

# DİN EĞİTİMİNİN GEREKLİLİĞİ AÇISINDAN DİNİ MEDYA OKURYAZARLIĞI\*

Bayramali NAZIROĞLU\*\*

## Öz

Medya okuryazarlığı, medyanın yıkıcı etkilerine karşı her geçen gün daha fazla gündeme gelen temel kavramlardan biridir. Dini medya okuryazarlığı da medyanın bireyin dini tutum ve davranışlarında ortaya çıkardığı tahribatı azaltmak için kullanılabilir bir kavramdır. Bu çalışmada medya okuryazarlığı, bireyin dini formasyonu özelinde ele alınmıştır. Bu bağlamda önce medya okuryazarlığı kavramı açıklanmış; buradan hareketle dini medya okuryazarlığı kavramının önemine atıf yapılmıştır. Dini medya okuryazarlığını gerekli kılan medya ve insan temelli nedenlere değinildikten sonra sağlıklı bir dini gelişim için bireyin sahip olması gereken dini medya okuryazarlığı yetenekleri üzerinde durulmuştur. Bu noktada din okuryazarlığının dini medya okuryazarlığı için bir ön koşul olması gerektiği sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Birey, Din Eğitimi, Din Okuryazarlığı, Dini Medya Okuryazarlığı.



## Religious Media Literacy in terms of Necessity of Religious Education

## Abstract

Media literacy is one of the key concepts that brought to agenda against destructive effects of media every passing day. Religious media literacy is also a concept that can be used to reduce the damage that occurs in the individual's religious attitudes and behaviors by the media. In this study, it is dealt with the impact of religious media literacy on individual's religious formation. In this context, we tried to explain the concept of media literacy and after that, it is pointed out the importance of the concept of religious media literacy. Then it is focused on the media and individual-based reasons that require religious media literacy. Finally, for healthy religious development, it has been emphasized on religious media

\* Bu makale, 16-18 Mayıs 2014 tarihlerinde Samsun'da düzenlenen Gençlik ve Kültürel Mirasımız adlı Uluslararası Kongrede sunulan "Medya Okuryazarlığının Gençliğin Dini Formasyonunu Geliştirme İmkânı" adlı tebliğin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

\*\* Yrd. Doç. Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Din Eğitimi Anabilim Dalı, bayramali53@hotmail.com

literacy skills that human have to. As a result, it is concluded that religious literacy should be a prerequisite for religious media literacy.

**Keywords:** Individual, Religious Education, Religious Literacy, Religious Media Literacy.

## Giriş

Bireyin gelişim süreci, psikoloji ve sosyal psikolojide farklı değişkenler göz önünde bulundurularak yaş gruplarına göre kategorize edilir. Bebeklik, çocukluk, gençlik ve yetişkinlik dönemleri olarak ana hatlarıyla tasnif edilebilecek yaşam sürecinde bireyin kişilik yapısı, içsel ve dışsal pek çok etkene bağlı olarak peyderpey şekillenir. Özellikle yaşamın ilk yıllarından başlayarak gençlik döneminin sonlarına kadar bireyin dış müdahalelere çok daha açık olduğu bilinmektedir. Literatürde çocukluk döneminde özellikle 0-6 yaş aralığında en güçlü etki mekanizması olarak aile kabul edilirken; takip eden dönemlerde okul hayatının başlamasıyla birlikte öğretmen ve akran grubunun taşıyıcılığını yaptığı bu yeni çevrenin bireyin kişilik formasyonunda aktif rol almaya başladığı düşünülmektedir. Bunun zorunlu bir sonucu olarak da sosyalleştirici etkisi yüksek bu merkezlerin bireyin inanç, tutum ve değerlerini yönlendirdiği iddia edilmektedir.<sup>1</sup>

Çocukluk döneminde, aileden ve temel eğitim kurumlarından edinilen bilgi, inanç, tutum ve değerler, ergenliğin ilk yıllarında bireyin kendi kişisel değerlerini oluşturma sürecine girmesiyle yeniden gözden geçirilir. Gençlik döneminin çalkantıları, bu dönemde din ve ahlak gelişimi üzerinde de önemli bir baskı oluşturur. Genç birey tarafından otoriter birer sosyal olgu olarak kabul edilen din ve ahlak, bireyin otorite sevmeliği karşısında ciddi sorgulamaya tabi tutulur.<sup>2</sup> Genç birey, daha önce öğrendiği dini ve ahlaki değerleri eleştirmeye; buna paralel olarak yeni ve kendine has kişiselleştirilmiş bir değer haritası oluşturmaya çabalar. Bu noktada karşısına örgün eğitim araçlarından ziyade yaygın ve hatta informal eğitici aygıtlar çıkar. Bu aygıtların şüphesiz günümüzde en belirleyici olanı medyadır. Ancak medyadaki dini içeriklere baktığımız zaman son

<sup>1</sup> Susan Villani, "Impact of Media on Children and Adolescents: A 10-Year Review of the Research", *Journal of American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 2001, c. 40, ss. 392-401; Robert Siegler - Judy Deloache ve Nancy Eisenberg, *How Children Develop*, Worth Publishers, New York 2003; Mehmet Zeki Aydın, *Ailede Çocuğun Ahlak Eğitimi*, DEM Yay., İstanbul 2005; Abdurrahman Dodurgalı, *Ailede Din Eğitimi*, Timaş Yay., İstanbul 2010.

<sup>2</sup> Hayati Hökekleli, *Din Psikolojisi*, 3. Baskı, DEM Yay., İstanbul 2013, ss. 270-273.

derece kontrolsüz ve değişken bilgi kaynaklarıyla karşılaşırız. Medyanın bu karakterinin bir sonucu olarak son yıllarda medya okuryazarlığı kavramına ciddi önem atfedildiğine ve bu disiplinin hem çocuklar, hem gençler, hem de yetişkinler için bir kurtuluş reçetesi olarak görüldüğüne tanık olmaktadır.

Türkiye’de henüz çok genç bir alan olduğu için medya okuryazarlığı üzerinde yeterli akademik çalışmanın yapıldığını iddia etmek güçtür. Ancak 2000’li yıllardan itibaren bu alanda önemli bir kırılma olmuş; hem yurtdışı literatür Türk akademiasının gündemine girmiş, hem de birkaç telif eser yayınlanmıştır.<sup>3</sup> Buna paralel olarak RTÜK bünyesinde gündemde tutulan ve okullarda da seçmeli ders olan medya okuryazarlığı, din ve ahlak eğitimi bağlamında ise neredeyse hiç ele alınmamıştır. Buna rağmen kitle iletişim araçlarıyla din eğitimi arasındaki bağlantılara atıf yapan çalışmalar da yok değildir. Dolayısıyla bu makalede kitle iletişim araçları üzerine yapılan çalışmalara, bireyin dini öğrenme kaynakları bağlamında dini medya okuryazarlığı kavramını da ekleyerek literatüre dayalı bir katkı sunmak amaçlanmaktadır. Bu bağlamda konu sistematikleştirilirken önce medya okuryazarlığı ve dini medya okuryazarlığı kavramlarına değinilecek, ardından dini medya okuryazarlığını zorunlu kılan nedenler üzerinde durulacak ve son olarak da dini medya okuryazarlığı yeterlikleri vurgulanacaktır.

### **A. Medya Okuryazarlığından Dini Medya Okuryazarlığına**

Okuryazarlık, klasik anlamda insanın yazılı dildeki okuma yeterliğini açıklar<sup>4</sup> ve entelektüel bir beceri olması nedeniyle teferruatlı bir zihinsel uğraşı gerektirir. Bu uğraşıya paralel olarak da okuryazar olan kişi, olmayana göre bir üstünlük yahut avantaj elde etmiş olur.<sup>5</sup> Ancak bugün okuryazarlık kavramı, salt okuma yazma becerisine atıfla yalın bir yetenekten çok daha fazlası için kullanılır.

<sup>3</sup> Kemal İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, Ütopya Yay., Ankara 2009; Abdurrahman Şahin, *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*, Anı Yay., Ankara 2011; Gülden Treske, “Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli?”, *Medya Okuryazarlığı*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yay., İstanbul 2006, ss. 8-15; Rene Hobbs, “Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma”, (Çev.: Melike Türkân Bağlı), *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 2004, c. 37, sayı: 1, ss. 122-140; Tessa Jols - Elizabeth Thoman, *21. Yüzyıl Medya Okuryazarlığı*, (Çev.: Cevat Elmas - Alper Kesten), Ekinoks Yay., Ankara 2008.

<sup>4</sup> Rebecca Powel, *Literacy as a Moral Imperative*, Rowman & Littlefield Publishers, Maryland 1999, ss. 8-9.

<sup>5</sup> İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, s. 27.

maktadır. Bu kullanımların arasında bilgi okuryazarlığı<sup>6</sup>, bilgisayar okuryazarlığı<sup>7</sup>, finansal okuryazarlık<sup>8</sup>, din okuryazarlığı<sup>9</sup> ve doğal olarak da medya okuryazarlığı gibi çeşitli kavramlar bulunmaktadır.

Medya okuryazarlığı, İngilizce “media literacy”<sup>10</sup> sözcüğünden dilimize çevrilmiştir. Bu kavramla, birbirinden önemli oranda farklılıklar gösteren kitle iletişim araçlarından yansıyan mesajlara ulaşma ve bu mesajlara karşı bilinçlenme noktasında ihtiyaç duyulan eleştirel düşünme ve medya iletilerine kontrollü erişim yeteneklerinin kazanılması kastedilmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi almış bir bireyin farklı formatlardaki medya içeriklerinden en fazla ve doğru verimi alması ve mesajların oluşmasına aktif bir birey olarak katılması beklenir.<sup>11</sup> Bu beklentinin karşılık bulması demek, her bir bireyin medya mesajlarına ulaşma, onları analiz etme, yorumlama, aktarma ve yeniden üretme yeteneği kazanmış olması demektir.

Medya okuryazarlığı, kavram olarak farklı şekillerde anlaşılabilir. Özellikle iletişim alanında uzmanlaşmış bir kısım araştırmacı, medya okuryazarlığını bir mesleki eğitim olarak algılamakta, diğer bazı araştırmacılar bunu dijital medyayı kullanma becerisindeki yeterlik olarak anlamaktadırlar. Bizi mesleki eğitim boyutundan ziyade medyaya yönelik beceriler kısmı daha fazla ilgilendirmektedir. Konuya bu noktadan yaklaştığımız zaman medya içeriklerine yönelik okuryazarlık konusunda birbirinden bazı noktalarda ayrılan ama daha fazlasında birleşen çok sayıda tanımın ortaya çıktığı görülmektedir. Örneğin, Masterman<sup>13</sup> medya okuryazarlığını, elektronik medya iletilerini okuma, çözümlenme, değerlendirme ve kendi medya iletilerini üretebilme yetisi olarak tanımlar-

<sup>6</sup> S. Serap Kurbanoglu, “Bilgi Okuryazarlığı: Kavramsal Bir Analiz”, *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 2010, c. 24, sayı: 4, ss. 723-747.

<sup>7</sup> Buket Akkoyunlu, “Bilgisayar Okuryazarlığı Yeterlikleri ile Mevcut Ders Programlarının Kaynaştırılmasının Öğrenci Başarı ve Tutumlarına Etkisi”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1996, sayı: 12, ss. 127-134.

<sup>8</sup> Fatih Temizel - Fatih Bayram, “Finansal Okuryazarlık: AÜ İİBF Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2011, c. 12, sayı: 1, ss. 73-86.

<sup>9</sup> Ayşe Zişan Furat, “Din Okuryazarlığı: Din Eğitimi Felsefesi Açısından Temel Bir Kavram”, *Marife Dergisi*, 2012, c. 12, sayı: 3, ss. 9-24.

<sup>10</sup> Bkz. William G. Christ - W. James Potter, “Media Literacy, Media Education, and the Academy”, *Journal of Communication* 1998, c. 48, sayı: 1, ss. 5-15.

<sup>11</sup> İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, ss. 46-50.

<sup>12</sup> Bkz. Christ - Potter, “Media Literacy, Media Education, and the Academy”, ss. 5-15.

<sup>13</sup> Masterman’ın medya okuryazarlığına ilişkin ayrıntılı görüşleri için bkz. Len Masterman, “A Rationale for Media Education”, *Media Literacy in the Information Age*, (Ed.: Robert Kubey), Transaction Publisher, New Brunswick NJ 1997, ss. 15-68.

ken, sadece dijital içeriklere atıf yapmakta; ancak konuyla ilgili alanı, içerikle karşılaşma anından kişisel medya içeriği oluşturmaya kadar geniş tutmaktadır. Messaris<sup>14</sup> ise medya okuryazarlığını, medyanın toplum içinde sahip olduğu fonksiyonu anlama bilgisi olarak ele almaktadır. Gerçekten de medya okuryazarlığı nihayetinde medya denen ve içinde türlü aygıtlar barındıran devasa olgunun bireyden aileye, okuldan kültüre, dinden ahlaka varıncaya kadar kapsamına aldığı ve alabildiğince kontrol ettiği değişkenler üzerindeki rolünü tam olmasa bile en üst düzeyde anlamayı ve ona karşı bu birimleri muhafaza etmek için sahip olunması gereken nitelikleri temsil etmektedir. Silverblatt ve Eliceiri<sup>15</sup>, medya okuryazarlığını tüm kitle iletişim araçları yoluyla gelen bilgileri çözümlererek özgün hükümler geliştirmeye yarayan bir eleştirel düşünme becerisi olarak ele almaktadırlar. Potter<sup>16</sup> ise medya okuryazarlığını, medya dünyasına girildiği anda karşılaşılan iletilerin ne anlama geldiğini yorumlarken sergilenen duruş veya ortaya konulan perspektif olarak değerlendirmektedir

Jols ve Thoman<sup>17</sup>, 21. Yüzyıl Okuryazarlığı adlı kitaplarında medya okuryazarlığının dört temel merhalesi olduğundan bahsediler. Bunlar; sırasıyla erişim, çözümler, değerlendirme ve üretme aşamalarıdır. Erişim aşamasında; medyaya yönelen veya medyaya maruz kalan bireyin medya içeriğini teknik anlamda kullanma yeteneğine atıf yapılır. Çözümler aşamasında; bireyden karşılaşılan medya ürününü anlaması; değerlendirme aşamasında ise anladığı ürünü analiz etmesi ve medyaya karşı seçici olması beklenir. Medya okuryazarlığının kapsam açısından son aşaması olan üretim aşamasında ise; bireyden fotoğraf çekme, tasarım yapma, içerik oluşturma, kurgulama, yazma, paylaşma, katılma gibi medyanın her türü için bir şeyler üretebilmesi, yani pasif kullanıcı yerine aktif kullanıcı olması istenir.

Medya okuryazarlığı, kavram olarak yeni olsa da bir ilgi, çalışma ve disiplin olarak 20. yüzyılın başlarına kadar uzanan bir geçmişe sahiptir. Özellikle 1920'li ve 30'lu yıllarda Amerika'da yaygın-

<sup>14</sup> Paul Messaris, "Visual Aspects of Media Literacy", *Journal of Communication*, 1998, c. 48, sayı: 1, s. 70.

<sup>15</sup> Art Silverblatt - Ellen M. Enright Eliceiri, *Dictionary of Media Literacy*. Greenwood Press, Westport, CT 2007.

<sup>16</sup> W. James Potter, *Media Literacy*, 6. Baskı, Sage Publications, Thousand Oaks, CA 2013, ss. 22-23.

<sup>17</sup> Jols, Thoman, 21. *Yüzyıl Medya Okuryazarlığı*, s. 33.

laşan radyo, TV, gazete gibi kitle iletişim araçlarının eğitimde kullanılıp kullanılmayacağı tartışılması ve sonunda bunlardan yararlanılabileceğine yönelik bir takım düşüncelerin oluşması, medya okuryazarlığının kavram olarak olmasa bile kullanım olarak tarihini yaklaşık bir asır evveline götürmektedir.<sup>18</sup> Kavramın ortaya çıkışı ise, bireyi, bu araçların olumsuz etkisine karşı korumak için uluslararası kurum ve kuruluşlarca çözüm arayışlarına paralel olarak akademik çabaların devreye girmesiyle 1980'li yılların sonunu bulmaktadır.<sup>19</sup> Medya okuryazarlığı kavramı, kitle iletişim alanında sıklıkla kullanılan bir konu olmasına rağmen din ve medya ilişkileri bağlamında yeterince üzerinde durulan bir kavram olmamıştır.<sup>20</sup> Oysa dini medya okuryazarlığı, çağın getirdiği medyatik imkânlardan din ve ahlak eğitimi sürecinde etkin bir şekilde yararlanma imkânı sunmasının yanı sıra, medyanın çocuk, genç ve yetişkin fark etmeksizin her yaşta bireyin dini ve ahlaki formasyonu üzerindeki muhtemel olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılabileceği yanılgısından da kurtulmayı sağlayacaktır. Çünkü medya doğası itibarıyla kurgulanmaya müsait bir yapıdadır ve bu yapı, kolaylıkla din eğitimine entegre edilebilecek aygıtlara sahiptir.

## B. Niçin Dini Medya Okuryazarlığı?

Dini medya okuryazarlığını gerekli kılan nedenleri iki ana başlık altında ele almak mümkündür. Bunların birincisi, bireyin sosyal, psikolojik, zihinsel ve duygusal özelliklerinden kaynaklanan nedenler; ikincisi ise bizzat medyadan kaynaklanan nedenlerdir.

### 1. Bireyden Kaynaklanan Nedenler

Dini medya okuryazarlığını zorunlu kılan nedenlerin bir kısmı medyadan kaynaklandığı gibi bir kısmı da bireylerin bizzat kendi kişilik özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu özelliklerden bazıları, bireyin bilgi ve tecrübe seviyesinden, bazıları bireylerin psikolojik ve duygusal durumlarından ve bazıları da inanç ve ahlaka yönelik tutumlarından kaynaklanabilir.

Her şeyden önce şunu belirtmek gerekir ki, tüm insanlar her konuda eşit ve yeterli bilgi ve tecrübeye sahip değildirler. Özellikle medya karşısında yeterli bilgi ve tecrübe sahibi olmayanlar, medya-

<sup>18</sup> İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, s. 15.

<sup>19</sup> İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, s. 37.

<sup>20</sup> Danile A. Stout, "Religious Media Literacy: Toward a Research Agenda", *Journal of Media and Religion*, 2002, c. 1, sayı: 1, s. 49.

ya karşı bilgi ve tecrübe sahibi olanlara nazaran daha zayıf durumdadırlar. Bundan dolayı da bu kişiler, bilgi ve tecrübe sahibi olanlarla karşılaştırılınca medyanın aldatıcı içeriklerine daha fazla maruz kalırlar. Özellikle çocuk ve gençlerin bilgi ve kültür seviyeleri, bir yandan formal eğitim kurumlarında belli bir müfredat ve disiplin çerçevesinde arttırılmaya çalışılırken bir yandan da informal öğrenme olanakları kontrolsüz bir biçimde her geçen gün artmaktadır. Özellikle gençliğin ilk yıllarında henüz temel eğitim süreci tamamlanmadığı için gençler müfredat aracılığıyla kendilerine sunulacak bilgi birikimden mahrumdurlar. Aynı zamanda bilgiyi işlemek, süzmek ve değerlendirmek için gerekli olan tecrübe eksikliği de onları medyaya karşı daha pasif hale getirmektedir. Dini bilgi alanında ise özellikle İHL veya Kur'an kursu gibi kurumlardan beslenmeyen bireylerde 'dini olan'a yönelik ciddi bir bilgi eksikliğinin bulunması<sup>21</sup>, onları medyada din adına söylenen her şeye daha kolay inanmaya veya kabullenmeye/reddetmeye ve dini kimliğini medyada öğrendikleriyle tanımlamaya itmektedir.

Öte yandan özellikle gençlik döneminde bireyin temel gelişim ödevlerini yerine getirirken bir takım sıkıntılarla karşılaştığı görülmektedir. Genç birey, bedensel özelliklerini kabul etmek ve bedenini etkin bir şekilde kullanmak, toplumsal bir rol gerçekleştirmek, yaşlılarıyla yeni ve daha olgun ilişkiler kurmak, ana babadan ve diğer yetişkinlerden duygusal anlamda bağımsızlık olmak, ekonomik bir mesleğe hazırlanmak, evliliğe ve aile yaşamına hazırlanmak, sorumluluk almak ve bunu yerine getirmek, kişisel bir değer ve ahlak anlayışı kazanmak ve bir ideoloji gerçekleştirmek gibi pek çok ödevi yerine getirirken ciddi zorluklarla ve streslerle karşılaşır. Belki de bu yüzden Stanley Hall, bu dönemi "fırtına ve stres çağı" olarak adlandırmıştır.<sup>22</sup> Bütün bu ödevler yetişkinlerle çatışma riskini beraberinde getirmektedir. Bu çatışma riski, kuvveden fiile çıktığı anda gencin ana baba, okul ve yetişkin toplum tarafından kendisine verilenleri reddetme ve yeni arayışlara girme olasılığı güçlü bir alternatiftir. Yeni arayışlara cevap üretme noktasında medyanın gücünü yadsıyacak verilere sahip olmadığımız da bir realitedir. Gençler, bu dönemde bir kimlik bocalaması ya da buna-

<sup>21</sup> Yakup Çoştı, *Toplumsallaşma ve Dindarlık (Samsun Örneği)*, TDV Yay., Ankara 2011, ss. 95-97.

<sup>22</sup> Mary J. Gander, Harry W. Gardiner, *Çocuk ve Ergen Gelişimi*, (Çev.: Ali Dönmez - Nilgün Çelen - Bekir Onur), İmge Kitabevi, Ankara 1993, ss. 404-409.

lım yaşadıkları<sup>23</sup> için dini formasyonlarında da yeni şekillenmelerin ortaya çıkması kaçınılmazdır. Çocukluk döneminde aileden ve çevreden alınan din anlayışı, gençlik çağında soyut düşünme yeteneği geliştikçe sorgulanmaya ve kişiselleştirilmeye bir başka deyişle kişilikle içselleştirilmeye çalışılır. Bu esnada din, gencin heyecanlarını, taleplerini, hazlarını, bağımsızlık duygusunu ve cinselliğini dizginlemeye ve dinginleştirmeye uğraştığı için dinin getirdiği kontrol mekanizmasıyla nefsin getirdiği haz mekanizması arasında ciddi bir gerginlik vukua gelir. Bunun yanısıra yine bu dönemde bireyde manevi gerçekleri kavrama ve aklileştirme çabası oluşur. Bundan dolayı da gençler, dini meselelerde kendilerine ve çevrelerine sıklıkla sorular sorarlar. Bu süreç, bazı gençlerde tatminsizliğe, çatışmaya ve şüphelere yol açacak şekilde gelişir. Geleneksel eğitim ve dini sorun çözme yaklaşımlarıyla gençlerin bu nevi şüphelerini ortadan kaldırmak çok zordur.<sup>24</sup> Şüphelerinin ortadan kalkmadığını gören genç, bu durumda alternatif kaynak arayışına girişecektir.

Bu alternatif kaynak arayışında ise karşısına medya, günümüzde de özellikle internet medyası çıkmaktadır. Burada her türden dini meseleye her açıdan yorum getiren bolca kaynak çeşitliliği vardır. Bu karmaşık bilgi ortamından kendisine en doğru, en net ve sorunlarını halledecek en gerçekçi bilgileri seçebilmesi için dini medya okuryazarlığının gelişmiş olması elzemdir. Birey, iletişim araçları karşısında yeterince koruma altında değildir. Değerler dünyası henüz gelişmekte olan gençler için iletişim araçlarının etkisi olumlu olabileceği gibi olumsuz da olabilir. Medya, yaptığı yayınlarla genç için normal dışı olanı normalleştirme ve geleceğin insanını bugünden oluşturma<sup>25</sup> ve ticari, ideolojik istikbalini garanti altına almaya çalışmaktadır. Dolayısıyla özeldir gençler için genelde tüm bireyler için medya okuryazarlığı yeteneklerini geliştirmek kaçınılmaz bir ihtiyaç halini almaktadır.

## 2. Medyadan Kaynaklanan Nedenler

Günümüzde pek çok araştırmacı; TV, sinema ve internet gibi medya kanallarının dini kimlik açısından bir tehdit oluşturduklarını savunmaktadır.<sup>26</sup> Gerçekten de her türden medyanın içeriğine bak-

<sup>23</sup> Hökeleli, "Gençlik ve Din", *Gençlik, Din ve Değerler Psikolojisi*, (Ed.: Hayati Hökeleli), DEM Yay., İstanbul 2006, s. 9.

<sup>24</sup> Hökeleli, *Din Psikolojisi*, ss. 110-111.

<sup>25</sup> Mehmet Doğan, "Gençlik ve İletişim Araçları", *Gençlik Dönemi ve Eğitimi*, Ensar Neşriyat, İstanbul 2000, s. 33.

<sup>26</sup> Bkz. Stout, "Religious Media Literacy: Toward a Research Agenda", ss. 49-60.



tığımız zaman, bunların bireyi olumsuz manada etkileme potansiyelinin çok yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Medyanın şiddet, cinsellik, yalnızlaşma, saldırganlık, pasifleştirme kültürel yozlaşma, alkol, sigara ve uyuşturucu alışkanlığı kazandırma gibi pek çok yan etkisi mevcuttur.<sup>27</sup> Medya bu olumsuzlukların dışında manipülasyon, dezenformasyon, propaganda, yanlış bilinçlendirme, gerçekleri çarpıtma gibi bir sürü suçlamanın da odağındadır.<sup>28</sup> Buna rağmen medyanın toptan bir cadiya dönüştürülmesi yerine bireyin medya bilincinin geliştirilmesi seçeneği üzerinde artık literatürde önemli bir uzlaşının olduğunu söylemek mümkündür. Bu yüzden medyanın eğitim kurumu dışında kalamayacağı, temel ve orta öğretim düzeyinde medya konusunda bilgilenme ve bilinçlenmenin çok erkenden başlaması gerektiği kabul edilmektedir.<sup>29</sup>

Medya, bireyin kişisel ve toplumsal değerlerini, aile değerlerini, aile içi ilişkilerini, bağlanma ve bağımlılıklarını, hayallerini, arkadaşlıklarını, rol modellerini, inançlarını ve özgürlük anlayışlarını az ya da çok etkileme potansiyeline sahiptir.<sup>30</sup> Genel anlamda bireyin her alandaki gelişimini etkileyen medyanın onun dini ve ahlaki gelişimini etkilememesi düşünülemez. Çünkü genelde tüm bireyler özelde ise gençler, medyayı özellikle de sosyal medyayı iletişim kurma, deneyimlerini paylaşma, bilgi edinme ve paylaşma gibi gerekçelerle yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar.<sup>31</sup> O halde dini medya okuryazarlığını gerekli kılan nedenler nelerdir?

*Dini Enformasyonun Yoğunluğu:* Dini medya okuryazarlığını gerektiren hususların en önemlilerinden biri, insanların maruz kaldıkları yoğun dini enformasyondur. İnsanoğlunun ürettiği bilgi, özellikle matbaanın icadından sonra hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır. Ancak matbaa sonrası bilgi paylaşımındaki artışın bugünle karşılaştırınca son derece cılız kaldığı da bir gerçektir. Günümüzde insanlar söz konusu medya olunca devasa bilgi kaynaklarına ulaşma noktasına hiçbir zorlukla karşılaşmamaktadırlar. Bundan birkaç

<sup>27</sup> Geniş bilgi için bkz. Villani, "Impact of Media on Children and Adolescents: A 10-Year Review of the Research", ss. 392-401.

<sup>28</sup> İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, s. 16.

<sup>29</sup> İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, ss. 21-25.

<sup>30</sup> Sosyal Ekonomik ve Kültürel Araştırmalar Merkezi, *Türkiye'de Gençlik: Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri ve Beklentileri*, SEKAM Yay., İstanbul 2013, ss. 593-642.

<sup>31</sup> Günay Erol - Azize Hassan, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2014, c. 7, sayı: 31, ss. 804-812.

on yıl önce birisi, dini bir konuyla yüzleşmek için camiye gitmek, bir din görevlisiyle karşılaşmak, dini bilgisine güvenilen biriyle aynı ortamda bulunmak, en iyi ihtimalle kısıtlı sayıda bulunabilen herhangi bir dini neşriyat edinmek zorundaydı. Ancak bugün aynı durumdaki bir kişi, çok az farkında olarak ama çoğunlukla bilinçsizce yoğun bir dini enformasyona maruz kalmaktadır. Örneğin TV kumandasında gezinirken neredeyse her 4-5 kanaldan birinin dini ağırlıklı yayın yaptığını görmekte, dini ağırlıklı yayın yapmayan kanalların da çoğunun tartışma programlarında, haberlerinde, film, dizi, şov, yarışma gibi eğlence temelli yayınlarında hatta reklamlarında yetkin/yetkin olmayan kişilerin ağzından çoğunlukla popüler dini meselelerle ilgili konularda bilgi bombardımanına maruz kalmaktadır. İnternete girdiğinde, arabasında radyoyu açtığında, lokantada yemek yerken göz attığı gazetede, kitapçada, reklam panolarında, arabaların arkasına yazılan yazılarda, mübarek gün ve gecelerde akıllı telefonunun veya tabletinin ekranına düşen mesajlarda bu bilgi bombardımanı devam etmektedir. Bütün bunlar, medyanın din eğitimi, dini formasyon ve din algısı bakımından alternatif bir araç haline gelme durumu güçlendirmektedir.

Öte yandan bu pasif etkilenmelerin yanında insanlar istedikleri medya içeriklerine ulaşma konusunda da herhangi bir sıkıntıyla karşılaşmamaktadırlar. Artık televizyonu olmayan evin kalmadığı, internete erişimin evde, işte ya da cepte herkese açık hale geldiği, yarın piyasada olacak gazetenin internette bugünden okunduğu bir ortamda insanların dini medya içeriklerine ulaşmada herhangi bir sıkıntıya düşmeleri söz konusu değildir. 2012 RTÜK kayıtlarına göre; ülkemizde 24 yaygın, 15 bölgesel, 209 yerel olmak üzere toplam 248 adet özel, TRT'nin yayın yaptığı 15 televizyon kanalıyla birlikte 263 televizyon kanalı bulunmaktadır. Buna 93 kablo ve 193 uydu yayını ekleyince rakam iyice yükselmektedir. İşitsel yayıncılıkta ise; 38 yaygın, 98 bölgesel, 922 yerel radyo bulunduğu, ayrıca uydu üzerinden yayın yapan radyo sayısının da 62 olduğu, sadece TRT'nin toplam radyo sayısının 16 olduğu bir ülkede görsel ve işitsel medyaya ulaşma konusunda artık hiçbir engelin kalmadığı rahatlıkla söylenebilir. Ülkemizde 2011 yılı verilerine göre toplam 6.778 adet gazete ve dergi yayımlanmaktadır. Bu yayınların 3.873 adedi (% 57,1) dergilerden 2.905 adedi (% 42,9) gazetelerden oluşmaktadır. 2011 yılında ülkemizde yayımlanan gazete ve dergilerin yıllık toplam tirajı 2.265.538.153 olup, bunun % 94'ünü gazeteler oluşturmaktadır. 2011 yılında toplam tirajın % 17,4'ü yerel, %

2'si bölgesel, % 80,6'sı ise yaygın gazete ve dergiler arasında paylaşılmaktadır.<sup>32</sup> Bu rakamlar, medyanın insan hayatına nasıl girdiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Konvansiyonel medya araçları dışında Web 2.0'ın ardından insanların yoğun bir şekilde kullandığı sosyal medyanın yapısına baktığımız zaman, dini medya okuryazarlığının ne denli önemli bir hale geldiği daha iyi anlaşılacaktır.<sup>33</sup> Çünkü sosyal medyada, gizlenen kimlikler ardında din hakkında gerçek hayatta söylenmesi zor pek çok konu üzerinde alabildiğine sınırsız ifadeler kullanılabilir. Türkiye'de özellikle sözlük tarzı forum sitelerinde din ve ahlaka dair konularda kimliğini gizleyen yazarlar tarafından hiçbir kaygı gütmeden ileri sürülen yorum ve fikirlere internet arama motorlarında herhangi bir dini ve ahlaki konuyu araştırmak isteyen bireyin erişimi son derece kolaydır. Hatta dini medya okuryazarlık becerileri tam olarak gelişmemiş bir kişinin karşısına çıkan bu sitelerden din ve ahlak hakkında etkileyici ve kuşku uyandırıcı bir veri alması kaçınılmazdır. Bu durumun, bireyin dini ve ahlaki formasyonunu doğru ve bilimsel bilgilerin, genel geçer kabullerin dışına itme potansiyeli azımsanmayacak kadar güçlüdür.

*Medyanın Etki Gücü:* Dini medya okuryazarlığını gerektiren hususlardan bir diğeri ise maruz kalınan bilgi selinin bireyin davranışlarını değiştirme potansiyelidir. Bireyi dört bir yandan kuşatan ve ona durmaksızın yazılı, sesli ve görüntülü iletiler yağdıran medya, zaman zaman insana bilgilendirme, farklı bakış açıları görme, eğlenceli boş vakit aktivitesi sağlama gibi olumlu katkılar sağlasa da<sup>34</sup> çoğu zaman birey üzerinde mizah, şiddet ve cinsellik araçlarını kullanarak olumsuz etkide bulunur.<sup>35</sup> Bu olumsuz etki, çoğu zaman kendisini belli bir süreç sonunda gösteren, dolayısıyla anlık gözlemlerle anlaşılacak bir etki değildir. Yani olumsuz içeriklere maruz kalan birey, bunu hemen değil ancak belli bir süre sonra davranışa dönüştürmektedir. Dolayısıyla medya okuryazarlık yetenekleri gelişmemiş veya az gelişmiş bireyler, maruz kaldıkları mizah, şiddet

<sup>32</sup> Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, *Bir Bakışta Türk Medyası*, BYEGM Yay., Ankara 2013.

<sup>33</sup> Hakan Aydın - Metin Eken, "Din Görevlilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", *Medya ve Din*, (Ed.: Mete Çamdereli - Betül Öney Doğan - Nihal Kocabey Şener), Köprü Yay., İstanbul 2014, ss. 377-405.

<sup>34</sup> Şahin, *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*, s. 48.

<sup>35</sup> Şahin, *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*, ss. 45-48.

ve cinselliğin olumsuz etkilerini sönmleme konusunda yeterince özenetim sahibi deęillerdir.

Öte yandan medyanın özellikle çocuk ve gençleri olumsuz anlamda etkilediğini ileri sürmek, bunun muhafazakâr kaynaklardan beslenen korumacı bir yaklaşımın ürünü olduğu ithamlarıyla karşılaşmaktadır.<sup>36</sup> Bu ithamı yapanlar, medyanın birey üzerindeki olumsuz etkilerine vurgu yapmak; *bireyin yeteneklerine güvenmemek, onu medya karşısında pasif görmekle eşdeğerdir*, iddiasındadırlar. Oysa onlara göre, korumacı yaklaşımdan ziyade eleştirel medya okuryazarlığının geliştirilmesi gerekmektedir.<sup>37</sup> “*Medya okuryazarlığı eğitiminin merkezinde, medya metinleri hakkında soru sorma eylemi olan sorgulama pedagojisi olmalıdır.*” diyen Hobbs<sup>38</sup> da bu fikrin yararlarından emin görünmektedir. Ona göre “*Sembolik metinlere yönelik açık, sorgulayıcı, düşünsel ve eleştirel duruş, hayatta kalışını garanti altına alan kavram olduğundan, medya okuryazarlığı şemsiyesinin merkez direği olmalıdır.*” Bu görüşler bir yönüyle haklı görülebilir. Yeterince medya okuryazarlığı yeteneğine sahip bireyler için korumacı yaklaşımlara ihtiyaç olmayabilir. Hatta korumacı yaklaşımlar, üretecekleri önyargılarla bu anlamda medya okuryazarlığı yeteneklerini görünmez veya gereksiz hale getirebilir. Ancak bunu söylerken medyanın insan hayatına girişinin medya okuryazarlığından sonra olduğunu unutmamak gerekir. Henüz medyayı çözümlene yeteneğine ulaşmadan medyaya erişen bireyleri, hususiyetle çocukları ve yetersiz eğitim düzeyine sahip olmayan genç ve yetişkinleri düşününce diğer alanlar bir yana din ve din eğitimi bağlamında bu kişileri tamamen medyayla baş başa bırakmak, doğru bir tercih olmasa gerektir.

*Medya Tüketim Alışkanlıklarının Hızla Değişmesi:* Medya; yazılı, işitsel ve görsel boyutu olan üç ayaklı bir iletişim aygıtı bileşkesi olmasına rağmen insanlar bunun daha çok görsel olanını kullanmaktadırlar. Bu noktada televizyonun gazete ve radyoya ezici bir üstünlük sağladığı söylenebilir. Ancak gazete ve radyonun tam manasıyla etkisini yitirdiği de iddia edilemez. Ne var ki, hem televizyonun, hem gazetenin hem de radyonun fonksiyonunu bir arada tüketiciye sunan internet günümüzde diğer iletişim araçlarına mutlak bir üstünlük sağlamış durumdadır. Ancak hangi araç olursa

<sup>36</sup> İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, s. 85.

<sup>37</sup> İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, s. 88.

<sup>38</sup> Hobbs, “Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma”, s. 135.

olsun sonra olan öncelilere nazaran çok daha hızlı bir şekilde tüketilmekte ve medyaya yönelik tutumların tespit edileceği alan hızla dönüşmektedir. Örneğin, radyonun 50 milyon kullanıcıya ulaşması 38 yıl, televizyonun 13 yıl, internetin 4 yıl, İpod'un 3 yıl sürmüştür. Daha da ilginç olanı, Facebook'un 100 milyon kullanıcıya sadece 9 ayda ulaşmasıdır.<sup>39</sup> Medya tüketiminin ne denli hızlandığını gösteren bu rakamlar, bir dereceye kadar makul karşılanabilir. Çünkü Postman'ın<sup>40</sup> tespitiyle düşünmeyle ilgili her teknolojinin yenisinden yararlanmak üzere eskisinden vazgeçmeye muhtaç olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Problem şu ki, medyadaki her değişim, mutlak surette pozitif bir dengeyle sonuçlanmaz, bu süreçte bazen eskisinden daha iyi şeyler ortaya çıkarken, bazen tam tersi sonuçlarla karşılaşmak mümkün olur.

Medyadaki dini içeriklerle ilgili de aynı şeyleri söylemek mümkündür. Dini tebliğ ve irşat yaparken medyanın kullanılması yaygın bir uygulamadır. Hatta İslam Dünyası'nın aksine Batı'da bu işe çok erken devirlerde başlandığı da bilinmektedir. Papa IX. Pius, 1938'de sinemaya ve medyanın genç bireyler üzerindeki etkisine dikkat çeken bir genelge yayınlayarak, kiliseleri bu konuda dikkatli olmaya ve okullarda medya hakkında eğitim vermeye davet etmiştir.<sup>41</sup> Daha sonraki süreçte de Kilise'nin bu konuda hızla yol aldığı görülmektedir. İslam dünyasında ise bu işe daha geç başlandığını söyleyebiliriz. 1976 yılında Mustafa Akkad'ın çektiği Çağrı filmi, hemen bütün kutsal zamanlarda TV ekranlarında yerini almaktadır. Türkiye'de çekilen dini filmler ise genellikle düşük bütçeli prodüksiyonlar olup, bunların sinema tekniği açısından çok etkileyici olduklarını iddia etmek zordur.<sup>42</sup>

Şunu kabul etmek gerekir ki, Cumhuriyet'in ilk yıllarında basın ve yayın faaliyetlerinin katı kurullarla kontrol edilmesinden dolayı medya aygıtlarının din namına kullanılması çok mümkün olmamıştır. Örneğin resmi bir kurum olan DİB bile kitle yayınlarına ancak 1960'lı yıllardan sonra başlayabilmiştir. Ancak bugün hem DİB hem de özel teşebbüslerin kontrolünde dini tebliğ veya irşat amacıyla ya

<sup>39</sup> Aydın - Eken, "Din Görevlilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", ss. 377-405.

<sup>40</sup> Neil Postman, *Televizyon: Öldüren Eğlence*, (Çev.: Osman Akinhay), 4. Baskı, Ayrintı Yay., İstanbul 2012, s. 39.

<sup>41</sup> Chi-Kim Cheung, "Media Education as a Vehicle for Teaching Religion: A Hong Kong Case", *Religious Education*, 2006, c. 101, sayı: 4, ss. 504-515.

<sup>42</sup> Yalçın Lülecı, "Milli Sinemacıların İkinci Döneminde Sinema ve Din", *Medya ve Din*, (Ed.: Mete Çamdereli - Betül Önay Doğan - Nihal Kocabey Şener), Köprü Yay., İstanbul 2014, ss. 33-72.

da kitlesel yayıncılık güdüleriyle olsun, gündeminde dini ve ahlaki konular bulunan basın yayın araçlarının sayısı oldukça fazladır. Bütün bunlar medyaya yönelen kişiler için erişimin, seçiciliğin, çözümlenmenin ve değerlendirmenin dikkatle ele alınmasının zorunluluğunu kat kat arttırmaktadır. Çünkü nicelik arttıkça nitelikte bir takım sıkıntıların ortaya çıkmaması düşünülemez. Treske'nin belirttiği gibi, kitle iletişim araçlarında son gelişmelerle yaşanan enformasyon mecralarındaki artış, içerik doldurma sorunu yaratmış, "enformasyon" bolluğunda "doğru bilgi"ye ulaşmak gittikçe daha kompleks bir hal almıştır. Neticede iletişim kanallarında niceliksel artışa karşın niteliksel bir düşüş başlamıştır.<sup>43</sup> Bugün televizyonlardaki din konulu programlara bakıldığı zaman, son derece ciddi dini konuların basit ortamlarda basit yaklaşımlarla ve reyting güdüleriy-le ele alındığını görmek de bu fikri destekler mahiyettedir.

*Taraflı veya Yanlış İçerikler:* Medya okuryazarlığını gerekli kılan nedenlerden bir diğeri de medyanın yanlış ve taraflı iletiler ortaya koymasıdır. Şahin<sup>44</sup>, medya iletilerinde bazen taraflı bazen de yanlış bir takım ürünlere rastlandığını, bunların bazen bir konu hakkındaki bilgi eksikliğinden bazen de kültürel ideolojik nedenlerden kaynaklanabileceğini ifade etmektedir. Söz konusu dini ve ahlaki konular olduğu zaman özellikle ideolojik ve kültürel nedenlerle taraflı medya içeriklerinin yoğun bir şekilde servis edildiği bilinmektedir.<sup>45</sup> Türkiye'de öteden beri medya içerikleri oluşturulurken, dine, din adamına, dinin temsil ettiği değerlere karşı olumlu bir yaklaşımın sergilendiğini söylemek zordur. Bir yandan sinema filmlerinde öte yandan televizyon dizilerinde, hatta gazetelerde din adına ortaya konulan medya ürünleri, çoğu zaman kötü, çirkin, aşağılık ve hakir gösterilmiş, en iyi ihtimalle alay konusu edilmiştir. Yeşilçam'ın ürettiği Türk filmlerinde genel olarak din adamları gerici, yobaz, çıkarıcı, menfaat elde etmek için her şeyi yapabilen ve çirkin yüzlü, saç sakalı dağınık itici tipler olarak lanse edilmiştir. Bunlar gayet tabii dine ait olan birçok şeyin artık kullanılmaz olduğu imajını vurgulamak için kasıtlı olarak yapılmıştır.<sup>46</sup>

<sup>43</sup> Treske, "Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli?", s. 11.

<sup>44</sup> Şahin, *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*, s. 50.

<sup>45</sup> Bkz. Bilal Yorulmaz, *Sinema ve Din Eğitimi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul 2012.

<sup>46</sup> İbrahim Turan, "Medyadaki Din Adamı İmajı Üzerine Bazı Düşünceler", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2007, sayı: 24-25, s. 297.

Sinemada sağlıklı din eğitimini engelleyen ve medya okuryazarlığı gerektiren uygulamalar; dindarları, dini kavramları ve dini değerleri küçük düşürme-kötü gösterme, dini çağrışımlı isimleri hedef alma, dini konularda yanlış bilgilere yer verme, sahne aralarında olumsuz mesaj verme, bilinçaltına yönelik mesajlar verme, İslam'ı ve Müslümanları terörle ilişkili gösterme ve yeni bir din oluşturmaya çalışma<sup>47</sup> gibi çok boyutlu uygulamalardır. Bunlarla ilgili Kemal Sunal ve Şener Şen gibi popüler komedyenlerin başrol oynadıkları filmleri, daha eskiye gidersek Muhsin Ertuğrul tarafından çekilen filmleri, yeniye gelirse Yılmaz Erdoğan'ın çektiği Vizonte filmi örnek göstermek mümkündür.<sup>48</sup> Öte yandan özellikle 2000'li yıllardan itibaren belki de siyasal gelişmelere bağlı olarak medyada üretilen dini içeriklerin eskisine nazaran daha az olumsuzluk içerdiği söylenebilir. Bu bağlamda Beş Vakit, Araf, Dondurmam Kaymak, Kurtlar Vadisi Irak, New York'ta Beş Minare gibi filmleri ele almak mümkündür. Ancak bunların bazılarında da zaman zaman bilgisizliğe dayalı olarak ciddi hataların yapıldığını ifade etmek gerekir. Buna medyanın diğer unsurlarında yapılan bilinçli bilinçsiz hataları da eklemek mümkündür. Dolayısıyla dezenformasyon ya da mezenformasyon<sup>49</sup> farketmeksizin medyanın sunduğu enformasyona karşı bireyin dini medya okuryazarlık yeteneklerini edinmesi kaçınılmaz bir zorunluluk olarak ortada durmaktadır.

*Medyanın Ticariliği ve Dinin Samimiyetinin Zedelenmesi:* Medya okuryazarlığını gerektiren nedenlerden bir diğeri de medyanın ürettiği her şeyi esas itibarıyla ticari kaygılar güderek üretmesinden kaynaklanan zorluktur. Biz, her ne kadar medyaya bilgilenmek, zaman geçirmek, haberleşmek, merakımızı gidermek için başvuruyorsak da medya bizi kendisine bağlamak için bizden daha farklı motivasyonlara sahiptir. Medyada üretilen her ürün, ticari kaygıyla, muhatabın ilgisini çekmek, ona hoş görünmek, onun tarafından beğenilmek için üretilir. Çünkü medya, okul gibi esas işi eğitmek olan değil; aksine para kazanmak olan ticari bir güçtür<sup>50</sup> ve daha

<sup>47</sup> Yorulmaz, *Sinema ve Din Eğitimi*, ss. 136-209.

<sup>48</sup> Bkz. Mehmet Akif Enderun, *Beyaz Perdenin Din Algısı Sinema- Din İlişkileri Üzerine Bir Analiz*, Işık Yay., İstanbul 2011.

<sup>49</sup> Örnekler için bkz. Yusuf Özkır, "Medyanın Din Bilgisi", *Medya ve Din*, (Ed.: Mete Çamdereli - Betül Önay Doğan - Nihal Kocabey Şener), Köprü Yay., İstanbul 2014, ss. 13-31.

<sup>50</sup> Detaylı bilgi için bkz. Ceren Sözeri - Zeynep Güney, *Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi*, TESEV Yay., İstanbul 2011.

çok para kazanmak için her zaman ve zeminde daha çok izler kitleye muhtaçtır. Dolayısıyla izler kitle sayısını arttırmak için yüzeysel olsa bile insanlara yalnızca cazip gelen içerikleri sunmak, cazip olmayan içerikleri de cazip hale getirmek isteyecektir.

Ne var ki, dine ve ahlaka dair konular ve bu konulardan çıkan bilgi, inanç, tutum ve davranış kalıpları, beğenilme kaygısı gütmeyen otantik metinler üzerine bina edilmiştir. Dini metinler beğenilmek değil, kabul edilmek, hatta insanı kontrol etmek için vardır. Bu noktada doğası itibarıyla çok fazla medyatik olduklarını iddia etmek güçtür. Ancak medyada dini konulara yer verilirken özellikle dini değerleri hayatında önemli bir yere oturtmayanlarca reyting arttırıcı önlemlerle, çarpıtmalarla, abartmalarla ve yönlendirmelerle bu konular, izleyici açısından cazip hale getirilir. Söz gelimi Ramazan akşamları televizyonlarda yayınlanan iftar programlarında reyting arttırmak için normal dini içerikler, menkıbelerle, kıssalarla süslenir; izleyici üzerinde etki bırakmak için dildeki duygusallık abartılır, hatta ajitasyon yapılır; böylece çoğunlukla muhatapta dini anlamda bir kazanım sağlamak yerine, onları büyüleme ve kanalda tutmanın öncelenmesine çalışılır. Böylece muhataptaki dini bilgi talebi istismar edilerek, önce reytinge, ardından reklama ve paraya tevdi edilir. Dahası, Merter'in deyimiyle<sup>51</sup> medya sektörü, sırf daha fazla kazanmak için, insanın insana zarar vermesini önemsemez; gybeti, dedikoduyu, iftirayı ve suizannı rahatlıkla kullanabilir ve insanların mahremiyetini ifşa edebilir. Buna muhatap olanlar, farkına varmadan yoğun bir alt bilinç dışı (subliminal) aktivitesi yaşarlar. Bunun neticesinde özellikle gençlerde kaygı ve öfke düzeyi artar. Türkiye halkının yaklaşık % 25'lik bir kısmının medyayı bir dini bilgi kaynağı olarak gördüğünü<sup>52</sup> hesaba katarsak burada ticari kaygılarla üretilen dini bilginin etki alanının azımsanmayacak kadar büyük olduğu daha açık bir şekilde anlaşılacaktır.

*Yanlış İnanç Oluşumu:* Medya okuryazarlığını gerektiren önemli nedenlerden bir diğeri de medyanın yol açtığı yanlış ve çarpık inançlardır. Çünkü birey, medya iletilerine çoğu zaman pasif bir yöntemle dâhil olur ve pasif olduğu için de bu süreç onda çok üst düzey kazanımlar ve beceriler oluşmasına katkı sağlamaz (Şahin, 2011, s. 53). Eğer birey, medyada yer alan dini içerikleri eleştirel bir gözle

<sup>51</sup> Mustafa Merter, *Nefs Psikolojisi*, Kaknüs Yay., İstanbul 2014, s. 337.

<sup>52</sup> Diyanet İşleri Başkanlığı, *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*, DİB Yay., Ankara 2014, s. 113.



çözümleyip değerlendiremezse orada sunulan içerikler, hangi konuda olursa olsun onda yanlış, eksik veya çarpık inançların oluşmasına yol açacaktır.

Potter<sup>53</sup>, bu çarpık inançları dört kategoride ele almıştır. Bunlarda birincisi, abartılan sorunlara yönelik inançtır. Medyada sürekli gündemde tutulan bir konu, gittikçe medyanın hedef kitlesinde o sorunun olduğundan daha büyük bir sorun olarak algılanmasına yol açabilir. Din ve din eğitimi açısından bunu pek çok olgusal tartışmayla örneklendirmek mümkündür. Söz gelimi Kur'an ayetlerinin belli bir matematiksel algoritması olup olmadığına yönelik tartışmaların medyada sürekli gündemde tutulması, izler kitlede bunun mümkün olabileceğine yönelik bir yanlış inanç oluşturma potansiyeline sahiptir.

Bu tarz inançların ikincisi, inançların kutuplaşmasıdır. Bu, daha çok medyanın etkisiyle alakalı bir kutuplaşmadır. Bir tarafta medyanın çocuk ve gençler üzerinde olumsuz etki bıraktığını iddia edenler, medyaya yönelik olumsuz bir dil kullanırlarken, diğer yandan böyle bir etkinin olmadığını dile getirenler medyanın etkisini tamamen yok varsayarak onun hakkında olumlu bir dil kullanabilirler. Birinci grupta daha çok medya iletilerine yönelik korumacı yaklaşımı benimseyenler vardır ve bunlar; şiddet, cinsellik, saldırganlık, pasifleşme gibi konularda sadece medyayı suçlayarak diğer hususları devre dışı bırakırlar. İkinci grupta ise medya içeriğini oluşturanlar bulunmaktadır. Bunlar da televizyon izleyen herkesin şiddet, cinayet, banka soymak gibi eylemlere girişmediğini ileri sürerek medyanın uzun vadeli olumsuz etkilerini inkâr etmeye meyillidirler.<sup>54</sup> Her iki yaklaşım da inanç ve tutumların uçlara kaydığı bir göstergesidir. Dini alanda ise benzer şikâyetler, medyanın dini konuları önemsizleştirdiği, din hakkında sürekli yanlış enformasyon sunduğu, insanların dini inançlarını zayıflatığı ve dine karşı her türlü olumsuzluğu körüklediği söyleminde ortaya çıkmakta<sup>55</sup> medyanın olumlu katkıları olabileceği düşüncesi göz ardı edilmektedir. Buna karşı ise gerçek dinin medya yoluyla insanlara aktarıldığı,

<sup>53</sup> Potter, *Media Literacy* adlı kitabında konuyla ilgili pek çok kavram ve meselenin detaylı bir analizini yapmıştır. W. James Potter, *Media Literacy*, 6. Baskı, Sage Publications, Thousand Oaks, CA 2013.

<sup>54</sup> Şahin, *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*, s. 55.

<sup>55</sup> Abdülkerim Bahadır, "Günümüz Kitle İletişim Araçlarının, Ruhsal ve Toplumsal Hayatımız Üzerindeki Olumsuz Etkileri ve Korunma Yolları", *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1997, sayı: 7, ss. 469-498.

batıl inanç ve hurafelerin, eski alışkanlıkların, abartılmış dini korkuların medya aracılığıyla zayıflatıldığını iddia edenler bulunmakta ve bunlar da medyanın din üzerindeki uzun vadeli yıkıcı etkilerini görmezden gelmektedirler.

Buna paralel çarpık inançların üçüncüsü, olumsuz etkilere odaklı inançtır. Buna göre medyanın aile değerlerinin yıpratılması, argonun yaygınlaşması, şiddetin içselleştirilmesi, saygı ve sevginin azaltılması gibi konulardaki etkisi abartılarak onun olumlu anlamda kullanılması imkânı zayıflatılmaktadır. Aynı inanç, medyada dini değerlerin yozlaştırıldığı inancını da beraberinde getirmektedir.<sup>56</sup> Bu anlamda özellikle tartışma programlarında en temel dini konuların yaygın olarak kabul edilen inançları sarsacak şekilde ele alınmasının, insanların dini inançları konusunda şüpheye düşmelerine yol açtığı, bu tartışmaların ve diğer içeriklerin dinin hak ettiği saygınlığı ortadan kaldırdığı, dini otoritelerin itibarını zayıflattığı, özellikle gençler üzerinde dini kuşkuları belirginleştirdiği gibi bir takım iddialar ileri sürülebilir. Oysa dini medya okuryazarlığı gelişmiş bir toplumda bu türden tartışmaların dini inançları sağlamlaştırdığı, halkta bulunan yanlış bilgiyi düzelttiği, eksik bilgiyi tamamladığı, doğru bilgiyi ise pekiştirdiği iddia edilebilir.

208 | db

Olumsuz vurgulu inançlar abartılınca bir çarpık inanç daha ortaya çıkmaktadır ki, o da, her problem anında medyayı hedef göstermektir. Örneğin gençlerin argolu konuşmaları, sinemaya veyahut stand up yapan komedyenlere bağlanmaktadır. Oysa sinema ve diğer medya aygıtları olmadığı zamanlarda da argolu konuşmak, toplumda yaygın bir şekilde var olan bir durumdur.<sup>57</sup> Her şeyde medya suçlandığı zaman, aile ve eğitimcilerin bu tarz olumsuz davranışların asıl nedenlerine inmeleri zorlaşmaktadır. Aynı şekilde bireylerin toplumda var olan satanizm gibi çarpık oluşumlara yönelmesinde de tek suçlu çoğu zaman medya olabilmektedir.

### C. Dini Medya Okuryazarlığı Nitelikleri

Hem bireyin hem de medyanın sahip olduğu yapısal nitelikler göz önünde bulundurulunca insanların dini ve ahlaki formasyonlarının önce medyanın olumsuz etkilerinden arındırılması, ardından medyanın onların dini ve ahlaki gelişimini zenginleştirecek bir ara-

<sup>56</sup> Şahin, *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*, s. 56.

<sup>57</sup> Musa Çiftçi, "Argonun Niteliği ve Argoya Bakış Açımız", *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 2006, c. 6, sayı: 2, ss. 297-301.

ca dönüştürülmesi için çocukluktan itibaren bireye kazandırılması gereken bir dizi beceri bulunmaktadır. Bu becerileri iki ana başlık altında ele almak mümkündür. Bunlardan birincisi, din okuryazarlığı yeteneklerinin geliştirilmesi, ikincisi ise medyanın yapısal özelliklerinin eleştirel gözle inceleme yeteneğinin geliştirilmesidir.

### 1. Din Okuryazarı Olmak

En yalın ifadesiyle tanrı hakkında konuşmak<sup>58</sup> olan din dili, insanların iletişim kurmak, kendilerini, çevrelerini ve birbirlerini tanımak için ürettikleri dilde Tanrı, kutsal, peygamber, aziz, iman, ibadet ve ahiret gibi söylendiğinde dini çağrışımlar uyandıran sözcüklerin özgül anlamlarının ne'liğiyle ilgilenen dil olarak ifade edilebilir. Bu dil, kendine has çağrışımları ve özel anlamları olan; bireyin psikolojik, sosyolojik, duygusal ve tecrübi durumuna göre farklılaşabilen sübjektif bir karaktere sahip olmakla birlikte daha geniş bir pencereden bakınca ortak bir hafızanın ürünü olarak objektif ve evrensel bir boyuta da sahiptir. Dinle ve dini kavramlarla karşı karşıya gelen bir bireyin bu kavramları anlayabilmek, taşıdıkları dini çağrışımlar üzerinde farkındalık üretebilmek için öncelikle din dilinde bunun karşılığının ne olduğunu bilmesi gerekir. Bunun yolu da din okuryazarlığından geçmektedir.

Din okuryazarlığı (religious literacy), bireyin dini metinleri, dine ait kavramları, dinsel boyutu olan herhangi bir şeyle karşılaştığında bunu çözümüleme, değerlendirme ve sübjektif din dilini oluşturabilme yeteneğidir. Din okuryazarlığı, bir kişinin dini geleneklerin temel yapı taşlarını oluşturan kavramları, sembolleri, doktrinleri, uygulamaları, söz ve metinleri, karakterleri, metaforları ve rivayetleri anlama ve günlük yaşamında kullanma yeteneği olarak tanımlanmaktadır.<sup>59</sup> Ancak din okuryazarlığı, din alanıyla ilişkili olmasından dolayı pek çok farklı karakteristiği bünyesinde barındıran; teknik bir bilgi ve beceriden öte din konusunda bilgi sahibi olmaktan bu bilgiyi pratik hayata aksettirecek çok sayıda farklı anlam ve unsura işaret eden oldukça geniş spektruma sahip bir kavramdır.<sup>60</sup>

<sup>58</sup> Turan Koç, *Din Dili*, İz Yay., İstanbul 1998. s. 33.

<sup>59</sup> Stephen Prothero, *Religious Literacy: What Every American Needs to Know - and Doesn't*, Harper Collins e-Books, 2007, ss. 11-12.

<sup>60</sup> Furat, "Din Okuryazarlığı: Din Eğitimi Felsefesi Açısından Temel Bir Kavram", ss. 9-24.

Bazı yazarlar, din okuryazarlığı konusunda eleştirel düşünme becerisine önemle atıf yapmaktadırlar. Bu yaklaşımda bireylere yukarıda Prothero'nun saydığı alanlarda bilgi aktarmak yerine bu bilgilere nasıl yaklaşacaklarını ve onları nasıl elde edeceklerini öğretmenin öncelendiği anlaşılmaktadır. Bu durumda din okuryazarı olmak, Furat'ın<sup>61</sup> ifadesiyle birkaç noktada bir dizi yeterliğe sahip olmayı zorunlu kılmaktadır. Bunların en başında dinin temel kaynaklarını bilme ve bu bilginin doğruluğunu değerlendirme gelmektedir. Ardından dinin kendine has bir dilinin olduğunu bilme, dini bilgi hakkında eleştirel bilgi sahibi olma gibi hususlar sıralanmaktadır. Bunların yanısıra dini yaşantının ve formların toplum içinde şekillendiğini bilme, dinin kültürel yapıyı anlamadaki rolünün farkına varma ve dini inanç, tavır, davranış ve değerleri etkileyen unsurların bilincinde olma da din okuryazarlığının temel gereklilikleridir.

Günümüz toplumlarında küreselleşmenin de etkisiyle din okuryazarlığının kapsadığı ya da kapsamı gereken alan önemli oranda genişlemiş durumdadır. Geçmişte belki toplumu oluşturan bireylerin çok az bir kısmının kendi dini bilgi kaynakları dışında öteki din ve inançlar hakkında bilgi sahibi olması beklenirdi. Ancak bugün her bireyin her an farklı inanç metinleri ya da mensuplarıyla karşılaşma olasılığı bulunmaktadır. Bundan dolayı da din okuryazarlığı, bireyin sadece kendi dinini öğrenmesiyle ve kendi dini geleneklerini tanımasıyla sınırlı kalmamakta; öteki dinler hakkında da bilgi ve fikir sahibi olmayı gerektirmektedir. Prothero<sup>62</sup> bu yüzden spesifik din okuryazarlığından söz etmenin belki de daha doğru bir yaklaşım olacağından bahsetmektedir. Yani, İslam okuryazarlığı, Protestan okuryazarlığı, Budizm okuryazarlığı, Sünni okuryazarlığı gibi terimler kullanmak, din okuryazarlığından daha makul görülmektedir. Çünkü din okuryazarlığı bütün dinlerin ayrıntılı bilgisine vakıf olmayı öngörmektedir ki, bu da oldukça zor, hatta imkânsız olarak değerlendirilebilecek bir durumdur.

Peki, bunu gerçekleştirmek için mevcut eğitim müfredatları yeterli midir? Bunun cevabını tek bir perspektiften vermek mümkün değildir. Özellikle Batı'da XX. yüzyılın ortalarından itibaren dini çeşitliliğin yaygınlaşmasıyla daha önce dışlanmaya yüz tutmuş din

<sup>61</sup> Furat, "Din Okuryazarlığı: Din Eğitimi Felsefesi Açısından Temel Bir Kavram", ss. 9-24.

<sup>62</sup> Prothero, *Religious Literacy: What Every American Needs to Know - and Doesn't*, s. 12.

eğitiminin öneminin yeniden arttığı bilinmektedir. Bu ilgi, toplumun bünyesinde barındırdığı farklılıklar konusunda din eğitimi aracılığıyla farkındalık yaratıp din okuryazarlığı geliştirmeyi amaçlamaktadır. Böylece Batılı devletlerin önceliği olan yurttaşlık eğitimine de din eğitimi üzerinden önemli bir katkı sağlanmaktadır.<sup>63</sup> Türkiye’de de Cumhuriyet’in başlarında ötekileştirilen ve okuldan uzaklaştırılan din eğitimi, aynı dönemlerde farklı amaçlarla yeniden gündeme alınmış, bir yandan komünizm tehlikesi öte yandan toplumsal baskı neticesinde okulla din eğitimi yeniden buluşturulmuştur.<sup>64</sup>

Ancak din eğitiminin verilip verilmediğinden ziyade sağlıklı bir din okuryazarlığı için verilen din eğitiminin ilkelerine, yaklaşımlarına, stratejilerine ve diğer önceliklerine bakmak daha mantıklı bir yoldur. Çünkü söz gelimi dini öğrenme modeline uygun, belli bir din ve ya da mezhebin öğretimini konu alan bir din eğitimi yaklaşımının bunun dışında kalan din ve inançlara yönelik din okuryazarlığı kapasitesin geliştirmesi beklenemez. Aynı şekilde salt din hakkında öğrenme modeli ya da fenomenolojik yaklaşımla icra edilen din eğitimi uygulamalarından da bireyin kendi özgün inanç haritasını tam manasıyla tanıması ıskalanabilir.<sup>65</sup> Doğru ve ihtiyacı karşılayan bir din okuryazarlığı için hem bireyin inancı hakkında derinlikli bilgi, sahibi olması hem de öteki din ve inançlar hakkında genel kültüre sahip olması, mevcut şartlar içinde en makul yol gibi görünmektedir. Bunu gerçekleştirmek için, hem dini öğrenmenin hem de din hakkında öğrenmenin etkin olduğu çok boyutlu müfredatlar geliştirmek icap edecektir.

Öte yandan din okuryazarlığı sadece okulun ve profesyonel eğitimcilerin katkı sunduğu bir alan da değildir. Okulun ve okul benzeri kurum ve kuruluşların belirli hedefler doğrultusunda sağladıkları dini sosyalleşme, bunların dışında başta aile olmak üzere yakın çevreden başlayarak bireyin etrafında yaşayan ve yaşanan kültürden de önemli oranda etkilenmektedir. Dahası, kitle iletişim araçları da nihayetinde bireyin dini sosyalleşme safhalarında çocukluktan itibaren önemli bir rol üstlenmektedir.<sup>66</sup> Dolayısıyla din okuryazar-

<sup>63</sup> Bkz. Bayramali Nazıroğlu, *Vatandaşlık ve Din Eğitimi*, Açılım Kitap, İstanbul 2013, ss. 114-123.

<sup>64</sup> Halis Ayhan, *Türkiye’de Din Eğitimi*, 3. Baskı, DEM Yay., İstanbul 2014, ss. 85-174.

<sup>65</sup> Furat, “Din Okuryazarlığı: Din Eğitimi Felsefesi Açısından Temel Bir Kavram”, ss. 9-24.

<sup>66</sup> Çoştur, *Toplumsallaşma ve Dindarlık (Samsun Örneği)*, ss. 91-106.

lığını geliştirmek için bir bütün olarak birey için dini, kültürel ve toplumsal girdi sağlayan her unsurun etkisinin ayrı ayrı analiz edilip daha sonra meta analizlere dönüştürülmesi için çaba göstermek eğitimcilerin görevidir. Görüldüğü gibi dini medya okuryazarlığının geliştirilebilmesi için din okuryazarlığının gelişmiş olması, öncül bir şart olarak ortada durmaktadır. Çünkü medya ham bilgi oluşturan değil, mevcut bilgiyi işleyen, başka bir ifadeyle yeniden kurgulayan bir iletişim aygıtıdır. Medya dışında din hakkında sahip olunan her türden bilgi, tutum, inanç ve tecrübe medyaya eleştirel yaklaşma becerilerine katkı sağlayacaktır.

## 2. Dini Medya Okuryazarı Olmak

Din dilinin medyada ele alınırken okul kitaplarında ya da ilmi çalışmalarda kullanıldığı gibi dikkatli bir bilimsel süzgeçten geçirildiğini söylemek zordur. Medyadan doğası gereği böyle bir filtre uygulamasını beklemek de işe yarar bir yaklaşım değildir. Çünkü medya mesajlarının tümü, her şeyden önce kurgudan ibarettir.<sup>67</sup> Bütün medya iletileri, kendine özgü kurallar kullanılarak yaratıcı bir dille kurgulanmış, bize ulaşan medya mesajlarının dili değiştirilmiştir. Bundan dolayı da her bir medya mesajı, her bir birey tarafından farklı biçimlerde algılanır. Bu da medya mesajlarının sübjektif yansımaları olduğu anlamına gelir.

Medyada dikkat edilmesi gereken önemli bir husus da medyanın bir yandan gizli/örtük değerler ve görüşler sunması, diğer yandan da bazı değer ve görüşleri görmezden gelmesidir. Nihayetinde medya mesajlarının büyük bir çoğunluğu kazanç ya da güç elde etmek için düzenlenmiştir.<sup>68</sup> Bu durumda dini medya okuryazarlığını geliştirmek ve medyadaki açık ya da örtük din anlatımıyla birey arasında dengeli bir mesafe oluşturmak için bir takım yeterlik alanları oluşturmak ve bunu din okuryazarlığı yetenekleriyle buluşturmak gerekmektedir. Medyadaki dini iletilerin sağlıklı bir şekilde anlaşılabilmesi için her şeyden önce bireyin bunların doğal iletiler olmadığını bilmesi önemlidir. Çünkü her ne kadar bireye doğal içeriklermiş gibi görünse de esas itibarıyla medyadaki dini mesajların tümü kurgulanmıştır. Tüm medya ürünlerinin en dikkat çekici başarısı da bu kurguyu yokmuş gibi gösterip doğallaştırmalarıdır.

<sup>67</sup> Bkz. Furat, "Yaygın Din Eğitiminde Kitle İletişim Araçlarının Yeri (Televizyon Örneği)", *İÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2009, sayı: 19, s. 53.

<sup>68</sup> Jolls- Thoman, *21. Yüzyıl Medya Okuryazarlığı*, s. 27.

Bu yüzden medyaya maruz kalan bireyin, bu kurguyu çözebilmek için bir takım yeterliklere sahip olması istenir.

Jolls ve Thoman'ın<sup>69</sup> derlediği rehber sorulardan hareketle bu yeterlikleri dini medya okuryazarlığı bakımından ele alırsak, bireyin ilk önce karşısındaki medya iletilisinin türünü sorgulaması gerektiğini ifade etmek gerekir. Bu bağlamda dini medya mesajının yer aldığı haber, yorum, reklam, film, müzik, dizi, belgesel, sözlük, köşe yazısı, e-ansiklopedi, e-gazete, portal, forum gibi medya içeriğinin türünün bilinmesi, dini medya okuryazarlığının ilk adımını teşkil edecektir. Çünkü bunların her birinin amacı farklıdır ve her birinde dini içerik, farklı bir versiyonla muhatapın hem bilincine hem de bilinçaltına gönderilebilir. Söz gelimi, popüler bir dini tartışma olan cinlerin varlığı veya bunların insanlara tasallutu konusu, yukarıda zikredilen her bir türde farklı bir karaktere bürünebilir. Mesela, haber metni içinde bu konu, kısa sürede en çok ilgiyi üzerine çekecek tek bir yönüyle (cinci hoca ve istismar gibi) ve diğer haberlerle eşgüdüm sağlayacak bir kurguyla anlatılırken, bir sinema filminde veya sırlı dizilerde aşırı yüklenmiş korku motifleriyle süslenebilir. Bunların dışında bir tartışma programında farklı düşünceye sahip kişiler aracılığıyla bir kavga ve kutuplaşma atmosferinde dini nasların sorgulandığı veya fizik kanunlarıyla doğrulanmaya/yanlışlanmaya tabii tutulduğu bir iletiye dönüştürülebilir. Bundan dolayı da medyaya muhatap olan kişinin hangi dini meselenin hangi ortamda ele alındığını kavraması, iletiye karşı onu daha eleştirel düşünmeye itecek ve iletinin zararlarını bertaraf etmek için ona kişisel bariyer oluşturma olanağı sağlayacaktır.

Bu yüzden birey, dini medyanın türünü tespit ettikten sonra, ikinci olarak bu içeriğin diğer medya türlerinde nasıl ele alınabileceği üzerinde kafa yormalıdır. Gerçekten de bir medya iletilisiyle karşılaştığımız zaman onun farklı medya türlerinde ne şekilde kurgulanabileceği üzerinde çok fazla kafa yormayız. Oysa bunu yaparsak, mevcut dini mesajın farklılaşabileceğini, değişik bir şekilde de kurgulanabileceğini idrak etmemiz mümkündür. Söz gelimi, aynı örnekten devam edersek cin veya dinler tarafından varlığı kabul edilen diğer görünmez varlıklar için görece dindar kişilerce yönetildiği varsayılan STV, Kanal 7 gibi ulusal kanallarda yayınlanan Kalp Gözü, Sır Kapısı, Beşinci Boyut, Sırlar Dünyası gibi dizilerdeki tasavvurla, merkez medyada yayınlanan buna benzer Ruhsar, Sihirli

<sup>69</sup> Jolls-Thoman, 21. *Yüzyıl Medya Okuryazarlığı*, s. 37.

Annem, Selena, Acemi Cadı gibi dizilerindeki tasavvur başka olacaktır. Bu, aynı zamanda mevcut dini medyanın kurgulanma aşamasında hangi tekniklerin ne şekilde kullanıldığı konusunda da izler kitleye bir kanaat verecektir.

Son olarak bir birey, dini medya mesajının kurgulandığını düşündüğü anda, bu kurguyu kimin yaptığı, bunun mutfağında hangi uzmanların yer aldığı ve bunların mesaja neler katmış ya da neleri devre dışı bırakmış olabilecekleri üzerinde de düşünmeye başlayacaktır. Böylece dini medya mesajının baştan sona bir takım kişilerin ellerinde doğallığından arındırılıp bireyin ilgisini çekecek biçimde yapaylaştırıldığını keşfetme imkânı bulacak ve bu mesajla arasına eleştirel düşünme mesafesi koyabilecek yeterliğe ulaşacaktır.

Medyadaki dini mesajların birey tarafından dengeli bir şekilde anlaşılabilmesi için kurgu çözümlemesinden sonra ikinci yeterlik alanı, medyanın tekniğini çözmekle ilgilidir. Çünkü medya, mesajını kurgularken kendine özgü yaratıcı teknikler kullanmaktadır. Bu da Massey'e göre medyanın manipüle edici yönünü görmemizi engellemektedir.<sup>70</sup> Ses, yazı, punto, yakınlık, uzaklık, müzik, vurgu, ışık, dekor, arka plan ve daha birçok teknik, bu noktada medyanın hizmetine sunulmuştur. Basit ve yalın bir dini meseleyi medyatik mesaj haline getirirken onu cami kürsüsünde, minberde, kara tah-tada veya dini bir sohbetinde kullanılan tarzda yalın bir biçimde nakletmek, izleyicinin ilgisini çekmekten uzaktır. Onun için yukarıda belirtilen medyatikleştirme tekniklerini işe koşmak, medyanın üreticileri için en doğru yoldur. Bunun için özellikle doğrudan dini mesaj vermeyi amaçlayan programlarda, ilk bakışta bizi cezbedecek ve kendisine bağlayacak bazı kalıp görüntülerle karşılaşmamız yaygın bir uygulamadır. Stüdyoyu dini / kutsal bir mekân haline getirmek için hat yazıları, tarihi camiler, çeşmeler, doğanın ihtişamını örnek-lendiren şelaleler, yıldızlar, yeşil vadiler, ormanlar, gürül gürül akan ırmaklar ve buna benzer dekoratif detaylar, Postman'ın<sup>71</sup> ifadesiyle dinin tarihsel, derinlikli ve kutsal bir insani etkinlik olduğunu gösterecek bütün ayrıntılardan arındırılarak basit bir eğlenceye dönüştürülmesinin dışı vuran yansımalarıdır. Dini medya okuryazarı olmak için medya mesajlarındaki bu tarz teknikler konusunda belli bir düzeyde beceri sahibi olmak gerekir. Örneğin, ses, ışık, kadraj, yazı stili gibi araçlarda yapılan oynamaların neye hizmet

<sup>70</sup> İnal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, s. 42.

<sup>71</sup> Postman, *Televizyon: Öldüren Eğlence*, s. 132.



ettiğini bilmek ve bu araçları basit düzeyde de olsa denemek, dini medya okuryazarlığının gelişimine önemli katkı sağlayacaktır. Zaman zaman korku filmlerinde veya sır/sihir dizilerinde karşılaşılan cehennem, cennet, kabir vb. uhrevi sahnelerin etkinliğini arttıran ses, ışık ve görsele ait efektlerin, bizatihi maddi araç gereçler kullanılarak üretilmiş olduklarını kavramak, onları görünce hayret veya dehşete kapılmaya gerek olmadığını fark ettirecektir.

Bunun için her bir medya tekniğiyle ilgili soruların sürekli zihinleri kurcalaması ve bir yandan medyanın içeriğini takip ederken bir yandan da bu içeriğin ne derece yapaylaştırıldığını kestirmek, etkin bir medya okuryazarlığı anlamına gelmektedir. Örneğin Ramazan ayında televizyonlarda program yapan uzmanların (televizyoncuların) dini kıssa anlatırken, şiir okurken veya sohbet ederken ekranda kullanılan destekleyici materyallere odaklanmak, bize önemli ipuçları verecektir. Etkin bir dini medya okuryazarı, fonda kıssanın veya şiirin ruhuna uygun müziklerin ne derece etkin bir duygusalılık yarattığını, sohbet esnasında ekrana gelip giden düşünceli dinleyicilerin veya manevi haz uyandıran görüntülerin, tevazu içinde birbirleriyle sohbet eden konukların oluşturduğu kurguyu tamamlama noktasında nasıl fonksiyonelleştiğini kolayca saptayacaktır. Bu noktada düşünülmesi gereken en temel şey, bütün bunların hedef kitlede nasıl bir gerçeklik algısı yarattığı ve esas dini içeriğin nasıl belirsizleştiği olmalıdır. Çünkü medyanın tekniklerinden haz duyan bir izleyici, muhtemelen o tekniklerin aracılık ettiği ifade, fikir ve düşüncelerin objektifliğini / sübjektifliğini, doğruluğunu / yanlışlığını, doğallığın / yapaylığını sorgulamayacaktır.

Medyadaki dini iletilerin birey tarafından sağlıklı bir şekilde anlaşılabilmesi için bir diğer yetenek alanı da herkesin bu mesajı farklı algıladığını bilmekle alakalıdır. Çünkü aynı mesajı farklı kişiler farklı şekillerde algırlarlar.<sup>72</sup> Bu algıda gayet tabii geçmiş yaşantılar ve ön bilgiler etkili olacaktır. Doğal olarak da bir dini mesajın medyada kendini gösterdiği anda o medyaya muhatap olan bireylerin her biri geçmiş yaşantıları ve tecrübeleri ile sahip oldukları bilgiler ve yetenekler doğrultusunda bu mesajdan farklı şekilde etkileneceklerdir. Dini medya okuryazarlığı gelişmiş bireyin dikkat edeceği ilk husus, bu iletiyi herkesin kendi anladığı gibi anlamadığı olmalıdır. Söz gelimi, aynı örnek üzerinden gidersek, yakın çevresinde cinlerin

<sup>72</sup> Bkz. Ahmet Koç, *Din Eğitiminde Etkili İletişim*, 2. Baskı, Rağbet Yay., İstanbul 2011, ss. 170-217.

kendine musallat olduğunu iddia eden biriyle, böyle bir iddiayla yüzleşmemiş birinin bir TV programında veya herhangi bir forumda cinlerin tartışıldığı bir ortamda farklı zihinsel ve duygusal reaksiyonları olması kaçınılmazdır. Zira kişisel deneyimler, bireyi medya mesajının daha çok içinde tutar.<sup>73</sup> Bu durumda bu türden dini medyanın etkin bir okuryazarı olmak ve neyi kabul edeceğini ya da reddedeceğini doğru bir şekilde karara bağlamak için bireyin anladığı şey üzerinde kişisel tecrübelerinin etkisini / katkısını test etmesi elzemdir. Bunun için de böyle bir tecrübeye sahip olmayanların bu mesajdan ne anlamış olabilecekleri üzerinde kafa yormak, akla gelen ilk soru olmalıdır. Bu, aynı zamanda medyanın içeriğine ihatalı yaklaşmak ve farklı alternatifleri göz önünde bulundurmamak için mantıklı bir yol gibi görünmektedir.

Medyanın dini mesajlarının birey tarafından sağlıklı bir şekilde anlaşılabilmesi için bir diğer yetenek alanı da medya aracılığıyla sunulan veya saklanan değerleri keşfetmeyle alakalıdır. Tıpkı okullardaki öğretim müfredatlarında olduğu gibi<sup>74</sup> medyada da hem verilmek istenen açık mesajlar hem de saklanan veya gizlenen değer ve görüşler vardır. Bunun haricinde yok sayılan bir takım değerlerin varlığını da unutmamak gerekir. Bunun nedeni medya ürünü ortaya koyan kişilerin bireysel ya da ideolojik tutumlarıyla çelişen içerikleri ayıklama amacıdır. Açık seçik ve yazılı olan müfredatta birey, kendisi üzerinde öngörülen tasarrufları tanıma imkânına sahipken gizli ya da örtük müfredatta farkına varmadan dolaylı yollardan etkiye maruz kalacak veya kendisi için uygun gelebilecek bir dizi kazanımdan mahrum tutulacaktır. Medyadaki dini mesajları da bu bağlamda değerlendirmek gerekir.

Herhangi bir dini anlam veya içerik barındıran bir mesajla karşılaşıldığında bireyin bu noktada etkin bir eleştirel tutuma sahip olarak mesaja yönelmesi, onun dini medya okuryazarlık yetenekleriyle doğrudan ilişkilidir. Şöyle ki, bu dini içerik kim tarafından hangi amaçla kurgulanmışsa o amacın gerçekleşmesi için çeşitli açık ya da kapalı teknikle yapılandırılmıştır. Şüphesiz, bu dini medya içeriğini oluşturan kişinin bunu oluşturmakla elde edeceği kazanımlar vardır. Bu kazanımlar, çoğu zaman maddi çıkar veya güç/iktidar elde etmeye matuf olabilir. Bu ideale ulaşmak için izler kitlenin

<sup>73</sup> Jols-Thoman, 21. *Yüzyıl Medya Okuryazarlığı*, s. 39.

<sup>74</sup> Okul, müfredat ve eğitim politikaları konusunda detaylı bilgi için bkz. Michael W. Apple, *Education and Power*, Routledge Publishing, New York, NY 1995.

duygu ve düşünce dünyası belli bir kalıp içerisinde yeniden şekillendirilir. Böylece bir yandan bireye bir takım değerler açık veya gizli satılırken bir yandan da yönlendirmiş birey, reklam veren kuruluşlara satılır.<sup>75</sup>

### Sonuç

Günümüzde insanlara din eğitimi vermek, eskiye nazaran çok daha zor ve karmaşık bir hal almıştır. Bunun pek çok sebebi bulunmakla beraber dini öğrenme ya da dini bilgiyle karşılaşma kaynaklarının çeşitlenmesi, en önemli nedenler arasında sıralanmalıdır. Ayrıca geçmişte konvansiyonel mekanlarda profesyonel kişiler tarafından yapılan din eğitiminde amaç, çoğunlukla eğitimcilerin dini inanç, ibadet ve ahlak konularında inandıkları ya da anladıkları içerikleri muhataplara anlatmaktır. Ancak şimdi dini enformasyonun hem mekanları hem amaçları hem de eğitimcileri farklılaşmış ve çoğalmıştır. Bu durumda yeni düzene uygun bir din eğitimi için çok daha bilimsel, çok daha karmaşık ve âni değil süreci esas alan etkin yöntem ve teknikler geliştirilmelidir. Bu makalede bu kaotik çeşitlenmede iletişim araçlarının din eğitimine getirdiği meydan okumalar karşısında ihtiyaç haline gelen medya okuryazarlığının din eğitimi açısından önemi üzerinde durulmuştur.

Literatürde ileri sürülen görüşlere bakıldığında medyanın, bir yandan dini ve ahlaki değerler için tehdit olarak algılandığını, bir yandan da dini tartışmalar için medya aracılığıyla yeni senaryolar ortaya koyma ve yeni öğretim araçları keşfetme imkânına atıf yapıldığını görmek mümkündür. Çağın vazgeçilmez bir fenomeni haline gelen medya, din ve ahlak eğitimi için şüphesiz bünyesinde ciddi riskler barındırmaktadır. Çünkü hem medya hem de din ve ahlak kurumu yapısal olarak birbirlerinin zıttı fonksiyonlara sahiptir. Birinin temel amacı, bireyi eğlendirerek reyting, tiraj ve para kazanmak iken, diğerinin temel amacı, olumsuz koşullar karşısında bireyi kontrol ederek onu muhtemel yan etkilerden ve telafisi zor zararlardan muhafaza etmektir. Bu noktada en mantıklı çözüm yolu, iki alanı ortak noktada buluşturmak, insanları medyayla eğlendirirken kendilerine koruma kalkanları oluşturmaktır. Bunun adı da genelde medya özelde dini medya okuryazarlığıdır.

Dini medya okuryazarlığı, insanlara bilişsel, duygusal, estetik ve değer alanlarında çeşitli beceri kazandırmalıdır. Bilişsel alanda

<sup>75</sup> Jols, Thoman, 21. *Yüzyıl Medya Okuryazarlığı*, s. 41.

aklını ve zekâsını kullanarak medya iletilerini analiz edip sentezlemek ve bu iletilerin taşıdığı açık ve örtük mesajları yakalamak en önemli beceridir. Duygusal alanda medya iletilerinin kendi üzerinde yarattığı duygusal farklılaşmaları saptamak ve duygu durumunda meydana gelen değişimler için sunulan manipülasyonlara duyarlı olmak kazanılması gereken temel beceridir. Estetik alanda medya iletilerinin değerini tespit etmek, ona eleştirel gözle yaklaşabilmek ve seçici olmak, onun zayıf ve güçlü yönlerini okumak, elzem bir beceridir. Değerler alanında ise medya iletilerinin taşıdığı veya reddettiği değerleri vadettiği veya yok saydığı yaşama biçimini yakalamak, gizli ve açık tasarımı keşfetmek önemlidir. Bütün bu alanlarda gerekli becerileri elde eden ve bu becerileri hayat boyu geliştirme iradesinde olan bir gencin medyaya ve onun sunduğu din ve ahlak anlayışına karşı çok daha güvende olması, medyanın olumsuz etkilerinden kendini muhafaza etmesi çok daha kolay olacaktır.

Dini medya okuryazarlığı, kapsam bakımından henüz tam anlamıyla sınırları belirlenmiş bir araştırma alanı haline gelmemiştir. Bu bakımdan literatürel anlamda emekleme aşamasında olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu alanın gelişmesi ve problem alanı için alternatif çözüm yollarının oluşturulması şüphesiz zaman alacaktır. Bu zamanın ne kadar uzun ya da kısa olacağı ise din eğitimi ve iletişim konularında uzmanlaşmış kişilerin bu konulara göstereceği alakayla doğru orantılı olacaktır.

## Kaynakça

- Akkoyunlu, Buket, "Bilgisayar Okuryazarlığı Yeterlikleri ile Mevcut Ders Programlarının Kaynaştırılmasının Öğrenci Başarı ve Tutumlarına Etkisi", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1996, sayı: 12, ss. 127-134.
- Apple, Michael W., *Education and Power*, Routledge Publishing, New York, NY 1995.
- Aydın, Hakan - Metin Eken, "Din Görevlilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", *Medya ve Din*, (Ed. Mete Çamdereli, Betül Önay Doğan ve Nihal Kocabey Şener), Köprü Yay., İstanbul 2014, ss. 377-405.
- Aydın, Mehmet Zeki, *Ailede Çocuğun Ahlak Eğitimi*, DEM Yay., İstanbul 2005.
- Ayhan, Halis, *Türkiye'de Din Eğitimi*, 3. Baskı, DEM Yay., İstanbul 2014.
- Bahadır, Abdülkerim, "Günümüz Kitle İletişim Araçlarının, Ruhsal ve Toplumsal Hayatımız Üzerindeki Olumsuz Etkileri ve Korunma Yolları", *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1997, sayı: 7, ss. 469-498.
- Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, *Bir Bakışta Türk Medyası*, BYEGM Yay., Ankara 2013.
- Cheung, Chi-Kim, "Media Education as a Vehicle for Teaching Religion: A Hong Kong Case", *Religious Education*, 2006, c. 101, sayı: 4, ss. 504-515.

- Christ, William G. - W. James Potter, "Media Literacy, Media Education, and the Academy", *Journal of Communication* 1998, c. 48, sayı: 1, ss. 5-15.
- Çiftçi, Musa, "Argonun Niteliği ve Argoya Bakış Açımız", *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 2006, c. 6, sayı: 2, ss. 297-301.
- Çoştı, Yakup, *Toplumsallaşma ve Dindarlık (Samsun Örneği)*, TDV Yay., Ankara 2011.
- Diyanet İşleri Başkanlığı, *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*, DİB Yay., Ankara 2014.
- Dodurgalı, Abdurrahman, *Ailede Din Eğitimi*, Timaş Yay., İstanbul 2010.
- Doğan, Mehmet, "Gençlik ve İletişim Araçları", *Gençlik Dönemi ve Eğitimi*, Ensar Neşriyat, İstanbul 2000, ss. 33-43.
- Enderun, Mehmet Akif, *Beyaz Perdenin Din Algısı Sinema- Din İlişkileri Üzerine Bir Analiz*, Işık Yay., İstanbul 2011.
- Erol, Günay - Azize Hassan, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2014, c. 7, sayı: 31, ss. 804-812.
- Furat, Ayşe Zişan, "Din Okuryazarlığı: Din Eğitimi Felsefesi Açısından Temel Bir Kavram", *Marife Dergisi*, 2012, c. 12, sayı: 3, ss. 9-24.
- Furat, Ayşe Zişan, "Yaygın Din Eğitiminde Kitle İletişim Araçlarının Yeri (Televizyon Örneği)", *İÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2009, sayı: 19, ss. 37-62.
- Gander, Mary J., Harry W. Gardiner, *Çocuk ve Ergen Gelişimi*, (Çev.: Ali Dönmez, Nilgün Çelen ve Bekir Onur), İmge Kitabevi, Ankara 1993.
- Hobbs, Rene, "Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma", (Çev.: Melike Türkân Bağlı), *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 2004, c. 37, sayı: 1, ss. 122-140.
- Hökekleli, Hayati, "Gençlik ve Din", *Gençlik, Din ve Değerler Psikolojisi*, (Ed. Hayati Hökekleli), DEM Yay., İstanbul 2006, s. 9-31.
- Hökekleli, Hayati, *Din Psikolojisi*, 3. Baskı, DEM Yay., İstanbul 2013.
- İnal, Kemal, *Medya Okuryazarlığı El Kitabı*, Ütopya Yay., Ankara 2009.
- Jols, Tessa - Elizabeth Thoman, *21. Yüzyıl Medya Okuryazarlığı*, (Çev.: Cevat Elmas ve Alper Kesten), Ekinoks Yay., Ankara 2008.
- Koç, Ahmet, *Din Eğitiminde Etkili İletişim*, 2. Baskı, Rağbet Yay., İstanbul 2011.
- Koç, Turan, *Din Dili*, İz Yay., İstanbul 1998.
- Kurbanoğlu, S. Serap, "Bilgi Okuryazarlığı: Kavramsal Bir Analiz", *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 2010, c. 24, sayı: 4, ss. 723-747.
- Lüleci, Yalçın, "Milli Sinemaçılarının İkinci Döneminde Sinema ve Din", *Medya ve Din*, (Ed. Mete Çamdereli, Betül Öney Doğan ve Nihal Kocabey Şener), Köprü Yay., İstanbul 2014, ss. 33-72.
- Masterman, Len, "A Rationale for Media Education", *Media Literacy in the Information Age*, (Ed.: Robert Kubey), Transaction Publisher, New Brunswick NJ 1997, ss. 15-68.
- Merter, Mustafa, *Nefs Psikolojisi*, Kaknüs Yay., İstanbul 2014.
- Messariss, Paul, "Visual Aspects of Media Literacy", *Journal of Communication* 1998, c. 48, sayı: 1, ss. 70-80.
- Nazıroğlu, Bayramali, *Vatandaşlık ve Din Eğitimi*, Açılım Kitap, İstanbul 2013.
- Özkır, Yusuf, "Medyanın Din Bilgisi", *Medya ve Din*, (Ed. Mete Çamdereli, Betül Öney Doğan ve Nihal Kocabey Şener), Köprü Yay., İstanbul 2014, ss. 13-31.
- Postman, Neil, *Televizyon: Öldüren Eğlence*, (Çev.: Osman Akınhay), 4. Baskı, Ayrıntı YAY., İstanbul 2012.
- Potter, W. James, *Media Literacy*, 6. Baskı, Sage Publications, Thousand Oaks, CA 2013.
- Powel, Rebecca, *Literacy as a Moral Imperative*, Rowman & Littlefield Publishers, Maryland 1999.
- Prothero, Stephen, *Religious Literacy: What Every American Needs to Know - and Doesn't*, Harper Collins e-Books, 2007.

- Siegler, Robert - Judy Deloache ve Nancy Eisenberg, *How Children Develop*. Worth Publishers, New York 2003.
- Silverblatt, Art - Ellen M. Enright Eliceiri, *Dictionary of Media Literacy*. Greenwood Press, Westport, CT 2007.
- Sosyal Ekonomik ve Kültürel Araştırmalar Merkezi, *Türkiye’de Gençlik: Gençliğin Özellikleri, Sorunları, Kimlikleri ve Beklentileri*, SEKAM Yay., İstanbul 2013.
- Sözeri, Ceren - Zeynep Güney, *Türkiye’de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi*. TESEV Yay., İstanbul 2011.
- Stout, Danile A., “Religious Media Literacy: Toward a Research Agenda”, *Journal of Media and Religion*, 2002, c. 1, sayı: 1, ss. 49-60.
- Şahin, Abdurrahman, *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*, Anı Yay., Ankara 2011.
- Temizel, Fatih - Fatih Bayram, “Finansal Okuryazarlık: AÜ İİBF Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2011, c. 12, sayı: 1, ss. 73-86.
- Treske, Gülden, “Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli?”, *Medya Okuryazarlığı*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yay., İstanbul 2006, ss. 8-15.
- Turan, İbrahim, “Medyadaki Din Adamı İmajı Üzerine Bazı Düşünceler”, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2007, sayı: 24-25, ss. 293-304.
- Villani, Susan, “Impact of Media on Children and Adolescents: A 10-Year Review of the Research”, *Journal of American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 2001, c. 40, ss. 392-401.
- Yorulmaz, Bilal, *Sinema ve Din Eğitimi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul 2012.

