



DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI YAYINLARI / 644

II. ULUSLAR ARASI DİNÎ YAYINLAR KONGRESİ

TEBLİĞLER-MÜZAKERELER
05-07 KASIM 2004 / ANKARA

Ankara - 2005

İran Radyo ve Televizyonlarında Dinî Yayıncılık (Teorik Çalışmalardan Uygulamalı Konulara)

Prof. Dr. Seyyed Hasan Hosseini

İran Milli Radyo IRIB Başkanı ve
Sherif University of Tecnology, Bilim Felsefesi Fakültesi, İran

Tercüme

Doç. Dr. M. Sait Özervarlı

Giriş

Öncelikle bu toplantıyı düzenlemek için büyük emek sarf edenlere, gayretleri için teşekkür ederim.

Tebliğimi üç bölüme ayırmaya çalıştım, şüphesiz her bir bölüm müstakil olarak aydınlığa kavuşturulması ve tartışılması gerekir. Birinci bölüm, başta radyo ve televizyon olmak üzere medya ve dinin kimliğiyle ilgili teorik konulara tahsis edilmiştir. İkinci bölümde İran Radyo ve Televizyonu'ndaki dinî programlara yer vermeyi ve son olarak medyanın dinî meseleleri nasıl daha etkin ele alabileceği konusunda yeni bir yaklaşımı ele almayı düşünüyorum.

Yukanda belirtildiği gibi bu üç kategorinin her biri ayrı ayrı ve daha somut olarak işlenmeye değer olup, bazıları haklı olarak böyle şümüllü bir bakış açısının konuları tam olarak inceleme imkânından yoksun bırakacağını ileri sürse de bu toplantının önemi, bende bu üç bölümün tamamına kısaca dikkatlerinizi çekmenin uygun olacağı hissini uyandırdı.

1. Teorik çalışmalar

Bu toplantıda medyanın özelliği veya daha genel bir ifadeyle teknoloji hakkında teorik tartışmalar yapmamız gerekmediği düşünülebilir. Fakat öte yandan şüphe yok ki, medyanın üretken ve rasyonel kullanımı ile dinlerle karşılıklı ilişkisi medya ve dinlerin birbirlerini daha iyi tamamlayabileceği birtakım hipotezlerin kabulünü öngörür. Netice olarak medyanın dinî alanda etkin kullanımı için onun doğası üzerinde kafa yormak kaçınılmazdır. Şunu da söylemekte yarar var ki, bu konuda kabul görmüş tez ve temel fikirlerin din ve

medyanın kullanımı ve aralarındaki ilişkinin metodu ve türü üzerinde güçlü bir tesiri vardır. Ayrıca dinin medyayı kullanması veya medyanın dine yer vermesinde teorik çalışmaların şekillenmesine etkide bulunmayı gerektirir.

Sorgusuz kabulden topyekün redde

Medya ve dinlerle ilgili teorik çalışmalarda iki veya üç genel yaklaşımın zikredilmesi hemen hemen çok yaygındır. Her ne kadar böyle bir sınıflandırma tatmin edici ve kabul edilebilir gibi gözüküyorsa da özellikle son zamanlarda yapılan yoğun çalışmalara bakarak toplu kabulden toplu redde kadar giden araştırmalardan bahsedilebilir. Toplu kabulle medyayı sadece bir araç olarak gören yaklaşım, toplu retle ise medyayı ve özellikle televizyonu dinlerin tabiatına, hedeflerine ve dinî temayüllere aykırı gören görüş kastedilir.

1.1. İşlevsel yaklaşımlar

İşlevci olarak adlandırılacak hipotezler, medyayı dinî kavram ve fikirlerin yanında diğer kavramlar, hatta belki dine karşı olanların kullanabileceği yalnızca bir araç ve alet olarak görür.

Felsefi yorumlarla teknolojiyi belli bazı gayeler için kullanılan bir araç veya insanî faaliyet olarak görenler, medya dâhil teknolojiyi işlevsel tabiatlı olarak kabul edenler arasında yer alır. Heidegger, teknolojiyi nötr gören görüşü şiddetle eleştiren filozoflardan biridir. O, teknolojinin insanî faaliyet olarak tanımının bile, onun işlevselci yaklaşımın dışında bir şey olarak yorumlanamayacağını gösterir.

İşlevselci yaklaşımda, medya kendi başına bağımsız bir kültürel kimliğe sahip değildir ve bir alet olarak çeşitli farklı mesajları yaymak için kullanılabilir. Medyanın sadece mesajları taşıyıcı, kuşatıcı ve yayıcı olduğuna ve bu özelliğinin medyanın temel doğası olduğuna inananlar, bu işlevselci ekole mensuptur. Hatta onlara göre medyanın mevcut değerlere irca edilmesi, aracın amaç hâline gelmesi anlamına gelir, hâlbuki araçların genel görünümüne müdahale etmemesi gerekir. Bu teoriler hakkında yeri geldiğinde ele alınması gereken tartışmalı diğer bazı konular daha var ki, bunları kısa geçip, asıl konuya gelmek istiyorum.

1.2. Temelci yaklaşımlar

Temelci yaklaşımlar, medyanın temelde ve aslî olarak bağımsız bir tarihî ve kültürel kimliğe sahip bulunduğunu iddia eder. Bundan dolayı insan hayatının diğer yönleriyle olan ilişkisinde onun bu doğasının ve özünün diğer kimliklerle uyuşup uyuşmayacağını tam olarak hesaba katılması gerekir. Bu teoriler başlıca iki farklı felsefi ve medya çalışmaları esasına dayanmaktadır.

Ancak temelcilerin dinî alanda medyanın her türlü kullanımının dinin tabiatına aykırı olduğunu varsaymaları şeklindeki sığ yaklaşım bu konuya yeterli dikkatin gösterilmeme-

sinden kaynaklanmaktadır. Her ne kadar temelci görüşün içinde medyanın bütünüyle dine karşı görülmesi gibi aşırı noktalar bulunsa da aynı zamanda dinden bağımsız tabiatına rağmen medyanın dinî kavram ve öğretilerle iki taraflı ilişkiler kurulabileceğine dair diğer birçok görüş ve teoriler de mevcuttur.

Bu bakış açısını tartışmak için iki düşünürü Heidegger ve Postman'a atıfta bulunmakta fayda vardır. Biri konuyu felsefi ve temelci perspektiften ele alırken, diğeri meseleye kültürel açıdan bakmaktadır.

Ontolojik temelcilik

Heidegger, teknolojinin ontolojik temelleri ile ilgili değerlendirme ve analizlerinde işlevselci paradigmayı şiddetle reddeder. Geleneksel yorumdan farklı olarak Heidegger, teknolojiyi ontolojik bir fenomen olarak görür. Ona göre işlevselciliğe dayanan bakış açısının bütünüyle reddedilmesi gerekir ve o asla ıslah edilemezdir. Bundan dolayı teknoloji sadece bir araç değil, fakat daha çok bir çeşit ortaya çıkış ve devrimdir. Diğer bir ifadeyle teknoloji bu devrim ve evrimin meydana geldiği alandaki bir realitedir.

Yukarıda zikredilen görüşlerine dayalı olarak Heidegger, insanlığa teknolojiyle ilgili güçlü bir uyarı yapmaktadır. Özgürlük ve insanın kendi kaderini tayin hakkının teknolojik zorunluluktan etkilenmediği şeklindeki teorilere ilgi göstermeyen Heidegger, daha ziyade teknolojinin esaslı tehlikelerine işaret eder. Aslında Heidegger, tekniğin ontolojik temellerini inceleyerek ilk defa teknolojiyi sübjektif ve işlevselci fikirlerden kurtarmaya ve en temel felsefi mesele hâline getirmeye çalışmıştır.

Onun hipotezine göre medya dâhil teknolojinin özü, insanın tabiatını, tarihini, kültürünü fethetmek suretiyle insanın kozmoloji ve ideolojisine şekil vermiş, bu şekilde bir hâkimiyet ve hegemonya başka hiçbir araç tarafından yönlendirilememiştir. Bu sebeple medyayı dinileştirmek veya dini, medyaya yöneltmek şeklindeki her türlü girişim, Heidegger'e göre, semeresiz, faydasız ve boştur. Aynı şekilde teknoloji dinle herhangi bir ilişkiye giremez, aralarında uzlaşmaz farklılık bulunmaktadır.

Medya temelciliği

Genelde din ve medyayla ilgili çalışmalarda Marshal McLuhan'a ve onun meşhur "Medya mesajdır" ifadesine, ayrıca öğrencisi Neil Postman gibi medyanın bağımsız bir öze sahip olduğuna inananlara referans yapılır. Postman'ın görüşlerinin önemine binaen burada onun din ve medyanın (bilhassa televizyonun) karşıt ilişkileri konusundaki görüşlerine kısaca temas edeceğiz.

Postman McLuhan'ın görüşlerine övgüde bulunarak bir kültürün fikir ve mesaj alışverişinde bulunmak için kullandığı araçları araştırmak, o kültürü tanımak için esastır. O, herhangi bir yeni vasıta veya aracın kendi temel form ve içeriğini kamuoyuna empoze etmeye ve sonunda insanların fikirlerini, düşünme yollarını ve duygularını belirlemeye mukte-

dir olduğunu belirler. Ona göre McLuhan da “Medya mesajdır” sözüyle aynısını kastetmektedir. Postman, teknokrasiyi geçip teknopoli aşamasına gelen sosyal sistemlerde, kültür zorunlu olarak teknoloji ile kuşatılır. O, teknokrasi sistemlerinde çatışma ve yarışmalara rağmen, iki farklı ideoloji olan kültür ve teknolojinin birlikte mevcut olabildiğine inanır. Meselâ, XIX. yüzyıl Amerika’sında bir yandan teknoloji, diğer yandan kültür ve gelenek ikisi birlikte yaşıyorlardı.

Fakat teknopolinin yani teknolojinin tek elde kontrolünün ortaya çıkmasıyla bu iki ideolojiden biri sahnedan silindi. Bundan dolayı teknopoli belirli ve farklı bir tabiata sahip olup teknolojinin en önemli özelliği kendisini Tanrı’nın yerine geçirmiş olmasıdır. Sonuç itibarıyla, kültür kendi esasını ve geçerliliğini, baskın teknolojiye bulmak durumundadır.

O, aynı görüşü medya hakkında dile getirerek medya ve özellikle televizyonla ilgili eleştirel düşüncesinde tamamen farklı karakterleri sebebiyle medya ve dinin bir araya getirilmesi ihtimalini devre dışı bırakır.

Postman, bu noktanın altını çizerek medyanın çeşitli mesajları nakletmesinin beklenemeyeceği konusunda ısrar eder. O, bir dinin en önemli ve temel unsurunun onun ruhanî ve tabiatüstü kutsallığı olduğunu, hâlbuki televizyonun özü itibarıyla dünyevî olduğunu, dolayısıyla ikisinin entegrasyonunun kutsal bir kavramı materyalist bir ritüele döndüreceğini söyler. Dünyevî tabiata sahip televizyonu semavî bir özelliğe dönüştürmek nasıl mümkün olabilir? O, televizyonu insanî isteklere, dini ise insanın gerçek ihtiyaçlarına atfeder. Postman bunu ifade etmekle isteklerin ihtiyaçlardan farklı olduğunu ve medya çalışmalarını için böyle bir ayırımın çok önemli ve hayati olduğunu belirtir. Postman, peygamber ve elçilerin insanlara istedikleri veya arzuladıkları şeyleri değil, kendilerine lâzım olan şeyleri verdiklerini, buna karşılık televizyonun fonksiyonunun da tüketime ve insanların arzularını tatmine yönelik olduğunu belirtir. Dolayısıyla, Postman’ın medyanın doğasıyla ilgili söylediklerine göre, iki ayrı kategori olan din ve medyanın birbirini kabulü ve uygunluğu mümkün değildir ve böyle bir şey dinî kavramların kutsallıktan paravanlığa doğru kayıp yok olması sonucunu doğurur.

1. 3. İlişkisel yaklaşımlar

Her ne kadar din ve medyanın iki alanıyla ilgili ilişkisel yaklaşıma dair bir başlık konmadıysa da, bu konunun altında teorik temelleri hesaba katmadan veya sadece uygulama çalışmalarıyla çağdaş insanın bu iki önemli unsurunu ilişkilendirmeye bir yol bulmaya gayret edeceğim. Tam olarak ilişkisel yaklaşımlara tahsis edilmiş başka bir tebliğde bu tür çözümlerin birçoğunu ele aldım, burada konuyla ilgili detaylı tartışmalara girmeye ne zaman ne de ihtiyaç vardır, bununla birlikte buna kısa bir bakış yapmaktaki niyetim, bu alandaki değerli çalışmaların önemini bu açıdan belirtmektir. Genel olarak söylemek gerekirse, bütün bu gayretleri dinin medyayı veya medyanın dini kullanmasıyla ilgili uygulama çalışmalarını içinde kategorize edebilirim.

2. İran Radyo-Televizyonu yayınlarında dinî programlar

İran İslâm Cumhuriyeti'nin anayasasına göre, radyo ve televizyon yayınları devletin sahip olduğu bir kurum tarafından yapılır ve bu kurumun başkanı, ülkenin ruhanî otoritesi tarafından tayin edilir. Son yıllarda özel televizyon kurumlarının kurulması konusunda tartışmalar ortaya çıkmışsa da bu anayasanın yeni yorumlara veya reformlara tâbi tutulmasını gerektirir.

Son yıllarda radyo ve televizyon ağında önemli bir genişleme meydana gelmiş olup, 7 ulusal ve 5 uluslar arası tv kanalı ile 8 radyo istasyonu İran'da yayın yapmaktadır. Haricî radyo hizmetleri ile mahallî radyo ve televizyon kanalları da İran'da faaliyet gösteren yayın kuruluşlarına ilâve edilmesi gerekir.

Radyo ve televizyon kanallarının sayısındaki bu artışlara paralel olarak dinî programlar ve bilhassa dinî kanallar da arttılar ve bu bölümde kısaca İran Radyo ve Televizyonlarında bu yayın ağları ve dinî programları ele alacağım.

Bildiğiniz gibi İran'da ülkenin kültürel durumunun değişmesinden sonra radyo ve televizyon programları da büyük ölçüde değişmeye başladı. O dönemde yeni durum ve devrimin yapısı dolayısıyla radyo ve televizyon programlarından sorumlu yetkililerin sadece dinî programlar üzerinde yoğunlaşması tabiidir. Belki o dönemdeki faaliyetler sırasında radyo ve televizyon programlarının başında bulunan kişiler çok genç ve tecrübesiz olmaları dolayısıyla birçok eksiklik ve yanlışlıklar yapılmışsa da programlardan açık cinsellik ve şiddet, ayrıca Amerikan film ve showları gibi Batı kaynaklı ürünleri yanında, içinde açık cinsellik barındıran İran filmleri çıkarıldığında, yeni bir medya kuralı bulmak oldukça zor bir görev hâline geldi, çünkü o sıralarda teorik tartışmalar çok nadirdi.

Sekiz yıllık İran-İrak savaşı sırasında, ülkenin potansiyelleri ve medya kapasitesi büyük ölçüde memleketin çağdaş tarihindeki bu acılı devreye tahsis edilmiştir. O yıllarda İran radyo ve televizyonları dinî temalar, işlemiştir. Fakat savaş bittikten sonra ülkenin sosyal kalkınması doğrultusunda dinî programların tabiatı ve dinî propaganda konusunda çok sayıda soru sorulmaya başlandı ve bugüne kadar devam etti. Ancak din ve medya ilişkileri konusunda tabiatıyla medya yayınının işlerliğiyle ilgili teorik normlar koymak kolay bir iş değildir. İran Radyo ve Televizyonu'nun 8 kanalındaki dinî programların mahiyetini incelemek için tebliğin üçüncü bölümünde bazı konular sunup, medya kanalıyla yapılacak dinî yayıncılık hakkında kendi tercihim olan modeli ortaya koymaya çalışacağım. Belirli dinî bağlantıları kurmak, İran'da, yakın yıllarda yapılan faaliyetlerden biridir. Bazı kimseler bu ağların kurulup genişletilmesini savunmaktadır. Bütünüyle Kur'an'ın yorumlanması, okunması ve tercümesine tahsis edilen Kur'an Radyosu, çeşitli dinî programları yayınlayan Maarif Radyosu ve Kur'an TV başlıca dinî radyo ve televizyon kurumları arasındadır. Şunu söylemekte fayda vardır ki, bu tv kanalları ve radyolardaki programlarda müzik kul-

lanılmamaktadır. Fakat şu da kaydedilmelidir ki, ihtiyaç olduklarında şüphe bulunmayan söz konusu dinî programlar bütün topluma hitap edecek program akışı sağlayamazlar. Kamuoyu anketleri ve önceki tecrübelerine dayanarak bu medya ağlarının kendi özel izleyicisine sahip bulunduğu ve halkın genelinin hedeflenmediği anlaşılmaktadır. Bu kanalları halka yönelik medyadan ayıran diğer bir husus, dinî kanalların izleyicileri, programı kendi tercihleriyle dinler veya seyrederek, dolayısıyla ilgisiz izleyici veya dinleyiciler bu medya kesimi tarafından hesaba katılmazlar. Bunun sonucunda program akışı ve etkinlik açısından bu tür medyanın tesiri sınırlı görünmektedir. Bu kategorideki medyayı ele alırken özellikle tebliğde dile getirilen birinci husus açısından dikkate alınması gereken bir diğer noktada, bu medya organlarının sahiplerinin bunları -genel olarak medyanın tabiat ve özelliklerini hesaba katmadan- dinî kavram ve fikirleri yaymak için bir araç olarak kullanmalarıdır.

Aslında bu tür programlarda medya dinî tebliği, vaaz, minber ve cami gibi geleneksel vasıtaları yerine ikame etmektedir. Gerçekte medyanın dinî gayelerle bu şekilde kullanımı "din medyası" şeklinde isimlendirilebilir.

Benzer bir tahlil, halka yönelik kanallarda yayınlanan dinî programlar için de yapılabilir. Bu demektir ki, genel halk kitlelerinden oluşan dinleyici ve izleyicilere sahip İran'daki bütün medya ağları, dinî programlar hazırlayıp yayınlamaktadırlar, ancak büyük izleyici kitlesini cezbetme gücüne sahip olmayıp sınırlı etki ve tesire sahiptirler. Bu programların oranı yayın kurumuna göre değişir. Meselâ, İran Ulusal Radyosu'nda %20, kültürel bir radyo olan Radyo Ferheng'de %10, Kanal 1 TV'de %25 programlar dinî konulara tahsis edilir. Fakat temel soru dinî konuların medya kanalıyla büyük izleyici kitlelerine, hatta dinî mesajları almak istemeyenlere bile nasıl tebliğ edilebileceği ve onların pasif izleyicilikten aktif izleyiciliğe nasıl döndürülebileceği meselesidir.

Bununla birlikte İran radyo ve televizyonlarındaki bazı programların içerik ve format olarak dinî mesajları iyi bir şekilde halka ulaştırma potansiyel ve kapasitesine sahip bulunduğunu da söylemek gerekir. Bu konuları açıklığa kavuşturmak için birkaç örnek vereceğim.

Bildiğiniz gibi geçen 20 yılda İran'lı film yapımcıları çok başarılı oldular. İran'lı yapımcılar tarafından çevrilen filmlerin çoğunda filmin konusu doğrudan dinî meselelere atıfta bulunmasa da direk temas etmeden ahlâkî ve manevî değerlerden ilham alıp ahlâkî faziletleri özendirir. Şiir ve müziğin anlamlı resimlerle bütünleştiği video klipleri de etik değerleri yayma konusunda etkin olmuşlardır. Manevî ve ahlâkî değerlere dolaylı referans yapmanın üçüncü örneği ise Hz. Ali'nin hayatı ve yönetimini ele alan "Hz. Ali" dizisi gibi dinî konular yerine tarihî olay veya dönemleri işleyen belgesel ve dizilerdir.

Yukarıdaki her bir kategoride birçok örnekler verilebilir, fakat benim bu programlarla sadece dinî konuları gösteren kanallar arasındaki farkı vermekteki amacım, modern çağda

medyanın temel hususiyetlerini belirtmek içindir. Şüphesiz ki, bu çağda medya ve dinin entegrasyonu, medya yayıncılığının karakter ve özelliklerini bilmeyi gerektirir.

Böyle bir entegrasyon ve birlikteliğin bazı durumlarda medyanın sadece dinî mesajlar aktaran araç şeklinde görülmesi bu amaca hizmet etmemiştir. Tabii ki, Postman gibi dinî televizyon kavramının esasta anlamsız ve paradoksal olduğunu ileri sürmek istemiyorum. Benim vurgulamak istediğim medyanın dinî ilke ve fikirlerle uyuşup uyuşmayacağına ilişkin anlaşılmasına olan ihtiyacıdır.

O hâlde genelde medya ve özelde radyo ve televizyon yayınlarında dinî fikir ve öğretilerin yayılması için iki metot veya yaklaşımdan söz edilebilir. Her iki metot dinî yayın kuruluşları tarafından defalarca uygulanmış ve her birinin avantajları ve sınırlarının bulunduğu görülmüştür. Birinci metotta dinî kavramlar hiçbir değişikliğe uğratılmadan ve medyaya uygun hâle getirilmeden sunulmakta ve medya dinî mesajları nakletmek için bir taşıyıcı, araç ve alet olarak kullanılmaktadır. Böyle bir uygulama farklı ve modern tekniklerle geleneksel ve klâsik vaaz yoluyla dini anlatmanın aynısı olup, "Medya Olarak Din" şeklinde isimlendirilebilir. İkinci metotta ise dinî kavramların doğrudan sunumu yerine manevî, ahlâkî ve hatta dinî değerler, dinî ritüel ve seremonilerin zorunlu olarak programların nihâî hedefi olduğunu takdim etmeden, aynı kutsal hedefleri gerçekleştirmek için istihdam edilir. Bu yaklaşım ve uygulama şekli "dinî medya" şeklinde isimlendirilebilir. Şüphesiz ikinci metotta medyanın özünü dinî kavramlarla uzlaştırma ve farklı medya formatlarını kullanma ilâve olarak genel izleyici kitlesine olan tesirleri öncekinden çok daha büyük olacaktır.

3. Dinî medya teorisi: Kökten yaklaşım

Tebliğin bu bölümünde, iki ayrı fakat bağlantılı boyuta işaret etmeye çalıştım. Birincisi; benim için tercih edilen ve kabul edilebilir olan teori, ikincisi; İran örneği üzerinde televizyon ve radyo yayıncılığında dinî programlara pratik bir çözüm önerisidir.

1. Şüphesiz ki, temelci görüşe sahip olanların medyanın tabiatı ve özü hakkında söyledikleri kesin ve makbuldür. Hem Heidegger ve öğrencileri hem de McLuhan, Postman ve onların takipçileri tarafından ifade edilen görüşler esaslı ve desteklenebilirdir. Fakat medyanın özünün dinî kimlik gibi diğer bağımsız olgularla uyuşamayacağı anlamında değil elbette. Ancak şüphesiz medya yalnızca mesaj nakleden araçlar da değildir.

Bununla birlikte enstrümantalizmin reddedilmesi, Heidegger ve Postman'ın radikal temelci görüşünü kabul etmeyi gerektirmez. Elbette her ne kadar medyanın temelci tabiatı teorinin başlıca temeli görülse de medyanın dinî mesaj ve olgulara uyma potansiyeline sahip olduğu hipotezine inanırım.

Ayrıca zikretmek gerekir ki, dinî doktrin ve ritüeller ile dinin nihâî gayeleri arasında hayatî, bir ayırım yapılmalıdır. Muhtemelen Postman tarafından medya ve televizyon hak-

kında ileri sürülen katı pesimist görüşler, böyle bir ayırımın yokluğundan kaynaklanmıştır. Benim kanaatime göre Postman'ın görüşleriyle ilgili temel problem, dinî kavramların bütünü ile nihai dinî gayeler arasında bir ayırım yapmamasıdır. Eğer dinle, dinî doktrinleri kastediyorsak, onun vardığı sonuçlar kısmen kabul edilebilir veya en azından tartışılabilir. Ancak eğer dine, nihai hedefleri açısından ahlâkî, manevî ve kutsal fikirler olarak bakarsak, o zaman dinlerin temel gayeleriyle meşgul olan dinî medya tamamen makbul ve Postman'ın nazanında en kötüsü olan televizyon dâhil medyanın özelliklerine uygun olur. Hâlbuki eğer biri yukarıdaki ayırımı sorgular veya ondan şüphe ederse, genel ifadeyle manevî sükunet, etik değer ve erdemlerin korunup teşviki, hayata anlam verilmesi, evrenin mânâlılığı ve insanın kurtuluşu zikredilebilir.

Bu perspektiften hareketle dinî medya, dinlerin nihai hedefleri itibarıyla bazen belirli dinî motifleri kullanmadan bu değerleri oluşturmada başarılı olabilir.

Bu sebeple daha önce belirttiğim gibi dinî medya ile medya olarak din arasında kesin bir ayırımın yapılması gerekir. Böyle bir ayırım muhtemelen Postman'ın dinî medya kullanımı ile ilgili mutlak reddi teorisinin temel güçlüğüdür. Postman'ın medya ile dinî inançlar arasındaki uyumsuzlukla ilgili dediği, eğer ikisi medya olarak din şeklinde birlikteliği anlaşılırsa, ispatlanabilir ve yerindedir. Medya olarak din, kendi içinde dindir ve onun öğreti ve doktrinleri medyayı mesajların nakli için sadece araç olarak kullanır.

Fakat ben inanıyorum ki, başlıca prensip olan "dinî çoğulculuk" üzerine dayanarak dinî medya teorisinin dinî motiflerin nihai hedeflerine ulaşmada din, kültür, medya ve küreselleşme şeklindeki dört özellik arasında denge kurabilir. Yani dinî hedefleri, nihai amaçları ve ilâhî istekleri gerçekleştirmek için medyanın, dinin monopol öğretileri ve inançları yerine kendi özel kimliği ile kullanımını kastediyorum. Şunu zikretmekte fayda vardır ki, dinlerin nihai hedeflerine bazen dinî olmayan (din karşıtı değil) kavram ve algılamalarla ulaşılabilir. Dolayısıyla Postman'ın uyumsuzluk teorisi, dinî medyaya uygulanamaz, ancak medya hakkındaki görüşleri isabetli görünmektedir.

Bununla birlikte dinî medya teorisinin merkezî eksenini olan dinî çoğulculuk konusuna yazar, Batı'nın önceki klâsik görüşünden farklı özel bir anlam yüklemektedir. Tercih edilen çoğulculuk teorisinde din ne kişisel bir tecrübe, ne de moral değerlerle bezenmiş olarak görülmekte, buna karşılık farklı şekillerde kendisini açığa vuran ilâhî birlik şeklinde telakki edilmektedir. Dolayısıyla bu birlikten doğan, ve onun etrafında oluşan bir farklılıktır. Yukarıda açıklanan dinî çoğulculuk teorisine, medyanın din ile kurduğu ilişki şekli bütün dinleri bir birliğin çeşitli görünüşleri olarak kabulüne dayanır. Böylece dinî medyada dinlerin öğretilerine vurgu yapmak yerine, onların nihai hedefleri, amaçları ve anlamları hesaba katılır. Dinî medyaya bu şekildeki bir ilgi, dinî olmayan ve din dışı programlarla da gerçekleştirilebilir. Meselâ tamamen bir eğlence programı veya bir müzik parçası yahut bir video klipi

eğer insan hayatının anlamı ve doğru yönü gibi dinlerin temel gayelerini yerine getirmek amacını taşırsa, şüphesiz bu tür programlar her ne kadar dinî öğretiler tevzi etmiyorsa da dinî medya kapsamı içine dâhil edilebilir. Kesinlikle böyle bir yorumla Postman'ın bahsettiği medyanın özü hakkındaki paradoks artık görünmeyecek ve medya bütün özellikleri ve hususiyetleriyle diğer olgularla entegre edilebilecektir. Bu hipotez ne medyanın sadece işlevsel yönünü öne çıkarır, ne de dinlerin farklılığı bağlamında medya ile dinî iki zıt esas olarak görür.

Ayrıca bu teori ne işlevselci teorinin eksikliklerine ne de temelci görüşe yöneltilen çok sayıda eleştiriye muhatap olur. Bu teori medyayı dinle ilişkisinde hesaba katar, dinî çoğulculuğu interaktif modelde hipotezin merkezine koymak şartıyla medyayı dinî kavram ve motiflere zıt bir araç olarak görmez.

Bu teorik yaklaşımın diğer tebliğlerde ele alınacak uygulamaya dönük kesinlikle bazı sonuçları olacaktır.

2. Bahsedilen hipotezlerin yanında medyanın dinî öğretilerle tutarlılığı konusunda bir uygulamalı yaklaşım da zikretmek istiyorum. Kısaca anlatıldığı gibi, halka yönelik olan ve olmayan medya arasındaki fark, izleyicilerin iki tür medya arasında seçim yapacağı durum ve şartlara bağlıdır. Her ne kadar özel medyadaki izleyiciler sınırlıysa da onlar izleyici olmaya kendi rızalarıyla karar vermiş kişilerdir, hâlbuki bu özellik genel medyada çok nadir bulunur.

Öte yandan dinî vaazın önündeki en ciddi engel, dinin yapılması istenen veya istenmeyen (farz ve haram hukuku) tören ve ritüellerle uğraşması, buna karşılık medyanın böyle bir mesajı verme potansiyel ve kapasitesine en azından dinde hedeflendiği gibi sahip olmamasıyla ilgilidir. Dolayısıyla medyada genel izleyici kitlesine dinî vaaz işi, belirli bir modeli plânlamayı gerektirir.

Bu sebeple sosyal ve dinî bir davranışın kamuya mâl edilip makul bir şekilde gerçekleştirilmesi meşruiyet ve kabul edilebilirlik gibi iki önemli unsurun hesaba katılmasını gerektirir. Birincisiyle dinî meşruiyeti, ikincisiyle de sosyal uzlaşma ve kabulü kastediyorum. Buna medyada bahsedilen iki özelliğe dayanan "medya ritüelleri" denilebilir.

Medya ritüelleri, aslında belirli dinî ritüel ve törenlerin adapte edilerek bunların medya yayınlarıyla sunulması suretiyle dinî davranış ve hareketlerin toplumda kökleşip güçlenmesidir.

Medya ritüellerine sahip olmak için bir kısım prensipler gerekir. Çabuk ve kolay öğrenilebilecek dinî öğretileri tespit etmek, farz olan dogmalar yerine mendub olan ibadetleri vurgulamak, adı geçen medya ritüellerinin en önemli prensipleri arasındadır. Ayrıca medya ritüelleri, genel halk kitlelerinin ilgilenebilmesi için sade bir şekilde olmalıdır.

Medya ayrıca toplumla ritüeller arasında aracı konumunda çalışmalı ve kendisi bir re-

ferans hâline dönüşmemelidir. Medya, söz konusu ritüelleri idarî ve kurumsal hâle getirmekten kaçınmalıdır.

Bu tebliğin sonunda İran Radyo ve Televizyonu'ndan üç örnek vereceğim. Devrim sonrası ilk yıllarda İran Radyo ve Televizyonu, bir hayır kuruluşunun da yardımıyla bir hayır-severlik festival hareketi başlattı. Bu festival, İranlılar için önemli olan yeni yılın başında kutlanır. Bir günlük etkinlikte, fakir ve yardıma muhtaç kimselere dağıtılmak üzere halkın birçok nakdî ve maddî katkıları toplanır. Bu medya girişimi, yaklaşık yirmi yıl sonra uygun bir zamanda gerçekleştiği için dinî bir renk ve kamusal kabul gördü.

Diğer örnek Hz. Fatıma Zehra'nın, Şiiler ve İran milleti için çok önemli olan doğum yıl-dönümüdür. İran hükümeti bu yıl dönümünü "Anneler Günü" olarak ilân etti. Medyanın bu girişimi, anneler gününün İran toplumunda sosyal kabul ve büyük saygı görmesi, ayrıca dinî bir renk ihtiva etmesiyle de çok tutuldu. Bununla beraber yakın yıllarda anneler gününün sosyal yönünün dinî taraf üzerine baskın hâle geldiğini söylemek gerekir.

Bir diğer örnek, son yıllarda Ramazan ayında parasal sıkıntılan dolayısıyla hapse girenlerin serbest bırakılması hadisesidir. Bu girişim insanî yönü ve dinî kaygılar taşıması dolayısıyla radyo ve televizyonun ve onlardaki dinî programların da yardımıyla çok popüler hâle geldi.

Bu örneklerden açıkça ortaya çıktığı gibi sırf dinî ritüeller yerine, dinî, manevî ve insanî değerleri merkeze alan medya programcılığı tercih edilmelidir.

Oturum Başkanı - Efendim, Profesör Hosseini'ye, radyo ve televizyonda dinî yayıncılığın felsefî boyutu ve İran tecrübesini naklettiği bu değerli tebliği için teşekkür ediyorum.

Aslında, vaktimiz müsait olsaydı, ben kendisine daha çok süre tanımak isterdim; ma-fafih fazladan bir beş dakika dinlemek zevkine de erdik.

Şimdi, inşaallah Mısır tecrübesini bize Adbel Tawab Moustafa Al-Sayed Bey nakledecekler.

Bildiğiniz gibi Mısır'ın, gerçekten radyo ve televizyonda dinî yayıncılık ve genel olarak yayıncılık konusunda Arap dünyasında büyük bir yeri ve birikimi var.

Adbel Tawab Moustafa, Mısır Radyo Televizyonu'nun Birinci Kanalının Televizyon bölümünde senelerdir yayıncı olarak faaliyet göstermektedir.

Şimdi, bize, Mısır tecrübesini aktaracak.

Buyurun efendim.