştur.

Alevi toplulukların ilk yapılanma deneyimi gibi ikincisi de dünyanın farklı bölgelerindeki toplulukların aynı anda geçirdiği küresel değişime paralel olarak gerçekleşmiştir. İlkinde modern ideolojinin yapısal devrimlerle kendini inşa etmesinden kaynaklı tsunamileri misyonerler periferiye taşımıştır. Modern ideolojinin sanayileşme ve kentleşmeyi hızlandırarak kendini yeniden ürettiği ikincisinde ise entelijansiyanın entelektüel tartışmaları modern yapılanmaya rehberlik etmiştir. Bu durum bize bir kez daha toplulukların yapılanma aşamalarının modern ideolojinin tüm dünyayı etkileyen düşünömsel hamlelerine ve bu hamlelerin neden olduğu krizlere duyarlı olarak gerçekleştiğini, üstelik sürecin benzer failer tarafından yönlendirildiğini göstermektedir. Toplulukların küresel bir modern yapılanmadan geçtiği bir süreçte, kırsal Alevi topluluklar kentlere göç etmeye başlamıştır. Şehirlere göç edince modern bir Aleviliği inşa etmeye yönelmişlerdir (Çamuroğlu 1998, s. 94-95). Zira ortak sınırları belli bir mekân üzerinde yaşamayı imkânsız kılan kentleşme, talip topluluklarını dağınık yaşamaya mecbur bırakmış ve Alevileri bir ağ topluluğuna dönüştürmüştür. Ayrıca, ritüelleri yönetecek dedelere erişimi güçleştirmiş ve ritüelleri işlevsizleştirmiştir. Ritüeller işlevsizleşince ocak sistemi ve talip topluluğunu sürdürmek, geleneksel topluluğu ve aidiyeti inşa etmek kentsel alanlarda nerdeyse imkânsız hâle gelmiştir. Kentsel alanlardaki bu modern yapılanma, Alevilerin soyut bir mekân üzerinde bir biz tasavvurunu inşa etmek üzere sol politik hareketlere eklenmelerini, yanı sıra da kurumsallaşmalarını beraberinde getirmiştir. Olsson Alevilerin politik hareketlere eklenmelerini, tarihî güç arayışlarını o günün politik ortamında sol politik söylemlerle birleştirmeleriyle ilişkilendirmektedir (1998, s. 244). Kieser ise İslamcı hareketlerin artışının yarattığı baskıyla alakalı görmektedir (2001, s. 109-111). Bu ve benzeri görüşler bir yana, yazılı kültürle artan temasları ve kurumsallaşma uğraşları, dönemin çatışmalı politik ortamıyla bir araya gelince Aleviler, güçlü bir ötekilik tasavvurunu geliştirmiş, sosyal bir mekân üzerinde biz tasavvurunu üretme eğilimleri artmış ve ideolojik hareketlerin aktörü hâline gelmiş görünmektedir.

Kentli Aleviler, politik birer aktör hâline geldikleri aynı süreçte, bilimsel ve sosyal gelişmeye olan güvenlerini daha da güçlendirmiş, geleneksel inanç, ritüel ve hiyerarşik yapılarını birer hurafe ve batıl itikat olarak tanımlamak suretiyle 19. yüzyılda başlattıkları sekülerleşme süreçlerini büyük ölçüde tamamlamışlardır. Öyle ki birer hurafe olarak gördükleri inançları, ritüelleri ve dedelik kurumuyla mücadele etmeyi ve geleneksel yapının yerine modern bir yapıyı kurmayı politik hareketlerinin temel amaçlarından birisi hâline getirmişlerdir. Böylelikle, sadece grup dışından politik bir ötekini inşa etmekle kalmamış, ritüel akrabalığı esas alan gelenekçi Alevi-

leri de politik öteki hâline getirmişlerdir. Geleneksel yapıyı hedef alan bu ideolojik hareket, 1960'lardan itibaren meyvelerini vermiş, Kieser'in de dediği gibi, Aleviler, dedeleri, gelenekleri ve ritüelleriyle bağlarını tümüyle kopartmışlardır (2001, s. 109-111; 2002). Ritüellerin, dolayısıyla da geleneksel yapının işlevsizleşmesi ise bir aidiyet krizini açığa çıkarmış, buna bağlı olarak geleneksel kolektif aidiyetin yerini alacak rasyonel kimliklerin oluşumuna ve tasavvur edilen bir inanç topluluğunun teşekkülüne zemin hazırlamıştır. Seksen ve doksanlı yıllar, Alevi aydınların ritüel akrabalığa dayalı geleneksel aidiyet biçiminin yerine ideolojik hem fikirliliğe dayalı bir kimlik tasavvurunu ürettikleri ve basın yayın teknolojileri vasıtasıyla yaygınlaştırdıkları yıllar olmuştur.

Ritüel akrabalığı bozan tüm bu gelişmeler, Alevilerin bir inanç topluluğu olarak yapılanmasını ve Alevi kimliklerin inşasını perçinlemiştir. Ritüellerin işlevsizleşmesi, her türlü yerel ve doğal farklılığın kaybolduğu, tüm bireylerin, "Alevi olma" tasavvuru etrafında bir araya geldiği soyut ve sembolik bir inançsal çerçeveyi şekillendirmiştir. Bu sembolik yapılanmayı sıradan insana kadar yaygınlaştıran ve modern bir bilinci şekillendiren ise yazılı basın yayın olmuştur. Modern topluluğun sembolik sınırları entelektüellerce üretilen yazılı kültür içinde kurulmuş, böylelikle ayrı ayrı yerlerde yaşayan, ayrı ayrı ocaklara mensup Alevilerde biz ve öteki tasavvuru, yani ortak bir kimlik inşa edilmiştir. Bu entelektüel model, 1990'lardan sonra bilişsel tasarım olmaktan çıkmış, topluluk, vakıf ve dernekler altında önce Avrupa, özellikle de Almanya, sonra da Türkiye'de kurumsallaşmaya başlamıştır (Erman ve Göker, 2000, s. 102). Alevi yeniden canlanışı olarak adlandırılan tüm bu yeniden yapılanma, Bruinessen'e göre (1996, s. 8), Alevi toplulukların, kan akrabalığına ve sözlü kültüre dayalı, yerel endogamik geleneksel yapısını bozmuş ve rasyonelleştirmiş, onu yazılı kültüre dayalı, doktrin ve uygulamaları olan kamusal bir inanç topluluğu hâline getirmiştir (1996, s. 8). Bu modern sembolik yapılanmayı bir diğer evresine taşıyan ise iletişim, haberleşme ve ulaşım teknolojilerindeki gelişme olmuştur. Dünyanın farkı yerlerindeki Aleviler iki binli yıllardan itibaren ritüellere ihtiyaç hissetmeksizin inançsal ortaklıkları ve biz tasavvuru temelinde sosyal ve teknolojik ağlarla birbirine bağlanmıştır.

### **Kültürel Kimliklerden Sahnelenmiş Kimliklere: Online Alevi Topluluklar**

Medya ve iletişim teknolojileri, Alevi topluluğunun ve kimliğinin kamusallaşmasında (Erman ve Göker, 2000, s. 99), hatta ürettiği söylemlerle Alevi kimliğinin ve topluluğunun yeniden yapılandırılmasında yönlendirici bir rolü üstlenmiştir (Çaha, 2004). Bununla birlikte, medya, entelijansiyanın sesini kamusalılaştırmış, sıradan insana kendi kimlik tasavvurunu ifade etme ve topluluğun inşa ve idamesinde bir fail olarak yer alma imkânını tanımamıştır. Bu durum, internet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte değişmiş, sanal ortam sıradan Alevileri, kimliğin ve topluluğun inşa ve idamesi sürecinde bir fâil hâline getirmiştir. Böylelikle, internet teknolojileri, dernek, vakıf ya da entelijansiya gibi makro yapılar ile bu yapıların ürettiği meta anlatıların topluluk ve kimliği inşa etmekteki hâkimiyetini kırmış, kolektif kimlikleri inşa etme yetkisini makro yapılardan alarak sıradan insana devretmiştir. O güne değin makro yapılar tarafından oluşturulan topluluk ve kimlik tasavvurunun bireysel yorumlarından müteşekkil çok sesli bir inşa süreci belirlemiştir. Neoliberalizmin meta anlatıları ve makro yapıları yıkan etkilerinin ürünü olan ve sıradan insana kendi senaryosunu sunma, kimlik ve topluluğun inşasında irade sahibi bir fail hâline gelme imkânını tanıyan bu inşa süreci, bireyin failliğini ve iradesini giderek daha da belirginleştirmiştir. Nitekim seksen ve doksanlar boyunca makro yapıların kamusalılaştırdığı biz tasavvuruna göre kültürel kimliklerini inşa eden Alevi bireyler, iki binli yılların başından itibaren sanal dünyanın karşılıklı etkileşime olanak tanıyan ortamına dâhil olmuştur. Sanal dünyanın sembolik dili ve her şeyin mümkün olduğu siber dünyası, bireylere kendi kimliklerinin göstergelerini sahneleyebilecekleri ve dünya görüşlerini paylaşarak kolektif kimlikleri üretebilecekleri ideal bir ortamı hazırlamıştır. Bu yönüyle yazılı medya makro yapılara modern topluluk modellerini kamusalılaştırabilecekleri sembolik bir alanı yaratırken, internet teknolojileri sıradan bireyler

için kendi topluluk ve kimlik tasavvurlarını inşa edebilecekleri sembolik bir dünyayı kurmuştur. Sanal ortam, iki binlerin başında, eşgüdümlü olarak hem makro yapıların ürettiği topluluk modelinin etki alanını genişletmiş, hem de bireylere makro yapıların hantal örgütlenmelerinin tam aksi esnek ve hatta eleştirel alternatif bir etkileşim biçimini sunmak suretiyle onların nüfuz ve hâkimiyetlerini kırmış, tek sessliliği bozmuş ve birey belirlemimli toplulukları açığa çıkarmıştır. Makro yapılar iki binlerin başında kendi topluluk modellerini sanal ortama taşımış, sosyal ağlar ile sanal ağları birleştirerek kültürel kimliklerin üretimine aracılık etmiştir. Ancak, sanal dünyanın, esnek, hızlı ve kolay etkileşime olanak tanıyan, bürokratik ve resmi kurallarca düzenlenmiş bir üyeliği gerektirmeyen, herhangi bir tepkiyle karşılaşmaya mani serbest anonim ortamı, makro yapıların bireysel etkileşim için oldukça hantal kalmasına ve güç kaybetmesine, topluluğun inşa ve idamesi sürecindeki failliklerinin zayıflamasına neden olmuştur. İnternet teknolojilerinin bireyler arası yazılı etkileşime, sesli, görsel ve çoklu etkileşimi eklediği, bireylerin gündelik yaşamlarını ve kendi kimliklerini sahnelemelerine imkân tanıyan programların üretildiği, hatta tıpkı gündelik hayattaki gibi anlık ve istenildiği zaman etkileşim kurmayı mümkün kılacak biçimde sanal dünyanın bireylerin ceplerine sığdırıldığı son on yılda ibre neredeyse tamamen bireye yönelmiştir. Artık bilgisayar ekranının dahi etkileşim için hantal kaldığı, siber dünyanın cep telefonlarının içine sığdırıldığı, bireylerin ansal, karşılıklı, görsel ve çoklu etkileşime geçebildikleri bir sanal düzen açığa çıkmıştır. Artan bireycilik ise 20. yüzyılın son çeyreğine kadar ideolojik bir topluluğu ve kimlikleri, son çeyreğinde ise kültürel kimlikleri mayalayan meta anlatıların ve makro yapıların tekeline iyiden iyiye aşındırmıştır. İki binlerin başında sanal ortama eklenen kültürel kimliklerin yerini, son on yılda, kendi senaryolarını oynamayı isteyen bireylerin, kültürel göstergeleri kamusallaşdırmak suretiyle inşa ettikleri sahnelenmiş kimlikleri almıştır (Bkz. Şahin, 2018)

ABF (Alevi Bektaşî Federasyonu), AABF (Almanya Alevi Birlikleri Federasyonu), Genç Aleviler ve Alevi Forum'dan oluşan aynı örnekleme dair ilkinin 2012, ikincisini de 2019'da yapmış olduğumuz çalışmaların verilerini karşılaştırdığımızda sahnelenmiş kimliklere doğru ilerleyen bu sembolik yapılanma bariz bir biçimde görülmektedir. Söz konusu yapılanmanın en önemli göstergesi, bireylerin meta bir anlatıya göre bir araya gelerek, çoğunlukla offline yapıların ve kolektif kültürel kimliklerin devamı sanal toplulukları inşa etmelerine imkân tanıyan forumların yerini, son on yılda bireylerin kendi bireysel etkileşim ağları vasıtasıyla sanal topluluk ve kimlikleri üretmesini sağlayan sosyal medyanın almış olmasıdır. 2012 yılında gerçekleştirdiğimiz netnografik araştırma, o günlerde Alevilerin forum sitelerinde ya da Alevileri temsil eden ve onlar adına söz söyleyen dernek ve vakıfların sitelerinde bir araya geldiğini göstermiştir. ABF (Alevi Bektaşî Federasyonu) ve AABF (Almanya Alevi Birlikleri Federasyonu) kurumsal sayfaların, Genç Aleviler ve Alevi Forum ise zikredilen sanal ortamların örneğidir.

Kısmi bir üyeliğe dayalı kurumsal sanal ortamlarda ve karşılıklı etkileşime dayalı forumlarda bir araya gelen bireylerin inşa ettikleri bu sanal yapıları, birer topluluk olarak görmeye sevk eden, offline modern Alevi topluluklarla olan yapısal ve kültürel ortaklıklardır. Bu ortak temeller sanal toplulukların modernleşen topluluğun formlarından birisi olduğunu düşündürmektedir. Söz konusu bu ortaklıklardan ilki zikredilen kurumsal ve bireysel sanal ortamların rasyonel etkileşime dayalı yapılarıdır. Hatırlanacağı üzere, toplulukların modern yeniden yapılanmaları sürecinde ilk değişime uğrayan varoluşsal özellikleri yüz yüze etkileşimdir. Yüz yüze etkileşimin yerini ikincil ve vasıtalı etkileşimler almıştır. Sanal etkileşim ikincil ve vasıtalı iletişimin tipik örneğidir. Sanal topluluklar bireylerin, yer ve zaman gibi bağlamını yitirmiş soyut bir mekân üzerinde, rasyonel iradeleriyle, birbirleriyle ve kurumlarla bağlantı kurmak suretiyle tesis ettikleri işte bu ikincil etkileşimin bir ürünüdür.

Bu yönüyle sanal topluluklar, Tönnies'in sözünü ettiği offline modern topluluklar gibi kendini ikincil etkileşim vasıtasıyla tecessüm ettiren, rasyonel iradenin ürünü kurgusal ve yapay topluluklardır. Bu sanal birlikleri bir topluluk olarak görmeyi mümkün kılan bir diğer yapısal ortaklık ise sanal ağ yapılarıdır. Forum ve kurumsal sitelerde bir araya gelen bireyler, tıpkı offline modern topluluklar gibi farklı fiziksel mekân üzerinde yaşamakta, ancak birbirleriyle kurdukları etkileşim bağlamında soyut bir mekânı ve ağ yapısını teşekkül ettirmektedir. Üstelik Alevilerin bir araya geldiği sanal ağ, gündelik hayattaki sosyal ağların siber ortamdaki uzantısıdır. Zira göç ve kentleşmenin Alevilerin geleneksel topluluk yapısını bozmasıyla birlikte açığa çıkan ve kentsel alanlarda dağınık hâlde bulunan bireyler arasında etkileşimi tesis etmeye ve biz tasavvurunu inşa etmeye yarayan sosyal ağlar, doksanların sonunda sanal ortama doğru uzanmış ve küreselleşmiştir. Alevi kurumları, Almanya merkezli olarak örgütlemeye başladıkları modern yapıyı, internetin yarattığı sanal ortama nakletmiş, sosyal ağları sanal ağlarla, yerel ağları küresel ağlarla birleştirmiş ve küyerel bir etkileşim ağını tesis etmişlerdir. Zamanla bireysel ağlarda bu ağ örüntüsünün bir parçası hâline gelmiştir. Bu ağ örüntüsü ise göç ve kentleşmeyle birlikte ritüellerin işlevsizleşmesine bağlı olarak geleneksel topluluk yapıları bozulan, geleneksel aidiyetlerini ve topluluklarını üretemeyen Alevilere farklı ocaklardan da olsalar bir araya gelebilecekleri soyut ve sembolik bir bağlamı kurmuştur. Ayrıca, birimleri talip toplulukları ve ocaklar olan heterojen yapıları sebebiyle offline hayatta homojen bir bütün hâline gelemeyen Alevilere, inançsal ortaklığın beslediği bir biz tasavvuru ekseninde bir araya gelmeleri ve homojenleşmeleri için gereken alt yapıyı hazırlamıştır. Sanal ortamın yarattığı bu soyut mekân, sanal ağ yapısı ve etkileşim, sanal Alevi toplulukların inşası için gereken alt yapıyı kursa da, sanal ortamdaki bireysel ve kurumsal yapıları sınırları belli, ayrı birer topluluk hâline getiren temel dinamik, paylaştıkları ortak inançtır. Bireyler, kendi dünya görüşlerine göre sanal toplulukların bir üyesi hâline gelmektedir.

Bundan yedi yıl önce yapmış olduğumuz çalışmanın örneklem birimlerinden olan Alevi Bektaşî Federasyonu (ABF) ve Avrupa Alevi Birlikleri Federasyonu (AABF) sanal ve sosyal ağları birleştiren sosyal ortamların tipik bir örneğidir. ABF Türkiye, AABF ise Almanya bağlamındaki Alevi kurumsallaşmasını temsil etmektedir. ABF ve AABF'nin kurumsal internet sayfaları ise geleneksel ritüel akrabalığın yerini alan inanç akrabalığına dayalı modern topluluk yapısının sanal bir uzantısı görünümündedir. Yerel ve geleneksel Alevi toplulukların yerini inanç kardeşliğine dayalı modern homojen bir topluluğun aldığı en önemli göstergesi, her iki sayfanın da yerel ve geleneksel göstergeleri taşıyan ve heterojen bir yapıyı temsil eden sembollerden büyük oranda azade olmasıdır. ABF ve AABF kendine bağlı Alevi kurumların sosyal ve sanal ağ yapısının merkezinde bulunmaktadır. Her iki kurumun sayfasında da kendilerine bağlı kurumların adres ve iletişim bilgileri yer almaktadır. AABF'nin sayfasında üyelik sistemi bulunmazken, ABF'nin üyelerin yorum yapmasına ve etkileşime girmesine olanak tanımayan kısmi bir üyelik sistemi mevcuttur. Karşılıklı etkileşime ve bireysel yoruma açık olmayan bu katılım ve üyelik biçimi, her iki sanal ortamın da meta anlatılara dayalı makro birer yapılanmanın siber âlemdeki uzantıları olduğunu göstermektedir. Kurumsal sayfalarda Alevi inanç, ritüel ve hiyerarşik yapısına dair ayrıntılı bilgi sunulmakta, yapılacak toplantı ve etkinlikler derneğin fiili üyelerine duyurulmaktadır. Ulusal bir sanal ve sosyal ağ üzerinde uzanan ABF'nin 2012 yılındaki sayfası haber, makale, anket ve iletişim adresinin verildiği bölümler ve Federasyon'un tarihçesi, tüzük ve faaliyetleri ile bağlı kuruluşların sunulduğu bölümlerden müteşekkildir. ABF gibi AABF'nin sayfasında da ocak sistemi, dedelik, taliplik, ritüeller, tekkeler, adak ve kurbanlar gibi yerel geleneksel referanslar ve semboller yok denecek kadar sınırlıdır. Sayfası Almanca ve Türkçe olmak üzere iki dillidir.

Her iki kurumsal sayfada da Aleviliği kendi yapılandırma modellerine göre yeniden tanımlamaya yönelik bir içeriğin hâkim olduğu görülmektedir. Bu yapılandırma

modelinin inanç merkezli olduğunun göstergesi ise her iki sayfada da ağırlıklı olarak inancın konu edinilmesi, inanca dair ayrı ve alt başlıklardan oluşan bölümlerin tesis edilmesidir. Avrupa'daki birçok Alevi derneğiyle sadece sosyal ağlar değil, sanal ağlar üzerinde de bağlantılı olduğu görülen AABF'nin sayfasının Türkçe versiyonunda Alevi öğretisi başlıklı ayrı bir kısım bulunmakta, Alevilik öğretisi, kimliği, inanç takvimi ve tarihi şeklinde sıralanan başlıklar altında bilgi verilmektedir. Bu yazılar, genellikle kurum çatısı altında faaliyet gösteren dedeler tarafından kaleme alınmıştır. Sayfada daha dikkat çekici olanı ise Alevi cenaze servisi<sup>6</sup> ve inanç kurulu<sup>7</sup> başlıklı ayrı sayfalara yönlendiren linklerin bulunmasıdır. İnanç kurulu başlıklı sayfada Almanya'daki farklı bölgeleri temsil eden heyetlerden müteşekkil bir kurulun üçer yıllığına seçildiği görülmektedir. Sayfada, kurul yanında, dede ve ana eğitimi, inanç kurulundan yazılar, AABF Bölge inanç kurulları, Sivas-Massaker vom 02.07.1993, 12 imam, bölge inanç kurulları, gülbenkler ve kurul iletişim bilgilerine yer verilmektedir. Ayrı bir linkle açılan inanç kurulu sayfasında inanç kurulunu oluşturan dedeler tarafından kaleme alınmış yazılara da yer verilmiştir. Alevilik, cem, dedelik, Zülfikar'ın sembolik anlamı, kırklar, enelhak, tasavvuf, rızalık, dört kapı kırk makam, inanç önderlerinin geleneksel işlevsel görevleri, Alevilikte düşkünlük bu yazılara örnektir. İnanç kurulunun kaleme aldığı yazılar, yerel ve geleneksel bir topluluğu yaratmaktan mesul ritüellerden daha ziyade, biz tasavvurunu ve buna bağlı homojen bir topluluğu üretmekle yükümlü inançsal referanslara odaklanmaktadır. Hatta inanç kurulunun kaleme aldığı Alevilik tanımı/charakterisierung des Alevitentums başlıklı yazıda, Alevilik doğrudan bir inanç sistemi olarak tanımlanmaktadır. Aleviliğin kurumsal yapısını anlatmak üzere açılan AABF inanç kurulu 2012-2015 linki altındaki dedelik ve inanç önderlerinin geleneksel işlevsel görevleri adlı başlıklar da dedeleri inanç önderleri olarak gören ve takdim eden niteliğiyle inanç odaklı homojen bir topluluk modelini sunmaktadır.

Sayfada yer bulan dede ve ana eğitimi programı da Alevi toplulukların geçirdiği inanç odaklı modern sembolik yapılanmanın bir diğer örneğidir. Bu program, hiyerarşik yapı ve üretiminin geleneksel köklerinden ayrıştırılarak rasyonelleştirilmesine neden olmuş görünmektedir. Zira ocak soylu olan, sözlü kültür ve ritüeller içinde eğitilerek yetkilendirilen ve sadece kendi ocağına mensup taliplerine hizmet vermekle yükümlü olan dedelik kurumunun yerine, kurumsal rasyonel bir eğitimden geçirilen ve aldıkları diplomayla cemevine üye tüm Alevilere hizmet verebilen dedelik kurumunu yerleştirmiş görünmektedir. Hiyerarşik yapının bu rasyonel inşası, sınırları ritüellerle ayrıştırılan talip tipi geleneksel topluluktan sınırlarını inançsal ortaklığın belirlediği bir topluluğa doğru ilerleyen bir değişimi haber vermektedir. AABF'nin sayfasında ritüellere yönelik sınırlı sayıdaki referanstan biri Alevi cenaze servisine dair ayrı bir linkle açılan sayfadır. Bu sayfa, ölüm ritüellerinin yerine getirilmesi için ayrıca üye olmak ve aidat ödemek suretiyle yararlanılabilecek bir hizmeti üyelere tanıtmaktadır.

Anlaşılabileceği üzere, kurumsal sayfalar dernek ve vakıfların mevcut kurumsal üyelerini bilgilendirme amacına hizmet etmektedir. Bu yönüyle dernek ve vakıfların sosyal ağları içinde Alevi olma ilkesi temelinde bir araya gelerek bir topluluğu inşa eden bireyleri temsil etmekte ve kimliklerini inşa etmelerine olanak tanıyan bir yapılanma modelini onlara sanal ortamda da sunmaktadır. Böylelikle Alevi toplulukların modernleşmesine dair kendi meta anlatılarını ve ideolojilerini kamu-sallaştırmaktadırlar. Kurumsal sayfalar bireylerin eleştiri, etkileşim ve yorumlarına kapalı olduğundan, bu sembolik yapılanma modellerinin sosyal dünyada nesnelleşme biçimini ve sıradan insanın yapılanma modellerine bakışını görmek için bireysel etkileşime dayalı ortamlara bakmak gerekmektedir.

2012 yılında yürüttüğümüz araştırmamız göstermiştir ki bireylerin sanal toplulukları inşa ettikleri siber ortamların başında rasyonel tercihleriyle üye oldukları,

karşılıklı, bireysel ve yazılı etkileşim kurdukları, geleneksel ve modern anlam kodlarını paylaştıkları, zaman ve mekânın göreceli hâle geldiği soyut bir alan ve küyerel bir ağ yapısı üzerinde uzanan forumlar gelmektedir. Genç Aleviler ve Alevi Forum bu tür sanal ortamların tipik örneğidir. Forum, domain hakkını satın alan biri tarafından kurulan, farklı konu başlıklarının tartışıldığı sanal sayfalardır. Forumlarda dernek ve vakıflardakine benzer bir yöneticiler hiyerarşisi bulunmaktadır. Ayrıca, dernek ve vakıfların tesis ettiği topluluğa dair meta anlatılar da yoğun bir biçimde yer almaktadır. Bununla birlikte üyeliğe ve bireysel seçime dayalı, bireysel yorum ve eleştiriye açık yapısıyla kurumsal ortamlardan ayrılmaktadır. Her iki sitede de üye olmadan sanal etkileşim örüntülerine dâhil olmak ve paylaşımında bulunmak mümkün değildir. Dernek ve vakıfların sayfaları karşılıklı etkileşime olanak tanımayan tek sesli yapılarken, forumlar karşılıklı etkileşime, üyelerin yorum ve eleştiri yapmalarına olanak tanıyan çok sesli ortamlardır. Zikredilen iki forum, bireylerin rasyonel seçimleriyle katılabilecekleri ve sanal etkileşim kurabilecekleri, kimi zaman sanal dünyanın dışına da taşan dayanışma ağlarını geliştirebilecekleri bir üyelik sistemine sahiptir. Bireyler kendi dünya görüşlerine yakın buldukları forumlara üye olmakta, üyelikleri yöneticiler tarafından onaylandıktan sonra diğer üyelerle etkileşime geçmektedir. Üyelik başvurusunda bulunan adaylara sorulan sorulardan birisi Alevi olup olmadıklarıdır. Forumlarda farklı konu başlıkları açılmakta ve bunlar üyeler tarafından tartışılmaktadır. Ayrıca, üyeler kişisel olarak da birbirleriyle mail üzerinden etkileşime geçebilmektedir. Öte yandan, üyeler forumdaki yazışmaları esnasında gerçek isimlerini kullanmamakta, kendilerine takma isim seçmektedirler. Bu durum, her iki forumda da eleştiri ve tartışma ağırlıklı serbest bir etkileşim dilinin yerleşmesine neden olmuş görünmektedir. Meta anlatılara yer verilse de bu anlatılar bireysel yoruma tabi tutulmakta ve bireylerin değerlendirmeleriyle nihai hâlini almaktadır. Buna bağlı olarak bu iki forum da, yoğunluğu değişmekle birlikte, kurumsal sayfalardan farklı olarak, yerel ve geleneksel anlam öbekleriyle örtüşebilecek bir sembolik yapıya sahiptir.

Alevi Forum, kendi ifadeleriyle Alevilere fikirlerini sunabilecekleri bir platform oluşturmak, Alevi toplumunu temsil etmek amacıyla 2001 yılında kurulmuştur. İngilizce, Almanca ve Türkçe dillerinde iletişime olanak tanıyan, kurucusunun İsviçre’de bulunması sebebiyle Avrupa merkezli bir etkileşim ağına sahip, 2012 yılı itibarıyla yaklaşık 57.000 üyesi bulunan bir forumdur. Genç Aleviler ise Türkiye merkezli bir sanal ortamdır. 2008’de kurulan forumun 2012 yılı itibarıyla 4718 kayıtlı kullanıcısı bulunmaktadır. Forumda verilen bilgilerden üyelerin bir kısmının gündelik hayatlarında da birbirleriyle görüştükları anlaşılmaktadır. Genç Aleviler yapısal olarak aynı özellikleri paylaştıkları içerik itibarıyla Alevi Forum’dan ayrılan niteliklere de sahiptir. Söz konusu içerik farklılığı, Aleviliğin nasıl tanımlanacağına dair tartışmalarda somutlaşmaktadır. Alevi Forum’un AABF’nin modeline yakın, yerel ve geleneksel referanslardan büyük oranda ayrılmış ve inanç ortaklığına dayalı bir topluluğu imleyen tanımına karşın, Genç Aleviler ritüel ve inancın her ikisine, geleneksel hiyerarşik yapı ve ocak sistemine dair referanslardan müteşekkil bir topluluğu öneren bir tanıma sahiptir. Bu görüşü destekleyen veri ise Alevi Forum, ABF ve AABF’nin sayfalarına kıyasla Genç Aleviler’in sayfalarındaki yerel ve geleneksel sembol ve referansların yoğunluğudur. Ocak ve dergâhlar, aşiretler, talip toplulukları, ritüeller, Alevi yerleşim yerleri gibi konulara dair paylaşımlarındaki yoğunluk forumun daha geleneksel bir örgütlenme modeline göre yapılmış bir topluluğa ev sahipliği yaptığını düşündürmektedir. Bununla birlikte, Genç Alevilerin Alevilik tanımının da meta anlatılardan beslendiğini gözler önüne serecek biçimde forumda doğrudan forum üyeleri için hazırlanmış makalelerin bulunduğu yazarlarımız adlı bir bölüm bulunmaktadır. Sadece forum yöneticileri düzeyinde değil, üyeler düzeyinde, üstelik her iki forumda da, dernek ve vakıflar ile entelijansiyanın sunduğu topluluk modellerinin etkisi de bariz bir biçimde hissedilmektedir. Katılımcılar, Aleviliği özgün ve kendilerine ait bir anlatıdan hareketle değil, bu makro yapıların modellerini yorumlayarak ya da eleştirerek tanımlamaktadırlar. Bu yönüyle Genç Aleviler örneğinde olduğu üzere

yerel ve geleneksel topluluğa dair referanslara yer verseler de forumlarda inanç ortaklığına dayalı Alevilik tanımı daha ağır basmaktadır. İnanç ortaklığına dayalı bir tasavvurlarının ayrılmaz bileşeni ise öteki imgesidir. Kurumsal sanal ortamlar, insan hakları ihlal raporları, forum üyeleri ise gündelik hayatta yaşadıklarından ve tarihi kalıp yargılardan hareketle bir öteki ve ötekilik tasavvurunu dillendirmektedirler. Bu yönüyle, öteki tasavvuru, ABF ve AABF'nin sayfasında politik öteki olarak tezahür etmektedir. Genç Aleviler, bir tasavvuru esas alarak bir öteki imgesini, Alevi Forum ise inançsal ve ideolojik ayrılıktan hareketle politik bir öteki tasavvurunu üretmektedir. Bu bakımdan, biz ve öteki diyalektiğinden hareketle bir Alevi tanımı ve kolektif kimlik inşa etme eğilimi ABF, AABF, Genç Aleviler ve Alevi Forum'un ortak özelliklerindedir.

Yedi yıl önce haklarında kısaca zikredilen bu bulgulara ulaştığımız topluluklara ne olduğunu anlamak için yaptığımız ikinci araştırma, Alevi toplulukların geçirdiği simgesel inşanın devam ettiğini göstermiştir. Görülmüştür ki makro yapılar güç kaybetmeler de topluluğu üretmekteki yönlendiriciliklerini ve inanç odaklı simgesel inşa modellerini nesnelleştirmeyi sürdürmektedirler. Yeniden yapılandırıldığı görülen ABF'nin sayfasının içeriği bu durumun bariz bir göstergesidir. ABF'nin sayfasının ana bölümlerinden birinin, henüz yapım aşamasında olsa da, inanç meclisi adı altında tasnif edilmesi Alevi toplulukların ritüelden inanca doğru ilerleyen modern simgesel inşa süreçlerinin devam ettiğini, toplulukların aşama aşama bu sürece dâhil olduğunu gözler önüne sermektedir. Sayfa içeriğindeki bu dönüşüm, aradan geçen yedi yılda ABF'nin sayfa içeriğinin AABF'nin sayfasıyla büyük oranda aynılaştığını, Almanya merkezli AABF'nin inanç odaklı yapılanma modelinin Türkiye'deki kurumlar üzerindeki etki ve yönlendiriciliğini de ortaya koymaktadır. Alevi toplulukların simgesel inşalarının devam ettiğinin önemli bir göstergesi de ABF'nin üyelerin etkileşimine izin vermeyen eski online üyelik sistemini kaldırarak, Facebook ve Twitter gibi bireysel etkileşime imkân tanıyan ortamlarda da sayfasının uzantılarını açmış ve bireyleri sürece dahil etmiş olmasıdır. 2016 yılından itibaren aktif olan ABF'nin resmi Facebook sayfasındaki takipçi sayısı 1442'dir. 2014 yılında açılan Twitter hesabının Facebook kadar aktif olmadığı görülmektedir.<sup>8</sup> Benzer bir biçimde AABF de bireylerin görsel, yazılı ve sesli etkileşimlerine olanak tanıyan Facebook ve Twitter gibi alanlara eklenmiştir. 2011 yılından itibaren aktif olan Facebook'daki takipçi sayısı 12714'dür.<sup>9</sup> ABF ve AABF'nin topluluğun tanım ve yapılanmasına dair kendi kurumsal modellerini bireysel yorum ve eleştiriye imkân tanıyan sanal ortamlara aktarmaları, önerdikleri simgesel yapılanma modelinin bireyler tarafından içselleştirilmesini ve kolektif kimliklere dönüştürülmesini temin etmeye yönelik görünmektedir. Sayfa içeriği ve üyelik sisteminde yedi yıl gibi kısa bir sürede açığa çıkan bu değişim, sanal ortamın toplulukların simgesel inşasında bir katalizör olarak işlediğini, sadece siber dünyayla sınırlı kalmadığını ve offline gündelik hayata taşan etkileri beraberinde getirdiğini, bireylerin inanç ortaklığına dayalı kolektif kimlikleri inşa etmelerini hızlandırdığını göstermektedir.

Öte yandan yaptığımız son araştırmadan online Alevi toplulukların inşasındaki asıl radikal değişimin bireysel etkileşime dayalı topluluklarda meydana geldiği, bu değişimin ise kültürel kimliklerin yerini sahnelenmiş kimliklerin aldığı bir yapılanmayı yarattığı anlaşılmaktadır. O günlerde sayısız örneği olan Türkiye ya da Avrupa merkezli forum sitelerinin günümüzde yok denecek kadar az sayıda kaldığını görülmüştür. Hiyerarşik örgütlenme biçimi ve makro yapılar tarafından oluşturulmuş meta anlatılara dayalı dünya görüşü dikkate alındığında, forumlar örneğindeki bu sanal ortamların offline hayattaki makro yapılar gibi, internet teknolojilerinin giderek bireycileşen yapısı karşısında hantal kaldığı ve cazibesini yitirdiği anlaşılmaktadır. Nitekim bu çalışmanın örneklemini oluşturan iki forum sitesinin de günümüzde kapalı olduğu görülmüştür. Genç Alevilerin yaklaşık olarak en son 2016, Alevi

Forum'un ise 2014'de aktif olduğu anlaşılmıştır.<sup>10</sup> Yapılan araştırmalar, bu iki forum sitesinin kapandığını, üyelerinin Facebook ve Twitter gibi daha bireyci, görsel, sesli ve karşılıklı etkileşime imkân tanıyan çok sesli internet ortamlarına taşındıklarını göstermiştir. Sürecin bununla da sınırlı kalmadığı, birey odaklı bilişsel inşanın daha da derinleşerek devam ettiği görülmüştür. Bireylerin Instagram ya da Youtube gibi sanal ortamlara taşınarak sahneleme ve beğenmeye dayalı yeni bir etkileşim bağlamında bir araya geldikleri, kendi yaşam tarzlarını kamusalallaştırmak suretiyle benzer yaşamı sürdüren bireylerden müteşekkil etkileşim örüntülerini ve kolektif kimlikleri yarattıkları anlaşılmaktadır. Bireylerin, sosyal medyanın açtığı alanı kimliklerini kamusalallaştıracakları bir sahneye dönüştürdükleri, bireyleri ekleyerek kendi sosyal ve sanal etkileşim örüntülerini bir araya getirdikleri ve kendi sanal topluluklarını yarattıkları da görülmüştür. Sanal kurumsal yapılar ise neoliberalizmin yarattığı baskı nedeniyle bireyleri dikkate almayan örgütlenmelerini esnetmiş ve daha katılımcı bir yapıya doğru evrilmiş görünmektedir.

Bu veriler, sanal toplulukların yok olduğunu ya da gerçek olmadığını değil, tüm dünyayı mikro etkileşim örüntülerine ayıran neoliberal küçülme ve esnemeye paralel yeni ve daha bireyci bir yapılanmadan geçtiklerini, bireylerin meta anlatıların kendilerine biçtiği rolü oynamak yerine kendi yazdıkları senaryoları oynamaya ve kendi topluluklarını kurmaya yöneldiklerini göstermektedir.

### Sonuç

Modernitenin etkisi altına giren diğer topluluklar gibi, 19. yüzyıldan itibaren makro yapıların kurduğu modernleşme modellerine göre ritüelden inanca doğru seyreden simgesel bir inşadan geçen Alevi toplulukları iki binli yıllardan itibaren toplulukların geçirdiği sembolik yapılanmanın bir diğer aşamasına geçmiş ve sanal ortamda da inşa olmaya başlamışlardır. Sanal ortam, makro yapıları küçültse ve meta anlatılarını parçalasa da yarattıkları modellerin bireylere daha hızlı ve etkin bir biçimde ulaşmasını sağlamış, yerel ve geleneksel bağlamından sökülmüş, biz tasavvuruna dayalı, bilişsel ve modern bir topluluğun gündelik hayatta nesnelleşmesine aracılık etmiştir. Bundan daha etkili olmak üzere, bireylere kendi dünya görüşlerini ve kendi kimlik tasarımlarını paylaşma, topluluğun inşası sürecine doğrudan müdahil olma olanağını tanımıştır. Meta anlatılardan bireysel senaryolara doğru seyreden, bireyi makro yapılar karşısında güçlü bir fail haline getiren bu simgesel inşa, bireylerin, iki binlerin ilk on yılında meta anlatıların da yönlendirici olduğu kolektif kültürel kimliklerden mürekkep online toplulukları, son on yılda ise yaşam tarzlarını ve dünya görüşlerini paylaşmak suretiyle kurdukları bireysel etkileşim örüntülerinden hareketle kendi online topluluklarını ve sahnelenmiş kimliklerini üretmelerinde tecessüm etmiştir.

### Son Notlar

<sup>1</sup> <http://www.alevifederasyonu.org.tr/> (Son Erişim: 25.04.2019)

<sup>2</sup> <https://alevi.com/> (Son Erişim: 01.05.2019)

<sup>3</sup> <http://www.gencaleviler.com/forum/> (Son Erişim: 20.03.2013).

<sup>4</sup> <http://www.aleviforum.com/forum.php> (Son Erişim: 12.03.2013)

<sup>5</sup> <http://www.alevitishe-bestattungen.de/tr/> (Son Erişim: 01.05.2019)

<sup>6</sup> <http://www.aabf-inanc-kurumu.com/tag/almanya-alevi-birlikleri-federasyonu/> (Son Erişim: 01.05.2019)

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/alevifederasyon/> (Son Erişim: 23.04.2019)

<https://twitter.com/abfkurumsal> (Son Erişim: 01.05.2019)

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/Alevitishe.Gemeinde.Deutschland/> (Son Erişim: 01.05.2019)

<https://www.facebook.com/AvrupaAleviGenclerBirligi/> (Son Erişim: 01.05.2019)

[https://twitter.com/huseyinmat\\_?lang=en](https://twitter.com/huseyinmat_?lang=en) (Son Erişim: 01.05.2019)

<sup>9</sup> <http://web.archive.org/web/20160413035545/http://www.gencaleviler.com/forum> (Son Erişim: 01.05.2019)

<http://web.archive.org/web/20131210135622/http://www.aleviforum.com/> (Son Erişim: 01.05.2019)



## Kaynakça

- Anderson, B. (1991). *Imagined communities Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Anthony, G. (2012). *Modernliğin sonuçları*. Çev. Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve müphemlik*, İ. Türkmen (Çev.), İstanbul: Ayrıntı.
- Çaha, Ö. (2004). The Role of the media in the revival of Alevi identity in Turkey. *Social Identities* 10(3): 325-338.
- Çamuroğlu, R. (1998). Alevi revivalism in Turkey. Tord Olsson, Elisabeth Özdalga, Catharina Raudvere (eds.). *Alevi identity cultural, religious And social perspectives*. İstanbul: Swedish Research Institute.
- Castells, M. (2000). Toward a sociology of the network society. *Contemporary Sociology* 29(5): 693-699.
- Delanty, G. (2003). *Community*. London: Routledge.
- Erman, T. ve Göker, E. (2000). Alevi politics in contemporary Turkey. *Middle Eastern Studies* 36(4): 99-118.
- Karolewski, J. (2008). What is heterodox about Alevism? The development of anti-Alevi discrimination and resentment. *Die Welt des Islams* 48: 434-456.
- Kieser, H. L. (2001). Muslim heterodoxy and protestant utopia. The interactions between Alevis and Missionaries in Ottoman Anatolia. *Die Welt des Islams* 41(1): 89-111.
- Kieser, H. L. (2002). Mission as factor of change in Turkey (nineteenth to first half of twentieth century). *Islam and Christian-Muslim Relations* 13(4): 391-410
- Mellor, P. A. (2004). Religion, culture and society in the 'Information Age'. *Sociology of Religion* 65(4): 357-371.
- Olsson, T. (1998). Epilogue: The scripturalization of Ali-oriented Religions. Tord Olsson, Elisabeth Özdalga, Catharina Raudvere (eds.). *Alevi identity cultural, religious and social perspectives*. İstanbul: Swedish Research Institute.
- Şahin, İ. (2013). *Online Alevi topluluklar ritüel desenli bir gruptan mit desenli bir inanç topluluğuna*, Konya: Çizgi Yayınevi.
- Şahin, İ. (2016). Yol bir, sürekin binbir modernleşme, kimlik ve topluluk: Alevilik örneği, A. Özbolat, M. Macit (eds.), *Kimlik ve Din*, Adana: Karahan, ss.127-165.
- Şahin, İ. (2018). Topluluk ve aidiyeti modernleştiren rasyonel bir yapı, İ. Şahin, (ed.), *Uzunyayla Çerkesleri Topluluk, Aidiyet ve Kimlik*, Konya: Çizgi, s. 301-352.
- Şahin, İ. (2019). *Hayat bir oyundur, sosyal acı, teodise, sosyodise ve ritüel*, Konya: Çizgi.
- Sander, T. H. ve Putnam, R. D. (2010). Still bowling alone? The post-9/11 split. *Journal of Democracy* 21(1): 9-16.
- Tenbruck, F. H. (1980). The problem of thematic unity in the works of Max Weber, *The British Journal of Sociology*, 31(3): 316-351.
- Tönnies, F. (2001). *Community and civil society*, J. Harris (ed.), J. Harris; M. Hollis (çev.), Cambridge: Cambridge University Press.
- Turner, Bryan S. (1986). *Equality*, New York: Tavistock Publications and Ellis Horwood Limited.

- Turner, V. (1974). *Dramas, fields, and metaphors symbolic action in human society*, New York: Cornell University Press.
- Turner, V. (1982). *From ritual to theatre*, New York: Paj Publications.
- Turner, V. (1995). *The ritual process, structure and anti-structure*, New York: Aldine De Gruyter;
- Van Bruinessen, M. (1996). Kurds, Turks and the Alevi revival in Turkey, *Middle East Report* 200: 7-10.
- Weber, M. (1998). *Sosyoloji yazıları*, H. H. Gerth-C. Wrights Mills (eds.), Taha Parla (çev.), İstanbul: İletişim.
- Weber, M. (2010). *Şehir modern kentin oluşumu*, Don Martindale & Gertrud Neuwirth (eds.), Çev. Musa Ceylan, İstanbul: Yarın.
- Weber, M. (2012). *Din sosyolojisi*, Ephraim Fischhoff (ed.), Latif Boyacı (çev.), İstanbul: Yarın.
- Wellman, B. (2002). Little boxes, glocalization, and networked individualism. Makoto Tanabe, Peter van den Besselaar, Toru Ishida (eds.). *Digital Cities II, Computational and Sociological Approaches*. Berlin: Springer.
- Williams, J. P. (2009). Community, frame of reference and boundary: Three sociological concepts and their relevance for virtual worlds research. *Qualitative Sociology Review*, 5(2): 3-16.
- <http://web.archive.org/web/20131210135622/http://www.aleviforum.com/>(Erişim: 01.05.2019)
- <http://web.archive.org/web/20160413035545/http://www.gencaleviler.com/forum> (Erişim: 01.05.2019)
- <http://www.aabf-inanc-kurumu.com/tag/almanya-alevi-birlikleri-federasyonu/> (Erişim: 01.05.2019)
- <http://www.alevifederasyonu.org.tr/> (Erişim: 25.04.2019)
- <http://www.aleviforum.com/forum.php> (Erişim: 12.03.2013)
- <http://www.alevitsche-bestattungen.de/tr/> (Erişim: 01.05.2019)
- <http://www.gencaleviler.com/forum/>(Son Erişim: 20.03.2013).
- <https://alevi.com/TR/> (Erişim: 01.05.2019)
- <https://twitter.com/abfKurumsal> (Erişim: 01.05.2019)
- [https://twitter.com/huseyinmat\\_?lang=en](https://twitter.com/huseyinmat_?lang=en)(Erişim: 01.05.2019)
- <https://www.facebook.com/alevifederasyon/> (Erişim: 23.04.2019)
- <https://www.facebook.com/Alevitische.Gemeinde.Deutschland/>(Erişim:01.05.2019).
- <https://www.facebook.com/AvrupaAleviGenclerBirligi/>(Erişim: 01.05.2019).

# MEDIAD

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

## A Symbolic Reconstruction from the Ritual to the Belief: Virtual Alevi Communities

İlkay Şahin

### Extended Abstract

This article aims to deal with the symbolic reconstruction of the communities in the modern era in the case of virtual Alevi communities. It claims that modernity is symbolically restructuring in the context of an abstraction process that moves from ritual to faith rather than destroying communities, and that virtual communities are cognitive structures of this symbolic construction process. In addition, it is believed that the symbolic construction processes of the communities continue without slowing down. The emergence of more flexible and individualistic new types of virtual communities is seen as an indicator of this situation. It considers this symbolic construction of the community as a result of reflexivity which can reflect on the modern structure's own structure and organization, and to correct and renew itself. Until the first half of the twentieth century, modern ideology replaced the traditional societies and belonging and, replaced them with a rational society structure and identities. Accordingly, in the second half of the 20th century, ethnic, religious, class and cultural modern communities were objectified in everyday life. However, modern ideology has entered into a reflexive regeneration that emerged in the last quarter of the 20th century due to the social, cultural and economic crises it created. In this context, when the global bottleneck of capitalism was added to the effects of the Second World War, which shook the trust of modernity, modern ideology initiated a neoliberal renewal that would stretch through the cumbersome and rigid, therefore inefficient macro structures and meta-narratives that would not be able to establish a global world order. In parallel with the gradual dissolution of meta-narratives and macro structures, the economic, political, social and cultural structure has undergone a neoliberal restructuring.

Capitalism adopted the post-fordist flexible production model and replaced the social structure based on the relations of production with a structure based on consumer culture. After the collapse of the bipolar world in the nineties, a global new political order began to be constructed, where the borders and areas of power were shrinking and flowing. Virtual interaction and communities were revealed in the immediate aftermath of this neoliberal structure of modern ideology. In this respect, the modern ideology has begun to re-construct itself in a reflexive way by transforming the ideas of community and identity. The community and identity have entered a new phase of the symbolic construction process that was initiated in the 19th century to remove the tradition of modern ideology and embed itself in it. This symbolic construction, which stretches from the meta narratives towards individual scenarios and makes the individual a strong perpetrator in the face of

macro structures, has been manifested in the collective cultural identities that individuals have established under the guidance of meta-narratives and in ink communities in the first decade of two thousand. In the last decade, it has been conceived in staged identities and communities of individuals who want to publicize their identities by showing lifestyles and world views. Individuals create their own virtual communities where they can play individual scenarios and perform their identities by adding primary interaction patterns such as family, friends and relatives and secondary interaction patterns (network) such as opponent, famous, politician, colleague or boss to the medium of social media, which creates an ordinary and everyday interaction with face-to-face interaction.

This study intends to put forward its claim that communities have undergone a symbolic reconstruction that has led to an increasingly flexible and individualistic structure in the case of online Alevi communities. For this purpose, two separate researches were carried out at different times for the same sample consisting of the ABF (Alevi Bektashi Federation), AABF (Federation of Alevi Unions of Germany), Genç Aleviler Forum and the Alevi Forum. The first research was carried out in September 2012- April 2013 by cyber ethnography. The second one was conducted in April 2019 with indirect observation technique. The data of both studies were compared and interpreted in order to understand how a transformation has occurred in the structure of virtual communities and in what direction the symbolic building process is proceeding.

At the end of the research, it was seen that individuals transformed the field opened by social media into a scene where they would publicize their identities, add individuals and bring together their own social and virtual interaction patterns and create their own virtual communities. Macro-structures seem to have evolved into a more participatory structure, stretching their organizations that do not take into account individuals due to the pressure created by neoliberalism. In our last research, the data we have reached, it shows that virtual communities have undergone a new and more individualistic structure parallel to neoliberal contraction and stretching, which divides the whole world into micro-interaction patterns, instead of playing the role that meta-narratives assign to themselves, virtual communities tend to play the scenarios they write and establish their own communities rather than that they have disappeared or are not real. Evidently, like the other societies under the influence of modernity, according to the modernization models established by the macro structures from the 19th century onwards, the Alevi communities which underwent a modern and symbolic construction process from the ritual to the faith, have passed to another stage of the symbolic structure of modern societies since the millennium and they have begun to be built in the virtual environment. While the virtual environment minimizes macro structures and breaks down the meta-narratives, it has ensured that the models they create can reach individuals more quickly and efficiently, and has been removed from the local and traditional context, and has mediated the objectification of a cognitive and modern community based on our imagination in everyday life. To be more effective, it allowed individuals to share their own world views and their own identity designs and to be directly involved in the process of building the community. This symbolic reconstruction, which stretches from the meta narratives towards individual scenarios and makes the individual a strong perpetrator in the face of macro structures, in the first decade of these two, have created ink online communities from collective cultural identities, in which meta-narratives are also guided and in the last decade, has shaped the way in which they produce their own online communities and staged identities based on the patterns of individual interaction they have established through sharing lifestyles and worldviews.

# MEDIAD

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

ARAşTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Haziran 2019, 2(1), 29-51

Geliş: 17.06.2019 | Kabul: 25.06.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Din Eğitimi Ekseninde Türkiye’de Medya ve Din Araştırmaları

Ayşe Zişan FURAT\*



### z

Kitle iletişim araçları, ya da daha yaygın kullanımlarıyla medya ile din alanı arasındaki ilişki, 2000’li yıllardan itibaren Türk akademisinin temel araştırma konularından bir tanesi haline gelmiştir. Dinî amaçlarla medyanın kullanımı, medyanın formal dinî ortamlar dışında alternatif bir eğitimi alanı oluşturmasına yönelik tartişmalar, pek çok diğer başlığın yanı sıra, kısa süre içerisinde din eğitimi alanında yansımaları bulmuştur. Bununla beraber, bu tartişmaların ele alındığı çalışmaların temel araştırma kaygıları veya araştırmacılarının akademik yönelimlerine ilişkin henüz sistematik bir çalışma yapılmamış bulunmaktadır. Medya ve din ilişkisine dair çalışmalardaki temel araştırma eğilimlerini incelemeyi hedefleyen bu alışma, Türk din eğitimi literatüründe konunun ele alındığı çalışmalardaki temel araştırma soru(n)ları nelerdir?, sorusuna yanıt bulmayı amaçlamaktadır. Bu noktadan hareketle yapılan analiz doğrultusunda ise medya algısı, medyanın etkisi ve medyanın kullanımı şeklinde tespit ettiği soru(n) alanlarını, üç ana başlıkta detaylı bir şekilde tartişmaktadır. Literatürde ilgili çalışmaların detaylarına dair kapsamlı bir ereve sunarak, ilerleyen yıllarda yapılacak din eğitimi araştırmalarında değerlendirilebilmesi gereken araştırma konularını ortaya koymayı mit etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Din Eğitimi, Medya, Din, Medya ve Din Araştırmaları

## Media and Religion Studies in Religious Education Literature in Turkey

### Abstract

Mass media and its relation with the religious domain have become one of the key topics in Turkish academia since the dawn of the new millennium. Sooner than later, scholar discussions related to the use of media for religious purposes as well as to the creation of a new media-centered pedagogical environment outside the formal settings gained a significant momentum in the field of religious education. Nevertheless, despite this strong current neither have the main research concerns nor the researchers’ main academic tendencies in these works been systematically researched yet. Accordingly, this paper aims to explore the main research trends in media and religion studies and to pursue answers to the following inquiry: Which research questions are prioritized in Turkish religious education literature? Thereupon, it suggests a generic framework for exploring the specifics in the relevant literature. The paper is divided into three main chapters in accordance with the most common research questions in the academic works, i.e. the ones about users’ perception of media, media effects and media use. Thus, the author aspires to introduce and promote some novel ideas for future religious education research.

**Keywords:** Religious Education, Media, Religion, Media and Religion Studies

**ATIF:** Furat, A. Z. (2019). Din eğitimi ekseninde Türkiye’de medya ve din araştırmaları. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD)*, 2(1), s. 29-51.

## Giriş

Din eğitiminin temel ilgi alanları arasında bulunan din alanındaki öğrenmelerin hangi şekillerde sürdürüldüğü/sürdürülebileceği sorusunu, teknolojik gelişmeler göz ardı ederek açıklayabilmek mümkün değildir. Bilgi dolaşımının etkin bir şekilde gerçekleşmesini sağlayan her teknolojik yenilik, bunlar arasında da bu çalışmanın odak noktasını oluşturan kitle iletişim araçları, diğer bir ifadeyle medya<sup>2</sup>, yaygınlık kazandıkları dönemi tanımlamada atıfta bulunulan temel belirleyiciler arasında sayılmıştır (Krş. Ong, 2010; McLuhan, 2007). Bu durum da, eğitim, dolayısıyla da din eğitimi alanında, en az iki kayda değer tartışma konusunun ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Bunlardan ilki, belki de en yaygın olarak tartışılanı, kitle iletişim araçlarının, okul ortamı dışında gerçekleşen öğrenmeler için cazip bir alternatif oluşturmasıdır. Geleneksel anlamda bireyin yaşantısı içerisinde amaçlı ve planlı olmadan kendiliğinden gerçekleşen öğrenmeler ile açıklanan informal eğitim (Öncül, 2000, ss. 1180-1181; Furat, 2008, ss. 32-38), günümüzde kitle iletişim araçlarının yaygın bir şekilde kullanımının da etkisiyle, bir anlam genişlemesine maruz kalmıştır. Nitekim bu araçlar aracılığıyla mesaj üretim sürecinin belirli kişi/gruplar tarafından yönlendiriliyor olması dahi, söz konusu eğitimin amaçlı ve planlı olmadığı görüşünün sorgulanmasını gerektiği anlamına gelmektedir. Bireylerin yeni medya aracılığıyla mesaj üretim sürecinde edindikleri aktif rol ise eğitim sürecindeki unsurların yeniden tanımlanması gerektiği anlamına gelmektedir (Krş. Furat, 2015).

İkinci önemli tartışma konusu ise, kitle iletişim araçlarının eğitim sürecinde bir araç olarak kullanılabilirliğidir (Krş. Furat, 2011). Kitle iletişim araçlarının tarihi gelişimi göz önüne alındığında sadece yaşadığımız yüzyıla has olmadığı anlaşılacak olan bu tartışma konusu, kendisini matbaa teknolojisi ile kitabın yaygınlaşmasında açık bir şekilde göstermiştir. 18. yüzyılın sonlarından itibaren devletleşen okul kurumunun etkinliğini sağlamasında, temel öğretim materyali haline gelen kitabın önemli rolü bulunmaktadır. Takip eden yüzyıllarda ise önce işitsel ardından ise görsel iletişime olanak sağlayacak kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, öğretim süreçlerine yeni materyalleri tanıtmış; günümüzde dijital teknolojilerin sunduğu yeni imkanlar ise öğretim materyallerine yeni bir boyut kazandırmıştır. Nitekim, Öğrencilerin öğrenme süreçlerini destekleyici görsel ve işitsel materyaller, günümüzde eğitim ve öğretim sürecinin ayrılmaz bir parçası haline gelirken yeni medya, öğrencilerin öğrenim sürecine interaktif bir şekilde katılabilmelerine olanak tanımaktadır. Bu noktada hatırlatılması gereken önemli bir husus, eğitim araçlarının ve materyallerinin dönüşümünün öğrencilerin düşünüş ve algılayış biçimlerinin de dönüşümü anlamına geldiğidir. Her ne kadar günümüzde söz konusu dönüşümün hangi şekilde gerçekleştiğine dair henüz somut veriler elimizde bulunmuyorsa da kitle iletişim araçlarının bireysel ve sosyal hayatta edindikleri merkezî konumun bu araçların eğitimde kullanımını kaçınılmaz hale getirdiği de anlaşılmaktadır.

Zikredilen her iki konu, halihazırda çok boyutlu bir yapı haline dönüşen din eğitimine yeni bir tartışma / sorgulama alanının eklendiğinin sinyallerini vermektedir. Çok kültürlülüğün toplumsal hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi, din eğitiminin temel hedeflerinin dinî anlamdaki inanç gelişiminden bireysel ve toplumsal refahı sağlamaya yönelmesi, din eğitiminin öğretmen odaklı yöntemlerinin yerini öğrencilerin aktif katılımının esas olduğu etkileşimli yöntemlerin alması vb. pek çok husus, din eğitiminin geleneksel yapısını, paradigma dönüşümü sayılabilecek bir sürecin içerisinde yerleştirmiştir. (M. Ş. Aydın, 2011; Köylü, 2012, 2018) Ülkemizde özellikle 2000’li yılların başından itibaren din/î bilimler alanında çalışan araştırmacıların akademik ilgisini çekmeye başlayan kitle iletişim araçları, kısa süre içerisinde din eğitimcilerinin de gündeminde yer edinmeye başlamıştır.

Din eğitimi alanı ile ilgili çalışma yapan araştırmacılar, ilk dönemlerde kitle iletişim araçlarının kazandığı yaygınlık konusunda tedbir almak ve bu araçları etkin bir

şekilde kullanma arasında şekillenen çalışmalar üzerine yoğunlaşırken (Yorulmaz, 2018, ss. 449-450), günümüzde bu araçlar aracılığıyla gerçekleşen eğitimin dini algılama biçimlerini ne tip bir dönüşüme uğrattığını sorgulamaya yönelmeye başlamışlardır. Bu durumun en çarpıcı örneklerinden bir tanesi, çalışmamızda da yeri geldiğinde detaylı bir şekilde ele alınacak olan internet teknolojisidir. Görüleceği üzere olumlu ve olumsuz yönleriyle daimî bir tartışma konusu olan internet, günümüzde bir taraftan eğitimin etkin olarak sürdürülmesinde zorunlu araçlar arasında sayılırken, diğer taraftan bu kullanım aracılığıyla gerçekleşen din eğitiminin dijital dindarlık şeklinde tanımlanabilecek yeni tip bir din anlayışı oluşturması nedeniyle eleştirilmektedir (Örn. Akgül, 2008; Haberli, 2014).

Din eğitimi ile ilişkili tartışmalardaki fikrî çeşitliliği göstermek adına ilgi çekici örneklerden bir tanesi olan bu tekil örnek, çalışmanın temel araştırma konusunu oluşturan kitle iletişim araçlarının ilgili literatürde hangi şekillerde ele alındığının ve akademik araştırmalarda nasıl bir yönelim dönüşümünün bulunduğu tespitinin önemine de işaret etmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmamız, ülkemiz din eğitimi literatüründe medya ve din ilişkisine yönelik yapılan çalışmalarda hangi araştırma soruları üzerinden konunun ele alındığını ortaya koymayı hedeflemektedir. Böylelikle gelecekte form değişirseler de önemlerini yitirmeyecekleri anlaşılabilir kitle iletişim araçlarına yönelik henüz yeterince tartışılmamış alanların tespit edilerek konuya ilgi duyan araştırmacılara yol gösterici mütevazî bir girişimde bulunulması hedeflenmektedir. Konunun bir makale kapsamında ele alınması ise birtakım zorunluluk ve sınırlıkların gündeme gelmesini kaçınılmaz kılmaktadır.

Din eğitimi alanının mahiyeti itibarıyla din/î bilimler alanındaki pek çok disiplin ile ortak araştırma sorularını paylaşması, söz konusu sınırlık alanlarından birincisini ve belki de en önemlisini oluşturmaktadır. Dini simgelerin kullanımı, dindarlık, dini sosyalleşme vb. din eğitiminin içeriği ve işlevleriyle yakından ilişkili konuların, pek çok disiplin tarafından ele alınması akademik bir çeşitlilik üretmektedir. Bu nedenden ötürü çalışmada din eğitimi literatürü kavramının geniş kapsamlı tanımı benimsenmiştir. Diğer bir ifadeyle, medya ve din ilişkisini din eğitimi bağlamında ele alan tüm çalışmalar, yazarlarının din eğitimcisi olmasına bakılmaksızın, kapsam dahilinde sayılmıştır. Çalışmanın konu ve kapsam tutarlığının sağlanabilmesi adına ise din eğitimi ve unsurları ile ilgili değerlendirmeleri ön plana çıkaran akademik metinler birincil önemde tartışılırken; diğer disiplinlerde yapılmış benzer çalışmalara önemlerine binaen gerek duyulduğunda atıfta bulunmakla yetinilmiştir. Bu kriter doğrultusunda literatürde yapılan araştırma neticesinde 49 adet konuyla doğrudan ilişkili akademik çalışmaya ulaşılmıştır.<sup>3</sup>

**Tablo 1.** Tespit Edilen Çalışmaların Türlerine Göre Dağılımı

Çalışma Türü	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yüksek Lisans Tezi	11	22,45	22,45
Doktora Tezi	4	8,16	30,61
Kitap	2	4,08	34,69
Kitap Bölümü	10	20,41	55,10
Makale	10	20,41	75,51
Bildiri	12	24,49	100,00
<b>TOPLAM</b>	<b>49</b>	<b>100,00</b>	

Sunulan Tablo 1,<sup>4</sup> medya ve din ilişkisine yönelik yapılan ve içerisinde ağırlıklı olarak din eğitimi konularına yer verilen çalışmaların türlerine göre dağılımını göstermektedir. Konuya ilişkin ilk yayının tespit edildiği 1989 yılından itibaren farklı sıklıklarla yayın konusu haline gelen konuya yönelik araştırmaların kitap, lisans üstü tezi, kitap bölümü, makale ve bildiri vb. farklı akademik türlerde yapıldığı anlaşıl-

maktadır. Tablonun ortaya koyduğu ilginç hususlardan bir tanesi, yapılan çalışmaların yaklaşık üçte birlik bölümünün lisans üstü seviyedeki tezlerden; bunların da yaklaşık dörtte üçlük bölümünün yüksek lisans tezlerinden oluşmasıdır. Bu durumu açıklayabilmek için; araştırmacıların akademik kariyerlerinin başlangıcında profesyonel bir biçimde konuya yaklaşma isteğinde olmaları, konunun güncel gelişmelerle yakından ilişkili olması nedeniyle genç jenerasyon akademisyenlerin ilgisini çekmesi vb. pek çok neden öne sürülebilirse de, elimizde bulunan bilgilerle bu duruma net bir açıklama yapmak mümkün görünmemektedir. İlerleyen yıllarda araştırmacıların konuya yönelik akademik ilgilerinin tespitini sağlayacak çalışmaların yapılması ile ancak konuya ilişkin bir detaylı açıklama bulmak mümkün olacaktır.

Araştırma sürecinde tespit edilen diğer bir husus, yapılan çalışmanın metodolojisini belirlemede etken olan temel faktörler arasında bulunması nedeniyle özellikle zikredilmelidir. Konu seçimi, basım yılı, metodoloji ve veri toplama/analiz yöntemi kriter olarak alınarak tespit edilen çalışmalar üzerine yapılan kategorik tasnif, literatürün kısa süre içerisinde çok çeşitlilik gösteren bir yapı haline dönüştüğünü göstermektedir. Bununla beraber; yapılan araştırma esnasında metinlerin kendilerini tanımlama biçimleri ile içerikleri arasında birtakım farklılıkların bulunduğu tespit edilmiş, konunun popülerliği nedeniyle çalışmaların hangilerinin “akademik” çerçevede değerlendirileceğine yönelik cevabın göreceli olacağı düşüncesi ve araştırma kapsamında ulaşılabilen çalışmaların literatürü tam anlamıyla yansıtmayabileceğine yönelik kaygı, araştırmacıyı çalışmasının metodolojisinin seçimi açısından önemli bir dilemma ile karşı karşıya bırakmıştır.<sup>5</sup>

Buna göre; çalışmaları nicel analize tabi tutarak değerlendirmek, elde edilen veriyi farklı değişkenler bağlamında tanımlama imkânı sunuyorsa da, bu çalışmanın maksadını aşarak, eldeki sınırlı veri üzerinden genellemeye ulaşma iddiası taşıma riskine sahiptir. Ayrıca, tespit edilen çalışmaların çok çeşitli yapısı, metinlerin meta-analiz aracılığıyla değerlendirilmesine de imkân tanımamaktadır.<sup>6</sup> Bu nedenden ötürü, çalışmanın asıl amacının literatürde konunun hangi şekillerde ele alındığını tespit etmek olduğu da göz önünde tutularak, konuyu genellemelerden uzak detaylı bir şekilde ele almaya imkan sağlaması nedeniyle nitel araştırma deseni tercih edilmiştir. Yapılan çalışmanın maksadının salt bir literatür ve doküman analizinin ötesine geçmesi nedeniyle de araştırmacıların yönelimlerini en etkili bir şekilde yansıtabileceği düşüncesiyle çalışmaların kendi ifade ettikleri–mevcut olmadığı takdirde araştırmacı tarafından tespit edildiği– biçimiyle araştırma soru(n)larının analiz birimi olarak esas alınmasına karar verilmiştir. Bu doğrultuda inceleme yapıldığında tespit edilen çalışmaların, içerik ve kapsamı açısından değerlendirildiğinde, özetle medya algısı, medyanın etkisi ve medyanın işlevselliği başlıkları altında toplanabilecek üç temel soru(n) alanının ön plana çıktığı görülmüştür. Çalışmanın üç temel bölümünü oluşturan bu başlıklara yönelik değerlendirme sunulduktan sonra, sonuç bölümünde mevcut literatürdeki eksiklikler tartışılmıştır.

### 1. Medya Algısı: Medyayı Din Eğitimi Açısından Nasıl Algılıyorz/ Kullanıyoruz?

Ülkemizde medyanın araştırmacıların yoğun ilgisini çekmeye başladığı 2000’li yılların başından itibaren tartışılan temel soru(n) alanları arasında yer alan medya algısı; kullanıcıların kitle iletişim araçlarına yönelik tutumlarını, üstlendikleri işlevlere ilişkin görüşlerini ve medyayı kullanma nedenleri vb. çok sayıda hususu içermektedir. Bu şekilde çok yönlü ve geniş kapsamlı bir konuyu ele alabilmek amacıyla araştırmacılar, kullanıcıların medyaya ve medyada dinin ele alınışına ilişkin görüşlerini tespit edebilecekleri saha araştırmalarına yönelmişlerdir. Bu araştırmalar çerçevesinde özellikle kullanıcıların profillerinin ve medyayı kullanım biçimlerinin detaylı analizini sunmuşlardır. Eğitimin hedefleri ve sürdürülüş biçimiyle doğrudan ilişkili bu iki soru, aşağıda görüleceği üzere, din eğitimi alanı ile ilişkili yapılan çalışmaların da odağını oluşturmuştur.



Ortak noktaları, araştırma sorularının doğrudan kullanıcılardan toplanacak veri aracılığıyla yanıtlanabilmesi nedeniyle, saha araştırması olan bu çalışmalar, inceleme konusu olarak ele aldıkları araç ve örneklem itibariyle geniş bir yelpazeyi içermektedir. Literatür açısından bir çeşitlilik olarak nitelendirilebilecek bu durum, araştırma neticesinde elde edilen bulguların zaman içerisinde gösterdikleri değişimin takibi açısından ise bir dezavantaj oluşturmaktadır. Bu bölümde incelenen çalışmaların da temel kaygısının ele aldıkları grupların kanaatlerini yansıtma olmasından ötürü, çalışmaların örneklemleri esas alınarak değerlendirme yapılmasına gayret gösterilmiştir.

Konuya yönelik ilk dönemli çalışmalara bakıldığında özellikle çocukların medya algısının din eğitimi araştırmacılarının ilgisinin odak noktasında olduğu anlaşılmaktadır. Din eğitimi açısından en hassas gruplar arasında sayılan çocukların, etkileri pek çok faktöre bağlı olarak değerifkenlik gösteren medya araçlarını kontrolsüz bir şekilde kullanmaları neticesinde karşılaşacakları sonuçlara yönelik endişe, bu çalışmaların ortak noktasını oluşturmaktadır. Söz konusu endişenin sınırlarını belirleyebilmek ise genel olarak medyaya gerekse müstakil kitle iletişim araçlarına ve bu araçlarda yer alan yayınlara ilişkin görüşleri tespit etmekle mümkün olacaktır.

Bu alışmalar arasında Orhan'ın (1997) "Televizyonda Yayınlanan şiddet, Cinsel ve Dini İçerikli Filmlerin ve izgi Filmlerin ocukların Dini Duyguları zerine Etkisi" isimli yüksek lisans tezi tespit edilebilen en erken dönemli olanıdır. "8-12 yaş grubu çocukların televizyonda yayınlanan şiddet ve cinsel içerikli yayınları, dini temalı yayınları ve çizgi filmleri izlemeleri izleme oranları ile dini duyguları arasında nasıl bir ilişki vardır?" sorusundan hareketle konuya yaklaşan araştırmacının, her ne kadar çalışmasının başlığında etki ifadesini kullanıyorsa da, içerik itibariyle çocukların dinî programları seyretme durumu, söz konusu yayınları izleme nedenleri ve televizyonu bir din ğretimi aracı olarak değerlendirmeye yönelik görüşleri üzerinde durduğu anlaşılmaktadır. Araştırması erevesinde Konya ilindeki ilköğretim okullarında okuyan çocuklar (n=300) zerine uyguladığı anket çalışmasının sonuçlarını paylaşan yazar, çocukların %31,9'luk bölümünün dinî programları izlemediğini; %27'sinin televizyonun dini ğretebileceğine inandığını, %42,3'nn ise bazen bu fikirde olduğunu, geri kalan %30'luk bölümün ise televizyonun dini ğretebileceğine inanmadığını tespit etmiştir (Orhan, 1997, ss. 55, 58). Çocukların televizyona yönelik yaklaşımlarını tespit edebilmek açısından ilk girişimlerden sayılabilecek bu çalışmanın ardından Aksu'nun (2004) doktora çalışması konuya daha detaylı bir perspektif kazandırmıştır.

Yazarın kendi ifadesiyle (Aksu, 2004, s. 6) "aile odaklı ocuk merkezli bir anlayışı esas alarak televizyon-ocuk ilişkisini din eğitimi bilimi açısından incelemek" amacıyla hazırladığı tezi, çocukların televizyonda yayınlanan dinî programlar ve içeriklerine ilişkin görüşlerinin tespitine yöneliktir. Çalışmanın ilgi çekici noktalarından bir tanesi, öncesinde alanda sınırlı sayıda yerel kaynak bulunması nedeniyle de olacak, din eğitiminin genelde medya, özelde ise televizyona yaklaşması gerektiği gibi temel soruları detaylı bir şekilde tartışmakla işe koyulmasıdır. Bu nedenle tez, din eğitimcilerinin medyayı neden dikkate alması gerektiği sorusuna yanıt bulmaya çalışan geniş bir teorik altyapıyla başlamaktadır. Çalışmanın asıl verisi ise çocukların televizyon izleme alışkanlıkları ile televizyonda yayınlanan dinî programlar ve içeriklerine ilişkin görüşlerini tespit etmeye yönelik 2003-2004 ğretim yılında Bursa ili ilköğretim okullarında öğrenim gören öğrencilere (n=480) anket uygulamasını içeren bir saha araştırmasına dayanmaktadır. Elde edilen bulgular doğrultusunda ise televizyonun dinî konularda bilgi almak için başvurulan iletişim araçları arasında kitap ve dergilerden sonra ikinci sırada (%26,25) sayıldığı ve çocukların %48,33'ünün dinî bilgiler öğreten programların yayınlanmasını talep ettiği tespit edilmiştir (Aksu, 2004, ss. 104-105).

Çocukların medya kullanımına yönelik algıları üzerine yoğunlaşan diğer bir çalışma ise birkaç sene sonra Altıntaş’ın (2008) hazırladığı yüksek lisans tezidir. Çalışma, ilerleyen yıllarda konuya ilişkin hazırlanacak lisansüstü çalışmalarda metodoloji açısından saha araştırmalarının, kapsam açısından ise daha spesifik konuların, özellikle de yoğun popülerlik ve yaygınlık kazanan yapımların ön plana çıkacağını göstermesi açısından önem arz etmektedir. Sihir ve büyü içerikli filmlerin etkilerine ilişkin görüşlerini inceleyen çalışma; çocukların hangi sihir ve büyü içerikli programları izledikleri, kendilerini özdeşleştirdikleri kahramanlar, programda yapılan sihir ve büyülerden etkilendikleri vb. hususlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Kayseri ili ilköğretim okullarında okuyan öğrenciler (n=162) üzerine gerçekleştirdiği anket aracılığıyla topladığı verinin analizi içeren araştırmanın ilgi çekici bulgularından bir tanesi (Altıntaş, 2008, s. 92), çocukların %55,6’sının programların DKAB dersinden öğrendikleriyle çelişmediğini düşünmeleridir. Ancak soru daha detaylı bir biçimde sorulduğunda %52,5’inin programlardaki canlıların öldükten sonra yeniden hayata döndürülmesi, %45,7’sinin sihir ve büyü yapılmasının, %38,3’ünün ise doğaüstü güçlerin kullanılmasının DKAB dersinde öğrendikleriyle çeliştiğini düşündüğü anlaşılmıştır. İlk bakışta birbiriyle çeliştiği düşünülen bu veriler, çocukların izledikleri yayınlara ilişkin genel fikirleriyle yayınlardaki tekil olaylara yönelik fikirlerinin farklı olabileceği anlamına da gelmektedir. Diğer taraftan, konuya ilişkin yapılan çalışmalar için, özellikle spesifik yapımlar üzerinde duruyorsa, kullanıcılara yönelik daha detaylı bilgi edinebilecekleri metodolojilere yönelmeleri gerektiğine işaret etmesi açısından da önem arz etmektedir.

Televizyon vb. geleneksel medyaya yönelik algıyı tespitiye yönelik çalışmalar ilerleyen yıllarda farklı örneklem grupları üzerine yoğunlaşarak sürdürülmüştür. (Örn. Keyifli, 2015; Sancak, 2018; C. Aydın, 2018). Bu çalışmalar arasında özellikle Keyifli’nin (2015, ss. 172-173) İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sinemayı dinin anlaşılmasına katkı sağlayan bir araç olarak değerlendirdikleri ve dini tebliğ ve irşat faaliyetlerinde sinemadan gerektiği şekilde faydalanılmadığını düşündüklerini tespit ettiği araştırması, geleceğin din eğitimcilerinin sinemaya yönelik algılarını göstermesi açısından zikre değerlidir. Konuya yönelik önceki yıllara ait veri mevcut olsa idi ilgi çekici bir karşılaştırma imkânı sağlayacak bu araştırma bulguları, alanda kesitsel araştırmaların eksikliğine de işaret etmesi açısından önem arz etmektedir.

2010 yılından itibaren ise, internet ve sosyal medyanın ülke genelinde yaygınlaşması ile birlikte, din eğitimi alanında akademik ilgi bu araçlara yönelik algıdan daha pratik boyuta yönelik bir husus olan kullanım alışkanlıklarının tespitine yönelmiş görülmektedir. Örneklem açısından çeşitlilik gösteren bu çalışmalarda, incelenen her grubun kendisine has özellikleri doğrultusunda kullanım alışkanlıkları geliştirdiği tespit edilmiştir (Örn. H. Aydın & Eken, 2014). Bu gruplar arasında bulunan ilahiyat fakültesi öğrencilerine ise literatürde geniş bir alan ayrıldığı görülmektedir.

Bu çalışmalar arasında ilklerden olan Polat ve Eren’in (2013) metninde, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenliği bölümünde okuyan öğrencilerin (n=113) sosyal medyayı kullanma alışkanlıkları üzerinde durulmuştur. Bu başlık altında sosyal ağları kullanım, kullanım nedenlerine ilişkin motivasyon, kullanım biçimini belirleyici değer algıları ve yönelimleri araştırılmıştır. Saha araştırmasından elde ettikleri veri aracılığıyla yaptıkları madde analizinde araştırmacılar, DKAB öğrencilerinin sosyal medyanın işlevleri arasında bilgilendirme ( $\bar{X}$ : 3,98) ve dini ve ahlaki gelişim ( $\bar{X}$ : 3,38) konularını saydıklarını; ancak, sosyal medyayı genellikle boş vakit değerlendirme ve eğlenme amaçlı olarak kullandıklarını; eğitsel amaçlı kullanımların ise amaç sıralamasında daha alt sıralarda olduğunu tespit etmişlerdir (Polat & Eren, 2013, s. 13 ve 18). Cevherli ve Şentepe’nin (2016) aynı konuda yaptığı çalışması, örneklem olarak Sakarya Üniversitesi öğrencilerine (n=248) yoğunlaşmıştır. İkili (Cevherli & Şentepe, 2016, s. 140), öğrencilerin sosyal medya kullanım biçimlerine yönelik

yaptıkları araştırma sonucunda; öğrencilerin sosyal medyayı ilk sırada bilgi ve haber araştırma (%94,4: çoğu zaman, her zaman ve bazen), ikinci sırada sohbet etmek (%85,4: çoğu zaman, her zaman ve bazen) ve üçüncü sırada ise eğitim (%81,9: çoğu zaman, her zaman ve bazen) amaçlı olarak kullandıklarını tespit etmiştir. Üçüncü olarak ise, Korukçu ve arkadaşları (2015), Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin (n=149) sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespitiye yönelik Facebook örneğinden hareketle yaptıkları araştırmanın sonucunda öğrencilerin %61,7'lik bölümünün Facebook'un dini paylaşımlar açısından uygun bir ortam oluşturduğunu ve %72,5'inin Facebook'ta dinî paylaşımların faydalı olacağı düşüncesinde olduklarını; bununla beraber ancak %19'unun genel paylaşımları arasında dini içeriklere yer verdiğini tespit etmişlerdir (Korukçu vd., 2015, ss. 523, 530-531).

Zikredilen çalışmaları esas alarak genelleme yapmaya yönelik bir değerlendirmede bulunmak, kuşkusuz aceleci birtakım sonuçlara ulaşılmasına neden olacaktır. Yine de, çalışmalarda elde edilen veriler, kişilerin sosyal medya araçlarının kullanımının ne şekilde olması gerektiğine ilişkin görüşlerinin onların bu araçları kullanma biçimlerini tanımlama şekilleri üzerine ne ölçüde yansımış olabileceğine ilişkin bir araştırmanın ilgi çekici sonuçlar üretebileceğine işaret etmektedir. Böyle bir çalışmanın, özellikle din eğitimi açısından hazırbulunuşluk kavramı ile yakından ilişkili olan kişilerin algılama ve anlamlandırma biçimleri arasındaki ilişkiyi anlayabilme konusunda önemli katkı sağlayacağı açıktır. Çalışmalar, bu hususun dışında dikkate alınması gereken üç temel noktanın bulunduğunu göstermektedir.

Bunlardan birincisi; çalışmalarda katılımcıların bilgisayar, internet, sosyal medya ve yeni medya vb. kavramları birbiri yerine kullanılabilen ifadeler olarak algıladıkları yönündeki endişedir. Söz konusu kavramlara kullanıcılar tarafından yüklenen anlamları tespit etmeye yönelik yapılacak olan hususi bir çalışma bu konudaki olası zihin dağınıklığını ortaya çıkarmayı sağlayacaktır. İkinci husus ise, geleneksel medyada alışkın olunan tek yönlü bilgi akışı işlevinin, yeni medyanın kullanım biçimlerinin tanımlanmasında da hâkim yaklaşım olmasıdır. Elde edilen bulgularda bilgi paylaşımından ziyade bilgi ediniminin ön planda tutulduğunun görülmesi, bu düşünceyi destekliyorsa da, sosyal medyanın interaktif bir eğitim ortamı oluşturma özelliğinin (Krş. Greenhow, Sonnevend, & Agur, 2016), yeni bir konu olması nedeniyle, kullanıcılar tarafından da henüz tam anlamıyla bilinmediğini göstermektedir. Üçüncü husus ise, yapılan çalışmaların büyük oranda nicel verinin toplanmasına yönelik saha araştırmalarına dayanmasıdır. Elde edilen veriyi geleneksel sayılabilecek bir şekilde frekans hesapları üzerinden yorumlayan bu çalışmalarda benimsenen metodoloji, verinin farklı açılardan yorumlanması konusunda bir avantaj olarak değerlendirilebilirse de, tekil hususların anlaşılabilmesinde eksik kalmaktadırlar. Din eğitimi literatürüne girmiş yakın dönemli iki ölçek geliştirme çalışması nicel araştırmalarda farklı çabaların geliştirilebileceğine işaret etmesi açısından ilgi çekici istisnalardır.

Bunlardan ilki, Coşkun ve Saraçlı'nın (2015) öncelikle *Sinema ve Din Sempozyumunda* bildiri olarak sundukları ardından ise kitap bölümü olarak yayınladıkları çalışmalarıdır. İlahiyat öğrencilerinin dini içerikli filmlere yönelik eğitsel tutumlarını ortaya koyacak bir ölçek geliştirme gayretindeki araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi öğrencileri (n=430) üzerine uygulanmıştır. Araştırmada eğitsel tutum ile duygusal, davranışsal ve bilişsel tutumlar arasında doğru orantılı bir ilişkinin bulunduğu ve öğrencilerin din eğitiminde sinema filmleri ile eğitsel filmlerin kullanılmasının derse ilgilerini artıracığı düşüncesinde oldukları tespit edilmiştir (Coşkun & Saraçlı, 2015, s. 127). Söz konusu araştırmayı diğerlerinden ayırt edici noktalardan bir tanesi dini içerikli filmlerin sadece informal eğitim

ortamı oluşturma değil, formal eğitimi de destekleme açısından işlevsel olduklarına yapılan vurgudur.

Çizgi filmlerin din öğretiminde bir materyal olarak kullanılmasının DKAB öğretmenleri tarafından nasıl değerlendirildiğini tartışan Sancak ise (2018, ss. 15-19), yüksek lisans tezi kapsamında “Din Eğitiminde Çizgi Filmlerin Kullanımı Hakkında Görüş Ölçeği”ni geliştirmiştir. Ölçek, ahlaki değerler, temel dini bilgiler, din eğitiminde kullanılma, dini gelişime katkı ve çizgi film içerik boyutu şeklinde beş boyuttan oluşur bir şekilde tasarlanmış ve 2016-2017 eğitim öğretim yılında Sivas ve Kars illerinde görev yapan DKAB öğretmenleri üzerine uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analizi aracılığı ile ise öğretmenlerin, din eğitiminde çizgi filmlerin kullanımı konusunda olumlu görüş bildirmekle beraber bilinçaltı mesajlar ve batıl inançlar konusunda hassasiyetlerinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır (Sancak, 2018, s. 92).

Örneklemleri, ele aldıkları kitle iletişim aracı ve metodolojileri açısından farklılık gösteriyorsa da, yukarıda zikredilen çalışmalar, medyanın kullanımına yönelik görüşleri tespit etme amaçları itibariyle ortak bir noktada toplanmaktadır. Bununla beraber, literatürde kullanıcıların din eğitimleri ile medyaya yönelik algıları arasındaki ilişkiyi inceleyen az sayıda da olsa birtakım çalışmanın bulunduğu görülmektedir (Örn. Kanburoğlu, 2011; Solmaz, 2017). Bunlar arasında, Kanburoğlu’nun (2011) İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin popüler kültür ürünlerini kullanmaya ilişkin yönelimlerini tespit etmeye yönelik yüksek lisans tezi özellikle metodolojisi ve elde ettiği sonucun din eğitimi literatürüne potansiyel katkısı itibariyle zikre değerlidir.

Kanburoğlu’nun çalışması (2011), temelde, popüler kültür başlığı altında İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin televizyon dizileri, internet ve sosyal paylaşım sitelerini kullanım biçimlerini araştırmaktadır. Elde ettiği bulgular ile ise öğrencilerin liselerinde aldıkları din eğitimi arasında olası bir ilişkinin mevcudiyetini tespit etmeye çalışmaktadır. Tartıştığı bulguları İstanbul Anadolu yakasında bulunan üç AİHL’nin 11. sınıf öğrencilerinden tesadüfi örneklem yöntemiyle seçtiği 30 öğrenciye yaptığı yarı yapılandırılmış mülakattan elde eden araştırmacı, alanda nitel veri analizini temel alan sınırlı sayıdaki çalışmadan bir tanesini sunmaktadır (Örn. Yorulmaz, 2013b; Demir, 2019). Bunun yanı sıra, araştırmacının ulaştığı “İHL’nde verilen din eğitiminin popüler kültür ürünlerine yönelik tercihlerde bilişsel düzeyde bir farkındalık sağladığı, fakat pratik anlamda yeterince etkili olamadığı ... , öğrencilerin okudukları kitap ya da izledikleri filmlerde, dinî hassasiyetlerine göre tercihte buldukları; televizyon dizisi, internetteki etkinlikler ya da giyim anlamındaki tercihlerinde ise, daha çok popüler kültürün etkisi altında oldukları” (Kanburoğlu, 2011, s. 164) sonucu, alan açısından, sıklıkla göz ardı edilen önemli bir hususa işaret etmesi açısından son derece önemlidir. Bu durum genellikle tek boyutlu olarak düşünülen din ve medya arasındaki ilişkinin farklı boyutları içeren çok daha kompleks bir yapıya sahip olmasıdır. Henüz alan literatüründe tartışılmayan bu konu, ilerleyen yıllarda konuya ilişkin çalışma yapacak araştırmacılar açısından ilginç ufuklar açıcı niteliktedir.

## **2. Medyanın Etkisi: Medyanın Bireylerin Din Eğitiminde Nasıl Bir Etkisi Buluyor?**

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasının beraberinde getirdiği en önemli ve belki de en çok endişe uyandıran soru(n) alanlarından bir tanesi; kullanıcıların algıları, tutumları ve/veya davranışları üzerinde meydana getirdiği değişimlerdir. Kısaca medyanın etkisi başlığı altında toplanabilecek olan bu değişim oluşturma potansiyeli sadece din eğitimi araştırmacılarının değil, din bilimleri ile ilgili diğer disiplinler üzerine çalışan araştırmacıların da üzerinde yoğun bir şekilde durduğu konular arasında yer almaktadır. Bu çalışmalarda; kitle iletişim araçlarının inanç ve değerleri olumsuz yönde etkilediği (Karacoşkun, 2002; Haberli, 2018), dinî sosyalizasyon işlevi (Arslan, 2009, s. 364, 2016, s. 9), dinî açıdan planlı bir şekilde toplumu yönlendirip şekillendirdiği (Cü-

neş, 2018, s. 206) ve dinî yayınların özgün bir medya dindarlığı ürettiği (Akgül, 2008, s. 43) vb. çok sayıda hususun altı çizilmektedir.

Eğitim sürecinin hedeflerine başarılı bir şekilde ulaşmasının değişimi sağlayacak araçların birey üzerindeki etkisinin kalıcılığı ile doğru orantılı olması, konunun din eğitimi açısından özel önemini ortaya koymaktadır. Nitekim medyanın kasıtlı ve kasıtsız olmak üzere birbirinden farklı şekillerde değerlendirilmesi gereken iki tip etkisi bulunmaktadır. Giriş bölümünde işaret edilen tartışmalarla da ilişkili bir biçimde, kasıtlı etkiler ile medyanın formal eğitim sürecini destekleyici materyal olarak kullanımı, kasıtsız olanlar ile ise kullanıcıların medya aracılığıyla, çoğunlukla da farkında olmadan, geçirdikleri dönüşüm kastedilmektedir. Din eğitimi literatüründe, ister kitle iletişim araçlarına yönelik duyulan endişeden isterse medyanın bireyler üzerindeki etkisini kontrol etme çabasından kaynaklı olsun, bu ikinci tip etkiye özel bir önem atfedildiği görülmektedir. Bu eksende yapılan erken dönemli çalışmalarda, bir önceki bölümde görüldüğü üzere, medyanın algılanma biçimleri ile medyanın etkisi birbiriyle yer değiştirebilir kavramlar olarak kullanılıyorsa da zaman içerisinde, bu bölümde görüleceği üzere, etki araştırmaları müstakil bir araştırma soru(n)u olarak algılanmıştır. Söz konusu çalışmaları ele almadan önce metodolojiye ilişkin önemli bir soruyu hatırlatmak gereklidir: Medya gibi akışkan bir yapıya sahip olan bir materyalin birey üzerindeki etkisi nasıl tespit edilebilir?

Araştırmacıları da meşgul ettiği anlaşılan bu soruya her çalışmanın kendi yapısına has bir metodoloji benimseyerek yanıt verme gayretinde olduğu anlaşılmaktadır. Din eğitimi literatüründe medyanın etkisine dair teorik çalışmalar, konunun pratik alana işaret eden yapısı nedeniyle, sınırlı sayıdadır. Örneğin Turanalp'in (2016) internetin ergenler üzerindeki etkilerine ilişkin makalesi, önceki yıllarda konuya ilişkin yapılmış saha araştırmalarını temel almakta; internetin olumsuz etkilerini yanlış, zararlı ve müstehcen bilgilere ulaşım, bilginin kıymeti, bireysel mahremiyetin ihlali, zamansal ve ekonomik israf vb. başlıklar altında incelemektedir. Çalışmanın sonunda ise zikrettiği olumsuzlukları giderebilmek için din eğitimi alanında yapılması gerekenleri değerlendirmektedir.

Turanalp'in çalışması dışında kalan çalışmalar ise büyük oranda saha araştırmalarından elde edilen nicel ve nitel veriye dayalıdır. Saha araştırmaları arasında ise araştırma soru(n)unu çözmeye yönelik farklı usuller benimsendiği görülmektedir. Görüleceği üzere, erken dönemli çalışmalarda üzerine araştırma yapılan örneklem grubuna 'kullanılan medya/medya ürününden etkilenme durumlarına ilişkin görüşleri' doğrudan sorulurken ilerleyen yıllarda çok daha karmaşık birtakım yöntemlere geçiş yapılacaktır. Literatürden seçilen bazı örnekleri yakından incelemek, söz konusu geçişi anlayabilmede katkı sağlayacaktır.

Çelik'in kitabı (2004), radyo ve televizyonda yayınlanan dinî yayınların yetişkinler üzerindeki etkisini işleyen ilk çalışmalar arasında yer almaktadır. Araştırmacı, Erzurum ilinde yaşayan yetişkinlerin (n=524) söz konusu programları izleme durumunun dinî bilgi, tutum ve davranışları üzerindeki etkisini tespitiye yönelik saha araştırmasında; örneklem içerisinden sadece %14,4'lük grubun programların herhangi bir etkisinin olmadığını düşündüğünü, %54,8'in ise programlarda yayınlananları inanılır ve doğru bulduğu sonucuna ulaşmıştır (Çelik, 2004, ss. 92, 97). Ardından, dinî içerikli programların yetişkinler üzerindeki etkisini inceleyen Turan'ın (2005a, ss. 105-106) yüksek lisans tezi çerçevesinde yaptığı saha araştırmasında, Samsun ilinde yaşayan yetişkinler üzerine (n=300) uyguladığı anketten elde ettiği bulgular; katılımcıların %79,7'sinin televizyondaki dinî içerikli programların duygu ve davranışlarında olumlu etkisi olduğunu düşündüğünü ve %80'inin televizyondaki dinî programları faydalı ve kısmen faydalı bulduğunu göstermektedir. Her iki çalışmanın da ortak noktası katılımcıların öz-değerlendirmeleri üzerinden konuya yaklaşmasıdır. Bu çerçevede de katılımcılara ya doğrudan ilgili medyanın genel olarak veya özel

olarak bir türünün kullanımının kendilerini etkilediğini düşünüp düşünmedikleri sorulmaktadır. İlerleyen yıllardaki çalışmalarda da veri toplamada benzer bir yaklaşım kullanılmaya devam etmiştir.

Örneğin, Gelici 2000’li yıllarda yaygınlık kazanan sır içerikli dizilerin dinî açıdan etkileyciliği üzerine yaptığı yüksek lisans çalışmasında (2007), İstanbul’da yaşayan yetişkin bayanlar (n=245) üzerine bir saha araştırması yapmıştır. Araştırmasında katılımcıların söz konusu dizilerin yaptığı etkiyi değerlendirmelerini istemiştir. Araştırma sonucunda %27,3 oranındaki grubun ilahi adalete güveninin arttığını, %19,6’nın duygusallaştığını ve %18,8’in bazı gerçekleri daha iyi anladığını düşündüğünü, sadece %10,6’lık bölümün programların etkisi olmadığı kanaatinde olduğunu tespit etmiştir (Gelici, 2007, s. 69). Gelici’nin tespitleri medyanın etkisinin farklı kategorilerde gerçekleşebileceğinin din eğitimcileri tarafından dikkate alınmaya başladığını göstermesi açısından önemlidir. Nitekim katılımcıların bazıları etkilenmeyi duygusal anlamıyla tanımlarken, bazıları bilgi edinimi, bazıları ise tutumlarının dönüşümü olarak tanımlamaktadır. Bu farklı kategorilere ilişkin ne şekilde bir etkileme durumunun söz konusu olduğu ise ancak müstakil araştırmalar aracılığıyla yanıtlanabilecektir.

Kişilerin kendilerini zihinlerindeki algılama biçimlerini önceleyerek tanımlama yönelimleri, zikredilen çalışmalarda benimsenen ve geleneksel sayılabilecek metodolojinin zayıf yönünü oluşturmaktadır. Daha detaylı veri toplama ve farklılıkları yansıtabilme imkânı sağlaması nedeniyle son dönem çalışmalarda metodoloji seçiminde farklı bakış açılarına doğru bir yöneliş bulunduğu görülmüştür.

Furat’ın (2008) doktora çalışması, din eğitimi alanında medyanın etkisine ilişkin yapılan araştırmalarda farklı yöntemlerin bir arada kullanılabilirliğini göstermesi açısından güzel bir örnektir. Araştırmacı, ilk olarak, ele aldığı sır dizilerinin yapımcılarıyla gerçekleştirdiği mülakat doğrultusunda edindiği nitel veriyi tartışmış, ikinci adımda dizilerin içeriklerinde dinî konuları ele alış biçimlerini tespit edebilmek için içerik analizi uygulamış ve son olarak da dizilerin izleyicileri üzerindeki etkisini belirleyebilmek için geniş kapsamlı bir tarama gerçekleştirmiştir. İstanbul ilinde yaşayan yetişkinler (n=1123) üzerine yaptığı saha araştırmasında, katılımcıların %48,8’inin söz konusu dizilerin izleyicilerin üzerinde etkili olduğunu düşündüğünü tespit etmiştir. Araştırmacı bir sonraki adımda söz konusu etkilenmenin hangi alanlarda gerçekleştiğini sorgularken katılımcıların sır dizilerini izleme oranları ile ilahî adalet, ilahî müdahale, doğa üstü varlıklar ve kader konusuna yönelik görüşleri arasında doğru orantılı bir ilişki bulunduğunu ve özellikle söz konusu hususlara yaklaşım açısından dizileri izleyenler ve izlemeyenler arasında %30 oranına ulaşan bir fikir farklılaşmasının bulunduğunu tespit etmiştir (Furat, 2008, ss. 309-310).

Torun’un (2010) çocuklar arasında popüler sihir içerikli dizilerden Selena dizisinin din eğitimi açısından etkisini tartıştığı yüksek lisans çalışması da benzer bir şekilde iki kademeli bir analiz süreci izlemiştir. Araştırmacı öncelikle dizi içerisinde ele alınan konuların çocukların dinî duygu, düşünce ve gelişimlerine hangi açıdan etki edebileceğine yönelik bir içerik analizi gerçekleştirmiş; ardından dizinin sürekli izleyicileri arasında yer alan 7-11 yaş grubundaki çocuklarla (n=30) mülakat yapmıştır. Araştırmanın özellikle bu bölümü dizinin kahramanları ve içeriğine yönelik çocukların çok sayıda görüşünü ortaya çıkarmaya olanak tanıyacak geniş kapsamlı bir veri ortaya çıkarmıştır ki bunlar arasında en ilgi çekici olanlarından bir tanesi çocukların %66’sının sihirli güçlerinin bulunmasını istediğini ifade etmesidir (Torun, 2010, s. 62).

Nitel araştırmaların araştırma sürecinde detayları ortaya koyma potansiyeli, çocukların sıklıkla izledikleri çizgi filmlerden etkilenmelerinin kaçınılmaz olduğu varsayımından yola çıkan Demir ve Cebeci’nin (2018, s. 296) makale çalışmasında da görülmektedir.<sup>7</sup> 4-6 yaş grubu çocukların çizgi filmlerden nasıl etkilendikleri sorusunu yanıtlamaya gayret gösteren çalışmanın Kocaeli ilinde yaşayan çocuklarla (n=30) yapı-

lan yapılandırılmış mülakat üzerine kurulu olan saha araştırmasında, çizgi filmlerde yer alan ve dinî yönden olumlu ve olumsuz ima uyandıran iki figüre ait görüşler sorulmuştur. Araştırmanın ilgi çekici bulgularından bir tanesi, olumsuz figür olarak kullanılan domuzu çocukların %53,3'ünün sevimli bulması; ardından çocuklarla yapılan daha detaylı sohbette çocukların tamamının figürü sevimli ve komik bulduğu ancak ailelerinin tepkilerinden çekindikleri için bu yönde cevap vermediklerinin anlaşılması olmuştur (Demir & Cebeci, 2018, s. 302).

İki çalışmada da mülakat sonuçlarının nicel veriye dönüştürülerek analiz edilmesi bir soru işaretiyse de, özellikle son örnekte, araştırmacıların detaylara ulaşabilmeleri ancak tamamlayıcı nitel analize yönelmeleri ile mümkün olmuştur. Bununla beraber, konuyu kapsamlı bir şekilde ele alma gayreti içerisinde bulunan her üç çalışma da farklı yöntemlerin etkin bir şekilde bütün olarak kullanılabilirliğini göstermiştir. Yine de, tespit edilen düşünce, duygu veya davranış değişikliğinin temel nedeninin ele alınan medya/medya ürünü olduğu neticesine varmak da, iki durum arasında ilişki olmadığını iddia etmek de aceleci bir çıkarsama olacaktır. Ancak ilerleyen yıllarda deneysel araştırmaların din eğitimi literatüründe yer etmeye başlaması, medyanın kısa ve uzun vadeli kalıcı etkilerini daha detaylı bir şekilde anlayabilmeyi sağlayacaktır.

### 3. Medyanın Kullanımı: Medyayı Din Eğitiminde Nasıl Kullanabiliriz?

Kitle iletişim araçlarının mesajı ekonomik bir şekilde sayısız alıcıya ulaştırabilme potansiyeli tahmin edilebileceği üzere, dinî mesajlarını kitlelere iletmek isteyen gruplar açısından önemli bir fırsat alanı üretmiştir (Furat, 2009, 2013). Pek çok medya ürününün yaygınlık kazanma aşamasında dinî eğitim maksatlı kullanılabilirliğinin sorgulanmasını beraberinde getiren bu durum, medya kullanımının insanlar üzerindeki olumsuz etkisine yönelik endişenin, kısa sürede, yerini medyanın işlevselliği yönündeki tartışmalara bırakmasına neden olmuştur. Konuya ilişkin yapılan akademik tartışmalarda da medyanın kitlelere dinî mesajı iletmeye sağladığı kolaylık, dinî bilginin yaygınlaştırılmasındaki rolü vb. hususlar sıklıkla dile getirilmeye başlanmıştır. Diyanet İşleri Başkanlığının kitle iletişim araçlarından yapılan hatalı ve batıl yayınlara karşı toplumun bilgilendirilmesini sağlayacak önlemler alması (İskurt, 1995), bu önlemler arasında da özellikle mevcut yayın imkânlarını değerlendirmesi (Küçükcan, 2005; Akşit, 2008; Çuhadar, 2015) ve kitle iletişim araçlarını aktif bir şekilde kullanması gerektiğinin (Aydeniz, 2015) çeşitli vesilelerle vurgulanması, medyaya yönelik bu algı dönüşümünün önemli göstergeleri arasındadır.

Bu doğrultuda öncelikle medyada yer alan gerek dinî gerekse dinî içerikli yapımlar<sup>8</sup> aracılığıyla gerçekleşen informal öğrenme biçimlerinin din eğitimi açısından ne şekilde değerlendirilebileceği konusu tartışılmaya başlamıştır. Formal eğitim ortamlarında medyanın kullanılabilirliği ise ikinci planda kalmıştır. Dinî ve dinî içerikli yapımlar arasında, temelde yapımcılarının amaçları nedeniyle oluşan fark, araştırmacıların söz konusu yapımlara yönelimlerine yansımıştır. Aşağıda görüleceği üzere, birinci kategorideki yapımlar genellikle geliştirilebilir olmakla beraber kullanılması gereken yapımlar olarak nitelendirilirken, ikinci kategoridekiler konusunda temkin ağır basan bir yaklaşım benimsenmiştir.

Dinî programlara yer vererek medyanın din eğitiminde kullanılması gerektiğini savunanlar çalışmaları yansıtan erken dönemli çalışmalardan bir tanesi, Akkutay'ın (1989) Diyanet İşleri Başkanlığının ilmi dergisinde yayınladığı makalesidir. Yazar, çalışmada, radyo ve televizyonun tüm vatandaşlara ulaşabilecek bir yapıya olduğunu ve bunun da TRT tarafından aktif bir şekilde dikkate alınması gerektiğini vurgulamış; bu doğrultuda da diğer gelişmiş devletlerde olduğu gibi televizyon ve radyoda dinî programlara yer verilmesini tavsiye etmiştir. Metnin yayınlanmasının birkaç yıl sonrasında konunun daha geniş çalışmalara konu edilmeye başlandığı görülmektedir. Örneğin, Baydar (1994) radyo ve televizyonun İslamî tebliğ amaç-

lı olarak nasıl kullanılabilceği sorusuna yanıt bulmaya çalıştığı geniş kapsamlı kitap çalışmasında Diyanet İşleri Başkanlığının ürettiği görsel ve işitsel materyalleri değerlendirmekte ve radyo-televizyon aracılığıyla yapılacak İslamî tebliğin çerçevesini ve prensiplerini ortaya koymuştur. Yazarın İslamî değerlerin dinleyici/izleyicilere aktarılabilmesi için diziler, tartışma programları, belgeseller vs. çok sayıda farklı tür yayını çalışmasında İslami radyo-televizyon için oluşturduğu yayın kalıbına eklediğinin görülmesi; genellikle sohbet ve özel günler için hazırlanan eğitim programları ekseninde düşünülen dinî yapımlarda farklı program türlerine de yer verileceği düşüncesinin oluştuğunu göstermesi açısından önemlidir.

Zaman içerisinde farklı yapımların müstakil olarak din eğitimi alanındaki kullanımına yönelik detaylı çalışmaların yapılmaya başlandığı görülmektedir. Bu çerçevede Furat (2009) televizyonun, Yorulmaz ise (2013a, 2015b) sinemanın informal din eğitimi aracı olarak ne şekilde kullanılabilceğine yönelik detaylı çalışmalar yapmışlardır. Furat, zikredilen metninde televizyonun güçlü ve zayıf yönleri üzerinde durarak bu aracın din eğitimi amaçlı olarak kullanılması durumunda dikkate alınması gereken hususların çerçevesini çizmeye gayret gösterirken Yorulmaz sinema filmleri aracılığıyla iletilen olumsuz mesajları; din ile ilgili kavram ve imajları kötü gösterme, yanlış ve olumsuz bilgi verme, bilinçaltına yönelik mesaj verme, yeni din oluşturmaya vb. kategoriler altında değerlendirmiş ve bu olumsuzlukların giderilebilmesi amacıyla yapılabileceklerinden konuya yaklaşmıştır. Literatürde müstakil yapımlara yönelik ilgi, ilerleyen yıllarda da devam etmiştir.

Yorulmaz (2013b) irşad ve tebliğ filmleri adı altında sınıflandırdığı filmler aracılığıyla sinemanın bir din eğitimi aracına dönüşebileceğini tartışmış; Karataş (2013) ülkemizde 2000’li yıllardan itibaren yaygınlaşan medya vaizliği olgusunun gelişimini ve medyada dini programlarda uyulması gereken kurallara işaret etmiş ve Bilis (2017, ss. 201, 204) ise Nihat Hatipoğlu’nun 2015 yılı iftar programlarını inceleyerek programın izleyici için bir ders metni ve dersi anlatan din adamı figürü oluşturarak öğretim sürecini koordine ettiğini savunmuştur.

Dinî içerikli yapımların mesajları aracılığıyla oluşturdukları eğitim içeriği ve ortamı, din eğitimi literatürünün müstakil çalışmalar aracılığıyla üzerinde durduğu bir husustur. İçerik analizinin sıklıkla kullanıldığı bu çalışmalar arasında; medyada çizilen olumsuz din adamı imajına özel bir önem atfedildiği görülüyorsa da (Örn. Turan, 2007; Öncü, 2017) asıl ilginin çocuklara yönelik yapımlar üzerinde yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Caillou (Yorulmaz, 2013c), Pepee (Yorulmaz, 2013d) ve Keloğlan (Yorulmaz & Tanrıverdi, 2015) çizgi filmlerinin din ve değerler eğitimi açısından incelendiği çalışmaları bu bağlamda zikretmek mümkündür.

Medyanın din eğitiminde kullanılabilirliğine yönelik ikinci başlık, bölümün girişinde de dile getirildiği üzere medya ürünlerinin formal din eğitimi sağlama alanında üstlendiği rol ile ilişkilidir. Eğitim hedeflerinin değişimi, yetiştirilmek istenen bireylerin özelliklerinin farklılaşması, bireylerin öğrenme biçimlerinin değişimi vb. pek çok nedenle teknolojik gelişmeler günümüz sınıflarında giderek daha da fazla yer edinmektedir. Bu durum, günümüzde projeksiyon makinesi, akıllı tahta, bilgisayar gibi teknolojik cihazların kullanımının ötesine geçip geleneksel eğitim ortamlarını dönüştürebilecek bir boyuta ulaşmıştır. Nitekim konuyu tartışan çalışmalar görsel ve işitsel medyanın ders programlarında din eğitimi destekleyici yardımcı materyal olarak kullanımının, öğrencilerin derse ilgisini çekme ve öğrenme sürecine etkin bir şekilde katılabilmelerine olanak sağladığına işaret etmektedir (Krş. Furat, 2011, 2013; Korkmaz, 2015, 2017; Korkukçu, 2016; Yorulmaz, 2015b). İnternet ve yeni medyanın yaygınlaşması ise tartışmaların bu araçlar üzerine yoğunlaşmasına neden olmuştur.



İnternetin din eğitimi açısından öğrencilere bilgi sağlama ve araştırma yapma imkânı oluşturmada önemli katkı sağladığı literatürdeki çok sayıda çalışma tarafından tekrarlanan bir husustur. Bunlar arasında; din eğitimi faaliyetleri sürdüren internet sayfalarının tanıtılmasını esas alan çalışmalar olduğu gibi (Örn. Yıldız, 2002; Kuzudişli, 2013), online din eğitimi faaliyetleri sürdürülen web sayfalarının faaliyetlerini kullanıcıları üzerinden inceleyen (Erken, 2016), dijital oyunların din eğitimi açısından kullanılabilirliğini sorgulayan (Menekşe, 2015; Yorulmaz, 2015a), İslamî ilimlerin eğitiminin internet üzerinden nasıl yapılabileceğini tartışan (Büyükkara, 2000; Varol, 2012), online din eğitimi faaliyetleri sürdüren web sayfalarının faaliyetlerini kullanıcılarının görüşleri üzerinden ele alan (Erken, 2016) ve hatta bu sayfaları bir araya getirecek bir vortal teklifinin yapıldığı (Yılmaz, 2002) çalışmalara rastlamak mümkündür.

Zikredilen çalışmalar arasından özellikle Erken'in yüksek lisans tezinde (2016) işaret ettiği husus, internetin din eğitiminde kullanımının ulaştığı noktayı göstermesi açısından önem arz etmektedir. Çalışmasında qibla.com web sayfasının kullanıcıları (n=26) ile yaptığı mülakattan elde ettiği veri üzerine analiz yapan yazar; pratikliği, öz-disiplin oluşturması, interaktif öğrenmeye imkân tanınması, kaydedilebilmesi vb. özellikleri nedeniyle internet aracılığıyla yürütülen din eğitimi faaliyetlerinin talep gördüğünü tespit etmiştir (Erken, 2016, s. 111). İnternetin zaman ve mekân bariyerini ortadan kaldırabilmesi, öğrenme sürecini bireysel olarak düzenleyebilme imkânı tanınması, ekonomikliği vb. özellikleri, dijital ortamların dinî öğrenme amacıyla kullanılmasına yönelik bir tartışma alanının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Krş. Gözütok, 2013). Özellikle yüksek din öğretimi alanında uzaktan eğitim aracılığıyla sürdürülen İLİTAM programı, araştırmacılar tarafından olumlu ve olumsuz yönleriyle detaylı bir tartışma konusu haline getirilmiş görülmektedir (Kaymakcan, Meydan, & Tellî, 2013; Altaş, 2015, 2016, 2018). Her ne kadar bu çalışmalarda internetin interaktif iletişimi sağlama yönü dile getiriliyorsa sosyal medya din eğitimi literatüründe çok yakın dönemde yer edinmeye başlamıştır (Krş. Furat, 2015).

Bireyler arası bilgi akışını hızlandırması, bireye bilgi üretim sürecine aktif bir şekilde katılma imkânı sunması ve kendini ifade edebilme platformları sağlaması vb. özellikleri nedeniyle sosyal medyanın din eğitimi açısından kullanılabilirliği konusunun ilerleyen yıllarda din eğitimcileri arasında ilgi çekici tartışmalar ortaya çıkaracağı anlaşılmaktadır.

## Sonuç

Medya ve din arasındaki ilişkiyi Türkiye'de din eğitimi alanında yapılan çalışmalar ekseninde ele almayı hedefleyen bu çalışma, mevcut literatürdeki yayınlarda üç araştırma soru(n)unun ön plana çıktığını göstermiştir. Din eğitiminin, dinî araştırmalar alanındaki diğer disiplinlerle ortak araştırma ilgileri arasında olduğu görülen bu soru(n) alanlarını; medya algısı, medyanın etkisi ve medyanın kullanımı şeklinde başlıklandırmak mümkündür. Medya algısı ile ilgili çalışmalar kullanıcıların medyayı hangi anlamları yüklediği, hangi işlevler çerçevesinde medyayı tanımladığı vb. soruları yanıtlamaya gayret ederken medyanın bireyler ve toplum üzerinde din eğitimi açısından oluşturduğu etkiyi tespit etmeye yönelik çalışmalar, çok büyük oranda, saha araştırmalarından hareketle bireylerin söz konusu etkiyi tanımlamalarını esas almıştır. Medyanın kullanımı ise, dinî ve dinî içerikli yayınların ürettikleri eğitim içeriği ve ortamı üzerine yoğunlaşmaktadır.

Bu başlıklar içerisinde tartışılan konular; benimsedikleri yaklaşımlar, kullandıkları metotlar ve ulaştıkları sonuçlar açısından çok çeşitli iseler de iki bakış açısının literatüre egemen olduğu anlaşılmaktadır. Bunlar; medyanın olumsuz etkilerine yö-

nelik endişelerin ön planda tutulduğu korumacı yaklaşım ile medyanın eğitim açısından işlevsel bir araç olarak değerlendirilebileceğini savunan pragmatist yaklaşım şeklinde iki başlık altında değerlendirilebilir. Mevcut literatürün genişlemesi ile yapılacak detaylı analizler söz konusu yaklaşımların yaygınlık kazanmasına etken olan nedenleri anlamaya katkı sağlayacaktır. Bununla beraber, bu makale çerçevesinde ele alınan literatür, din eğitimi alanında en az iki temel soru(n) alanın henüz detaylı bir şekilde incelenmediğini ortaya çıkarmıştır. Bunlardan ilk sırada geleni ve belki de en önemlisi dinî medya okuryazarlığıdır.

Medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmalar ülkemizde 2000’li yıllarından başından itibaren ilgi çekmeye başlamıştır. Özellikle RTÜK ve MEB vb. resmi kurumların medya okuryazarlığı konusunda gösterdikleri titizlik, akademik çalışmalara da yansımış; kısa süre içerisinde konuya ilişkin çok sayıda yayın yapılmıştır (Örn. Türkoğlu & Şimşek, 2007; Taşkıran, 2007; İnal, 2009). Bu yayınlarda kavramın gelişimi, farklı ülkelerde ele alınış ve uygulanış biçimleri, pedagojik ve siyasi yansımaları detaylı bir şekilde ele alınırken; ne yazık ki, konunun din alanı ile ne şekilde ilişkilendirilebileceği sorusu yanıtızsız kalmıştır. Medya ve din ilişkisini inceleyen çalışmalarda sıklıkla medyada dinin konu edinilmesine yönelik bir kontrol mekanizmasının oluşturulması gerektiğine ilişkin ifadeler mevcutsa da (Küçükcan, 2005; Turan, 2005b), bu kontrolün özellikle erken dönemli çalışmalarda yapımların ve yapımcıların denetlenmesi ya da alternatif yapımların oluşturulması yönünde düşünüldüğü anlaşılmaktadır. İlerleyen yıllarda medya okuryazarlığına yönelik akademik literatürde çalışmaların yoğunlaşmasının da bir sonucu olarak medya okuryazarlığının medya ve din ilişkisi bağlamında da üzerinde durulması gereken bir kavram olduğu görüşü yaygınlaşmaya başlamıştır (Örn. Aydeniz, 2015; Yorulmaz, 2018). Din eğitimi alanında okuryazarlık kavramı ile ilgili müstakil çalışmalar bulunuyorsa da (Örn. Furat, 2012; Bilecik, 2018) dinî medya okuryazarlığı üzerine Nazıroğlu’nun (2015) konunun genel çerçevesini çizdiği makalesi dışında henüz detaylı bir çalışmanın yapılmamış olması önemli bir eksiklik. Oysa ki dinî medya okuryazarlığı, medyanın işlevlerinin algılanmasından işlevsel bir şekilde bireysel ve toplumsal hayata dahil edilmesine kadar çok farklı boyutları bir bütün olarak inceleyebilme imkânı sağlayan bir kavramdır. Bu nedenden ötürü de din eğitimi açısından günümüzün kilit kavramlarından bir tanesini oluşturmaktadır.

Din eğitimi literatüründe henüz detaylı bir şekilde ele alınmayan ikinci konu, medya ekolojisidir. McLuhan’ın (1994) ünlü “araç mesajdır” ifadesinde temelini bulan medya ekolojisi kavramı, en basit açıklamasıyla, mesajın iletildiği araca göre yeniden şekillendirilmesi anlamında kullanılmaktadır. Aracın özelliklerinin mesajın üzerindeki etkisi, mesajın, yapımcılarının hedeflerinin dışında birtakım faktörler nedeniyle yeniden yapılandırıldığı anlamına gelmektedir. Postman’ın (2010, s. 138) din alanı ile ilişkilendirerek “dinin televizyon programlarının içeriğini oluşturmasından ziyade, televizyon programlarının dinin içeriğini oluşturduğu” şeklinde işaret ettiği bu durum, din eğitimi alanına yeni bir araştırma soru(n)u kazandırmaktadır (Krş. Furat, 2010).

Din eğitimi bağlamında medya ve din ilişkisinin ele alınmasında karşılaşılan sorunlar –ki bunların büyük bir bölümü bu çalışmada da görüldüğü üzere metodolojisinin tespiti aşamasında ortaya çıkmaktadır–, konunun Türk din eğitimi literatürü için henüz çok yeni olması, yapılan çalışmaların süreklilik göstermemesi vb. çok sayıda neden, günümüzde din eğitimi açısından medyanın değerlendirilmesine ilişkin sistematik bir yapı kazanmış yaklaşımlardan henüz bahsedilememesine neden olmaktadır. Ancak, ümit ediyoruz ki, ilerleyen yıllarda konuya ilişkin yapılacak detaylı araştırmalar, önemini yitirmeyen ve hatta giderek daha da fazla önem ve etkinlik kazanan bir alan olan medyanın din eğitimi açısından ele alınışına yönelik daha net birtakım değerlendirmelerin yapılabilmesine olanak tanıyacaktır.

## Son Notlar

<sup>1</sup> Metin içerisinde kitle iletişim araçları ve medya yer değiştirebilir kavramlar olarak kabul edilmiştir. Kitle iletişim aracı ifadesinin, tarih boyunca kitlelere ulaşımı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen ve daha ziyade geleneksel anlamda tek yönlü iletişim biçimlerini kullanan araçları da kapsar, medya ifadesinin ise daha yakın dönemli gelişmelere işaret eder bir biçimde kullanılması tercih edilmiştir. Bu kapsamda çalışma çerçevesinde kitap, billboard, süreli yayınlar vb. yazılı ve basılı yayınlar dışında kalan tüm araçlar kitle iletişim araçları veya medya ifadesi kapsamında değerlendirilmiştir.

<sup>2</sup> Literatürde yer alan çalışmaların bir bölümü tez ve bildirilerden üretilmiş olduğundan ötürü, tespit yapılırken çalışmaların en geniş kapsamlısı dikkate alınmış, diğerleri değerlendirmeye alınmamıştır. Gerek duyulan yerlerde bu durumun dile getirilmesiyle yetinilmiştir.

<sup>3</sup> Tabloda sağlanan veri, literatürdeki mevcut durumu sınırlı ölçüde yansıtma kapasitesine sahip olması nedeniyle, konuya ilişkin genelleme yapmak yerine fikir oluşturmak amaçlıdır. Tabloda durumu betimleme kaygısıyla oluşturulduğundan ötürü de yapılan değerlendirmede frekans ve yüzde değerlerinin ön plana çıkarılmaması için özen gösterilmiştir.

<sup>4</sup> Bununla beraber çalışmalarda takip edilen metodolojiye ilişkin bazı önemli hususlara işaret etmek gereklidir. Yapılan incelemede, çalışmaların büyük bölümünün alan araştırmasına dayalı olduğunu ifade ettiği (n=27), teorik çalışmaların sayıca daha geri planda olduğu (n=19); yapılan alan araştırmalarında ise nicel veri toplamaya yönelik bir eğilim bulunduğu (n=18) görülmüştür. Çalışmalarda deneysel desenin hiç kullanılmamış olması ilgi çekicidir. Ayrıca; çalışmaların büyük bir bölümünde metodoloji anlamında bir kafa karışıklığının söz konusu olduğu, elde edilen nitel verinin sıklıkla nicel veri şeklinde değerlendirilerek genelleme yapma aracı olarak kullanılmasından anlaşılmaktadır. Bununla beraber, araştırmacıların konuya yönelik en çok zorluk çektiği noktalardan bir tanesi olan metodoloji tercihinin ilerleyen yıllarda konuyla ilgili çalışmalar detaylı bir yapı kazandığında çözüleceği düşünülmektedir.

<sup>5</sup> İlerleyen yıllarda literatür genişlemesi neticesinde araştırmacıların meta-analize yönelmesi, araştırmacıların müstakil çalışmalarında ortaya koydukları verilerin bir bütün olarak incelenmesine de olanak taniyacaktır.

<sup>6</sup> Çalışma Demir'in (2019) doktora tezi çerçevesinde elde ettiği veriyi temel almaktadır.

<sup>7</sup> İsimlendirmesi itibarıyla görsel medyaya işaret ettiği düşünülebilecek olan yapım ifadesi, çalışma çerçevesinde radyo programlarından internet sayfalarına, sinema filmlerinden sosyal medya gruplarına kadar çok geniş bir yelpazeye yönelik kullanılmaktadır.

## Kaynakça

- Akgül, M. (2008). Medya ve din: Radyo iletişimi ve Gözyaşı Fm örneği. *Türk-İslâm Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*, 6, 39-86.
- Akkutay, Ü. (1989). TRT'nin din kültürü ve ahlak programları. *Diyanet İlmî Dergi*, 25(2), 59-62.
- Aksu, A. B. (2004). *Medya, çocuk ve din eğitimi* (Doktora Tezi). Uludağ Üniversitesi.
- Akşit, V. (2008). Medyada din hizmetleri ve dini danışmanlık. *I. Din Hizmetleri Sempozyumu*, 2, 600-607. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Altaş, N. (2015). Uzaktan eğitim ve İLİTAM uygulamalarının geleceği nasıl olmalıdır? *Bugünün İlahiyatı nasıl olmalıdır? Sorunlar ve çözümleri (İlmî toplantı)*, 387-412.
- Altaş, N. (2016). Türkiye'de dinî yükseköğretim alanında uzaktan eğitimle ilgili algı sorunları ve İLİTAM uygulamaları. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 14(31), 7-42.
- Altaş, N. (2018). Yüksek din öğretiminde uzaktan eğitim uygulamaları: İLİTAM ve sorunları. İçinde M. Köylü (Ed.), *Türkiye'de din eğitimi ve sorunları* (ss. 209-238). İstanbul: Dem.
- Altıntaş, M. E. (2008). *Din eğitimi açısından sihir ve büyü içerikli filmlerin etkilerine ilişkin çocukların algıları* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi.
- Arslan, M. (2009). Dindarlık algısını şekillendirmede kitle iletişim araçları. *IV. Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleri*, 362-375. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.

- Arslan, M. (2016). Kitle iletişim araçları, medya ve din ilişkisi üzerine. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 5-26.
- Aydeniz, H. (2015). *Din hizmetlerinin yürütülmesinde bir imkân ve meydan okuma olarak medya*. İçinde M. Çamdereli, B. Ö. Doğan ve N. K. Şener (Ed.), *Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2]* (ss. 289-324). İstanbul: Köprü Kitapları.
- Aydın, C. (2018). Televizyondaki dini programlara yönelik tutumlar ile dindarlık arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *ICES-2018 1. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Yeni Ufuklar Kongresi Bildirileri*, 80-91. <https://doi.org/10.21733/ibad.416756>
- Aydın, H. ve Eken, M. (2014). Din görevlilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları. İçinde M. Çamdereli, B. Ö. Doğan ve N. Kocabay Şener (Ed.), *Medya ve din* (1. basım, ss. 377-405). Cağaloğlu, İstanbul: Köprü Kitapları.
- Aydın, M. Ş. (2011). *Açık toplumda din eğitimi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Baydar, M. Ç. (1994). *İslam ve radyo televizyon*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Belch, G. E. (1982). The effects of television commercial repetition on cognitive response and message acceptance. *Journal of Consumer Research*, 9(1), 56-65.
- Bilecik, S. (2018). *Örgün din eğitimi ve din okuryazarlığı becerisi*. Konya: Yediveren Kitap.
- Bilis, A. E. (2017). Modern yaşamda dini değerlerin televizyonda temsili: “Nihat Hatipoğlu ile iftar” programı örneği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(4), 189-210. <https://doi.org/10.18094/si.61934>
- Büyükkara, M. A. (2000). İşlevsel Kelâm için vazgeçilmez bir kaynak ve araç olarak internet. *Kelâmın İşlevselliği ve Günümüz Kelam Problemleri Bildiriler - Tartışmalar*, 205-216. İzmir.
- Cacioppo, J. T. ve Petty, R. E. (1979). Effects of message repetition and position on cognitive response, recall, and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(1), 97-109. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.37.1.97>
- Cevherli, K. ve Şentepe, A. (2016). İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları. İçinde A. İnce ve K. Cevherli (Ed.), *Gençliğin Gelişimi ve Problemleri Karşısında Din Görevlileri* (ss. 123-143). İstanbul: Ensar Neşriyat.
- Coşkun, S. ve Saraçlı, S. (2015). Dini içerikli filmlere karşı tutum ve davranışların din eğitimi bağlamında istatistiksel tekniklerle incelenmesi: AKÜ İslami İlimler Fakültesi öğrencileri üzerine bir uygulama. İçinde B. Yorulmaz, W. L. Blizek, N. Tınaz, J. Lyden, M. A. Doğan, Z. Ş. Altın, ... H. Yiğit (Ed.), *Sinema ve Din* (ss. 109-129). İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi.
- Çelik, A. (2004). *Radyo ve televizyonlarda yayınlanan dini programları eğitim açısından değerlendirme*. İstanbul: Aktif Yayınevi.
- Çuhadar, M. (2015). Dijitalleşen din ve Diyanet. İçinde M. Çamdereli, B. Ö. Doğan ve N. K. Şener (Ed.), *Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2]* (ss. 173-222). İstanbul: Köprü Kitapları.
- Demir, R. (2019). *Türkiye’de çocuk kanallarında yayınlanan çizgi filmlerde dini ve kültürel değerler eğitimi* (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Demir, R. ve Cebeci, S. (2018). 4-6 yaş grubu çocukların çizgi filmlerden etkilenme durumları. *The Journal of Academic Social Science Studies [JASSS]*, (67), 291-306.
- Erken, B. (2016). *Online İslami eğitim: Qibla.com örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Furat, A. Z. (2008). *Yetişkinlerin yaygın din eğitiminde televizyonun yeri ve fonksiyonları (İstanbul örneği) - Sır dizileri ve dini programlar* (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

- Furat, A. Z. (2009). Yaygın din eğitiminde kitle iletişimi araçlarının yeri: Televizyon örneği. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (19), 37-62.
- Furat, A. Z. (2010). Popüler kültürün din eğitimine yansımaları. *Kuram ve Eylem Yönüyle Din Eğitiminin Teolojik ve Felsefi Temelleri Sempozyumu*, 151-165. Konya.
- Furat, A. Z. (2011). DKAB derslerinde görsel medyanın kullanımı/ kullanılabilirliği. İçinde R. Kaymakcan, M. Zengin ve Z. Ş. Arslan (Ed.), *Türkiye’de Okullarda Din Öğretimi* (ss. 573-587). İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi.
- Furat, A. Z. (2012). Din okuryazarlığı: Din eğitimi felsefesi açısından temel bir kavram. *Marife*, 12(3), 9-24.
- Furat, A. Z. (2013). Kitle iletişim araçları ve yaygın din eğitimi. *Yaygın Din Eğitimi Sempozyumu*, 1, 147-162. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Furat, A. Z. (2015). Medya ve din: Din eğitimi açısından yeni bir imkân alanı mı tehdit mi? İçinde M. Çamdereli, B. O. Doğan ve N. K. Şener (Ed.), *Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2]* (ss. 325-364). İstanbul: Köprü Kitapları.
- Gelici, Z. (2007). *Sırlara vurgu yapan mistik televizyon programlarını din eğitimi açısından tahlili* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Gözütok, Ş. (2013). E-öğrenme ve yeni öğrenme ortamları. *Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı*, 37-42. Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Greenhow, C., Sonnevend, J. ve Agur, C. (Ed.). (2016). *Education and social media: Toward a digital future*. MIT Press.
- Güneş, A. (2018). Medyanın olumsuz din algısına etkisi. *The Journal of International Social Sciences*, 28(1), 203-216.
- Haberli, M. (2014). *Sanal din: Tarihsel, kuramsal ve pratik boyutlarıyla internet ve din*. İstanbul: Açılımkitap.
- Haberli, M. (2018). Sosyal medyada dini inanç ve ahlaki değerlerin dejenerasyonu üzerine bir değerlendirme. *I. Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi*, 640-648. Zonguldak: Karabük Üniversitesi.
- İnal, K. (2009). *Medya okuryazarlığı elkitabı*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- İskurt, M. (1995). Diyanet televizyonu (Özel TV ya da özel bir saat). *I. Din Şûrası Tebliğ ve Müzakereleri*, 2, 349-353. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Kanburoğlu, Ü. B. (2011). *Popüler kültür–din eğitimi ilişkisi: İmam hatip liseleri örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi.
- Karacoşkun, M. D. (2002). Bireysel ve toplumsal çözülmede televizyon faktörü üzerine düşünceler. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6(1), 221-233.
- Karataş, M. (2013). Medya vaizliği (Analitik bir yaklaşım). *Vaaz ve Vaizlik Sempozyumu*, 2, 297-312. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Kaymakcan, R., Meydan, H. ve Telli, A. (2013). Paydaşlarına göre İlahiyat lisans tamamlama (İLİTAM) programının değerlendirilmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(26), 71-110.
- Keyifli, Ş. (2015). İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sinema algısı üzerine bir alan araştırması (Dokuz Eylül İlahiyat Fakültesi örnekleme). İçinde B. Yorulmaz, W. L. Blizek, N. Tınaz, J. Lyden, M. A. Doğan, Z. Ş. Altın, ... H. Yiğit (Ed.), *Sinema ve Din* (ss. 147-174). İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi.

- Koch, T. ve Zerback, T. (2013). Helpful or harmful? how frequent repetition affects perceived statement credibility. *Journal of Communication*, 63(6), 993-1010. <https://doi.org/10.1111/jcom.12063>
- Korkmaz, M. (2015). Din dersi öğretmenlerinin bir öğretim materyali olarak filmlerden yararlanma durumu. İçinde B. Yorulmaz, W. L. Blizek, N. Tınaz, J. Lyden, M. A. Doğan, Z. Ş. Altın, ... H. Yiğit (Ed.), *Sinema ve Din* (ss. 85-108). İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi.
- Korkmaz, M. (2017). Din dersi öğretmenlerinin bir öğretim materyali olarak filmlerden yararlanma durumu. *Bilimname*, 33(1), 35-66. <https://doi.org/10.21646/bilimname.2017.17>
- Korukçu, A. (2016). Medya yoluyla din hizmetleri. İçinde R. Doğan & R. Ege (Ed.), *Din Hizmetlerinde Rehberlik ve İletişim El Kitabı* (ss. 155-188). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Korukçu, A., Cengil, M. ve Ardahanlı, Ö. (2015). Sosyal medya ve din: Facebook örneğinde dini içerikli paylaşımlar üzerine bir değerlendirme. İçinde A. Ünal (Ed.), *Geçmişten Geleceğe Ahlâk* (ss. 509-531). Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları.
- Köylü, M. (2012). *Din eğitiminde çağdaş konular*. İstanbul: Dem Yayınları.
- Köylü, M. (Ed.) (2018). *Türkiye’de din eğitimi ve sorunları*. İstanbul: Dem.
- Kuzudişli, A. (2013). Din eğitimi ve sanal alem. İçinde H. Aydın ve M. Polat (Ed.), *Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı* (ss. 28-36). Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Küçükcan, T. (2005). Dinî yayıncılıkta internet (Sanal dinî iletişim açısından yeni alanlar ve yeni stratejiler). *II. Uluslar Arası Dinî Yayınlar Kongresi Tebliğler-Müzakereleler*, 211-220. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Lecheler, S., Keer, M., Schuck, A. R. T. ve Hänggli, R. (2015). The effects of repetitive news framing on political opinions over time. *Communication Monographs*, 82(3), 339-358. <https://doi.org/10.1080/03637751.2014.994646>
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man* (1st MIT Press ed). Cambridge, Mass: MIT Press.
- McLuhan, M. (2007). *Gutenberg galaksisi: Tipografik insanın oluşumu* (G. Çağalı Güven, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Menekşe, Ö. (2015). Dinin dijitalleşmesi ve mobil uygulamalar. İçinde M. Çamdereli, B. Ö. Doğan ve N. Kocabay Şener (Ed.), *Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2]* (ss. 151-174). İstanbul: Köprü Kitapları.
- Nazıroğlu, B. (2015). Din eğitiminin gerekliliği açısından dini medya okuryazarlığı. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 15(2), 191-220.
- Ong, W. J. (2010). *Sözlü ve yazılı kültür: Sözü teknolojileşmesi* (S. P. Banon, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Orhan, E. (1997). *Televizyonda yayınlanan şiddet, cinsel ve dini içerikli filmlerin ve çizgi filmlerin çocukların dini duyguları üzerine etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Öncü, A. (2017). Çağdaş Türk sinemasında din adamı tasviri: ‘Kış uykusu’ filmi örneği. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 21(2), 947-976. <https://doi.org/10.18505/cuid.327667>
- Öncül, R. (2000). *Eğitim ve eğitim bilimleri sözlüğü*. İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı.

- Polat, M. ve Eren, E. (2013). İlköğretim din kültürü ve ahlak bilgisi öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım alışkanlığının değerler eğitimi bağlamında analizi. İçinde H. Aydın ve M. Polat (Ed.), *Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı* (ss. 7-27). Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Postman, N. (2010). *Televizyon: Öldüren eğlence. Gösteri çağında kamusal söylem* (2. baskı; O. Akinhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sancak, Y. (2018). *Çizgi filmlerin din eğitimindeki rolü hakkında din kültürü ve ahlak bilgisi öğretmenlerinin görüşleri: Sivas ve Kars ili örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- Solmaz, A. (2017). *Toplumsallaşma sürecinde din eğitiminin medya algılaması ve medya kullanım alışkanlıkları üzerindeki rolü* (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Taşkıran, N. Ö. (2007). *Medya okuryazarlığına giriş*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Torun, Ş. (2010). *Sihir içerikli dizi filmlerin çocuklara olan etkisinin din eğitimi açısından incelenmesi: Selena dizi filmi örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Turan, İ. (2005a). *Dinî içerikli televizyon programlarının yetişkinler üzerine etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Turan, İ. (2005b). Televizyonun birey ve toplum üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri. *Diyanet İlmî Dergi*, 41(1), 119-144.
- Turan, İ. (2007). Medyadaki din adamı imajı üzerine bazı düşünceler. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (24-25), 291-304.
- Turanalp, M. F. (2016). İnternetin ergenlere olumsuz etkileri üzerine din eğitimi temelli bir yaklaşım. *Marife Dini Araştırmalar Dergisi*, 16(1), 111-131.
- Türkoğlu, N. ve Şimşek, M. C. (Ed.) (2007). *Medya okuryazarlığı*. İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Varol, M. B. (2012). Dijital ortamda siyer anlatım ve öğretimi: (Tespitler-problemler-teklifler). *Siret Sempozyumu I: Türkiye’de Siret Yazıcılığı Siret Sempozyumu I: Türkiye’de Siret Yazıcılığı*, 523-543. Ankara.
- Yıldız, İ. (2002). Küreselleşme bağlamında sanal din eğitimi. *Avrupa Birliği’ne Giriş Sürecinde Türkiye’de Din Eğitimi ve Sorunları Sempozyumu*, 286-305. Adapazarı.
- Yılmaz, M. (2002). *Eğitimde internet ve bir din eğitimi vortalı denemesi* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Yorulmaz, B. (2013a). Bir yaygın din eğitimi aracı olarak sinema. *Yaygın Din Eğitimi Sempozyumu II*, 153-175.
- Yorulmaz, B. (2013b). Din eğitiminde yardımcı bir araç olarak “tebliğ filmleri”: “Horton hears a who” örneği. *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (İstanbul Yüksek İslâm Enstitüsü Dergisi)*, (44), 247-262.
- Yorulmaz, B. (2013c). Din ve değerler eğitimi açısından Caillou çizgi filminin değerlendirilmesi. *Diyanet İlmî Dergi*, 49(3), 127-143.
- Yorulmaz, B. (2013d). Pepee çizgi filminin din ve değerler eğitimi açısından değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(24), 438-448.

- Yorulmaz, B. (2015a). Dijital oyunlardaki din ve din eğitiminde dijital oyunların kullanılma imkanı. İçinde M. Çamdereli, B. Ö. Doğan ve N. Kocabay Şener (Ed.), *Dijitalleşen Din [Medya ve Din 2]* (ss. 365-410). İstanbul: Köprü Kitapları.
- Yorulmaz, B. (2015b). *Sinema ve din eğitimi*. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi (DEM).
- Yorulmaz, B. (2018). Medyadaki dini faaliyetler ve sorunlar. İçinde M. Köylü (Ed.), *Türkiye’de Din Eğitimi ve Sorunları* (ss. 445-480). İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi.
- Yorulmaz, B. ve Tanrıverdi, M. Z. (2015). Din ve değerler eğitimi açısından keloğlan çizgi filminin değerlendirilmesi. *Sinema ve Din*, 29-51. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi.



# MEDIAD

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

## Media and Religion Studies in Religious Education Literature in Turkey

Ayşe Zifan FURAT

### Extended Abstract

Technological developments, and mass media among those particularly, is one of the main determinants of the era where they circulated extensively. Owing to that fact, mass media and its relation with the religious domain have become one of the key topics in Turkish academia since the dawn of the new millennium. Having observed the significance of media use in both social and personal life, researchers of religious education elaborated on, at least, two important discussion topics. While the first, and perhaps the most prevalent one was addressing the creation of an alternative media-centered pedagogical environment outside the formal settings, the second topic concentrated on the potential of media to teach religion in the classrooms.

Outcomes of the above-mentioned discussions has become extensively available in various academic formats, including dissertations, editorial volumes, and journal articles, since 1989 when the first academic article discussing the relations between media and religious education was published. Although the growth in the number of related academic sources indicated the need for evaluating them, neither have the main research concerns nor the researchers' main academic tendencies in these works been systematically researched yet. Therefore, this paper aims to explore the main research trends in media and religion studies and to pursue answers to the following inquiry: Which research questions are featured in Turkish religious education literature?

Based on the fact that the main purpose of the paper was providing a generic framework for exploring the specifics in the relevant literature, qualitative methods were applied to the data collected during the research. The preliminary analysis disclosed that most of the available literature have shared similar research concerns, regardless of the author's professional background, whether it be in religious studies or theology, or any related disciplines. Therefore, the paper embraces a broader definition of religious education literature that includes the works from different disciplines provided that they feature any key theme or issue in religious education. Consequently, it is divided into three main chapters in accordance with the most common research questions in the academic works, i.e. the ones about users' perception of media, media effects, and media use.

The user's perception of media —one of the most highlighted titles among the researchers since the topic gained particular popularity— refers to the users' attitudes and opinions towards many interconnected themes such as the representation of religion in the media, the functionality of media in disseminating the religious message, and relations between religiosity and media use. As the research indicated, the current religious education literature addressed those themes under two main categories: profiling the users in terms of (1) their opinion on religion in the media and

(2) their use of religious media content. In both types of studies, researchers have covered the users’ aspect through the quantitative data collected in their field research which facilitated generalizations as well as statistical deductions. Yet, over-emphasizing the quantitative data in these works constituted one of the major deficiencies of the current literature. The limited number of qualitative researches showed, however, the users’ vary significantly in their approach to religious message in the media when they are asked to express their thoughts through in-depth interviews.

The early works in the literature show a strong tendency towards studying the perception of vulnerable groups exposed to media influence, and among them particularly children. Nonetheless, this interest was extended to different groups—adults, theology students, etc. Wide range of diversity regarding the sampling became more visible in the forthcoming years. A similar tendency also occurred in terms of media choice; although different types of media were studied, the academic interest has shifted to popular media, and particularly to social media. Whereas it has ascribed a certain value to the literature, it also created difficulty in scrutinizing the continuity and change in the users’ perception.

Media effects in formation of religious thoughts and attitudes have also been studied extensively by researchers from different disciplines of religious studies, including the psychology of religion and the sociology of religion. However, the topic has received significant research attention from the field of religious education since the success in education process has traditionally been considered closely correlated with the sustainability of effects. As the research indicates, available resources in religious education literature fall under two categories in this regard, which coincide with the mainstream education theories: intentional and unintentional effects of media. While the intentional effects were scrutinized with regard to the media use in formal settings, the unintentional effects concentrated on religious message and their role in the creation of new informal religious education environments. Although their research findings differ substantially, both types of research divulged one of the most crucial methodological concerns in the field: how to evaluate the effects of media accurately, if it is possible?

As a response to that question, the early literature embraced a self-evaluation-based approach by inquiring whether the participants think that ‘they were affected by media’ or ‘in which domains they perceive this effect’. The findings regarding the difference between the one’s self-perception and the media’s actual effect on the user encouraged the researchers for more elaborated methods. In a short while, this straightforward approach was replaced by rather elaborated techniques such as gathering data through semi-constructed interviews on media genres, specific productions, and even popular characters.

There is a clear indication that researchers of religious education have turned towards studying the functionality of media in the past years rather than solely reflecting their concerns on the harmful effects of unrestrainedly disseminating religious messages in the media. Concordantly, the media use, the third spotlighted research question in the recent religious education literature, focused on two interrelated aspects of religion in media: representation of religious content in the media and messages disseminated through religious media. Research on both topics has generated a certain growth in academic production, yet, the research showed that research designs applied in these works have not been advanced concomitantly. Embracing a content-oriented approach in their research to a great extent, their findings were mostly based on the data collected through

content analysis. Accordingly, the experimental research designs were not featured, although they have a certain potential for investigating media use.

As a result, the research showed that the Turkish religious education literature shares the rising interest in the topic, yet, it shows certain inadequacies in two regards. First, the lack of continuity in the research focus, despite the fact that the number that available resources in the field is in growth, introduces complications for exploring the associations in the relevant literature across space and time. Second, replication of traditional research techniques indicates a certain need for developing more comprehensive and elaborated research designs. Furthermore, two important discussions topics, i.e. religious media literacy and media ecology, have not yet been introduced systematically in the field. Hopefully, future research will shed light on different aspects of religion and media relations in the field of religious education.



# MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Haziran 2019, 2(1), 53-69

Geliş: 17.05.2019 | Kabul: 22.06.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Türkiye’de Medya ve Din Araştırmalarını Yeniden Düşünmek: Eksiklikler Nasıl Doldurulabilir?

Nihal KOCABAY ŞENER\*



### Öz

Türkiye’de medya ve din araştırmalarına yönelik çalışmalar özellikle 2000’li yıllarda görünür olmaya başlamıştır. Televizyon programlarında popüler olarak temsil edilmeye başlanan din, akademik çalışmaların konusu olmuştur. Ardından ise din olgusu kendisine internet ve sosyal medyada da yer bulmuş ve farklı çalışma alanları açılmıştır. Bu çalışma, Türkiye’de medya ve din araştırmalarının gelişimini incelemektedir. Araştırmaların kısmen gecikmeli olarak başlamasının nedenleri çalışmanın içinde sorgulanmıştır. Çalışmada, Türkiye’de medya ve din alanında yapılmış çalışmalar konularına göre değerlendirilmiştir. Bu akademik alanın gelişimi için bazı önerilerde bulunulmaya çalışılmaktadır. Çalışmanın bulgularına göre, Türkiye’de medya ve din alanında yapılan çalışmalar büyük çoğunlukla İslam’a ilişkindir. Türkiye’de yer alan diğer mezhep ve dinlere yapılan çalışmalarda pek yer verilmediği tespit edilmiştir. Bu eksikliğin giderilmesi yönünde yapılacak çalışmaların çeşitliliği artırması için önemli olacağı düşünülmektedir. Konularda yaşanacak olan çeşitlilik araştırmacılarıdaki çeşitliliği de arttıracaktır. Diğer yandan medya ve din alanındaki araştırmacıların birlikte çalışmalar yürütmesinin alanın gelişimi için gerekli olduğu savunulmaktadır. Periyodik toplantılarla ve bilimsel etkinliklerle araştırmacıların bir araya gelebilmesi sağlanmalıdır. Akademik çalışmalarda tespit edilen sorunların çözümleri için de gerekli adımların atılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Medya ve Din, Medya ve Din Araştırmaları, Çeşitlilik, Temsil, İslam

## Rethinking Media and Religion Studies in Turkey: How to Fill in Gaps?

### Abstract

In Turkey, studies about media and religion began to publish in especially 2000’s. The religion which started to gain popularity in TV programs became a subject for academic studies. Then the phenomenon of religion has had coverage on the internet and social media and different scientific study fields have opened. This study has examined media and religion researches in Turkey. In Turkey, this research field began partially late. Causes of the latency have been questioned in this article. In this study, the researches about media and religion in Turkey have evaluated by subject. Some advice has been made for the development of this academic field. According to the findings, the studies about media and religion in Turkey are mostly related to Islam. Most of the researches do not include sects and religions which represented in Turkey except Islam. Research should be done to eliminate this deficiency. These researches are thought to be important for increasing diversity. Diversity in researches will increase the diversity of researchers. On the other hand, it is argued that it is necessary for the researchers in the field of media and religion to study together for the development of the field. It should be provided that researchers can meet with periodical meetings and scientific activities. Necessary actions should be taken to solve the problems identified in academic studies.

**Keywords:** Media and Religion, Media and Religion Researches, Diversity, Representation, Islam

**ATIF:** Kocabay Şener, N. (2019). Türkiye’de medya ve din araştırmalarını yeniden düşünmek: Eksiklikler nasıl doldurulabilir? *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(1), s. 53-69.

## Giriş

Bir toplumu bir araya getiren belli başlı bazı olgular bulunmaktadır. Her bir toplumda yer alan kurumlar, toplumun devamlılığını sağlayabilmek için birbirleriyle ilişkili bir biçimde çalışırlar. Aile, eğitim, din, ekonomi ve siyaset temel toplumsal kurumların içinde yer almaktadır. Ancak toplumda yaşanan bazı değişimler kurumların içine yeni olguların eklenmesine, bazı kurumların bazı işlevlerini yitirmesine ya da bu işlevleri başka kurumlarla paylaşmasına neden olabilmektedir. Sanayi Devrimi’nin yaşanması nasıl ki önceki döneme göre kurumların yapısında farklılaşmaya neden olduysa yükselişe geçen medya da kurumların işlevlerinin dağılmasında bazı değişimlerin yaşanmasına sebep olmuştur.

Toplumlarda yer alan din kurumu, toplumdaki pek çok konuyu düzenlemede etkin olan unsurlardan biridir. Dinin fonksiyonlarına ilişkin farklı yaklaşımlar (Eliade, 2014, 2015) olmakla birlikte ortaya koyduğu temel olgulardan biri inanç sistemidir. Bu inanç sistemi aile ile toplumsallaşma sürecinde olan toplumun yeni bireyi olan çocuğa aktarılırken, çocukluğun ilk yıllarından sonra ise kurumsal otoritelerce (camii, kilise vs.) bilgilendirme ve yönlendirme işlevi sürmektedir. Ancak kurumsal hale gelen medya toplumda pek çok değişime neden olduğu gibi dinin aktarılmasında farklılaşmaya ya da bireylerin din ile ilgili sorularını da değiştirmeye başlamıştır. Bu sürecin dünyanın her yerinde aynı şekilde olduğu ya da aynı hızla yayıldığı elbette söylenemez. Fakat medya ile birlikte aile ve din kurumları dışında bir aktör daha oyuna girmiştir. Artık dini aktaran, temsil eden hatta kendi kriterleri doğrultusunda şekillendiren bir aktör olmuştur medya.

Medya, izler kitlesine dini anlatan ve aktaran konumunda olmakla birlikte aynı zamanda dinselliğe ilişkin bazı temsilleri de sunmaktadır. Ayrıca çeşitli dini gruplar kendilerinin yaygınlaşabilmesi için de medyayı kullanmaktadırlar. Medya, toplumun dine bakışını belirleyebilen belli etkenlerden biri haline gelirken aynı zamanda bireylerin ve grupların medyayı bir araç haline getirdiğini söylemek mümkündür. Özellikle internetin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte dinleri hem olumlu hem de olumsuz olarak etkileyen bazı unsurlar ortaya çıkmaya başlamıştır.

Medya ve din arasındaki bu etkileşim iletişim çalışmalarında yeni bir çalışma alanının kapısını aralamıştır. Dünyada medya ve din araştırmalarının kurumsal hale dönüşmesi 2000’li yılların başını bulmaktadır (“Journal of Media and Religion”, ty., “NYU The Center for Religion and Media”, ty., “The Center for Media, Religion and Culture”, ty.). Medya ve din ilişkisini ele alan kitaplar ise 1990’lı yıllara dayanmaktadır. Türkiye’de medya ve din araştırmalarının 2000’li yıllarda yapılmaya başlandığını söyleyebilmek mümkündür, özellikle 2010’dan sonra akademik alanda çeşitli yayınlar daha düzenli bir biçimde üretilmeye başlanmıştır.

Türkiye’de din konusu çok tartışılır olmasına rağmen medya ve din ilişkisinin dünya literatürüne kıyasla daha geç ele alınmasının ve çalışmaların yaygınlaşmasının bağlı olduğu bazı etkenlerin olduğunu göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bu çalışma da anılan noktadan yola çıkarak öncelikle bu nedenler üzerine fikir yürütmektedir. Ardından ise Türkiye’de medya ve din çalışmaları alanında yapılan üretimlerin bazılarını değinerek alanın gelişimini serimlemeye çalışmaktadır ve yapılan çalışmaları konularına göre tasnif ederek alanda hangi konulara ağırlık verildiğini saptamaya çalışmaktadır. Daha sonra ise Türkiye’de medya ve din alanında yapılan çalışmalarda neler yapılabileceği, alanın farklı konular ile nasıl zenginleştirilebileceği üzerine önerilerde bulunmaktadır.

Bu çalışmanın temel problemi, Türkiye’de yapılan medya ve din araştırmalarının ağırlıklı olarak İslam’la ilişik okumalar yapılarak şekilleniyor olmasıdır, oysa din kavramı sosyal bilimler açısından ele alındığında çok daha geniş anlamlara açılmaktadır. Ayrıca

Türkiye'deki dini ve etnik kimlikler göz önünde bulundurulduğunda da çalışmaların çeşitlenebilmesi mümkün görülmektedir. Belirtilen problemden yola çıkan çalışma, Türkiye'de yeni yaygınlaşmaya başlamış olan medya ve din araştırmalarının nasıl daha çeşitli olabileceği ve çeşitliliği yansıtabileceği yönünde öneriler sunmayı amaçlamaktadır.

### **Türkiye'de Medya ve Din Araştırmalarının Seyri**

Medya ve din araştırmaları, sosyal bilimlerin pek çok alanına temas ediyor olsa da iki alanı doğrudan ilgilendirmektedir: İletişim bilimi ve ilahiyat. Dolayısıyla medya ve din araştırmaları en başta disiplinlerarası bir araştırma alanıdır. Medya ve din araştırmalarının sadece Türkiye'de değil, yurtdışında da başlangıçta zor bir evreden geçtiğini söyleyebilmek mümkündür. İlahiyat ve medya çalışmalarının bir kesişimi olan medya ve din çalışmalarında yurtdışında da yaşanan zorluğu Judith M. Buddenbaum (2002, s. 14), şöyle ifade etmektedir: Araştırmacılar arasındaki eğilim medyayı ve dini birbirlerinden, diğer kurumlardan ve çevredeki kültürden ayrı olarak incelemek olmuştur. Medya, din ve çevreleyen kültür arasındaki etkileşimin anlaşılmasını genişletmek ve derinleştirmek için ihtiyaç duyulan şey, hem medyayı hem de dini ciddiye alan, kendilerini birbirleriyle ve içinde buldukları çevre kültürüyle ilgili olarak gören disiplinlerarası bir çalışmadır. Buddenbaum'un belirttiğinin Türkiye açısından da geçerliliğinin olduğunu söyleyebilmek olasıdır. Ancak her ülkenin farklı dinamikleri mevcuttur ve bu çalışma alanlarının gelişim seyrinde etkili olabilmektedir. Türkiye'deki medya ve din konusundaki çalışmaların seyri aşağıda açıklanacaktır. Fakat Türkiye'de temel tartışma konularından birini oluşturan din olgusunun medya ile olan ilişkisinin geç dönemde gündeme gelmesinin yanıtlarını aramaya çalışmak bu çalışmanın hedeflerinden biridir. Bu noktada iki argümanın öne sürülebileceğini varsaymaktayız:

- Kitle medyasında din olgusunun daha geç dönemde yaygınlaşması ya da popülerize olması

- İç siyasetin bilimsel paradigmaya etkisi

Bu argümanları biraz daha açmaya ve tartışmaya çalışalım.

*Kitle medyasında din olgusunun daha geç dönemde yaygınlaşması ya da popülerize olması* nedeniyle medya ve din araştırmaları akademinin de gündemine daha sonraki zamanlarda girmiştir. Bu konuyu değerlendirebilmek için Türkiye'deki medyanın sahiplik açısından gelişimine dikkat etmek gerekmektedir. Yazılı basında devlet tekeli söz konusu değilken, radyo yayınları ve ardından başlayan televizyon yayınlarında ise uzun süre devlet tekeli hâkim olmuştur. Bu sebeple dini içerikli yayınlarının öncelikle gazete ve dergilerde başladığını söylemek mümkündür. İlerleyen yıllarda radyo ve televizyon yayıncılığının özelleşmesi ile birlikte dini içerikli yayıncılık yapan radyolar ortaya çıkmaya başlamıştır. Televizyon ile kıyaslandığında daha düşük maliyetli olan radyo yayıncılığı daha tercih edilir bulunmuştur. Bunların yanı sıra yayına başlayan tecimsel televizyonlarda da çeşitli dini içerikli programlara yer verilmiştir, ancak bunlar çoğunlukla dini günlerin olduğu zamanlardadır.

TRT tekelinde bulunan radyo yayıncılığında ilk dini programa 1950 yılında rastlanmıştır. Demokrat Parti'nin iktidara gelişinden sonra laik manevi yayınlar türüne dini yayınlar da eklenmiştir. DP hükümeti 1950 Temmuz ayından başlayarak radyoda Kur'an okunmasını kararlaştırmıştır. 18 Ağustos 1950 Temmuz ayından başlayarak her cuma sabahı Ankara Radyosu'nda Kur'an yayını başlamıştır. Bu tarihten başlayarak yayınlanan dini programlar devletin bu konudaki politikasına koşut olarak, İslam dininin yalnızca bir mezhebine mensup vatandaşların gereksinimlerini karşılamaya yönelik olmuştur. Toplum içinde diğer mezheplere ve dinlere mensup olanlara yönelik hiçbir din programı yayınlanmamıştır (Cankaya, 2003, s.

49). 1990’lı yıllarda ise özel radyolar kurulmaya başlanmıştır ve ilk dini içerikli yayıncılık yapan radyolar da o zaman yayın hayatına girmiştir (Gülнар, 2014, s. 247).

Televizyonda ise dini içerikli ilk yayın 1974 yılında “Kıbrıs Barış Harekatı”nda şehit olanlar için Ankara Maltepe Camii’nden yapılan mevlid yayınıdır. Bunun dışında 1975 yılına kadar herhangi bir dini yayına rastlanmamıştır. 1975 yılında ise “iftara doğru” isimli program ile dini yayınlara yer vermeye başlanmıştır. Özel televizyonların yayına başlamasıyla birlikte bu televizyonlarda dini içerikler de görülmeye başlanmıştır. TGRT, STV, Mesaj, Meltem ve Kanal 7 1990’lı yıllarda dini içerikli program üreten kanallardandır (Çamdereli, 2013, s. 502).

Ayrıca dini olguların yer aldığı bir diğer medya içeriği ise sinema filmleridir. Sinema filmlerinde öncelikle ve özellikle din adamı üzerinden şekillendirilen temsil biçimi kötücül özelliklerle gösterilmiştir. Bunun yanı sıra “hazretli filmler” olarak anılan furyada ise çeşitli hikâyeler sinemaya uyarlanmıştır. Diğer yandan 1960’lı yıllarla birlikte İslami sinema üzerine düşüncelerin başladığını söylemek mümkündür. Lülecî’nin (2014, s. 33) belirttiğine göre, Yücel Çakmaklı tarafından 1960’lı yıllarda ortaya atılan “Milli Sinema” kavramı, 1970 yılından itibaren ürün vermeye başlamıştır. Ayrıca bu kavram yerine zaman zaman “İslami Duyarlıklı Filmler”, “İslami Endişeler”, “Beyaz Sinema”, “Yeşil Sinema”, “İnanç Sineması ve “İslamcı Sinema” gibi isimler de kullanılmıştır.

Dini içerikli medyanın en belirgin olduğu ve uzun yıllara dayanan alan ise yazılı basın içindedir. Dergiciliğin bu alanda önemli bir unsur olarak karşımıza çıktığını belirtmek gerekmektedir. İlimi Etüdler Derneği’nin (İlem) yürüttüğü İslamcı Dergiler Projesi, İslam alanında yayıncılık yapan dergilerin sayılarını bir araya getirmiştir. Buna göre (İslamcı Dergiler Projesi, ty.), 1908 yılından itibaren İslamcı dergiciliğin başlamış olduğunu söyleyebilmek mümkündür. Ayrıca İslami bazı çevreler ve cemaatler de çıkardıkları gazete ya da dergilerle kendi çevrelerine ulaşmışlardır (Çakır, 2014). Bunun dışında ana akım medyanın içinde ise İslam’la ilgili çeşitli içerikler üretilmiştir, bunların da genel olarak yine dini günlerin olduğu zamanlarda yayınlandığını söyleyebilmek mümkündür.

Yukarıda belirtilenler doğrultusunda dini grupların cemaatleriyle ilişkilerini kurabilmek için –yaygın olmasa da– medyayı kullandıkları görülmektedir. Kitle medyasında ise dini içeriklerin yayınlanmaya başlanması özel televizyon ve radyoların yayınlara başlaması ile olmuştur. Bu mecralarda yayınlanan içeriklerin de belirli bir yol kat ederek çoğalması ve araştırmacıların ilgilerini çekmesi belirli bir süreyi almıştır. Belirtilen nedenlerle akademik alanda yapılan araştırmaların yaygınlaşması 2000’li yılları bulmuştur. Ancak akademik çalışmaların bu dönemde başlamış olmasının tek nedeni bu değildir.

İç siyasetin bilimsel paradigmaya etkisi de medya ve din çalışmalarının gecikmeli olarak başlamasının nedenlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Türkiye’de üniversite çoğu zaman siyasetin gölgesinin hissedildiği bir yer olmuştur (Ateş, 2007; Arslan, 2011). Hâkim olan siyasal düşüncenin belirli olgulara olan yakınlığı ya da uzaklığı üniversitelerdeki “makbul” olan düşünceyi de belirlemiştir.

Türkiye’de üniversiteler birçok dönemde çeşitli baskılar ve tasfiyelerle karşılaşmıştır. 12 Mart ve 12 Eylül gibi askeri darbelerin ardından yaşanan tasfiyeler dışında resmi söylemin dışında kalan akademisyenlere de zaman zaman baskı ya da tasfiye uygulanmıştır (Boratav, 2017; Altıparmak ve Akdeniz, 2017). 28 Şubat süreci olarak anılan dönemde de Türkiye’de yaşananlardan üniversiteler elbette bağımsız olarak düşünülemez. Medya ve din çalışmalarının yapılmasının daha geç döneme kalmasının nedeni olarak *iç siyasetin bilimsel paradigmaya etkisi* hususu, ilk maddede belirtilen *medyada din olgusunun daha geç dönemde yaygınlaşması ya da popülerize olması* maddesinde olduğu gibi net verilerle desteklenebilmekten ziyade bir çıkarımdır. Ancak üniversitelerde hem öğrenciler hem de akademisyenler üzerinde kurulu olan baskı ve fişlemelerin



(“YÖK’te 28 Şubat’ın son izi de silindi”, 2012) olduğu göz önünde bulundurulduğunda uzak bir olasılık olmadığını söylemek mümkündür. Baskı ve fişlemelerin dışında çeşitli sebepler ile bu süreçte üniversitelerden öğretim elemanlarında tasfiyeler yapılmıştır (Eğitim-Bir-Sen, 2014).

28 Şubat sürecindeki önemli aktörlerden biri de medyadır. Gazeteci İsmet Berkan, “28 Şubat’ın ana aktörlerinden biri de medyaydı ve medya olmasaydı 28 Şubat başarılı olamazdı. Medya neredeyse gönüllü olarak psikolojik harekâtın parçası oldu” demiştir (Hafızalardaki 28 Şubat, 2019). Yaygın medyada atılan manşetlerden üretilen bir takım içeriklere kadar medyanın bu süreci desteklediği günümüzde tartışılmazdır. Böyle bir durumun içinde medyada dinin nasıl yer aldığı ya da farklı bir takım sorulara yanıt arayan akademik araştırmaların yapılabilmesi çok kolay olmayacaktır.

Sonuç olarak, hem siyasal koşulların akademiye etkisi hem de medya kuruluşlarının İslami içeriklere daha geç dönemlerde yer vermesi medya ve din çalışmalarının sürecini belirlemiştir. Kitle medyasında yer alan içeriklere bakıldığı zaman, bugün de İslam’a yönelik içerikler üretildiği ve bu konuda çeşitliliğin gelişmediğini söylemek gereklidir. Bu tek seslilik aynı zamanda akademik alandaki çalışmalara da yansımaktadır.

### **Türkiye’de Medya ve Din Araştırmalarında Eğilimler**

Türkiye’de medya ve din çalışmalarının gelişim seyrini tartıştıktan sonra yapılan çalışmalara bakmak yerinde olacaktır. Bu makale medya ve din alanında yapılan çalışmaların bir bibliyografyasını sunma niyetinde değildir. Bu nedenle yapılmış olan tüm çalışmalara elbette yer vermek mümkün olmamıştır.

Yapılan çalışmaların bir kaç tema altında toplandığı dikkat çekmektedir. Ayrıca daha önce de ifade edildiği gibi, Türkiye’de medya ve din alanında yapılmış olan çalışmalar İslam dinine ilişkin yapılan çalışmalardır. Bu nedenle diğer dinlere ilişkin verilere bu çalışmada da yer verilememiştir.

Çalışma alanlarını mecra bazında sınıflandırabilmek mümkün olan yollardan biridir: Radyo, televizyon, sinema, yazılı basın, internet. Ancak bu sınıflandırma ağırlık verilen konulara ilişkin bir fikir vermeyeceği için mecra bazında sınıflandırma yolu tercih edilmeyecektir. Konularına göre değerlendirilmeye çalışıldığında yoğunlaşılan alanlardan biri (Müslüman) din adamı temsili olarak ortaya çıkmaktadır. Bu temsili de sinemada ve yazılı basında olarak ikiye ayırabilmek mümkündür. (Turan, 2007a; Yenen, 2011; Yenen, 2012; Karataş, 2014; Karakaya, 2016). Ancak sinemada din adamı temsiline ilişkin yapılan çalışmaların daha yoğun olduğu saptaması yapılabilir. Ayrıca sinema, dizi film ve din ilişkisini değerlendiren çalışmalar da alanda önemli yer kaplamaktadır (Lüleci, 2009; Zengin, 2014; Yorulmaz, 2016a).

Medya vaizliği kavramı ve bu kavram üzerine yapılmış olan çalışmalar da din adamının medyada temsili açısından ele alınabilecek olan konulardan biridir. Medya vaizliği popülerleşme konusuyla birlikte yürüyor olsa da medyada değişen din adamı temsiline örnek oluşturmaktadır. Medya vaizliği ya da dinin popülerleşmesi üzerine yapılan çalışmaların bazıları bütünsel tespitlerle bulunmakla birlikte (Bilgin, 2003; Gündüz, 2010) bazıları ise örnek olaylar üzerine yoğunlaşmış olan çalışmalardır. Örnek olay çözümlemesi yapılan çalışmalarda televizyonda dini içerikli program ve Ramazan ayında programlar yapan Nihat Hatipoğlu ve programları birer inceleme nesnesi haline dönüşmüştür.

Medya ve din ilişkisine yoğunlaşan çalışmalar çalışmaların bazılarını izleyici/dinleyici çalışması olarak tanımlayabilmek mümkündür (Yenen, 2005; Unkun Ülger, 2007; Turan, 2007b; İnan, 2013; Ünsal Yetgindağ, 2015). Böylece bu tür çalışmalarla

sadece medyada dinin nasıl yer aldığı değil, aynı zamanda hedef kitlenin orada yer alanlarla “ne yaptığı” sorusunun da yanıtı aranmaya çalışılmıştır. Bazı çalışmalar ise programların içeriğine ve söylemine yönelmişlerdir (Çelikkaya, 2010; Güneş, 2018; Akkaya, 2018; Arslan, 2016; Gülerarşlan, 2010).

Medyanın işlevlerinden biri olan eğitim konusuna da medya ve din çalışmalarının içinde yer verilmiştir. Medyanın dini eğitim işlevinde nasıl kullanabileceğine yönelik olarak çalışmalar yapılmıştır (Bahadır, 2005; Furat, 2010; Yorulmaz, 2016b). Diğer çalışmalardan farklı olarak Bahadır’ın (2005) çalışması medya içeriklerinin çocuklara olumsuz örnekler taşıdığı üzerinde durmaktadır. Ayrıca Nazıroğlu’nun (2015) dini medya okuryazarlığına dikkat çekmiş olduğu çalışması da önemli olarak değerlendirilmelidir.

Kamusal alanda muhafazakâr kadınların daha fazla yer almasıyla birlikte kadınlara yönelik yayınlar yapan dergiler de inceleme konusu haline gelmiştir. Özellikle İslami moda dergileri bu araştırma konularının nesnesi durumundadır (Erkilet, 2012; Okumuş, 2014; Meşe, 2016).

Son dönemlerde ise çalışmalar genellikle internet ve sosyal medya üzerine yoğunlaşmıştır (Vardi, 2013; Hülür, Akçay Bekiroğlu, 2016; Haberli, 2018; Dereli, 2018; Eken, 2019). İnternetin ve sosyal medyanın toplumsal pek çok kurumu dönüşüme uğrattığı gibi dini de dönüşüme uğratması kaçınılmazdır.

Türkiye’de yer alan diğer din ve mezheplere ilişkin çalışmalara ise literatürde pek rastlanmamaktadır. Var olan çalışmaların büyük çoğunluğu politik kimlik üzerine yapılan çalışmalardır ve bunlar konuyu din açısından ele almamaktadır. Kimliklerin Türkiye basınında nasıl temsil edildiği üzerine yapılan çalışmalar mevcuttur (Işık, 2011; Altındağ, 2016). Referansları arttırabilmek mümkün olsa da çalışmalar medya ve din alanını ele almaktan ziyade politik kimlik üzerine olan çalışmalardır.

Yapılan bu çalışmaların dışında düzenlenen bilimsel toplantıların da medya ve din akademik alanının yaygınlaşmasına katkısı olduğunu söylemek mümkündür. Türkiye’de bu bilimsel toplantılardan ilki Anadolu Üniversitesi’nde 2012 yılında düzenlenen “Media Religion Culture Conference”dir.

2015 yılında ise İstanbul Ticaret Üniversitesi ev sahipliğinde Medya ve Din Sempozyumu düzenlenmiştir. Davetli konuşmacıların yer aldığı sempozyumda medya ve din konusu farklı başlıklar altında tartışılmıştır ve sonrasında sunulan bildiriler Medya ve Din Tartışma Metinleri (2015) başlıklı sempozyum kitabında bir araya getirilmiştir. Medya ve Din Sempozyumu’nun önemli noktalarından biri alana ilişkin sorunları tespit etmesi ve sonuç bildirgesinde yer vermesi olarak kabul edilebilir.

2015 yılındaki bir diğer önemli gelişme ise Sinema ve Din Sempozyumu’nun gerçekleştirilmiş olmasıdır. Bu sempozyumda sinema ve din ilişkisi tartışılmıştır ve güncel durum değerlendirilmiştir. Sunulan bildiriler kitap olarak yayınlanmıştır. Bu çalışmanın önemi sadece sinema ve İslam’a odaklanmaktan ziyade hem Türkiye hem de dünyadan örneklerle yer vererek daha kapsayıcı bir çalışma olmasıdır (Yorulmaz vd., 2015).

Ayrıca medya ve din konusuna ilişkin derleme kitapların yayınlanması da yapılan ve yapılacak olan çalışmaların önünü açmak konusunda geliştirici olmuştur (Çamdereli, Önay Doğan, Kocabay Şener, 2014; Çamdereli, Önay Doğan, Kocabay Şener, 2015). Bu derlemelerden “Medya ve Din” adıyla yayınlanan ilk çalışma daha ağırlıklı olarak geleneksel medya ve din ilişkisine yoğunlaşan çalışmalardan oluşurken ikinci derleme olan “Dijitalleşen Din” kitabı dijital dünya ve din ilişkisine yoğunlaşmıştır.

Medya ve din konusunun akademide tartışılır hale gelmesiyle bazı medya kuruluşlarının da ilgisi konuya yönelmiştir. Medya ve din alanının yaygınlaşmasını sağlayan isimlerden biri olan Mete Çamdereli, çeşitli medya kuruluşlarıyla yaptığı söyleşileri ve sunduğu bazı tebliğleri “Din Ekranda Nasıl Durur?” (2018) çalışması ile bir araya getirmiştir.

Diğer yandan 2016 yılında Moment Dergi, Pop İslam özel sayısı yayınlamıştır. Bu sayıda yer alan çalışmalar İslam'ın medyada popüler sunumlarına odaklanmıştır. Tema editörleri olan Aksu Bora ve Burak Özçetin, derginin editör yazısında sayıda yer alan çalışmaları şöyle belirtmektedir: “Popüler kültür ile İslam arasındaki etkileşimin izini süren yazılardan oluşan bu sayıda, İslami ideolojinin gündelik hayattaki tezahürlerini anlamaya çalışıyoruz. Bunu yaparken, dinsel olanın pratikler ve söylem düzeyinde popüler kültüre nasıl entegre olduğunu tartışıyoruz. Ve elbette, popüler kültürün de dinsel bir söylem içinde nasıl yeniden üretildiğini” (2016, s. i).

Medya ve Din isimli derslerin müfredata alınması yaşanan önemli gelişmelerden olarak değerlendirilebilir. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi ve Sakarya Üniversitesi'nde Medya ve Din dersi seçmeli kategoride yer almıştır.

Medya ve din araştırmalarının kurumsallaşması adına Erciyes Üniversitesi Medya ve Din Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin 2017 yılında kurulmuş olması da önemli adımlardan biridir. Bu merkez, yönetmeliğinde amaçlarını şöyle tanımlamıştır: “Medya ve din eğitime yönelik mesleki gelişim ve eğitim kaynağı olanakları sunmak; medya ve din alanına ilişkin bilimsel girişimleri desteklemek ve bu doğrultuda uygulama ve araştırma kapasitesini güçlendirmek; hedef gruplar ve nihai faydalanıcıların medya ve din ilişkisi ve bunun eğitimsel değeri konusundaki duyarlılıklarını artırmak; medya ve din alanına ilişkin ulusal ve uluslararası işbirlikleri gerçekleştirmek ve bu yolla Merkezin görünürlüğünü artırmak” (<http://www.resmigazete.gov.tr>). Medya ve Din Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin, medya ve din çalışmalarını bir araya getirmek adına yaptığı girişimlerden biri de Medya ve Din Araştırmaları Dergisi'ni yayınlamaya başlaması olmuştur. Bu akademik dergi Türkiye'de bulunan bir eksikliği kapatacak ve alanda yapılan çalışmaların yer alabileceği mecralardan biri olması nedeniyle önem taşımaktadır.

Kamu kurumlarının da konuya ilişkin bazı çalışmaları bulunmaktadır. Diyanet İşleri Başkanlığı 2003 yılından bu yana Dini Yayınlar Kongresi düzenlemektedir. 1. Dini Yayınlar Kongresi'nin Sonuç Bildirgesi'nde Diyanet İşleri Başkanlığının yayıncılık alanındaki amacı şöyle açıklanmıştır:

“Cumhuriyetimizin ilk yıllarında TBMM özel ödeneğiyle yayınlanan klasikleşmiş tefsir ve hadis kitapları gibi temel eserler ile ülkemizin dinî ve kültürel mirasını korumaya yönelik araştırma projelerine dayalı prestij eserleri yayınlamanın yanı sıra; dinî yayıncılıkta özel sektöre rehberlik ederek, din konusunda doğru bilgilendirici ilmî ve fikrî eserleri yazacak ilim adamlarına destek olmak, doğru bilginin hakemliğinde söz konusu yayınları denetlemek ve yayınlanan nitelikli eserlerin toplumdaki yaygınlaşmasını sağlamak olmalıdır” (<https://www2.diyaret.gov.tr>).

Ayrıca kurumsal çabaların içinde Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yayınlanan Diyanet Dergisi'nin Medya ve Din temalı sayısı (Ağustos 2015) ve İstanbul Müftülüğü tarafından yayınlanan Din ve Hayat Dergisi'nin İletişim ve Din Dili temalı sayısı (2014) sayılabilir.

### **Medya ve Din Araştırmalarında Yeni Yönelim Gerekli mi?**

Yukarıda da belirtilmiş olduğu gibi medya ve din araştırmaları bir süredir Türkiye'de sürmekte. Son yıllarda ise çalışmaların belirli bir düzen kazandığı, artık akademik bir alan haline geldiği söylenebilir. Ancak çalışmaların ilerlemesi açısından bazı açılımların yapılmasını önerebilmek mümkündür. Bu çalışmada öneriler bir kaç başlık altında toplanmaya, bu alanlarda neler yapılabileceği ve ne gibi faydalarının olabileceği belirtilmeye çalışılacaktır.

#### **Çeşitlilik**

Bunlardan ilki çeşitlilik unsuru olarak belirtilebilir. Yapılan çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda medya ve din konusunun oturduğu temel alanlardan

biri temsil konusudur. Temsil konusu iletişim çalışmalarında önemli bir alanı oluşturmaktadır. Anlam üretimi ve temsil birbiri ile doğrudan bağlantılıdır. Hall’a göre (2017: s. 23), temsil kavramına üç farklı teorik yaklaşım bulunmaktadır: Yansıtıcı, kasıtlı ve inşacı. Genel olarak iletişim çalışmalarının inşacı temsil konusu üzerine yoğunlaştığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu yönelim medya ve din araştırmaları alanında da sürmektedir.

Temsil araştırmaları sadece temsil edilene değil, aynı zamanda dışlanana, yer verilmeyene ya da yanlış temsil edilene odaklanan çalışmalardır. Ancak medyada dinin temsiline ilişkin yapılan çalışmalar Türkiye’de İslam üzerine yoğunlaşmaktadır. Türkiye her ne kadar Müslüman çoğunluklu bir ülke olarak anılsa da farklı din ya da mezhebe sahip yurttaşlar da yaşamaktadır. Türkiye medyasında temsil edilen ya da edilmeyen ya da yanlış temsil edilen din sadece İslam değildir. Medyada dinin temsili konusunu sadece İslam üzerinden tartışmak indirgeyici bir yaklaşım olmaktadır. Elbette akademik araştırmalarda sınırlandırma yapmak mümkündür ve gereklidir. Araştırmasını sınırlandıran araştırmacının konuyu sadece bir din üzerinden incelemesi de mümkündür. Ancak o halde daha kapsayıcı olan din kavramının kullanılması doğru olmayacaktır. Daha önce de belirtilmiş olduğu gibi sosyal bilimler açısından din kavramı geniş bir alanı kapsamaktadır ve sadece tek bir dini işaret etmemektedir. O halde bir din üzerinden giden çalışmalarda bunun açıklıkla belirtilmesi gerekli ve önemlidir.

Değnilmesi gereken bir diğer nokta ise Türkiye toplumunda dinsel inançlara göre nüfus dağılımı olabilir. Konda Araştırma Şirketi’nin yayınladığı “Türkiye 100 Kişi Olsaydı” başlıklı çalışmaya göre Türkiye’de 100 kişiden 92’si Sünni, 5’i Alevi ve 3’ü ‘diğer’ inançlara mensup (<https://tr.sputniknews.com/analiz/201905031038942449-kondadan-yeni-arastirma-turkiye-100-kisi-olsaydi/>). Ancak 2012 yılında milletvekili Sabahat Akkiraz’ın hazırladığı rapora göre ise Türkiye’de 12 milyon 521 bin Alevi nüfus yaşamaktadır. Alevilerin üzerinde durulmasının sebebi Türkiye’de yaşayan yoğun bir dini grubu oluşturmalarıdır. Fakat buna rağmen medyada temsil oranları oldukça düşüktür. Bunun yanı sıra medya ve din çalışmalarında konu üzerine yapılmış araştırmalar sınırlıdır (Çağlar, 2017; Ulusoy, 2013; Kocabay Şener, 2014, Işık, 2011). Ancak Aleviliğin etnik köken olarak tanımlanması ve madun olmasından kaynaklı olarak yapılan politik kimliğine yönelik çalışmalar vardır. Ancak bu çalışmanın konusu dışında buldukları için onlara değinilmemektedir.

Yine Türkiye odaklı yapılacak olan medya ve din çalışmalarında Türkiye’de yaşayan Hıristiyanlar, Museviler ve diğer dinsel kimliklere mensup olan gruplar ve onların medya ile olan ilişkileri (yaptıkları yayınlar, temsiller, kullanım biçimleri vs. gibi) çalışılmayı bekleyen konular arasında yer almaktadır.

#### *Disiplinlerarası çalışmalar*

Disiplinlerarasılık, iki ya da birçok disiplin arasında bilgi, inceleme ve yöntemlerin aktarımı ve alışverişini varsayar (Bourse, Yücel, 2012: s. 15). Disiplin ise uzmanlaştığı alan, kullandığı teknik, araç, yöntem ve terminoloji bakımından diğerlerinden ayrılan alt bilim olarak tanımlanmaktadır (Demir, Acar, 1992, s. 96). Bilimin disiplinlere ayrılması 19. yüzyılda tanımlanmış bir olgudur. Bu ayrımla birlikte uzmanlaşma kavramı da ortaya çıkmaya başladı. Said’e göre (2015, s. 85), “günümüzde insan, eğitim sistemi içinde ne kadar yukarılara çıkarsa o kadar dar bir bilgi alanıyla sınırlanmaktadır.” Burke (2018, s. 37) ise birbirinden ayrılan bölümler sonucunda bir takımada olan üniversitenin birbirinden bağımsız olan adalar topluluğuna dönüştüğünü ve bir adadan diğerine geçmenin imkânsız olmasa da epey güç olduğunu ifade etmektedir. Modernizmin getirmiş olduğu uzmanlaşma bilim dalları arasında keskin sınırlar çizmiştir. Ancak bir konuda derine doğru inen bilgiye sahip olma ve yoğunlaşma, ilişkili olan disiplinlerle araya sınır koymuştur. Modernitenin tartışılmaya başlanmasıyla birlikte tartışılan konulardan biri de disiplinler arasındaki keskin çizgilerin muğlaklaşması ve birbirleriyle

temasa geçerek yeni bakış açıları geliştirilmeye başlanması olmuştur. 1960'lı yıllarla birlikte disiplinlerarasılık tartışılır konulardan biri haline gelmiştir.

Medya ve din araştırmaları sosyal bilimlerin pek çok disiplinini içine alabilecek yapıya sahiptir. Ancak konuya ilişkin olarak iletişim bilimleri ve ilahiyat alanlarının daha fazla çalışma ürettiği gözlenmektedir. Geleneği açısından bakıldığında iletişim bilimi birçok bilim alanı ile temasta olan bir alandır. Medya kavramına din de eklenince temasta olunan alanlara ilahiyat da dâhil olmaktadır. Yani konu ne sadece iletişim bilimcileri ne de ilahiyatçıları ilgilendirmektedir. O halde birlikte çalışmak, fikir alışverişi yapmak zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

Medyanın dini kavramları yanlış kullanmasını eleştiren bir ilahiyatçı yaptığı eleştiride iletişim alanına ilişkin bir kavramı hatalı olarak kullanabilir ve kullanmaktadır. Bir iletişim bilimcinin de elbette yıllarını ilahiyat alanına vermiş bir akademisyenin bilgisine sahip olması mümkün olmayacaktır. Bir bilim alanının diğer alanla ilişkin kavramlara hâkim olması günümüzün “uzmanlık” dünyasında gerekli görülüyor olsa da bu alanla ilgili çalışanların bir üst dil belirlemesi açısından durum önem arz etmektedir.

Medya ve din konusu tartışılmaya başlandığı zamandan beri medyanın, dini bilgiye hâkim olan kişilerden danışmanlık alması önerilen başlıklardan biri haline gelmiştir. Çeşitli platformlarda dile getirilen bu görüşe Medya ve Din Sempozyumu Sonuç Bildirgesi'nde de yer verilmiştir: “Medyada yer alan din temsillerinin ve dine ilişkin bilgilerin doğru verilmesinin sağlanabilmesi için konu ile ilgili uzmanların istihdam edilmesi gereklidir. İstihdam sağlanamıyorsa bile kurumsal yapıya sahip dini otoritelerden yararlanma mekanizmaları geliştirilmelidir” (Medya ve Din Sempozyumu Sonuç Bildirgesi, 2015, s. 314). Bu öneri öncelikle, iki taraflı olarak akademik yapı içinde benimsenmelidir. Medya ve din alanında çalışmalar yürüten başta iletişim bilimleri ve ilahiyat akademisyenleri olmak üzere sosyal bilimlerde yer alan akademisyenlerin birbiriyle bilgi paylaşımına gitmeleri araştırma alanının genişlemesi açısından önemli görülmektedir. Bazı çalışma alanlarında olduğu gibi bir platformun kurulması sözü edilen birlikteliği sağlayabilecek unsurlardan biri olabilir.

#### *Çalışma grupları oluşturma*

Türkiye’de medya ve din araştırmaları, bu çalışmada da değinilmeye çalışıldığı gibi bir zamandır sürmektedir. Alana ilişkin bir bibliyografyanın hazırlanması ve güncel tutulması çalışmaların takibi ve benzer konularda çalışan akademisyenlerin birlikteliği açısından önemli olarak düşünülebilir.

Çeşitli toplantılar, yapılan bazı yayınlar, bazı sivil toplum kuruluşlarının ilgisi konuyu daha tartışılır bir duruma getirmiştir. Medya ve din konusunun akademi çatısı altında tartışılmaya başlanması, lisansüstü tezlerin yapılması, İstanbul Ticaret Üniversitesi’nde Medya ve Din Sempozyumu’nun düzenlenmesi, son olarak Erciyes Üniversitesi’nde Medya ve Din Araştırma Merkezi’nin kurulması akademide çalışma alanının belirlenmesi adına atılmış adımlardır. Ayrıca Medya ve Din Araştırmaları Dergisi’nin yayın hayatına başlamış olması yapılan akademik çalışmaların kendilerine bir adres bulabilmesi noktasında önem taşımaktadır.

Çalışmaların ilerleyebilmesi adına alanda çalışan akademisyenlerin paylaşımında bulunabileceği bazı mecraların ortaya konulması, periyodik olarak sürecek toplantıların organize edilebilmesi alana katkıyı sağlayacaktır. Ayrıca medya ve din konusuna yönelik bazı araştırma projelerinin yapılması önemli hususlardan biri olarak değerlendirilebilir.

### *İslamofobi belirlenimciliği*

İslamofobi için 11 Eylül 2001’de ABD’de düzenlenen terör saldırılarının bir kırılma olduğu kesindir. Daha sonrasında yaşanan Arap Baharı ve bu ülkelerde yaşanan iç savaşlar, savaşların neden olduğu kitlesel göçlerle pekişen islamofobi günümüzdeki temel sorunlardan biri olarak görülmektedir. İslamofobinin yükselişi özellikle küresel medyaya yansıyan haberlerde belirginleşmektedir. Dolayısıyla hem dünyada hem de Türkiye’de yapılan medya ve din araştırmalarının odak noktalarından birini islamofobi konusu oluşturmaktadır.

İslamofobi kavramının yüzyılların eseri olan Şarkiyatçılık (oryantalizm) kavramının üzerine temellendiğini gözden kaçırmamak gerekmektedir. Bu alan uzun yıllar öncesine dayanmaktadır. “Hıristiyan Batı’da remi biçimiyle Şarkiyatçılığın 1312’de Viyana’da toplanan Kilise Şurasının Paris, Oxford, Bologna, Avignon ve Salamanca üniversitelerinde Arapça, Yunanca, İbranice ve Süryanice kürsülerinin kurulmasını kararlaştırmasıyla birlikte başladığı kabul edilir” (R. W. Southern, 1962, s. 72’den aktaran Said, 2006, s 59). Dolayısıyla İslamofobinin kökenlerini de besleyen Batı’nın bir Doğu algısı bulunmaktadır. Ancak şu da söz konusudur ki; Batı medyasının İslam’a ya da Müslümanlara ilişkin temsil sorunu yeni değildir. Said hem 1978’de yayınlanan Şarkiyatçılık (2006) çalışmasında hem de Medyada İslam (2008) çalışmasında bu konuya dikkat çekmektedir. Said, yayınlanışından 15 yıl sonra Medyada İslam’a yazdığı giriş yazısında şunları aktarmaktadır:

Medyada İslam yayımlandığından bu yana geçen on beş yıl içinde Amerikan ve Batı medyası Müslümanlar ve İslam üzerine yoğun bir şekilde odaklanmış; bu konularda çıkan haberlerin çoğuna, ilk baskıda anlattığımdan çok daha abartılı bir basamaklılık ve savaştan bir husumet damgasını vurmuştur. (...) İslam dünyası ‘uzmanı’ adı verilen birçok isim öne çıkmakta, bu isimler kriz dönemlerinde haber programlarına ve söyleşilere katılıp İslam hakkında hazır reçetelerle ahmak kesmektedir. Ayrıca Müslümanlar hakkındaki, en çok da beyaz olmayan Müslümanlar hakkındaki daha önceleri itibar edilmeyen kanonik Şarkiyatçı fikirler tuhaf bir şekilde dirilirmiş gibi görünüyor. Başka hiçbir kültürün ırksal ya da dini yanlış temsillerinin benzer bir dokunulmazlık zırhıyla korunmadığı bir ortamda bu fikirlerin öne çıkması gerçekten tüyler ürpertici (Said, 2008: 13).

İslam’ın ve Müslümanların özellikle küresel medyada yayınlanan haberlerde temsil konusunda yaşadıkları sorunların kökenleri aslında çok daha öncesine gitmektedir. Günümüzde konunun daha tartışılır hale gelmesindeki nedenler arasında ise hem islamofobi kavramının dolaşıma girmiş olması hem de haberlerin sayısındaki artış yer almaktadır. İslam’a ve Müslümanlara yönelik haberlere nasıl yer verildiği önem taşımakla birlikte bu sorun yılların sorunudur ve tespitin dışında neler yapılabileceğine dair önerilerde bulunmak daha faydalı olacaktır.

Uzun yıllardır devam eden bu temsil sorununa ilişkin olarak çözüm önerileri gerek akademik yayınlarda gerekse de düzenlenecek olan toplantılarda tartışılmalı ve tespitin ötesinde sivil toplum, medya ve kamu kuruluşlarının yapabilecekleri unsurlar belirlenmelidir.

Diğer yandan İslamofobik söylemlere karşı üretilen söylem de Garbiyatçılığa (Oksidentalizm) düşme tehlikesi altındadır. “Garbiyatçılığın içindeki Batı görüşü, karşıtı olan Şarkiyatçılıktaki en kötücül özelliklere benzer şekilde, insancılığın içinden insanı hedeflemeyi silmiştir. Şarkiyatçılıktaki bazı önyargılar Batılı olmayan insanları olgun birer insan olarak görmekten uzaktır ve onları çocuk zekâlı varlıklar olarak görür ve daha önemsiz bir topluluk muamelesi yapar. Garbiyatçılık da en az bu kadar indirgemecidir ve bağınazlığıyla; Şarkiyatçılık görüşünü sadece tersyüz eder” (Buruma, Margalit, 2009, s. 16). Hem medyada üretilen hem de İslamofobik metinlere ilişkin yapılan akademik çalışmalar bu sorunu yaşayabilme ve “ötekilik” söylemini yeniden üretebilme riskinden uzak olmalıdır. Oryantalizmin temel sorunu olan kitleyi homojen olarak tanımlama garbiyatçılık için de geçerlidir.

## Sonuç

Din olgusu, Türkiye'nin odağındaki kavramlardan biri olmasına rağmen medya ve din konusunun bir araştırma alanı olarak gelişmesi belirli bir zamanı almıştır. Bu gecikmenin nedeni olarak bu çalışma iki tespitte bulunmuştur. Bunlardan ilki kitle medyasında dinin özel yayıncılık ile yer almaya başlaması, diğeri ise siyasetin bilimsel paradigmaya olan etkisidir.

Medya ve din konusu ele alındığı zaman medyanın dini kullanması ve dinin medyayı bir araç haline getirmesi olarak iki husus ile karşılaşılmaktadır. Bu çalışmanın içinde dinin medyayı kullanması konusuna değinilmemiştir. Türkiye'de yapılan çalışmaların da çoğunlukla medyanın dini nasıl kullandığının üzerinedir. Özellikle televizyonda üretilen içeriklerle din konusu popüler hale getirilmeye başlanmıştır. İnternetin ve sosyal ağların yaygınlaşmasıyla birlikte pek çok toplumsal kurumun etkilendiği gibi din kurumu da bu gelişmelerden etkilenmiştir ve dolayısıyla yönelmesi gereken bir araştırma alanı ortaya çıkmıştır.

Türkiye'de medya ve din araştırmalarının kurumsal hale gelmeye başlaması konuya ilişkin düzenlenen bilimsel toplantıların ardından kurulan araştırma merkezi ile olmuştur. Bunların öncesinde de elbette yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Çalışmalarda artış gözlenirse de henüz çalışma alanının başlangıç aşamasında olduğunu tespit etmek mümkündür. Bugüne kadar çeşitli konularla ilgili olarak çalışmalar üretilmiştir. Çalışma alanının ivme kazandığı gözlenmiştir ve bu ardıl çalışmaların da geleceği anlamına gelmektedir. Bu çalışma alanda yapılan çalışmaların genel bir çerçevesini çizmeye çalışmış ve yapılacak olan çalışmalara ilişkin bazı önerilerde bulunabilmeyi amaçlamıştır. Öneriler şu başlıklarda derlenebilir:

- İslam üzerine yoğunlaşan çalışmalar dışında diğer din ve mezheplere de yer veren çoğulcu çalışmaların yapılabilmesi ve araştırmacılar da çoğulculuğun sağlanabilmesi,

- Medya ve din araştırmaları konusunun disiplinlerarası bir alan olduğunun göz önünde bulundularak akademik işbirliklerinin gerçekleştirilmesi, Araştırma projelerine yönlenerak daha kapsamlı araştırmaların ortaya konabilmesi,

- Alanda çalışan araştırmacıların periyodik olarak bir araya gelebilecekleri toplantıların düzenlenmesi,

- Tespitlerde bulunmak dışında çözüm önerilerinin sunulabilmesi ve bunların hayata geçirilebilmesi için çabalanması,

- Akademik alanda uluslararası işbirliklerinin artırılması.

Sonuç olarak, Türkiye'de başlamış olan medya ve din alanındaki çalışmaların tartışılabilir olması öncelikli olarak önemli bir adımdır. Ancak gerçek sorunları tespit ederek özellikle kolektif çalışmalara ağırlık verilmesi gerekliliği ortadadır, zira asıl sorunu ortaya koyabilecek çalışmalar geniş kapsamlı ve bireysel yapılması mümkün olmayan çalışmalardır. Alana ilişkin çalışma sınırlarını genişletmek hem akademik bilgi üretimi için hem de çözümlerin hayata geçirilebilmesi için bir gerekliliktir. Gelecekte yapılacak olan çalışmalarla din ve medya olgularının birbirleriyle etkileşimi üzerine yoğunlaşılabilir. Medya ve din arasındaki ilişkiyi bir gerilim olarak tanımlamaktan öteye gidilerek bireylerin gündelik hayatlarının içinde medya ve din ilişkisini nasıl konumlandıkları, edindikleri bilgilerle ne yaptıkları ya da yaygınlaşan teknolojik gelişmelerin dinsel pratiklerini nasıl etkilediği gibi sorular yanıtları beklemektedir. Uluslararası literatürde bu tür çalışmalar bulunuyor olsa da Türkiye'de bireylerin bu ilişkiden nasıl etkilendiği ya da bireylerin bu ilişkiyi nasıl etkilediği üzerine yapılacak çalışmaların alana katkı sağlayacağını söyleyebilmek zor değildir.

## Son Notlar

<sup>1</sup> Oxford Dictionary’ye göre Islamophobia kavramının kökeni 1920’lere dayanmaktadır (<https://en.oxford-dictionaries.com/definition/islamophobia>).

## Kaynakça

- Akkaya, Ü. H. (2018). Kültür endüstrisi, popüler kültür ve yabancılaşma bağlamında medya din ilişkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), 590-606. DOI: 0.17719/jjsr.2018.2665
- Altındağ, K. (2016). *Türkiye medyasında Yahudi temsili: Struma gemisi olayı örneği*. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Altıparmak, K. ve Akdeniz, Y. (2017). *Bariş için akademisyenler: Olağanüstü zamanlarda akademiyi savunmak*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arslan, A. (2011). *Türkiye’de üniversite ve siyaset*. İstanbul: Paraf Yayınları.
- Arslan, M. (2016). Kitle iletişim araçları, medya ve din ilişkisi üzerine. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 5-26.
- Ateş, T. (2007). *Üniversitelerimiz ve demokrasi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bahadır, A. (2005). Çocukluk dönemi din ve değer yapılanmasında TV yayınlarının olumsuz etkileri ve çözüm önerileri. *Çocuk Sorunları ve İslam Sempozyumu*, 548-606.
- Bilgin, V. (2003). Popüler kültür ve din: Dindarlığın değişen yüzü. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(1), 193-214.
- Bora, A. ve Özçetin, B. (2016). Tema editörlerinden, *Moment Dergi*, 3(1). i-iv.
- Boratav, K. (19 Şubat 2017). *Üniversite tasfiyeleri: Geçmişten bugüne*, Erişim adresi: <https://www.birgun.net/haber-detay/universite-tasfiyeleri-gecmisten-bugune-147393.html>, Erişim tarihi: 21.04.2019.
- Bourse, M., Yücel, H. (2012). *İletişim bilimlerinin serüveni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Buddenbaum, J. M. (2002). Social science and the study of media and religion: Going forward by looking backward. *Journal of Media and Religion*, 1(1), 13-24, DOI: 10.1207/S15328415JMR0101\_3
- Burke, P. (2018). *Bilgi tarihi nedir?* (T. Sivrikaya, Çev). İstanbul: Isık Yayınları.
- Buruma, I. ve Margalit, A. (2009). *Garbiyatçılık*. (G. Turan, Çev). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Cankaya, Ö. (2003). *Bir kitle iletişim kurumunun tarihi: TRT 1927-2000*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Center for Media, Religion and Culture. (ty.). *About us*. Erişim adresi: <https://www.colorado.edu/cmrc/about-us>, Erişim tarihi: 20.04.2019
- Çağlar, B. (2017). Alternatif medya ve ana akıma karşı yayıncılık, *II. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi*, İstanbul.
- Çakır, R. (2014). *Ayet ve slogan*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Çamdereli, M. (2013). *Reklamın görme dediği*. İstanbul: Avrupa Yakası Yayıncılık.
- Çamdereli, M. (2018). *Din ekranda nasıl durur?*. İstanbul: Ketebe Yayınları.
- Çamdereli, M., Önay Doğan, B. ve Kocabay Şener, N. (Ed). (2014). *Medya ve din*. İstanbul: Köprü Kitapları.



- Çamdereli, M., Önay Doğan, B. ve Kocabay Şener, N. (Ed.). (2015). *Dijitalleşen din*. İstanbul: Köprü Kitapları.
- Çamdereli, M., Önay Doğan, B. ve Kocabay Şener, N. (Ed.). (2015). *Medya ve Din Tartışmaları*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları.
- Çelikkaya, M. F. (2010). *Seküler bir kutsal oluşturma aracı olarak medya ve din ilişkisi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Demir, Ö. ve Acar, M. (1992). *Sosyal bilimler sözlüğü*. İstanbul: Ağaç Yayınları.
- Dereli, M. D. (2018). *Dini kimliklerin sosyal medyada akışkanlaşması: Siber-etnografik bir araştırma*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Eğitim-Bir-Sen. (2014). *Rakamlarla 28 Şubat raporu*, Erişim adresi: [http://www.ebs.org.tr/ebs\\_files/files/yayinlarimiz/28\\_subat\\_rapor\\_web.pdf](http://www.ebs.org.tr/ebs_files/files/yayinlarimiz/28_subat_rapor_web.pdf)
- Eken, M. (2019). *Modern görsel kültürde online din: M nesli'nin online inanç pratikleri üzerine bir inceleme*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Eliade, M. (2014). *Dinler tarihine giriş*. (L. Arslan Özcan, Çev.) İstanbul: Kbalcı Yayınları
- Eliade, M. (2015). *Dinin anlamı ve sosyal fonksiyonu*. (M. Aydın, Çev.) İstanbul: Kbalcı Yayınları
- Erciyes Üniversitesi Medya ve Din Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi Yönetmeliği (2017). Erişim adresi: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/04/20170421-8.htm>
- Erkilet, A. (2012). Mahremiyetin dönüşümü: Değer, taklit ve gösteriş tüketimi bağlamında "İslami" moda dergileri. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 27-40.
- Furat, A. Z. (2010). Yaygın din eğitiminde kitle iletişim araçlarının yeri: Televizyon örneği. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*; Sayı 19; 37-62.
- Gülerarslan, A. (2010). Uhreviye karşı seküler: Din ve televizyon. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 221-228.
- Gülınar, M. (2014). Dini müzik ve medya. M. Çamdereli, B. Önay Doğan, N. Kocabay Şener (Ed.), *Medya ve Din* (s. 235-259) içinde. İstanbul: Köprü Kitapları.
- Gündüz, Ş. (2010). Dinsel söylemin medyatikleşmesi ya da medya vaizleri. *Eskiyeni*, 17, s. 45-49.
- Güneş, A. (2018). Medyanın olumsuz din algısına etkisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28(1), s. 203-216. DOI: 10.18069/firatsbed.387896
- Haberli, M. (2018). Sosyal medyada dini inanç ve ahlaki değerlerin dejenerasyonu üzerine bir değerlendirme. 1. *Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi*. 23-25 Kasım 2018.
- Hafızalardaki 28 Şubat (28 Şubat 2019). Erişim adresi: <https://www.yenisafak.com/gundem/hafizalardaki-28-subat-2424251>
- Hall, S. (2017). Temsil işi. Hall, S. (Ed.). *Temsil* (İ. Dündar, Çev.) (s. 21-98) içinde. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Hülür, A. B. ve Bekiroğlu, H. A. (2016). Çevrimiçi din: Dini içerikli bir Facebook sayfasının göstergebilimsel analizi. *Akademik Araştırma ve Dayanışma Derneği Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 14(27), 145-164.

- I. Dini Yayınlar Kongresi Sonuç Bildirgesi (2003). Erişim adresi: <https://www2.diyaret.gov.tr/DiniYay%C4%B1nlarGenelMudurlugu/Sayfalar/kongre1.aspx>
- Işık, M. (2011). Türk basınında Alevi ve Alevilik algısı üzerine bir çalışma. *Turkish Culture & Haci Bektas Veli Research Quarterly*, (60). 197-218
- İnan, M. (2013). Lise öğrencilerinin medya-din ilişkisi algıları. *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 121-146.
- İslamcı Dergiler Projesi (ty.). Dergiler, Erişim adresi: [http://katalog.idp.org.tr/dergiler?order\\_by=date\\_asc](http://katalog.idp.org.tr/dergiler?order_by=date_asc), Erişim tarihi: 21.04.2019.
- Journal of Media and Religion. (ty.). List of issues. Erişim adresi: <https://www.tandfonline.com/loi/hjmr20>, Erişim tarihi: 20.04.2019
- Karakaya, H. (2016). Kırsal hayatta modernite karşıtı olarak din adamı imajının Türk sinemasına yansımaları. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (1), 57-75.
- Karataş, M. (2014). Türk Sineması’nda din adamı temsili. *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi*, 33, 33-60.
- Kocabay Şener, N. (2014). Medyadaki Alevilik ve Alevilerin medyası. M. Çamdereli, B. Önay Doğan, N. Kocabay Şener (Ed.), *Medya ve Din* (s. 261-287) içinde. İstanbul: Köprü Kitapları.
- Konda’dan Yeni Araştırma: Türkiye 100 kişi olsaydı (3 Mayıs 2019). Erişim adresi: <https://tr.sputniknews.com/analiz/201905031038942449-kondadan-yeni-arastirma-turkiye-100-kisi-olsaydi/>
- Lüleci, Y. (2014). Milli sinemacıların ikinci döneminde sinema ve din. M. Çamdereli, B. Önay Doğan, N. Kocabay Şener (Ed.), *Medya ve Din* (s. 33-72) içinde. İstanbul: Köprü Kitapları.
- Lüleci, Yalçın. (2009). *Türk sineması ve din*. İstanbul: Es Yayınları.
- Meşe, I. (2016). Tüketim, din ve kadın bağlamında İslami moda dergileri. *Eskisehir Osmaniye Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 95-110.
- Nazıroğlu, B. (2015). Din eğitiminin gerekliliği açısından dini medya okuryazarlığı. *Dinbilimleri Journal*, 15(2), 191-220.
- NYU The Center for Religion and Media. (ty.). About. Erişim adresi: <https://wp.nyu.edu/crm/about/>, Erişim tarihi: 20.04.2019
- Okumuş, M. (2014). Muhafazakâr moda dergileri ve din. M. Çamdereli, B. Önay Doğan, N. Kocabay Şener (Ed.), *Medya ve Din* (s. 93-126) içinde. İstanbul: Köprü Kitapları.
- Said, E. W. (2006). *Şarkiyatçılık*. (B. Ülner, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Said, E. W. (2008). *Medyada İslam*. (A. Babacan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Said, E. W. (2015). *Entelektüel*. (T. Birkan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Turan, İ. (2007a). Medyadaki din adamı imajı üzerine bazı düşünceler. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24(24-25), 293-304.
- Turan, İ. (2007b). Televizyondaki dini içerikli programların yetişkinler üzerindeki etkileri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 23 (23), 223-245.
- Ulusoy, N. (2013). Alawi revival in Turkish fictional cinema after 2000’s. *Humanities and Social Sciences Review*, 2(3). 293-311.

- Unkun Ülger, S. (2007). *Medya din ilişkisi üzerine sosyolojik bir araştırma 'Kahramanmaraş örneği'*, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Ünsal Yetgindağ, B. (2015). *Dini radyo yayınlarının alımlanması: Akra FM örneği*, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Vardi, R. (2013). *İnternet ve İslam*. Akademi Titez Yayınları.
- Yenen, İ. (2011). *Toplumsal tezahürleri bağlamında Türk sinemasında din, din adamı ve dindarlık olgusu*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Yenen, İ. (2012). Yazılı basında "din adamı" kimliğinin temsili. *Electronic Turkish Studies*, 7(2), 1161-1181
- Yorulmaz, B. (2016a). *Popüler filmlerde din*. İstanbul: İstanbul Tasarım Yayınları.
- Yorulmaz, B. (2016b). *Sinema ve din eğitimi*, İstanbul: DEM Yayınları.
- Yorulmaz, B. vd. (Ed.). (2015). *Sinema ve din*. İstanbul: Dem Yayınları.
- YÖK'te 28 Şubat'ın son izi de silindi (1 Mart 2012). Erişim adresi: <https://www.ntv.com.tr/egitim/yokte-28-subatin-son-izi-de-silindi,cLSHtfdx2EivQ-b649K5xwww>
- Zengin, F. (2014). Dizilerde dinin temsili. M. Çamdereli, B. Öney Doğan, N. Kocabay Şener (Ed.), *Medya ve Din* (s. 73-92) içinde. İstanbul: Köprü Kitapları.

# MEDIAD

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

## Rethinking Media and Religion Studies in Turkey: How to Fill in Gaps?

**Nihal KOCABAY ŞENER**

### Extended Abstract

Although religion has discussed overly in Turkey, media and religion relationship has studied later than glo<sup>2</sup>bal literature. This latency has some causes. Firstly, this article has examined these reasons. Afterward, it touches on some researches in the field of media and religion in Turkey and it tries to explain the development of the field. It asserts researches by subjects and tries to determine which issues are focused on in the field of media and religion. The paper has made suggestions about what can be studied and how the field can be enriched with different topics.

A fundamental problem of this study is that researches media and religion researches in Turkey are mainly focused on Islam. In fact, according to social science concept of religion have more than one meaning. Additionally, it is possible to add some diversity in researches considering that religious and ethnic identities in Turkey. The paper aims to propose, how the diversity can be presented and how can the range of studies in media and religion researches be widened in Turkey.

One of the paper's main aims is to seek an answer to why the relationship between media and religion newly becoming a current issue in Turkey unlike the rest of the world. We have supposed to assert two arguments:

- Becoming a popular phenomenon of religion in mass media in the later period
- The effect of domestic policy on the scientific paradigm

Media and religion researches have become a current issue in the academy is in connection with it's becoming a popular phenomenon of religion in mass media in the later period. Radio and television broadcasting was in state monopoly until the 1990s. Some programs about religion have begun to broadcast in mass media after deregulation of radio and television broadcasting. But in the later years, television programs about religion have become popular and the era of televangelism/televangelist begun.

In the mass media, the publication of religious contents began after private radio and television had started to broadcast. These contents have taken time to increase and they have attracted researchers' attention. As a consequence, researches in the academy became widespread in the 2000s.

The effect of domestic policy on scientific paradigm can be evaluated as one of the reasons for the delayed start of media and religion researches. The academy in Turkey is usually an institution where under the influence of politics.

It is not possible to evaluate the events at Turkey in the 28 February excluding the universities. It was not possible to do research about media and religion during that time, considering what happened in the universities.

There are important points in the institutionalization of the media and religion researches in Turkey: which are Scientific meetings about media and religion and establishment of the research center. There are some researches before institutionalization. Although the number of researches has been increased, right now, the field of media and religion is in an early stage. Researches about different issues have been studied in the field of media and religion until today. This research area has gained speed and more researches can be studied in the forthcoming days. This paper has tried to make a general review about media and religion researches in Turkey and aims to make suggestions for researches which will study. Recommendations can be grouped under the following headings:

- Religions except Islam and sects should be included in researches and so there can be given variety not only research issues but also researches.
- Media and religion researches is an interdisciplinary area. For this reason, academic collaboration should be developed
- Research projects should be studied
- Organizing meetings where researchers working in the field can meet periodically
- Submitting solution suggestions other than determinations and making an effort for application
- Increasing international collaboration in the academic area

As a result, it is important to be able to discuss researches in the field of media and religion in Turkey. However, it is necessary to focus on collective studies by identifying real problems. Researches that can reveal the problem are more comprehensive and it is not possible these researches that cannot be studied individually. Expanding the working limits of the field is a requirement both for the production of academic knowledge and for the realization of solutions.



# MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Haziran 2019, 2(1), 71-91

Geliş: 03.05.2019 | Kabul: 18.06.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Türkiye’de Sinema ve Din Alanında Yapılan Akademik Çalışmalar Hakkında Genel Bir Değerlendirme

Bilal Yorulmaz\*



### Öz

Türkiye’de sinema ve din tartışmaları sinemanın Osmanlı ülkesine gelmesiyle birlikte başlamıştır. Buna rağmen akademik düzeyde sinema ve din konusunun ele alınışı uzun yıllar mümkün olmamıştır. İleri 1977’de olmak üzere bu alanda 18 kitap kaleme alınmıştır. İlk tez çalışması ise 1986 yılında yapılmıştır. Ülkemizde 2019 yılına kadar sinema ve din alanında 31 yüksek lisans, 12 doktora çalışması yapılmıştır. Bu çalışmaların belirli anabilim dalları ve üniversitelerde yoğunlaştığı görülmektedir. Tezlerde konu olarak dini temalar ve dindar tipolojilerine ağırlık verilmekte ve çoğunlukla doküman inceleme ve literatür taraması yöntemi kullanılmaktadır. Sinema ve din alanında yazılan makalelerin yazarlarının büyük kısmının unvanı doktor öğretim üyesidir. Genellikle genç akademisyenler bu alanda makale yazmayı tercih etmekte ve sinema ve din alanındaki çalışmalar belirli üniversite ve anabilim dallarında yoğunlaşmaktadır. Tezlerde olduğu gibi makalelerde de en çok ele alınan konular dindar tipolojileri ve dini temalar iken, en çok tercih edilen yöntemler literatür taraması ve doküman incelemedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sinema ve Din, Yüksek Lisans Tezleri, Doktora Tezleri, Makaleler, Araştırma Yöntemleri, Tez Konuları.

## An Analysis of Religion and Film Studies in Turkey

### Abstract

Religion and film debate started in Turkey when cinematograph came to the Ottoman State. However, religion and film weren’t studied academically for many years. The first book was written in 1977 and 18 books have been published so far. The first MA thesis was written in 1986. And, between 1986 and 2019, only 31 MA theses and 12 Ph.D. dissertations were written. These dissertations mostly were produced primarily at a few universities and in departments such as sociology of religion and cinema-TV. The most popular topics were religious themes and representations of devout Muslims. The most popular methods were film reviews and literature reviews. Most of the academics who have written articles on religion and film are assistant professors. Generally, young academics prefer writing on religion and film. These academics mostly works at a few universities and departments. The most popular topics were representations of devout Muslims and religious themes. The most popular methods were literature reviews and film reviews.

**Keywords:** Religion and Film, MA Theses, Ph.D. Dissertations, Dissertation Topics, Methodology, Thesis Topics, Articles.

**ATIF:** Yorulmaz, B. (2019). Türkiye’de sinema ve din alanında yapılan akademik çalışmalar hakkında genel bir değerlendirme. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(1), s. 71-91.

\* Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, e-mail: bilal.yorulmaz@gmail.com  
[orcid.org/0000-0003-3456-0797](https://orcid.org/0000-0003-3456-0797)

## Giriş

Ülkemizde sinema ve din akademik bir alan olarak çok geç bir dönemde ortaya çıkmıştır. Buna rağmen sinema ve din tartışmalarının sinemanın Osmanlı ülkesine girmesiyle birlikte başladığı görülmektedir. Örneğin Yorulmaz’ın (2012) arşiv kaynaklarından yararlanarak kaleme aldığı makalesine göre Beyrut Valisi Ethem Bey’in kadınlara sinematograf izletmesi Beyrut’un önde gelenleri tarafından dine ve ahlaka aykırı olduğu gerekçesiyle hoş karşılanmamış ve bu durum engellenmeye çalışılmıştır. Bu yolda ilk adımı atan da Beyrut’ta arzuhalcilik yapan Mustafa Maraşlı adında bir vatandaş olmuştur. Mustafa Maraşlı duyduğu rahatsızlığı 6 Ocak 1913 tarihinde aynı anda Padişah, Sadrazam, Şeyhülislam ve Dâhiliye Nezareti’ne çektiği telgraflarında şu şekilde ifade etmiştir:

Büyük Osmanlı devletinin uzun ömürlü oluşunun sebebinin din ve namusun korunmasına fevkalade itina gösterilmesi olduğunu herkes bilmektedir. Hal böyle iken şeriata ve örfeye aykırı şekilde valilik makamının meyhane ve kerhane hükmünde olan sinematografhanelere Müslüman kadınların gitmesine izin vermesi vilayette bazı sakıncalara sebep olabilir. Bu sakıncaların önlenmesi için yarınki gösterimlerin engellenmesi yönünde bir ferman çıkarılmasını istirham ediyorum (Maraşlı, 1913).

Sinema gösterimlerinin devam etmesi üzerine 7 Ocak tarihinde ulema ve eşraftan biri 14, diğeri 21 imzalı iki telgraf daha İstanbul’a gönderilmiştir. Bu iki imza da baskıyı artırmak için Padişah’a, Sadrazam’a, Dâhiliye Nezareti’ne ve Şeyhülislam’a ayrı ayrı gönderilmiştir.

14 imza ile gönderilen telgrafta şu ifadeler yer verilmiştir:

Beyrut Valisi kendi himayesinde Müslüman kadınlara sinematograf seyrettirmektedir. Dini ve örfi kurallara aykırı bu davranışından vazgeçmesi için kendisine defalarca müracaat edilmesine rağmen bu müracaatları asker kuvvetiyle reddetmiştir. Bazı yabancı gemilerin Beyrut Limanı’nda bulunduğu bir dönemde siyasi olarak da valinin tavrı yanlıştır. Valinin bu tavrının değiştirilmesi için gerekli emrin verilmesini arz ediyoruz (BOAa, 1913).

21 imzalı diğer telgraf ise Arapça olarak kaleme alınmıştır. Dâhiliye Nezareti Siyasi İşler Müdüriyeti Tercüme Şubesi’nde Osmanlı Türkçesine çevrilen telgrafta şöyle denilmektedir:

Müslüman kadınların sinematografhaneye girmemelerini bütün Beyrut ulema ve eşrafı istemekte fakat Beyrut Valisi Ethem Bey, uygulanması zorunlu olan bu isteği yerine getirmemektedir. Hâlbuki emiru’l mü’minin Hz. Ömer b. Hattab hazretleri gördükleri lüzuma binaen kadınların camiye gitmelerini yasaklamıştır. Beyrut’taki Müslüman kadınların sinematografhaneye gitmemeleri dinen vacip olduğundan, devlet adamları da dini hükümleri korumakla mükellef olduklarından bu hükmün uygulanmasını istirham ediyoruz efendim (BOAb, 1913).

Ethem Bey, 14 ve 21 imzalı telgraflardan habersiz olarak 8 Ocak tarihinde Dâhiliye Nezaretine görüşünü kısaca bildirmiştir:

Beyrut’taki sinematograf tiyatrosunda hademesi dahi kadınlardan olmak üzere hanımlara mahsus sinema gösterimleri yapılmaktadır. Dolayısıyla arz-u halci Mustafa’nın itirazının hiçbir geçerliliği ve değeri yoktur (BOAc, 1913)

Valinin görüş bildirmesinden sonra konu Dâhiliye Nezareti tarafından araştırılmış ve Beyrut Vilayetine 15 Ocak 1913 tarihli resmi bir yazı ile sonuç bildirilmiştir:

Bahsettiğiniz şekilde (hanımlara mahsus özel sinemalarda) kadınların sinematograf izlemelerinde bir sakınca yoktur. Fakat gelen telgraflardan anlaşıldığına göre Beyrut ulema ve eşrafının çoğu bu durumu tasvip etmemektedir. Umumi isteklere aksi yönde davranıp halkı infiale sevk etmek, hele böyle bir zamanda, uygun olmayacağından bunların güzel bir şekilde gönüllerinin hoşnut edilmesi gerekmektedir. Dâhiliye Bakanı emri ile (BOAd, 1913).

Dâhiliye Nezareti, kararını güçlendirmek için konu hakkında Şeyhülislam Mehmed Cemaleddin Efendi’den görüş istemiştir. Mehmed Cemaleddin Efendi cevabi yazısında sinematografhaneye kadınların gitmelerinin caiz olmadığına dair bir ifade kullanmamış fakat o da halkın hoşnut edilmesi için gerekenin derhal yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Şeyhülislam’ın bu ifadeleri de derhal Dâhiliye Nezareti tarafından Vali Ethem Bey’e bildirilmiştir (BOAe, 1913).



Görüldüğü üzere birbirinden farklı dil, ırk, mezhep, din ve din anlayışlarına sahip insanlardan oluşan Osmanlı toplumunda sinema ve din konusuna yaklaşımlar da farklı olmuş ve bu farklı yaklaşımlar tartışmaları beraberinde getirmiştir. Osmanlı resmi makamları mümkün olduğunca farklı dinler arasında çatışmalar çıkmaması için de gayret göstermiştir.

Nitekim 1916'da Dâhiliye Nezareti Emniyeti Umumiye Müdüriyeti tarafından "Sinema, Tiyatro ve Bunlar Gibi Eğlence Mekânlarının Kuruluş ve İşletmeleri Hakkında Nizamname" hazırlanmış ve Sadrazam'a sunulmuştur. Bu nizamnamenin 36. maddesi "Osmanlı ülkesinde tanınmış din ve mezheplerden herhangi birini aşağılayan filmlerin gösterimi yasaktır." ve 37. maddesi "Kamu düzenini ve asayişini bozacak filmler ile ahlaka aykırı müstehcen filmlerin gösterimi yasaktır" (BOA, 1916) şeklinde belirlenmiştir. Muhtemelen bu iki madde halktan gelen çeşitli şikâyetler üzerine nizamnameye eklenmiştir.

Sinema ve din alanında ülkemizde kaleme alınmış en eski metin ise -ulaşabil-diğimiz kadarıyla- 25 Şubat 1921'de yayınlanan *Sebilürreşâd Dergisi*'nin 19. Cilt 469. sayısındaki "Amerika'da Allah'ın Birlik Günü: Amerika'da İçkiden Sonra Tiyatrolar, Sinemalar, Oyunlar ve Eğlencelerin Men'i" adlı yazıdır. M. Zekeriya tarafından kaleme alınan bu yazıda "Amerika'dan İstanbul gazetelerine gönderilen ve pek ziyade şayanı ehemmiyet olan bu mektubu aynen naklediyoruz" denilerek bir haber verilmektedir. Bu habere göre Amerikan halkının içki ve sefahat hayatı nedeniyle mahvolmasına kiliseler kayıtsız kalamamış, kadınların da destek verdiği bir kampanya düzenleyerek tepki göstermişlerdir. Bu çalışmalar sonucunda insanların kiliseye gitmelerini teşvik etmek için Pazar günleri içki satışı yapmak ve sinema salonlarını açık tutmak yasaklanmıştır (Zekeriya, 1921, s. 11). Yazıda Amerika'da "Blue Laws/Sunday Laws" olarak bilinen ve halkın kiliseye gitmesine yönelik düzenlemeler getiren kanunlardan (Rhodes, 2012, s. 325) bahsedilmekte ve bu durum övgüyle karşılanmaktadır.

Bu yazıyı takiben yine *Sebilürreşâd*'da "Sinemaların Murakabesi: Hissiyat ve An'anat-ı İslamiyyeyi Rencide Edilmekten Vikaye Hususunda Hükümet-i Milliyyemizin Şayan-ı Şükran Bir Tebliği" (Sebilürreşâd, 1923), "Ahlak Bozmak Hususunda Sinemaların Muzırr Tesirleri" (Sebilürreşâd, 1925), "Gençler Sinemalarla, Danslarla Zehirleniyorlar!" (Sebilürreşâd, 1924) ve "Ahlak-ı Diniyye Filmi" (Sebilürreşâd, 1924) adlı yazılar da yayınlanmaya devam etmiştir.

Sinema ve din konusunda kaleme alınan bu ilk eserlerden sonra uzun bir süre fetret dönemi yaşanmıştır. Bu uzun fetret dönemini ilk bozan yazı Necip Fazıl Kısakürek'in 17 Eylül 1943 tarihinde yayınlanan *Büyük Doğu Dergisi*'nin 1. sayısında yer alan *Be-yaz Perde* adlı yazısıdır. Necip Fazıl sadece bir paragraftan oluşan bu yazısında şunları ifade etmektedir: "Sinema, fikir ve ruhun emrine geçtiği takdirde şüphesiz ki azametli bir imkân ve inşa planı... Fakat bugün bu planı dolduran cevher, bütün hüneri, körkütük nefisleri lif lif cezbetmekten ibaret bacak ve vücut hazretleridir. Gerisi, sadece bu (hüdayi nabit) kıymetin etrafında, bir yüzüğün ana taşını halkalayan kırıntı mücevherler gibi bir şey" (Kısakürek, 1943).

Necip Fazıl'ın bu yazısından sonra yine uzun süreli bir fetret dönemi yaşanmıştır. 1949'da yayınlanan "Vurun Kahpeye! Kahpe Kim!" (Erensoy, 1949, s. 6) adlı film eleştirisi dışında 1964 yılına kadar ciddi bir yazı kaleme alınmamıştır. 1964 yılından itibaren ise *Sebilürreşâd*, *Çatı*, *Hakikat Yolu*, *İslam Medeniyet*, *İslam'ın İlk Emri Oku*, *Pınar*, *Tohum*, *Yeni Sanat* gibi dergilerde sinema ve din konusunu ele alan çeşitli yazılar kaleme alınmıştır. "Millî Sinema İhtiyacı" (Çakmaklı, 1964), "Sinema 'İslâm Sineması'" (Çakmaklı, 1964), "Sinema Silahtır" (Hekimoğlu, 1967), "İslâmın Emrinde Sinema" (Can, 1967), "Sinema Türk Sinemasında Bizden Çizgiler" (Uzun, 1971), "Dini Görüş Açısından Sinema" (Gökmen, 1972), "Rasulullah Temsil Edilemez" (Küçükkalay, 1974), ve "Milli Sinema Açık Oturumu" (Gökmen, Milli Sinema Açık Oturumu, 1974) bu yazılardan bazılarıdır.

### **Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı sinema ve din alanında yapılan akademik çalışmalarla ilgili genel bir değerlendirme yapmaktır. Bu bağlamda sinema ve din alanında yazılmış olan kitaplar, bildiriler hakkında genel bilgiler verilmiş; makale ve tezler hakkında detaylı incelemelerde bulunulmuştur.

### **Araştırmanın Önemi**

Araştırmada sinema ve din alanındaki tez ve makalelerde yöntem ve konuların hangi türlerde ve alanlarda yoğunlaştığı, hangi tür ve alanlarda eksiklerin bulunduğu, hangi üniversitelerde, hangi anabilim dallarında ve hangi unvanlarda sinema ve din alanına yönelik ilginin yoğunlaştığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bakımdan var olan durumun betimlenmesi ve eksiklerin gösterilmesi gelecekteki araştırmacılara yol gösterici olacaktır.

### **Sınırlılıklar**

Çalışma için temel kaynak olarak İslam Araştırmaları Merkezi’nin İlahiyat Fakülteleri Tezler Kataloğu Veri Tabanı (İSAM, 2019), İlahiyat Fakülteleri Makaleler Veri Tabanı (İSAM, İSAM İlahiyat Makaleleri Veri Tabanı , 2019), YÖK Ulusal Tez Merkezi (YÖK, 2019) Marmara Üniversitesi Kütüphanesi Online Veri Tabanı (Kütüphane, 2019) kullanılmıştır. Çalışma 2019 yılı Nisan ayına kadar tamamlanmış olan çalışmalarla sınırlıdır.

### **Araştırmanın Yöntemi ve Modeli**

Bilimsel araştırma raporlarının (tez, makale vb.) yöntem bilim açısından incelenmesi betimsel araştırma kapsamında olduğu (Erkuş, 2011) için çalışma betimsel türde bir araştırmadır. Çalışma sinema ve din alanındaki çalışmaları belirli bir zaman aralığında türü, tarihi, yapıldığı üniversite, anabilim dalı, yazarın unvanı, yayınlandığı dergi, yazıldığı dil, konu ve yöntem açısından betimleyeceği için kesit tarama deseninde yürütülmüştür.

### **Türkiye’de Sinema ve Din Alanında Düzenlenen Sempozyum ve Bilimsel Toplantılar**

Ülkemizde sinema ve din alanında yapılan ilk toplantı Milli Türk Talebe Birliği Sinema Kulübü tarafından 10 Mart 1973’te düzenlenen “Milli Sinema Açık Oturumu”dur (Milli Sinema Açık Oturumu, 1973). Metin Erksan, Halit Refiğ, Duygu Sağıroğlu, Yücel Çakmaklı, Sami Şekeroğlu, Salih Diriklik ve Üstün İnanç’ın katıldığı bu açık oturum sinema ve din alanındaki toplantıları başlatan bir kıvılcım olması bakımından önem arz etmektedir.

Milli sinema akımının altın çağını yaşadığı yıllarda sinema ve din konusunda çeşitli tartışmalar ve problemler ortaya çıkmıştır. Bu problemlere çözüm bulma adına İslami İlimler Araştırma Vakfı (İSAV) 16 Haziran 1990 ve 18 Mayıs 1991 tarihlerinde iki tartışmalı ilmi toplantı düzenlemiştir. Bu toplantılarda sinemacılar film çekerken dini açıdan karşılaştıkları problemleri dile getirmişler, ilahiyatçılar ise bu problemlere İslami açıdan çözüm önerileri sunmuşlardır (Görsel Sanatlar ve İslam, 1991).

Diyanet İşleri Başkanlığı da sinema ve din konusuna kayıtsız kalmamış ve 05-07 Kasım 2004 tarihlerinde Uluslararası Dini Yayınlar (Sesli Görüntülü Dini Yayıncılık) Kongresi’ni düzenlemiştir (DİB, 2005). Kongrenin kapsamı geniş olmasına rağmen sinema ve din alanına giren konularda da bildiriler sunulmuştur.

Sinema ve din alanında ülkemizde yapılan en kapsamlı bilimsel etkinlik ise Uluslararası Sinema ve Din Sempozyumu olmuştur. Dünyada ilk olarak 2014 yılında ABD’nin Omaha şehrinde düzenlenen Uluslararası Sinema ve Din Sempozyumu daha geniş bir katılımı ile ikinci olarak 2015 yılında İstanbul’da düzenlenmiştir. Böy-

le önemli bir sempozyumun İstanbul'da düzenlenmesi ülkemizdeki akademisyenlerin sinema ve din alanına dikkatlerinin çekilmesi bakımından fayda sağlamıştır. Nitekim 400'ün üzerinde başvuru yapılmış ve zaman-mekân darlığı sebebiyle 64 bildiriye kabul mektubu gönderilebilmiştir. Sempozyum William L. Blizek, Nacim Pak-Shiraz, Adele Reinhartz, Kathleen Erndl, Clive Marsh, Greg Watkins, ve Gregory Allen Robbins gibi dünyada sinema ve din alanında meşhur olan akademisyenler ile ilk kez bu alanda çalışmalar yapan Türk akademisyenleri bir araya getirmiştir.

### **Türkiye'de Sinema ve Din Alanında Kaleme Alınan Kitaplar**

Tespit edebildiğimiz kadarıyla ülkemizde sinema ve din alanında 18 kitap kaleme alınmıştır. Bunlardan ilki 1977 yılında Mesut Uçakan'ın yazdığı *Türk Sinemasında İdeoloji*'dir. Uçakan bu eserinde Toplumsal Gerçekçi, Ulusal, Devrimci ve Millî sinema akımlarını ele almıştır (Uçakan, 1977). Bu ilk çalışmadan ancak 15 yıl sonra 1992 yılında Mesut Uçakan'la *Sinema Söyleşileri* adlı eser kaleme alınmıştır. Necip Tosun'un yayınladığı bu çalışmada Mesut Uçakan'ın sinema ve din konusundaki fikirleri yer almaktadır (Tosun, 1992).

Ayşe Şasa'nın 1993 yılında çeşitli yazılarından derlediği *Yeşilçam Günlüğü* ise Türk sineması ile ilgili çeşitli konulara değinmektedir. Bunlar içerisinde "Tevekkülün Şiiri", "Sinema ve Tasavvuf" ve "Genç Sinema Adamları ve Tasavvufî Perspektif" gibi sinema ve din alanına giren yazılar da bulunmaktadır (Şasa, 1993).

1995 yılında Salih Diriklik'in kaleme aldığı *Fleşbek, Türk Sinema-TV'sinde İslami Endişeler ve Çizgi Dışı Oluşumlar* adlı 2 ciltlik kitap sinema ve din perspektifinden Türk sinema tarihini ele alan en kapsamlı eser olmuştur. Diriklik bu çalışmada sinemanın Osmanlı ülkesine girişinden 1995 yılına kadarki Türk sinema tarihini dini ve ahlaki açıdan değerlendirmiştir (Diriklik, 1995). Eser, kendinden sonra yazılan birçok çalışmaya da kaynaklık etmiştir.

1997 yılında Sadık Yalsızuçanlar, İhsan Kabil ve Ayşe Şasa *Düş Gerçeklik ve Sinema* adlı çalışmayı yayınlamışlardır. Bu çalışma, yazarların felsefi ve tasavvufî açıdan sinemayı ele aldıkları makalelerden meydana gelmiştir (Yalsızuçanlar, 1997).

2005 yılında ise iki eser birden kaleme alınmıştır. Ömer Tecimer'in *Sinema Modern Mitoloji* adlı çalışmasında mitoloji ile ilgili genel bilgiler verildikten sonra bu bilgiler ışığında bazı sinema filmlerinin değerlendirmeleri yapılmıştır. Filmlerin değerlendirmelerinde ilahî dinlerle ilgili alt metin okumalarına da yer verilmiştir (Tecimer, 2005). Aynı yıl kaleme alınan ikinci eser ise Özgür Velioğlu'nun *İnançların Türk Sinemasına Yansıması* adlı eseridir. Bu çalışmada Velioğlu, İslamiyet öncesi Türk inanışlarına ait pratiklerin ve İslam inancının Türk sinemasındaki köy filmlerine ne şekilde yansıdığını ortaya koymuştur (Velioğlu, 2005). Kitap yazarın yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

2009 yılında yine Mesut Uçakan hakkında yazılmış bir kitap karşımıza çıkmaktadır. Hüseyin Karaca tarafından hazırlanan *Sonsuz Karelerde Bir Çılgılık: Mesut Uçakan* adlı çalışmada Mesut Uçakan'ın hayatı, eserleri, hakkında çıkan yazılar ve kendisiyle yapılan röportajlar derlenmiştir (Karaca, 2009). Aynı yıl Yalçın Lüleci de yüksek lisans tezini kitaplaştırmıştır. *Türk Sineması ve Din* adlı bu çalışma da Türk sinema tarihini dini açıdan ele almış ve 2000'li yıllardan sonra çekilen bazı filmleri değerlendirmiştir (Lüleci, 2009).

2011 yılında Gülşah Nezaket Maraşlı *Günahıyla Sevabıyla Yeşilçam* adlı çalışmayı ortaya koymuştur. Bu çalışmada Maraşlı; imam, müftü, rahip, film yapımcısı ve oyuncularla belirlediği 17 film üzerinde röportajlar yapmış ve görüştüğü kişilerin filmlerle ilgili değerlendirmelerini bir araya toplamıştır (Maraşlı G. N., 2011). Aynı yıl Enver Gülşen de *Sinemanın Hakikati* adlı çalışmasında sinemayı felsefi ve tasavvufî açıdan değerlendirmiştir (Gülşen, 2011).

2013 yılında din eğitimi açısından filmleri bir eğitim aracı olarak kullanmaya yönelik pratik iki çalışma ortaya konulmuştur. Bilal Yorulmaz tarafından din eğitimcilerine yönelik yazılan *Perdeden Gönüllere; Din Eğitiminde Kullanılabilecek Seçme Videolar* (2013) ve *Filmlerle DKAB Dersi* (2013) kitapları çeşitli filmlerde yer alan dini konularla ilgili sahneleri ve bu sahnelerin nasıl bir din eğitimi materyali olarak kullanılacağını göstermektedir.

2014 yılında Milli sinema akımının isim babası olan Yücel Çakmaklı hakkında derleme bir kitap yayınlanmıştır. *Yücel Çakmaklı: Milli Sinemanın Kurucusu* adlı bu kitap Burçak Evren’in Yücel Çakmaklı hakkında yazılan makaleler ve yapılan söyleşileri derlemesiyle oluşturulmuştur (Evren, 2014).

2015 yılında Bilal Yorulmaz, doktora tezini kitaplaştırmıştır. *Sinema ve Din Eğitimi* adıyla yayınlanan kitap sinemayı din eğitimi açısından avantaj ve dezavantajlarıyla irdelemektedir (2015).

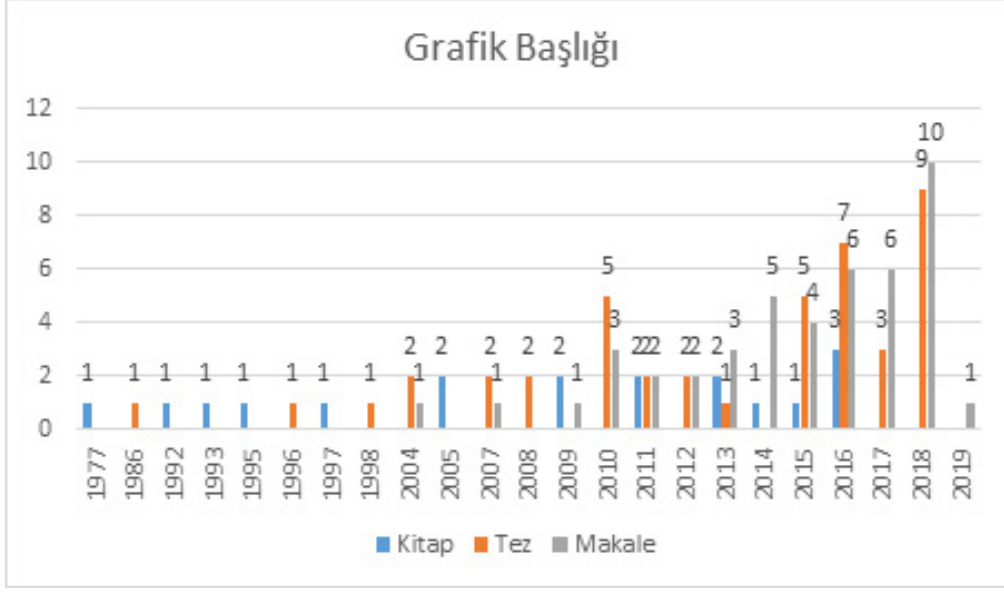
2016 yılında ise sinema ve din alanında 3 kitabın yayınlandığı görülmektedir. Gizem Şimşek’in doktora tezinden üretilen *Sinemada Korku ve Din* kitabında Hollywood ve Türk sinemasındaki korku filmlerinde kullanılan dini unsurlar film örnekleri üzerinden ele alınmıştır (Şimşek, 2016). Bilal Yorulmaz tarafından kaleme alınan *İzlenesi Filmler* kitabında İslam dini ile ilgili olumlu alt metinler içeren 30 filmin alt metin okuması yapılmıştır (2016). Bilal Yorulmaz tarafından kaleme alınan bir diğer eser olan *Popüler Filmlerde Din*’de ise popüler filmlerde yer alan Hristiyanlık, Yahudilik, Budizm, Hinduizm gibi dinlerle ilgili alt metinlere sahip filmler incelenmiştir (2016).

Sinema ve din alanındaki bazı çalışmaların da kitap bölümü şeklinde kaleme alındığı görülmektedir. Fakat kitap bölümlerinin tamamını tespit etmek oldukça zordur. Bu nedenle burada tespit edilebilen kitap bölümlerinin isimlerine yer verilecektir. Tespit edebildiğimiz kadarıyla sinema ve din konusunda 7 kitap bölümü yazılmıştır. Bunlar Hilmi Maktav’ın “Kuran’dan Kurama İslamî Sinema” ve “Sinema ya da İlahi Aşk”, Yalçın Lülecî’nin “Türk Sinemasında Dini Filmler” ve “Milli Sinemacıların İkinci Döneminde Sinema ve Din”, Savaş Arslan’ın “Yeşilçam’ın Şeytanı Hollywood’un The Exorcist’ini Döver: Sinema, Yeniden Çevrim, Din, Kültür vs.”, Dilek İmançer’in “Türk Sinemasında İslam’ın Temsili: Takva” ve Özgür Velioğlu’nun “Din ve Mutluluk İlişkisi: Dinler Mutluluğu Vadediyor mu?” adlı çalışmalarıdır.

### **Türkiye’de Sinema ve Din Alanında Yazılan Makale ve Tezlerin Değerlendirilmesi**

Bu başlık altında ülkemizde sinema ve din alanında yazılan makale ve tezler yayın yılı, türü, konusu, yöntemi, dili, yazarının unvanı, bağlı bulunduğu üniversite ve anabilim dalı bakımından değerlendirilmiştir.

**Şekil 1. Yıllara Göre Sinema ve Din Alanında Yapılan Akademik Çalışmalar**



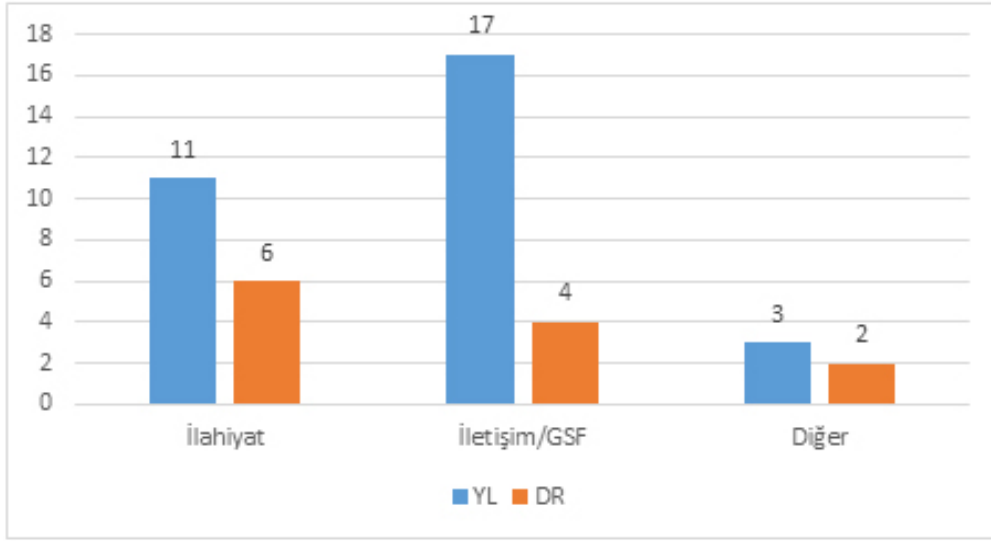
Şekil 1’de görüldüğü üzere 2000’li yıllara kadar olan dönemde sinema ve din alanında nadiren çalışmalar yapılmıştır. 2004 yılında sonra belirli bir artış gözlenirse de esas ivme 2015 yılında sağlanmıştır. Bu tarihten itibaren sinema ve din alanında yapılan çalışmaların sürekli arttığı 2018 yılının ise en çok kitap, makale ve tez çalışmasının yapıldığı yıl olduğu görülmektedir. 2019 yılı ile ilgili çalışmalar bu makalenin yazıldığı sırada devam ettiği için tabloda sadece bir çalışmanın görünmesi yanıltıcı olmamalıdır.

Sinema ve din alanında ülkemizdeki İletişim Fakültelerinde ilk yüksek lisans tezi Özden Candemir’in 1989 yılında yazdığı “Türk Sinemasında Dini Filmler” adlı tezdır. İlk doktora tezi ise Sabire Batur’un 2007 yılında hazırladığı “Siyasal İslam Sineması Örneğinde İran Sineması” adlı tezdır.

İlahiyat fakültelerindeki ilk sinema ve din konulu yüksek lisans tezi Yalçın Lüleci’nin “Türk Sineması ve Din” (2007) adlı tezdır. İlk doktora tezi ise Bilal Yorulmaz’ın “Sinema ve Din Eğitimi” (2010) adlı tezdır.

Bu ilk örneklerden sonra sinema ve din alanında hazırlanan tezlerin yaygınlaştığı ve en çok çalışmanın 2018 yılında yapıldığı görülmektedir. Sinema ve din alanında yapılan tezlerin nicelik ve nitelik bakımında sürekli artış göstermesi alanın geleceği açısından umut vermektedir.

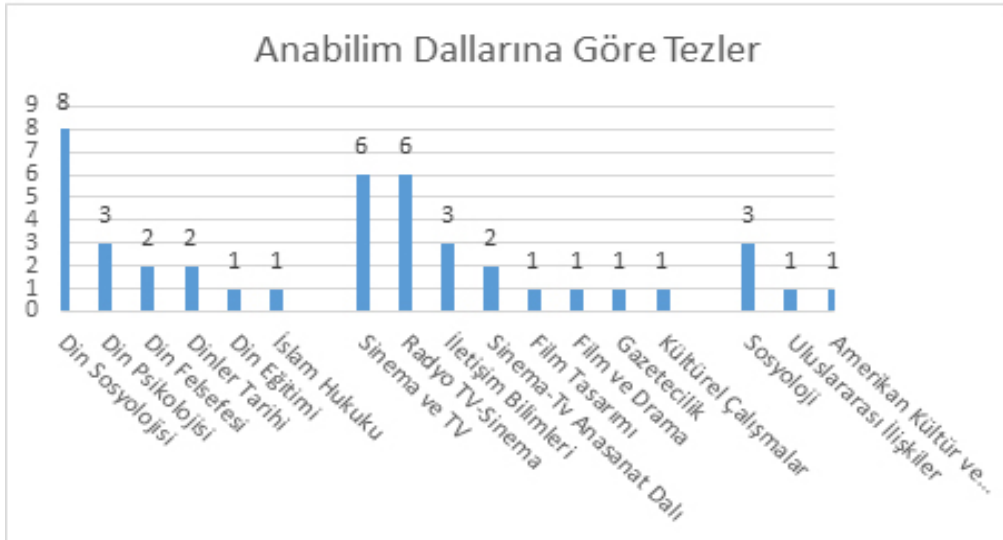
**Şekil 2.** Sinema ve Din Alanında Yapılan Lisansüstü Çalışmaların Türlerine  
Göre Dağılımı



Şekil 2’de de görüldüğü üzere sinema ve din alanında 31 yüksek lisans, 12 doktora çalışması yapılmıştır. İnterdisipliner bir çalışma alanı olan sinema ve din, bir yandan ilahiyat bir yandan da güzel sanatlar ve iletişim disiplinlerinin ilgi alanına girmektedir. Öte yandan hem sinema hem de din sosyal hayat üzerinde etkili kurumlar oldukları için farklı disiplinlerin de ilgisini çekmektedir. Bu durum şekil 2’de de görülmektedir. Sinema ve din alanında en çok doktora tezi 6 tez ile ilahiyat alanında, en çok yüksek lisans tezi ise 17 tez ile iletişim alanında yapılmıştır. Diğer alanlarda ise 3 yüksek lisans, 2 doktora tezi yapılmıştır.

Bu veriler maalesef ülkemizde sinema ve din alanında yeteri kadar çalışma yapılmadığını göstermektedir. 2019 yılı itibariyle ilahiyat fakültelerinde 12362 yüksek lisans, 3459 doktora tezi tamamlanmıştır (İSAM, 2019). İletişim alanında da benzer bir durum hâkimdir. Binlerce lisansüstü tez çalışmasının yapıldığı ilahiyat ve iletişim disiplinlerinin sinema ve din alanında sadece 43 tez çalışmasına yer vermesi sinema ve din alanının hak ettiği ilgiyi görmediğini ortaya koymaktadır.

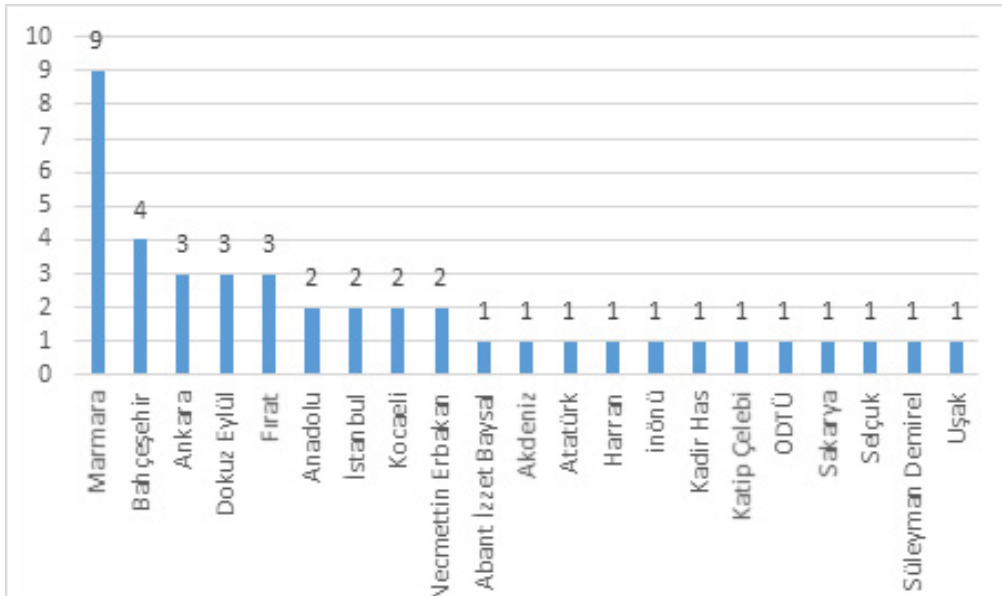
**Şekil 3.** Sinema ve Din Alanında Yazılan Tezlerin Anabilim Dallarına Göre Dağılımı



Anabilim dallarına göre tezleri incelediğimizde iletişim fakülteleri içerisinde normal bir dağılımın gerçekleştiğini görmekteyiz. Konu ile doğrudan ilgili olan sinema ve TV ile Radyo-TV-Sinema anabilim dallarında altışar tez hazırlanmıştır. Diğer alanlarda da sayıca az da olsa çeşitli tezler hazırlandığı görülmektedir. Toplumu şekillendiren önemli iki kurumu ele alması bakımından sinema ve din alanına sosyoloji anabilim dalının da kayıtsız kalmadığı ve bu alanda 3 tez çalışması yapıldığı ortaya çıkmıştır.

İlahiyat fakülteleri açısından ise sinema ve din alanına ilginin belirli anabilim dallarında toplandığı görülmektedir. İlahiyat fakültelerinde 3 bölümde 20 anabilim dalı bulunmaktadır. Bu bölümler Felsefe ve Din Bilimleri, Temel İslam Bilimleri ve İslam Tarihi ve Sanatları'dır. Sinema ve din alanında ilahiyat fakültelerinde yapılan tezlerin biri hariç tamamı Felsefe ve Din Bilimleri bölümünde yapılmıştır. Bu tezlerin 8'i din sosyolojisi, 3'ü din psikolojisi, 2'si din felsefesi, 2'si dinler tarihi ve 1'i din eğitimi anabilim dalında tamamlanmıştır. Bu durum zaten interdisipliner bir yapıya sahip olan bu anabilim dallarının interdisipliner çalışmalara yatkınlıkları ve güncel problemlerle daha çok ilgileniyor oluşları ile açıklanabilir. Temel İslam Bilimleri bölümünden ise sadece İslam Hukuku anabilim dalında bir doktora tezi hazırlanmıştır. Sinema ve din konusunda tefsir, hadis, kelam, tasavvuf, mezhepler tarihi gibi anabilim dallarının ilgi alanına giren birçok konu olmasına rağmen hiçbir lisansüstü çalışma yapılmadığı görülmektedir. Bu anabilim dallarının sinema ve sinema gibi güncel problemler hakkında çalışmalar yapması önem arz etmektedir. İlahiyat bölümleri içerisinde en dikkat çeken bölüm ise İslam Tarihi ve Sanatlarıdır. Çalışma alanı itibarıyla sinema hakkında en çok çalışma yapması gereken bölüm iken hiçbir çalışmanın yapılmamış olması kayda değerdir. Bu bölüm içerisinde yer alan İslam Tarihi, Türk İslam Sanatları Tarihi, Türk İslam Edebiyatı ve Türk Din Musikisi anabilim dallarının sinema ve din alanında çalışmalar yaparak hem bu alana katkıda bulunmaları hem de kendi anabilim dallarına farklı bir bakış açısı kazandırmaları önem arz etmektedir.

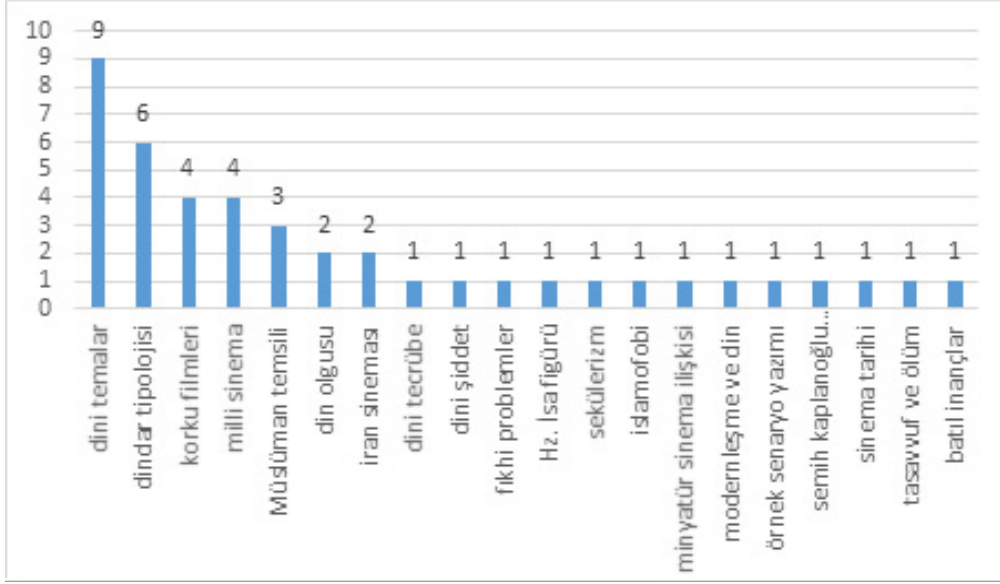
**Şekil 4.** Sinema ve Din Alanında Yazılan Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımı



Sinema ve din alanında yazılan tezlerin üniversitelere göre dağılımına baktığımızda 9 teze Marmara Üniversitesinin en çok tez üreten üniversite olduğu görülmektedir. Bu durum Marmara Üniversitesinin hem İlahiyat hem de İletişim Fakültelerinde sinema ve din alanında çalışmalara önem verilmesinden kaynaklanmaktadır. 9 tezin 5'i ilahiyat Fakültesinde, 3'ü İletişim Fakültesinde 1'i ise Güzel Sanatlar Fakültesinde yapılmıştır. Marmara Üniversitesi'ni 4 teze Bahçeşehir, 3'er teze Ankara, Dokuz Eylül ve

Fırat Üniversiteleri takip etmektedir. Anadolu, Kocaeli, İstanbul, Necmettin Erbakan üniversitelerinde 2’şer tez hazırlanırken sadece bir tez hazırlanan 12 üniversite bulunmaktadır. Farklı üniversitelerde sinema ve din alanına ilginin bulunması ve en azından birer tez çalışması yapılması gelecek adına olumlu bir gelişme olarak kabul edilebilir. Fakat ülkemizde 105 ilahiyat, 72 iletişim fakültesi olduğu düşünüldüğünde sinema ve din alanında sadece 21 üniversitede lisansüstü tez çalışması yapılmış olması sinema ve din alanının henüz yeterli yaygınlığı kazanmadığını ortaya koymaktadır.

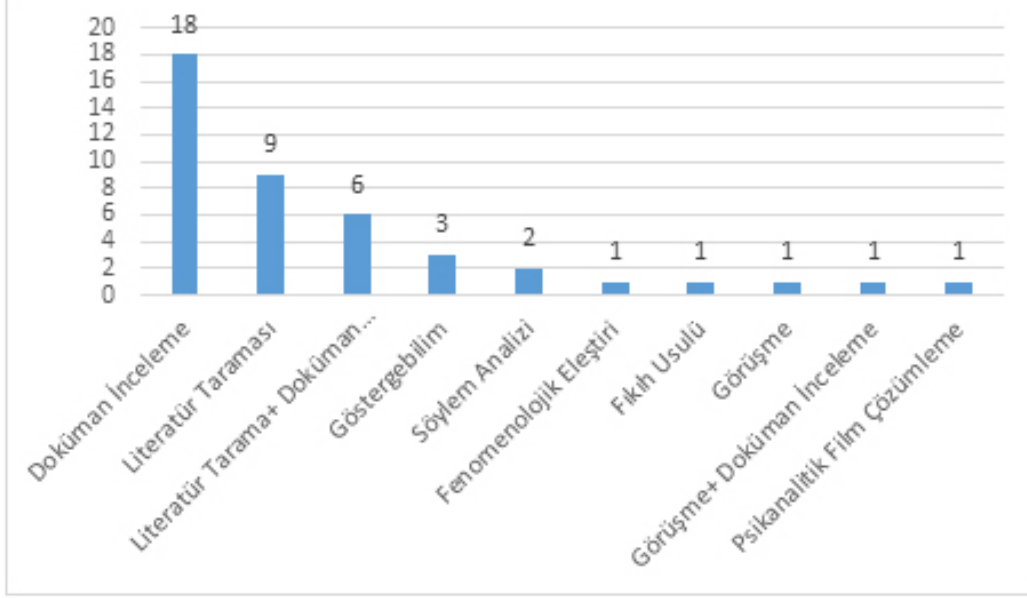
Şekil 5. Sinema ve Din Alanında Yazılan Tezlerin Konularına Göre Dağılımı



Sinema ve din alanında çeşitli dini temaları 9, dindar tipolojilerini 6, korku filmlerini 4, milli sinemayı 4, Müslüman temsillerini 3, din olgusunu 2, İran sinemasını 2 tez konu edinmiştir. Birer tez de dini tecrübe, dini şiddet, fıkhi problemler, Hz. İsa figürü, sekülerizm, islamofobi, minyatür-sinema ilişkisi, modernizm ve din, örnek senaryo yazımı, Semih Kaplanoğlu sineması, tasavvuf ve ölüm, sinema tarihi ve batıl inançlar konularına yer vermiştir. Görüldüğü üzere sinema ve din alanında yapılan tezler dini temalar ve dindar tipolojileri konularında yoğunlaşmıştır. Dolayısıyla bundan sonraki çalışmalarda belirli bir doygunluğa ulaşan bu iki konu hakkında alana farklı bir bakış açısı getirilmeyecekse tez yazılmamalı, farklı konulara ağırlık verilmelidir.



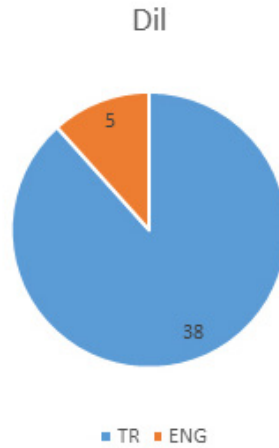
**Şekil 6.** Sinema ve Din Alanında Yazılan Tezlerin Kullandıkları Yönteme Göre Dağılımı



Sinema ve din alanında yazılan tezlerin 18'i doküman inceleme, 9'u literatür taraması, 6'sı hem literatür taraması hem doküman inceleme, 3'ü göstergebilim, 2'si söylem analizi kullanılarak yapılmıştır. Birer tez de fenomenolojik eleştiri, fıkıh usulü, görüşme, hem görüşme hem doküman inceleme ve psikanalitik film çözümleme yöntemleriyle hazırlanmıştır. Görüldüğü üzere sinema ve din alanında doküman inceleme ve literatür taramasının yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Doküman inceleme yöntemiyle filmleri incelerken her anabilim dalı da kendi bilimsel yaklaşımını ortaya koymuş ve farklı bakış açılarıyla filmleri değerlendirmiştir. Bu bakımdan sinema ve din çalışmalarında yöntem bakımından zengin bir yaklaşımın hâkim olduğunu söyleyebiliriz. Buna rağmen sinema ve din alanında farklı bir bakış açısı getirebilecek birçok yöntem de kullanılmamaktadır. Örneğin deneysel, korelasyonel ve tarama araştırmalarının da etkin bir şekilde kullanılmasıyla filmlerin birey ve toplum üzerindeki etkisini de konu edinen çalışmalar yapılabilir.

Öte yandan her ne kadar farklı anabilim dallarının sinema ve din alanına taşıdıkları yöntemler bir zenginlik olsa da "Acaba sinema ve din alanına özgü bir yöntem geliştirilebilir mi?" sorusuna cevap aranmalı ve bu konu ile ilgili çalışmalar yapılmalıdır.

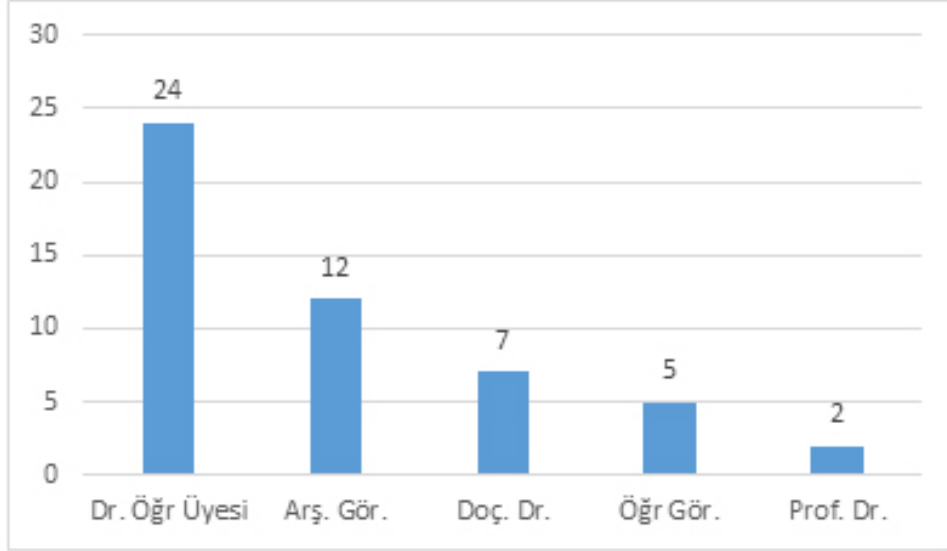
**Şekil 7.** Sinema ve Din Alanında Yazılan Tezlerin Yazıldıkları Dile Göre Dağılımı



Sinema ve din alanından yapılan tezlerin 38'i Türkçe, 5'i İngilizce yazılmıştır. Bu durum ülkemizde ilahiyat ve iletişim fakültelerinin çoğunun Türkçe programlara sahip

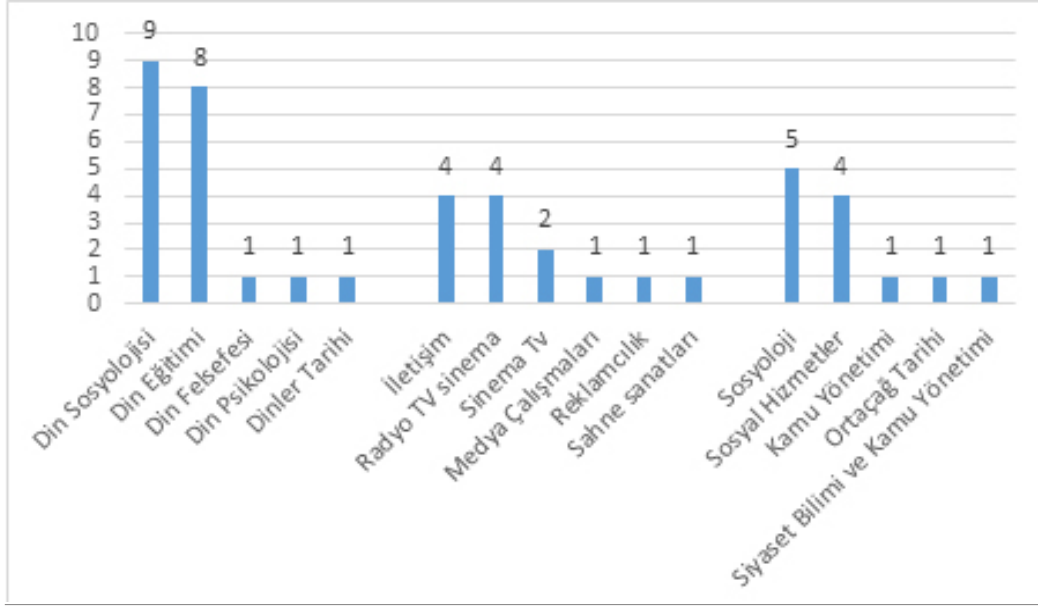
olmasından kaynaklanmaktadır. Alana ilgi duyan fakat yabancı dili yeterli olmayan kişilere ulaşılması bakımından bu durum bir avantaj olarak görülebilir. Fakat tezden üretilecek İngilizce makale ve bildiriler yayınlayarak ülkemizde üretilen sinema ve din alanındaki çalışmaları dünya ile paylaşmak da önem arz etmektedir.

**Şekil 8.** Sinema ve Din Alanında Makale Yazan Kişilerin Unvanlarına Göre Dağılımı



Şekil 8’de sinema ve din alanında makale çalışması yapan akademisyenlerin çalışmayı yaptıkları zamanda sahip oldukları unvanlar görülmektedir. Buna göre sinema ve din alanında makale yazan akademisyenlerin 24’ü doktor öğretim üyesi, 12’si araştırma görevlisi, 7’si doçent doktor, 5’i öğretim görevlisi ve 2’si profesördür. Görüldüğü üzere sinema ve din alanına ilgi duyan akademisyenlerin kahir ekseriyeti genç akademisyenlerden oluşmaktadır. Sinema ve din yeni bir alan olduğu için genç akademisyenlerin ilgisini çekmekte, doçent ve profesörler ise muhtemelen uzmanlaştıkları alanlarda çalışmalar yapmayı tercih etmektedirler. Genç akademisyenlerin sinema ve din alanına yönelik ilgisi gelecek adına ümit vericidir. Öte yandan tecrübeli akademisyenlerin sinema ve din alanında çalışmalar yapmaları da alanın sağlıklı bir şekilde gelişmesi bakımından önem arz etmektedir.

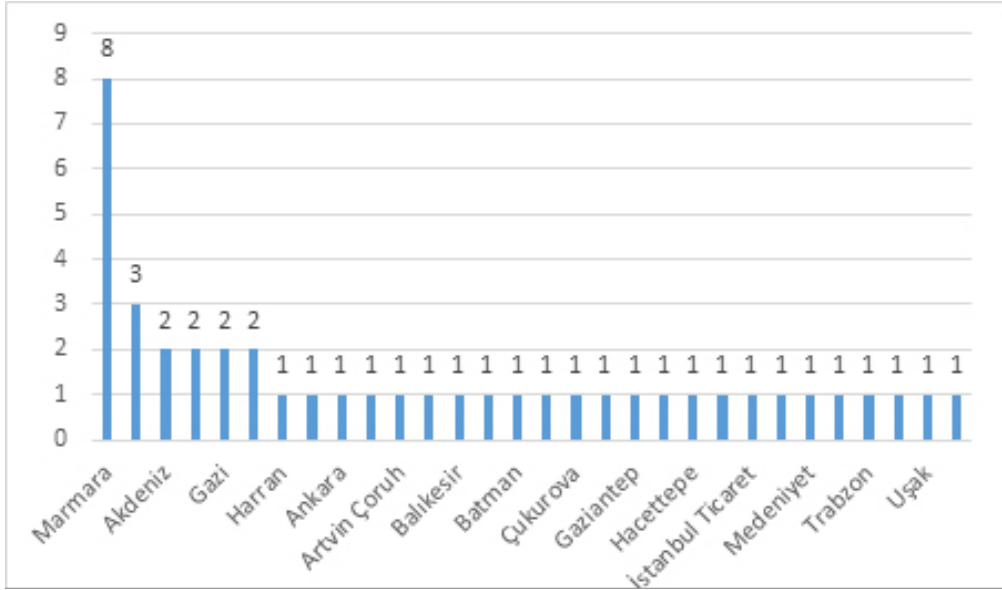
**Şekil 9.** Sinema ve Din Alanında Makale Yazan Kişilerin Kadrolarının Bulunduğu Anabilim Dallarına Göre Dağılımı



Sinema ve din alanında yazılan makalelerin 20'si ilahiyat, 13'ü iletişim ve 12'si diğer alanlarda kaleme alınmıştır. Yine tezlerle ilgili elde edilen verilere benzer şekilde yapılan çalışmaların belirli anabilim dallarında toplandığı görülmektedir. Sinema ve din alanında yazılan makalelerin 9'u din sosyolojisi, 8'i din eğitimi, 1'i din felsefesi, 1'i din psikolojisi ve 1'i dinler tarihi anabilim dalından akademisyenlerce kaleme alınmıştır. İletişim alanında yazılan makalelerin ise 4'ü iletişim, 4'ü Radyo-TV-Sinema, 2'si Sinema-TV, 1'i medya çalışmaları, 1'i reklamcılık ve 1'i sahne sanatları anabilim dallarına mensup kişiler tarafından üretilmiştir. Ayrıca sosyoloji (5), sosyal hizmetler (4), kamu yönetimi (1), Ortaçağ tarihi (1) ve siyaset bilimi (1) anabilim dallarından da alana katkılarda bulunulmuştur.

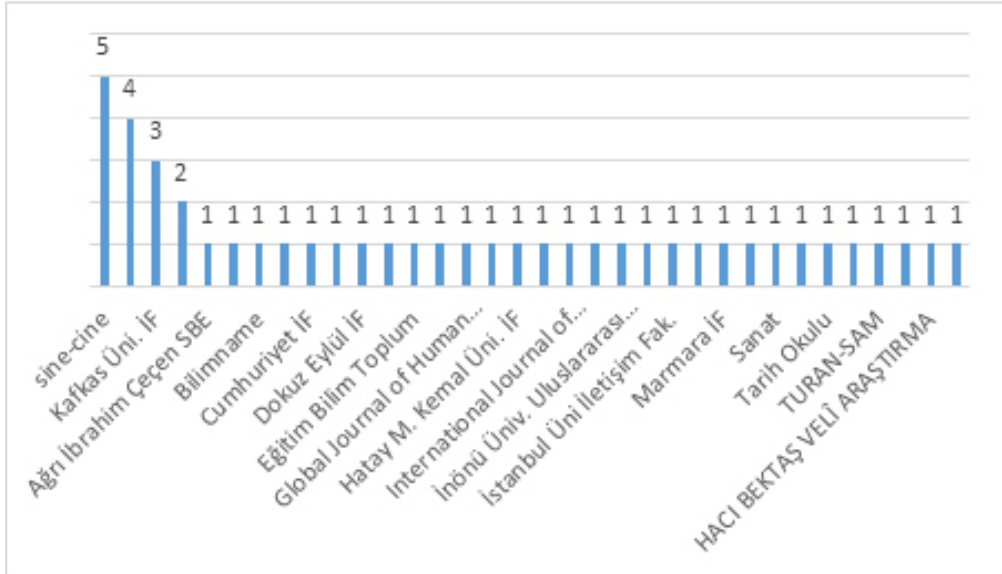
Sinema ve din alanında yazılan makalelerin çoğunluğu daha önce bu alanda tez çalışması olan akademisyenler tarafından kaleme alınmıştır. Bu durum sinema ve din alanının sınırlı sayıda akademisyenin ilgi alanına girdiğini göstermektedir. Bu da sinema ve din çalışmalarının geleceği açısından bir tehdidi işaret etmektedir. Bu bakımdan sinema ve din çalışmalarını farklı disiplinlerden farklı akademisyenlerin yürütmesi önem arz etmektedir.

**Şekil 10.** Sinema ve Din Alanında Makale Yazan Kişilerin Kadrolarının Bulunduğu Üniversitelere Göre Dağılımı



Sinema ve din alanında yazılan tez verilerine benzer şekilde bu alanda makale yazan akademisyenlerin de yine Marmara Üniversitesinde yoğunlaştığı ve 30 üniversiteye dağıldığı görülmektedir. Lisansüstü tezler 21 farklı üniversitede yapılırken makalelerin 30 farklı üniversite mensubunca yazılması akademisyenlerin tez yazdıkları üniversitenin dışında görev alabilmelerine, çok yazarlı makalelerin bulunmasına ve tez yazmadığı halde sinema ve din alanına ilgi duyan akademisyenlerin varlığına bağlanabilir. Makale bazında daha çok üniversiteden alana katkı sağlansa da bünyesinde ilahiyat ve iletişim fakültesi olan üniversiteler göz önünde bulundurulduğunda sinema ve din çalışmalarının yeterli yaygınlığa ulaşmadığı görülmektedir.

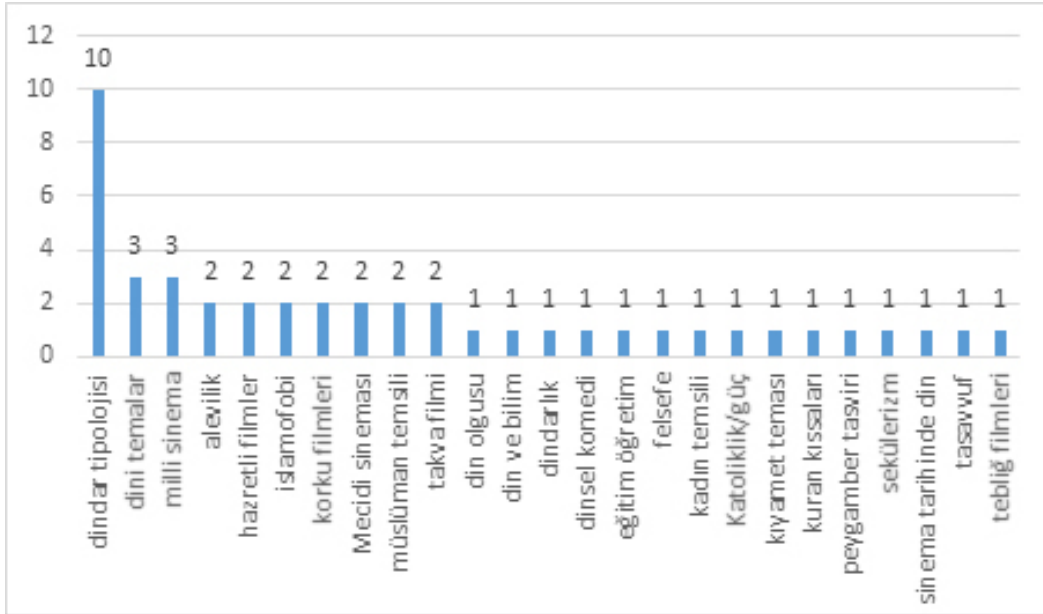
**Şekil 11.** Sinema ve Din Alanında Yazılan Makalelerin Yayınlandıkları Dergilere Göre Dağılımı



Sinema ve din alanında yazılan makalelerin 5'i Sine-cine, 4'ü Uluslararası Sosyal Araştırmalar, 3'ü Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi ve 2'si Medya ve Din Araştırmaları Dergisinde yayınlanmıştır. 30 farklı dergide de birer makaleye yer verilmiştir. Sinema ve din alanındaki makalelerin kendilerine çok farklı dergilerde yer bulması alanın tanınması ve farklı okuyucu kitlelerine ulaşılması açısından önemlidir. Fakat sinema ve din çalışmalarının nitelik ve nicelik bakımında gerekli gelişmeyi gösterebilmesi için sadece sinema ve din alanında çalışmalar yayınlayacak tematik bir dergiye de ihtiyaç bulunmaktadır.

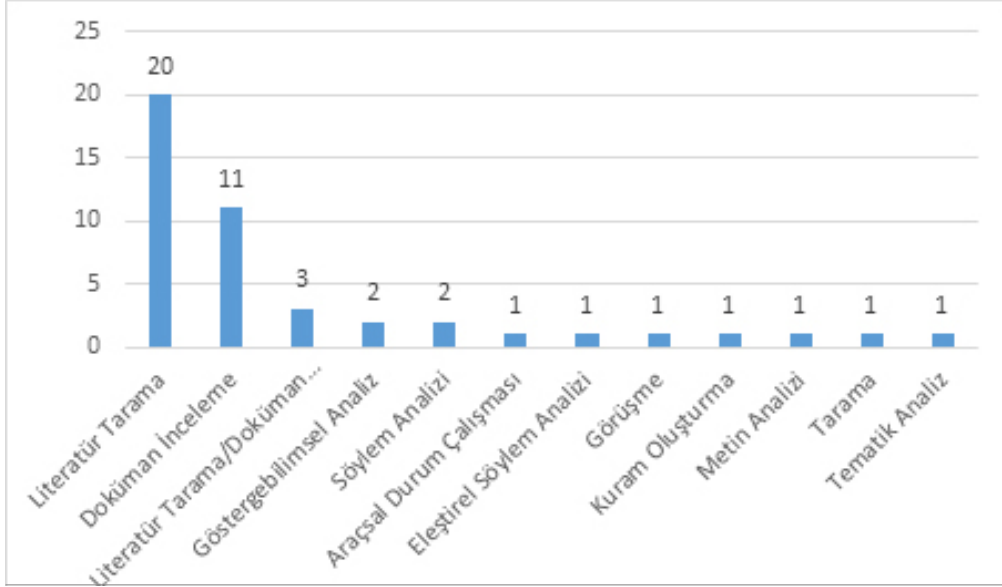
1997 yılında William L. Blizek tarafından kurulan *Journal of Religion and Film*'de günümüze kadar sinema ve din alanında 908 makale yayınlanmış ve bu makaleler 345.781 kişi tarafından indirilmiştir (JRF, 2019). *Journal of Religion and Film*'in sinema ve din alanındaki çalışmalara bir canlılık getirdiği açıktır. Sinema ve din alanında benzeri bir tematik derginin ülkemizde yayın hayatına başlaması alana bir canlılık getirecektir.

**Şekil 12.** Sinema ve Din Alanında Yazılan Makalelerin Konularına Göre Dağılımı



Sinema ve din alanında yazılan makalelerin 10'u dindar tipolojilerini, 3'ü dini temaları, 3'ü milli sinema akımını, 2'si Aleviliği, 2'si Hazretli Filmleri, 2'si islamofobiyi, 2'si korku filmlerini, 2'si Mecidi sinemasını, 2'si Müslüman temsilini, 2'si Takva filmi konu edinmektedir. Birer makale de din olgusu, din ve bilim, dindarlık, dinsel komedi, eğitim-öğretim, felsefe, kadın temsili, Katoliklik, kıyamet, Kur'an kıssaları, peygamber tasviri, sekülerizm, sinema tarihinde din, tasavvuf ve tebliğ filmleri konularını ele almaktadır. Her ne kadar makalelerde, tezlerde ele alınan konuların dışında konulara da yer verildiği görülse de yoğun olarak işlenen konuların aynı olduğu ortadadır. Tezlerde en çok işlenen konu dini temalar iken makalelerde dindar tipolojisinin yoğun olarak ele alındığı görülmektedir. Dolayısıyla bu iki konu hem tez hem makale türünde en çok ele alınan konular olmuştur. Yukarıda da değinildiği üzere alana yönelik sınırlı ilgiyi verimli kullanma adına birbirini tekrar eden konuların ele alınmasından kaçınılmalıdır.

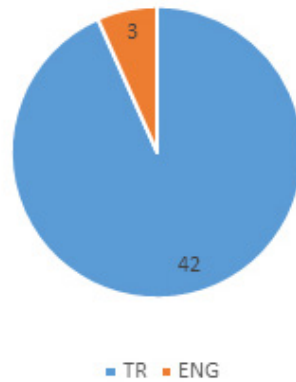
**Şekil 13.** Sinema ve Din Alanında Yazılan Makalelerin Yöntemlerine Göre Dağılımı



Sinema ve din alanında yazılan makalelerin 20’sinde literatür tarama, 11’inde doküman inceleme, 3’ünde hem literatür tarama hem doküman inceleme, 2’sinde göstergibilimsel analiz, 2’sinde söylem analizi kullanılmıştır. Birer makale de araçsal durum çalışması, eleştirel söylem analizi, görüşme, kuram oluşturma, metin analizi, tarama ve tematik analiz ile tamamlanmıştır. Tezler için ifade edilen hususlar makaleler için de geçerlidir. Tezlerde en çok doküman inceleme yöntemi kullanılırken makalelerde literatür taramaya ağırlık verilmiştir. Hem tezlerin hem de makalelerin büyük çoğunluğunda ise literatür tarama ve doküman inceleme yöntemleri kullanılmıştır.

**Şekil 14.** Sinema ve Din Alanında Yazılan Makalelerin Yazıldıkları Dile Göre Dağılımı

#### Makalelerin Yazıldığı Dil



Sinema ve din alanında yazılan makalelerin 42’si Türkçe, 3’ü İngilizce kaleme alınmıştır. Tezlerde olduğu gibi makalelerde de Türkçe yazımın hakim olması normal bir durumdur. Bununla birlikte uluslararası alandaki sinema ve din çalışmalarına katkı sunmak açısından İngilizce makalelere yer verilmesi yerinde olur. En azından Türkçe makalelere genişletilmiş İngilizce özet eklenmesi bu ihtiyacı giderecektir.

## Sonuç

Türkiye’de sinema ve din tartışmaları ülkemize sinemanın geliş tarihi kadar eskidir. Buna rağmen uzun yıllar ideolojik değerlendirmeler ve hamasi ifadeler dışında bir çalışma yapılmamıştır. Sinema ve din alanında ilk bilimsel çalışma ancak 1986’da yapılabilmiş sonrasında ise alan hak ettiği ilgiyi 2000’li yıllara kadar görememiştir. 2015 yılından sonra ise nitelik ve nicelik bakımından giderek artan bir ilgi gözlenmekte ve sinema ve din alanının geleceği açısından ümit vermektedir.

Sinema ve din alanında hazırlanan tezler ve makaleler incelendiğinde tezlerin belirli üniversitelerde ve belirli ana bilim dallarında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum alanın ülkemizdeki akademisyenler arasında yaygınlaşmadığını göstermektedir. Sinema ve din alanına katkıda bulunabilecek, bakış açımızı zenginleştirebilecek birçok disiplin henüz bir çalışma yapmış değildir. Din sosyolojisi, sinema-TV gibi sinema ve din konusunda birçok çalışmanın yapıldığı disiplinlerin de sadece belirli üniversitelerdeki mensupları çalışmalar üretmektedirler. Bu durum da sinema ve din çalışmalarının kişisel ilgilere bağlı olarak ilerlediğini ortaya koymaktadır.

Sinema ve din çalışmalarının daha geniş bir katılımı sürdürülebilmesi için sempozyum, çalıştay gibi etkinlikler her yıl düzenlenmeli ve tematik bir dergi yayın hayatına başlamalıdır. 2015 yılından itibaren sinema ve din alanında yapılan çalışmalardaki artışı Uluslararası Sinema ve Din Sempozyumuna bağlamak mümkündür. Dolayısıyla her yıl farklı üniversiteler bünyesinde düzenlenecek sinema ve din sempozyumları alana ilgi duyan akademisyenlerin sayısında artışa neden olacaktır. 2018 yılında yayın hayatına başlayan *Medya ve Din Araştırmalar Dergisi* de tematik bir dergi olması hasebiyle sinema ve din çalışmalarının yaygınlaşmasına katkı sunacaktır. Yine de doğrudan sinema ve din çalışmalarını temele alan tematik bir dergi alanın geleceği açısından önem arz etmektedir.

Sinema ve din alanında yazılan tez ve makalelerde dikkat çeken bir husus da belirli konuların tekrara düşecek şekilde işlenmesidir. Özellikle dini temalar ve dindar tipolojilerini konu edinen çalışmalar artık doygunluğa ulaşmıştır. Dolayısıyla bu alanda çalışacak akademisyenler daha önce çalışılmamış özgün konulara yönelmelidirler.

Öte yandan sinema ve din alanında kullanılan yöntemlerin çeşitliliği alana bir zenginlik katmaktadır. Fakat daha farklı yöntemlerin kullanılması ile sinema ve din alanındaki birikimimiz zenginleşecektir. Sinema ve din çalışmaları doküman inceleme ve literatür taraması ile filmlere ve yazılı kaynaklara odaklanmış durumdadır. Hâlbuki sinemanın birey ve toplum üzerindeki etkilerini daha net ortaya koyabilmemiz için tarama, deneysel ve korelasyonel çalışmalara ihtiyacımız vardır.

Genel olarak sinema ve din çalışmalarına baktığımızda çeşitli olumsuzluklara rağmen gün geçtikçe alana ilgi duyan akademisyenlerin sayısının arttığı, yapılan yayınların nicelik ve nitelik bakımından belirli bir ivme yakaladığı görülmektedir. Bu durum ülkemizde sinema ve din çalışmalarının gelecekte çok daha önemli bir konuma yükseleceğini göstermektedir.

## Kaynakça

- BOA. (1916). Büyük Osmanlı arşivi (BOA), Dahiliye Nezareti, DH.EUM.VRK, Dosya: 28, No: 13, Aded:4, 1334.Za.22, Vesika:6.
- BOAa. (1913). Büyük Osmanlı arşivi, Dahiliye Nezareti, DH.İD, Dosya: 65, No: 27, Aded:19, 1331.S.12, Vesika:6,7,8,9.
- BOAb. (1913). Büyük Osmanlı arşivi, Dahiliye Nezareti, DH.İD, Dosya: 65, No: 27, Aded:19, 1331.S.12, Vesika:10.
- BOAc. (1913). Büyük Osmanlı arşivi, Dahiliye Nezareti, DH.İD, Dosya: 65, No: 27, Aded:19, 1331.S.12, Vesika:11.

- BOAd. (1913). Büyük Osmanlı arşivi, Dahiliye Nezareti, DH.İD, Dosya: 65, No: 27, Aded:19, 1331.S.12, Vesika:12.
- BOAe. (1913). Dahiliye Nezareti, DH.İD, Dosya: 65, No: 27, Aded:19, 1331.S.12, Vesika:13.
- Can, A. (1967). İslâmın emrinde sinema. *Tohum*, 26.
- Çakmaklı, Y. (1964). Millî Sinema ihtiyacı. *Tohum*, 3.
- Çakmaklı, Y. (1964). Sinema <<İslâm Sineması>>. *Tohum*, 32.
- DİB. (2005). *Uluslararası dini yayınlar (sesli görüntülü dini yayıncılık) kongresi*. Ankara: DİB Yayınları.
- Diriklik, S. (1995). Fleşbek, Türk sinema-TV’sinde İslami endişeler ve çizgi dışı oluşumlar. İstanbul: Söğüt Ofset.
- Erensoy, M. (1949). Vurun kahpeye! Kahbe kim! *Sebilüreşâd*, 6.
- Erkuş, A. (2011). *Davranış bilimleri için bilimsel araştırma süreci*. Ankara: Seçkin.
- Evren, B. (2014). *Yücel Çakmaklı: Milli Sinemanın kurucusu*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Gökmen, S. (1972). Dini görüş açısından sinema. *Tohum*, 31.
- Gökmen, S. (1974). Milli sinema açık oturumu. *Yeni Sanat*, 42.
- Görsel Sanatlar ve İslam*. (1991). İstanbul: İlmî Neşriyat.
- Gülşen, E. (2011). *Sinemanın hakikati*. İstanbul: Külliyyat Yayınları.
- Hekimoğlu, Y. (1967). Sinema silahtır. *İslam Medeniyeti*, 36.
- İSAM. (2019, Nisan 19). *İSAM İlahiyat makaleleri veri tabanı*. <http://ktp.isam.org.tr/?url=makaleilh/findrecords.php> adresinden alındı
- İSAM. (2019, Nisan 19). *İSAM kütüphanesi İlahiyat fakülteleri tezler kataloğu*. <http://ktp.isam.org.tr/?url=tezilh/findrecords.php> adresinden alındı
- JRF. (2019, Nisan 19). *Journal of Religion and Film*. <https://digitalcommons.unomaha.edu/jrf/> adresinden alındı
- Karaca, H. (2009). *Sonsuz karelerde bir çığlık: Mesut Uçakan*. İstanbul: Mavi Yayıncılık.
- Kısakürek, N. F. (1943). Beyaz perde. *Büyük Doğu*, 9.
- Küçükkalay, H. (1974). Rasulullah temsil edilemez. *İslam’ın İlk Emri Oku*, 3.
- Kütüphane, M. (2019, Nisan 19). Marmara Üniversitesi kütüphanesi online veri tabanı: <http://www.marmara-elibrary.com/Marmara> adresinden alındı
- Lüleci, Y. (2009). *Türk sineması ve din*. İstanbul: Es Yayınları.
- Maraşlı, G. N. (2011). *Günahıyla sevabıyla yeşilçam*. İstanbul: Ufuk Yayınları.
- Maraşlı, M. (1913). Büyük osmanlı arşivi (BOA), Dahiliye Nezareti, DH.İD, Dosya: 65, No: 27, Aded:19, 1331.S.12, Vesika:1,2,3,4. *Büyük Osmanlı Arşivi*.
- Milli Sinema Açık Oturumu*. (1973). İstanbul: MTTB Sinema kulübü Yayınları.
- Rhodes, G. D. (2012). *The perils of moviegoing in America: 1896-1950*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Sadık Yalsızuçanlar, İ. K. (1997). *Düş, gerçeklik ve sinema*. İstanbul: İz Yayıncılık.



- Sebilürreşâd. (1923). Sinemaların murakabesi: Hissiyat ve an'anat-ı İslamiyyeyi ren-  
cide edilmekten vikaye hususunda hükümet-i milliyemizin şayan-ı şükran bir  
tebliği. *Sebilürreşâd*, 128.
- Sebilürreşâd. (1924). Ahlak-ı Diniyye filmi. *Sebilürreşâd*, 398.
- Sebilürreşâd. (1924). Gençler sinemalarla, danslarla zehirleniyorlar! *Sebilürreşâd*, 47.
- Sebilürreşâd. (1925). Ahlak bozmak hususunda Sinemaların muzırr tesirâtı. *Sebilür-  
reşâd*, 206.
- Şasa, A. (1993). *Yeşilçam günlüğü*. İstanbul: Gelenek.
- Şimşek, G. (2016). *Sinemada korku ve din*. İstanbul: Pales Yayınları.
- Tecimer, Ö. (2005). *Sinema modern mitoloji*. İstanbul: Plan B Yayıncılık.
- Tosun, N. (1992). *Mesut Uçakan'la sinema söyleşileri*. İstanbul: Nehir Yayınları.
- Uçakan, M. (1977). *Türk sinemasında ideoloji*. İstanbul: Düşünce.
- Uzun, M. (1971). *Sinema Türk sinemasında bizden çizgiler*. *Tohum*, 25.
- Velioğlu, Ö. (2005). *İnançların Türk sinemasına yansımaları*. İstanbul: Es Yayınları.
- Yorulmaz, B. (2012). The early life of cinema in Turkey: Religious, moral, and social  
problems arising between 1896-1923 and solutions in the light of the Ottoman  
archive documents. *Journal of Islamic Research*, 186-209.
- Yorulmaz, B. (2013). *Filmlerde DKAB dersi*. İstanbul: Nobel Yayınları.
- Yorulmaz, B. (2013). *Perdeden gönüllere; din eğitiminde kullanılabilecek seçme videolar*.  
İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Yorulmaz, B. (2015). *Sinema ve din eğitimi*. İstanbul: DEM Yayınları.
- Yorulmaz, B. (2016). *İzlenesi filmler*. İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Yorulmaz, B. (2016). *Popüler filmlerde din*. İstanbul : İstanbul Tasarım Merkezi Yayınları.
- YÖK. (2019, Nisan 19). Ulusal Tez Merkezi : <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp> adresinden alındı
- Zekeriya, M. (1921). Amerika'da Allah'ın birlik günü: Amerika'da içkiden sonra tiyatrolar,  
sinemalar, oyunlar ve eğlencelerin men'i. *Sebilürreşâd*, 11.

# MEDIAD

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

## An Analysis of Religion and Film Studies in Turkey

**Bilal YORULMAZ**

### Extended Abstract

Religion and film debate started in Turkey when cinematograph came to Ottoman State. However, religion and film weren't studied academically for many years. Few articles were published in Islamic magazines such as Sebilürreşâd, Çatı, Hakikat Yolu, İslam Medeniyet, İslam'ın İlk Emri Oku, Pınar, Tohum, and Yeni Sanat until the 1970s. They were generally one page long and non-academic. The first book on religion and film was written in 1977 and 18 books have been published since then.

In this article, articles, MA theses, and Ph.D. dissertations, in which the field of religion and film in Turkey have been studied, and will be evaluated according to dissertation type (MA or Ph.D.), year, university, department, language, topic, methodology, and academic title.

Articles, theses, and dissertations were found by using the Turkish Higher Education Council National Dissertation Center, ISAM Theology Faculties Dissertations Database, ISAM Theology Faculties Articles Database, and the Marmara University Online Sources Database.

The first MA thesis was written by Ozden Candemir in 1986 and the first Ph.D. dissertation was written by Sabire Batur in 2007 at communication faculties. The first MA thesis was written by Yalçın Lüleci in 2007 and the first Ph.D. dissertation was written by Bilal Yorulmaz in 2010 at theology faculties. After these first dissertations and theses, religion and film dissertations/theses increased in numbers. Since then, 11 MA theses and six Ph.D. dissertations at theology faculties, 17 MA thesis and four Ph.D. dissertation at communication faculties, and three MA thesis and two Ph.D. dissertations at other faculties studied the topic of religion and film.

Religion and film dissertations/theses were written in the areas of sociology of religion (8); cinema and TV (6); radio, TV and cinema (6); psychology of religion (3); communication sciences (3); sociology (3); philosophy of religion (2); history of religions (2); cinema- TV art (2); religious education (1); Islamic Law (1); film design (1); film and drama (1); journalism (1); cultural studies (1); political science (1); and American culture and literature departments.

Nine dissertations were studied from Marmara University. Dissertations and theses were also investigated from the following universities: Bahçeşehir (4), Ankara (3), Dokuz Eylül (3), Fırat (3), Anadolu (2), İstanbul (2), Kocaeli (2), Necmettin Erbakan (2), Abant İzzet Baysal (1), Akdeniz (1), Atatürk (1), Harran (1), İnönü (1), Kadir Has (1), Katip Çelebi (1), ODTU (1), Sakarya (1), Selçuk (1), Süleyman Demirel (1), and Uşak (1).

The most popular topics were religious themes (9), representations of devout Muslims (6), horror films (4), national cinema movement (4), representation of Muslims (3), the phenomenon of religion (2), Iran cinema (2), religious violence (1), the Jesus figure (1), secularism (1), Sufism and death (1), Islamic Law and cinema (1), Islamophobia (1), modernism and religion (1), miniature painting and cinema (1), cinema history and religion (1), and superstitions (1). The most popular methods used were film reviews (18), literature reviews (9), film reviews+literature reviews (6), semiotics (3), and discourse analyze (2).

Religion and film are very popular among young academics in Turkey. Twenty-four assistant professors, 12 research assistants, seven associate professors, five lecturers, and two professors have written articles on religion and film.

Those academics were from sociology of religion (9), religious education (8), sociology (5), radio, Tv and cinema (4), communication sciences (4), social service (4), philosophy of religion (1), psychology of religion (1), history of religions (1), cinema-TV (1), media studies (1), advertisement (1), performing arts (1), Middle Age History (1), and political science (1) departments.

Religion and film articles were written by the academics from Marmara University (8), Afyon Kocatepe (3), Akdeniz (2), Ege (2), Gazi (2), and Inonu (2), Harran (1), Anadolu (1), Ankara (1), Ardahan (1), Artvin (1), Ataturk (1), Balıkesir (1), Bartın (1), Batman (1), Bozok (1), Çukurova (1), Erciyes (1), Gaziantep (1), Girne American (1), Hacettepe (1), Istanbul (1), Istanbul Ticaret (1), Karabuk (1), Medeniyet (1), Munzur (1), Trabzon (1), Trakya (1), Uşak (1), and Yakin Doğu (1) Universities.

Religion and film articles were published in several different journals. Sine-Cine (5), Uluslararası Sosyal Araştırmalar (4) Kafkas University Theology Faculty (3), Mediad (2) and other 30 journals (1 each) published articles on religion and film.

The most popular topics for articles were representations of devout Muslims (10), religious themes (3), national cinema movement (3), horror films (2), representation of Muslims (2), Saint movies (2), Islamophobia (2), Majidi movies (2), Shia (2), the movie Takva (2), the phenomenon of religion (1), parables of the Qur'an (1), religious comedy (1), Catholicism (1), secularism (1), Sufism (1), depicting prophets (1), religion in the cinema history (1), education (1), religion and science (1), Apocalypse (1), and dawah movies (1).

The most popular methods used were literature reviews (20), film reviews (11), film reviews+literature reviews (3), semiotics (2), discourse analyze (2), grounded theory (1), interview (1), and survey (1).



# MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Haziran 2019, 2(1), 93-121

Geliş: 28.05.2019 | Kabul: 19.06.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Türkiye’de Medya ve İslamofobi Araştırmaları

Mustafa TEMEL\*



### Öz

İslamofobi, son zamanlarda akademik çalışmalarda sıkça ele alınan bir konu olarak görünürlük kazanmıştır. Bu çalışmalar arasında ise medya ve İslamofobi ilişkisini ele alan araştırmaların yoğunluğu dikkat çekmektedir. Çalışma kapsamında İletişim, Sosyoloji, Felsefe, İlahiyat alanlarında medya ve İslamofobi ilişkisini ele alan çalışmalar değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, perspektif sunması açısından, öncelikli olarak uluslararası literatürde konu ile ilgili yer alan akademik metinlerin genel bir çerçevesi çizilmiş ve çalışmalarda karşılaşılan problemler yorumlanmıştır. Bu sonuçlarla birlikte; Türkiye’de geleneksel medya ve İslamofobi, sinema ve İslamofobi, sosyal medya/dijital oyunlar ve İslamofobi meselelerini ele alan tez, makale ve kitapların analizi yapılmıştır. Betimsel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmanın sonucunda, genel olarak medya ve İslamofobi ilişkisine odaklanan araştırmaların Türkiye’de oldukça geç başladığı ve konunun uluslararası literatüre göre yeterli düzeyde olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca uluslararası literatürdeki ve Türkiye’deki medya ve İslamofobi çalışmalarının değerlendirilmesi sonucunda, bu çalışmaların felsefi yaklaşım problemi, tarihsel perspektif yoksunluğu ve kavramsallaştırma sorunu gibi birtakım problemler ihtiva ettiği ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İslamofobi, Medya, Geleneksel Medya, Sinema, Sosyal Medya, Dijital Oyunlar

## Media and Islamophobia Researches in Turkey

### Abstract

Islamophobia has recently gained visibility as a subject that has been frequently addressed in academic studies. Among these studies, the intensity of research on the relationship between media and Islamophobia is remarkable. Within the scope of the study, studies dealing with the relationship between media and Islamophobia in the fields of Communication, Sociology, Philosophy, and Theology were evaluated. In this context, in order to present perspective, firstly, a general framework of the academic texts in the international literature has been drawn and the problems encountered in the studies have been interpreted. With these results; thesis, articles, and books about the issues of traditional media and Islamophobia in Turkey, cinema and Islamophobia, social media / digital games and Islamophobia are analyzed. As a result of the study using descriptive research method, the researches focusing on the relationship between media and Islamophobia in general rather started late in Turkey and that the subject has been determined as inadequate relative to the international literature. Also as a result of the evaluation of the literature and studies in the international media and Islamophobia in Turkey, it was revealed that these studies had a number of problems such as philosophical problem, lack of historical perspective and conceptualization problem.

**Keywords:** Islamophobia, Media, Traditional Media, Cinema, Social Media, Digital Games

**ATIF:** Temel, M. (2019). Türkiye’de medya ve İslamofobi araştırmaları, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(1), s. 93-121.

## 1. Giriş

İslamofobi kavramı, İslam dinine ve Müslümanlara karşı duyulan ön yargıya ve ayrımcılığa dayalı korkuyu ifade etmektedir. Müslümanlara yönelik gerçekleştirilen ayrımcılık, dışlama ve şiddet eylemlerini tanımlamak için kullanılan İslamofobi kavramı özellikle 11 Eylül 2001 olayları ile literatürde daha yoğun bir şekilde görünür olmaya başlamıştır.

İslamofobi kavramının tarihsel arka planında Batı tarafından bilinçli olarak inşa edilen İslam karşıtlığının izleri yer almaktadır. Bu karşıtlık, Doğu-Batı ayrımından hareketle kuvvetlenmiş ve İslam’ın Doğu’nun dini olarak tanımlanmasıyla artmıştır. İslam karşıtlığının şekillenmesinde ise 20. ve 21. yüzyıldan itibaren, kitle iletişim araçları etkin olarak rol almıştır. Televizyon, gazete ve dergilerde şiddet ve terör olayları İslam’la ilişkilendirmeyi amaçlayan bir çerçevede sunulmuş; bazı inanç merkezli toplumsal pratikler olumsuz örnekler üzerinden irdelenmiş, bu çabalar karikatür aracılığıyla geniş kitleler için daha işlevsel hale getirilmiş; sinema yapımları ile birlikte barbar, şehvet düşkünü, gerici, şiddet taraftarı Müslüman tipolojileri üretilmiştir. Yeni iletişim teknolojileri, sunduğu yeni olanaklarla bu anlatımları herkese hitap edebilen formlara dönüştürmüştür. Böylelikle kitle iletişim araçları kendine özgü formlarıyla Batı’nın İslam’a yönelik olumsuz bakış açısını genelleştiren ve buna süreklilik kazandıran bir işlev kazanmıştır.

İslamofobinin yaygınlık kazanmasında medyanın aktif olarak rol oynaması, akademik çalışmaların da bu ilişkiselliğe odaklanmasına sebep olmuştur. Bu kapsamda özellikle Batı ülkelerinde İslamofobi ve medya konularında farklı anabilim dallarında pek çok çalışma yapılmış ve bunlar kısmen Türkiye’deki akademik çalışmaları da etkilemiştir.

Dolayısıyla bu çalışma kapsamında literatürün yönelimini, literatürdeki artı ve eksileri gösterebilmek için İslamofobi ve medya ilişkisini ele alan çalışmalar değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, öncelikle bir çalışma alanı olarak İslamofobi-medya ilişkiselliği ele alınmış; ardından uluslararası ve ulusal literatürdeki medya-İslamofobi çalışmalarının genel bir çerçevesi çizilmiştir.

## 2. Araştırmanın Tasarımı

### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Medya ve İslamofobi alanında yapılmış olan akademik çalışmaların değerlendirilmesini yaparak, İslamofobi alanının genel bir haritasını çıkarmak çalışmanın temel amacıdır. Bu kapsamda Türkiye’de medya ve İslamofobi ilişkiselliğine odaklanan tezler, makaleler, kitaplar değerlendirilecektir.

Bu değerlendirme; medya ve İslamofobi çalışmalarının hangi dönemlerde yapıldığını, hangi perspektifle ele alındığını ve hangi bilimsel yöntemlerin kullanıldığını ortaya çıkaracaktır. Özellikle medya-İslamofobi meselesinin uluslararası ve ulusal alanlarda ilgi duyulan bir konu olmasına rağmen, mevcut literatürü sorgulayan, tartışan bir çalışmanın bulunmaması bu araştırmanın önemini artırmaktadır. Bu gerekçe, aynı zamanda alana yönelim sağlayacak farklı araştırmacılara da katkı sunacaktır.

### 2.2. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Yöntemi

Medya ve İslamofobi ile ilgili yapılmış ulusal ve uluslararası araştırmalara, Erciyes Üniversitesi Medya ve Din Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi’nin sağladığı olduğu, Mustafa Derviş Dereli ile Metin Eken’in hazırladığı bibliyografya çalışması aracılığıyla erişilmiştir.<sup>2</sup> İngilizce ve Türkçe dilleri esas alınarak yapılan taramada, 2018 yılı Aralık ayına kadar yapılmış çalışmalara ulaşılarak değerlendirme yapılmış, çalışmaların bir kısmı da metin içerisinde detaylı bir şekilde (konu, amaç, yöntem) ele alınmıştır.

Bu bağlamda medya ve İslamofobi alanındaki çalışmaları değerlendirebilmek, elde edilen bulgular yorumlayabilmek ve çalışmalar arasında neden-sonuç ilişkisi kura-

bilmek ve sonraki çalışmalara yönelik önerilerde bulunabilmek amacıyla betimsel araştırma yöntemi (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 224) kullanılmıştır.

### 3. Bir Araştırma Alanı Olarak Medya ve İslamofobi

İslam ve fobi kelimelerinin birleşmesinden oluşan İslamofobi kelimesi, Yunanca yabancı düşmanlığını ifade eden xenophobia kelimesinden türemektedir. Xenos (yabancı) ve phobos (korku) kelimelerden oluşan xenophobia, yabancılara karşı duyulan korkuyu, antipatiyi ve düşmanlığı ifade etmektedir (Canatan, 2007, s. 25-26). Psikolojik bir hastalık olarak kullanılan fobi teriminin dikkat çektiği İslamofobi kelimesi, herhangi bir gerçekliğe dayanmadığı halde İslam'dan ve Müslümanlardan çekinme, korkma ve kaçma içgüdüsünü ifade etmektedir (Hıdır, 2007, s. 82-83). İslamofobi kelimesinin tarihteki kullanımı hakkında net bir bilgi bulunmamasıyla birlikte, literatürdeki verilere dayanarak kavramın 1900'lü yıllardan itibaren kullanıldığını söylemek mümkündür (Dinet ve İbrahim, 1921, s. 38; Allen, 2010, s. 5, 13; s. 107-108; Cesari, 2015, s. 63).

İslamofobinin tarihsel arka planında politik, teolojik, kültürel ve sosyal pek çok mesele yer almaktadır. Batı'nın Doğu'yu kategorilendirme süreci olarak tanımlanabilecek oryantalist bakış açısının yansıması ile birlikte Batı'nın İslam'ı teolojik tehdit olarak algılaması ve oryantalist bakış açısıyla İslam'ı, Müslümanları tasvir etme süreci İslam karşıtlığının ilk izleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçteki Endülüs Devleti'nin ve Osmanlı Devleti'nin siyasal olarak güç kazanması da İslam'a yönelik politik düşmanlığı artırmıştır. Batı'da İslam ile ilgili bahsi geçen bu gelişmelerle oluşturulan ve bazı oryantalist çalışmalarla desteklenen bu karşıtlık 20. yüzyıla kadar devam etmiştir. 1960'lı yıllarda Batılı ülkelerin İslam coğrafyası üzerindeki güç mücadelesi ve Müslümanların Batı'ya göç etmesi ile birlikte Batı'da Müslümanlara yönelik ırkçılık ve yabancı düşmanlığı sebebiyle şiddet eylemleri artmıştır (Çetin, 2016, s. 543-545). 1970'li yıllarla birlikte meydana gelen İran İslam Devrimi ile yeni bir süreç yaşanmış, İslam siyasal düzlemde görünür olmaya başlamıştır. 1989 yılında Berlin Duvarı'nın yıkılmasıyla da komünizm güç kaybetmiş, Sovyetler Birliği dağılmış ve tek kutuplu dünya algısı meydana gelmiştir. Bu durum üzerine, Batı'daki, özelde de Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bazı politikacıların ve kurumların yeni bir düşman olarak İslam'ı seçmesi İslamofobinin artmasına sebep olmuştur (Kirman, 2010, s. 23). Özellikle Soğuk Savaş'ın ardından İslam dini terör, şiddet ile ilişkilendirilerek güvenlik sorunu haline getirilmiş ve İslam/İslam tehdidi söylemi de uluslararası güçlerin siyaset aracı haline gelmiştir (Kalın, 2016, s. 15). 11 Eylül 2001 olayları ile birlikte de İslamofobi uluslararası gündemi meşgul etmiştir.

Bu tarihsel süreçteki temel unsurlar dolaylı olarak İslamofobi alanını da ilgilendirmiş ve bu ilgi, akademik çalışmaların İslamofobi alanına yönelmesine sebep olmuştur. 11 Eylül 2001 olayları sonrası İslamofobi'yi siyasal/teolojik/sosyolojik bir perspektifte ele alan çalışmaların sayısı artmış; özellikle kitle iletişim araçlarının bu süreçteki etkinliği de önemli bir sorun alanı olarak görünürlük kazanmıştır. 9/11 olayları İslam ile eşleştirilip, televizyon aracılığıyla yapılan canlı yayınlarla İslam dininin terör olaylarının yaşanmasındaki en önemli etken olduğu vurgusu yapılmış, bu söyleme kitle iletişim araçları ile herkesin inandırılması için özel bir çaba sarf edilmiştir. Uluslararası medya, küreselleşme çağının önemli belirleyicilerinden biri olan 9/11 olaylarını eş zamanlı olarak herkese ulaştırmış ve herkesi bu sürece ortak etmiştir. Bu eylemin sonucu, medyanın da katkısı ile İslam ve Müslümanlar bir düşman olarak etkilenmişlerdir (Kellner, 2006, s. 166). Bu süreçte, kitle iletişim araçlarının İslam karşıtı tasavvuru daha görünür hale getirmesi (Yüksel, 2012, s. 189) İslamofobinin medya ile ilişkisinin incelenmesini gerekli kılmış ve İslamofobi alanın-

daki çalışmalar iletişimsel bir boyutta tartışılmaya başlanmıştır. İslam karşıtlığının artmasında medyanın etkinliği tartışma konusu olmuş ve bu perspektifte İslamofobi, iletişim çalışmalarının odaklandığı temalardan biri haline gelmiştir. Özellikle 11 Eylül 2001 olaylarından sonra kitle iletişim araçlarının oluşturmuş olduğu İslamofobik söylemler, bu odaklanmanın temel gerekçesi olarak yorumlanabilir.

#### 4. Medya ve İslamofobi Araştırmalarının Uluslararası Literatürdeki Görünümü

İslamofobi disiplinler arası bir çalışma alanı olmakla birlikte farklı dönemsel eğilimlere göre (siyasal, sosyal, iletişimsel) İslamofobi ile ilgili akademik çalışmaların üretildiği belirlenmiştir. İslamofobi ve medya ilişkisini ele alan çalışmalar da özellikle kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaştığı son dönemlerde görünürlük kazanmıştır. Çalışma kapsamında da medya ve İslamofobi ilişkiselliğinin ele alındığı çalışmaların tarihsel sürecine değinmek, alan ile ilgili literatürün seyrini gösterecek olup aynı zamanda medya ve İslamofobi ilişkisinin merkez ve çevre noktalarını ortaya çıkaracaktır. Bu bağlamda, uluslararası ve ulusal literatürde medya ve İslamofobi ile doğrudan ve dolaylı olarak ilişkilendirilebilecek akademik metinlerin değerlendirilmesi önem arz etmektedir.

##### a-Uluslararası literatürde medya ve İslamofobi ilişkisini ele alan çalışmaların tarihsel süreci:

Media ve islamophobia kavramlarının taranmasıyla elde edilen verilere göre medya ve İslamofobi çalışmalarının istatistiki görünümü şu şekildedir:

**Tablo 1:** Yıllara ve yayın kategorilerine göre medya ve İslamofobi ilişkisine odaklanan çalışmalar

Çalışmaların Yayınlandığı Yıllar	Yayın Kategorisi			
	Tez	Makale	Kitap	Toplam
1995-1999	2	-	2	4
2000-2004	-	3	3	6
2005-2009	3	22	9	34
2010-2014	13	35	14	62
2015-2018	17	92	14	123
Toplam	35	152	42	229

Tabloya göre görsel ve yazılı medya araçlarının kullanımı ve siyasal/sosyal konulardaki etkinliği eskilere kadar dayansa da 2000’li yıllara kadar İslamofobi ve medya ilişkisinin yeterince incelenmediğini söylemek mümkündür. Hâlbuki tarihsel süreçte İslam karşıtlığının medya araçları ile üretildiğine dair izler oldukça belirgindir. Çünkü 11 Eylül 2001 öncesi Batı medyasında İslam, Batı’yı ve Batı medeniyetini tehdit eden bir olgu olarak ve İslam ülkelerindeki politik olaylar Avrupa medyasında İslam ile eşleştirilerek verilmiş ve Müslümanlar ile ilgili olumsuz yayınlara sıkça yer verilerek medyada (özellikle filmlerde/karikatürlerde) İslam/Müslümanlar öteki olarak inşa edilmiştir (Kurtuluş, 2009, s. 120, 124). Bu durum, tarihsel arka plandan beslenen İslam karşıtlığının geleneksel medya aracılığı ile inşa edilmesinin uzun bir süre akademik çalışmalarda karşılık bulamadığını göstermektedir.

Bunun yanı sıra 11 Eylül 2001 olayları sonrası yakın tarihsel süreçte alan ile ilgili akademik çalışmaların sayısının oldukça arttığını belirtmek mümkündür. Bu durum İslamofobi ve medya ilişkiselliğine yönelik akademik bilincin son zamanlarda oluştuğunu



göstermektedir. Ayrıca medya-İslamofobi ilişkiselliği ile birlikte son zamanlarda sinema/sosyal medya/dijital oyunlar ve İslamofobi ilişkisini ele alan çalışmalarda<sup>1</sup> da artış olmuştur.

## **b-Uluslararası literatürdeki medya ve İslamofobi ilişkisinin incelendiği çalışmaların panoraması:**

**Tezler:** Doğrudan medya ve İslamofobi ilişkisini ele alan veya İslamofobi meselesini irdelerken medyaya atıf yapan birçok çalışma mevcuttur. Bu alan ile ilgili lisansüstü tez çalışmalarının bazılarını kısaca değinmek, tez çalışmalarının yönelimini göstermesi bakımından önem taşımaktadır.

1999 yılında Elizabeth Anne Poole tarafından hazırlanan “British Islam: Media representations and social meanings” isimli doktora çalışması ve Malcolm David Brown tarafından hazırlanan “The construction of Muslim identities in the United Kingdom and France: A contribution to the critique of orientalism” başlıklı doktora çalışması medya ve İslamofobi ilişkiselliğine doğrudan değinen ilk çalışmalardandır. “British Islam: Media representations and social meanings” isimli iletişim bilimleri perspektifinde hazırlanan çalışmada Poole, İngiliz medyasında İslam’ın/Müslümanların temsiline odaklanmıştır. Batı-İslam ilişkilerinin tarihsel sürecine değinen yazar, oryantlizmden ve tarihsel süreçteki politik olaylarda Batı’nın bir öteki oluşturma gayretinden söz etmiştir. Ayrıca oryantlist söylemin modern dönemde İslamofobi’ye yol açtığını belirten yazar (Poole, 1999, s. 23), içerik ve söylem analizi kullanarak İngiliz gazetelerinde İslam’ın temsiline odaklanmış ve İslamofobi ile ilgili kapsamlı bir kavramsal çerçeve oluşturmuştur. “The construction of Muslim identities in the United Kingdom and France: A contribution to the critique of orientalism” isimli doktora çalışmasında ise Brown, oryantlizm eleştirisi yapmakla birlikte, Amerika, İngiltere ve Fransa örneğinde Müslüman ve İslam kimliklerinin durumunu ele almıştır. Edward W. Said’in oryantlizm isimli eserinden hareketle, oryantlizmin tarihsel görünümünü eleştirel sorgulamaya açan ve İslamofobinin fanatizm, ırkçılık, suç gibi negatif birçok kavramla kalıplaşmış görünümünü irdelleyen yazar (Brown, 1999, s. ii), tarihsel bağlamda İslamofobi’nin oryantlizmin önemli bir parçası olduğunu belirtmiştir (Brown, 1999, s. 80). Ayrıca Batı’nın politik olaylarda medya aracılığı ile İslam’ın temsiline ayrı bir önem gösterdiğini ve bu temsiller aracılığı ile Müslüman kimliklerin inşa edildiğini, İslam’ın fanatizm, egzotizm gibi kavramlarla görünür kılındığını (Brown, 1999, s. 304) çalışmadan hareketle söylemek mümkündür. Bu çalışmalar, İslamofobi meselesinin 9/11 olaylarından da önce medya aracılığı ile yeniden üretimini göstermesi bakımından oldukça önemlidir.

2010 yılında Alexandra Joy Hardy tarafından hazırlanan “The ‘new phenomenon’: An examination of American media portrayal of Muslim female suicide bombers” isimli yüksek lisans tezinde ise Amerikan medyasının Müslüman kadın intihar bombacıları ile ilgili yayınlarına odaklanmıştır. Terör eylemlerinin gerçekleştirilmesi durumunda medyanın üstlenmesi gereken rollere de değinen yazar, özellikle Orta Doğu’nun Batı’nın tarihsel süreçten gelen bir ötekisi olduğundan ve Batı’nın Orta Doğu’yu geri/şiddet taraftarı olarak nitelendirmesinden söz etmiştir. Bu doğrultuda medyanın İslam’ı ve Müslümanları imajlarla sürekli negatif kurguladığını belirten Hardy (2010, s. 29), medyanın şiddeti ve terörü teşvik edici yayınlarda bulunarak, terör faaliyetleri ile simbiyotik ilişkisini sürdürdüğünü belirtmiştir (2010, s. 67).

Naved Bakali’nin 2011 yılında hazırlamış olduğu “Cultural Pedagogy and Islamophobia: Towards a Framework for Engaging Students in Critical Discussion” isimli yüksek lisans tezinde oryantlizm eleştirisi ile birlikte 9/11 olayları öncesi yayınlanan film, haber medyası analizleri yapılmıştır. Hollywood filmlerinde ve haber medyasında 9/11 olaylarından önceki İslam/Müslüman/Arap karşıtlığına değinen

yazar (Bakali, 2011), metinsel analiz kullanarak yaptığı araştırmada özellikle 9/11 olayları sonrasında İslam’ı ve Müslümanları çerçeveleyen negatif bir söylemin kullanıldığını vurgulamış ve bu durumun etkilerine odaklanmıştır (Bakali, 2011, s. 94)

David Douglas Belt’in 2014 yılında hazırlamış olduğu “Framing Islam as a threat: The use of Islam by some U.S. conservatives as a platform for cultural politics in the decade after 9/11” isimli doktora tez çalışmasında, 11 Eylül 2001 olaylarından sonra ABD’nin güvenlik uzmanları, siyasetçileri, medya profesyonelleri aracılığıyla neden El-Kaide’yi değil de topyekûn İslam dinini güvenlik problem olarak ele aldığı sorusuna odaklanmıştır. İslam’a yönelik muhalefetin genişletilmesi, ‘İslamlaşma’ konusunda uyarılarda bulunulması ve İslam’ı/Müslümanları Amerika vatandaşları nezdinde bir tehdit konumuna yerleştirilmesi çalışmanın hipotezleri arasındadır (Belt, 2014, s. ii). İslamofobinin, modern dönemde yeni oryantalizm olarak değerlendirilebileceğini belirten yazar, esas itibarıyla bu süreçte İslam’ın tehdit edici bir konuma yerleştirilmesini eleştirmiştir. Yine 2014 yılında Christopher Cameron Smith “Dispensationalism, islamophobia, and the mass media in America” isimli yüksek lisans tezinde İslamofobik söylemin teşvik edilmesine ve sürdürülmesine odaklanmıştır. Özellikle 9/11 olayları itibarıyla İslamofobik mesajların kitle iletişim araçları ile Amerikan nüfusuna dağıtıldığını ve bu yapımlarla/yayınlarla İslam’ın temsil edildiğini belirten yazar (Smith, 2014, s. 70), medya kuruluşları, düşünce kuruluşları ve politikacılar aracılığıyla İslam karşıtı mesajların geniş çaplı bir şekilde dağıtımına da değinmiştir (Smith, 2014, s. 85).

2016 yılında Shanna J. Carlson tarafından hazırlanan “Mass media’s cultivation effect on Islamic, Muslim, and qur’anic prejudice” başlıklı yüksek lisans tezinde anket yöntemi kullanarak İslamofobinin modern çağda medya aracılığı ile sürdürülmesine odaklanmıştır (Carlson, 2016, s. 5-6). Ayrıca yazar, 17. ve 18. yüzyıl itibarıyla teolojik sebeplerle İslam’ın itibarsızlaştırıldığını ve İslam’ın bir din olarak tanımlanmadığını (Carlson, 2016, s. 41-42), 20. yüzyılda ise politik olaylarla birlikte İslam’ın tehdit olarak inşa edilmeye devam edildiğini, özellikle haber programlarında düzenli aralıklarla İslam’ın Amerikalılar açısından bir tehdit oluşturduğu şeklinde söylemin kurgulandığını belirtmiştir (Carlson, 2016, s. 51).

2018 yılında İslam Aboualhuda tarafından medya ve iletişim alanında hazırlanan “Media discourse of Egyptian and British newspapers’ websites and its influence on the formation of images of Muslims and Islam post 25th January 2011 revolution” başlıklı doktora tez çalışmasında söylem çözümlemesi kullanılarak Mısır’da ve İngiltere’de yayınlanan bazı gazetelerin web sitelerindeki İslam/Müslüman imajları incelenmiştir. Oryantalizm ve neo oryantalizm kavramlarının İslamofobi ile ilişkisini inceleyen ve medyadaki temsil boyutuna yer veren yazar, İngiliz medyasında İslam’ın manipülatif ve tehdit unsuru olarak konumlandırıldığını (Aboualhuda, 2018, s. 4) belirtmiştir. Araştırma sonucunda ise İslam’ın/Müslümanların İslamofobik ve oryantalist söylemlerle medya aracılığı ile ötekileştirildiği tespit edilmiştir (Aboualhuda, 2018, s. 270). Yine 2018 yılında Mariam Khalil tarafından hazırlanan “Voices of Muslim women in America: Identity and Islamophobia” başlıklı yüksek lisans tezinde görüşme/anket yöntemi kullanılarak ABD medyasında bir kimlik problemleri olarak çerçevelenen Müslüman kadınların nasıl temsil edildiği ve algılandığı ele alınmıştır.

Bu çalışmalarla birlikte: Batı’nın İslamofobi ile ilgili politikalarını irdeleyen (Katherine M. Dyson, 2012, “No. no. Shari’s: United States and Canadian islamophobia expressed through public policy”); medya ve İslamofobi ilişkisini 11 Eylül 2001 olayları perspektifinde ele alan (Ziyad Alkhalifah, 2018, “Responding to terror in America: Global literature, film and the media narrative after the 9/11 attacks”); İslamofobi’yi ayrımcılık, ırkçılık, göçmen/mülteci kavramlarıyla ilişkilendirerek yorumlayan (Nazita Lajevardi, 2017, “A comprehensive study of Muslim American discrimination by legislators, the media, and the masses” ve Haley Reed, 2017, “Framing of immigrants and

refugees: A content analysis of mainstream and partisan news coverage of immigration”) lisansüstü tezler de mevcuttur. Bahsi geçen bu çalışmalarda medya ve İslamofobi ilişkisini dolaylı yoldan okumak mümkündür.

Ayrıca yapılan literatür taraması sonucunda:

- Medya ve İslamofobi ile ilgili tezlerin İletişim/Medya, İlahiyat, Uluslararası İlişkiler, Sosyoloji ve Siyaset gibi farklı anabilim dalları altında incelendiği ve bu incelemelerin/araştırmaların son yıllarda yoğunlaştığı;

- Özellikle politik olaylar örneklem alınarak İslamofobi okuması yapıldığı ve bu okuma ile birlikte örneklem alınan süreçlerde (İŞİD, El-Kaide vb.) medyanın etkinliğinin tartışıldığı;

- İslamofobi sorunsalına odaklanan birçok çalışmanın dolaylı olarak medyaya atıf yaptığı ve medyanın rolünün sorgulandığı;

- Tezlerde araştırma yöntemi olarak nicel ve nitel araştırma desenlerinin kullanıldığı belirlenmiştir.

Sonuç olarak, bahsi geçen çalışmalar medya ve İslamofobi ilişkiseliliğinin farklı yönlerini ele alsa da uluslararası literatürdeki doktora ve yüksek lisans tezlerinin İslamofobi’yi 11 Eylül 2001 olayları ile kısmen daralttığı; dar bir perspektifte ele alarak meseleyi çok yönlü irdeleyemedikleri; Batı’nın İslamofobik politikalarına yeteri kadar yer verilmediği ve İslamofobi meselesinin ırkçılık, şiddet (fiziksel-psikolojik), ayrımcılık, ön yargı gibi toplumsal hayatta görünür olan unsurlarına, bu unsurların medya ile üretimine kapsamlı bir şekilde odaklanılmadığı gözlemlenmiştir.

**Makaleler:** Veri tabanlarından elde edilen bulgulara göre medya ve İslamofobi ile ilgili makalelerin sayılarında özellikle 2005 yılı sonrasında artış meydana gelmiştir. Bu kısımda da konu ile ilgili yayınlanan bazı makalelerin değerlendirmelerine yer verilmiştir.

2006 yılında Fauzia Ahmad tarafından yayınlanan “British Muslim Perceptions and Opinions on News Coverage of September 11” isimli makalede 11 Eylül 2001 olayları sonrasında Batı medyasının Müslüman karşıtı bir ön yargıya sahip olduğunu ve 9/11 olayları sonrasında medya yayınları sebebiyle İslamofobik eylemlerin sayısının arttığı belirtilmiştir (Ahmad, 2006, s. 980). Ayrıca medya çıktılarının gündelik yaşamın belirleyici unsurlarından biri olduğunu belirten yazar, medya söylemlerinin Batı ülkelerindeki Müslümanları nasıl etkilediğini ve İslam’a/Müslümanlara yönelik saldırıları nasıl körüklediğini betimlemiştir (Ahmad, 2006, s. 981).

2007 yılında Amir Saeed ”Media, Racism and Islamophobia: The representation of Islam and Muslims in the Media” isimli çalışmada; genel olarak medya, ırkçılık ve İslamofobi kavramlarını ele almış, bununla birlikte medyada İslam’ın temsil ve sunumu ile ilgili değerlendirmelere yer vermiştir. Ayrıca makalede, medyada İslam’ın/Müslümanların yabancı, öteki olarak sunulduğu belirtilmiştir (Saeed, 2007).

2010 yılında Cemil Aydin ve Juliane Hammer tarafından hazırlanan “Muslims and media: perceptions, participation, and change” başlıklı çalışmada, Müslümanların ve İslam’ın tasvir biçimlerine ve bu tasvir biçimlerinin medya ile üretimine odaklanılmıştır (Aydin ve Hammer, 2010).

Christine Ogan, Lars Willnat, Rosemary Pennington tarafından 2014 yılında hazırlanan “The rise of anti-Muslim prejudice: Media and Islamophobia in Europe and the United States” isimli çalışmada Avrupa ve Amerika’da Müslüman karşıtı ön yargının yükselişi medya örneğinde ele alınmıştır (Ogan, Willnat ve Pennington, 2014, s. 30-31).

Bandar Al-Hejin tarafından 2015 yılında yayınlanan “Covering Muslim women: Semantic macrostructures in BBC News” isimli çalışmada, medyada İslam’ın ve Müslümanların temsili ile ilgili yapılan çalışmalara değinerek; BBC haberlerinde Müslüman kadınların, başörtüsünün nasıl sunulduğu/tasvir edildiği ele alınmıştır. Ayrıca çalışmada Müslüman kadınlar, Batı ile uyum politikaları, entegrasyon faaliyetleri perspektifinden de ele alınmıştır (Al-Hejin, 2015).

Brian J. Bowe ve Taj W. Makki tarafından 2016 yılında hazırlanan “Muslim neighbors or an Islamic threat? A constructionist framing analysis of newspaper coverage of mosque controversies” isimli çalışmada ise, Amerika’daki Müslümanların sosyal yaşamdaki konumları ile ilgili değerlendirmelere, İslam’ın belirli perspektiflerle çerçevelenmesine yer verilmiştir. ABD’de cami yapımı ile ilgili gazetelerin yaklaşımı ele alınmıştır (Bowe ve Tai W. Makki, 2016). Yine 2016 yılında Erik Bleich, Hasher Nisar, Raba Abdelhamid tarafından hazırlanan “The effect of terrorist events on media portrayals of Islam and Muslims: evidence from New York Times headlines, 1985-2013” başlıklı çalışmada terör olaylarının İslam ve Müslümanlarla ilişkilendirilerek medyada tasvir edilmesi ele alınmıştır. New York Times gazetesinin manşetlerinden örnekler yer vererek, 1985-2013 yılları arasında İslam’ın/Müslümanların medyada sunumu incelenmiştir (Bleich, Nisar ve Abdelhamid, 2016).

2017 yılında Saira Ali ve Umi Khattab tarafından hazırlanan “East-west trans-mediatization of terrorism and Islamophobia: Sydney siege and Peshawar massacre” isimli çalışmada İslam’ın ve Müslümanların günlük politik olaylara hapsedildiği vurgulanarak, terörizm-İslamofobi kavramsallaştırması tartışmaya açılmıştır (Ali ve Khattab, 2017, s. 722). Ayrıca çalışmada 11 Eylül 2001 olaylarından sonra İslam’ın terör kavramı ile daha çok anılmaya başlandığının altı çizilmiştir (Ali ve Khattab, 2017, s. 723).

“Iconizing ‘Muslim Terrorism’ in a British Newspaper and Public Perception” başlıklı ve 2018 yılında Shah Nister Kabir, Sharifah N.H. Alkaff ve Michael Bourk tarafından hazırlanan makalede, İslam’ın ve Müslümanların Batı ve Batı değerleri için bir tehdit oluşturduğu algısının inşa edildiğini ve bu durumun da toplum içindeki İslamofobik davranışları pekiştirdiği belirtilmiştir. Aynı zamanda çalışmada oryantalizmin, oryantalist söylemlerin İslamofobik bir tutuma yol açtığı, Batılı ana akım medyanın İslam’ı ve Müslümanları olumsuz bir ön yargı ile kalıplandırdığı, belirli ve kısıtlı açılarla çerçevelendiği belirtilmiştir (Kabir, Alkaff ve Bourk, 2018, s. 179).

Kimberly A. Powell’ın 2018 yılında hazırladığı, “Framing Islam/Creating Fear: An Analysis of US Media Coverage of Terrorism from 2011-2016” isimli çalışmada terör eylemlerinin İslam ile ilişkilendirilmesinin bir korku oluşturma amacı taşıdığını; Müslümanlar tarafından işlenmeyen eylemlerde dahi terörizmin İslam’la ilişkilendirildiği vurgulanmıştır. Medyanın “öteki” korkusu yaratmasını 2011-2016 yılları arasında ABD medyasında yayınlanan içerikler üzerinden tartışmıştır (Powell, 2018).

Bu çalışmalarla birlikte; İslamofobi-medya ilişkisini göç/göçmen temaları üzerinden inceleyen (Mikkel Berg-Nordlie, 2018, “New in town. Small-town media discourses on immigrants and immigration”); Danimarka’da Hz. Muhammed ile ilgili yayınlanan karikatür doğrultusunda İslamofobi-medya konusunu ele alan (Tariq Moodoo, Randall Hansen, Erik Bleich, Brendan O’Leary, Joseph H. Carens, 2006, “The Danish cartoon affair: Free speech, Racism, Islamism, and integration. International Migration”; Timothy Daniels, 2007, “Liberals, moderates and jihadists: protesting Danish cartoons in Indonesia”; Nasar Meer, Per Mouritsen, 2009, “Political cultures compared: The Muhammad cartoons in the Danish and British Press”); ABD, Almanya ve Fransa dışındaki ülkelerde İslamofobi meselesini tartışmaya açan (Rinella Cere, 2002, “Islamophobia and the Media in Italy”; Wai Yip Ho, 2009, “Danish cartoon controversy in the Chinese context: transnational Islam and public visibility of Hong Kong Muslims”; Sindre Bangstad, 2011, “The morality police are coming! Muslims in Norway’s

media discourses”; Lutfiye Ali, Christopher C. Sonn, 2017, “Strategies of resistance to anti-Islamic representations among Australian Muslim women: an intersectional approach”; Onaiza Drabu, 2018, “Who Is the Muslim? Discursive Representations of the Muslims and Islam in Indian Prime-Time News”; Gi Yeon Koo, 2018, “Islamophobia and the Politics of Representation of Islam in Korea”; Luwei Rose Luqiu, Fan Yang, 2018, “Islamophobia in China: news coverage, stereotypes, and Chinese Muslims’ perceptions of themselves and Islam”; Vladimir Malakhov, Denis Letnyakov, 2018, Perception of Islam in the Russian Society: Comparative Dimension” makaleler de yer almaktadır.

Medya ve İslamofobi meselesini ele alan uluslararası makalelerin incelenmesi sonucunda;

- Çalışmaların büyük bir kısmının, özellikle içerik analizi/söylem analizi yöntemleri kullanılarak, İslam’ın ve Müslümanların medya aracılığı ile temsil düzeyinin sorgulandığı;

- Örnek olay incelemeleri perspektifinde medyanın İslam’a karşı tutumunun ölçüldüğü;

- Genellikle İslamofobi meselesinin Batı ülkeleri ile özdeşleştirilerek yorumlandığı ve İslam ülkelerindeki olayların Batı merkezli bir okumaya tabii tutulduğu ve bu dar perspektifte yapılan çalışmaların kısmen tekrara düştüğü;

- 11 Eylül 2001 olaylarının, araştırma makalelerinde merkeze alındığı ve İslamofobinin köklü geçmişine dair değerlendirmelerin sınırlı olduğu ve Batı’nın “İslam karşıtlığı” politikalarına yeteri kadar yer verilmediği;

- İslamofobinin sosyal görünümüne (ırkçılık, ayrımcılık, dışlama, şiddet vb.) yeteri kadar odaklanılmadığı;

- İslam karşıtlığı meselesinin çözümüne dair bilimsel öneri metinlerinin yok denecek kadar az olduğu belirlenmiştir.

## 5. Türkiye’de Medya ve İslamofobi Araştırmaları: Doğuş ve Gelişim

İslamofobi ile ilgili yapılan akademik çalışmalar Batı’da uzun bir geçmişe sahipken, Türkiye’de, İslamofobinin bir araştırma alanı olarak kabul edilmesi oldukça yenidir. Özellikle ABD’de yaşanan 11 Eylül 2001 olayı sonrası İslamofobi, Türkiye’de araştırma konusu olarak ön plana çıkmış ve İlahiyat, Uluslararası İlişkiler ve İletişim başta olmak üzere pek çok anabilim dalı tarafından incelenmeye başlanmıştır.

Çalışma kapsamında Türkiye’deki İslamofobi araştırmalarını; geleneksel medya ve İslamofobi, sinema ve İslamofobi, sosyal medya/dijital oyunlar ve İslamofobi kategorilerine ayırarak değerlendirmek mümkündür.

### 5.1. Geleneksel Medya ve İslamofobi Çalışmaları

Medya, İslamofobi, İslam karşıtlığı ve anti-İslamizm anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan tarama sonucunda, İslamofobi-medya ilişkiseliliğine odaklanan şu çalışmalar tespit edilmiştir:

**Tablo 2:** Yıllara ve yayın kategorilerine göre Türkiye’de medya ve İslamofobi konusunu ele alan çalışmalar

Çalışmaların Yayınlandığı Yıllar	Yayın Kategorisi			
	Tez	Makale	Kitap	Toplam
2009	1	-	-	1
2010	-	-	-	-
2011	-	1	-	1
2012	-	2	1	3
2013	-	-	1	1
2014	3	2	-	5
2015	1	2	1	4
2016	2	6	1	9
2017	1	4	3	8
2018	3	14	2	19
Toplam	11	31	9	51

Tabloda da görüleceği üzere, Türkiye’de medya ve İslamofobi çalışmalarının yakın tarihlerde başladığı ve oldukça sınırlı sayıda olduğu belirlenmiştir. Yayın kategorilerine göre bu çalışmaların genel görünümü şu şekildedir:

**Tezler:** Medya ve İslamofobi alanındaki tezlere ait bilgi ve değerlendirmeler:

**Tablo 3:** Türkiye’de medya ve İslamofobi alanında hazırlanmış lisansüstü çalışmalar

Tez Türü	Yayın Tarihleri						Toplam
	2009	2014	2015	2016	2017	2018	
Yüksek Lisans Tezi	-	2	-	1	1	3	7
Doktora Tezi	1	1	1	1	-	-	4
Toplam	1	3	1	2	1	3	11

Tabloya göre, Türkiye’de medya ve İslamofobi konusundaki lisansüstü çalışmaların çoğunluğunu yüksek lisans tezleri oluşturmaktadır. Doktora düzeyindeki çalışmaların ise oldukça az olduğu görülmektedir. Ayrıca alan ile ilgili en fazla çalışmanın 2014 ve 2018 yıllarında yapıldığı belirlenmiştir.

**Tablo 4:** Tez çalışmalarının anabilim dallarına göre dağılımı

Tez Türü	Anabilim Dalları				
	İletişim Medya	İlahiyat	Uluslararası İlişkiler	Felsefe ve Din Bi- limleri	Sosyoloji
Yüksek Lisans Tezi	2	-	1	3	1
Doktora Tezi	3	1	-	-	-
Toplam	5	1	1	3	1

Medya ve İslamofobi meselesinin farklı anabilim dalları altında incelendiği belirlenmiştir. Konu, en fazla iletişim/medya ve felsefe/din bilimleri alanında irde- lenmiştir. Farklı disiplinlerin medya ve İslamofobi konusuna bakış açısı bir zengin- lik katsa da alanın iletişim/medya perspektifi ile yeteri kadar değerlendirilemediği gözlemlenmiştir.

### **Medya ve İslamofobi ilişkisinin incelendiği çalışmalarının panoraması:**

**Tezler:** Türkiye’de Medya ve İslamofobi konusunu ele alan ilk lisansüstü ça- lışma 2009 yılında Yunus Kurtuluş tarafından hazırlanmıştır. “11 Eylül 2001 sonrası İslam’la ilgili medya değerlendirmeleri” isimli yüksek lisans tezinde Kurtuluş, İsla- mofobi’nin tarihsel sürecine değinmiş ve 11 Eylül 2001 olayları ile artan Batı’nın İsl- lam karşıtı propagandalarına yer vermiştir (Kurtuluş, 2009, s. 92). Dökümantasyon metodu ile yaptığı araştırma sonucunda ise 11 Eylül 2001 saldırılarından sonra Batı ülkelerinde yaygın bir kullanıma sahip olan “İslam eşittir terör” tamlamasının Türk yazılı basınında da kendisine yer bulduğunu belirtmiştir (Kurtuluş, 2009, s. 313).

2014 yılında ise Mustafa Kemal Sayar “Avrupa Birliği ülkelerinde İslamofobi” başlıklı yüksek lisans tezini hazırlamıştır. Tezde ana hatlarıyla, Avrupa Birliği ülkelerinde yaşayan Müslümanların maruz kaldığı İslamofobik tutum ve eylemlerde medyanın rolü ele alınmıştır (Sayar, 2014). Aynı yıl, Turgay Yerlikaya tarafından hazırlanan “Türk medyasında self-oryantalizm” isimli çalışma ise, oryantalist disiplini eleştirisi ile birlikte İslam karşıtlığının tarihsel sürecini ele almıştır. Ayrıca Türk modernleşmesinde oryantalist bir bakış açısının hâkim olduğunu ve bu durumun da self oryantalizme yol açtığını belirten Yerlikaya, Türkiye’de yayınlanan karikatürler üzerinden yerli İslamofobinin de izlerini aramıştır (Yerlikaya, 2014). 2014 yılında hazırlanan bir diğer çalışma ise Alev Yücel tarafından kaleme alınmıştır. “Avrupa Birliği-Türkiye ilişkileri bağlamında Türk göçmenlerinin Avrupa baskısı yapan Türk gazetelerinde temsili” başlıklı çalışmada Yücel, göç/göçmen kavramları ile birlikte Avrupa Birliği sürecini ele almış, kısmen de İslamofobi konusuna yer ver- miştir (Yücel, 2014).

2015 yılında Gökhan Korkmaz “Çerçeveleme kuramı açısından Türk-Amerikan ilişkileri ve Türkiye imajı” konulu doktora tezini hazırlamıştır. ABD’nin 11 Eylül 2001 olayları sonrası küresel tehdit söylemini kullandığını belirten Korkmaz, çerçevele- me modeli kullanarak yaptığı araştırma sonucunda ABD’nin önemli gazetelerinden The New York Times’da 2001-2005 yılları arasında Türkiye aleyhine yayınların yapıldığını ve bu yayınların Amerikan bakış açısını yansıttığını tespit etmiştir (Korkmaz, 2015, s. 266).

Mustafa Sami Mencet’in 2016 yılında tamamladığı “Mizah dergileri ölçeğinde Türkiye’de İslamofobi” başlıklı doktora tezinde mizah yayıncılığı gibi çeşitli yayıncı- lık türleri örneğinde Türkiye’de İslam’a karşı bir korku ya da nefretin varlığı ve ne- denleri sorgulanmıştır. Mustafa Sami Mencet’in, 1910-2010 yılları arasında yayın ya- pan 21 dergideki yaklaşık 11.000 karikatürü taramasıyla (Mencet, 2016, s. 108) elde ettiği veriler de bu durumun kanıtı niteliğindedir. Ayrıca yazar, Türkiye’de 2014-2015 yıllarından yayın yapan mizah dergilerinde de benzer tutumun devam ettiğini yap- tığı araştırma ile kanıtlamıştır.

2016 yılında ise Seher Sucu “Korku ve nefretin öteki adı: İslamofobi” başlıklı yüksek lisans tezini hazırlamıştır. İslamofobinin Haçlı Seferleri’ne kadar uzanan bir tarihsel sürece dayandığını ve İslamofobinin Doğu’nun Batı perspektifi ile yorum- lanması sonucu ortaya çıktığını belirten yazar, 11 Eylül 2001 olaylarından sonra ise İslamofobi söylemlerin arttığını ifade etmiştir (Sucu, 2016).

“Batı’da İslamofobi ve Medya: Fransa Örneği” başlıklı yüksek lisans tezini 2017 yılında hazırlayan Gülbahar Sayım ise, çalışmasında Doğu-Batı ayrımının tarihine değinmekte ve oryantalizm eleştirisi yapmaktadır. Ayrıca yazar araştırma sonucunda, terör olayları meydana geldiğinde Fransız basınında Müslümanlara değinildiğini; İslamofobik söylemlerin tetiklendiğini, ötekileştirmeye sebep olunduğunu tespit etmiştir (Sayım, 2017, s. 77-78).

2018 yılında Zehra Balkanoğlu “İslamofobi ve Eurofobi ekseninde Avrupa’da yabancı düşmanlığı ve Avrupa’da aşırı sağ partilerin milliyetçi iletilerinin analizi” başlıklı yüksek lisans tezini hazırlamıştır. Çalışmada, Avrupa’da yabancı düşmanlığının ve aşırı sağın milliyetçi iletilerinin, Avusturya, Almanya ve Türkiye basınında nasıl yer aldığı ortaya konulmuştur. Araştırma sonucunda ise, özellikle seçim dönemlerinde ırkçılığın, yabancı düşmanlığının artırılarak İslamofobik eylemlerin üretildiğini tespit etmiştir (Balkanoğlu, 2018, s. 90). Aynı yıl Rukiye Sözer tarafından hazırlanan “Sosyo-kültürel, tarihsel ve ideolojik bağlamda İslamofobi” başlıklı yüksek lisans tezinde ise İslamofobi kavramının kullanım tarihçesine yer verilmiş; İslamofobinin köklü tarihi kapsamlı bir şekilde irdelenmiş ve Batı’nın İslam ile ilgili “öteki” algısı üzerinde durulmuştur. Ayrıca yazar, film, karikatür ve diğer medya yapımları örneklerinden hareketle Türkiye’de de yerli İslamofobik söylemlerin olduğunu belirtmiştir (Sözer, 2018, s. 133). 2018 yılında tamamlanan bir diğer çalışma ise “İletişim sosyolojisi açısından medya ve sosyal medyada İslamofobi” başlığıyla Halis Zavlak tarafından dökümanasyon metodu kullanılarak hazırlanmıştır. Çalışmada İslamofobi kavramı irdelenmiş, İslamofobinin tarihsel, dini ve sosyolojik arka planlarına yer verilmiş ve karikatürler üzerinden örnekler verilerek medya-İslamofobi ilişkisi ele alınmıştır (Zavlak, 2018).

Özetle, Türkiye’deki medya ve İslamofobi alanının lisansüstü alanda yakın bir dönemde ilgi görmeye başladığını ve dolayısıyla Batı ülkelerine göre tez sayısının, özellikle doktora çalışmalarının, oldukça az olduğunu ifade etmek mümkündür. Ayrıca, Türkiye’de İslamofobi alanını ele alan bu çalışmaların literatüre sağladığı katkıların yanında birtakım eksiklikler barındırdığını da belirtmek gerekmektedir. Hazırlanan çalışmalarda nicel ve nitel araştırma desenlerinin yeterince uygulanmaması; tez çalışmalarının hipotezlerinin Batı merkezli bir yaklaşımı barındırması bu eksikliklerden bazılarıdır.

**Makaleler:** Veri tabanlarının incelenmesi sonucu Türkiye’de medya ve İslamofobi alanındaki ilk makalenin 2011 yılında yazıldığı belirlenmiştir. Nazım Ankaralığıl tarafından 2011 yılında hazırlanan “Medya sermayesi ve İngiliz basınında Güney Asya Müslümanlarının temsili: İdeolojik bir analiz” başlıklı makalede, medyanın politik amaçlarla İslam’ı negatif bir dille sunduğu belirtilmiştir (Ankaralığıl, 2011, s. 38). 2012 yılında ise Sami Çöteli, “Propaganda ve İslamofobinin İngiliz kitle iletişim araçlarından yansımaları” isimli makalesinde İslamofobinin tarihsel arka planına yer vermiş ve genel hatlarıyla medyanın İslamofobi ile ilişkisini ele almıştır (Çöteli, 2012). Yine aynı yıl Ömer Behram Özdemir “Fransa’da İslamofobik söylemin ana akımlaşması ve Arap Baharı’na etkisi” isimli makale yayınlamıştır. Çalışmada Özdemir, Fransa örneğinde, Müslüman kimliğine karşı İslamofobik söylemlerin artmasında medyanın rolünü ele almıştır (Özdemir, 2012).

2014 yılında Mehmet Gökhan Genel, “Avrupa’daki Türk medya perspektifinden Batı’nın bir ötekileştirme dili olarak kullandığı İslamofobiye bakış” isimli çalışmasında, Batı Avrupa’da artan İslamofobik tutumun yansımalarını Türk medyası üzerinden sorgulamıştır. İçerik çözümlemesi kullanan Genel, Avrupa’da yayın yapan Türk gazetelerini araştırmıştır (Genel, 2014).

Murat Sadullah Çebi ise 2015 yılında “İsviçre’deki minare karşıtı referandum afişlerinde İslamofobinin söylemsel inşası” isimli makaleyi yayınlamıştır. Göstergebilimsel analiz ve ideolojik söylem analizi kullanan yazar, İsviçre’de minare karşıtlarının kullandığı propaganda afişlerinin söylemi içinde şifrelenen İslamofobiye ilişkin ideolojik anlamların inşasını araştırmıştır (Çebi, 2015).



2016 yılında Nurdan Akıner ve Mustafa Sami Mencet “Türkiye de İslamofobi: Mizah dergilerinde İslam’ın temsili” başlıklı makalelerinde; 1910-2010 yılları arasında yayımlanan mizah dergilerinden rastgele seçilen örnekler ve günümüzde en çok satan mizah dergileri *Leman*, *Penguen* ve *Uykusuz*’un 2014’teki tüm sayıları olmak üzere toplamda yaklaşık 35.500 karikatürü içerik analizi ve göstergebilimsel çözümlemeyle incelemiştir. Araştırma sonucunda ise İslam’ın/Müslümanların Batı’daki İslamofobik imgelere benzer bir biçimde sunulduğu tespit edilmiştir. İslamofobik klişeler genellikle Müslüman bireylerin giyim ve davranışları üzerinden oluşturulmuş ve genellikle Müslüman figürü yobazlık, terörizm, sahtekârlık ve sapıklıkla ilişkilendirilmiştir (Akıner ve Mencet, 2016, s. 169)

2017 yılında Enes Bayraklı ve Turgay Yerlikaya’nın “Müslüman toplumlarda İslamofobi: Türkiye örneği” isimli çalışması Türkiye özelinde İslamofobi sorgulaması yapması bakımından oldukça önemlidir. Çalışmada, İslamofobi probleminin sadece Batılı toplumlara özgü olmadığını, radikal bir modernizasyon süreci yaşayan Müslüman ülkelerde de bu sorunun var olduğunu vurgulayan yazarlar, Türkiye’deki İslamofobik eğilimin tarihsel sürecini irdelemiştir. Ayrıca bu süreçte yerli İslamofobik eğilimlerin medya aracılığı ile yeniden üretilmesi de ele alınmıştır (Bayraklı ve Yerlikaya, 2017, s.51, 55-56). Yine aynı yıl Abdulkadir Gölcü ve Mustafa Çuhadar tarafından hazırlanan “Batı toplumlarında İslamofobinin üretilmesinde medyanın rolü” başlıklı çalışmada, Batı medyasında Müslümanların ve İslam’ın temsili ve bu temsil sonucu üretilen İslamofobi sorunsalı ele alınmıştır. Literatür taraması yöntemine dayanılarak yapılan bu çalışmada, medyanın İslamofobi’ye zemin hazırlayan en etkin araç olduğu tespit edilmiştir (Gölcü ve Çuhadar, 2017).

2018 yılında yayınlanan Arda Almalı’nın “Almanya’da yükselen İslamofobi ve dergilerdeki İslam karşıtı yayınlar” başlıklı çalışmasında ise Alman medyasının İslam’ı şiddet ile ilişkilendiren, Müslümanları tehlikeli kişiler olarak nitelendiren bir yayın politikasının olduğunu vurgulamıştır. İçerik analizi ve göstergebilimsel çözümlemenin kullanıldığı çalışmada, Alman medyasının önemli yayın organlarından *Der Spiegel*, *Focus* ve *Stern* dergilerinin İslam’a ve Müslümanlara bakışı ve temsili incelenmiştir (Almalı, 2018, s. 129). Aynı yıl Bünyamin Ayhan ve Muhammet Emin Çifci’nin hazırladığı “İŞİD propaganda ve İslamofobi” isimli çalışmada, İŞİD’in medyayı aktif bir şekilde kullanmasından söz edilmiş ve örgüt tarafından gerçekleştirilen eylemlerde medyanın aktif kullanımının da İslamofobiyi güçlendirdiği dile getirilmiştir (Ayhan ve Çifci, 2018, s. 27).

Abdulkadir Gölcü ve F. Betül Aydın Varol’un yayınladıkları “Yükselen bir trend olarak İslamofobi endüstrisi: Amerikan medyasına yönelik araştırmaların bir panoraması” isimli çalışmada ABD medyasının İslamofobik söylemleri sürekli kullandığı ve medyada İslam’a/Müslümanlara söz hakkının yeterince verilmediği belirtilmiştir (Gölcü ve Varol, 2018).

“Medya ve sinemada temsil edilme biçimleriyle İslam karşıtlığı” isimli, 2018 yılında yayınlanan çalışmasında ise Ali Murat Yel; Batı-İslam ilişkilerinin tarihine ve Batı’nın İslam’ı “öteki” konumuna yerleştirmesine, Orta Çağ’dan modern döneme kadar taşınan önyargıların da kitle iletişim araçları ile günümüzde yaygınlaştırılmasına değinmiştir. Medya yapımları ve sinema filmleri sebebiyle de İslamofobik bakış açısının mevcudiyetini koruduğunu belirtmiştir (Yel, 2018).

2018 yılında Vahit İlhan ve Ceyhan Bağcı tarafından hazırlanan “İslamofobinin medyadaki stratejik gücü olarak televizyon dizileri: *Homeland* örneği” başlıklı makalede, içerik analizi yöntemi kullanılmış ve araştırma sonucunda *Homeland* dizisinde oryantalist ve İslamofobik yaklaşımın izleri tespit edilmiştir. Ayrıca televizyon dizisinde İslam’ın nefret, korku, tehdit kavramları ile birlikte kullanılmasının

İslamofobiye tetikleyeceği vurgusu yapılmıştır (İlhan ve Bağcı, 2018). Ayrıca Ejder Okumuş, 2018 yılında yayınlanan “İslamofobik oyunda Müslümanlar” isimli makalesinde Batı ülkelerinde, özellikle de ABD’de Müslümanlara yönelik ayrımcılığın arttığını; İslamofobik tutumların sosyal hayatın birçok alanını kuşattığını ifade etmiştir (Okumuş, 2018).

Sonuç olarak, medya ve İslamofobi alanında Türkiye’de yapılan ulusal makalelerde içerik analizi, söylem çözümlemesi ve göstergibilimsel analiz yöntemlerinin sıkça kullanıldığı; bununla birlikte teorik çalışmalara da fazlaca yer verildiği belirlenmiştir. Ayrıca makalelerin neredeyse tamamında İslam’ın/Müslümanların temsili, 11 Eylül 2001, terör, şiddet, göçmen, yabancı düşmanlığı, nefret söylemi, mizah, karikatür gibi kavram ve temaların ön plana çıkarıldığını söylemek mümkündür. Sadece bu temaların ön plana çıkarılması ve araştırmalarda nicel-nitel araştırma yöntemlerinin çok kullanılması, kısmen de olsa, medya ve İslamofobi alanını belirli bir çerçevede daraltmış ve alanın çok yönlü incelenememesine sebep olmuştur.

**Kitaplar:** Edward W. Said’in “Medyada İslam: Gazeteciler ve Uzmanlar Dünyaya Bakışımızı Nasıl Belirliyor?” isimli kitabı İslam’ın Batı mediasındaki temsiline odaklanmaktadır. İslam ve Müslümanlar ile ilgili meselelerin haberleştirilmesindeki bakış açısının negatif bir görünüme sahip olmasını; özellikle özünden koparılan ve yanlış tasvir edilen İslam algısının kitle iletişim araçları ile yaygınlaştırılmasını eleştiren Said (2008, s. 13), bu durumun İslam’ın olumsuz kelime ve kavramlarla görünür olmasına sebep olduğunu belirtmektedir.

Medya ve İslamofobi konusu ile ilgili ilk kitap ise Türkiye’de 2012 yılında sempozyum bildirilerinin bir araya getirilmesiyle birlikte yayınlanmıştır. Editörlüğünü Osman Alcahan ve Betül Duman’ın yaptığı “İslamofobi, kolektif bir korkunun anatomisi sempozyum tebliğleri” isimli kitap, İslamofobiye farklı disiplin ve yöntemlerle sorgulaması ve alana yönelik çalışmalar için bir rol model olması bakımından oldukça önemlidir. Kitapta, İslamofobinin tarihsel süreci; medyanın İslamofobik retorik üretmesi ve Batı’nın İslamofobi politikasını halen yürütmesi gibi meseleler kapsamlı bir şekilde farklı yazarlar tarafından ele alınmıştır (Alcahan ve Duman, 2012).

Yine 2013 yılında İslamofobi ile ilgili düzenlenen konferansa ait metinler “Hukuk ve Medya Bağlamında Uluslararası İslamofobi Konferansı: 12-13 Eylül 2013” başlığı ile konferans el kitabı şeklinde yayınlanmıştır. Kitap; demokrasi, çok kültürlülük ve İslamofobi, İslamofobi konusunda medyanın rolü ve sorumluluğu, hukuk-insan hakları ve İslamofobi, İslamofobi ile mücadelede hükümet ve medya işbirliği yolları ana başlıklarından oluşmuştur. Ayrıca kitap, medyanın Müslümanları ve İslam’ı temsili ve bu durumun İslamofobiye yol açması ile ilgili kapsayıcı bir yayın niteliğindedir (Hukuk ve Medya Bağlamında Uluslararası İslamofobi Konferansı, 2013).

Nathan Lean tarafından yayınlanan (Çev. İ. Yılmaz) “İslamofobi endüstrisi” isimli kitapta siyaset, medya ve eğitim kurumları aracılığıyla İslam karşıtlığının sürekli üretildiği vurgulanmıştır. Bu durumu ifade edebilmek için kullanılan “İslamofobi Endüstrisi” kavramı da, İslam karşıtlığının politik amaçlar doğrultusunda üretilen/inşa edilen anlamını içermektedir (Lean, 2015).

Filiz Barın Akman’ın, “15 Temmuz darbe girişimi batı medyası söylem analizi: neo-emperyalizm, islamofobi ve oryantalizm” isimli kitabında ise Edward Said’in Postkolonyalizm/Oryantalizm kuramını Batı’nın 15 Temmuz’daki yaklaşımına uygulamış ve Batı mediasındaki ötekileştirici, nefret içerikli tutumu araştırmıştır (Akman, 2017).

İbrahim Kalın ve John L. Esposito tarafından kaleme alınan, alan ile ilgili birçok akademisyen ve araştırmacının yazılarına yer veren “Bir korku ve nefret söylemi olarak İslamofobi” isimli kitapta İslamofobinin bütün bağlamları ele alınmış, tartışılmış ve Avrupa ülkeleri ile birlikte ABD’deki İslamofobinin artışına, bu artıştaki

medyanın rolüne yer verilmiştir. Ayrıca kitapta, Batı ülkelerine ait İslamofobi ile ilgili olay incelemeleri, İslamofobi ile ilişkilendirilebilecek politik/siyasal olayların değerlendirilmesi yapılmıştır (Kalın ve Esposito, 2018).

Ayrıca Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA) tarafından desteklenen ve Enes Bayraklı, Farid Hafez editörlüğünde hazırlanan İslamofobi raporları da kitaplaştırılmıştır. Batı ülkelerindeki İslamofobi 2015, 2016, 2017 yıllarında raporlaştırılmış ve “European Islamophobia Report” ismiyle İngilizce olarak yayınlanmıştır. Kitaplarda genel olarak Avrupa’da İslamofobinin durumu; İslamofobik eylemlerin boyutu ve medyanın İslam karşıtı tutumu ele alınmıştır. Birçok Avrupa ülkesindeki İslam karşıtlığının izlerini yansıtan kitap, özellikle Müslümanların sosyal yaşamda karşılaştıkları problemlere ait verileri sunması açısından oldukça önemlidir (European Islamophobia Report 2015, 2016, 2017).

Türkiye’de medya ve İslamofobi alanında hazırlanan tez, makale ve kitapların incelenmesi sonucunda;

- Batı ülkelerine kıyasla, medya ve İslamofobi alanının farklı disiplin ve yöntemlerle yeteri kadar incelenmediği;
- Çalışmaların İslamofobinin tarihsel arka planı ile ilgili kapsamlı bir çerçeve oluşturamadıkları ve İslamofobiyi 11 Eylül 2001 olayları perspektifinde ele alarak, konuyu politik olaylara hapsedip daralttıkları;
- İslamofobi kavramının yapısı ile ilgili eleştirel bir tavır sergilemedikleri;
- İslamofobiyi sadece Batı ülkeleri örneğinde ele aldıkları ve küresel medyanın İslamofobik üretimlerini Türkiye ve diğer ülkelerde yeteri kadar sorgulamadıkları;
- Türkiye’deki İslamofobik tutumun sorgulamasını sadece karikatürler örneğinde ele alarak, çalışmalarda tekrar düşüldüğü belirlenmiştir.

## 5.2. Sinema ve İslamofobi Çalışmaları

Özellikle günümüz politik mücadelelerin yürütülmesi açısından özel önem taşıyan, kültürel temsil arenası oluşturan ve temsil biçimleri aracılığı ile gerçekliğin nasıl kavranacağını belirleyen sinema (Ryan ve Kellner, 2010, s. 37-38), ürettiği stereotype’lar ile gerçeği çarpıtarak, izleyiciyi ideolojik olarak yönlendirebilecek bir güce sahiptir (Işıkman, 2009, s. 124). Politik çıkarlar için güçlü olan sinema filmleri ile sosyal gerçekliğin inşa edilmesine zemin hazırlayan psikolojik duruşlar, dünyanın ne olduğu veya ne olması gerektiği ile ilgili düşünceleri yönlendirecek toplumsal kurumları ayakta tutan geniş bir kültürel temsiller parçası oluşturulur (Ryan ve Kellner, 2010, s. 38). Bu noktada da, sinema aracılığı ile İslam’ın/Müslümanların gerçekliğinin yeniden üretilmesi, sinemada İslam ve Müslüman temsiline incelenmesini gerekli kılmaktadır. Özellikle 11 Eylül 2001 olayları sonrası artan sinema yapımları tarihsel süreçten beslenen Doğu, Arap, İslam ile ilgili ön yargıya dayalı negatif bakış açılarını günümüze taşımış ve İslam dini/Müslümanlar terör ile ilişkilendirilerek, toplumsal düzeni tehdit eden kişiler olarak konumlandırılmıştır. Dolayısıyla bu durum, sinemanın İslamofobi ile ilişkisini tartışmaya açmış ve özellikle Batı ülkelerinde sinemanın İslam karşıtı bir üslubu kullanması birçok akademik çalışmanın konusunu oluşturmuştur. Türkiye’de ise sinema ve İslamofobi alanındaki çalışmaların yok denecek kadar az olduğu gözlemlenmiştir.

Sinema ve İslamofobi, film ve İslamofobi, filmlerde İslamofobi anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan tarama sonucunda, sinema ve İslamofobi ilişkiselliğine odaklanan şu çalışmalar tespit edilmiştir:

Yapılan taramaya göre sinema ve İslamofobi ilişkisine odaklanan bir tez çalışmasına ulaşılmıştır. Mahmut Yavuz Türkmen tarafından 2018 yılında “Hollywood sineması ve İslamofobi: 11 Eylül sonrası Hollywood sinemasında İslamofobinin yeniden üretimi” başlığıyla hazırlanan yüksek lisans tez çalışmasında Hollywood sinemasının politik amaçlar için kullanılmasına ve İslam karşıtlığı politikasının uygulanmasında Hollywood’un etkin olarak rol üstlenmesine odaklanılmıştır. Özellikle 11 Eylül 2001 olayları sonrası Hollywood yapımı filmlerde İslam karşıtlığının izlerini sorgulayan çalışmada, Hollywood’un öteki konumuna sürekli olarak İslam’ın yerleştirdiği ve bu şekilde de egemen ideolojiyi ve dolayısıyla İslamofobiye desteklediği hatta onu yeniden ürettiği vurgulanmıştır (Türkmen, 2018).

Sinema ve İslamofobi alanını doğrudan ele alan ilk makale ise 2014 yılında Tarkan Demir ve Nuh Aşan tarafından hazırlanmıştır. “Hollywood Kamerasında İslam’ın Ötekileştirilmesi” başlığını taşıyan çalışmada, ABD’nin Hollywood film endüstrisini uluslararası siyasal ve politik amaçlar için kullandığını (Vietnam Savaşı vb.), 11 Eylül 2001 sonrasında da Hollywood’da İslam karşıtlığı içeren filmlerin yapıldığı, İslam dinine yönelik kışkırtıcı, kötüleyici filmlere destek verildiği belirtilmiştir. İslam dinini ötekileştiren, Müslümanları barbar, adam öldürmekten hoşlanan kişiler olarak gösteren bu yapımlar ise İslamofobiye tetikleyici bir içeriğe sahiptir (Demir ve Aşan, 2014, s.747-748).

Bilal Yorulmaz’ın 2018 yılında hazırladığı “1896’dan Günümüze Hollywood’un Kötü Adamları: Müslümanlar” isimli makalesi de sinema ve İslamofobi ilişkisine ışık tutan bir çalışma niteliğindedir. Çalışmada, Hollywood filmlerinde yer alan olumlu ve olumsuz Müslüman temsilleri ele alınmıştır. Dünyada 1970’lere kadar Müslüman erkeklerin çölde yaşayan barbar insanlar olarak sunulduğu, kadınların ise erotik birer obje olarak gösterildiği; 1970’lerden sonra ise Müslümanların terörist olarak temsil edildiği; 11 Eylül 2001’den sonra da İslam dinini ve Müslümanları şiddet, terör ile ilişkilendiren yapımların arttığı vurgulanmıştır. Bu yaklaşımın tarihsel süreçten beslenen bir Doğu/İslam karşıtlığına dayandığına dair belirlemelerde bulunan Yorulmaz, sinemadaki negatif tiplermelerin günümüz toplumu tarafından benimsendiğini ve herhangi bir yerde meydana gelen terör eyleminin Müslümanlara ve İslam’a atfedildiğini ifade etmiştir (Yorulmaz, 2018a, s. 44).

Bu değerlendirmenin yanı sıra, yapılan tarama sonucunda sinema ve İslamofobi arasındaki ilişkiyi doğrudan ele alan Türkçe bir kitap ile karşılaşılmamıştır.

Görüleceği üzere, günümüz toplumsal yaşamın belirleyici unsurlarından olan ve İslam/Müslüman karşıtlığı içeren yapımlarıyla İslamofobiye teşvik eden sinema, Türkiye’de bu perspektifte yeteri kadar ele alınmamıştır. Bu noktada Hollywood yapımı ve Türkiye yapımı filmlerde İslam’ın/Müslümanların temsiline incelenmesi, İslam karşıtlığı içeren unsurların belirlenmesi ve bu yapımların oluşturabileceği problemlerin tespit edilmesi önemli bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

### 5.3. Sosyal Medya/Dijital Oyunlar ve İslamofobi Çalışmaları

İletişim teknolojilerinin gelişimi, bu teknolojilerin kullanım alışkanlıklarının dönüşümünü de beraberinde getirmiştir. Geleneksel medya kullanım alışkanlıkları teknolojinin ilerleyişi ile birlikte yerini dijitalleşmeye bırakmıştır. Dijitalleşme ile birlikte bilgiye erişim sürecinde zaman ve mekân sınırlaması ortadan kalkmış ve bilgiye erişim evrensel hale gelmiştir. Bilgi üretiminin ve paylaşımının herkese açık olması ve herkesin içerik üreten bir kaynak durumuna gelmesi, erişime açılan bu bilgilerin kaynak/güvenilirlik sorgulamalarını da beraberinde getirmiştir. Sanal ortamlarda üretilen ve güvenilirliği tartışmaya açık olan içeriklerde de dinin, özelde de İslam’ın tasviri/sunumu ayrı bir probleme sebep olmaktadır. Dolayısıyla dini meselelerde temel kaynak konumunda olan medyada İslam’ın internet üzerinde konumlandırılış/sunuluş biçimi, tartışılması gereken önemli bir mesele olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca sanal ortamlar-

da İslam ile ilgili yer alan bu nitelemelerin bir benzerini dijital oyunlarda da görmek mümkündür. Yeni medya araçlarından farklı olarak dijital oyunların, oyunu oynayan kişiyi oyuna aktif olarak dâhil etmesi, dijital oyunların etki düzeyinin daha ileri boyutta olabileceğini göstermektedir. Bu bakımdan sosyal medya ve dijital oyunların İslamofobiye yol açıp açmadığı önemli bir tartışma konusudur. İslamofobinin yeni iletişim teknolojileri ile ilişkisi uluslararası literatürde irdelenirken Türkiye’de bu çalışma sahasının oldukça yeni olduğu belirlenmiştir.

Sosyal medya ve İslamofobi, internet ve İslamofobi, Facebook, Twitter, Instagram, online sosyal ağlar, sosyal paylaşım siteleri anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan tarama sonucunda İslamofobi-sosyal medya/dijital oyunlar ilişkiselliğine odaklanan şu çalışmalar tespit edilmiştir:

Sosyal medya ve İslamofobi alanında Türkiye’de hazırlanan ilk lisansüstü çalışma Halis Zavlak tarafından 2018 yılında hazırlanmıştır. “İletişim sosyolojisi açısından medya ve sosyal medyada İslamofobi” ismini taşıyan yüksek lisans tezinde, İslam dininin medya ve sosyal medyada nasıl ele alındığı, İslamofobi üzerinden sorgulanmıştır. Dökümantasyon metodunun kullanıldığı çalışmada sosyal medyanın İslam/Müslümanlar aleyhindeki ön yargıları taşıdığı ve yaygınlaştırdığı belirlenmiştir (Zavlak, 2018).

Sosyal medya ve İslamofobi ilişkiselliği tez kapsamında yeteri kadar değerlendirilememesine rağmen, alan ile ilgili son birkaç yıl içinde yayınlanan makalelere rastlamak mümkündür. “Sosyal kimlik olarak İslam’ın sosyal medyaya yansımaları: #Gerçekİslam” başlıklı makaleyi hazırlayan Ece Ünür ve Didem Doğanılmaz çalışmalarında Batı Dünyası’ndaki İslamofobi’nin artmasına sebep olan olayların farklı kategoriler halinde Müslüman bir toplum tarafından nasıl algılandığı ve ilgili olaylara nasıl tepkiler verildiğini incelemişlerdir (Ünür ve Doğanılmaz, 2016).

2017 yılında Çiğdem Erdin tarafından kaleme alınan “Radikal selefi örgütlerin sosyal medya kullanımı: İŞİD örneği” isimli makalede ise İŞİD’in sosyal medya mecralarını aktif olarak nasıl kullandığı ele alınmıştır (Erdin, 2017). Yine aynı yıl Şule Kılıcı, Zeynep Benan Dondurucu ve Ayşe Beynem Uran tarafından hazırlanan “Yeni medya ortamlarında nefret söylemi: İslam karşıtlığı bağlamında nefret söylemi içeren videoların Youtube üzerinden incelenmesi” başlıklı çalışmada ise 2015 ve 2016 yılında Youtube üzerinde yayınlanmış olan İslam karşıtlığı ile ilgili videolar Van Dijk’in eleştirel söylem analizi perspektifinde irdelenmiştir. Araştırma sonucunda da İslamofobi kapsamında değerlendirilebilecek kalıplaşmış negatif yargıların giderek kökleştiği ve İslamofobik söylemlerin dolaşımının arttığı belirtilmiştir (Kılıcı, Dondurucu,Uran, 2017, s. 184).

2018 yılında Mustafa Koçer ve Fikret Yazıcı’nın hazırlamış oldukları “İslamofobinin Charlie Hebdo Dergisi Twitter Hesabında Paylaşılan Karikatürler Örneğinde İncelenmesi” isimli çalışmada Charlie Hebdo dergisinin Twitter hesabından paylaşılan tweetleri incelemişlerdir. Göstergibilimsel çözümleme tekniği kullanılarak incelenen karikatürlerde İslam; sapkın, gerici, terörle ilişkilendirilen bir din olarak; Müslümanlar ise birbirini acımasızca katleden, terörist, göçmen, toplum yaşamından uzak, kişiler olarak konumlandırılmıştır (Koçer ve Yazıcı, 2018).

Çilem Tuğba Koç tarafından 2018 yılında hazırlanan “Yeni Medyada İslamofobik Söylemin Üretimi: Facebook Örneği” başlıklı çalışmada ise İslamofobik söyleme ve içeriğe sahip 35 site içerisinden “amaçlı rastgele örnekleme” tekniğiyle seçilen ‘Anti-İslam Alliance’ ve ‘Stop Islamization of The World’ isimli siteler incelenmiştir. Araştırma sonucunda Müslüman kelimesinin barbar, şeytani, sabit fikirli, eğitimsiz (cahil), terörist, sert, deli, vahşi, gözü dönmüş, kelimeleriyle birlikte kullanıldığı görülmüştür (Koç, 2018).

Literatür taraması sonucu sosyal medya ve İslamofobi ile ilgili araştırmalarda; İslam’ın/Müslümanların temsili, İslamofobik söylemlerin üretilmesi ve bu üretimlerin yaygınlaşması gibi meseleler üzerinde durulduğu tespit edilmiştir.

Dijital oyunlar ve İslamofobi konusunu ele alan çalışmalar da Türkiye’de 2018 yılı itibariyle artmaya başlamıştır. Mustafa Cıngı’nın 2018 yılında hazırladığı “Dijital Oyunseverlerin İslamofobi İçerikli Oyunlara Bakışı” isimli çalışma da bu konu ile ilgili ilk örneklerden biri olma özelliğini taşımaktadır. Makalede Cıngı, T. C. Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın “İslamofobik Oyunlar” olarak ortaya koyduğu oyunları oynayanların bu oyunlardaki içeriklerden etkilenip etkilenmedikleri ve İslamofobik içeriklere yönelik görüşlerinin ne olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Tematik içerik analizi yönteminin uygulandığı araştırma sonucunda ABD ve Avrupa ülkelerinde yaşayan gayrimüslim oyunseverlerin Müslümanlara yönelik ötekileştirici ve nefret dolu bir bakışının olduğu, Müslümanları %90 oranında şiddet yanlısı ve insan öldürmekten zevk alan teröristler olarak gördüğü, İslam’ın bir barış dini olduğunu anlatan Müslüman oyunseverlerin yorumlarına rağmen fikirlerinde bir değişim olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Cıngı, 2018).

“Bilgisayar oyunlarında İslamofobi” başlıklı makalede ise Batuhan Kalaycı ve Dilek Ulusal Amerika, Japonya, İsrail ve İngiltere yapımı bilgisayar oyunlarında İslam’ın temsilini ele almışlardır. Yapılan incelemede de oyunlarda kullanılan unsurların İslam dinini ötekileştiren ve terör ile ilişkilendiren bir ön yargının kullanıldığı ortaya konulmuştur (Kalaycı ve Ulusal, 2018).

Bilal Yorulmaz’ın 2018 yılında yayınladığı “Dijital oyunlarda Müslüman temsili” isimli çalışmada da çoğunluğu olumsuz Müslüman temsilleri içeren Batılı dijital oyunlar incelenmiştir. Araştırmada İslam/Müslüman temsiliinin negatif kurgulandığı tespit edilirken; bahsi geçen oyunların, bu oyunu oynayan gayr-i Müslim oyuncular üzerindeki etkisinin araştırılması gerektiğini tartışmaya açmıştır (Yorulmaz, 2018b, s. 283).

Ayrıca T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın 2016 yılında yayınladığı “Bilgisayar oyunlarında İslamofobi” isimli raporda da, İslamofobik görümlere sahip bilgisayar oyunlarının analizi yapılmıştır (T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2016).

Dijital oyunlar sanal gerçeklik sunmakta ve bu sunulan gerçeklikte de İslamofobik unsurlar fazlaca yer almaktadır. Bu açıdan bakıldığında özellikle çocuklar ve gençler üzerinde büyük bir etkiye sahip olan dijital oyunlarda İslam’ın düşmanca sunulması, bireylerin İslam algısını olumsuz etkilemekte, oyunlarda sunulan İslami unsurların gerçek olarak kabul edilmesine sebep olabilmektedir. Bu bakımdan, sosyal medya/dijital oyunlar ve İslamofobi ilişkisi çok yönlü ele alınması gereken bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

## 6. Medya ve İslamofobi Araştırmalarının Temel Sorunları

İslamofobi, 2000’li yıllardan itibaren farklı araştırma alanlarının ilgi duyduğu meselelerden biri haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması da, İslamofobinin medya perspektifinde ele alınmasını doğurmuştur. Fakat bu süreçte yapılan akademik çalışmaların bir kısmının bazı temel problemleri ihtiva ettiği düşünülmektedir. İslamofobi alanına farklı bir bakış açısı sunabilmesi amacıyla tespit edilen ve şu ana kadarki literatür taramasında problem olarak görülebilecek/kabul edilebilecek sorunları şu şekilde çerçevelemek mümkündür:

### 6.1. Felsefi Yaklaşım Problemi

İslamofobi, yabancı düşmanlığından hareketle oluşturulmuş bir terminoloji olarak görünüm kazanmıştır. Fakat bu görünüm, İslamofobinin tarihsel arka planını, psikolojik alt yapısını oluşturan anti-İslamist bakış açısını gizleyen bir niteliğe sahiptir. İslamofobi meselesini yabancı düşmanlığı perspektifinden okumaya çalışan literatür-

deki her çalışma, siyasal gerekçe ile biçimlendirilen/üretilen ve endüstri haline getirilen İslam karşıtlığının göz ardı edilmesine sebep olmaktadır. Bu endüstri; 11 Eylül 2001 olayları ve IŞİD, El-Kaide gibi yapıların eylemleri sebebiyle İslamofobiyi haklılaştıran, bir bakıma İslam'a/Müslümanlara ön yargı duyulmasının geçerli sebepleri olduğuna inandıran üretimleri artırarak devam ettirmektedir.

Dolayısıyla İslamofobi konusu ele alınırken, meseleyi İslam ülkelerinde yaşanan siyasi/politik olaylarla çerçeveleyen bakış açısı; Batı'nın ideolojik/siyasal/teolojik amaçlarla oluşturduğu negatif İslam/Müslüman tasvirini, İslam'a/Müslümanlara atfedilen saldırganlığı haklılaştıran bir söylemi taşımaktadır. Bu noktada, dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olay dini terminoloji ile anılmazken, İslam topraklarındaki her negatif olayın İslam ve Müslümanlarla eşleştirilmesi bu politikanın somut göstergelerinden biridir.

İslam karşıtlığı tarihsel süreçte bilinçli olarak inşa edilen bir olgudur. Bu durum sadece Batı ülkelerinde değil, özellikle Batılı ideolojileri benimsemiş nüfusunun büyük çoğunluğunu Müslümanların oluşturduğu ülkelerde de mevcuttur. Fakat İslam karşıtlığının belirgin izlerinin olduğu Batı dışı ülkelerde bu sorgulamanın yapılmaması, Batı ülkelerinde yaşayan Müslümanlar ile sınırlandırılması İslamofobinin anlam ve mahiyetinin daraltılmasına sebep olmaktadır. Bu durum da İslamofobinin sadece belirli eylemlerde görünür olduğu ve yaygınlaştırılabilir toplumsal/psikolojik/siyasal bir problem olmadığı şeklinde bir perspektifin oluşmasına neden olabilecektir.

Özetle, İslamofobiyi Müslümanlar tarafından gerçekleştirilen herhangi bir eyleme mukabil sadece Batı'da ortaya çıkmış bir kavram/mesele olarak okumak, İslamofobinin kapsamlı bir şekilde kavranamamasına sebep olacaktır. Ayrıca medya-İslamofobi ilişkiselliğine odaklanan çalışmalarda görüleceği üzere, sadece belirli olaylar örneğinde ele alınan ve tarihsel önyargıya atıf yapmadan ele alınan çalışmaların, medya-İslamofobi ilişkisinin boyutunu kapsamlı bir şekilde ortaya çıkaramayacağı düşünülmektedir.

## 6.2. Tarihsel Perspektif Yoksunluğu

Genelde İslamofobi, özeldense medya-İslamofobi çalışmalarına odaklanan metinler 11 Eylül 2001 olaylarına atıf yapmayı bir gereklilik olarak görmektedir. Bu durum makul ölçülerde ve gerekçelerde kabul edilebilir. Fakat sadece İslam'a ve Müslümanlara genelleştirilen olay ve söylemler üzerinden İslamofobi okuması yapmak, İslamofobinin tanımlanmasını zorlaştıracaktır.

Diğer taraftan 11 Eylül 2001 olaylarını İslamofobinin başlangıcı olarak görmek; tarihteki Hristiyan-İslam karşılaşmalarında Batı'nın kimlik problemi olarak Avrupa merkezci bakış açısı ile Doğu'yu ve İslam'ı tehdit ve öteki olarak gördüğü kolektif hafızasını; 1960'lı yıllardan itibaren Müslümanların Avrupa'ya yerleşmesi ile birlikte Müslümanların Avrupa'da tekrar görünür olması sonucu meydana gelen problemleri; 20. yüzyılda dünyada siyasal akım haline gelen kimlik siyaseti sonucu, Sovyetler Birliği'nin yıkılması ile birlikte İslam dininin ötekileştirilerek hedef gösterilmesini (Kirman, 2010, s. 25-29) göz ardı edecektir. Bu durum, İslamofobinin, psikolojik arka planı olarak görülebilecek anti-İslamizm'in de yok sayılmasına ve Batı tarihindeki İslam karşıtlığının geçmişini inkâr etmeye de sebep olabilecektir.

Ayrıca ulusal ve uluslararası literatürde İslam karşıtlığının basındaki temsili ile ilgili yapılan çalışmaların birçoğunun 11 Eylül 2001 olayları ve sonrasına odaklanması, İslamofobinin inşasındaki temel yapıtaşlarının ve geçmişteki geleneksel medya-nın etkinliğinin yeterince anlaşılmasına neden olacaktır.

### 6.3. Kavramsallaştırma sorunu

İslamofobi kelimesinin anlamları ile bir birlikte kavramın muhtevası da problem teşkil etmekte, kelimedeki fobinin kullanımı da farklı tartışma konularını beraberinde getirmektedir. Fobi, irrasyonel korkuya işaret etmektedir. Çünkü problem, yabancı olarak algılanan kişide değil; ötekini yabancı olarak algılayıp bu durumdan çekinen kişinin bakış açısıdır. Farklı ve yabancı olanı kendisi için tehdit olarak gören öznenin kendisi problemi oluşturmaktadır. Bu korku, yabancıların ortadan kaldırılmasıyla son bulmaz, sadece gündemden geçici olarak değişir, farklı korkularla üretilerek yeniden devam eder. Eğer yabancı, bizzat tehdit ve korku kaynağı olsaydı o zaman herkesin, herkese karşı fobik bir tutuma sahip olması beklenirdi (Canatan, 2007, s. 27). Dolayısıyla, İslamofobi de İslam’dan meydana gelen değil, İslam’a karşı korku ile bakan kişiden kaynaklanan bir durumdur. Ancak konuya dair Batılı literatür incelendiğinde görülmektedir ki İslamofobi, İslam’ı korku, dehşet, şiddet ve terörle özdeşleştirmeyi sorunsallaştırmayan aksine bunu haklı bulan ve gerekçeler uyduran bir yönelim olarak algılanmaktadır (Evkuran, 2012, s. 164).

Yine İslam ve fobi kelimelerinin yan yana getirilmesi, İslam’dan kaynaklanmayan, başka bir deyişle icat edilmiş ve birtakım insanlar tarafından içselleştirilmiş korkuyu yansıtmaktadır (Kentel, 2012, s. 134). Bu perspektiften bakıldığında, İslamofobi kavramının yabancı düşmanlığının ötesine geçen bir anlam taşıdığı görülmektedir. Çünkü zenofobi yönelimi ve sebebi belirsiz bir korkudur; fakat İslamofobinin oluşturulmasında kurgulayıcı/destekleyici faktörler de bulunmaktadır (Güngör, 2016, s. 286, 291, 294). İslamofobi kavramını sadece yabancı korkusu kavramından hareketle İslam korkusu olarak açıklamak da bir tarafı (İslam’ı) fail-saldırgan kılarken, İslam’dan korkan kişileri de mağdur, haklı konumuna yerleştirmeye neden olmakta; karşıt olunan ve hedef olarak gösterilen İslam’ı korkulacak bir olgu gibi tanımlamaya sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla İslamofobi terimi ırkçılık, Müslüman karşıtlığı, Yahudi karşıtlığı gibi terimlerden farklı olduğu için meşruiyeti de tartışılmaktadır (Cesari, 2015, s. 64). Çünkü İslam karşıtlığı için İslamofobi kelimesi kullanılırken, özellikle Yahudi karşıtlığı ifade edilirken antisemitizm kavramı kullanılmaktadır. Antisemitizm, Yahudi karşıtlığı olmakla birlikte, Yahudi ismi kullanılmaz, Araplardan, İbranilerden oluşan Sami halklarını ifade eden semitik kelimesi kullanılır. Antisemitizm’de belirli bir ırka yönelik hedef gösterme mevcut iken ve Yahudi karşıtlığı-korkusu gibi kavramlar kullanılmazken, anti-İslamizm’de topyekûn olarak İslam dini hedef gösterilmektedir (Hıdır, 2007, s. 93-95; Malik, 2005). Yine pek çok ülkede antisemitizm suç olarak tarif edilse de anti-İslamizm için bu durum geçerli değildir. Çünkü antisemitizmin önlenmesi için otoriteler tarafından politikalar üretilirken, anti-İslamizm siyasetten medyaya kadar pek çok alanda desteklenerek kışkırtılmaktadır (Canatan, 2007, s. 27-30).

### 7. Sonuç

Türkiye’de medya ve İslamofobi ilişkisini ele alan çalışmaların Batı ülkelerine kıyasla oldukça az olduğu belirlenmiştir. Medya aracılığıyla İslam karşıtlığının inşa edilmesi noktasında söz sahibi olması gereken Batı dışındaki ülkelerin bu alana yeterince ilgi göstermemesi da önemli bir problem teşkil etmektedir.

ABD’de de yaşanan 11 Eylül 2001 olayları sonrası artan İslamofobi çalışmaları, yakın tarihlerde Türkiye’ye de sirayet etmiş ve İslamofobi alanı farklı disiplinlerle incelenmeye çalışılmıştır. Bu noktada; geleneksel medya ve İslamofobi çalışmalarında benzer konularda tekrara düşüldüğü ve alan ile ilgili farklı yöntemlerin kullanılmaması sonucu yeterli/nitelikli araştırmaların sayısının oldukça az olduğu; sinema ve İslamofobi ilişkisini ele alan çalışmaların yeterli sayıda olmadığı ve özellikle İslamofobi perspektifinden yeteri kadar sinema eleştirisinin yapılmadığı; sosyal medya/dijital oyunlar ve İslamofobi meselesine odaklanan çalışmaların ise son birkaç yılda arttığı belirlenmiştir.



Bu çalışmaların birçoğunda nicel-nitel araştırma desenlerinin kullanılmadığı, pek çoğunun sadece teorik değerlendirmeleri içeren metinler olduğu belirlenmiştir.

Diğer taraftan Türkiye’de medya ve İslamofobi ilişkiselliği ele alınırken Batı merkezli bir okumanın/duruşun mevcut olduğu tespit edilmiştir. Batılıların İslamofobi perspektifinin Türkiye’deki akademisyenlere de belirli ölçülerde sirayet ettiği; kavramın muhteva ve analiz noktasında Batı’daki çalışmaların rehber olarak kabul edildiği gözlemlenmiştir. Bu durum, medya ve İslamofobi araştırmalarının bahsi geçen temel sorunlarından olan ‘felsefi yaklaşım problemi’, ‘tarihsel perspektif yoksunluğu’ ve ‘kavramsallaştırma sorunu’ gibi unsurların Türkiye’deki araştırmalara da yansımaları doğurmuştur.

Yine Türkiye’de Batı’daki ülkeler kadar ilgi görmeyen medya ve İslamofobi alanının görünür olması neticesinde, çalışmaların karikatür, göçmen, ayrımcılık vb. konularında sabit kaldığı belirlenmiş ve birkaç çalışma dışında Türkiye üzerinden yerli İslamofobik söylem okuması yapan çalışmanın olmadığı gözlemlenmiştir.

## Son Notlar

<sup>1</sup> Araştırma özelde Türkiye’de medya ve İslamofobi araştırmalarına odaklanması sebebiyle, uluslararası literatürde sadece, genel olarak medya ve İslamofobi çalışmalarının başlangıç sürecine ve bu çalışmaların genel bir değerlendirmesine yer verilmiştir. Bu bağlamda, sosyal medya/sinema/dijital oyunlar ve İslamofobi meselelerini ele alan çalışmalar sadece Türkiye örneğinde incelenecektir.

<sup>2</sup> Bahsi geçen bibliyografya çalışması için bkz. <http://mediam.erciyes.edu.tr/vtDosyalar/bibliyografya.pdf>

## Kaynakça

- Aboualhuda, I. (2018). Media discourse of Egyptian and British newspapers’ websites and its influence on the formation of images of Muslims and Islam post 25th January 2011 revolution. *Doctorate Thesis*. Bournemouth University.
- Ahmad, F. (2006). British Muslim perceptions and opinions on news coverage of September 11. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32(6), s. 961-982.
- Akiner, N. ve Mencet, M. S. (2016). Türkiye’de İslamofobi: Mizah dergilerinde İslam’ın temsili. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 11(2), s. 169-196.
- Akman, F. B. (2017). *15 Temmuz darbe girişimi batı medyası söylem analizi: neo-empyralizm, islamofobi ve oryantalizm*. Ankara: Kadim Yayınları.
- Alcahan, O. ve Duman, B. (2012). *İslamofobi, kolektif bir korkunun anatomisi*. Sivas: Sivas Kemal İbn-i Hümmam Vakfı.
- Al-Hejin, B. (2015). Covering Muslim women: Semantic macrostructures in BBC News. *Discourse & Communication*, 9(1), s. 19-46.
- Allen, C. (2010). *Islamophobia*. England: Published by Ashgate Publishing Limited.
- Ali, L. ve Sonn, C. C. (2017). Strategies of resistance to anti-Islamic representations among Australian Muslim women: an intersectional approach. *International Journal of Inclusive Education*, 21(11), s. 1167-1181.
- Ali, S. ve Khattab, U. (2017). East-west trans-mediatisation of terrorism and Islamophobia: Sydney siege and Peshawar massacre. *International Communication Gazette*, 79(8), s. 722-745.
- Alkhalifah, Z. (2018). Responding to terror in America: Global literature, film and the media narrative after the 9/11 Attacks. *Phd Thesis*. USA: Indiana University of Pennsylvania.
- Almalı, A. (2018). Almanya’da yükselen İslamofobi ve dergilerdeki İslam karşıtı yayınlar. *Uluslararası Toplumsal Bilimler Dergisi*, 2(2), s. 129-145.

- Ankaralığıl, N. (2011). Medya sermayesi ve İngiliz basınında Güney Asya Müslümanların temsilini: İdeolojik bir analiz. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi*, s. 37-52.
- Aydin, C. ve Hammer, J. (2010). Muslims and media: perceptions, participation, and change. *Contemporary Islam*, 4(1), s. 1-9.
- Ayhan, B. ve Çifci, M. E. (2018). IŞİD, propaganda ve İslamofobi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(1), s. 17-32.
- Bakali, N. (2011). Cultural pedagogy and Islamophobia: towards a framework for engaging students in critical discussion. *Master’s thesis*. Canada: McGill University.
- Balkanoğlu, Z. (2018). İslamofobi ve Eurofobi ekseninde Avrupa’da yabancı düşmanlığı ve Avrupa’da aşırı sağ partilerin milliyetçi iletilerinin analizi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Bangstad, S. (2011). The morality police are coming! Muslims in Norway’s media discourses. *Anthropology Today*, 27 (5), s. 3-7.
- Bayraklı, E. ve Hafez, F. (2015). *European Islamophobia report 2015*. Ankara: SETA.
- Bayraklı, E. ve Hafez, F. (2016). *European Islamophobia report 2016*. Ankara: SETA.
- Bayraklı, E. ve Hafez, F. (2017). *European Islamophobia report 2017*. Ankara: SETA.
- Bayraklı, E. ve Yerlikaya, T. (2017). Müslüman toplumlarda İslamofobi: Türkiye örneği. *Akademik Ombudsman*, 4(7), s. 51-70.
- Belt, D. D. (2014). Framing Islam as a Threat: The use of Islam by some U.S. conservatives as a platform for cultural politics in the decade after 9/11. *PhD Thesis*. USA: Virginia Polytechnic Institute and State University .
- Berg-Nordlie, M. (2018). New in town. Small-town media discourses on immigrants and immigration. *Journal of Rural Studies*, 64, s. 210-219.
- Bleich, E., Nisar, H. ve Abdelhamid, R. (2016). The effect of terrorist events on media portrayals of Islam and Muslims: evidence from New York Times headlines, 1985–2013. *Ethnic and Racial Studies*, 39(7), s. 1109-1127.
- Bowe, B. J. ve Tai, W. M. (2016). Muslim neighbors or an Islamic threat? A constructivist framing analysis of newspaper coverage of mosque controversies. *Media Culture & Society*, 38 (4), s. 540-558.
- Brown, M. D. (1999). The construction of Muslim identities in the United Kingdom and France: A contribution to the critique of Orientalism. *PhD Thesis*. Scotland: University of Glasgow.
- Canatan, K. (2007). İslamofobi ve Anti-İslamizm: Kavramsal ve tarihsel yaklaşım. Kadir Canatan-Özcan Hıdır, *Batı Dünyasında İslamofobi ve Anti-İslamizm* (s. 19-62). Ankara: Eskiye Yayınları.
- Carlson, S. J. (2016). Mass media’s cultivation effect on Islamic, Muslim, And Qur’anic prejudice. *Master’s Thesis*. USA: Illinois State University.
- Cere, R. (2002). Islamophobia and the media in Italy. *Feminist Media Studies*, 2(1), s. 133-136.
- Cesari, J. (2015). Batı’da İslamofobi: Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri arasında bir mukayese. John L. Esposito-İbrahim Kalın (Ed.), *İslamofobi 21. Yüzyılda Çoğulculuk Sorunu* (s. 63-92). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Cıngı, M. (2018). Dijital oyunseverlerin İslamofobi içerikli oyunlara bakışı. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, s. 49-72.

- Çebi, M. S. (2015). İsviçre'deki minare karşıtı referandum afişlerinde İslamofobinin söylemsel inşası. *Bilig*, 73, s. 99-140.
- Çetin, S. (2016). Batıdaki siyasal hegemonizmin enstrümanı olarak İslamofobi. 1. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Müslümanlar Kongresi* (s. 543-551). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Çöteli, S. (2012). Propaganda ve İslamofobinin İngiliz kitle iletişim araçlarından yansımaları. *Akademik Bakış*, 33, s. 1-17.
- Daniels, T. (2007). Liberals, moderates and jihadists: protesting Danish cartoons in Indonesia. *Contemporary Islam*, 1(3), s. 231-246.
- Dinet, É. ve İbrahim, S. B. (1921). *L'Orient vu de l'Occident*. Paris: H. Piazza, P. Geuthner.
- Demir, T. ve Aşan, N. (2014). Hollywood kamerasında İslam'ın ötekileştirilmesi. *Turkish Studies*, 9 (5), s. 741-748.
- Drabu, O. (2018). Who Is the Muslim? Discursive representations of the Muslims and Islam in Indian prime-time news. *Religions*, 9(9).
- Dyson, K. M. (2012). No. no. Shari's: United States and Canadian islamophobia expressed through public policy. *Master's Thesis*. Canada: Faculty of Graduate Studies and Research.
- Erdin, Ç. (2017). Radikal selefi örgütlerin sosyal medya kullanımı. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), s. 124-130.
- Genel, M. G. (2014). Avrupa'daki Türk medya perspektifinden Batı'nın bir ötekileştirme dili olarak kullandığı İslamofobiye bakış. *Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6(6), s. 105-125.
- Gölcü, A. ve Çuhadar, M. (2017). Batı toplumlarında İslamofobinin üretilmesinde medyanın rolü. *Ombudsman Akademik Dergisi*, 7, s. 71-99.
- Gölcü, A. ve Varol, F. B. (2018). Yükselen bir trend olarak İslamofobi endüstrisi: Amerikan medyasına yönelik araştırmaların bir panoraması. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(1), s. 73-88.
- Güngör, F. Ş. (2016). Zenofobinin İslamofobiye dönüşümü üzerine felsefi bir değerlendirme. 1. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Müslümanlar Kongresi* (s. 286-294). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Hardy, A. J. (2010). The "new phenomenon": an examination of American media portrayal of Muslim female suicide bombers. *Master's thesis*. ABD: Georgetown University.
- Hıdır, Ö. (2007). Anti-Semitizm ve Anti-İslamizm; benzerlikler ve farklılıklar. Kadir Canatan, Özcan Hıdır (Ed.), *Batı Dünyasında İslamofobi ve Anti-İslamizm* içinde (s. 63-99). Ankara: Eskiye Yayınları.
- Ho, W. Y. (2009). Danish cartoon controversy in the Chinese context: transnational Islam and public visibility of Hong Kong Muslims. *Contemporary Islam*, 3(3).
- Hukuk ve Medya Bağlamında Uluslararası İslamofobi Konferansı: 12-13 Eylül 2013*. (2013). Ankara: T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü.
- İlhan, V., & Bağcı, C. (2018). İslamofobinin medyadaki stratejik gücü olarak televizyon dizileri Homeland örneği. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(2), s. 169-189.

- Işıkman, N. G. (2009). Ötekini belgelemek; belgesel sinemada kültürel temsiller. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kabir, S. N., Alkaff, S. N. ve Bourk, M. (2018). Iconizing “Muslim Terrorism” in a British newspaper and public perception. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 38(2), s. 179-197.
- Kalaycı, B. ve Ulusal, D. (2018). Bilgisayar oyunlarında İslamofobi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), s. 36-42.
- Kalın, İ. (2016). *Ben, öteki ve ötesi*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Kalın, İ. ve Esposito, J. L. (2018). *Bir korku ve nefret söylemi olarak İslamofobi*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Kellner, D. (2006). September 11, Social Theory and Democratic Politics. E. A. Fraley içinde, *Media, Terrorism and Theory* (s. 161-178). Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kentel, F. (2012). “İslamofobi” vesilesiyle Türkiye’nin fobilerine bakmak. *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi* (s. 133-148). Sivas: Kemal İbn-i Hümmam Vakfı Yayınları.
- Khalil, M. (2018). *Voices of Muslim women in America: Identity and Islamophobia. Master’s Thesis*. USA: The University of Akron.
- Kılıcı, Ş., Dondurucu, Z. B. ve Uran, A. B. (2017). Yeni medya ortamlarında nefret söylemi: İslam karşıtlığı bağlamında nefret söylemi içeren videoların Youtube üzerinden incelenmesi. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 8(30), s. 155-187.
- Kirman, M. A. (2010). İslamofobinin kökenleri: Batılı mı Doğulu mu? *Journal of Islamic Research*, 21-39.
- Koç, Ç. T. (2018). Yeni medyada İslamofobik söylemin üretimi: Facebook Örneği. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(2), s. 211-242.
- Koçer, M. ve Yazıcı, F. (2018). İslamofobinin Charlie Hebdo Dergisi Twitter hesabında paylaşılan karikatürler örneğinde incelenmesi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(2), s. 191-209.
- Koo, G. Y. (2018). Islamophobia and the politics of representation of Islam in Korea. *Journal of Korean Religions*, 9(1), s. 159-192.
- Korkmaz, G. (2015). Çerçeveleme kuramı açısından Türk-Amerikan ilişkileri ve Türkiye imajı. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Kurtuluş, Y. (2009). *11 Eylül 2011 sonrası İslam’la ilgili medya değerlendirmeleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lajevardi, N. (2017). *A comprehensive study of Muslim American discrimination by legislators, the media, and the masses*. University of California.
- Lean, N. (2015). *İslamofobi endüstrisi*. (İ. Yılmaz, Çev.) Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Luqiu, L. R. ve Yang, F. (2018). Islamophobia in China: news coverage, stereotypes, and Chinese Muslims’ perceptions of themselves and Islam. *Asian Journal of Communication*, 28(6), s. 598-619.
- Malakhov, V. ve Letnyakov, D. (2018). Perception of Islam in the Russian society: Comparative dimension. *Gosudarstvo Religiya Tserkov V Rossii I Za Rubezhom*, 36(2), s. 248-271.

- Meer, N. ve Mouritsen, P. (2009). Political cultures compared: The Muhammad cartoons in the Danish and British press. *Ethnicities*, 9(3), s. 334-360.
- Mencet, M. S. (2016). Mizah dergileri ölçeğinde Türkiye’de İslamofobi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ogan, C., Willnat, L. ve Pennington, R. (2014). The rise of anti-Muslim prejudice: Media and Islamophobia in Europe and the United States. *International Communication Gazette*, 76(1), s. 27-46.
- Okumuş, E. (2018). İslamofobik oyunda Müslümanlar. *İlahiyat Akademisi Dergisi*, s. 37-61.
- Özdemir, Ö. B. (2012). Fransa’da İslamofobik söylemin ana akımlaşması ve Arap Baharı’na etkisi. *Ortadoğu Yıllığı*.
- Poole, E. A. (1999). British Islam: Media representations and social meanings. *PhD Thesis*. England: University of Leicester.
- Powell, K. A. (2018). Framing Islam/Creating Fear: An analysis of US media coverage of Terrorism from 2011-2016. *Religions*, 9(9).
- Reed, H. (2017). Framing of immigrants and refugees: A content analysis of mainstream and partisan news coverage of immigration. *Master’s Thesis*. USA: University of Missouri Graduate School.
- Saeed, A. (2007). Media, Racism and Islamophobia: The representation of Islam and Muslims in the Media. *Sociology Compass*, 1(2), s. 443-462.
- Said, E. W. (2008). *Medyada İslam*. (A. Babacan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Sayar, M. K. (2014). Avrupa Birliği ülkelerinde İslamofobi . *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı.
- Sayım, G. (2017). Batı’da İslamofobi ve medya: Fransa örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı.
- Smith, C. C. (2014). Dispensationalism, Islamophobia, and the mass media in America. *Master’s thesis*. USA: Wake Forest University.
- Sözer, R. (2018). Sosyo-kültürel, tarihsel ve ideolojik bağlamda İslamofobi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı.
- Sucu, S. (2016). Korku ve Nefretin Öteki Adı: İslamofobi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı.
- T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı. (2016). *Bilgisayar oyunlarında İslamofobi*.
- Tariq Modood, vd. (2006). The Danish cartoon affair: Free speech, racism, Islamism, and integration. *International Migration*, 44(5), s. 3-62.
- Türkmen, M. Y. (2018). Hollywood sineması ve İslamofobi: 11 Eylül sonrası Hollywood sinemasında İslamofobinin yeniden üretimi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Uşak: Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Ünür, E. ve Doğanılmaz, D. (2016). Sosyal kimlik olarak İslam’ın sosyal medyaya yansımaları: #Gerçekİslam. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 16(3), s. 37-61.

- Yel, A. M. (2018). Medya ve sinemada temsil edilme biçimleriyle İslam karşıtlığı. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(1), s. 5-16.
- Yerlikaya, T. (2014). Türk medyasında self-oryantalizm. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Anabilim Dalı.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yorulmaz, B. (2018a). 1896’dan günümüze Hollywood’un kötü adamları: Müslümanlar. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(1), s. 33-47.
- Yorulmaz, B. (2018b). Dijital oyunlarda Müslüman temsili. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(2), s. 275-286.
- Yücel, A. (2014). Avrupa Birliği-Türkiye ilişkileri bağlamında Türk göçmenlerinin Avrupa baskısı yapan Türk gazetelerinde temsili. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Yüksel, M. (2012). İslamofobinin tarihsel temellerine bir bakış: Oryantalizm ya da Batı ve öteki. *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi* (s. 189-199). Ankara: Sivas Kemal İbn-i Hümam Vakfı.
- Zavlak, H. (2018). İletişim sosyolojisi açısından medya ve sosyal medyada İslamofobi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kars: Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı.

# MEDIAD

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

## Media Studies and Islamophobia in Turkey

Mustafa TEMEL

### Extended Abstract

The concept of Islamophobia expresses fear based on prejudice and discrimination against Islam and Muslims. The concept of Islamophobia, which is used to describe the acts of discrimination, exclusion, and violence against Muslims, has become more visible in the literature especially with the events of September 11th, 2001. In this study, the relationship between Islamophobia and media was assessed in order to evaluate the orientation of the media and Islamophobia study area; then, a general framework of media-Islamophobia studies in international and national literature is drawn.

This evaluation will reveal the periods in which the media and Islamophobia studies were carried out, the perspective they were dealt with and the scientific methods used. Although the issue of media-Islamophobia is a subject of international and national interest, the lack of a study questioning and discussing the current literature increases the importance of this research. This justification will also contribute to the different researchers who will provide orientation to the field.

As a result of the review of international articles dealing with the issue of media and Islamophobia, it has been determined that:

- Most of the studies question the level of representation of Islam and Muslims through the media, especially using content analysis/discourse analysis methods.

- In the perspective of case studies, the attitude of the media towards Islam is measured.

- The issue of Islamophobia is interpreted by identifying with Western countries and the events in Islamic countries are subjected to a Western-centered reading and the studies carried out in this narrow perspective are partially repeated.

- The events of September 11, 2001, are centered in research articles, and assessments of the rooted past of Islamophobia are limited, and the West's "anti-Islamic" policies are not adequately addressed.

- The social aspects of Islamophobia (racism, discrimination, exclusion, violence, etc.) are not sufficiently focused.

- There is little or no scientific proposal for the solution of the issue of anti-Islam.

In traditional media, as a result of the review of thesis, articles, and books in Turkey dealing with the issue of media and Islamophobia, it has been determined that;

- Compared to Western countries, the field of media and Islamophobia is not adequately studied by different disciplines and methods.

- Studies cannot provide a comprehensive framework for the historical background of Islamophobia and address Islamophobia from the perspective of the events of September 11th, 2001, trapping and narrowing the issue into political events.

- They are not critical of the nature of the concept of Islamophobia.

- They treat Islamophobia only in the case of Western countries and global productions of Islamophobic media are not questioned enough in Turkey and other countries.

- The Studies that are questioning of the Islamophobic attitude in Turkey is in repeat and handled by the only example of cartoons.

In addition, it has been determined that the cinema, which is one of the defining elements of today’s social life and encourages Islamophobia with its productions involving Islam / Muslim opposition is not handled sufficient enough in Turkey from this perspective. At this point, In Hollywood productions and Turkey made films, examining the representation of Islam / Muslims, determination of elements, including Islamic opposition and the identification of problems that might be created by these productions emerges as an important requirement.

In digital games, Islamophobic elements are abundant. In this respect, the hostile presentation of Islam, especially in digital games, which has a huge impact on children and young people; adversely affect individuals’ perception of Islam and may cause the Islamic elements presented in the games to be accepted as real. In this respect, the relationship between social media / digital games and Islamophobia is a field of study that needs to be addressed in many ways.

Based on the evaluation of national and international literature; To read Islamophobia as a concept/issue that emerged only in the West in response to any action taken by Muslims; would make Islamophobia less comprehensible in detail. In addition, as it can be seen in the studies focusing on the relationship between media and Islamophobia, it is thought that the studies that are dealt with only in the sample of certain events and which are dealt with without reference to historical prejudice, are not considered to reveal the extent of the relationship between media and Islamophobia in a comprehensive manner. Moreover, the fact that most of the studies on the representation of anti-Islam in the national and international literature in the press focuses on the events of September 11th, 2001 and the aftermath of September 11th, 2001 will cause insufficient understanding of the basic building blocks of Islamophobia and the effectiveness of traditional media in the past.

The meaning of the word Islamophobia together with the content of the concept constitutes a problem, and the use of phobia in the word brings different topics of discussion. Phobia indicates irrational fear. Because the problem is not in the person perceived as a foreigner; it is in the perspective of the person who perceives the other as a stranger and is afraid of it. The subject who perceives the different and foreign as a threat to himself constitutes the problem. This fear does not end with the elimination of the stranger, but only temporarily leaves the agenda, is produced with different fears and resumes. If the stranger were themselves a source of threat and fear, then everyone would be expected to have a phobic attitude towards everyone (Canatan, 2007, p. 27). Therefore, Islamophobia is not a result of Islam, but a result of a person who looks at Islam with fear. However, when the Western literature on the subject is examined, it is seen that Islamophobia is perceived as a tendency that does not problematize the identification of Islam with fear, horror, violence, and terror, on the contrary, it justifies it and fabricates justifications (Evkuran, 2012, p. 164).

On the other hand, when the relation of media and Islamophobia are handled



in Turkey; It was found that a western centered reading/posture was present. It has been observed that the perspective of Westerners' Islamophobia has also spread to the academics to a certain extent in Turkey, in terms of content and analysis of the concept, studies in the West are considered as guidelines. This situation has led to a reflection of the fundamental problems of mentioned researches of media and Islamophobia, which are "a philosophical approach to the problem", "lack of historical perspective" and "conceptualization problem" on the researches in Turkey.



# MEDİAD

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

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Haziran 2019, 2(1), 123-136

Geliş: 09.05.2019 | Kabul: 30.05.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Sosyoekonomik Bir Medya Gerçekliği Olarak Televizyon Vaizliği\*

İsmihan ŞİMŞEK\*\*



### Öz

Televizyon vaizliği, dünyada 1970'li yıllarda Türkiye'de ise 1980'li yıllarda ekranlarda yer bulmuş bir medya ürünüdür. Din ve medyanın işbirliği sonucunda ortaya çıkan kavram, son yıllarda sosyal bilimcilerce evrensel bir rağbet olarak görülen "kutsala dönüş" olgusu ile popülerleşmeye başlamıştır. Medyanın, dinin tebliğ görevini sürdürmede kullanılmaya başlamasıyla yeni bir döneme giriş yapılmıştır. Çağın gerekliliği haline gelen teknolojik gelişmelerin takibi klasik vaiz algısının değişime uğramasına sebep olmuştur. Medya üreticisi ve tüketicisi arasındaki ilişkiye yön vermesi açısından televizyon vaizliği, reytinge sunduğu katkıyla bu yönlendirmeyi kanıtlar niteliktedir. Ancak televizyonun ticari yapısı, dinin manevi yapısı ile karşı karşıya geldiğinde çelişkilerin ortaya çıktığı görülmektedir. Toplumun kayıtsız kalamayacağı din ve dini içerikler televizyon ekranında her daim karşılık bulmuş, karşılığı azaldığı zaman ilgi çekici söylemlerle renklendirilmeye ve içeriğinden uzaklaştırılmaya başlanmıştır. Zamanla değişime uğrayan içerikler, dinin kendi kurallarından çok medyanın kurallarına göre şekil almıştır. Yeni şekliyle televizyon vaizliğinin, asıl amacı, yararlılığı, medya içindeki konumu ve ekonomik çıkarları eleştirilmeye başlanmış, avantajları ve dezavantajları sorgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, Din, Televizyon Vaizliği, Popülerleşme, Medya Vaizliği

## TV Preaching as a Socioeconomic Media Reality

### Abstract

TV preaching (also known as Televangelism in the US) is a media product that started to appear in TV channels around the world during the 1970s and made its way to Turkey in the 1980s. Being a by-product of collaboration between media and religion, this concept has started to become more popular in recent years with the help of another concept called "Return to the Sacred" which is seen as a universal phenomenon by social scientists. Media entered into a new era with TV preachers who used its tools to promote religious ideas. On the other hand, the concept of religious preaching has also taken a different form due to constant interaction with technological advances of the century. As media and religion share a common goal of addressing and influencing the masses, their by-product TV preaching is aimed at conveying the religious message accurately and in an effective and simple way. The significant contribution that preachers made to the ratings of TV networks proves that this new concept has also shaped the relationship between the producer and the consumer of media. However, the nature of television as a financial business and the spiritual nature of religion sometimes contradict with each other. Recent years have witnessed an increasing public demand for information about religion as well as increasing dependence on technology in everyday life, both of which further complicated the aforementioned collaboration. Although religious contents have always found a place on TV screens, they have been subjected to rating concerns and increasingly shaped and formed by the demands of media rather than religion. In this context, the advantages and disadvantages of TV preaching are often questioned and the concept itself is criticized with regards to its actual purpose, public benefit as well as its relationship with media and the financial aspect of that relationship.

**Keywords:** Media, Religion, TV Preaching, Populism, Televangelism

**ATIF:** Şimşek, İ. (2019). Sosyoekonomik bir medya gerçekliği olarak televizyon vaizliği, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(1), s. 123-136.

\* Bu çalışma, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yapılan "Sosyo-Ekonomik Bir Medya Gerçekliği Olarak Televizyon Vaizliği" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, | e-mail: ismihansimsek@gmail.com | orcid.org/0000-0002-5442-068X

## Giriş

Din, var olduğu günden bu yana insanların toplumsal ve bireysel ihtiyaçlarını karşılamak üzerine yarar sağlayıcı bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kaynağını Tanrı'nın ilahi mesajlarından alan din, peygamberler aracılığıyla topluma iletilmekte ve etkileşim ağını genişleterek sosyal ve ahlaki kurallar bütününe oluşturmaktadır. Peygamberler aracılığıyla süregelen tebliğ süreci, vahyin tamamlanması ve peygamberlerin ölümü ile halifeler, sahabeler, alimler ve günümüzde din bilgini olarak nitelendirilen vaizler tarafından gerçekleştirilmektedir. Din geldiği, iletiği ve uygulandığı her topluluk içinde değişimlere ve kültürel yapılanmalarda düzenlemelere neden olmuştur.

Günümüzde bilgi almayı ve diğer topluluklarla olan etkileşimi hızlandırmayı kolaylaştırarak hayatımızda yadsınamaz bir önem arz eden bir diğer yapı da kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları teknolojinin ilerlemesi ile beraber toplumsal değişimlerin ön saflarında yer almaya başlamıştır. Yazılı ve görsel basının tümü olan adlandırabileceğimiz medya, yeni bir kültür oluşturarak sosyal hayatın ve normların değişiminde önemli rol oynamıştır. Kendine has mesajlar oluşturarak insanlar üzerinde etkisini artırmayı başardığı en önemli aracı ise televizyondur. Din ve medya tam da bu noktada birleşmektedir.

Din bulunduğu bölgedeki toplumsal yapının değişimini, insanlığın mutlak doğruya ulaşmasını, gerçekliğin ve uzun vadede hayat memnuniyetinin sağlanmasını hedeflemektedir. Bu hedef, yeni bir kültür oluşumuna davet etmektedir. Din yalnızca mesaj vermez, mesajın diğer çevrelere iletilmesi için mensuplarına da tebliğ görevini yüklemektedir.

Medya ise sahipleri tarafından belirlenmiş kendi gerçekliğini ve kabullerini oluşturarak, yeni bir iletiyi meydana getirmektedir. Medyanın en önemli işlevlerinden biri olan büyük kitlelere ulaşarak oluşturduğu iletiyi kabullendirmektir. Din ile bu anlamda benzerlik göstermektedir. Din ve medya, içeriklerini topluma sunarak varlığını sürdürmeye devam etmektedir.

Medyanın ve dinin aynı hedef üzerinde buluşarak ortaya çıkardığını en önemli figür televizyon vaizliği olmaktadır. Televizyon vaizliği, medyanın kuralları çerçevesinde din ve dini bilginin halka ulaştırılmasıdır. Dünyada 1970'lerde başlayan ancak asıl aktif dönemini 1980'lerde magazinleşme kavramının çıkmasından etkilenerek 1990'lı yıllarda yaşayan televizyon vaizliği, son 20 yılda rağbetini giderek arttırmıştır.

Din ve dini bilginin kitle iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerle olan uyumu ya da uyumsuzluğu hakkındaki tartışmalar halen devam etmektedir. Televizyon vaizliği çalışması, dünyadaki ve Türkiye'deki televizyon vaizliğinin tarihsel sürecini ve sosyoekonomik boyutlarını inceleyerek hakkındaki birtakım soruları cevaplandırma amacını taşımaktadır.

### 1. Televizyon Vaizliği

Televizyonlarda din adına sohbet eden, program yapan, dinleyicilerine çeşitli dini konuları aktaran din adamları ve ilahiyatçılar için kullanılan "medya vaizi" terimi, yeni bir kavram olup medyanın son yıllarda dini programlara zaman ayırması sebebiyle televizyonlarla anlaşarak profesyonelce dini programlar yapanlar için de kullanılmaktadır (Karataş, 2011).

Dünya genelinde özellikle Batı ülkelerinde çeşitli terimlerle karşılanan "medya vaizi" kavramı, medyayı yaygın ve etkili şekilde kullanarak dine ilişkin konulara yönelik kamuoyu oluşturma çalışan kişiyi/kişileri ifade etmektedir. Bunların arasında kendi cemaatinin inanç ve değerlerini temsil edip yayma konusunda medyada yaptıkları düzenli programlarla halka ulaşmayı amaçlayanlar olduğu gibi, dini değerler ve kurumlar üzerine yaptıkları yorum ve değerlendirmelerle kişisel çıkar ve kazanç peşinde koşanlar da bulunmaktadır (Gündüz, 2010).

Medya vaizliği, başladığı ve yükselişe geçtiği dönem içerisinde dini bilgiye olan ihtiyacı giderme, insanların inançları diri tutmaya ve dini görevlerinin yerine getirilmesini desteklemek amacıyla ortaya çıkmıştır. Dinin içeriğinde toplumların bütünlüğünü sağlayan; ibadet, iman, itikad kavramları, ahlaklı ve örnek bir bireyi oluşturması bakımından, televizyon yayınlarında ve diğer dini platformların üzerinde daha çok yer edinmeye çalışmaktadır.

## 1.1. Türkiye’de Televizyon Vaizliği

Türkiye televizyonlarının dini programlarla tanışması 1975 yılına rastlamaktadır. TRT ilk kez bu yılda, İftara Doğru adlı program ile dini yayınlara yer vermeye başlamıştır. Programın sunuculuğunu Asaf Demirbaş üstlenmiştir. İftara Doğru programı dini içeriğiyle izler kitleye hitap etmiş ve dini sohbetler, ilahiler ve ezan devlet ekranında yer almıştır. 27 Aralık 1980 yılında yani askeri darbenin hemen ertesi sayılabilecek bir tarihte TRT’de uzun yıllar devam edecek olan ve yine Asaf Demirbaş tarafından hazırlanan İnanç Dünyası programı yayın hayatına başlamıştır. İslam’ın daha evrensel yönlerine atıfta bulunan ve laik devlet yapısı ile uyuyacak konu ve içeriklerle izleyici karşısına çıkan bu programda dini esasların yanı sıra sosyal ve kültürel konu başlıkları da öne çıkmıştır (Baydar, 1994).

Doksanlı yıllarda televizyonların özelleştirilmesiyle devlet tekeline çıkan yayınlar, sesini daha geniş kitlelere duyurmak ve gücünü artırmak isteyen İslami kesim için bulunmaz bir fırsat oluşturmuştur. Pek çok dini grup medya araçlarına yönelerek İslami çizgide yayın politikaları geliştirmişlerdir. Bunlardan ilki 1993’te yayın hayatına başlayan TGRT’dir. Ardından Kanal 7, Samanyolu TV, Mehtap TV, TV5 vb. dini yönelimli kanalların kurulması, dini yayınlar açısından TRT tekelinin ortadan kalkmasını sağlamıştır (Bilis, 2017).

Hiç şüphesiz 90’lı yıllarda medyadaki özelleştirme ile televizyon kanallarında konu çeşitliliği artmıştır. Spor, eğlence, sansasyonellik içeren başlıklarla seyirciyi bünyesine çekmeye çalışan kanallarda resmi yayın algısı hafiflemiş gibi görünse de din hala devlet çizgisinin dışına çıkamamaktadır. 80’li yıllarda medyada etkisi çokça hissedilen siyasi yönelimin, 90’lı yıllarda yumuşayan medyatik ortamda öne çıkan ismi ise Yaşar Nuri Öztürk olmuştur.

Türkiye’de tek kanallı dönemde İslam dininin çerçevesi; tek boyutlu, toplumsal hayatla bağlantı sağlayamayan, bireysel alanla sınırlandırılarak çizilmiştir. Siyasi meselelerden uzak ancak bir o kadar da resmî ideolojinin dairesinde kalarak kendini göstermeye çalışan bir din algısı üretilmiştir.

Mustafa Karataş (2018), televizyondaki dinin siyasi konjonktür ile bağlantısını şu cümlelerle açıklamıştır:

“İlk TRT’de 70’li 80’li yıllarda yayınlanan İnanç Dünyası programında daha çok resmi bir din algısıyla ve devletin müsaade ettiği kadar konular konuşuluyordu. Teorik olarak sadece ahlaki düzeyde bilgilendirmeler tartışılır ve gündeme gelirdi. Ama özel televizyonlarla ya da tartışmalarla birlikte artık her alanda sorgulama ve bilgilendirme mecburiyeti hasıl oldu.”

Doksanlı yıllara gelindiğinde ise; hafızlık yapmış, molla sayılacak kadar medrese eğitimi almış, esas itibarıyla İmam Hatip Okulu ve Yüksek İslam Enstitüsü/İlahiyat Fakültesi standartlarında yetişmiş, Yeni Selefiliğe yakın, kaynaklara dönüş fikrine bağlı, modern dünya ile İslam arasında karşıtlıktan çok yakınlık gören, giderek Atatürkçülüğe ve Cumhuriyet ideolojisine yaklaşmış, bunun bir neticesi olarak bir tarihten sonra dindar çevrelerden hayli uzaklaşmış bir din ve dünya anlayışına sahip Yaşar Nuri Öztürk, dikkatleri üzerine çekmektedir (Kara, 2018).

Esra Özcan'a (1999) göre; Yaşar Nuri Öztürk'ün program içindeki duruşu, geleneksel İslam'a ters düşmüş gibi görünse de onu yok etmemektedir. Yeni yorum, kendini İslam'ın belirlediği cinsiyet rolleri ve laik kamusal alan üzerinden var etmektedir. Böylelikle toplumsal organizasyon için farklı bir yol çizmeyi sağlamaktadır. Öztürk, birbirine zıt olarak algılanan dini ve siyasi değerleri uzlaştırmaya yönelik üslubuyla modernist kesimde sempatiyle karşılanmaktadır.

İslami tartışmalar ve kamusal alanda uygulanan politikalar 28 Şubat süreci göz önüne alındığında Yaşar Nuri Öztürk'ün televizyondaki rolünü anlamamız daha da kolaylaşacaktır. İsmail Kara, başarılı bir televizyon icadı olarak gördüğü Yaşar Nuri Öztürk'ün görünür olma çabasına ek olarak hevesle ve iştiaqla 28 Şubat sürecine dahil olduğunu söylemektedir. Öztürk'ün bu süreçte programlı olarak devreye sokulan Türkçe ibadet, başörtüsü, din eğitimi, laiklik meselelerinde kendi çevresine değil karşı çevreye, cihet-i askeriyenin, Cumhuriyet ideologlarının daha da önemlisi din üzerinden toplumsal yarılmayı tahrik edenlerin yanında yer aldığını savunmaktadır. Sesi ve üslubunun televizyon eğlencesine müsait olması, bilgisiyle meslektaşlarına meydan okuyan tavrı onu medyatikleşmeye doğru götürmüştür. Kara, Öztürk'ün ekranda gerçekleştirdiği tartışmalar neticesinde; 28 Şubat'ın da bütün askeri müdahaleler gibi bir taraftan dinî alanı tahrip edip biçimsizleştirirken diğer taraftan da yeni dinî anlayış ve arayışların önünü açtığını, "ılımlı/kültürel İslâm", "Atatürkçü Müslümanlık" dahil farklı "dindarlaşma"lar için yönlendirmeler yaptığını, yeni dinî tezahürlere kaynaklık ettiğini belirtmektedir (Kara, 2018).

Doksanlı yılların son çeyreğinde dini içerikli programların bilgilendirme amacının yerini din algısını yeniden şekillendirme hedefinin alması muhafazakâr kesimin medyaya karşı bakışını değiştirmiştir. Böylelikle daha geleneksel ancak hurafelerden uzak bir yayın politikasına ihtiyaç duyulmuştur. Türkiye'nin ilk milliyetçi-muhafazakâr kanalı olarak nitelendirilebilecek olan TGRT, Huzura Doğru programıyla dini ve ahlaki konularda yayın yapmıştır. Ardından 1994 yılında İslami yayın çizgisi hedefiyle Kanal 7 televizyonu kurulmuştur. Kanal 7, televizyon vaizliğinin Türk televizyonlarında hayat bulmasını ve sürekliliğini sağlayan ilk kanaldır. Kurulduğu günden itibaren yayın akışı içerisinde mutlaka dini içerikli yayınlara yer vermiştir. Huzur Sohbetleri (1995) ile başlayan dini program yayını bugün Necmettin Nursaçan'la Cuma Sohbetleri (2019) ile devam etmektedir.

Son 15-20 yıllık sürece baktığımızda ise AK Parti iktidarı ile dini algının değişimine şahit olunmaktadır. 2000'li yılların devamında ülkenin değişen sistem anlayışı ve İslami duyarlılığa sahip yöneticilerin varlığı, televizyon programlarının içeriklerinin değişmesine ve dini programların daha geniş süreyle fırsat bulmasına olanak sağlamaktadır. Siyasal ve kamusal alanda eskiye oranla çok daha yoğun dinsel söylemlerle karşı karşıya kalınmıştır. Hükümetin değişimi ile TRT de resmi din ideolojisinden yavaş yavaş sıyrılmaya başlamıştır.

2002 yılında iktidar olan AK Parti'nin genel icraat kitabında uyguladığı din politikaları arasında Diyanet İşleri Başkanlığı ile anlaşması yer almaktadır. Bu dönemde TRT Anadolu adlı televizyon kanalı ile Diyanet İşleri Başkanlığı yayınları ile dönüşümlü yayın yapmaktadır. TRT Anadolu; günün belli saatlerinde TRT yapımlarına, belli saatlerinde ise TRT Anadolu-Diyanet TV çift logosuyla Diyanet İşleri Başkanlığı'nın veya TRT'nin hazırladığı programlara yer vermektedir (Yazıcı, 2015).

Böylece 2000'li yılların ilerleyen süreçlerinde muhafazakâr kanallarla sınırlanan dini günlere mahsus programlar, ana medya kanallarının bünyelerinde kendilerine yer bulmuştur. Gerek dünyada gerek ülkemizde dini konuların, gündemi daha yoğun işgal etmesinden dolayı, televizyonlar da bu tür programlara daha sık yer vermeye başlamıştır. Dini konularda sohbet, soru-cevap, hatim, Kabe'den yayınlar, dua, zikir ve

mevlid programları izleyicileri kendine çeken alternatif programlar olarak ortaya çıkmıştır. İzleyici artık tartışmadan ve çekişmeden uzak, duygu ve hislerin de yer bulduğu, günlük hayatta kendisine yarayacak, hayatın zorluklarına ve ruh kirlenmesine karşı kendisini koruyacak bir dini bilgiye ve manevi hazza ulaşmayı istemektedir. Bu arzusunu da son yıllarda halka dini bilgileri tartışmalardan uzak aşk ve muhabbet hisleriyle anlatan programları ve hocaları izleyerek göstermiştir. Ramazan aylarında pek çok televizyon iftar ve sahur programları düzenlemektedir. Ayrıca Cuma geceleri ve sabahları da Ramazan ayının küçük bir provasası gibi televizyonlarda dini konuların yoğun işlendiği bir gün hâline gelmiştir (Karataş, 2011).

## 2. Dini Programların Sosyoekonomisi

Televizyon vaizleri dönemi, merkez medyada yayına başlayan ilahiyatçılar ile öne çıkmaktadır. Dinin anlaşılır ve basitleştirilmiş bir üslupla halka iletilmesi, ekranda daha fazla yer tutmaya başlamıştır. İçerik yönüyle dikkat çeken programlar medya yöneticileri tarafından kısa zamanda kâr amacına hizmet eden ürünler olarak görülmektedir. Yalnızca belirli gün ve dönemlerde hatırlanılan din, tüketicinin gösterdiği rağbet ile medyadaki yerini değiştirmiştir. Böylelikle yayın saati olarak izleyici tarafından daha ulaşılabilir bir zaman dilimine taşınmıştır.

Medyada televizyonculuk yapan hocaları medya pazarında satıcı olarak nitelleyen Karataş (2018), bunun bir sektör olduğunu söyleyerek herkesin medya pazarında üslubu ve kalitesi ile farklılık oluşturarak malını pazarlamaya çalıştığını ifade etmektedir. Dini programların ekrandaki serüveninde Mustafa Arslan (2009), başlangıçta hedeflenen noktanın çok uzağında kaldığını, medya mantığının amacın önüne geçtiğini, imajın anlatının önemini yok ederek gerçek üstü bir konumda dini konuları tükettiğini vurgulamaktadır. Bunda popüler kültür ürünlerinin mantığı olan “insanların ilgisini canlı tutabilmek için güncelliğini koruma, reyting kaygısı, sürekli yenilenme zorunluluğu, ticari kaygıların ön planda olması” gibi hususların etkili olduğunu ileri sürmektedir. Arslan’a göre; ilahi kaynaklı dini ilke ve prensipler popülerleşerek, medya mantığı içerisinde tüketilen bir meta haline gelmektedir.

TV kanalları, reklam gelirleri ile yaşayan ve bunun içinde reyting denilen bir ölçüme göre hareket eden “ticari” kuruluşlardır. Programlar içeriği veya gerçekliğinden çok reytingi ile ölçülmektedir. İstisnalar dışında birçok medya organı buna göre davranmak zorunda kalmaktadır. Eğer din bu ölçütlere göre işlemezse, daha populist bir dil kullanmazsa, reyting alma şansı ve paralelinde para kazanma şansı yitirilmiş olmaktadır (Yazıcı, 2015).

Dini bilginin metalaşmasıyla dinin televizyondaki görünümü değişmeye başlamıştır. Vefa Taşdelen buna örnek olarak, din ve medya ilişkileri bağlamında ticari kanalların, arz talep dengesini gözeterek popüler isimler ortaya çıkarmalarını ve bu isimlerle medya üzerinden ticari amaca yönelik programlar yapmalarını göstermektedir. Taşdelen’e göre bu programlardan bazıları, zaman zaman etik ve estetik boyutu düşük, pedagojik duyarlıktan yoksun, gözyaşı ve ajitasyonu öne çıkaran bir çabaya da dönüşebilmektedir (Taşdelen, 2016).

### 2.1. Kuşak Programlarında Dini İçerikler ve İzleyici Prototipi

Kuşak Programları, özellikle hafta içi gündüz kuşağında yer alan ucunda ödül olan ya da olmayan evlilik/izdivaç programlarını, müzik, eğitim, bilgi-beceri, sağlık gibi konuların yer aldığı, katılımcılarla sohbetlerin yapıldığı kadın programlarını ve adli olayları, cinayet, çocuk kaçırma vb. vakaları konu alan programları kapsamaktadır. Türkiye’de gündüz kuşağı programlarının geçmişi tek kanallı yıllara dayanmaktadır. Türkiye’de kuşak programlarının ilk örneklerinde genellikle ev kadınlarının bilgilendirme amaçlı eğitici stüdyo programları olduğu görülmektedir (RTÜK, 2018).

Dini programlar ve içerikler, seyircinin en aktif olduğu prime time diliminde diziler ve eğlendirme hedefli programlarla yarışmak zorunda kalmaktadır. Rekabet oranı yüksek *prime time*'da tutunması mümkün olmayan dini programlar, zaman dilimini saat 23'ten sonrasına ve kadın kuşaklarına aktarmayı daha avantajlı görmüşlerdir (Taslaman, 2018).

Zahit Akman (2018) kuşak programlarında yer alan dini içeriklerin kadınların ilgisini daha çok çektiğine değinmektedir:

“Ben bu durumun, kadınların dini konulara daha çok ilgi duymasından kaynaklandığını düşünüyorum. Özellikle fikhî konularda kadınlar daha meraklı. Sadece kendileriyle ilgili değil, eşleri, çocuklarıyla ilgili konularda da dini bilgi edinmek istiyorlar. Ayrıca gündüz kuşağındaki programların ağırlıklı seyirci kitlesini kadınlar oluşturuyor. Kadın izleyicinin yoğun olduğu saatlerde ve kadınlara yönelik programlarda dini içerikli yayınlara yer verilmesi normal bir durum.”

Veyis Ateş (2018), yukarıdaki görüşe ek olarak; kadınların geleneği taşıyıcı ana aks olduğunu ileri sürerek kadınların vicdani ve imani hassasiyetlerinin yüksek olduğuna vurgu yapmaktadır. Teknik olarak dini içeriklerin kuşak programlarında yer almasıyla izlenebilirliği arttırdığını söylemektedir.

## 2.2. Dini Programların Ekonomik Büyüklüğü ve Vaizlerin Kazanç Polemiği

Dini programlar, diğer program kriterlerine nazaran daha az bir bütçe eşliğinde icra edilmektedir. Kurgusu, teknikleri ve koreografik boyut olarak kısıtlı bir bütçeyle, sadece sunucu eşliğinde idame ettirilebilmektedir. Kamera, yapım, kurgu gibi teknik aşamalarda ekstra harcama kanal için gözlenmez. Bu durum medya sahibine göre bir program için en paha biçilmez yöndür. Üstelik reklam, yayın kuşağı kalifiye şekilde oturduğunda program, az bütçeyi, büyük bir kâr haline getirmektedir. Reyting kaygısı ve reyting oranları tam da bu noktada büyük önem kazanmaktadır. Kanal, kazandığı bütçenin sürekliliğini sağlamak istemektedir. Süreklilik ise beklentinin yükselen çıtasını sürekli katlama ile sağlanacaktır.

Televizyon programlarında yapılan eylemler dine bağlı ve dini bilgilendirmeyi güçlendirici veriler olarak görünmesine rağmen, bu programların belli bir talep karşılığında oluşturulması talep edilen kişilerin de hayatlarını buna göre düzenlemesine, emek vermesine, zamanını harcamasına sebep olmaktadır. Amaç inanç dünyasına ulaşmak olsa bile, bir iş halini almıştır. Bu nedenle bir bedelinin de olması doğal koşullar içerisinde kabul edilecektir. Böylelikle program içerisine yerleştirilen reklamlar, teknik harcamalar, program ve program sahibine yönelik ücretlendirmeler medyanın gücü oranında belli bir büyüklüğe sahip olmaktadır. Dini program ve içeriklerde gerek program sunucusu olsun gerekse konuk olarak katılım olsun vaizlere ödenen ücretler son dönemlerde çokça tartışılmaya başlanmıştır.

Karataş (2018), ücret konusunun Hz. Ebubekir döneminden beri tartışıldığını söylerken, hocaların din öğrettiği için ücret almadığını, dini öğretmek için harcadığı mesai ve çalışmanın karşılığında ücretlendirildiğini ifade etmektedir:

“Sonuçta biz emek sarf ediyoruz, vakit ayırıyoruz. Hocanın parasıyla değil de işin kalitesiyle uğraşılmalı. Para aldığından dolayı dinden taviz veriyor mu? Ona bakmak lazım. Ama siz de devletten maaş alıyorsunuz. Yaptığınız ilim karşılığında ücret alıyorsunuz. Bu ücret ta Hz. Ebubekir'den beri tartışılmış. Hz. Ebubekir halife olunca Hz. Ömer bakmış ki Hz. Ebubekir bütçeden bir şey almıyor. Kısas-ı Enbiya'da yazıyor bu. ‘Sen çocuğunu nasıl geçindireceksin’ diye külliyyatlı bir maaş bağlıyor Hz. Ebubekir'e. Daha sonra imamlar, müezzinlerle iş resmileştikten sonra da bu tartışma konusu olmuş. ‘Namaz kıldırıyorsun, para alıyorsun’ demişler. O sadece namaz kıldırıyor. O 24 saatini oraya ayırmaktan dolayı evini geçindirmek için para alıyor. Yaptığı iş daha kaliteli hale gelsin



diye para alıyor. Ayrıca gerçekten bir sektör sizin sırtınızdan büyük paralar kazanıyor ve önünüzü açıyorsa, siz de orada hak ettiğiniz ölçüde alırsınız.”

Akademisyenlerin ve medyada görev almış uzman kişilerin yorumlamalarına bakıldığında, televizyon vaizlerinin çalışmalarını ekrana taşıırken gösterdikleri performans karşılığında ücret almaları doğal karşılanırken, ödenen ücretin medya sektörünün gücüne oranla belirlendiği belirtilmektedir.

### 3. Dini Programların Televizyonculuk Açısından Değerlendirilmesi ve Magazinleşme

Kitle iletişim araçlarının öncelikle bir eğlence aracı olması, dünyevi bir işleyiş mantığına sahip olması gibi hususlar, medyanın dini amaçla kullanımında avantajları olduğu kadar dezavantajları da olmaktadır. Kitle iletişim araçları dini bilgi ve rol modellerin kitlelere ulaştırılması açısından önem arz etmekle beraber, kendine has özellikleri din açısından kimi sorunları da beraberinde getirmektedir. İletişim biliminin dili ile söylenecek olursa, bazen “araç (media) mesaja etki etmekte ve mesajı içerikten yoksun hale getirebilmektedir.” Bu durumun nedenine inildiğinde karşımıza popüler kültürün “çelişkili doğası” çıkacaktır (Arslan, 2009).

Mete Çamdereli'ye (2018) göre din ve medya ilişkisindeki temel risk dinin medyanın içinde olması ya da medya ile sunulması değil, medyanın dinin içeriğine nüfuz etmesi ya da dinin doğrudan içeriğini belirlemesidir. Medyatik vaaz ve nasihatler gerçek dinin söylemini bulanıklaştırırken, medyanın vaizleri de tapınma nesnesine dönüşme riskiyle karşı karşıya kalmaktadırlar.

Postman (2010) için dinin belli karakteristiği vardır. Bu karakteristik, bir televizyon gösterisinin yaşantılandığı mekânı kutsallaştırmanın hiçbir yolu olmadığı gerçekliğiyle ilgilidir. Bütün geleneksel dinsel törenlerin vazgeçilmez koşullarından birisi, törenin yapıldığı mekânın bir ölçüde kutsallıkla donatılması gerektiğidir. Kilise de sinagog da orada yapılan her şeyin, dinsel halleyle kuşatıldığı bir ayin yeridirler. Oysa dinsel ibadetin yalnızca kilise ya da sinagogla yapılması zorunluluğu yoktur. Aykırı öğelerden temizlenmiş olması koşuluyla hemen her yer dinsel ibadete uygundur. Ancak bu dönüşümün gerçekleşmesi için temel önemde olan bazı kurallar vardır. Örneğin hiçbir şey yenmeyecek ya da gereksiz konuşma yapılmayacaktır. Kafaya bir takke giymek veya uygun anlarda yere diz çökmek gerekebilir. Ya da bazen sessizce düşünmeye dalmak istenebilir. Ancak dinsel bir televizyon programı izliyorsak bu koşul genellikle eksik kalır. Eğer izleyici kitlesi bir esrar ve sembolik öte dünya halesinin etkisinde değilse, o zaman ciddi bir dinsel deneyim yaşamak için gerekli görülen ruh haline ulaşmak mümkün değildir.

Kitlelere ulaşma gayesiyle yolları kesişen medya ve dinin yine kitle odaklı hareket etmesine sebep olan reyting ölçüğü, dini bilginin içeriklerinde de birtakım değişimlere yol açmıştır. Televizyon programının seyirciyle olan bağının kuvvetini değerlendirmesi açısından son derece önem arz eden reyting, medya sahiplerini yönlendirmektedir. Program sahibi ya da konuğu olan televizyon vaizi ise, tam da bu noktada ya medya sahibinin yönlendirmesine uyacak ya da tebliğ görevini sürdürmek için taviz vermekten kaçınacaktır. Kanalin yönlendirmesine uyarken dini programın, bilgilendirme işlevinin dışına çıkma ihtimali yükselmektedir. Televizyon reyting odaklı çalışırken tek yönlü olarak din ve toplum arasındaki dikkat çekici, magazin, şaibeli, toplumun ihtiyacının dışında konuları seçmektedir. Vaiz ise dini içeriği hem doğru aktarmak hem de televizyon izleyicisini ekranda tutabilmek için iki yönlü olarak çalışır.

Ulusal kanalların hiçbirinde reyting kaygısı olmadan yayın yapan bir mecraya olmadığını dile getiren Karataş (2018), reyting olmazsa insanlara ulaşmanın zorlaşacağını ifade etmektedir:

“Ulusal televizyonların hiçbiri reyting kaygısı yaşamadan program yapmazlar. Varoluş sebebi bu. Dolayısıyla dini programınızın, sizin hoca olmanızın onlar nezdinde farklı bir ayrıcalık olması yok sayılacak kadar azdır. Yani ben “Biz burada dini anlatalım da reyting kaygısı da gütmeylem” diyen ulusal bazda bir televizyon görmedim. Hepsı reyting kaygısı taşıyorlar, ertesi gün hepsi reytinge bakıyor. Bu da çok doğal bir şey. Reyting bir taraftan çok zararlı bir şey. Dini programlar için, haberler için, kültür sanat programları için baltalayıcı bir şey. Ama şunu da biliyorum eğer programınız tutuyorsa reyting çok önemli bir şey. Çünkü siz reyting almazsanız, size de program yaptırmazlar, insanlara ulaşamazsınız. Dini programlar reyting aldığı için bütün televizyonlar iftar-sahur programı yapmaya yarış ediyorlar.”

Vaizlerin, aktardıkları bilginin netliğinden ve doğruluğundan herhangi bir taviz vermedikleri ancak dinin topluma nasıl ulaştırılabileceği konusunda medya ile iş birliği yaptıkları gözlenmektedir. Söz konusu işbirliği yapılırken medya dini söylemi değiştirerek magazinsel unsurlardan faydalanmaktadır.

Magazin kelimesinin sözlük anlamı, “para aşırma, oyalanma, birini bir şeyden uzaklaştırma, yoldan çıkarma ve başka alana sokma” gibi anlamları içermektedir (Büyük Larousse, 1986). Magazinel söylem, olay örgüsünü parçalar ve gerçekliğinden koparır, herkes için olan, tüketilmesi kolay, basit ve yüzeysel hale getirir. Böylece, televizyon izleyicisinin kolaylıkla tüketebileceği bültenler ortaya çıkmaktadır (Belge’den akt. Bayraktaroğlu ve Uğur, 2011).

Dinde magazinleşme ise özellikle kadın kuşaklarının içerisinde var olan programların, kadın izleyiciyi etkilemek ve elinde tutabilme amacıyla kendine kriter koymadan, konuları mantık dışı tutmasıyla gerçekleşir. Fakat bu süreci sadece kadın kuşaklarında değil, kendi programlarının reytinglerini düşünen tartışma konulu programlarda da bir araya getirilen, gündem yaratacak insanlar, birbiri ile yarıştırlarak din üzerinden prim yapılmaya çalışılmaktadır. İnsanların ilgilerini çekmek ve izlenme oranında daha yüksek bir çita yakalayabilmek için söylemler de gittikçe arttırılmıştır. Zekeriya Beyaz ve Yaşar Nuri Öztürk ile başlayan bu süreç, kendi dallarında uzman olduklarını iddia eden diğer din adamları ile çarpıştırılıp, dinin savuşturulmasına, asimilesine sebep olmuştur. Diyanet İşleri Uzmanı Mehmet Bulut (2008), 21. yüzyılın başında magazinleşmenin etkisiyle basının, dini bir problem olarak, “tavuktan kurban olur mu?” sorusunu tartışmaya başladığını söylemektedir.

Programlarda seyirciler tarafından sorulan sorulardan bir kısmı şu şekildedir:

Üç harflilerin yiyeceği nedir?

Cennete giremeyen akrabamızı göremeyince Allah bir kopyasını cennete gönderir mi?

Kuran’ da “yıldızı düşük olmak” diye bir şey var mıdır?

Kayınvalidemin iftiralara karşılık beddua ettim bana geri döner mi?

Ruh seanslarına gelen ruh mudur?

Ölen çocuklarım beni özler mi? (Çelikkaya, 2010)

Ahlaki ve dini öğretilerin kitaplara sıkıştırılıp kalmasıyla halk arasında pratiğe dönüştürülememesi, dinin halkın uzağında kalmasına neden olmaktadır. Nihat Hatipoğlu (2018), ilahiyatçı akademisyenlerin halkla olan kopuk ilişkisini bu anlamda eleştirmektedir. Akademisyenlerin bol bol dipnotla yazdıkları makalelerinin, güncelde, gündemde ve pratik alanda hiçbir değer taşımadığının altını çizen Hatipoğlu, akademisyenin kendini toplumdan ayırdığını belirtmektedir. İlahiyatçı akademisyenleri iki gruba ayıran Hatipoğlu, ikinci grup olarak da diyanet orjinli vaizleri kastetmektedir. Bu grup ilahiyatçıları; öğrendiğini pratiğe yansıtan, toplumun ihtiyaçlarının farkında olan, sokağa,

cemaate, Kur'an kursuna inmiş, namaz kıldırılmış, sahur yaptırmış, teravih kıldırılmış, camii geleneği olan hocalar olarak nitelemektedir. Diyanet kökenli ilahiyatçılarınin söylediklerinin pratik değer taşıdığını ve toplumun ihtiyaçlarına yönelik çalıştığını, toplumu küçümsemediğini, kendini kutsal bir görevin ferdi olarak gördüğünü, halk içindeki krizlerin farkında olarak "kayınvalide kavgası, kurşun dökürme, büyücülük" gibi hurafe ve olumsuzlukların üstesinden gelebildiğini ifade etmektedir.

Televizyon kanallarında güncel sorunlara değinen, modern çağın sorun ve ihtiyaçlarını gözeten ve temelde görenekçi-gelenekçi din anlayışını kritik eden programlara rastlanmaktadır. Ancak bu tarz programlar ya görenekçi halk dindarlığına tepki göstermekte ya da yeni bir şey söyleme hevesi gibi sebeplerle Protestanlığı anımsatan bir dile evrilmektedir. Kimi zaman da son derece provakatif ve sansasyonel bir üslupla sulandırılmaktadır. Bütün bunların yanında herhangi bir dinî meselenin kimi zaman hakaret düzeyindeki ifadelerin rahatlıkla telaffuz edildiği bir kahvehane üslubuyla tartışılması, üstelik bu tartışmanın akademik unvan sahibi İlahiyatçı akademisyenler tarafından yapılması hem dinin hem İlahiyat müessesinin hem de İlahiyatçı kimliğinin yara almasına sebep teşkil etmektedir (Öztürk, 2016).

Medyada belirgin bir yere sahip olmayı başaran dini programlar ve içeriklerin kitle iletişimde kullanılan argümanlarla biçim değiştirmiş olması bir dezavantaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilginin eğlence içeriğine bürünmesi, iletilerin kuvvetini zayıflatmaktadır. *Infotainment* ile, yani bilginin eğlence içeriğine karışması toplumu enformasyona maruz bırakarak, asıl ihtiyaç olunandan uzaklaşmasına sebep olmaktadır. Dikkati çeken bilgi değil, bilgiyi veren ya da bilginin verilmiş tarzı olmuştur. Dini programlar ve ilahiyatçıların ekrana konuk olarak çıkmasıyla daha da ulaşılabilir bir alan haline gelen din, artık kitapların, camilerin dışında konuşulmaya başlanmıştır. Televizyon vaizliği anıdalık ve kolay erişilebilirlik açısından seyirci adına avantaj olarak kabul edilebilir. Ancak din ve medyanın birlikteliği her zaman olumlu sonuçlanmamaktadır. Buna göre ekrandaki vaizlik incelendiğinde şu problemler ortaya çıkmaktadır:

- Dini bilginin ticarileşmesi: Dini bilgi medyada kendine yer edinmek için ilgi çekici olması ve bunun için medya kurallarına göre şekillenmek zorunda kalması.
- Dini bilginin magazinleşmesi: Medyanın ekrana getirdiği programdan istediği geri dönüşü alamadığı durumlarda dini bilginin içeriğini değiştirerek eğlence kültürüne alet etmesi.
- Mesajın bilgi yerine enformasyon halini alması: Dini bilginin endüstriyel aşamadan geçtikten sonra ham halinden sıyrılarak temel işlevini gerçekleştiremeyecek duruma gelmesi. İhtiyacın dışında ihtiyaç oluşturarak dinden uzaklaşma.
- Bilginin yerine bilgiyi verenin kutsanması: Başta vahiy olmak üzere, ahlaki ve toplumsal öğretilerin kesin, net, anlaşılır ve açık olmasının toplum tarafından bir aracı ile daha uygulanabilir olduğunu görmesi; bireyin kendi vicdanını direkt olarak sorgulatma imkânı bulması. Kişi istediği an vicdan muhasebesi yapabildiği vaizden onay aldığı anda onun doğruluğunu daha çabuk kabul etmekte ve vaizi yüceltmeye başlamaktadır.
- Gösterişçi dindarlığın artması: Din, eylemsel ve manevi dindarlık yerine dış güdümlü veya dışa dönük dindarlık şeklinde ele alınmaktadır. Gösterişçi dindarlıkta din, dindarın davranışlarının birinci derecede belirleyen unsuru olmayıp başka amaçlar için bir araç konumundadır. Dışa bağımlı olanlar dini kendi gayeleri için araç olarak ele alıp fonksiyonel hale getirirler (Oyman, 2016).
- Farklı görüşlerin oluşturduğu kafa karışıklığı: Teolojik terimlere ve dini ilimlere vakıf olmayan herhangi bir kişinin, iki farklı ekolden bahseden televizyon vaizine karşı tavrının güvensiz şekilde oluşması.

## Sonuç

Televizyon vaizliği, Türkiye’de son yıllarda merkez medyada görünür hale gelmiş olsa da 1980’li yıllardan itibaren medyanın kendi bünyesinde yer verdiği bir alandır. Her kesimden toplumun kayıtsız kalamayacağı bir konu olan din ve dini içerikli konular, yayınladığı zaman dilimlerinde seyirci tarafından medya ürünü olarak kabul görmektedir. Yayınlanmaya başladığı ilk dönemlerde devlet kontrolünde, konu yelpazesi sevgi, saygı, iyilik, yardımlaşma, ibadet, ahlak vb. konularla darlaştırılmış bir şekilde sunulmaktadır. Ancak bu dönem, tek tip bir din adamı profili çizmekteydi. Siyasi yönelimin dışına çıkmayan din bilgini, dindar kesimin ihtiyaçlarını tam olarak karşılamıyordu.

Televizyonların doksanlı yıllarda özelleştirilerek kanal çeşitliliğinin artmasıyla reyting odaklı hareket eden kanalların içine medyanın eğlendirme amacından sapmadan dizi, film, spor, belgesel, program içeriklerine yine rağbeti yüksek olan dini konular eklenmeye başlamıştır. Dini konuların bu defa siyasi konjonktürün etkisinden sıyrıldığı düşünülse de ekrana çıkarılan din bilgileri yine siyasi yönelimin onayladığı kişilerden oluşmaktadır. Dini konularda gelenekçi ekolden gelmiş ancak marjinal yorumlamalarda bulunan, laik ifadeler içeren konuşmaları ile dikkat çeken Yaşar Nuri Öztürk ve Zekeriya Beyaz, kendi üsluplarını oluşturmuşlardır. Siyasi etkinin son dönem vaizler üzerinde etkisi olmamakla beraber medya sahiplerinin reyting yükseltici unsur olarak gördüğü dini bilgiyi ekranlara taşımasında siyasi etkinin olduğu söylenebilir.

Televizyon ticari bir kuruluş olduğu için ekrana koyduğu ne varsa geri bildirim olarak yansımaları görmek zorundadır. Bu kitle iletişim araçlarının yapısal özelliklerinden biridir. Yazılan ya da gösterilen materyal toplum nezdinde değer oluşturması ve bu değer somutlaşarak veri olarak medya sahiplerine fayda sağlaması gerekmektedir. Reyting olarak adlandırılan bu veri, bir müddet sonra televizyon içeriklerinde biçimsel ve durumsal olarak değişmelere yol açmaktadır. Reyting, medya sahiplerinin finansal gücünü ortaya koyması bakımından önemli bir yer taşır. Finansal karşılığı bulunan her konu, medya içinde yer edinir. Bu sebeple din ve dini içeriklerin ekonomik anlamda değerinin olması gerekmektedir. Dinin, bir programın içinde ya da başlı başına bir program olarak karşımıza çıkması başta toplumun ilgisinin hedeflenmesi, ardından bu hedefin gerçekleşmesi, sonra da bu hedefin finansal olarak ne kadar kazandırdığıyla ilişkilidir. Türkiye’de dini içeriklerin ve bu içerikleri aktarıcıların ekonomik boyutu son zamanlarda tartışma konusu olmuştur. Konunun uzmanlarına sorulduğunda medya içerisinde iş yapan herhangi bir birey için, medya değerine göre alınan ücret ve programa biçilen teknik masraf son derece doğal olarak nitelendirilmektedir.

Dini programların varlığı bir dönem yalnızca Ramazan ayı ile sınırlı kalmışken, televizyon kanallarında özelleştirmeye birlikte kuşak programlarında içerik olarak yer aldıktan sonra potansiyeli fark edilmiş, merkez medyada ilgi görmeye başlamıştır. Ancak merkez medyanın dine yönelmesi reyting kaygısıyla olduğundan medya, içeriklerde magazin ve sansasyonel öğeler barındırarak tüketiciye sunmayı tercih etmiştir. “Tavuktan kurban olur mu?” sorusuyla başlayan süreç, toplumun ihtiyacından ziyade belki de gündelik hayatında çok da kullanmayacağı ya da şaibe ve kuşku oluşturarak izleyicide din bilgisine karşı güvensizlik oluşturabilecek konuların seçilmesiyle devam etmiştir. Günümüze gelindiğinde yalnızca kuşak programlarında değil başlı başına program sahibi haline gelen ilahiyatçı akademisyenler, topluma İslam’ı ve İslam’ın gerekliliklerini anlatmayı amaç edinmişlerdir. İlahiyatçı akademisyenler programlarında reyting kaygısıyla herhangi bir dini konuda taviz vermediklerini söylemektedir. Ancak programın sürekliliğinin sağlanması için ihtiyaç duyulan hareketlilik her zaman sağlanamamaktadır. Bu aşamada devreye programa katılan seyirci girmektedir. İçerik olarak dikkat çekmeyen program, medya sahibinin istediğini elde edemediği anlarda seyircilerin gündelik yaşamlarındaki psikolojik, sosyal, ahlaki kaygılarına yönelik soruları ile canlı tutulmaya çalışılmaktadır. Televizyon vaizi, soruları hem dini çerçeve içerisinde hem de medya kuralları dahilinde cevaplamaktadır.

Medya ve din birer kültür oluşturuncaştır. Bu amaçla kesişen yolları kültür oluşturmada kullandıkları araçlar yönünden farklılaşmaktadır. Televizyon ne verdiği ile değil, nasıl verdiği ile ilgilenmektedir. Din ise Tanrı'nın buyruğunu topluma iletmeyi öncelikleştir. Televizyon mesajını iletirken sınır belirlemez, yalnızca dikkat çekmeyi ve anlık reaksiyon almayı beklemektedir. Din ise uzun süreli tatmin ve kurallar bütünüdür.

Sonuç olarak; din ve dini içerikleri tek başına kitlelere hitap etme görevi önceleri peygamberler ardından alimler tarafından yapılmakta idi. Tarihsel süreç içerisinde kitle iletişim araçlarının değişmesi, teknolojinin varlığı ile medyanın gücü artmaya başlamıştır. Din; çağın gerekliliği haline gelen medyanın, kendi çerçevesinde usulüne aykırı olmayacak alanlarını kullanmayı uygun görmüştür. Ancak dinin gerçek bilgiyi ulaştırma hedefi medyanın ticari kaygısı ile çatışmaktadır.

Televizyon vaizleri din ve medyanın çatışma noktalarını iyi belirlemeli ve arasındaki dengeyi sağlam kurmalıdır. Dinin esaslarından taviz verilemeyeceği gibi medyanın kitleler üzerindeki etkisi de yok sayılmamalıdır. Ekranaya çıkan televizyon vaizi, seyirciyi bilgilendirirken üslubuna özen göstermeli, alanında yeterli derecede bilgi sahibi olmalıdır.

## Kaynakça

- Arslan, M. (2009). Dindarlık algısını şekillendirmede kitle iletişim araçları. 4. *Din Şûrası Tebliğ ve Müzakereleri*, Ankara.
- Baydar, M. Ç. (1994). *İslam ve radyo televizyon*. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara
- Bayraktaroğlu, A. M. ve Uğur, U. (2011). Televizyon haberciliğinde magazinleşme olgusu. *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, sayı 7.
- Bulut, M. (2008). Basında din ve din görevlileri yahut çok parantezli bir yazı. *Diyanet Dergi*.
- Bilis A. E. (2017). Modern yaşamda dini değerlerin televizyonda temsili: “Nihat Hatipoğlu ile İftar” programı örneği. *Selçuk İletişim*, 9(4), s. 189-210.
- Çamdereli, M. (2018). *Din ekranda nasıl durur? Medyada dinin popüler temsilleri*. Ke-tebe Yayınları.
- Çelikkaya, M. F. (2010). *Seküler bir kutsal oluşturma aracı olarak medya ve din ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Konya
- Gündüz, Ş. (2010). Dinsel söylemin medyatikleşmesi ya da “medya vaizleri”. *Eskiye-ni*, sayı 17, s. 46-49.
- Kara, İ. (2018). Yaşar Nuri Öztürk hocanın ardından medyatik hocalar ve dinin “kritik anlatımı” üzerine. *Dergâh*, c. XXIX, sayı 345, s. 22-25.
- Karataş, M. (2011). *Medya vaizliği (analitik bir yaklaşım)*. *Vaaz ve Vaizlik Sempozyumu 2*, Ankara.
- Oyman, N. (2016). Sosyal medya dindarlığı. *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, sayı 28, s. 125-167.
- Özcan, A. E. (1999). Yaşar Nuri Öztürk ve yeniden öğrenilen İslam. (Ed.) Nilüfer Göle, *İslam'ın Yeni Kamusal Yüzleri*, Metis Yayınları, İstanbul.

- Öztürk, M. (2016). Görsel medyada din temalı programların bilgi, etik ve estetik düzeyi. *Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri*.
- Postman, N. (2010). *Televizyon öldüren eğlence gösteri çağında kamusal söylem*. Çev. Osman Akınhay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- RTÜK. (2018). Televizyon izleme eğilimleri araştırması.
- Taşdelen, V. (2016). İçtenlik değeri bağlamında din ve medya ilişkisi. *Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri*.
- Caner Taslaman ile yapılan 3 Nisan 2018 tarihli röportaj.
- Mustafa Karataş ile yapılan 19 Nisan 2018 tarihli röportaj.
- Nihat Hatipoğlu ile yapılan 26 Nisan 2018 tarihli röportaj.
- Veyis Ateş ile yapılan 3 Nisan 2018 tarihli röportaj.
- Zahit Akman ile yapılan 4 Mayıs 2018 tarihli röportaj.

# MEDIAD

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

## TV Preaching as a Socioeconomic Media Reality

İsmihan ŞİMŞEK

### Extended Abstract

The TV Preaching (Televangelism) in Turkey, even though it has become more visible in the mainstream media in recent years, is an area of its own where the media keeps it, starting from the 1980s. Religion and religious matters, to which all sections of society cannot be indifferent, are regarded as media products by the audience when broadcasting at their respective hours. In the early stages, the broadcasts were under state control and were presented as narrowed down topics including love, respect, goodness, helping one another, worship, morality, etc. However, this period represented the clerics with a uniform profile. Religious scholars who did not go out of the political orientation did not fully meet the needs of the religious segment.

In the nineties with privatization and an increase in the channel diversity, without deviating from the purpose of entertainment, religious matters which were highly in demand started to be added to the content of the programs along with TV series, movies, sports programs and documentaries by the TV channels that are focused on rating. Although religious issues are thought to have escaped the effects of political conjecture, the religious scholars which appeared on TV have been those who were approved by the political group in power. Distinct personalities as Yaşar Nuri Öztürk and Zekeriya Beyaz, who came from traditional schools of religious subjects but have had marginal interpretation and drew attention with their speeches containing secular expressions, formed their own styles. Though political influence does not have an impact on the last term preachers, it can be said that the political influence exists on carrying religious information to TV by the media owners who see it increasing ratings.

Television is a commercial organization, it has to see its reflection in what it puts on the screen. This is one of the structural features of mass media. The material written or displayed must create value for society, and this value should be materialized and benefit the media owners. This data, called a rating, causes formal and situational changes in television content after a while. The rating holds an important place in terms of revealing the financial power of media owners. Any issue that has financial standing takes place in the media. For this reason, religion and religious contents must have an economic value. The religion seen on TV as a program on its own or scheduled in another program is primarily related to targeting the audience, then the realization of this targeting goal and then how much this goal is financially achieved. The economic dimension of religious content and those who deliver the content has been the subject of debate lately in Turkey. For any individual who conducts business in the media when asked about the subject, the fee charged according to the media value and the technical cost of the program are considered highly natural.

While the existence of religious programs was limited to Ramadan month only for a period of time, their potential had been realized after being included in the content of scheduled programs together with privatization in television channels and started to gain interest in the mainstream media. However, because the mainstream media's interest in religion was due to rating concerns, they preferred to present the contents to consumers as sensational items. Starting with a question like "Would a chicken be a sacrificial animal?", and continuing with topics that are either not related to society's needs that perhaps people would most-likely not utilize in their daily lives or by choosing topics that would seed distrust of religious scholars by causing doubt in the audience. Today, theologians, who were not only in scheduled programs but had become program owners themselves, aimed at explaining to society Islam and the requirements of Islam. Theologian academics say that they did not make any concessions when delivering religious interpretations to audiences with concern about ratings. However, the mobility needed to ensure the continuity of the program was not always ensured. At this stage, the contributing audience factor is added to the programs. Programs, which are not remarkable in terms of content, are being kept alive with questions about the psychological, social and moral concerns of viewers in their daily lives when media owners cannot get what they want. The TV preachers answer the questions both within the religious framework and within the context of the media.

Media and religion are cultural constructors. The intersecting paths for this purpose differ in terms of the tools they use to create culture. Television's interest is not about what it gives, but how it gives. Religion, however, prioritizes transmitting God's commandment to society. Television does not limit when it transmits its message, it only waits for attention and instant reaction. Religion, however, gives long-term satisfaction with a set of rules.

As a conclusion; the task of addressing the masses about religion and religious content by itself was first performed by the prophets, then subsequently by the scholars. In the historical process, mass media has changed, and the power of the media has increased with the presence of technology. Religion has deemed it appropriate to utilize the media, which has become a necessity of the modern era, in the areas that are in accordance with its framework. However, the goal of religion to deliver real information conflicts with the commercial concern of the media.

Television preachers should determine the points of conflict between religion and media, and establish a strong balance between them. As the principles of religion cannot be compromised, the influence of the media on the masses should not be ignored. The television preacher on the screen should pay attention to his / her manners while informing the audience and should have sufficient knowledge in his / her field.



# MEDİAD

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

ÇEVİRİ MAKALE | TRANSLATION ARTICLE

Haziran 2019, 2(1), 137-149

Geliş: 07.05.2019 | Kabul: 29.05.2019 | Yayın: 28.06.2019

إعادة التفكير بعلاقة الدين مع الإعلام<sup>1</sup>

Medya İle Din İlişkisini Yeniden Düşünmek

Mete ÇAMDERELİ\*

Çeviren: Omar MALKAWİ\*\*



## Öz

Bu çalışma, Prof. Dr. Mete Çamdereli'nin 2018 yılında yayımlanan *Din Ekranda Nasıl Durur* isimli kitabı içerisindeki "Medya İle Din İlişkisini Yeniden Düşünmek" başlıklı bölümün çevirisidir. Çalışmanın genel amacı dinsel medyadaki görünümünden/tezahürlerinden hareketle dini olanın -dini tefekkürün-medyadaki konumunu anlamaya çalışmak ve olası sorunlar çerçevesinde onun yeniden nasıl islah ve inşa edilebileceğini düşünmektir. Bunun için çalışma medyada dinsel mevcut görünümünü gözlemlemeye ve medyatik dinsel söylemi betimlemeye çalışmaktadır. Bu çerçevede çalışma gözleme dayalı betimsel bir yaklaşımı yöntem olarak benimsemiştir. Çalışma boyunca, dinsel mecra görünümü, dinsel medyatikleşme görünümü, dinsel dijitalleşme görünümü ve dinsel medyadaki güncel görünümü ele alınmaktadır. Çalışmanın sonucunda kolaylıkla şu ifade edilebilir ki, yolu medyadan ve dijitalleşmeden geçmeyen neredeyse hiçbir alan yoktur. Dinsel de bu alanlardan biridir. İnsanlar medyasız yapamamakta ve dijital köleliğin kulluğa evrildiği bir dönemden geçilmektedir. Buna göre gönüllü bir dijital kulluk içinde olunduğu ifade edilebilir. Doğal olarak dinsel alan da medyatik mümin de bu tavsiftten üzerine düşeni almaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Din, Medya, Medya ve Din, Dijital Medya, Dijital Din

\* Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, e-mail: mcamdereli@ticaret.edu.tr | [orcid.org/0000-0002-9573-5223](https://orcid.org/0000-0002-9573-5223)

\*\* Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, e-mail: omar\_sm08@yahoo.com, | [orcid.org/0000-0003-2370-4732](https://orcid.org/0000-0003-2370-4732)

## • توطئة :

الدين هو تجلّي الحُكم الإلهي ما بين السماء والأرض قانونٌ تأسس حياةً في نور الوحي يشملُ كافة مجالات المعيشة وما الإعلام سوى بيئة وأداة , ونحن هنا لا نتحدث عن ميدانين يتطابقان مع حُكم المعقول بل نحنُ نتحدث عن ميدانين ومفهومين غير قابلين للقياس, دعونا أولاً نُسلم بأن الحُكم القويم للدين ليس نفس الحُكم النفعي من الأداة كما دعونا نتناولُ موضوعنا ليس " كتجلي/ ظهور" الدين في وسائل الإعلام بل كـ"تجلي/ ظهور" الميادين الدينية والميادين ذات الطابع الديني في وسائل الإعلام , دعونا نحاول فهم الموضوع الديني – التأمل الديني – انطلاقاً من تجلياته الموجودة في وسائل الإعلام, كما دعونا نُفكر في الكيفية التي من الممكن لنا بها إصلاحه من خلال إعادة التفكير في إطار المشاكل المحتملة, ومن أجل القيام بذلك دعونا نصف الخطاب الديني ونلاحظ " التجلي/ الظهور" الديني الموجود في الإعلام.

لنحدد المنهج الوصفي القائم على الملاحظة كمنهج لنا, ولكن قيل ذلك من أين إلى أين وصلنا, كيف تطورت عملية "الحضور/ الظهور" الإعلامي للدين وكيف تحققت الأولويات, ونحن نبدأ بتناول الموضوع لتذكّر بإختصار و لنفهم الإعلام كمجرى معروف ورائج .

إذا لم نحسب الصُحف فإنّ أولُ محتوى ديني للبرامج والنشر كان قد بدأ في عام 1950 م من خلال راديو أنقرة , يُقرأ القرآن , وتُعدّ البرامج التي تتحدث عن الأخلاق والدين , وبالدخول إلى سنوات الستينات أصبحت الأمور مُرتبطة أيضاً ببيت الموالد النبوية وبرامج السُحور , كما أن بيت المولد الذي عُقد من أجل شُهداء قبرص على الهواء مُباشرة يعتبر ميلاداً للتلفاز, ومن جهة أخرى وفي الوقت الذي تستمر فيه الصُحف بنشر المواضيع الدينية والأخلاقية في أيام الجُمع وشهر رمضان من خلال صفحاتها فإنّ الراديو والتلفزيون يواصلان بثهما من خلال بعض المداخلات المحدودة في كل لحظة , لقد دخل أول برنامج إفطار للبت عام 1975 م , وقد وصلت كل من تلاوات القرآن الكريم , أصوات الأذان , الموشحات الدينية , الدردشات إلى حال يمكن أن نبت فيه بشكل دائم , وكانت سنوات الثمانينات هي السنوات التي تنوعت فيها البرامج والمنشورات الدينية وزادت مدة عرضها , يُضاف إليها أيضاً البت المباشر للإفطار والسُحور وليالي القدر والموالد , والبرامج المبتوتة بشكل منتظم أيام الجمعة "عالم الإيمان" , ومن خلال عصر التلفاز مُتعدد القنوات فقد ظهرت بعضُ القنوات التي نبت المنشورات الدينية , وقد تم تحويله إلى شكل من أشكال البرامج الدينية من خلال هيئة الإذاعة والتلفزيون التركية TRT . وتبقى في الأذهان سنوات التسعينات كسنوات بدأت فيها الراديوهات مع التلفزيونات الخاصة بالإزدياد ببيت ديني موضوعي , وبينما بدأت مصطلحات مثل " الإعلام الإسلامي , البت الديني" بالظهور فإنّ التوصيف المعروف بالبت الأخلاقي والمعنوي قد تطوّر إلى ظاهرة البت الديني .

ومن جانب آخر لا بد من عدم نسيان أفلام الستينات والسينما الوطنية في سنوات السبعينات بالإضافة إلى الأفلام الدينية في سنوات التسعينات , مدارس الدين والسينما الوطنية المنتشرة في النصف الثاني من القرن العشرين أخذت مكاناً بين الخطوات الأساسية التي مهدت للحضور الديني , أما بالنسبة لسنوات 2000 فهي سنوات الإمتداد من الإلكترونية إلى الرقمنة , وفي النهاية وكما تحضن التقنيات الرقمية جميع الجوانب فقد إحتضنت أيضاً منصات البت الدينية , وسوف يتم إعادة تشكيل البت الديني وفقاً لوسائل الإعلام الرقمية الجديدة والتي سوف تميل إلى التفرد مع مرور الوقت وتستمر بالتحول من خلال البيئات والبرامج التفاعلية, وكما يقال إذا ما كان التعبير الإصطلاحي في موضعه السليم فإنه حتماً سيتغير ويصبح أكثر شعبية وانتشاراً .

• **تجلي المظهر/ الخُصُور الديني :**

القرن العشرين هو قرن الأتصال وعندما يُقال الإعلام فإنَّ المجرى واضح : بحيث من الممكن أن يتم تحديده من خلال الصحف , المجلات , الكتب , الراديو والتلفاز , واليوم نحنُ أمام تقنية اتصال شملت كافة تلك الوسائل جميعها, نحن نمزج من تطور يُشكل كل مجرى وفقا له كما يقوم بتهميش حدود المجرى التقليدي, المجرى الرقمي و التقليدي ما زال حتى الآن كمفرد في إطار التوطين و في قوة تحويل الهيئة التقليدية, كما أنَّ المجرى التقليدي سيكون دوماً موجوداً ولكن يبدو أنه سيديم وجوده من خلال الهيئة الرقمية, تُعاش اليوم فترة الرقمنة من خلال تحول كافة المجرىات من الصحف حتى الكتب, إذا تم بحث المجرى الرقمي بحد ذاته فإنه يُرى من خلال التراكيب الرقمية وكل المجرىات المذكورة كإعلام حتى اليوم , كما أن المجرىات التقليدية تلتفت الإنتباه من خلال خصائصها المتغيرة في البيئة الرقمية إذ باتت تتقاطع ما كل ما هو رقمي, إن علاقة الإعلام مع الأمور ذات الصبغة الدينية قد وصلت إلى شكل طبيعي وحالة فردية ولا بد من نتيج مجراها من زاوية الإعلام الرقمي وكافة الأطراف المتعلقة بالرقمنة .

لا يوجد أحد حالياً يجهل ما تمثله وسائل الإعلام الرقمية ومُصطلحاتها : سلسلة طويلة من التطبيقات أو القنوات الافتراضية من مثل الهواتف الذكية , أجهزة الحواسيب , ساعات الإنترنت الذكية , مواقع الويب , مواقع التواصل الاجتماعي , الشبكات الاجتماعية , المدونات , المدونات الصغيرة , المنتديات , مواقع مشاركة الفيديو , مواقع الدردشة , التجارة الإلكترونية , البريد الإلكتروني , النشرة الإلكترونية , لا يبدو أنَّ الموضوع الديني في كافة هذه المجرىات الهائلة سيكون في متناول اليدين , فهي لغاية الآن لم تصبح تاريخية , ليس من السهل أبداً القيام بتحديد الأنماط والمشاكل ضمن وسائل الإعلام الرقمية , عوضاً عن البحث عن حل شامل للمشاكل فإنه ينبغي عدم استبعاد ضرورة البحث عن حلول مُنفصلة لكل مجرى أو تطبيق على حدى , نحن هنا وكما أشرنا في البداية سوف نُحاول فقط وصف الخطاب الديني في وسائل الإعلام وتحليل الخطاب بواسطة طرق الملاحظة وإن كان هناك مشاكل نحاول إقتراح حلول ممكنة , سواءً الرقمية أم التقليدية فإنَّ وسائل الإعلام بالمعنى الشامل تغفُّ أمام الدين كفرصة عظيمة وعائق في ذات الوقت , منذ البداية كان إمتحان تلاقى وتقاطع الدين مع الإعلام شديداً حيث كانت دوماً جزئية التمثيل والتحديد ذات إشكالية , ولفهم هذه المشكلة الممتدة إلى الرقمنة دعونا أولاً نحاول فهم خصائص الرقمنة الدينية وخصائص الإعلام الدينية , بعدها نواصل مسيرنا في نطاق الأمثلة التي تُمثل أيضاً إشكاليات في وسائل الإعلام وتطبيقاتها من مثل مواضيع الخصوصية والشهرة والرؤية والمراقبة والملاحظة .

• **التَّجْلي / الظهور الإعلامي الديني :**

يحتاجُ الإعلام إلى الدين بقدر حاجته إلى المواضيع الأخرى بلا شك : يفتحُ أبوابه للدين بدون تمييز عن حقائقه ومنفعته الشخصية , وفي المقابل يُظهر الدين نفسه كمطلب اجتماعي في الإعلام : ظهوره الاجتماعي هذا يبدو كأنعكاس له من ناحية أخرى , ومع تزايد توقعات المجتمع للدين من الوسائل الإعلامية اضطر الإعلام لفتح ميدان يختص بالدين , بينما كان الدين بالنسبة للإعلام إحدى المواضيع بات الإعلام بالنسبة للدين أداة لا يُمكن الإستغناء عنها , وعلى الأغلب سرق رغبات الأداة , بات الدين مجبوراً على التشكل وفقاً للإعلام , والدين المتشكل في كل زمان وفقاً للإعلام قد اتخذ هيئة مُغايرة وعلى نحو طبيعي أصبح إعلامياً , بينما كان يُحاول إيصال رسالته من خلال وسائل الإعلام بات رسالة من رسائل وسائل الإعلام , سلسلة مُمتدة من بت الموالد الدينية إلى إحتفالات الأعياد , عُمتت في سياقات الوعظ الإعلامي وليس الدين وبالتالي فقد تقدمت رسالة الإعلام على رسالة الدين

وتجاوزتها , رسالة الدين الحقيقية تم إفسادها من خلال الرسائل الإعلامية , كما باتت رسالة الإعلام الدينية إعلامية في ستار الدين .

عندما تكون الحاجة إلى الأخبار والمعلومات تسلية في البيئة الإعلامية تصبح المعلومات الدينية أو مُحْتَوَى الأخبار أيضا تسلية , وجهات النظر المطروحة من قبل علماء الدين بدت نزاعات مُسَلِّية جدا في الأخبار , وبطبيعة الحال فقد كانت آراء الخبراء ممتعة , الخبراء باتوا إعلاميين وتحولوا الى خبراء دين إعلاميين , وبدأت تعاليمهم تُوصف بأنها مواضع إعلامية من خلال التعاليم الدينية ( الحقائق ) , ومن قرأها أو شاهدها قد أصبح إعلاميا في دوامة المواضع الإعلامية , الذي جعلها إعلامية والمُتَحَوِّل إلى الإعلامي أيضا بات حبيسا في الخطاب الديني الإعلامي . المؤمنون الذين باتوا إعلاميين أيضا في العملية الإعلامية الدينية , استرشدوا لأنفسهم بقواعد الدين الإعلامي أكثر من قواعد الدين ذاته , عندما أصبح المرشد وسائل الإعلام من نَمَى وتطور هو فقط الإعلام , التصور والممارسات الدينية تغيرت , أو أنها تتشكل من خلال سيادة الإحتكار الإعلامي , أصبح يُؤخذ التعليم من الإحتكار الإعلامي كما باتت الحقائق الدينية مشروعة مع تأكيد وسائل الإعلام , لقد إجتمعت كُنه الدين وعمقه مع السطحية والجفاف الموجود في الإعلام , كما جعل المؤمنون الذين اتخذوا بواسطة وسائل الإعلام السطحية من الأمور الدينية سطحية أيضا , نعم أصبح الدين سطحيا , لكن تم تعزيز ولاء المؤمنين لوسائل الإعلام وهذا الولاء الإعلامي الذي بات قويا من خلال إضفاء الطابع الإعلامي على الأمور الدينية قد إستفاد منه الإعلام وليس المؤمن , إنَّ ما جلبه الإعلام ذو الطابع الديني من إمكانيات وتأملات قد ساهمت في التمهيد لسلسلة من الطغوس الإعلامية من أفضل إلى الأفضل وذلك من الأذان إلى التسابيح ومن الوعظ إلى الخطب , لقد أصبحت تلبية جميع أنواع الحاجات المعرفية الدينية تُلبى من خلال الإعلام سواءً كانت هذه الحاجات حقيقية أم غير حقيقية وبات المؤمنون المستهدفون والدين أيضا يحملون الطابع الإعلامي , تم تلبية الحاجيات الصحيحة وغيرها من المعلومات الدينية من خلال وسائل الإعلام , لقد ساهمت وسيلة الإعلام بتحديد أسلوب التفكير , لقد لعبت دورا أيضا في تحديد أسلوب التعامل والتفكير في الأمور ذات الطبيعة الدينية , لقد شككت وسائل الإعلام معتقدات المؤمنين وأفعالهم وفي النهاية فإنَّ عدم المقدرة على التمييز بين الصواب والخطأ في الإعلام جعل الصراع مع وسائل الإعلام له ما يبرره وجعله أمرا ضروريا , كان من المحتم أن يتم بناء لغة دينية مُتداولة وسليمة على مستوى الإعلام وبدأت الجهود تظهر في المنشورات والبرامج على الرغم من ضعفها إلا أنَّها دخلت حيز التكنولوجيا وتم تعزيز وسائل الإعلام عن طريق الرقمنة , في حين جددت وسائل الإعلام نفسها من خلال عملية الرقمنة أخذت الأمور ذات الطبيعة الدينية نصيبها أيضا .

#### • الظهور / التجلي الرقمي الديني :

عندما أصبحت وسائل الإعلام ذات طابع رقمي أظهرت المجالات والممارسات الدينية أيضا ميلاً إلى الرقمنة وبات المؤمنون الذين استوعبوا الطابع الإعلامي للأمور الدينية في مواجهة الرقمنة هذه المرة , حتى أنه تم بالفعل الحُصول على المعلومات وغيرها من خلال وسائل الإعلام الرقمية , وباتت تتشكل ممارسات الحياة الدينية بشكل طبيعي من خلال قواعد الرقمنة , كما تكثف الواعظون تماما مثل المؤمنين مع عملية الرقمنة وسرعان ما أصبحوا واعظين رقميين , إذ كانوا بمثابة ظواهر عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو بمثابة مؤثرين دينيين من خلال الملايين من المتابعين لهم على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي تلك , لقد أتاحت رقمنة الدين الفرصة أمام المؤمنين للمتابعة و المشاركة من خلالها إذ باتوا مُستخدمين رقميين , إنَّ أخلاقيات المشاركة من خلال الوسائط الرقمية ومراقبتها هي أخلاقيات كانت مستهجنة بشكل واضح جدا بحيث أنه في حين أن الدين الرقمي أصبح رقمياً ودمر الخصوصية فإنَّ أنماط الخصوصية المألوفة سقطت من أعين المؤمنين الرقميين , إنَّ كون كل شيء

واضح وتحت التسجيل جعل وسائل الإعلام مكتوفة وعندما تم تحويل المؤمنين إلى مؤمنين في نطاق الرقمنة تشكلت جميع أنشطتهم الدينية في نطاق تلك الفرص التي أتاحتها الرقمنة لهم وهذا ما يشير إلى وجود إتفاق ضمني بين الأداة وبين المستخدم لها، إذ سيتم مشاركة كل شيء ديني الآن في البيئة الرقمية ولن يتم إخفاء أي شيء .

نتيجة للإتفاقية الضمنية التي أبرمها المؤمن الرقمي في نطاق الرقمنة تم تدمير الخصوصية أولاً كما تمت عملية كشف العمل والعبادات بشكل إرادي، ما هو ديني أو طقسي يتشكل بحساسة الوسائط الرقمية وليس الحساسيات الحالية المعروفة، ليس فقط المعرفة الدينية ولكن أيضاً الممارسة والتطبيقات الدينية وبيعارة مباشرة باتت محتاجة إلى همة رقمية، لقد تحولت أجزاء كثيرة من العبادة إلى هيئة رقمية من التسييح إلى الأضاحي وغيرها الكثير من الأمثلة، لقد تحققت العبادة الرقمية بسهولة في الهيكل الذاتي للوسائل تلك، والمؤمنون الذين باتوا ذو طابع رقمي جعلوا من العبادات التي صبغوها هم بصيغة رقمية قابلة للرقمنة في كل زمان وفي كل المستويات، صور السيلفي التي يتم التقاطها أثناء الإستماع لخطبة الجمعة أو عملية رجم إبليس في الحج أو عند الإقتراب إلى الكعبة المشرفة يتم نشر كل ذلك عبر الشاشات وبشكل مغاير، أصبح لا يمكن السيطرة عليها لذلك أصبحت شرعية و مفصلة حتى في طقوس الصلاة، إنه شرط لا غنى عنه للعبادة لأنه بالنسبة للعبادة الرقمية تعد المشاركة والتسجيل شرطاً مسبقاً للأوامر وما هو ممنوع في الأمور ذات الطابع الديني الرقمي

لقد بات المؤمن ذو الطابع الرقمي يتعامل مع الأوامر والمحظورات الدينية الرقمية في نطاق الرقمنة، لقد شعر أنه مضطر لإظهار إيمانه عبر مشاركة الصور في الشبكات الإجتماعية الرقمية؛ إنه يحتاج إلى تسجيل رقمي وشهود، من يوم لآخر تم استبدال الأهمية الدينية المعروفة بأهمية رقمية في الوقت الذي كان فيه الأشخاص والمؤسسات تبحث عن بيانات رقمية ذات لغة وخطاب صحيح كانت هناك مبادرات أثرت استخدام العالم الرقمي وتطبيقه لكنها أتاحت حتماً الرق والعبودية الرقمية، تم إنشاء صفحات للتعبير عن نفسها رقمياً والشبكات الاجتماعية وتم تصميم الألعاب، لقد تم تصميم مجموعة من تطبيقات الهاتف المحمول من أوقات العبادة إلى المعلومات الدينية، كما أنها شهدت بعض المشكلات على سبيل المثال هل كان من الممكن تقديم مولانا جلال الدين الرومي كرمز للصوفية في خضم هذا الإنفتاح القسري للرقمنة خصوصاً لدى الأجيال الجديدة ذات الطابع الرقمي! بصرف النظر عن مسألة ما إذا كان ينبغي القيام به، لقد كان معروفًا أيضًا أن دوامة العالم الرقمي كانت قوية بما يكفي لجعل لغة الدين الأصيل غير مرئية والمسارات غير الأصلية كانت أكثر إثارة وتمنع الإختيار الفردي للمؤمن الرقمي، يجدر بنا إلقاء نظرة سريعة على البيانات الدينية الشعبية في وسائل الإعلام وفي الوسائط الرقمية من أجل فهم جاذبية العالم الرقمي وفهم مكانة الدين في العالم الرقمي، عندما تلقى نظرة عليها يكون لدينا الفرصة لتطوير منظور نقدي حول الدين الرقمي وكذلك الدين الرقمي الذي تدعمه الرقمنة، إن محاولة فهم وسائل الإعلام الدينية ووسائل الإعلام الرقمية الدينية ستكون مفيدة للغاية من حيث فهم الوضع الحالي للمؤمنين الإعلاميين .

### الظهور المعاصر لأموار ذات الطابع الديني في الإعلام :

في حين أن ظهور الدين في وسائل الإعلام قد تغير من الماضي إلى الحاضر فقد تغيرت معه معتقدات المؤمنين أيضًا، كنا قد حاولنا وصف هذا التحول أعلاه، و هنا سنحاول بيان وتوضيح الظهور الديني في الإعلام من خلال عرض بعض الأمثلة أو بالأحرى سنحاول عرض الظهور الشعبي الحالي والمعاصر لأموار ذات الطابع الديني .

1- مسابقة قراءة القرآن الكريم

مُسَابَقَة أَجْمَل تِلَاوَة لِّلْقُرْآنِ الْكَرِيمِ وَكَمَا تَمَّ تَنْظِيمُهَا فِي عِدَّةِ دَوْلٍ فَقَدْ تَمَّ تَنْظِيمُهَا أَيْضًا فِي بِلْدَانِنَا وَعَلَى عِدَّةِ مُسْتَوِيَّاتٍ ، فَعَلَى سَبِيلِ الْمَثَالِ بَاتَتْ مُسَابَقَةُ حِفْظِ وَتِلَاوَةِ الْقُرْآنِ الْكَرِيمِ الَّتِي تُنظِّمُهَا رِئَاسَةُ الشُّؤُونِ الدِّينِيَّةِ مِنْذَ الْعَامِ 2009 إِلَى هَذِهِ اللَّحْظَةِ أَمْرًا تَقْلِيدِيًّا مَعْرُوفًا ، هَذَا وَمَا يُشَابِهُهَا مِنْ مُسَابَقَاتٍ وَمَعَ مُرُورِ اشْتِهَارِ رَمَضَانَ الْمُبَارَكِ تَطَهَّرَ عِبْرَ شَائِعَاتِ التَّلْفِزَةِ التَّرْكِيَّةِ وَبِهَيْئَاتٍ مُتَنَوِّعَةٍ ، كَانَتْ تِلْكَ الْهَيْئَاتُ الَّتِي ظَهَرَتْ بِهَا عِبْرَ شَائِعَاتِ التَّلْفِزَةِ مُخْتَلِفَةً عَنِ تِلْكَ الَّتِي عُقِدَتْ مِنْ قَبْلِهَا ، تَصْمِيمُ الْمَسَابَقَةِ لِتَحْوِيلِ الْعَادَاتِ كَانَتْ هَذِهِ الْمَرَّةَ عَنْ طَرِيقِ تَنْظِيمِ مَسَابَقَةِ أَجْمَلِ تِلَاوَةِ قُرْآنٍ ، النِّسَاءِ الْمَشَاهِدَاتِ الْأَكْثَرَ ارْتِدَاءً لِلْحِجَابِ فِي الْإِسْتُودِيُوَهَاتِ ، وَالْإِنْتِقَادِ الْغَاسِيِ مِنْ حِينٍ لِأَخْرِ لِلْمَحْكَمِينَ ، وَالْمَقْدَمِينَ الَّذِينَ يَحَاوِلُونَ إِبْقَاءَ الْإِتَارَةِ مَسْتَمِرَّةً ، وَالْمُسَابِقِينَ الْحَجُولِينَ الَّذِينَ يَبْذُلُونَ جُهُودًا كَبِيرَةً لِلْحُصُولِ عَلَى الْجَائِزَةِ ، كَانَتْ تِلْكَ الْبِرَامِجُ تَتَكُونُ مِنْ عَوَامِلٍ تَكُونُ مِنْ إِعْتِبَارِ الْحِفْظَةِ وَالْقِرَاءَةِ لِلْقُرْآنِ الْكَرِيمِ كَقِرَاءَةِ وَحْفَاطِ الْإِعْلَامِيِّينَ ، وَهَيْئَةِ التَّحْكِيمِ أَيْضًا وَكَأَنَّهَا هَيْئَةُ تَحْكِيمِ إِعْلَامِيَّةٍ ، كَانَ الدِّيكُورُ الْمُبَالِغُ فِيهِ لِلْمَكَانِ وَأَنْمَاطُ تَحْدِيدِ الْمَوَاقِعِ وَإِرْتِدَاءُ الْمَلَابِسِ لِلأَشْخَاصِ يُجْبَلُ لِيَكُونَ عَلَى نَحْوِ مُنَاسِبٍ فِي مُسَابَقَةِ قِرَاءَةِ تَأْمِيلِيَّةٍ أَدْبِيَّةٍ ، وَمِنْ وَقْتٍ لِأَخْرِ فِي مُسَابَقَةِ دِينِيَّةٍ تَرْفِيهِيَّةٍ بَشَّ تَسْمَعُ بَعْضَ الْعِبَارَاتِ التَّحْفِيزِيَّةِ مِنْ قَبْلِ الْمَقْدَمِينَ لِلْبِرَامِجِ مِنْ مِثْلِ "الآن الكلمة للقرآن الكريم" كعجارة تشير لبداية البرنامج ، أَوْ عِبَارَةَ مِنَ الْمَحْكَمِينَ لِلْمُسَابِقِ مِنْ مِثْلِ " أَلَمْ تَجِدْ آيَةَ أَجْمَلٍ " رُبَّمَا لَمْ يَكُنْ هُنَاكَ تَصْفِيقٌ مُخَالَفٌ لِلتَّقْلِيدِ ، وَأَيْضًا وَجُودَ الْمَتَابِعَاتِ الْمُحِبَّاتِ .

يَمْكَنُ الْقَوْلُ أَنَّ الْمَسَابَقَةَ سَاهَمَتْ فِي تَقْدِيمِ أَمْسِيَّاتٍ رَمَضَانِيَّةٍ مُبْهَجَةٍ وَلَكِنْ مِثْلَ هَذِهِ الْأُمُورِ وَمَعَ مُرُورِ الْوَقْتِ يُمَكِّنُ أَنْ يَكُونَ لَهَا تَأْتِيرٌ فِي تَخْفِيفِ قَدْرِ الْقِيَمِ الدِّينِيَّةِ ، فَحَتَّى لَوْ تَمَّتْ قِرَاءَةُ الْقُرْآنِ مِنْ أَجْلِ الْإِسْتِعْرَاضِ فَإِنَّ هَذَا لَا يَجُوزُ أَبَدًا مِنْ نَاحِيَةِ فَضِيلَةِ الْقُرْآنِ وَمَعْنَاهُ ، وَنَحْنُ نَعْرِفُ جَيِّدًا أَنَّ الْقُرْآنَ لَا يَتَمَّ قِرَاءَتُهُ مِنْ أَجْلِ الْإِسْتِعْرَاضِ وَهَذَا مَا هُوَ مَعْرُوفٌ فِي التَّقَالِيدِ وَهَكَذَا يَنْبَغِي لَهُ أَنْ يَكُونَ عَلَيْهِ الْأَمْرُ ، إِذَا أَصْبَحَ الدِّينُ ذُو طَابِعٍ مُسْلِيٍّ فَإِنَّ التَّسْلِيَّةَ أَيْضًا سَتَصْبِحُ ذَاتَ طَابِعٍ دِينِيٍّ وَبَسْهُولَةٍ ، وَفِي التَّحَالِيلِ النِّهَايَةِ بَاتَ الدِّينُ ذُو الطَّابِعِ الْمَسْلِيِّ مُتَحَوِّلًا إِلَى ظَاهِرَةٍ تَغَافِيَّةٍ بَحْتَهُ أَوْ أَنَّهُ بَاتَ دِينٌ فِلْكَلُورِيٍّ مَعْرُوضٌ لِلنِّشْرِ .

## 2- الجماعات الدينية

الصُّورُ الَّتِي تَتَعَكَّسُ فِي وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ حَوْلَ الْجَمَاعَاتِ الدِّينِيَّةِ وَإِنْ لَمْ تَكُنْ جَدِيدَةً بِالتَّوَّابِعِ لِلغَايَةِ إِلَّا أَنَّهُا وَلَاشَكَّ تَعَكَّسُ ذَلِكَ الشَّرْهُ لَوْسَائِلِ الْإِعْلَامِ ، مِنَ الْمَوْكَّدِ أَنَّ الْخِلَافَ دَاخِلَ تِلْكَ الْمَجْمُوعَاتِ يَظْهَرُ حَتَّى فِي عَمَلِيَّةِ التَّغْطِيَّةِ وَالنِّشْرِ حَوْلَ الْكُتُبِ الْمَشْرُفَةِ ، وَإِنَّ التَّغْطِيَّةَ الْإِعْلَامِيَّةَ الْمَرْعُوجَةَ لِلغَايَةِ مَصْحُوبَةٌ بِالْكَثِيرِ مِنَ الصُّورِ السَّلْبِيَّةِ ضِدَّ الدِّينِ وَالْمُؤْمِنِينَ. الْمَسْتَوَى الْعِلْمِيُّ لِمِثْلِ هَذِهِ الْأَحْدَاثِ سَيَكُونُ حَتْمًا سَلْبِيًّا وَسَيَتَمَّ بِنَاوُهُ عَنْ طَرِيقِ الصُّوَابِ وَالخَطَأِ ، هُنَاكَ آثَارٌ سَلْبِيَّةٌ كَثِيرَةٌ وَلَا حَصْرَ لَهَا تُقَدَّمُ بِإِسْمِ الدِّينِ ، سَلْسَلَةٌ مِنَ التَّرْفِ إِلَى الْعِبُودِيَّةِ وَمِنَ الْمَهْرَجَانَاتِ إِلَى الْإِحْتِفَالَاتِ ، فِي حِينِ أَنَّ صُورَةَ التَّرْفِ وَالسُّلْطَنَةَ الْمُنْعَكِسَةَ فِي مَقَاطِعِ الْفِيْدِيُوِ الْخَاصَّةِ بِالْجَمَاعَاتِ الدِّينِيَّةِ لَا تُزْعَجُ الْمُنْتَسِبِينَ لِتِلْكَ الْجَمَاعَاتِ فَإِنَّهَا يُمَكِّنُ أَنْ تُزْعَجَ الْمُتَدِينِينَ الْعَادِيِينَ وَتَصْبِحَ أَحْدَاثًا يَمْكَنُ أَنْ تُضَيِّفَ الْعَيُونَ غَيْرَ الْمَأْلُوفَةِ إِلَى السَّلْبِيَّةِ ، أَصْبَحَ مَا كَانَتْ تَقْدِمُهُ الْجَمَاعَاتُ الدِّينِيَّةُ مِنَ الْعِلْمِ وَالْعُرْفَانِ وَالتَّقْوَى مَعَ الزَّمَنِ يُعْرَضُ مِنْ خِلَالِ الْإِعْلَامِ بِشَكْلِ مُتَنَادِقِضٍ مِنْ خِلَالِ إِحْتِفَالَاتٍ وَأَفْرَاحٍ فِيهَا إِسْرَافٌ ، بِالإِضَافَةِ إِلَى ذَلِكَ يَمْكَنُ أَنْ تَكُونَ حَرَكَاتُ الطَّاعَةِ وَالْعِبُودِيَّةِ لِلسَّادَةِ فِي تِلْكَ الْجَمَاعَاتِ الدِّينِيَّةِ ظَاهِرَةً بِشَكْلِ مَفْرَطٍ ، بِحَيْثُ فِي الْوَقْتِ الَّذِي يَكُونُ فِيهَا هَذَا الْأَمْرُ مَحْطُ سُخْرِيَّةٍ لَدَى الرَّأْيِ الْعَامِ يَكُونُ قَدْ أَضْفَى شَرْعِيَّةً عَلَى الدِّينِ ذُو الطَّابِعِ الْإِعْلَامِيِّ ، وَالْأَهْمُ مِنْ ذَلِكَ أَنَّهُ يَتَمَّ جَعْلُ الْأُمُورِ السَّلْبِيَّةِ فِي عَيُونِ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَتَمَّ تَخْدِيْمُهُمْ مِنْ خِلَالِ الْوَعْظِ الْإِعْلَامِيِّ وَيَتَحَوِّدُونَ عَلَيْهَا ، وَمَعَ الزَّمَنِ تَتَحَوَّلُ إِلَى أُمُورٍ دِينِيَّةٍ مَشْرُوعَةٍ وَبَرِيئَةٍ ، تَتَجَلَّى الْمَظَاهِرُ السَّلْبِيَّةُ لِلدِّينِ الَّتِي تَتَعَكَّسُ فِي وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ فِي تَصُورِ الْمُؤْمِنِ الْعَادِيِّ عَلَى أَنَّهَا رَغْبَاتُ ذَاتِ طَابِعٍ دِينِيٍّ ، عِنْدَمَا تَتَحَوَّلُ الْإِحْتِفَالَاتُ الْكَرِيمَةُ وَالْمُبْهَجَةُ وَالطُّقُوسُ وَعِبَادَةُ الْمَجْمُوعَاتِ

الدينية إلى عرض إعلامي ، تصل لحد ينبغي توزيع الصور ومقاطع الفيديو الخاصة بالسادة ( شيوخ الجماعات والطرق الإسلامية ) في جميع وسائل الإعلام والقنوات ، هنا لا بد لهم أن يتسرحوا أنفسهم وواقعهم وأصواتهم وحقائقهم ، ينبغي لهم أن يوضحوا أنهم باتوا في واقع غير كافي لبيان حقائقهم وإبصال صوتهم للملا .

### 3- المناقشات الخبيرة

من الفائدة القول بأن الكثير من مناقشات الخبراء والمتخصصين هي مثل التحفيز الذي تتركه مسابقات المصارعة الدموية التي كانت تعقد في روما القديمة ، من المفيد القول أنها لا تعمل كثيراً من حيث المعلومات ، بل إنها تفتح الباب أمام المعلومات التي تقتصر على معرفة الأطراف الموجودة ، وفق أي جهة يتم تشجيعها يقف الجميع معه وحتى وإن لم يتم تشجيع طرف معين يتم الإستمتاع بالوجود على المدرجات ، لوحظ أن جرعة الإثارة في المصارعة تزداد وكثافة التذبذب الجدلي تزيد من المتعة وفي النهاية يكون لها طعم رائق .

يتم ترك المخاوف الدينية جانباً من دون تفكر وتأمل ويتابع الأطراف ملذات جديدة ، يوفر الحوار التأملي إمكانيات هائلة لتلاقي الخبراء الدينيين مع الآلية التكنولوجية المتطورة لوسائل الإعلام ، سواء في الإعلام الإجتماعي أو في الإعلام التقليدي يمكن تصفية الأنواع والموضوعات المختلفة في بيانات جدلية ويمكن تطوير ما يُسمى المعلومات الدينية مع إستهلاك المتعة ، بحيث باتت القضية ليست من يكتب ويشارك منشورات في البيئة الإعلامية بشكل أكثر بل باتت من يمتلك مقدره أكثر في التغلب على المنافسين في ميدان الدين ذو الصبغة الإعلامية ، مستوى المعرفة الموضوعية والأصيلة التي يتم ضغطها في مناقشة الرموز الموجودة باتت تنقوض بشكل خطير ، في الواقع إن الإثارة والوهم من المفاوضات يُلغي تماماً المعلومات الدينية ، إنه يُثير مستوى من المعلومات الدينية التي يُمكن إستخدامها في المناقشات اليومية ، النقاشات الإعلامية لن تُفيد أي شخص ، على الرغم من أنه يتم تسليمها في بعض الأحيان من قبل المناقشين ، فإنه ليس من السهل أن نفهم أن الخبراء لا يُمكنهم الإبتعاد عن رؤية وسائل الإعلام .

من الممكن توضيح الرغبة في التقدير والإعجاب والشهرة عبر وسائل الإعلام كما يُمكن ملاحظة أن الخبراء في محاولة نقل المعلومات قد باتوا في نطاق محاولة نقل معلومات بإسم الدين وأيضاً كما أنهم باتوا أسرى في ذلك النطاق الإعلامي ، لا ينبغي إغفال أن أولئك الذين ينطلقون بإسم الدين يحملون أتباعهم بخطر التهدة من الدين ، وأنهم يُصبحون متعلقين بتلك الوسائط أكثر من اللازم ، ولا يمكنكم إدراك أنها تتحول إلى مشهد مغاير تماماً ، نعلم إن من يقوم بالإنتشاء والنشر في تلك المواقع ليس لديه رجل دين أو خبير ديني ، لكن يبدو أن وسائل الإعلام بها منظمة من الخبراء يتحدثون عن الدين ، إن مؤسسة الخبرة الإعلامية باتت مؤسسية حتى من دون أن يُدرك الخبراء هذه الميزة ، لديها الكثير من التعليمات و الإرشادات ذات الخبرة في كل المواضيع والمجالات الواسعة .

ومن أجل إستدامة هذا النظام المؤسسي فهناك تفسيرات كثيرة للعديد من المشاكل الدينية تتبع بعضها البعض من قضية تدخين النساء إلى قضية عدم إلزامية الحجاب وغيرها .

### 4- تحوّل الأركان :

من بين الإمكانيات التي قدمها الإعلام الرقمي من دون شك فإن مواقع الإعلام الإجتماعي أيضاً تمثل جانباً مهماً ودرجة كبيرة بالنسبة للأمور ذات الطابع الديني ، كل ما هو موجود في الإطار الديني فإنه ولا شك موجود في الإعلام الإجتماعي ، تحولت وتغيرت العديد من الطقوس من رد السلام

والنحية والدعاء وصولاً إلى أفراح الخطوبة والزواج وما يشابهها من طقوس إجتماعية وذات طابع ديني ، أصبحت بعض الممارسات الإحتفالية التي ينبغي أن يعرفها الجيران والأقارب فقط معروضة لعدد غير محدود من الجيران في العالم الافتراضي الغير قريين من القلب واللغة ، أو أصبحت معروضة إلى مُتجولين افتراضيين غير معروفين ، أصبحت العديد من الوقائع التي أتاحت لها إمكانية إعادة التفكير في النطاق الديني من الشفافية إلى الإفشاء ومن الشهرة إلى الاستعراض وذلك من خلال المشاركات والمدونات عبر الشبكات الإجتماعية والتي باتت معروضة للعالم الافتراضي بأسره .

الجيل المؤمن في الإعلام الإجتماعي وعندما يتخذ خطوة للزواج على سبيل المثال فإنه لا يكتفي فقط بمعارفه من الجيران والمعارف لا بل إنه يحتاج الى عرض زواجه على المعارف في العالم الافتراضي ، إنهم كمؤمنين بزمانهم يعيدون بناء الإدراك والفهم الديني من خلال إملاءات وسائل الإعلام الإجتماعي وما يكونونه من محتوى ، وهكذا يبدو أن طقوس وسائل الإعلام الإجتماعي قد حولت أركان الأمور ذات الطابع الديني من الخصوصية إلى الإفصاح والإفشاء ، لأنّ مؤمني وسائل التواصل الإجتماعي قاموا بتكثيف الأمور ذات الطابع الديني مع طقوس وسائل الإعلام ، مثل مشاركات الدعاء في الأوقات والأيام المتنوعة ، بينما فرضت وسائل التواصل الإجتماعي طقوسها الخاصة استسلم المؤمنون الذين كانت لهم الحرية في إنتاج محتوى شبه كامل لوسائل الإعلام مع وهم أنهم أنتجوا محتوى وللأسف ، لم يتمكنوا من تطوير تفسيرات حقيقية للأصالة في الاستخدام الصحيح

من بيت الله الى يوم الوقفة ، ومن عرفة يزداد عدد الذين يلتقطون الصور وصور السيلفي يوماً بعد يوم ، وهذا لا شك يشير الى مرحلة الإستسلام الطوعي ، تعد صور السيلفي والمشاركات مثالاً أساسياً لفهم كيفية تحول الطقوس المألوفة وكيف يتم التعبير عنها في طقوس الصلاة ، لدى المؤمن شهادة افتراضية فوق شهادة الإرادة الإلهية وهذا يعني أنّ الطقوس الموجودة والأركان يُمكن تحويلها بسهولة

عند إضافة المشاركة الإجتماعية إلى ركن العبادة على سبيل المثال سيكون من غير المجدي مناقشة تطابقه مع الأدب على سبيل المثال التقاط صورة سيلفي في مكان مقدس مثل الكعبة والقبّة ، لقد بات تصور الحياة الدينية شرطاً لا غنى عنه الآن وذلك في عدة زوايا ، مثلا من وقت الإفطار الى أول لقمة ومن الاستماع إلى الوعظ والإرشاد وقيل وقت خطبة الجمعة ، والدعوات التي يتم مشاركتها من خلال وسائل الإعلام الإجتماعي ، بات المؤمن ذو الطبيعة الرقمية ومن أجل عدم الخروج عن نطاق الجماعة وإتبات أنه متدين يُنتج دعاءاً بشكل عال ، وبات يغي بالعبادات في العالم الافتراضي ، إنّ التأمل الرقمي للدين الذي يضع اللغة في كثير من الأحيان في مستوى صعب أو لا يهتم بمستوى اللغة ويتشكل بتحالف فوضوي لوسائل الإعلام الإجتماعية ، من المستحيل أيضاً أن يكون مؤمن وسائل التواصل الإجتماعي قادراً على البقاء بمفرده دون تفكير ديني مناسب لطبيعة الدين .

## 5- الرفاهية الدينية الموعودة :

ظهرت الوسائط الرقمية في أنواع وأشكال مُختلفة من الغذاء إلى السياحة ووصولاً إلى الهندسة المعمارية ، العدد كبير جدا ، ولكن لنحاول نحن قراءة وفهم اثنين منهما لفهم الرفاهية الموعودة ، يمكن تقييم المباني الشاهقة المنسوبة بكتابة لفظ الجلالة من الناحية الهندسية على أنها رائعة ، كما أنّ تجربة أنماط مُختلفة من نموذج القبّة للمسجد يحول صورة المسجد المألوفة إلى مغامرة ، أيضاً التجارب المعمارية في أنماط مُختلفة تُحول الحياة والمبنى إلى معايير غير مألوفة ، تغلب التجارب



المعمارية بالطبع في إطار القبول المعماري ولكن لا بد من التفكير قليلا في مشروع بناء له رمز من خلال أحرف لفظ الجلالة ، أما بنية الإتصال الموفرة للرضا من خلال خاصية التصوير فإنها مثل قطع ظلال رمزية من خلال الحروف العربية أو حتى الحروف اللاتينية ، يرتبط إسم المشروع بالرمز ويعد وجه الإعلان رمزاً أيضاً ، يحمل وجه الإعلان كرمز إعلان مباشر للمنتج المذكور ، و يبدو إرتباط إسم المشروع بالدلالات المفاهيمية للأيقونة مثيراً للإهتمام من حيث إنشاء قيمة العلامة التجارية .

الرغبة في أن يتم ذكر المنتج المعماري مع الوجه الإعلاني ، والرغبة في التطابق مع وجه الإعلان المثير للإهتمام بنفس الدرجة من حيث مفهوم التدين المنسوب للبناء من ناحية ما فإن النمط المعماري وصورة التدين من جهة وأسلوب الإتصال والمحتوى من ناحية أخرى تواجه صورة التدين في الطراز المعماري الحديث مع الصورة الحديثة للحياة العصرية .

تأتي صورة التدين في الأسلوب المعماري الحديث مُقابل الصورة الحديثة للحياة العصرية ويُمكن ملاحظة هذا الموقف المتناقض من حيث الإتصال التجاري للمنتج المعماري ، لكن الإستهزاء بالمنتج الموجود على المنصة الرقمية مثل البناء الذي ظهر في إحدى الوسائل الاعلامية بعنوان " البناء السكني الذي يقول الله " وحقيقة أن الرسالة الإعلانية تستوعب الصور الفاخرة تثير التفكير بما فيه الكفاية ، على الرغم من أن صورة التدين مقبولة ومعقولة في المستوى الفني كموضوع من مواضيع الهندسة المعمارية ، لكنها غير مواتية على مستوى المنفعة التجارية لا يمكن رؤيته بشكل معقول ، وفي النهاية فمن الضروري التنبؤ بأنه لا يمكن إستخدام التدين في الإتصال ولا في الهندسة المعمارية ولا في التجارة كوسيلة لتحقيق شيء ما .

من ناحية أخرى يجذب مشروع آخر الإنتباه من خلال إعلانات الإقامة الفاخرة والخيالية التي تركز على تجربة دينية ، يبدأ اليوم في تلك الأماكن بأذان ويتألف من مباني حديثة وخمس حمامات سباحة للرجال والسيدات ولياقة بدنية وصلالات رياضية مجهزة بالساونات والشقق المطللة على البحر ، تحرب أعمال الإتصال التجاري التي تبرز فيها سواء المؤهلات الحديثة أو الإسلامية عن قلق واضح في جانب حفظ الأجيال القادمة ، الرسالة واضحة جدا : لكي تحافظ الأجيال القادمة على مثل قيمها لا بد من إحيائها على مثل هذا المفهوم ومثل هذه الرفاهية ، وعلى العكس من ذلك يُقال ضمناً أن القيم الأخلاقية الضمنية تفقر إلى سلامة المستقبل وسوف تنجده نحو مجتمع مدمر .

إن الوعد بحياة دينية معزولة ومُحاطة بجدار ناري لا يُمكن للأجانب والمساكين الدخول إليه كنموذج للتجربة الدينية اليوم وفي المستقبل سوف تتخذ الأجيال التي تتخذ على الرفاهية شكل التنبؤ الديني من خلاله ، بحيث إن ربط اسم مشروع بإسم زهرة التوليب يحيل الإسم إلى شرف إسم الله والنبي ، لا يبدو أن تدين التصميمات المعمارية أو تسويق التدين المعماري بات غير معروف غير ذلك .

لا يُمكن إعتبار التدين الذي تتوسط فيه وسائل الإعلام والإتصال التجاري في بعض الأحيان مظهرًا من مظاهر الحياة الإجتماعية فقط في وسائل الإعلام ، أنماط الحياة التي تقدمها وسائل الإعلام في الإعلان تُشكل أيضاً المجتمع بشكل مباشر، لقد أصبحت أنماط الحياة المشروعة التي حدثت مع أو بدون التدين وسيلة لممارسات الإتصال التجاري.

تُتقترح وسائل الإعلام حياة دينية تُخبوية جديدة للمجتمع من خلال النظر إليه من مرآة خاصة ، إن ما تقوم به وسائل الإعلام هو محاولة تسهيل اللقاء الصعب ما بين التجارة وكل ما هو مُتدين ، فقط ومن خلال إستخدام كل ما هو ذو صبغة دينية – نظهر إهتمام بعدم القول كلمة استغلال - فإنه يرتبط مباشرة بعدد من القطاعات في تنظيم رسائل الخدمات والبضائع وذلك من اللباس إلى الغذاء ومن

السياحة إلى الصحة , لا تزال رسائل أسلوب الحياة التجارية الجديدة الخاصة بالتواصل التجاري والتي تزداد شهيتها سوءاً خاصة بمساعدة مرافق المستخدمين الضخمة في الوسائط الرقمية مثيرة للجدل من حيث إجبار المؤمنين الحاليين على تحويل أنماط حياتهم الحالية , إذا كان من الصعب تجاهل الرسالة الإعلانية التي تمر في نطاق الشريط السفلي من أحد الهواتف التي تقرأ القرآن من أحد تطبيقات الهاتف المحمول بغرض العبادة التي يقوم بها المؤمن الرقمي فمن الصعب الآن التمسك بحياته الحالية .

قطعا لا يوجد تدين ولا روحانية للإعلام أو الإعلان , وأيضا الإعلان والإعلام يقومان بوظيفتهما , لكن عندما يبدأ كل منهما بأخذ وظيفتهما من المشروعية إلى إستغلال الدين ومن أجل المنفعة التجارية البحتة يمكن القول وقتها بسهولة بأن هذا غير مشروع أبدا .

## 6- مستقبل التدين الرقمي :

من الصعب التنبؤ بمسار التقنيات الرقمية الحالية اليوم , من حيث إلى أين وصلت وإلى أين ستصل مُستقبلا , بينما لا تزال محتادين على وسائل التواصل الاجتماعي فقد أدركنا مرة أخرى أننا نتجه نحو عالم لا يُمكن التنبؤ به من خلال إدخال الذكاء الإصطناعي وتكنولوجيا الواقع الافتراضي , من غير المتصور أنَّ التقنيات الرقمية التي تتقدم بوتيرة مذهلة لن تؤثر على المجال الديني.

إذا أردنا أن نتذكر وحدة المجال الدني من الميكانيكا إلى الإلكترونيات , لقد تركنا تلك الأيام التي كنا نعرف من خلالها أوقات الصلوات من خلال حركة الشمس , دخلت الساعات المنازل وكذلك المساجد وأصبحت أصوات عقارب الساعة تتداخل مع روحانية العبادة , تم معرفة الأوقات لاحقاً من اللوحات الإلكترونية الحديثة , حمل المؤمنون مسابحاتهم عبر الأجهزة الإلكترونية في أماكن الحياة الاجتماعية وتم إضافة سجادات صلاة بها إشارة لمكان القبلة , وأصبح غير معروف من أين يُقرأ القرآن ومن أين يخرج صوت الأذان , تحسّر المؤمنون على رؤية وجه الواعظ و أصبح هناك أقراص رقمية في المكان الذي يُوضع فيه المصحف , وبات هناك مُقابلات بالهواتف الذكية المحمولة بالأيدي , وتم إختراع توابيت مكيفة تُرثّل الدعوات .

## 7- العاصفة الرقمية الدينية :

تم قبول كل هذه التطورات التكنولوجية في المجال الديني , كما باتت تقنيات الإعلام والاتصال من الداعمين الشرعيين للعبادة ومع الزمن باتت من داعم إلى مُوجه ومن يلعب دوراً حاسم , ولم يجد المؤمنون حرجاً في أداء عباداتهم عبر أجهزة تكبير وتوجيه جاهزة أثناء جلوسهم أمام أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم , لقد كانوا قادرين على عرض قُبور أقاربهم في مسقط رأسهم عبر الشاشات وكانوا قادرين على قراءة الفاتحة وسورة يس لهم , تم تحويل الإحتياج للزيارة الحقيقية للقبور إلى زيارة افتراضية , يُمكنك قراءة جميع أنواع المعلومات والصور الخاصة بالمتوفى والإستماع إليها ومشاهدتها عن طريق إدخال الشاشة على حجر القبر , نحيش الآن في زمان لا نتعجب لأي تطور ولا لأي شيء , إنَّ البيئة الدينية الرقمية التي نشهد فيها إرسال دعوات وسورة الفاتحة دون الوصول للمقبرة وتوكيل أحد الأشخاص لذبح الأضاحي ومشاهدة ذلك عبر الشاشات لا شك أنَّ تلك البيئة الافتراضية سوف تتطور وتتوسع أكثر , الذكاء الإصطناعي أو الروبوتات التي تحتل الآن جدول الأعمال ظهرت بالفعل في المجال الديني وأدركت ألمانيا واليابان ما كان متوقعا وبدأت "الروبوتات الكهنة" في إنتاج خدمات في المجال الديني بمعلومات هائلة تقدم في الكنائس .

الرهبان البوذيين الذين تم تطويرهم وتصميمهم لتلبية إحتياجات أولئك الذين يأتون إلى الكنيسة في الوقت الذي يتم فيه القيام بأعمال الجنازة , يجب أن يكون هناك استعداد وتفكير في الروبوتات التي ما زالت في مستوى البداية حالياً خصوصاً مع رياح الذكاء الاصطناعي , هل يُمكن أن نتحدث عن سلسلة من الممثلين الصناعيين مثل أئمة الروبوت مؤذن الروبوت وخطباء الروبوت اليوم ؟ أو سيتمكن المؤمن من الانضمام إلى المسجد من منزله دون المرور عبر المساجد باستخدام تقنيات الواقع الافتراضي , وسيظهر الموضوع الذي سيتم مناقشته أكثر أو أقل كما لو كان بإمكانه الطواف حول الكعبة المشرفة , في هذه العملية ستصمم الوسائط الرقمية التي تخديها التقنيات الرقمية المؤمن الرقمي في المستقبل من خلال تحديث المجال الديني له .

وَأولاً سيتم إضفاء الشرعية على أشكال العبادة الرقمية التي ما زالت تبدو في حاجة إلى الفهم – كما لم يصمم الراديو والتلفزيون والسينما للتطورات التكنولوجية - مع مرور الوقت وذلك بشرط ألا تُقوض مزايا الأسس الموضوعية .

### • النتيجة

لقد حاولنا أن نفهم كيف تطورت وسائل الإعلام من الماضي إلى الحاضر في سياق التدين ومظهرها الحالي وموقعها , وفي النهاية يمكن القول بسهولة أنه لا يُوجد مجال تقريباً لا يمر عبر الوسائط المتعددة والرقمنة الدينية هي واحدة من بين تلك المجالات , إن إلغاء الصوت الذي كان يستخدم في الجنازات الرسمية وبعض المواقف غير المسؤولة في دفن بعض أقارب السياسيين إلى دفن النساء اللاوتى تعرض للقتل على يد بعض الرجال وإلى الأطفال الذي انتحروا من ألعاب الحاسوب . لا يمكننا الاستغناء عن وسائل الإعلام ونحن نمر بفترة تطورت فيها العبودية الرقمية إلى درجة كبيرة , نحن في عبودية رقمية تطوعية وبشكل طبيعي بأخذ الحقل الديني والمؤمن الإعلامي جزءاً من هذا التوصيف , تدين وسائل الإعلام بتطور إلى الإيمان الرقمي , إن الضرورة والحكم والأركان الدينية تجد مُقابلاً كلما دخلت في حيز الرقمنة , التكنولوجيا الرقمية باتت جزءاً من الدين , يظهر اليوم من يُحاول إظهار نفسه على أنه مؤمن رقمي وذلك في عدة إمكانات رقمية من التجارة إلى التصميم ومن السرية إلى العلن , ومن التشهير إلى الشهرة , والمؤمن الرقمي سواء شاء أم أبى فإنه يبقى في نطاق الإمكانيات الإعلامية , يتم إلغاء التخللات والرقابة لحراس البوابات أو مديري المحتوى أمام الخطاب الشامل لوسائل الإعلام وأمام الخطاب السائد , يتم قطع الخطاب الديني من قبل الخطاب المهيمن وتغطية الحقيقة الدينية بستارة رقمية , في الأصل المصطلحات المجازية مثل الستار أو التغطية أو العمى ضد الحقيقة إنما تهدف إلى توفير قوة خطاب الطاقة الرقمية , وإلا فإن الشائعات الرقمية لا يُمكن أن تحجب الحقيقة , لكنها تستطيع تحديداً طبيعة الرقمنة الدينية التي يحتكم إليها المؤمن وإعادة بناء تدينه الإعلامي في أي وقت , أيضاً إن كان هناك ضرورة للتأكيد فإن الإيمان والدين يعود لصاحبه وهو الحامي لصاحبه في ذات الوقت , سواء أصبح المؤمن إعلامياً أو رقمياً فهذا جوهر الدين , فكل مؤمن رقمي يُحاول الوصول إلى هذا الجوهر يبقى في حيز التساؤل ورسم طريقه مرة أخرى , إن كل شيء واضح من الإله إلى الكتاب ومن الكتاب إلى الرسول ومن الرسول إلى المستخلفين في الأرض , لا يمكن للدين أن يُصبح رقمياً بهذا السياق , كل ما كان مُنتمياً للدين وأي ما كان دينياً وأي ما كان في سياق الرقمنة فهو رقمي ويتأثر بالرقمنة ويتطور وفقاً للرقمنة ويتشكل وفقاً لمتطلبات الرقمنة لكن الحكم الأساسي والأركان لا تتغير لكن الحقيقة في جوهرها لا يُمكن أن تتغير , بحيث أن حقيقة الحق لا تتغير , إن المُتغير فقط الأدوات , ما يتشكل هو فقط ما هو ذو صبغة دينية وليس ذات الدين كل ما هو موجود في ميدان الصبغة الدينية هو في الحقيقة نطاق للتدين , الدين لا يتغير ولا يُغير نفسه تتغير هيئة التدين , البيئة والوسائل تتغير وتتحوّل وما نحاول قوله هو التعبير عن هذا التغيير , ولا يوجد هناك حاجة للخوف والذعر للدين يؤمنون بأن حقيقة الدين هي بضمانة الرحمن .

والذي لا بد أن يتم معرفته أن الإعلام سواء كان تقليدي أو عادي ما هو إلا بيئة وأداة ، وأنه أداة ذات صفات قوية وحاسمة في التخبير والتحويل ، إن الفخر والإخلاص اللذين يتم إظهارهما في جميع الأوقات والأماكن هما الحاجة الأساسية للمؤمن الذي تعرض لضغط إعلامي خطير بحيث يواجه المغامرة الرقمية الحالية .

إنَّ الإخلاص هو اليد الوحيدة للمؤمنين في وجه التورات الدينية الرقمية ، إنَّ مُصطلحات مثل وكيل الدين ، تدوين مواقع التواصل الإجتماعي ، علماء مواقع التواصل الإجتماعي ، وعاطف مواقع التواصل الإجتماعي ، تتطلب حقيقة التأمل بها والتعبير عن المخاوف بشأنها ، إنَّ المؤمن الذي لا ينفصل عن الدين والذي يُحاول التفكير دوماً بما يعيشه من خلال الوسائل الدينية المتاحة سيجد ولا شك الطريق الصحيح ، إذا لم يكن الدين الحقيقي هو الذي نحيشه اليوم لم يكن الذي بالأمس ولا الذي قبله ، إنَّ امتحان الرقمنة اليوم بالنسبة للمؤمن ليس أشدَّ وطأةً من إمتحان المؤمن بالأمس ، الدين الحقيقي هو ما يتوق له المؤمن على مدار العصور والقرون لكن فقط ما يُحاول عيشه وفق الزمن الذي هو فيه ، اليوم تغيرت الأدوات وأصبحت رقمية وإيمان المؤمن لم يتغير تستمر متابرة المؤمن للوصول إلى الدين الحقيقي كما هو الحال في كل فترة ، في هذا العصر هناك مستويات إعلامية رقمية هائلة تفتح أحياناً وتغلق أحياناً ، يجب أن يكون هذا معروفاً جيداً حتى السعي والكفاح يتشكل من خلال مستوى فوضوي ، كانت العلاقة بين الدين والإعلام مشكلة بالفعل من البداية ، ولكن في هذه العلاقة فإن وسائل الإعلام مثل كل وسيلة مذنبية وليس فقط الإعلام هو المذنب والوحيد في ذلك ، لا يمكن جعل ما لا يمكن حدوده أن يحدث ، بلا شك إن وسائل الإعلام جعلت للتدين موضعاً ما واستغلته أيضاً ، بات كل شيء معروضاً واضحاً ينتهك الخصوصية والحقيقة ، إن حقيقة وسائل الإعلام هي ذات حقيقتها ولا يمكن لها التفكير في نطاق آخر لسعيها نحو التسلية وليس للتفكير في ما يخدم وما هو نطاق للتدين ، إنها لا تركز فقط على الدين لكنها تستخدمه وفقاً لاحتياجاتها ، إنها تفرض واجباتها بشكل طبيعي على الدين لكنها لا تفكر أبداً فيه .

مُحتوى وسائل الإعلام الذي يُحاول إعطاء الأولوية للتأمل الديني ليس مُكتملاً ولا يصلُ إلى الجماهير بالمستوى المطلوب ، هذه حقيقة وطبيعة الإعلام أنها بالنسبة للتدين كما الأمور الأخرى سطحية وناقصة ، وعلى الرغم من كل هذه المعضلات فإنه إذا تم العمل بإهتمام لإنتاج أعمال جيدة / محتوى جيد في كل منصة إعلامية كما قلنا أعلاه ، فإن ذلك يحتاج إلى الصدق والإخلاص حتى وإن كان قليلاً ، إنَّ الخوف من الوصول إلى الدين الحقيقي أو الوصول إليه حتى مع وجود عدد قليل من المتابعين أو المستخدمين في الوسائل الإعلامية المتنوعة أمر ممكن عن طريق تخزين بعض المحتوى الذي أدى إلى تخبير طغوس تلك الوسائط ، الإعلام ليس عميقاً لكنّه في النتيجة مرآة تعكس ما يتم عمله وهي ليست المذنب الوحيد قطعاً ، يمكن أن يتم الحصول على إنعكاس جيد بسهولة من خلال الإستخدام الصحيح والمحتويات الصحيحة ، لقد بات واضحاً جداً أنه قد تم التأخر في إيجاد لغة إعلامية رصينة وإنشاء خطاب ديني تأملي إعلامي ولذلك يجب إعادة التفكير باسم الدين ولا بأس في الدخول في فترة معينة للقيام بذلك ، نعم يجب تجربة فترة معينة للخروج من الأحمال القديمة في علاقات الدين مع وسائل الإعلام وذلك على جميع المستويات ، ويجب أن يتم محوها من العناصر السلبية وعلى جميع المستويات أيضاً ، حقا إذا كان لا بد من إنتفاضة يجب الابتعاد عن كل التطبيقات الشعبية السلبية التي عملت حتى يومنا هذا ، والإبتعاد عن الرغبة في الظهور والشهرة لأن الأساس ليس شهرة وظهور ممثلين الدين أو مكونات التدين بل الأساس هو حقيقة الدين ووضوحه وكيف يتم رؤيته ، بات واضحاً بأن أولئك الذين يسعون وراء الحقيقة والشهرة الخاصة بهم أو المصالح الشخصية يهددون الأجيال القادمة أيضاً من الدين ومن التدين ، إن الابتعاد عن مثل هذه المواقف سيُنحِج لوسائل الإعلام الوصول إلى لغة وأسلوب إعلام راسخين على الرغم من اللغة والأسلوب المستخدم ، وسيجبرُ الوسائط على

تحول حقيقي بدلاً من فرض لآغتها الخاصة , سيتعين على وسائل الإعلام أن تفتح أبوابها للغة والخطاب الديني , وعلى العكس من ذلك سنظل القيم المتناقضة لدين الإعلام سائدة ضد قيم الدين الحقيقي والخاسر مُجددا وبدون شك هنا هم المؤمنون , يجب إعتبار مجموعة من الممارسات السلبية الحالية من الخصوصية إلى الشهرة والإعلان إلى التجارة كفترة من الخبرة في التعرف على الإعلام كما يجب بسرعة الابتعاد عن التطبيقات التي تُقدم الضرر للدين وللتدين , ينبغي بذل الجهود وخاصة المؤسساتية لإيجاد لغة وسائل الإعلام الأصلية والخطاب المفضل للدين الحقيقي كما يجب أن يتم التفكير بشكل جدي بهذا الأمر

ومع إدراك أن الهدف الوحيد هو تحقيق لغة أصلية وخطاب ديني إعلامي قويم يجب تطوير فقه الإنترنت وأيضاً تطوير فقه خاص بوسائل التواصل الاجتماعي كما يجب التفكير بشكل جيد في جانب الرقمنة أيضاً , وبتنظيم ومتابعة الشركات ينبغي إنشاء لجنة للإنترنت والرقمنة وتنظيم حلقات عملية في هذا الجانب ( أولئك الذين لم يقولوا شيئاً كثيراً بخصوص كيف ينبغي أن يكون الارتباط مع وسائل التواصل الاجتماعي والتعامل معها حتى اليوم ) يجب أن تكون وزارة الشؤون الدينية هي العنوان الوحيد لذلك , فالموضوع مهم جدا لا يترك لحقيقة التشكلات الدينية .

من يمتلك عقلا راجحا فإنه مُلزم بالتفكير, نحتاج في مجتمعنا إلى مفكرين من تلك الفئة التي تمتاز بالذكاء والعزيمة بحيث تفكر مباشرة وتجد حلولاً بشكل مباشر , نحن نحتاج إلى مفكرين أصحاب وجدان وعزيمة وذكاء عملي.

## Son Notlar

<sup>1</sup> هذه الدراسة هي ترجمة للقسم الموجود في كتاب البرفسور ميتيه تشامدرلي والمعنون ب " إعادة التفكير بعلاقة الدين مع الإعلام " مع العلم بأن الكتاب يحمل اسم " كيف يظهر الدين في الشاشة " وكان قد نشر عام 2018.

<sup>2</sup> Bu çalışma, Prof. Dr. Mete Çamdereli'nin 2018 yılında yayımlanan *Din Ekranda Nasıl Durur* isimli kitabı içerisindeki "Medya ile Din İlişisini Yeniden Düşünmek" başlıklı bölümün çevirisidir.



# MEDİAD

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

KİTAP DEĞERLENDİRMESİ | BOOK REVIEW

Haziran 2019, 2(1), 151-153

Geliş: 10.05.2019 | Kabul: 29.05.2019 | Yayın: 28.06. 2019

## Dinin Medya İle İmtihanı

Değerlendiren: Adem MENEKŞEOĞLU\*



**Kitabın Künyesi:** Çamdereli, M., Önay Doğan, B. ve Kocabay Şener, N. (ed.) (2014). *Medya ve din*, İstanbul: Köprü Kitapları, 412 sayfa, ISBN: 978-605-63784-8-5

Sekülerleşme mefhumu sosyoloji, felsefe, hukuk ve ilahiyat gibi sosyal bilimlerin birçok alanında ele alınıp tartışılmıştır. Bu tartışmaların altında yatan temel saik kuşkusuz, gerek fikri düzeyde gerekse eylem düzeyinde kendini daha güçlü bir şekilde hissettiren seküler yaşam biçimidir. Esasında modernitenin kaçınılmaz bir sonucu olarak var olan ve bir süreci temsil eden sekülerleşme en genel ifadeyle toplumsal ve kültürel alanda dinsel referansların ve sembollerin gündelik yaşamdan uzaklaşmasıdır. Diğer bir ifadeyle sekülerleşme, insanın otorite ve meşruiyet kaynaklarını Tanrı merkezli bir dinden ziyade özgür iradesine ve akla dayandırmasıdır. Bireyi böyle bir dönüşüme sürükleyen pek çok sebepten söz edilebilir. Bu sebepler arasında belki de en önemlisi kitle iletişim araçlarının gün geçtikçe insan yaşamının tüm alanlarına nüfuz etmesidir. Nitekim kitle iletişim araçları bireyin inanç, tutum ve davranışlarını değiştirmede, dolaşısıyla yeni bir kimlik kazandırmada oldukça etkin bir rol oynamaktadır.

Bilindiği üzere Türkçedeki kitle iletişim araçları kavramını İngilizcede “media” kavramı karşılamaktadır. Bu kavramın etimolojisine bakıldığında ise Latince “araç, orta, ortam” anlamında gelen “medium” kavramı görülecektir. Buradan hareketle medyanın iletim etkinliğine aracılık etme işlevine sahip olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Dinin de kendisini tebliğ gibi bir misyonla sorumlu tuttuğunu göz önünde bulundurursak medyayı kullanması oldukça tabiidir. Çünkü medya kendine özgü bir anlatım diline ve yadsınamaz bir güce sahiptir. Medya, bu gibi avantajların yanı sıra birtakım tehditleri de bünyesinde barındırmaktadır. Dinin medya eliyle pazarlanabilir bir unsur haline gelmesi veya medyanın kutsal olanı kendi belirlemelerine tabi kılarak dünyevileştirmesi bu duruma örnek olarak verilebilir. Bu anlamda din ve medya ilişkisi hassas ve önem teşkil eden bir konu olmasının yanı sıra uzun soluklu inceleme ve araştırma gerektiren bir konudur.

Mete Çamdereli, Betül Önay Doğan ve Nihal Kocabay Şener’in editörlüğünü yaptığı *Medya ve Din* isimli eser böyle bir çabanın ürünüdür. Kitap, medya ve din ilişkisini eleştirel bir süzgeçten geçirerek ele alan 14 makaleden müteşekkildir. Ülkemizde medya ve din ilişkisini farklı perspektiflerle ele alan ilk derleme özelliği taşıyan bu eser, medyanın din bilgisinden dinin dijitalleşmesine, dinin karikatürize temsilinden dinsel nefret söylemine, reklamlarda dinsel sembollerin kullanımından din görevlilerinin sosyal medya kullanımına kadar birçok meseleyi konu edinmektedir. Kitap, 2014 yılında Köprü Yayınları tarafından basılmıştır.

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
e-mail: ademmenekseoglu@gmail.com | [orcid.org/0000-0001-8099-2115](https://orcid.org/0000-0001-8099-2115)

Kitaptaki metinlerin içeriklerinden kısaca bahsetmek gerekirse; “Medyanın Din Bilgisi” başlıklı kitabın ilk makalesinde Yusuf Özkır, medyada dine dair yapılan basit hatalara odaklanmış, medyanın din bilgisini yine medyadan örnekler vereerek okuyucuya sunmuştur. “Milli Sinemaçıların İkinci Döneminde Sinema ve Din” başlıklı ikinci yazıda Yalçın Lülecı, sinema ve din ilişkisi bağlamında 1970 yılından başlayarak 2000’li yıllar arasındaki milli sinema akımı ve bu akımın temsilcilerinin filmlerini anlatmaktadır. “Televizyon Dizilerinde Dinin Temsili” başlıklı üçüncü yazıda Ferhat Zengin, televizyon dizilerinde dinin ve dindarlığın temsiline odaklanmaktadır. Meryem Okumuş, “Muhafazakar Moda Dergileri ve Din” başlıklı yazısında muhafazakar moda dergileri üzerinden tesettür modası, popüler kültür ve tüketim kültürü ekseninde modern İslami yaşam okuması yapmıştır. “Karikatürlerde Dinin Temsil Biçimleri” başlıklı yazıda Tuğçe Ertem, dinin bir medyatik araç olarak karikatürlerde nasıl temsil edildiğini Gırgır Dergisi üzerinden incelemiştir. Akabinde gelen “Tarikat ve Cemaatlerin Alternatif Medya Stratejileri” başlıklı yazıda Haldun Narmanlıoğlu, tarikat ve cemaatlerin iletişim alanındaki konumları, iletişim biçimleri ve iletişim araçlarını kullanma stratejilerini ele almıştır. Kitabın editörlerinden biri olan Betül Önay Doğan da “Çevrimiçi Dinsel Nefret Söylemi” yazısı ile dinsel nefret söyleminin internet mecrasındaki tezahürlerine ışık tutmuştur. “Dini Müzik ve Medya” isimli yazıda Mehmet Gülnar, farklı medeniyetlerdeki din ve müzik birlikteliğinden bahsetmiş ve daha sonra dini müziğin medyada var olma biçimlerini izah etmiştir. Kitabın diğer bir editörü Nihal Kocabay Şener ise “Medyadaki Alevilik ve Alevilerin Medyası” isimli yazısında Alevilerin medyada kendilerine yer bulamadıklarından dolayı kendi yayınlarını oluşturduklarını anlatmıştır. “Reklamlarda Dinsel Sembollerin Kullanımı” başlıklı bir sonraki yazıda Gülay Öztürk, dünyada markalar tarafından yapılan reklam çalışmalarında Musevilik, Hristiyanlık ve İslamiyet dinlerine ait sembol kullanımlarını örneklendirerek açıklamıştır. Gözde Öymen Kale, “Marka Sadakati Yaratmada Dinin Rolü” başlıklı yazısında dine bağlılık ve dine yakınlık kavramlarına açıklık getirerek bunları tüketim olgusu üzerinden izah etmiştir. Mustafa Canbey ise “Mezhep Farklılıkları ve Medya Tezahürleri” başlıklı yazısında Ortadoğu’da yaşanan mezhep çatışmalarının medyaya nasıl yansıdığını Suriye örneği üzerinden ele almıştır. Kitap, Hakan Aydın ve Metin Eken’in “Din Görevlilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları” isimli yazı kapsamında yaptıkları saha araştırması ile son bulmaktadır.

Eserde yazılı, işitsel ve görsel medyada dinsel unsurların sunulmuş biçimlerinin ve daha da önemlisi muhtevasının ciddi bir sorun teşkil etmesi hemen hemen her metnin bulunduğu ortak paydadır. Esasında medya sadece dini olanı değil farklı konuları da deformasyona uğratma özelliğine sahiptir. Bu durum medyanın taraflı olma, olanı olduğu gibi aktarmama, asparagas haber yapma gibi tutumlarından ileri gelmektedir. Yani medyanın kendisi hakkında yaydığı imaj, kendisinin sürekli negatif bağlamlarda gündeme getirilmesine sebebiyet vermektedir. Konu din özelinde incelendiğinde de hayret verici ifadelerle karşılaşmak mümkündür. Örneğin kitabın ilk makalesinde bahsedilen “Hac yine Kurbanı Denk Geldi”, “Toplu Cuma Namazı!” gibi haberlerin yayınlanması, bir iftar menüsünde yapılacak yemeğin malzemeleri arasında “8 çorba kaşığı beyaz şarap” bulunması ya da hadislerin Said-i Nursi’nin sözleri olarak aktarılması bunlardan bazılarıdır. Bilgiye ulaşım imkânlarının çok rahat olduğu günümüzde bu gibi yanlışların dikkatsizlik/özensizlikten mi, cehaletten mi yoksa bir art niyetten mi kaynaklandığını belirlemek güçtür. Bir yandan da belirtmek gerekir ki medya organları bilgiyi sadece kendi istekleri doğrultusunda değil, bir hegemonik yapıya/otoriteye tâbi şekilde yönlendirmektedir.

Televizyon, 21. yüzyılın en etkili kitle iletişim araçlarından biri olması hasebiyle ayrı bir değerlendirmeyi hak etmektedir. Televizyon dizilerinin her yaş grubunu etkilediği, fakat çocuk ve genç nesil üzerinde daha fazla tesir ettiği bilinen bir



gerçeklidir. Bir dönemin popüler dizisi olan Kurtlar Vadisi'ni izleyen çocukların veya gençlerin kabadayı hareketlerde bulunmaları, çevrelerindeki insanları yaralamaları hatta öldürmeleri hafızalarda yer etmiştir. Yine bahsi geçen televizyon dizileri dini değerleri kendi çıkarlarına hizmet eder bir şekilde kullanmaktan imtina etmemektedir. Ülkemiz bağlamında değerlendirecek olursak gün geçtikçe izlenme sayıları artan dizilerin sektör haline gelmesi kültürel, toplumsal ve ahlaki değerlerin reytinge kurban edilmesini beraberinde getirmiştir. Nitekim kitabın 3. makalesinde de ticari kaygılarla yapılan dizilerde genel olarak din ve din öğelerinin kullanılmadığından ya da eksik ve yanlış kullanıldığından yakınılmaktadır. Sadece televizyon dizileri değil diğer programlar da birçok konuyu deformasyona uğratmakta ve maalesef din de bundan nasibini almaktadır. Bugün herhangi bir kanalda spor yorumcusu vasfıyla konuşan bir aktör yarın başka bir kanalda siyaset üzerine, diğer gün ise din üzerine konuşabildiği sürece medyanın zihinlerdeki olumsuz imajı kendisini sürdürmeye devam edecektir.

Dinin medya ile olan ilişkisinde önemli bir durak noktası da bireylerin tüketim alışkanlıklarının/pratiklerinin medya ile birlikte değişime uğramasıdır. Reklamlarda dini öğelere daha fazla yer verilmesi, muhafazakâr moda dergilerinin sayısındaki artış, televizyonlarda dini içerikli programların eskiye kıyasla daha fazla yayınlanması vb. unsurlar bu değişimde büyük etkiye sahiptir. Örneğin tesettürlü bir kadın artık mağazaya giderek alışveriş yapmak yerine sosyal medyadaki tesettür giyim sitelerini tercih etmektedir. “Yapılan bir araştırmaya göre başarılı markalar ile dini inançlar beyin aynı bölgesini etkilemekte ve aralarında çok yakın bir bağlantı olduğu görülmektedir” (s. 334). Medya organları da başarılı markaların sunumuna aracılık etme konusunda konuya bigâne kalmamıştır.

Kitabı özgün kılan hususlardan birisi medya ve din gibi çok geniş kapsamlı bir çalışma alanına dair ciddi bir literatür bilgisi sunmasıdır. Bu literatür bilgisinin arkasında ise konuyu farklı farklı bağlamlarda ele almanın önemli bir payı bulunmaktadır. Eserin farklı bir hususiyeti ise, hemen her makaleyi konuyu ele aldığı bağlam kapsamında gerek yazılı gerekse görsel bir şekilde sunmuş olduğu birçok örnekle irdemesidir. Bütün bu örnekler, televizyon ekranlarında, moda dergilerinde, karikatürlerde, reklamlarda, sosyal medyada kısaca medya organlarında dinin bilinçsiz ve içi boşaltılmış şekilde tezahür etmesi ile ilgili hukuki sorunları gündeme getirmekte ve bu sorunlar önemli bir araştırma konusu olarak somutlaşmaktadır. Çünkü en basitinden artık yurt dışından alınan sebze ya da meyvelerin bile çeşitli laboratuvar deneyleriyle insan sağlığına zararlı olup olmadığı test edilirken, toplumun dini tasavvurlarını ve hassasiyetlerini alt üst eden medya sunumlarına dair neredeyse hiçbir engelleme ve yasak bulunmamaktadır. Bu durum da çok farklı din yaklaşımlarının yayılmasına kapı aralayabilmektedir.

Sonuç olarak gündelik yaşamımızın büyük bir kısmını kapsayan medya ve dinin kesişimine dair kaleme alınan bu kitap alandaki boşluğu doldurmaya yönelik bir ilk girişim niteliğindedir. Kitaptaki makalelerin küresel açılımları bulunsa da daha çok Türkiye tezahürleriyle irdelendiğini belirtmek gerekir. Eser farklı bağlamlarda medya ve din ilişkisine mercek tuttuğu için sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinde çalışmalar yürütenlerin de faydalanabileceği bir derleme niteliği taşımaktadır. Ayrıca kitabın medya ve din yelpazesine girebilecek birçok konuyu gündemine alması, bu konularla ilgili daha spesifik ve küçük ölçekli yapılacak çalışmalara kapı aralaması açısından önemlidir. Bu çalışmanın yayımlandığı 2014 yılından günümüze kadar her toplumsal olgunun olduğu gibi medya ve din olgusunun da belli ölçüde değişim geçirdiği muhakkaktır. Bu anlamda okuyucuların kitabı bu gerçeği göz önünde bulundurarak okumaları, içerisindeki makaleleri anlamlandırmaları açısından faydalı olacaktır.



# MEDİAD

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

KİTAP DEĞERLENDİRMESİ | BOOK REVIEW

Haziran 2019, 2(1), 155-157

Geliş: 15.05.2019 | Kabul: 31.05.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Din Ekranda Nasıl Durur?

Değerlendiren: Muhammet Fatih OKUTAN\*



**Kitabın Künyesi:** Çamdereli, M. (2018). *Din ekranda nasıl durur? Medyada dinin popüler temsilleri*. Ankara: Ketebe Yayınları, 152 sayfa, ISBN: 978-975-2482-08-1

Popüler kültürün bir yansıma alanı olarak medya; topluma dönük mesajlar ileten bir araç olmakla beraber aynı zamanda kitleyi oluşturan ve buluşturan bir aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte yirminci yüzyılın ikinci yarısında iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle önemli bir dönüşüm yaşamış; insanların çok yönlü bir şekilde aktif etkileşim içerisinde olduğu bir “dijital devrim” dönemi başlamıştır. Mete Çamdereli tarafından 2018 yılında yayınlanan *Din Ekranda Nasıl Durur? Medyada Dinin Popüler Temsilleri* adlı kitabı medya ve din ilişkisini incelemek ve medyada dinin popüler temsillerini ortaya koymak amacıyla yazarın yazı, tebliğ ve söyleşilerinden oluşan bir derlemedir.

Kitabın ana başlıkları sırasıyla şunlardır: i) Medyada Dinin Popüler Temsilleri, ii) Medyada Din Tezahürleri, iii) Medyanın Dine Bakışı, iv) Medya ve Ramazan, v) Sosyal Medya, Popüler Kültür ve Din, vi) Medya ve Din Sempozyumu, vii) Medya ve Din İçin Panorama, viii) Medyada Dinin Konumu ix) Medya ile Din İlişkisini Yeniden Düşünmek.

Kitaptaki her bir başlık altında medya ve din olgularının üzerinde durulmuş, medyanın din üzerindeki baskın rolünün hangi boyutlara ulaştığı meselesi detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Yazar çalışmanın giriş kısmında medya-din alanına nasıl ilgi duyduğunu ve medya-din derlemesi fikrinin nasıl ortaya çıktığından kısaca bahsetmektedir. “Medyada Dinin Popüler Temsili” başlığı altında medya ile dinin popüler kültür bağlamında değerlendirilmesi yapılmakta; “medya dini” ve “medyanın dinsel uzamı” kavramları üzerinde durulmaktadır. Medyanın kendi dinsel atmosferini kurduğunu, kendisinden başka din tanımadığını söyleyen Çamdereli, medyanın etkisi altında kalan modern insanın aslında medyatik kulluktan başka bir şey yapmadığını ifade etmektedir (s. 17). Gerçek dini sekülerleştiren medya sadece kendisine itaat edilmesini ister. Böylece dinsel gerekleri kendi temsili uzamında yapar ve dinin medyatikleşmesi ortaya çıkar. Ki bu uzam, dinsel uzamda yapılması yasak olan davranışları mübah kılarak medyatik dünyanın kurallarını işler hale getirmektedir. Medya bunu yaparken cazip kişiler, ikonlar ya da medya vaizleri gibi medyatik ünlüleri kullanır. Yazar, “Bizler kendimizi onlar üzerinden kurgular, onların zenginliklerine, dindarlıklarına, yaşam biçimlerine heves etmek zorunda bırakılırız. Ünlüler, bugünün kutsal peygamberleridirler ve dedikleri şeyler bugünün vaazları, söyledikleri şarkılar bugünün ilahileri, eylemleri ise bugünün vacipleridir” (s. 22) diyerek mevcut algıyı açıklamaktadır. Ek olarak siber uzamda gerçek dinin siber dine dönüştüğü ve siber dinin gerçek dini doğrudan sanal dine dönüştürdüğü vurgulanmaktadır.

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
e-mail: mfo\_okutan@hotmail.com | [orcid.org/0000-0001-5121-2458](https://orcid.org/0000-0001-5121-2458)

Değerlendirmenin sınırlılıkları gereğince kitabın bütün bölümlerine değinmek güçtür. Bu sebeple medyada dinin temsilleri ve etkileri konusundaki hususlara odaklanmak daha önemli görünmektedir.

Medya ve din ilişkiselliğine hemen herkesin hayatına girmiş olan dijital teknoloji veçhesinden bakmak sanırız uygun olacaktır. Yazar konuyla ilgili şu ifadeleri kullanmaktadır: “Dine etkisi olan pek çok teknolojik gelişme var. Akıllı telefonlar bunların en önemli örnekleri. Telefonlara yüklenebilen ve birtakım dini kolaylıklar sunduğu söylenen çok çeşitli uygulamalar mevcut. Kibleyi gösteren programlar, amel defterleri, dijital Kuran bunlardan bazıları. Birçoğumuzun telefonunda ya da tabletinde bu tür uygulamalar mevcut. Şu sorunun yanıtını aramak gerekiyor: Bu uygulamalar inananların hayat pratiklerini ne kadar etkiliyor? Matbu halini çok önemseydiğimiz, evlerimizde özel kılıflar içinde sakladığımız Kuran’ın dijital versiyonuna aynı ihtimamı gösteriyor muyuz mesela?” (s. 108). Görüldüğü üzere modern insan yeni gelişmelere bağlı olarak sanal bir din anlayışı içerisinde adeta yeni dini ritüeller oluşturmuş; gerçek dinin sekülerleşmesinin bir parçası haline gelmiştir. Din ve dini olgular artık popüler kültür aracı haline getirilmiş ve bu doğrultuda anlatılır ve anlaşılır hale gelmiştir.

Gelişen teknolojik imkânlar ve dijital gelişmelerle birlikte medya ve din ilişkisini incelemek bizi daha doğru okumalara yapmaya yönlendirecektir. Bu bakımdan dinin medya için bir araç mı yoksa medyanın dine bir değer mi atfettiği ikileminde kalındığında bu ilişki çok daha iyi anlaşılacaktır: “Medya, dini kendi isterleriyle araçsallaştırırken, onu ona biçtiği rol ile konumlandırır. Din, konumlandırma yoluyla yalın ve sıradan bir temsil olmağını yitirir ve doğrudan ticari fayda üreten bir iletişim nesnesine dönüşür. Bu noktada, medya dini araçsallaştırarak konumlandırmış, konumlandırırken araçsallaştırmış olur” (s. 119). Medya din üzerindeki bu rolüyle onu siyasal, ekonomik, sosyokültürel, teknolojik ve sanatsal düzlemde konumlandırır. Yani bu rolüyle aslında dini kendi bağlamında dönüştürdüğünü söyleyebiliriz.

Dijital medyanın ortaya çıkması elbette dini alan ve ritüeller üzerinde de etkili olmuştur. Ve elbette dinsel üzerinde yeni dönüşümler ortaya çıkmıştır. Özellikle sosyal medyanın yeri hiç tartışmasız dinsel alan için çok önemli. Çamdereli, “Dijital medyanın paylaşım ve takip ahlakı her şeyi aşıkârlaştıran ve istihcan eden bir ahlakı. Medyatik dinsel de dijitalleşirken öncelikle mahremiyeti imha etti. Her şeyin aşıkâr olması ve kayıt altına alınması mecranın ifşaya dönük dayatmalarıyla gerçekleşti” (s. 131) diyerek bu noktaya dikkat çekmektedir.

Her türlü dini konu ya da bilgi ihtiyacının medyatikleşmesinin aslında gerçek dine ve onun ortaya koyduğu davranış ahlakının dönüşmesine ya da yeniden inşa edilmesine sebep olduğunu anlıyoruz. Diğer taraftan dijital medyanın sunmuş olduğu imkânlar içinde hiç şüphesiz sosyal medyanın da önemli bir yeri bulunmaktadır. Dinsel alana ait ne varsa dua, ibadet, düğün, evlilik gibi ritüeller de sosyal medyanın kendi uzamı içerisinde dönüşmekte ve başkalaşmaktadır. Dijital teknoloji, sosyal medya ve yapay zekânın hayatımıza girmesiyle baş döndürücü hızda değişen bir dünyaya gittiğimiz aşıkâr. Dolayısıyla bu değişimin her alanda olduğu gibi özellikle dinsel alan ve rükunler konusunda da yaşanması kaçınılmazdır. Nitekim sıradan dini ritüeller dijital medyada bu dönüşümle dinsel alandan çıkıp ibadet, nişan ya da evlilik gibi paylaşımların artmasıyla yerini beğeni kaygısına bırakmaktadır. Dinsel alanda da kabul gören tüm bu teknolojik gelişmeler modern insanı edilgen hale gelmiştir. Dijital teknolojinin hüküm sürdüğü bir dünyada aksini düşünmek pek mümkün gözükmemektedir. Dijital ağların kuşatmasında olan modern insan, dini ritüellerin de dijital uzamda dönüşmesiyle birlikte medyatik-dijital kulluğuna çaresizce devam etmektedir.

İçerisinde yaşadığımız dönemde bütünüyle gündelik hayatımızı kuşatan dijital platformların dini pratiklerimize nasıl yansıdığı ve dinin dijitalleşme serüveni bu çalışmada gözler önüne serilmektedir. Çamdereli’nin bu eserini konuya ilgisi olan bilhassa

iletişim, ilahiyat, sosyoloji alanında çalışmalar yapan herkesin okuması gerekmektedir. Bu çalışmayı okuyup inceleyen hemen herkesin, medyanın dinsel alandaki dünden bugüne dönüşen yapısını, güncel görünümünü ve nereye evrildiğini idrak etmesi kolaylıkla mümkün olacaktır. Özetle bu kitapta, medyatik dinin oluşun din endüstrisinden beslendiği aynı zamanda din endüstrisini de beslediği ele alınmakta; dini araçsallaştırarak kitleyi üzerine çekmeyi başaran medyanın dini hafifletirerek bir eğlence formatına dönüştürdüğü vurgulanmaktadır. Yazar medya-din ilişkisinde medyanın daha baskın bir rolde olduğunu göz önünde bulundurmaktadır. Medya ve din ikilisinden yalnızca birisinin diğeri etkilediğini ve dönüştürdüğünü söylemek zordur. Çünkü her ikisi de karşılıklı olarak etkileşim halinde olup birbirini değıştirmekte ve dönüştürmektedir.

Medyatik dinin ne olduğu, hangi işlevleri yerine getirdiği ve dinin siber uzamda nasıl dijitalleştiği gibi sorulara cevap verme konusunda önemli bir eser olarak karşımıza çıkan bu kitap, medya ve din çalışmaları için bir yol feneri görevi üstlenmektedir.



# MEDİAD

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

KİTAP DEĞERLENDİRMESİ | BOOK REVIEW

Haziran 2019, 2(1), 159-161

Geliş: 09.05.2019 | Kabul: 30.05.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Sanal Din

Değerlendiren: Hasan Hüseyin Candemir\*



**Kitabın Künyesi:** Haberli, M. (2014). *Sanal din tarihsel, kuramsal ve pratik boyutlarıyla internet ve din*. İstanbul: Açılım Kitap, 190 sayfa, ISBN: 978-9944-105-55-2

Tarih boyunca ortaya çıkan teknolojik gelişmeler insan hayatını etkilemiş, toplumsal alanı değişikliğe uğratmıştır. Günümüzde hem kendisi hem de kullanıcılarını bir meta haline getirebilen internet de bu teknolojik gelişmelerden biridir. İlk olarak 1960'lı yılların sonunda Amerika Birleşik Devletleri'nce DARPA'da (Defence Advanced Research Project Agency - Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu) tarafından farklı yerlerdeki bilgisayar sistemlerini birbirine bağlamak amacıyla kurulmuş bir bilgisayar ağı olan internet, daha sonra sivil kurumlar tarafından kullanılmaya başlanmış ve günümüzde ise bir kitle iletişim aracı olmanın ötesinde günlük hayatın bir parçası haline gelmiştir. Bu durum birçok sosyal bilimci akademisyenin internete derinlemesine araştırılması gereken bir mecra gözüyle bakmasına sebebiyet vermiştir. Bu sebeple pek çok toplumsal olay ve olgu internetle ilişkisi çerçevesinde ele alınmıştır. Buna bağlı olarak toplumsal hayatın önemli bir parçası olan din olgusunun internetle olan ilişkisini ortaya koymayı amaçlayan Mehmet Haberli *Sanal Din* adlı kitabında, "Tarihsel, Kuramsal ve Pratik boyutlarıyla İnternet ve Din" ilişkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

2014 yılında yayımlanan ve aynı zamanda müellifin doktora tezi olma özelliğini taşıyan araştırma, internetin dinler ile etkileşimini ele alırken, dinlerin internet ortamındaki serüvenini tarihsel, kuramsal ve pratik boyutlarıyla ortaya koymayı amaçlamaktadır. Dört ana bölümden oluşan araştırmada birinci bölümde internet ve din başlığı altında, bu ikilinin tanışma serüveni anlatılmıştır. İkinci bölümde sanal dini cemaatler, üçüncü bölümde sanal ritüeller ele alınırken dördüncü ve son bölümde ise dini içerikli web siteleri üzerine bir içerik analizi yer almaktadır. Çalışma genel olarak içerik tarama ve veri analizi üzerinden yürütülmüştür.

Günümüzde internet bir kitle iletişim aracı olmanın yanı sıra dinler ve dini yayıncılık açısından da oldukça önemli bir yer edinmiştir. İnternetin hızlı bir ağa sahip olması ve interaktif bir özellik taşıması, dinlere geleneksel iletişim araçlarından çok daha fazla alan açmıştır. Böylelikle cemaatler ve dini yapılar kendi inanç sistemlerini ve dini ritüellerini başkalarına tanıtmaya açısından önemli bir güç elde etmiştir. Ancak internet bir tanıtma ya da temsil aracı olmasının yanı sıra, dinin bizzat kendisine dair dönüşümlerin de muharrik kuvveti haline gelmiştir. Binlerce yıllık tarihe sahip olan dinlerin yeni sanal ritüellerinin ortaya çıkması bu değişimlerden sadece biri olarak gösterilebilir.

Dinlerin internet ortamıyla tanışması, internetin bazı üniversiteler tarafından kullanılarak sivilleşmesinin hemen ardından gerçekleşmiştir. Web sitelerince kullanıcılara sunulan sohbet odaları, forumlar ve kategorik dizinler dinin internet ortamına

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
e-mail: hashuscan@gmail.com | [orcid.org/0000-0002-6639-2129](https://orcid.org/0000-0002-6639-2129)

taşınmasının ilk nüvelerini oluşturmuştur. Web ortamında ortaya çıkan dini temalı ilk siteler öncelikli olarak ziyaretçilerini bilgilendirmeyi amaç edinmiştir. Din, tarih, ahlak gibi konular hakkında bilgi içeren bu siteler dünyanın dört bir yanından insanların web üzerinden fikir alışverişinde bulunmalarına imkân sağlamıştır. Bu sayfalarda kullanıcılar kendi dini düşünce görüş ve pratiklerinden hareketle sohbetler kurmuş ve karşılıklı etkileşime girmeye başlamıştır. Bu etkileşim kanıt ve denetim gibi sınırlamalara tâbi tutulmadığından kullanıcılar tarafından cazibeli hale gelmiş ve tabiri caizse dalga dalga yayılmıştır. Bu etkileşim ve paylaşımlar sadece amatör ve bireysel fikirlerden ibaret kalmamış, ilerleyen dönemlerde dinlerin ileri gelenleri tarafından belirlenen gruplar ve yöneticiler ile kurumsal olarak işletilmeye başlanılmıştır. Bu kurumsal hesaplar dinlerin yapısal özelliklerini sitelerinde isteyerek veya istemeyerek barındırmışlardır. Örnek vermek gerekirse katı kurallara sahip olan bir dinin internet sitesi bu katılığı hissettirecek derecede tasarlanmıştır. Mehmet Haberli'nin de örneklem olarak kullandığı vatican.com, chabad.org ve islamicity.com web ortamında kurumsallaşmış ve her biri on yılı aşkın bir geçmişe sahip olan önemli sitelerdendir. Sitelerin kurumsallık ve devamlılıkları Haberli'nin bu siteleri örneklem olarak seçmesindeki nedenleri arasındadır. Her gün milyonlarca kişi bu siteleri ziyaret edip burada dinler hakkında bilgi edinip birtakım dini ritüellere katılmaktadır. Genel olarak herhangi bir kısıtlama ve seçiciliği olmadığından, siteler ziyaretçilerin dikkatini çekmeyi başarmaktadır. Örnek vermek gerekirse gayrimüslimlerin girmesinin yasak olduğu haram topraklar diye nitelendirilen Mescid-i Haram'ı din, dil, ırk fark etmeksizin herhangi bir ziyaretçi, site üzerinden sanal olarak görme imkanı bulmaktadır. Bu aynı zamanda dini kuralların internet ortamlarında görece etkisini kaybettiğinin de göstergesidir.

Dini içerikli web sitelerinin amacı sadece kullanıcılar arasında iletişim sağlayıp fikir alışverişinde bulunmalarını sağlamak değildir. Bu web siteleri aynı zamanda ortak fikirleri benimseyen ancak ökümenik yapıya sahip farklı grupları bir araya getirmeyi de sağlamıştır. Mehmet Haberli'nin "sanal cemaat" olarak nitelendirdiği bu web siteleri aracılığıyla oluşturulan topluluklar, fiziksel olarak bir araya gelemeyen veya gelmesinin sakıncalı yanları olabilecek kişi ve grupların internet ortamında ortak bir zeminde birleşip örgütlenmesiyle teşekkül etmektedir. 1990'lı yıllardan bu yana bu tür örgütlenmelerin internet ortamında faaliyet gösterdiği bilinmektedir. Dini içerikli web sitelerinin ilk örneklerinden ecunet.org özellikle farklı Hristiyan gruplarını bir araya getirmeye çalışan bir işleve sahiptir. Üyeleri arasında iletişim sağlayan bir e-mail servisine sahip bu site aynı zamanda ilk Hristiyan sanal cemaati olma özelliğine de sahiptir (s. 46). Sanal dini cemaatler sadece aynı dine mensup kişilerden oluşmamaktadır aynı zamanda farklı dinlere mensup kişilerce de bu cemaatler oluşturulmaktadır. Kendisini çoklu inanç e-topluluğu olarak tanımlayan beliefnet.com bu cemaatlere örnek gösterilebilir. Sonuç olarak iletişim ve bilgi edinme amaçlı olarak ortaya çıkan internetin, ilk dönemden bu yana çok farklı sosyal amaçlarla kullanıldığı, fiziksel mevcudiyetin zorunlu olmadığı sosyal bir iletişim alanı sunduğu görülmektedir.

Yazarın internet ve din ilişkisi bağlamında özel bir bölüm ayırdığı dikkat çekici bir başka konu da sanal ritüellerdir. Tanımı bakımından üzerinde tam bir uzlaşmada bulunulmaması da en genel ifadeyle ritüel; "bireylerin kutsalla iletişim kurma amacına yönelik, bilinçli ve gönüllü bir şekilde bedenlen tekrar ettikleri sembolik davranışlar" olarak adlandırılabilir. Bu türden davranışların internet ortamında icra edilebilecek şekilde dizayn edilmesine de sanal ritüeller denir (s. 102). Bu çerçevede yazar günlük hayatta uygulanagelen ritüellerin sanal ortama taşınmasının avantaj ve dezavantajlarına değinmiştir. Buna göre bir kilisede icra edilen ritüelin zaman ve mekân unsurları hemen hemen aynı şekilde sanal ortama aktarılabilirken diğer taraftan dini tecrübenin birey üzerinde ortaya çıkardığı hissi durumu azalttığı görül-



mektedir (s. 107). Ancak bu azalan hissî boyut sanal ritüellerin yaygınlaşmasına engel değildir. Farklı şekillerde icra edilmelerine rağmen neredeyse bütün dinlerde bulunan ve sanal ortamda oldukça yaygın şekilde karşımıza çıkan ritüeller bulunmaktadır. Dua isteme bunların başında gelen ritüeller arasındadır. Hemen her semavi dini temsil eden sitelerde dua isteme ve dua etme uygulamaları dizinlerde yerini alırken, sırf dua iletme işini üstlenen siteler de mevcuttur. Ağlama duvarına dua göndermeye aracılık eden bir web sitesi olarak [jerusalemwesternwall.com](http://jerusalemwesternwall.com) örnek gösterilebilir. İnternet üzerinden yaygın olarak gerçekleştirilen bir başka ritüel de sanal mekan ziyaretleridir.

Son yıllarda internetle birlikte görsel işitsel ve üç boyutlu teknolojilerin de gelişmesiyle, kutsal mekanlar sanal ortama taşınmıştır. Bunun sonucunda semavi dinlerden paganlara kadar birçok grup bu uygulamaları tecrübe etme imkanı bulmuştur. Fiziksel veyahut başka nedenler ile kutsal mekanları ziyaret etme imkanı olmayan bireyler, bu şekilde hem kendi inançları doğrultusunda kutsal gördüğü mekanları hem de diğer inanç sistemlerinin kutsal mekanlarını tanıma imkanı bulmaktadırlar. Öyle ki artık yer-yüzünde orijinal halinde bulunmayan tahrip görmüş, yıkılmış, yok olmuş bazı mekanlar bile bu şekilde sanal ortamda ziyaretçilerine kapılarını aralayabilmektedir. Netice itibarıyla sanal ritüellerin, bireylerin günlük hayattaki ibadetlerinin yerini tam manasıyla karşılamasa da onların birtakım manevi ihtiyaçlarına cevap verdiği ve taraflarca kullanıldığı ortadadır.

İletişim teknolojilerinin sosyal hayatın hemen her alanında aktif olarak kullanılmasıyla birlikte, internette varlığını gösteremeyen grupların sosyal hayattaki varlığı tartışmalı hale gelmiştir. Bu sebeple kurum ve organizasyonların sanal ortama ağırlık verdiği gözlemlenmektedir. Dini kurum ve gruplar internet ortamında milyonlarca site üzerinden yayınlarını yapmakta ve propagandalarını sürdürmektedir. Müellif araştırma konusu kapsamındaki örneklemelerini bu siteler arasından özenle seçmiş ve araştırmasını yürütme çabasına girmiştir. Ancak müellifin seçtiği örneklemelerin diğer siteleri tam manasıyla temsil edip edemediği konusu tartışmaya konu olabilir. Zira örneklem olarak kullanılan web siteleri ile diğer milyonlarca site, elbette amaç ve muhteva bakımından tam anlamıyla bir bütünlük arz etmeyebilir. Fakat bu web siteleri arasından belirli kriterler baz alınarak seçilen üç web sitesinin analiz sonuçları, dinlerin internet ortamını nasıl etkin bir şekilde kullanabileceklerini ve bu yeni iletişim ortamının dinlere sunabileceği imkanları göstermesi açısından önemli bulguları ortaya çıkarmıştır.

Özetle söylemek gerekirse din olgusunun sanal ortama taşınması, dinlerin web siteleri veya sanal dini cemaatler yoluyla yeni iletişim ortamında varlıklarını devam ettirmesini sağlamıştır. Sanal ritüeller yoluyla da bir kısım dini aktiviteler internet ortamına transfer olmuştur. Bu durum din olgusunun yeni anlamlar kazanmasını sağlamış ve dinin ne gibi değişim ve dönüşümler yaşayabileceği sorusunu akıllara getirmiştir. İnternet ortamıyla elde edilen bu imkân, kaynaklarla ilgili güvenilirlik problemini de beraberinde getirmiştir. Yine sanal ortamlarda icra edilmeye çalışılan dini ritüeller, “inanılan din, yaşanılan din, gösterilen din” gibi yeni kavramları da yeniden yorumlanmaya muhtaç hale getirmiştir. Mehmet Haberli’nin *Sanal Din* adlı çalışması doğrudan bu tür sorulara cevap aramasa da bu nevi soruları cevaplamak için yapılacak çalışmalara önemli bir basamak işlevi görecektir.



# MEDİAD

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

KİTAP DEĞERLENDİRMESİ | BOOK REVIEW

Haziran 2019, 2(1), 163-165

Geliş: 08.05.2019 | Kabul: 30.05.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Sanal Cemaatler

Değerlendiren: Numan YILDIZ\*



**Kitabın Künyesi:** Akkaş, İ. (2015). *Sanal cemaatler*. İstanbul: Doğu Kütüphanesi Yayınları, 240 sayfa, ISBN: 978-605-5227-51-7

Cemaat kavramı, sosyolojinin merkezi kavramlarından birisidir. Alman sosyolog F. Tönnies'in modern toplumu anlayıp açıklayabilmek adına kavramsallaştırdığı cemaat-cemiyet (Gemeinschaft-Gesellschaft) kavramları, yaşanan toplumsal değişimi izah edebilmek için sosyal bilimcilerin sıklıkla başvurduğu kavramlardan birisi olagelmıştır. Tönnies'in yapmış olduğu adı geçen kavramsallaştırma toplumsal yapının analiz edilmesinde önemli kolaylıklar sağlamıştır. Toplumsal yapının değişiminde kuşkusuz birçok faktör etkilidir. İnsanlığın var olduğu günden bugüne gelinceye dek toplumsal yapının dönüşümünü etkileyen en önemli faktörlerden birisi teknik olmuştur. Özellikle 19. yüzyıldan sonra yaşanan teknolojik gelişmeler toplumsal yapının dönüşümünde çok önemli bir etkidir.

İnternet teknolojisinin baş döndürücü bir hızla gelişmesi, bilgiye erişimin kolaylaşması ve internet kullanımının kitleselleşmesi beraberinde toplumsal yapıda bir dönüşümü ve yeni toplumsal ilişkileri de getirmiştir. Bu doğrultuda Tönnies'in cemaat-cemiyet kavramsallaştırması sosyal bilimlerde güncelliğini korumasına rağmen "bilgi toplumu" nu açıklama da yetersiz kaldığı görülmektedir. Değerlendirmeye tâbi tutulan *Sanal Cemaatler* adlı eser Tönnies'in kavramsallaştırmasından hareketle cemaat kavramının dönüşümünü, farklı boyutlarıyla sanal ortam üzerinden ele almaktadır. Akkaş'a göre geç modern dönem cemaat algısının ayırt edici özelliği, bireyin doğumla birlikte içinde yer aldığı değil de tercihen içerisinde bulunmak istediği bir topluluğa karşılık gelmektedir (s. 88). Akkaş, cemaat kavramının dönüşümünü izah etmek için erken modern ve geç modern dönem ayırımına gitmektedir. Bu ayırımı yaparken de geç modern dönemi internet teknolojisinin kitleselleştiği dönem olarak kabul etmektedir.

İnternet teknolojisinin kitleselleşmesi ve toplumsal yapının analiz edilmesinde önemli bir unsur haline gelmesiyle birlikte sosyal bilimler alanında bu konuya ilginin arttığı görülmektedir. Özellikle iletişim fakültesinde, sosyoloji ve din sosyolojisi bölümlerinde son yıllarda bu konuya ilişkin önemli çalışmalar göze çarpmaktadır. Bu çalışmalardan bir tanesi ise *Sanal Cemaatler* adlı eserdir. Eser, Doğu Kütüphanesi yayınlarından 2015 yılında çıkmıştır. Çalışmada internet teknolojisiyle birlikte yaşanan toplumsal değişim, insanların gündelik hayat pratikleri üzerinden analiz edilmiştir. Ayrıca nitel araştırma yöntemiyle derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Eserin başlığı olan "sanal cemaat" kavramsallaştırması üzerinde durulacak olursa söz konusu kavram Tönnies'in cemaat-cemiyet kavramından hareketle geliştirilmiştir. İnternet teknolojisinin gelişimiyle birlikte toplumsal yapıda yaşanan dönüşümü

Tönnies'in kavramsallaştırması ile açıklamaya çalışmak sosyal gerçekliği anlama hususunda sınırlı kalmaktadır. "Sanal cemaat kavramı, Tönnies ve Weber'in 19.yüzyılda bireylerin mesafelerle birbirinden uzaklaştığı toplum ile üyelerin aynı mekânı paylaştıkları cemaat ayırımına gönderme yapmaktadır. İnternet'in mekânsal olarak bölünmüş bireyleri bir araya getirerek yeni cemaat yapıları oluşturduğu ileri sürülmüştür" (Şener'den akt. Akkaş, s. 98).

Kitabın temel tezini en genel haliyle ifade edecek olursak; bireylerin gündelik hayat içerisinde yapmış oldukları eylemlerin ve birbirleriyle olan ilişkilerin artık sanal ortama kaymış olduğu iddiasıdır. Örneğin bir insanın arkadaşlık ilişkileri kurması, dayanışma mekanizmaları geliştirmesi, oyun oynaması gibi sosyalleşme süreçlerinin büyük çoğunluğu artık sanal ortamda gerçekleşmektedir. Bunun yanı sıra eğitim faaliyetleri de ciddi oranda online bir hale dönüşmüştür. Bununla birlikte insanların akrabalık ve arkadaşlık ilişkileri doğrultusunda gerçekleştirdikleri evlilik gibi ilişkilerin birçoğu da artık sanal dünya vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Nihai olarak söylenebilir ki insanların gündelik hayat içerisindeki ilişkilerinin dikkate değer bir kısmı sanal ortamda meydana gelmeye başlamıştır. Burada üzerinde durmamız gereken önemli bir nokta ise sanal ortam dışındaki ilişkilerin hala varlığını sürdürüyor olmasıdır. Eserin iddiasına göre sanal ortamdaki farklı platformlar gün geçtikçe cemaatleşme eğilimi içerisindedir. Zira farklı amaçlarla sanal cemaatlerde tanışan insanlar, hem sanal mekânda hem de fiziksel mekânda bir araya gelmekte ve ciddi ilişkiler gerçekleştirmektedirler.

Eserde insanların gerek özel alanda gerekse de kamusal alanda birbirleriyle olan ilişkilerinin büyük oranda sanal dünyada meydana gelmeye başlamasının nedenleri üzerinde durulmaktadır. Bir başka deyişle insanların neden bu denli sanal dünyaya ilgi gösterdiğinin saikleri üzerinde durulmuştur. Bunlardan ilki sanal ortamın, zamanın ve mekânın ötesiyle ilgili olmasından kaynaklanmaktadır. Sanal ortamda fiziksel mekân yoktur. Fiziksel mekânın yerini dijital mekân almıştır. Dijitalleşme bilgi akışının son derece hızlı bir hal almasına sebebiyet vermektedir. İnsanlar dijital ortamlar aracılığıyla dünyanın herhangi bir yerindeki insanla rahatlıkla iletişim kurabilmektedir. Sanal dünyaya olan ilginin bir başka nedeni ise bireylere kimliklerini olduklarından farklı gösterme imkânı sunmasıdır. Bu durumu Akkaş şu şekilde ifade etmektedir. "Siber alanın anonim ortamı bireylere kimliklerini yeniden kurgulayabilecekleri, hayal edilen ya da var olan gerçekliğin uyarlanabileceği yeni kimlikler yaratabilme olanakları sunar. Yüz yüze iletişimde var olanın tersine sanal ortamda iletişim, kimliklere tüm dışsal baskılardan kurtulma imkânı vermektedir" (s. 64).

Sanal cemaatlere olan ilginin bir diğer sebebi ise toplumsal kontrol ve sorumluluk duygusunun oldukça zayıf olmasıdır. Sanal cemaatlere üye olma ya da gruptan ayrılma gibi durumlarda görülebileceği üzere, ilişkilerin kolayca kurulup bozulabilmesi ve ayrıca bundan dolayı herhangi bir yaptırımın/kınanmanın olmaması gibi etkenler, insanları sanal cemaatlere yöneltmektedir. Yani insanlar yüz yüze ilişkilerde var olan toplumsal baskıdan sanal cemaatlerde önemli ölçüde kurtulmaktadır. Bu yönüyle düşünüldüğü zaman sanal cemaatler bireylere nispi bir özgürlük alanı sağlamaktadır. Yukarıda söylenenler belirli ölçüde gerçekleşmesine rağmen sanal cemaatler ve internet ortamı aynı zamanda önemli bir gözetim alanı olarak da karşımıza çıkmaktadır. İnsanlık tarihinin erken dönemlerinden günümüze kadar gözetim hep var olmuştur. İnternet teknolojisinin gelişmesine paralel olarak sanal cemaatler önemli bir gözetim mekânı haline gelmiştir. "Günümüzde en önemli gözetleme aracı, toplanan verinin saklanması, eşlenmesi, geri getirilmesi, işlenmesi pazarlanması ve dolaştırılmasına olanak yaratan bilgisayardır. Veriler, sırf numaraların ve isimlerin ötesinde DNA kodları veya fotoğraf görüntülerine uzansa da gözetlemenin gerçekleşmesini sağlayan teknolojiler bilgisayar gücü içerir" (s. 123). Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere internet teknolojisi bireylere, nispi bir özgürlük alanı açmaktadır. Ancak bunun yanı sıra bu teknoloji bilhassa egemen güçler için önemli bir gözetim alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Eserde üzerinde durulan bir diğer husus ise sanal cemaatlere katılımın toplumun tüm kesimlerinde görülüyor olmasıdır. Yani her yaşta ve her meslek grubundan insanın çeşitli sanal cemaatlere üyeliği bulunmaktadır. Bununla birlikte yaş grubu, meslek durumu, gelir seviyesi gibi faktörlere göre üye olunan gruplar ve üyelik amaçları farklılık arz etmektedir. Genel olarak sanal cemaatlere üyeliğin amaçları şu şekildedir: arkadaş bulmak, video, resim, fotoğraf, müzik paylaşmak, oyun oynamak, örgütlenmek, gibi amaçların yanı sıra siyasal ve cinsel amaçlı olarak da sanal cemaatlere üyelik yapılmaktadır. Yukarıdaki amaçlardan da anlaşılacağı üzere sanal cemaatler birçok farklı işlevi yerine getirebilmektedir. Bu doğrultuda insanların gündelik hayatta ihtiyaç duydukları pek çok unsuru sanal cemaatler kendi bünyesinde barındırmaktadır.

Sanal cemaatler her ne kadar büyük kitleler tarafından kullanılıyor ve kabul görüyor olsa da sanal cemaatlere muhalif olanlar da bulunmaktadır. Sanal cemaatlere karşı olanlara göre “sanal cemaatler sahte cemaatlerdir; samimiyetten uzaktır. Sanal cemaat kavramına daha eleştirel yaklaşan bu gruba göre, bu tarz ilişkilerin yaygınlaşması, insanların gerçek yaşamdaki ilişkilerini başka istikametlere yönlendirir. Dolayısıyla gerçek yaşamdaki ilişkileri yoksullaştırır” (s. 137). Bilhassa bugün birçok aile içi ilişki aile fertlerinin sanal ortamlarda vakit geçirmesi ve birbirlerine olan ilgilerinin azalması dolayısıyla yıpranmaktadır. Aynı şekilde bu duruma akrabalık ve arkadaşlık ilişkileri de örneklik teşkil edebilir. Sanal cemaatleri eleştirenlere göre sanal cemaatler bireyleri asosyal yapar. Ancak değerlendirmesini yaptığımız esere baktığımızda hem bu durumu olumlayan hem de olumsuzlayan verilerin var olduğu görülmektedir.

Sanal cemaatlerin eleştirildiği bir diğer husus ise insanların özel hayatlarının teşhir edildiği yönündedir. “Sanal cemaatler, günlük hayatın niteliğini artırmakla beraber, kişilerin özel hayatlarını deşifre etmesi nedeniyle eleştiri konusudur. Ancak bu durum sanal cemaatlere olan ilgiyi azaltmamaktadır. Çünkü bu dijital araçlar günlük hayatın rutini haline gelmiştir” (s. 221).

Alman sosyoloji geleneğinin önemli isimlerinden olan F. Tönnies’in cemaat-cemiyet kavramsallaştırmasından hareketle 1990’lı yıllarda Howard Rheingold tarafından geliştirilen “sanal cemaat” kavramını akademik düzlemde inceleyen bu eser, internet teknolojisiyle birlikte cemaat kavramının dönüşümünü ve farklı görünümlerini ele almaktadır. İnternet teknolojisinin gelişmesi ve kiteselleşmesi sonucunda toplumsal yapı ve ilişkiler de dönüşüme uğramıştır. Bireylerin gerçek hayattaki eylemlerinin ve ilişkilerinin önemli bir kısmı artık sanal cemaatlerde meydana gelmektedir. Sanal cemaatlere olan ilgi bir hayli yüksektir. İlginin yüksek olmasının belki de en önemli nedeni, hemen her yaş ve meslek grubundan, gelir düzeyinden insanlara hitap etmesidir. Sanal cemaatler, zaman ve mekân bağlamında fiziki dünyadan farklılaşmaktadır. Bu bakımdan toplumsal kontrol ve yaptırım mekanizmaları daha kısıtlıdır. Kimlikler de görece parçalanmış, farklılaşmıştır. Bahsi geçen tüm bu hususlar, insanların sanal cemaatlere ilgi göstermelerinin temel nedenlerini oluşturmaktadır. Sanal cemaatlerde geliştirilen ilişkilerin cezbedici yanları olmasına karşılık eleştirilen tarafları da mevcuttur. Sanal cemaatler bilhassa kamusal alan ve özel alanın sınırlarını belirginsizleştirmekte, özel alanı büyük ölçüde ortadan kaldırmaktadır. Bunun bir sonucu olarak mahremiğin teşhir edilmesi çok daha kolay olabilmektedir. Sanal cemaatlerin bir diğer eleştirilen yönü ise gerçek hayattaki ilişkileri yoksullaştırmasıdır.

Sonuç olarak lisans öğrencilerinin rahatlıkla anlayabileceği bir düzeyde oldukça anlaşılır bir yazı diline sahip olan eserin teorik kısmı, konuyla ilgili literatür çerçevesinde şekillenmiştir. Diğer taraftan sahadan elde edilen verilere bakıldığında özgün verilerin var olduğu görülmektedir. Kitabın bu yönüyle literatüre önemli bir katkı yaptığı düşünülmektedir.



# MEDIAAD

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

KİTAP DEĞERLENDİRMESİ | BOOK REVIEW

Haziran 2019, 2(1), 167-170

Geliş: 14.05.2019 | Kabul: 01.06.2019 | Yayın: 28.06.2019

## Online Alevi Topluluklar

Değerlendiren: Muhammed Enes YÜCE\*



**Kitabın Künyesi:** Şahin, İ. (2013). *Online Alevi topluluklar: Küresel desenli bir gruptan mit desenli bir inanç topluluğuna*. Konya: Çizgi Kitabevi, 371 s.

Batı uygarlığı etrafında şekillenen ve hemen hemen bütün toplulukların yaşamında deneyimlemek zorunda kaldığı modernite olgusu, pek çok değişim ve dönüşümü beraberinde getirmiştir. Toplulukların kendilerini yeniden yorumlamasına neden olan bu süreç, bir arada olma durumunu yansıtan rol ve işlevlerde de geleneksel topluluk yapılarına nazaran bazı farklılıkların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Modernitenin bireyselleştirici tavrı, toplulukların bir arada var olma deneyimini de derinden etkilemiştir. Yaşanılan hayatın toplumsal hafızadaki topluluk koduyla uyum göstermemesi, kimi topluluklarda aidiyet krizini doğurmuştur. Birtakım sosyologlarca bu kriz toplulukların yok olması olarak anlaşılmıştır. Modern ve geleneksel olanın bir arada bulunmasının mümkün olamayacağı şeklindeki topluluk inancı anlayışı, geleneksel toplulukların modernleşmesinin kaçınılmaz bir sonuç olduğu yaklaşımını üretmiştir. Tam da toplulukların yok oluşunun dillendirildiği dönemde, geleneksel yapı ve değerler modern bağlamda yorumlanmış ve yeni topluluk türleri ortaya çıkmıştır. Modern perspektifte yorumlanarak ortaya çıkan topluluk türlerinden bir tanesi de online topluluklardır.

İlkay Şahin'in 2013 yılında yayımlanan *Online Alevi Topluluklar Ritüel Desenli Bir Gruptan Mit Desenli Bir İnanç Topluluğuna* adlı kitabı online toplulukları incelemesi yönünden alanında öncü kitaplar arasındadır. Amaçlı ve kartopu örnekleme tekniğinin kullanıldığı çalışma, giriş ve sonuç bölümü ile birlikte "Topluluk Kalabilmek" ve "Alevi Kalabilmek" adlı iki ana bölümden oluşuyor.

Kitap, Şahin'in de belirttiği üzere, "Alevi modern yapılanmasını, sosyal yapı ve değerler sisteminin birbirinden bağımsız, ancak birbirini etkileyen ontolojik bağlamlarının sembolik bir modelini sunan mit-ritüel analiz çevresinden hareketle online Alevi topluluklar örneğinde değerlendirmeyi amaçlamaktadır" (s. 16). "Online Bir Yöntem Tasarımı" adlı kitabın giriş bölümünde topluluk kavramı üzerinde durulmuş, 1960'lardan itibaren artan iç ve dış göç sonucunda geleneksel toplulukların kentleşmeyle birlikte yeniden yapılanma ve uyarlanma süreçlerine değinilmiştir. Buna göre, "Demografik hareketlilik, yeni iletişim ve etkileşim biçimlerinin de teşvikiyle fiziksel ve kolektif sınırların eridiği, mensubiyet ve topluluk sınırlarının yazılı kültürün hâkimiyet alanı içinde sembolik olarak kurulduğu, sosyal etkileşimin bir ağ bünyesinde gerçekleştiği bir yapılanma modeli, modern topluluğun yeni yüzünü şekillendirmiştir" (s. 12). 1980'lerden itibaren giderek sosyal gerçeklik içinde modernite ile ilişkisini sürdüren Aleviler ise, 2000'li yıllardan sonra online ortamda teşekkül etmişlerdir. Gönüllülük esasına dayalı aidiyet düşüncesi etrafında bir araya gelen Aleviler, kimliğin referanslarını online performanslarla ortaya koyarak online bir topluluk oluşturmuşlardır. Böylece, geleneğin

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-mail: yucenes1@gmail.com, [orcid.org/0000-0001-6610-9760](https://orcid.org/0000-0001-6610-9760)

meydana getirdiği mitsel ve ritüel bağlamda kutsallaştırılan kolektif aidiyet tipi bir mensubiyet biçiminin yerini, yazılı kültüre eklenerek özgün, öznel, rasyonel seçimi önceleyen, sembolik kodlarını online ortamda mitsel olana atıfla paylaşan bireysel kimlik tasavvuru almıştır. Şu halde online topluluklar, “offline bir yapılanmanın uzantısı ve mikro bir modelidir” (s. 13).

Geleneksel periferik topluluklarda, aidiyet tasavvuru fiziksel katılımlı ritüellerin oluşturduğu etkinlikler üzerinden şekillenirken, modern bağlama geçişle birlikte coğrafi mekân ayrışımı ve bireyselleşme gibi faktörler kolektif ve fiziksel katılımlı etkileşimi sınırlandıran bir yapıyı da beraberinde getirmiştir. Fiziksel katılım ve kolektif etkileşimin boşluğu, mitsel atıf çerçevesinde semboller aracılığıyla online düzlemde giderilmeye çalışılmıştır. “Böylece geleneksel periferik topluluk yapısını temsil eden ritüel-mit dengesi mit lehine bozulmuştur” (s. 14).

Periferik Alevi grupların modern yapılanma sürecini online Alevi topluluklar örneğinde incelemeye alan kitabın cevap bulmaya çalıştığı temel sorular şu şekilde sıralanmıştır: “Sosyal yapı ve değerler sistemi arasındaki devamsızlık, modern bir bağlam olan sanal ortamda online Alevi toplulukları nasıl yapılandırmaktadır? Online modern bağlamlarda yapılanma, geleneksel grup yapısı ve mensubiyet biçimini dönüştüren ve sembolik bir inanç topluluğunun inşasıyla sonuçlanan etkileri nasıl yaratmaktadır? Online sembolik inanç topluluğu olarak yapılanma, geleneksel grup yapısı ve kolektif aidiyetin üretim kanalı olan ritüel-mit etkileşiminin, ritüellerin işlev kaybına uğraması ve mitlerin modern bağlamın kurumsal, yazılı kültürel bağlamına uyarlanması suretiyle yaşanan ve Aleviliği yeniden tanımlamak şeklinde formüle edilen merkez kaymasıyla nasıl bir etkileşim içindedir? Online modern bağlamda yapılanma ile offline yapılanma süreçleri nasıl bir ilişki biçimini temsil etmektedir?” (s. 17)

Bahsedilen problem cümlelerden hareketle nitel bir araştırma deseninde kurgulanan çalışmanın araştırma alanı, forum siteleri ve kurumsal web siteleri ile sınırlandırılmıştır. Yazar, Alevi grupların yurt içi ve yurt dışındaki dağılık yerleşimlerinin farklı modern yapılanmaları temsil edebileceği gerekçesiyle, Türkiye ile Alevi nüfusun yoğunlaştığı bir Avrupa ülkesi olan Almanya merkezli ikişer forum sitesini ve kurumsal online web sitelerini örneklem olarak tercih etmiştir. Google arama motorunda konuyla ilgili kavram taramaları yapan yazar, nihai olarak örneklemine Aleviform ve GençAleviler forum sitelerini dâhil etmiştir. Yine Google’da yönlendirmeler aracılığıyla üst şemsiye kurum olarak Almanya merkezli AABF (Almanya Alevi Birlikleri Federasyonu) ve Türkiye merkezli ABF (Alevi Bektaşî Federasyonu) örneklem olarak seçilmiştir.

Şahin’in ana başlıklarından olan “Topluluk Kalabilmek” adlı ilk bölümde; endüstrileşme, bürokratik yaşam ve teknolojinin geleneksel topluluklar üzerinde yaptığı değişiklikler karşısında yeni model arayışları, farklı sosyologların görüşlerinden hareketle tartışmaya açılmıştır. Özellikle Tönnies’in kırsal ve geleneksel yaşam alanlarının organik ve ahlaki birliktelik tipini cemaat; modern kentsel alanların sözleşmeye dayalı birliktelik tipini ise cemiyet olarak kavramsallaştırması üzerinde durulmuştur. Buna göre, modernleşmeyle birlikte meydana gelen toplum yapısındaki değişim, Tönnies’in cemaat-cemiyet dikotomisindeki uçurumu açmış, modernizmin bireyselleştirici karakteri, bir arada olma durumunu ve yüz yüze etkileşimi sınırlandırarak cemaat yapısını eritmiş veya dönüştürmüştür. Sosyolojinin de yaşanan gelişmelere paralel şekilde ilgi gösterdiğini belirten Şahin, sosyoloji için, “bir yandan yüzünü modern olana çevirirken diğer yandan da topluluk fenomenine yönelik ilgisizliği için yok oluş teması ekseninde ampirik bir gerekçelendirmeye gitmiştir” (s. 27) ifadelerine yer vermiştir.



Teknolojideki gelişmelerin ışığında farklı iletişim ve ulaşım şekillerinin ortaya çıkmasıyla birlikte tartışmaya açılan topluluk yapısı hakkında yeni yorumlar ortaya atılmıştır. Modernleşme sürecinin topluluk yapısını yok ettiği düşüncesi kültürel dönüş olarak adlandırılan eğilimle beraber topluluğun yeniden yapılanması şeklinde tasvir edilir hale gelmiştir. Zaman ve mekân algısı online ortamda yeni bir havaya bürünmüş, ortadan kalktığı düşünülen cemaat tipi yapılanmalar, yeni topluluk tipleriyle karşımıza çıkmıştır. Yüz yüze etkileşim biçiminden farklı olarak internet üzerinden, sembolik aidiyet biçimiyle mensubiyet ve var olma fikri kendisini gösterir olmuştur. Online ortamda grup kimliğini korumayı hedefleyen birtakım gruplar sanal topluluklar meydana getirmiştir. Yazar bunu “soyut bir mekan üzerinde yapılanan yeni topluluk tipleri, kimlik tasavvurunda somutlaşan bir mensubiyet biçimiyle özdeşleşmiş, etnik, dini, ve kültürel bağlılıklar birer kimlik olarak sembolize olmuştur” (s. 30) şeklinde ifade etmiştir. İnternetin bu denli kullanımından meydana gelen sanal topluluklar, aynı zamanda birey belirlenimli, dinamik bir toplumsallaşmanın önünü açmıştır. Bu açıdan ele alındığında internet, modernizmin yalnızlaştırdığı ve yabancılaştırdığı insan için yeni bir sosyalleşme alanı oluşturmuştur. Sanal toplulukların yapılandığı bu yeni mekânın farklı isimlerle de anıldığına dikkat çeken yazar, sanal alan, sanal âlem, online ortam, siber ortam, sanal ortam, siber âlem, elektronik bölge gibi ifadelerin sosyal dünyada olduğu üzere yeni bir mimariyi ve çevreyi yarattığını vurgulamıştır. “Bu bakımdan siber âlem maddi ve fiziksel olmayışına karşın, kendi coğrafi alanına ve tıpkı gerçek dünyadaki gibi hareket özgürlüğü sağlama potansiyeline sahiptir.” (s. 69)

Kitabın alt başlıklarından “Sembolik Bir Yapılanma: Sanal İnanç Toplulukları” bölümünde online ortamda ortaya çıkan dini topluluklara değinen yazar, çeşitli ritüeller ekseninde ortaya çıkan yeni dini formların online görünümü üzerinde durmuştur. Çeşitli isimlerin çalışmalarından örnekler vererek konuyu derinlemesine inceleyen Şahin, dinin sekülerleştiği ve sosyal hayattan giderek çekildiği anlayışının aksine dikkatleri din ve internet ilişkisine çekmiştir. Sosyal gerçeklik alanından bağımsız olmayan kutsal siber alan, bir yandan dini tecrübe için bir araç olma işlevini görürken diğer yandan da dini tecrübenin gerçekleştiği kutsal bir alan olma işlevi görmektedir. Özellikle son 20 yılda sanal alan hem dini ritüellerin uygulandığı hem de dini tartışmaların yürütüldüğü bir yer haline gelmiştir. Dini grupların aynı mekânda bir arada olmadan da etkileşim göstermeleri, ortaya koydukları sembollerle yeni bir iletişim biçimi sergilemeleri de bu yargıyı desteklemektedir. Mitsel referanslara atıfla gerçekleşen bu yeni topluluklar Alevi gruplar örneğinde olduğu üzere gelenekseli modern bağlamda yorumlayarak vücut bulmuştur. Geleneksele kıyasla mitsel referansların ön planda oluşu bu tür gruplarda heterojen yapının da erimesine sebebiyet vermiştir.

“Alevi Kalabilmek” adlı ikinci bölümde Alevi grupların tarihsel gelişimine ve online ortamda Alevilerin nasıl yer edindiklerine değinilmiştir. Kızılbaş kavramından Alevi kavramına geçişin incelendiği “Sembolik Bir Yapılanma: Alevi İnanç Toplulukları” başlığında ise epistemik bir modernleşme modeli ve kentli bağlamdaki Alevi yapılanması analiz edilmiştir. Yazar kitabın ilk bölümünde ele aldığı ritüel tipi organizasyon şemasından mit tipi organizasyon şemasına geçişi Kızılbaş kavramından Alevi kavramına geçiş olarak sunarak bir nevi somutlaştırmıştır. Bu bölümde ayrıca “heresi” ve “heterodoksi” kavramlarıyla Aleviliğin ana dini gelenekten ayrıldığı ortaya konulmuştur. İkinci alt başlık olan “Sembolik Bir Yapılanma Örneği: Online Alevi Toplulukları”da topluluğun yapılanışı hakkında değerlendirmelerde bulunulmuştur. “Topluluğun yapılanışı 1980’lerin sonunda gerçekleşen ve yeniden canlanış olarak adlandırılan süreç ile birlikte kamusallaşmıştır. Bu bakımdan, yeniden canlanış olarak adlandırılan süreç, periferik Alevi Grupların mensubiyet, sosyal organizasyon ve yapı itibarıyla yaşamakta oldukları derinlerde seyreden radikal bir yapılanmanın habercisidir” (s. 184). Sembolik olarak yapılanan bu yeni grup coğrafi mekâna bağlı kalmaksızın bireylerin zihninde tasavvur edilen mitsel bir topluluk haline gelmiştir. Buna bağlı olarak Şahin’in Google arama

motoruna Alevi kavramı yazıldığında yedi milyonluk verinin ortaya çıktığını dillendirmesi Alevi grupların dönüşümünü gözler önüne sermektedir.

Kitabın sonuç kısmında ise Şahin, modernleşme ve kentlileşme sürecinin ce-maat tipi topluluğu ortadan kaldırdığının düşünüldüğü günümüz dünyasında farklı grupların iletişim teknolojileri vasıtasıyla yeniden yapılandığı yargısına ulaşmıştır. Yine Şahin, kimliklerin kendini ifade etme tarzının internet aracılığıyla online topluluklar şeklinde görüldüğü bulgusuna yer vermiştir. Ağ yapısı üzerinde dağınık halde bulunan topluluklar, ortak sembolik değerlere atıfla bir arada olma özelliğini sanal ortam aracılığıyla elde etmişlerdir. Ritüel-mit ilişkisi üzerine de bir değerlendirilmede bulunan Şahin, kolektif aidiyetin unsuru olan ritüel-mit etkileşiminde ritüelin işlev kaybetmesi ve mitin modern bağlamda yeniden yorumlanarak kurumsal ve yazılı kültürel bağlama uyarlanması neticesinde yaşanan bir merkez kayması ile ilişkili olduğu saptamasını yapmıştır. Sonuç olarak Şahin, geleneksel grupların kolektif aidiyet biçimlerinin modern bağlamda yerini alan online toplulukları inceleyerek, teknoloji ve internet aracılığıyla değişen sosyal bilimler anlayışında öncü sayılabilecek bir çalışma gerçekleştirmiştir.

# 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 Mülayım, 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 televaizler örneği 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.

- *Sözü 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 Kañal *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.

- *Sanallaş(tırıl)ma 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 belirtirse 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 Sempozyumunu 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>

# MEDİAD

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

SEMPOZYUM DEĞERLENDİRMESİ | SYMPOSIUM REVIEWS

Haziran 2019, 2(1), 181-184

Geliş: 20.05.2019 | Kabul: 17.06.2019 | Yayın: 28.06.2019

## I. II. ve III. Dini Yayınlar Kongreleri

– 2003, 2004 ve 2005 –

Değerlendiren: Nida Sümeyya ÇETİN\*



Ülkemizde dini alanda yapılan yayınların aslına uygun, orijinal, içinde bulunan çağın süreçlerini içerecek, bilimsel ve fikri açıdan kaliteli olabilmesi adına Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından ilki 2003 yılında olmak üzere günümüze kadar aralıklarla yedi kez “Dini Yayınlar Kongresi” düzenlenmiştir.

2003, 2004 ve 2005 yıllarında düzenlenen kongrelerde yayıncılığın kademe kademe bütün yönleri ile ele alındığı görülmektedir. I. Kongre değerlendirilecek olursa, dini yayınların genel olarak durumu, gelişim aşamaları, yayıncılık anlayışı, yayıncılar nezdindeki durumu, toplumun farklı kesimlerine yönelik dini yayıncılık çalışmaları, yayınlardaki bilimsellik sorunu gibi birçok konuya değinildiği görülmektedir. Genel bir kanı edinilmesi anlamında ve diğer çalışmalara öncü olması anlamında 2003 yılındaki bu kongrenin o zamana kadar ciddiyetle ele alınmayan konuları masaya yatırması, önem arz etmektedir. Ancak genel anlamda ilk kongrede, çözüm odaklı olmaktan çok ağırlıklı olarak sorunların tespitine yönelik bir eğilim göze çarpmaktadır. Günün şartlarına göre katılımcıların kendi bakış açılarından genel bir çerçeve çizmesi, biriken problemlerin güncel şekilde ele alınması ve tespit edilmesi anlamında önem arz etmektedir. Sonuç bildirgesinde yer alan misyon tespitinde de çözüme yönelik tavsiyelerin bulunması dikkat çekicidir.

Genel olarak değerlendirildiğinde I. Kongre’de, dini yayıncılığa bütünsel bir yaklaşım sergileme adına, akademik açıdan temel konuların ele alındığı ve ileride atılacak adımlara bir başlangıç anlamında konu içeriklerinin hazırlandığı dikkat çekmektedir. Özellikle engelli, çocuk ve gençler ile kadınlara yönelik işitsel, görsel ve basılı yayınlar ile ilgili hali hazırdaki mevcut durumu irdeleyen bildirimlerin, daha sonra yapılan dini yayınlar kongrelerine bir alt yapı oluşturmaları mahiyetinde ele alındığı görülmektedir.

Kongrede değerlendirilen Cumhuriyet döneminden itibaren dini yayınlar alanında yapılan tercüme hareketleri, kaynak eser hazırlıkları ve bunların neşri ile ilgili kalite sorununun irdelenmesi, önemli bir perspektif kazandırma olarak görülebilir. Bununla beraber Cumhuriyet dönemi öncesi dini yayınların öz niteliği, bu eserlerin güncel konulara uyarlanması, kaynak olabilecek eserlerin elde edilme ve sadeleştirilme çalışmalarına yönelik konuların daha derin ve teferruatlı incelenmesi önem teşkil etmektedir.

Diğer din ve mezhep mensuplarına yönelik yayınların mahiyeti ile ilgili sunumlar ise; ülkemizde kaynak neşri ile ilgili daha fazla çalışmanın yürütülme zorunluluğunu ve özellikle bir hazine değerinde olan Alevi kaynakların yeteri kadar değerlendirilmediğini gözler önüne sermiştir. Ayrıca Diyanet İşleri Başkanlığı ve İlahiyat fakültelerinin, özel-

\* Öğr. Gör., İnönü Üniversitesi, e-mail: nida.cetin@inonu.edu.tr | [orcid.org/0000-0001-9752-7797](https://orcid.org/0000-0001-9752-7797)

likle diğer dinlere yönelik eğitim ve yayıncılık anlamında yeterli desteği sağlayamadığı-  
nın ortaya konulması ve yapısal değişim tavsiyesi, kongrenin öz eleştirisi anlamında da  
akademik ve bilim çevrelerine olduğu kadar Diyanet İşleri Başkanlığı'na da bir katkıda  
bulunduğunun kanıtı olabilir.

Dini yayıncılığın bilimsellik probleminin ele alındığı kısımda, uluslararası boyutta  
dini eser neşri anlamında modern döneme doğru gelindikçe bilimsel açıdan içerik,  
üslup, yöntem seçiminde değişikliğine gidilmesinin zorunlu olduğu ortaya konulmuştur.  
Ayrıca dini çalışmalarda, ABD kaynaklı yorum ağırlıklı değerlendirme yöntemi ya  
da Avrupa kaynaklı sıkı, titiz, objektif araştırma yöntemlerinin öne çıktığı ancak oryan-  
talizmden uzak bir şekilde kurallı, titiz bir araştırma yönteminin dini yayınlar için daha  
önemli olduğu ifade edilmiştir. Bu açıdan dini yayınların hazırlığında akademik anlamda  
izlenecek yöntemlerin sınırlılıklarının belirlenmesi arzusu ön plana çıkmıştır.

İlk kongrenin belki de en önemli konularından biri de dini yayınlarda kullanılan  
dilin mahiyetidir. Kongre bildirimlerinin geneli göz önünde bulundurulduğunda, detay ve-  
rilmiş nadir bildirimlerden biri olan "Dil ve Din" sunumunda; görsel ve basılı dini yayıncılık  
anlamında içerik oluşturmada kullanılan dilin, hitabette nasıl kullanılması gerektiği ve  
dilin doğru kullanımı ile din tebliği arasındaki ilişkinin nasıl olması gerektiğine değinil-  
miş, sorunlu alanlar tespit edilmiş ve çözüm yolları geniş bir çerçevede ele alınmıştır.

Kongre kararlarından biri olan yayıncıların sorunları ise kongrenin sonunda ele  
alınmış ve yayıncıların dini yayın oluşturma, eser seçimi, basım, dağıtım gibi sorunlar ve  
yazarlardan, hitap edilen kitlelerden beklentiler geniş bir şekilde irdelenmiştir.

Sanayi devrimi ile paralel olarak dini anlamda toplumsal öğretisi sistemi çökmüş,  
yerine çok sayıda din kökenli iddiasında olan ideolojik düşünce ve toplum yapısı çıkmış-  
tır. Bununla beraber bilgi toplumu ile toplumsal yapılar etki anlamında medyanın mis-  
yonunun da değiştiğini görmek mümkündür. II. Kongrede, bu çerçevede medyanın  
toplumun dini anlamda manevi doyumunu sağlamada üstlendiği fonksiyon ele alınma-  
ya çalışılmış ve kamu görevlileri, akademisyen, yapımcı, yönetmen ve yayın kuruluşu  
yöneticileri davet edilmiştir.

II. Kongrenin ilk kongreye göre daha fazla çözüm odaklı tebliğler barındırdığı  
göze çarpmaktadır. Yedi oturum şeklinde düzenlenen ve uluslararası niteliğe sahip  
olan kongrede temel yaklaşım; sesli özellikle de görüntülü medya yayınlarının dünü,  
bugünü ve geleceğini değerlendirmek üzerinedir.

Kongrede hem sesli hem de görüntülü yayın içeren dijital medya ya da internet  
üzerine tebliğlerin sadece bir tane ile sınırlı oluşu, üstelik diğer kongrelerde dahi bu  
konunun hala ele alınmamış olması, dini yayınların ve dini anlayışın geleceğe yönelik  
tasavvuru açısından eksiklik olarak görülebilir. Diyanet İşleri Bakanlığı, Mayıs 2019 tari-  
hinde nihayet bir dijital yayıncılık dairesi müdürlüğü kurmuş ve dijital anlamda görsel,  
işitsel yayınları tek merkezden yürütme kararı almıştır.

Kongre çerçevesinde ele alınan konulara bakıldığında genel olarak; dini film, dizi  
ve programların yapısı, içeriği, var olan problemleri, yayınlarda yer alan sorunlu dini  
imajlar, uluslararası medyada İslam algısının görsel yayınlara yansımaları, sesli ve görün-  
tülü dini yayınların geleceği konularının yer bulduğu görülmektedir.

Kongrenin asıl amacı; dini söylem, imaj, anlatım ve anlamlandırma gibi unsurları  
görselleştirmenin sorunları, kitle iletişim araçlarında dine yönelik var olan dil sorunları  
ve dini içerik ve hakikatleri aktarım problemlerini tespit edip çözüme yönelik tavsiye  
ve önerileri geliştirmektir. Öte yandan dini anlam ve yöntemleri aktarabilecek yeni  
bir görsel-ışitsel medya dilinin oluşturulması, toplumun çocuk, genç ve entelektüel  
kesimlerine oluşturulan bu dil ile nasıl ulaşılabileceğinin netleştirilmesi, halihazırda çözü-

mesi gereken başlıca önemli sorunlar olarak belirlenmiştir. Kongrenin bütününe bakıldığında, imaj problemlerinin irdelenmesi, işitsel-görsel medyada var olan din algısı, din adına ortaya çıkan anlamlandırma problemlerinin genel hatları ile gündeme alındığı görülmüştür.

Bu anlamda özellikle uluslararası sahada var olan Müslüman algısının sorunlu yönlerinin çözümüne yönelik hususların yer aldığı bir bildiriye, bazı önerilerde bulunulmuştur. Bu öneriler arasında; Müslümanların olumsuz imajını çizen filmleri reddetmeden eleştirel yaklaşım içeren çözümlenmelerde bulunulması, pedagojik açıdan söz konusu bu filmlerin ele alınarak düzeltmelerin tespit edilmesi ve steno-tiplerin (çevresel faktörlere karşı hoşgörüsü sınırlı olan) kuşatıcı bilgi referanslı, kuşatıcı ve donanımlı bir yapıya sahip dinselikle elimine edilmesi gibi öneriler, kayda değer görünmektedir.

Kongre; filmlerin ve programların didaktik yönünün eleştirilmesi, sır dünyası gibi dizilerin ve İslamofobik film senaryolarının uluslararası anlamda tartışmaya açılmasına öncülük etmiştir. Kongre, özellikle televizyon programlarında popüler vaizlerin getirdiği yorumların, ehil olmayan insanların ihtilafı konulara yaklaşımının sorgulanması, var olan tabloyu netleştirmesi ve gerekli tedbirlerin alınmasına katkı sağlama adına önem teşkil etmektedir. Bununla beraber yerel medyada dini yayın içeriğine fazla yer verilmemesi kongrenin bir eksikliği olarak zikredilebilir. Yerel radyo ve televizyonların izler kitlesinin de azımsanmayacak sayıda olduğu göz önüne alındığında, yayın politikasına Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından öneriler getirilmesi elzem görülmektedir.

Ülkenin geleceği adına çocukların ve gençlerin dini eğitimlerinin, işitsel, görsel ve basılı dini yayınlar üzerinden desteklenmesi önemini ve güncelliğini asla yitirmeyecek konuların başında gelmektedir. Bu anlamda ele alınacak son kongre olan III. Dini Yayınlar Kongresi büyük önem taşımaktadır. İlk iki kongrenin basılı, sesli ve görüntülü dini yayıncılığa daha genel bir bakış açısıyla yaklaştığı göz önüne alındığında, kongrenin spesifik bir yapıya büründüğü söylenebilir. Toplam beş oturum halinde yapılan kongrede; çocuk yayıncılığının geçmişi, çocukların ahlaki değer ve terbiyesinde etkili olan yayınlarda olması gereken estetik, nitelik ve içerikler, çocuk-cami etkileşimi, çocuklara okuma alışkanlığı kazandırma ve basılı yayınlarda çeviri-kavram kullanımı sorunlarına yönelik konular ele alınmıştır. III. Kongrede ele alınan tebliğler arasında özellikle de Diyanet İşleri Başkanlığı'nın çocuk yayınlarına yönelik belirlediği politikaların alt yapılarına destek olacak kalitede tebliğlerin olduğu görülmektedir.

Birkaç tebliğde, çocuk yayınlarının dilinde sadece masal ve hikâye anlatım tarzının değil diğer disiplinleri de içerecek yapıda bir anlatım tarzına yer verilmesi gerektiği, alanında uzman isimler tarafından belirtilmiştir. "Önce edebiyat sonra çocuk" mottosunun yer yer kullanıldığı kongrede; çocuk yayınlarının nitelik, içerik ve ideolojik açıdan anlatım dilinin önemine dikkat çekilmesi önemlidir. Kongrede birçok eğitim kökenli akademisyenin yanısıra editör, yayıncı, yazar ve çizerin yer alması da çocuk yayınlarının dini eğitimin yanısıra pedagojik, psikolojik ve iletişim-medya okuryazarlığına yönelik verilecek eğitimler açısından da verimli bir yaklaşım sağlamıştır.

Kongrede yurtdışında yaşayan vatandaşlara yönelik dini yayınların yetersizliği dile getirilmiş, çocuklara yönelik özellikle görsel anlamda yayınların artırılması ve içeriğinin manevi doyumu sağlayacak şekilde doldurulmasının önemi de bazı tebliğlerde belirtilmiştir. II. Kongrede dile getirilen görsel yayınlarda İslamofobi algısı ile paralel bir şekilde yurtdışında yaşayan vatandaşların dini algısını pekiştirecek eğitim ve öğretilerin sağlanması, ayrıca çocuklara yönelik didaktik yayınların yanı

sıra pratik anlamda değer tatbiki sağlayan yayınların gerekliliğinin dealınan karar ve sonrasındaki çalışmalarda altının çizilmesi gerekmektedir.

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın 2003 yılından itibaren düzenlemiş olduğu Dini Yayınlar Kongrelerinde aldığı kararların, yıllar sonra hayata geçirilmeye başlanması, (örneğin 2004 yılında aldığı "Film festivalleri, görsel yayınlara yönelik yarışmalar" kararının 2018 yılında tatbik edilmeye başlanması gibi) düşündürücü ama gelişmelerin var olması açısından sevindirici bir durumdur. III. Kongrede belirtilen çocuk-cami buluşmaları kararı da bu minvalde uygulamaya yeni geçirilen bir karar olmuştur. Bu anlamda kongrelerin gerek görsel dini yayıncılığa gerekse de basılı dini yayıncılığa katkı anlamında uzun vadeli bir süreci destekleyecek yapıya sahip olduğunu söylemek te mümkündür.

III. Kongrede ele alınan konuların başında, batıda çocuklara yönelik dini eğitimde kullanılan yöntemlerin neler olduğu, pratik anlamda çocukların dini anlayışını geliştirmedeki görsel unsurların neler olduğunun ortaya konması gelmektedir. Ancak gerek görsel anlamda gerekse de basılı anlamda yayınların çocuk yaş grubuna göre nasıl olması gerektiğine yönelik bir tebliğ hariç fazla bilgi verilmemiştir. Özellikle 0-4 yaş arası çocuklara dini eğitim verme esnasında yaşanan zorlukların da Diyanet İşleri Bakanlığı tarafından ele alınması önem taşımaktadır.

Dini eğitimin verilmesi esnasında birtakım hassasiyetlerin olması gerektiği göz önüne alındığında kongre, gerçekten verimli, metodoloji belirleme açısından yön verici bir yapıya sahiptir. Özellikle günümüz şartlarında akademik ve pedagojik anlamda televizyonun çocuklar üzerindeki olumlu-olumsuz etkilerinin varlığı, çocukların birey olarak algılanmamasından dolayı mesajların basitliği ve pedagoğ eşliğinde, beden-ruh-zihniyet sağlığını bütün halinde koruyan yayınların hazırlanması gerekliliğinin vurgulanması kongrenin güncelliğe önem veren bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Ancak II. Kongrede olduğu gibi bu kongrede de geleceğe yönelik bir ön hazırlık anlamında dijital dünya ve çocuk, mobil kullanım ve çocuk gibi konulara maalesef yeterli ilgi gösterilmemiştir.

### **Kaynakça**

Türkiye I. Dini Yayınlar Kongresi Bildiri Kitabı (2003), II. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi Bildiri Kitabı (2004), Türkiye III. Dini Yayınlar Kongresi (2005) Bildiri Kitabı. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.



