



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı

DİNİ RADYO YAYINLARININ ALIMLANMASI:  
AKRA FM ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ  
Büşra ÜNSAL YETGİNDAĞ

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Gülüm ŞENER ULAGAY

İSTANBUL, 2015



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı

**DİNİ RADYO YAYINLARININ ALIMLANMASI:  
AKRA FM ÖRNEĞİ  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

Tezi Hazırlayan: **Büşra ÜNSAL YETGİNDAĞ**

## **YEMİN METNİ**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Dini Radyo Yayınlarının Alımlanması: Akra Fm Örneği” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

**Büşra ÜNSAL YETGİNDAĞ**

## ONAY

Tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin ... yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

**Büşra ÜNSAL YETGİNDAĞ**

## ÖZET

### DİNİ RADYO YAYINLARININ ALIMLANMASI:

#### AKRA FM ÖRNEĞİ

Büşra ÜNSAL YETGİNDAĞ

Yüksek Lisans Tezi, Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Gülüm ŞENER ULAGAY

Eylül, 2015 – 123 sayfa

Ortaya çıktığı günden beri dünyada ve Türkiye’de önemli toplumsal görevler icra eden radyo, günümüzde de önemini koruyan bir kitle iletişim aracıdır. Dünyada radyonun ortaya çıkmasıyla hemen hemen eşzamanlı olan dini radyo geleneği ülkemiz açısından ele alındığında 1993 yılına tekabül eden bir olgudur. O döneme kadar dini yayınların radyodaki serüveni devlet tekelinde olagelmıştır. Özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçişle birlikte kendisine elektronik yayıncılıkta özgür bir varlık alanı bulan dini yayınlar, dinleyicilerin dini düşüncelerinde ve dini yaşantılarında değişikliğe yol açmaktadır. Ayrıca belli bir dini cemaatin yayın kuruluşu olmalarına rağmen hedef kitlelerini sadece cemaatleri ile sınırlı tutmayan bu radyoların yayınları sayesinde kapalı cemaat anlayışı değişmiş, dışarıdan insanları da içine alan bir yayıncılık anlayışı ile cemaate katılımlar artmıştır. Medya ve din ilişkisini ulusal bir radyo istasyonu olan Akra Fm örneğinden yola çıkarak ele alan bu çalışma, dini yayınların dinleyici tarafından nasıl alımlandığını ve radyonun, dinleyicilerin hangi ihtiyaçlarını doyuma ulaştırdığını ortaya koyabilmek amacıyla yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, Din, Değişim, Radyo, Dini Yayınlar.

## **ABSTRACT**

### **RECEPTION OF RELIGIOUS RADIO PROGRAMS:**

#### **THE CASE OF AKRA FM**

**Büşra ÜNSAL YETGİNDAĞ**

**MA Thesis, Media and Cultural Studies MA Program**

**Advisor: Assist. Prof. Gülüm ŞENER ULAGAY**

**September 2015 – 123 pages**

Since it is invented, the radio had important social functions in the world as well as in Turkey and it is still an important mass medium. Even though the advent of religious radio broadcasting in the world is in parallel with the evolution of this medium, the appearance of religious radio stations in Turkey dates 1993. Until this year, the adventure of religious programs was determined and controlled by the State. With the privatization of radio-TV broadcasting in Turkey, religious programs found a free space and have still had impacts on listeners' religious beliefs and lives. Furthermore, although these radio stations belong to particular religious communities, they didn't limit their audience with the community members. Thus, closed communities became more open and gained new members thank to these radio programs. This thesis, based on a case study on Akra Fm, illustrates media and religion relationship and explores how religious programs are decoded by their listeners and what kind of needs are satisfied through them.

**Keywords:** Media, Religion, Reception, Radio, Religious Broadcasting.

## ÖNSÖZ

Dünyada ve Türkiye’de 1980’li yıllarda kendisini hissettirmeye başlayan değişim rüzgarları 1990’larda meyvelerini vermeye başlamış ve özel radyo-televizyon yayıncılığına geçiş ile birlikte radyo mecrası daha önce alışık olmadığı bir şekilde, genelinde çeşitli toplumsal grupların, özelinde ise İslami cemaatlerin yayın kuruluşu olan İslami radyolarla tanışmıştır. İslami radyo geleneği, ana akım medyada kendini ifade etme imkanı bulamayan, yıllarca görmezden gelinen bir kesimin de duygularının ifadesi olması sebebiyle, toplumun bu kesimi tarafından büyük bir hüsn-ü kabulle karşılanmıştır.

Kuruluşundan günümüze çeşitli toplumsal süreçlerden geçerek ve yaşanan toplumsal değişimler karşısında kendini yenileyerek yoluna devam eden İslami radyolar, günümüzde dinleyicilerinin sadece dini hayatlarına yönelik değil, hayatın bütün alanını kapsayan yayınlarıyla önemli bir toplumsal görev icra ediyorlar. Kısaca toplumu bilgilendirme, bilinçlendirme, farkındalık kazandırma vs. şeklinde özetleyebileceğimiz bu görevin toplumdaki yansımalarının nasıl olduğunu, bu yayınların dinleyiciler tarafından nasıl alımlandığını ve radyonun, dinleyicilerin hayatlarında ne tür bir rolü olduğunu anlamak amacıyla yola çıktığımız bu çalışmanın başlangıç aşamasından sonuna kadar desteğini esirgemeyen, yorumları ve yönlendirmeleri ile çalışmanın şekillenmesine katkıda bulunan ve beni yüreklendiren danışmanım Yrd. Doç. Dr. Gülüm Şener Ulagay’a, düştüğüm zamanlarda beni kaldırarak yoluma devam etmem hususundaki büyük fedakarlığı ve desteğini her an yanımda hissettiğim eşim Ahmet Yetgindağ’a, çocuklarla ilgilenerek bana çalışma zamanı kazandıran anneme ve babama, hepsinden önemlisi çocukluk ve oyun haklarını rafa kaldırmak zorunda kaldığım çocuklarım Muhammet Mirza ve Ali Seha’ya gönülden teşekkür ederim.

**İSTANBUL - 2015**

**Büşra ÜNSAL YETGİNDAĞ**

## İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa</b>
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
TABLolar LİSTESİ.....	xi
EKLER LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ.....	1

### 1. BÖLÜM

#### TÜRKİYE'DE İSLAMİ YAYINCILIK VE İSLAMİ RADYOCULUĞUN GELİŞİMİ

1.1. Medya ve Din İlişkisi.....	3
1.2. Türkiye'de İslami Yaşantıda Görülen Değişim .....	5
1.2.1. Tüketim Toplumunun İslam ile Etkileşimi ve İslam'ın Popülerleşmesi.....	10
1.2.2. Popüler Kültür Araçlarının İslami Hayata Dahil Olması.....	13
1.3. Türkiye'de İlk İslami Yayınlar ve Basında Din Yasağı.....	16
1.4. Sinema ve İslam Dini.....	18
1.5. Radyo ve İslam Dini.....	23
1.5.1. Dünyada ve Türkiye'de İlk Radyo Yayınları ve Radyonun İşlevleri.....	23
1.5.2. Topluluk Medyası/Topluluk Radyosu.....	26
1.5.3. Türkiye Radyolarında İlk İslami Yayınlar.....	27
1.5.4. Türkiye'de Özel Radyo Yayıncılığı .....	31



1.5.4.1. Özel Radyolara Yayın Yasağı.....	32
1.5.4.2. Özel Radyolara Yayın Yasağının Kaldırılması.....	33
1.5.5. Kuruluşundan Günümüze İslami Radyolar.....	34
1.6. Televizyon ve İslam Dini.....	43
1.7. Medya ve Din İlişkisi Üzerine Yapılmış Çalışmalar.....	50

## 2. BÖLÜM

### ALIMLAMA ÇALIŞMALARI

2.1. Medya ve İzleyici Araştırmaları.....	54
2.2. Pasif İzleyici'den Aktif İzleyici'ye Giden Yol.....	55
2.3. Aktif İzleyici ile Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı.....	56
2.4. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımına Yönelik Eleştiriler.....	60
2.5. Kültürel Çalışmalar Geleneği ve Alımlama Analizi.....	62
2.6. Alımlama Analizi Örnekleri.....	67

## 3. BÖLÜM

3.1. AMAÇ VE YÖNTEM.....	72
3.2. BULGULAR.....	73
3.2.1. Akra Fm .....	73
3.2.2. Dinleyici Yorumları.....	74
3.2.2.1. Radyo Dinleme Alışkanlığı .....	74
3.2.2.2. Radyoya, Programlara ve Programcılara Duyulan İlgi .....	78
3.2.2.3. Radyonun Yaşam Pratiklerine Etkisi ile Dini Yaşantıdaki Değişime Etkisi.....	88

3.2.2.4. Dinleyici-Radyo Aidiyet Hissi ve Yaşanan Manevi Durumlar.....	99
3.2.2.5. Radyonun Hangi Gereksinimleri Doyuma Ulaştırdığına İlişkin	
Bulgular .....	106
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>113</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>115</b>
<b>EK: MÜLAKAT SORULARI.....</b>	<b>123</b>

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>ABD</b>	<b>: Amerika Birleşik Devletleri</b>
<b>RTÜK</b>	<b>: Radyo Televizyon Üst Kurulu</b>
<b>TRT</b>	<b>: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu</b>
<b>TV</b>	<b>: Televizyon</b>
<b>Vb.</b>	<b>: Ve Benzeri</b>
<b>Vs.</b>	<b>: Ve Saire</b>
<b>KW</b>	<b>: KiloWatt</b>
<b>RDS</b>	<b>: Radyo Veri Sistemi</b>
<b>FM</b>	<b>: Frekans Modülasyonu</b>
<b>Dr.</b>	<b>: Doktor</b>
<b>IP</b>	<b>:İnternet Protokolü</b>

## **TABLÖLAR LİSTESİ**

<b>TABLO 1.1.</b> İslami Radyolar Listesi.....	41
--	----

## **EKLER LİSTESİ**

<b>Ek-1: Mülakat Soruları.....</b>	<b>123</b>
------------------------------------	------------

## GİRİŞ

Yirminci yüzyılın önemli buluşlarından olan radyo, geçmişte insanların haber alma, bilgilenme, eğlenme vs. gibi birçok ihtiyacını karşılamada önemli fonksiyonlar icra etmiştir. Günümüzde ise, bu işlevlerinin yanısıra, teknolojide yaşanan gelişmeler sayesinde bireyi belli bir mekana bağlamadan ve kendisine esir etmeden ona eşlik etmesi, başka işlerle meşgul olurken de kulak verilen bir arkadaşlık görevi ifa etmesi, diğer kitle iletişim araçlarına nazaran daha sıcak bir iletişim imkanı sunması, kolay ve ucuz bir ulaşım özelliğine sahip olması; radyonun tercih edilme sebeplerinin başlarında gelir.

Modernleşmenin/Batılılaşmanın aracı olarak toplum yapımıza dahil olan radyo, günümüzde özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçişten itibaren çeşitli toplumsal grupların ana akım medya karşısında seslerini duyurabildikleri, kendilerini ifade edebildikleri alternatif bir araç olarak da fonksiyon icra etmektedir. Böylelikle, TRT kurumunun devlet tekelinden kurtulan İslami yayınlar, öteden beri var oldukları basın alanının haricinde, elektronik yayıncılık ortamında da özgür bir varlık alanı bulmuş, çeşitli cemaatlerin radyo ve televizyonları ile, İslam, medyada çok daha fazla görünür olmuştur.

Bu çalışmanın amacı, radyodaki İslami programların dinleyici tarafından nasıl alımlandığını ortaya çıkarmaktır. Çalışmanın varsayımları şu şekildedir:

1. Radyodaki İslami programlar dinleyicilerin dini düşüncelerinde ve dini yaşantılarında değişikliğe yol açar.

2. Türkiye’de özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçişle birlikte kendisine varlık alanı bulan İslami radyolar, radyonun, alanın uzmanları tarafından belirlenen temel işlevlerini yerine getirmenin yanısıra, kimlik oluşturma/kimlik pekiştirme gibi bir fonksiyon da icra ederler.

Araştırmanın yöntemi derinlemesine görüşme tekniğidir. Bu tekniğin tercih edilmesinin sebebi, radyo dinleyicileri ile yüz yüze görüşme imkanı sunması ve açık uçlu sorularla, onların İslami yayınları nasıl alımladıklarını ortaya çıkartacak detaylı cevaplara imkan sağlamasıdır.

Çalışmanın birinci bölümünde ilk olarak medya ve din ilişkisine ana hatlarıyla değinilmiş, daha sonra Türkiye’de İslami yaşantıda görülen değişimin sebepleri ve bu değişime hız kazandıran dinamikler değerlendirilmiş, ardından Türkiye’de ilk İslami yayınlardan başlayarak, İslam’ın medyadaki görünürlük durumu kronolojik bir bakış açısıyla ele alınmıştır.

İkinci bölümde Alımlama çalışmalarına yer verilmiş, izleyiciyi kendisine ne sunulursa sorgulamadan alan bir bakış açısıyla pasif bir şekilde konumlandıran egemen yaklaşımlardan yola çıkılarak, izleyicinin edilgen değil etkin olduğuna vurgu yapan ve izleyiciyi, medyayı kendi ihtiyaçları doğrultusunda kullanan bireyler olarak konumlandıran Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımına değinilmiştir. Ardından, izleyici araştırmalarına yeni bir soluk getiren -Kültürel Çalışmalar Geleneği içinde yer alan- Alımlama Analizi’ne yer verilerek, izleyicinin medya mesajlarını tüketen değil, farklı okuma türleriyle, aktif bir şekilde yeniden üreten bireyler olarak konumlandığı Stuart Hall’e ait Kodlama-Kodaçımmlama çalışmasına değinilmiştir.

Üçüncü bölümde ise radyo dinleyicileri ile yapılan mülakat sonuçları Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı ile Kodlama- Kodaçımmlama modeli baz alınarak analiz edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler kısmında ise çalışmanın varsayımlarının doğrulanıp doğrulanmadığına ve önerilere yer verilmiştir.

## 1. BÖLÜM

# TÜRKİYEDE İSLAMİ YAYINCILIK VE İSLAMİ RADYOCULUĞUN GELİŞİMİ

### 1.1. Medya ve Din İlişkisi

Çok geniş bir çalışma alanı olan dinin genel geçer diyebileceğimiz bir tek tanımı yoktur. Devasa miktarda din tanımı vardır. Fakat dini tartışmak bizim çalışmamızın sınırlarını aştığı için bu tanımlara yer vermeyeceğiz, medya ve din ilişkisine odaklanacağız. İlk olarak, medya ve din kurumu arasındaki benzerlik ve farklılıklara ana hatlarıyla değinmenin yerinde olacağı kanaatini taşıyoruz.

Medya ile din kurumu arasında, insanların davranışlarını belirleme iddiasında olma gibi bir benzerlik olduğunu söyleyen Mustafa Asım Coşkun, “Din, inananlarına, inandıklarını gerçekleştirebilecekleri bir zihni ortam hazırladığı gibi toplumsal bir ortam da hazırlar. Medyanın da kelime anlamı itibarıyla asli unsuru bir ‘ortam’ hazırlama çabasıdır” (Coşkun, 2003:17) diyerek iki kurum arasındaki benzerliğe dikkat çeker.

Mustafa Asım Coşkun, din ve medya arasında gayeleri yönüyle de benzerlik olduğu noktasına “Dinin bir gayesi kendisine inananları haberdar etmektir” sözleriyle dikkatlerimizi çeker. Haberdar etmenin İslami literatürdeki tanımı ‘tebliğ’dir. Tebliğ’i kısaca Yaratıcı’nın emir ve yasaklarını insanlara duyurmak, bu emir ve yasaklardan insanları haberdar etmek olarak tanımlayabiliriz. “Medyanın asıl gayesi -her ne kadar bu gaye günümüzde çıkara dönüşmüşse de- insanları haberdar etmektir. Yani medya 'gündem tebliği' yapmaktadır” (Coşkun, 2003:17). Günümüzde insanların zihinlerinde aslında hep bu vardır. Doğru bildiklerini insanlara tebliğ ederek dini duygularını bir şekilde tatmin ederler. Bu bağlamda kitle iletişim araçları olarak nitelendirdiğimiz herşeyde bunun etkisini görürüz. Kitle iletişim araçları, geçmişten günümüze çok köklü değişimler geçirerek, dini farklı kanallar yoluyla insanlara aktarmıştır. Bu da insanların bireysel çabalarıyla,



bildiklerini birbirlerine konuşarak anlatmaları ve yaymaları yerine, meseleyi toplumsallaştırarak medyayı kullanmaya başlamalarıyla sonuçlanmıştır.

İnsan için vazgeçilmez ihtiyaçlardan biri olan inanma ihtiyacının daha ilk insanla başladığını Alman filozof Max Müller, “Tapınma ihtiyacı insan ile kardeşir” (Karaman, 1965:34, akt: Uygun, 1992:1) şeklinde ifade eder. Eski Yunan ahlakçılarından Plutargue de “Dünyayı dolaşınız. Duvarsız, edebiyatsız, kanunsuz, servetsiz şehirler bulacaksınız fakat mabetsiz ve mabutsuz şehir bulamayacaksınız” (Karaman, 1965:4, akt: Uygun, 1992:1) sözleriyle bu duruma dikkatlerimizi çeker. İlk insanla beraber var olan dini/inancı ifade etmede ve sürdürmede, toplulukları birarada tutmada önemli bir işlevi olan medyanın rolü hep kendini hissettirmiştir. Totemlerden kil tabletlere, matbaadan elektronik medyaya kadar, din, toplumsal hayatta farklı biçimlerde yer bulmuştur.

Aşına Gülerarslan, din ve medyanın topluma şekil vermek, değer oluşturmak ve benimsetmek, düzen kurmak ve kontrol etmek gibi işlevleri olduğunu söylerken, din ve medyayı sosyalleşme sürecinin en önemli iki erki olarak görür. Toplumsal açıdan her iki gücün de birbiriyle rekabet ettiği düşüncesini, Steward Hoover’ın, günümüzde din ve medyanın modern yaşamdaki aynı alanları kontrol etmeye çalıştıkları iddiasıyla destekler (Gülerarslan, 2010:223). Coşkun, bir adım daha ileri giderek medyanın, dinin yerini almaya çalıştığını söyler. Ona göre, Aydınlanma, Pozitivizm, Modernizm, Post-modernizm çağlarıyla birlikte toplumsal yapılar sekülerleşirken, dinin yerini birtakım bilimler, kurumlar ve davranış şekilleri almaya çalışmıştır. Medya da bunlardan biridir (Coşkun, 2003:18). Mehmet Fatih Çelikkaya’nın da ifade ettiği gibi (2010:1), Modernizm’in dünyadan uzaklaştırmaya çalıştığı din, medya ile birlikte yeniden hayatın gündemine gelmiştir. Bu, dinin ve kutsal olanın medya eliyle yeniden yapımı gibi birşeydir. Kısacası medya, dini yeniden üreterek, popüler kültürün kodlarıyla harmanlayarak bize sunmaktadır.

Sosyalleşme sürecinde medyanın önemli bir rolü olduğu düşünenlerden biri de Sultan Unkun Ülger’dir. Ona göre, birey medyanın sunduğu

imkanlardan faydalanarak sosyalleşmeye çalışırken, “Medya, bilgi oluşturmada ve bilgi aktarımında, yine kültür oluşturma ve kültürel aktarımlarda, içinde bulunduğu sosyal şartlardan da etkilenerek, bireyin yaşadığı dini-sosyal çevrede etkin olan toplumsal değerleri yakından etkiler. Çoğu zaman bu dini değerler, teknolojik faaliyetlerin etkisiyle değişime uğrar” (Ülger, 2007:42). Bu değişim olumlu anlamda olabileceği gibi olumsuz anlamda da olabilir. “Çağımızın modern kitle iletişim araçları, dini tecrübeler için derin imalar içeren yollarla, hem mekanı hem de zamanı çökertmede sıra dışı bir kapasiteye sahiptir. Kitle iletişim araçları ruhani olarak birbirinden uzakta olan insanları bir araya getirebilir, böylece geçmişte yıllar almış süreçleri neredeyse ani olarak yapabilir” (Gülerarslan, 2010:224).

Ortak ya da benzer diyebileceğimiz yönleri bulunmasına rağmen din ve medyanın kavramsal ve kuramsal olarak asla aynı şey olmadığını belirten Coşkun, aradaki farkı şu şekilde ifade eder: “Din tamamen kutsal kaynaklı bir bilgi ve yaşam biçimi sistemidir. Medya ise tamamen insan kaynaklı bir bilgi ve yönlendirme biçimidir” (Coşkun, 2003:17,18). Yani iki kurumun beslendikleri kaynak birbirinden tamamen farklıdır.

Medya ve din arasındaki benzerlik ve farklılıklara bu şekilde kısaca değindikten sonra Türkiye’de İslami yaşantıda görülen değişim konusuna geçmenin uygun olacağını düşünüyoruz.

## **1.2. Türkiye’de İslami Yaşantıda Görülen Değişim**

Din ve değişim konusu çetrefil bir çalışma alanıdır. Konuya kabataslak bir bakış açısıyla baktığımızda, din ve değişim kelimelerinin bünyelerinde büyük bir tezatı barındırdığını düşünebiliriz. Yaygın ama bir o kadar da yanlış olan kanaat bu şekildedir. Dinin değişime ve gelişime aykırı olduğu görüşü hakimdir toplumda.

Konuyu, kapsamını biraz daraltarak İslam dini açısından ele aldığımızda durum bunun tam tersidir. Aslında hiçbir ilahi din, değişim ve gelişime kapalı değildir. Tabii ki inanç ve ibadet ile ilgili hükümlerini değişime tabi tutmaya

çalışmadıktan sonra. Yani inanç ve ibadet ile ilgili konular değişime kapalı olması yönüyle birer dokunulmazlık alanı olarak görülebilir. Bunun yanında İslam dininin ‘Muamelat’ diye isimlendirilen günlük hayata dair kısmı, İslam’ın özüne aykırı olmamak kaydıyla, gelişime yabancı kalmamak adına değişime açık bir alandır. Yönetim anlayışında dini referans alan Osmanlı Devleti’nin hukuk sistemi olan Mecelle’nin kaidelerinden birinde bu durum şöyle ifade edilir: ‘Ezmanın tegayyürü ile ahkâmın tegayyürü inkar olunamaz.’ Yani zamanın değişmesi ile hükümlerin değişmesi inkar olunamaz. Ancak bir kez daha belirtmekte fayda var ki bu değişim alanı ‘Muamelat’ konusudur. İslami inancın özünü oluşturan ‘İtikat’ ve uygulama alanına giren ritüelleri kapsayan ‘İbadet’ bölümünün dışındadır.

Ruhbanlık sınıfının hakim olduğu, din adamlarının insanları aforoz etme, insanlara Cennet’ten arsa satma gibi yetkilere sahip olduğu, özünden uzaklaştırılmış Hıristiyanlık açısından baktığımızda, değişim konusundaki direnişin tamamen statükoyu korumak adına olduğunu söyleyebiliriz. Konuyu bir örnek ile somutlaştıracak olursak, Metin Işık’ın ifade ettiğine göre, Umberto Eco, “Gülün Adı” ismini taşıyan romanında, kitapların şeytanın etkilerini yayma yeteneğine sahip olup olmadığı ve sonuçta kilisenin bundan zarar görüp görmeyeceği hakkında, 14. yüzyılda yaşanan bir kilise tartışmasını anlatır. Eco’nun hikayesi kurgudur ama dini otoritenin yeni iletişim teknolojilerine karşı çelişkili duygularla baktığı iddiasını çeşitli delillerle ortaya koymuştur (Işık, 2000:117). Kurgu olmayan bir örnek ise şöyledir: “1501’de, Papa VI. Alexander, matbaaya karşı tavrı olarak, matbaanın Tanrı inancını zayıflatacağını iddia etmişti” (Pool, 1983, akt: Işık, 2000:117).

Konuya İslam dini açısından yaklaştığımızda, değişim konusunda din adamlarının gösterdiği bu çekinceli tavra, statükonun değiştirilmek istenmemesi ile beraber dinin özüne aykırı bir şeyler yaparak günaha girme korkusu da sebep olarak gösterilebilir.

Mehmet Akgül’e göre kısaca medya adı altında toplayabileceğimiz “Gazete, kitap, süreli yayınlar, radyo, televizyon, bilgisayar ve diğer iletişim araçları, insanlar tarafından yaygın olarak kullanılmakla birlikte, din

bağlamında bunların taşıdığı potansiyel etki konusunda her dönemde çeşitli çekinceler ileri sürülmüştür” (Akgül, 2008:2). Bu çekinceli tavrın geçmişte kaldığını iddia etmek zordur. Günümüzde de “modernliğin ve kitle iletişim araçlarının -günümüz deyiimiyle medyanın- dini ve ahlaki değerleri erozyona uğrattığı iddiası, çeşitli bilimsel ve dini çevrelerce çok yönlü olarak tartışılmaktadır” (Roszak, 1995, Tomlinson, 2004, akt: Akgül, 2008:2). Papa Alexander’ın yukarıda değindiğimiz, matbaa karşısında ortaya koyduğu tepkiye benzer bir durum, “on dokuzuncu yüzyılın başlarında, sadece Türk modernleşme sürecinde değil, Avrupa ve Amerika’da da görülmüş; Katolik ve Protestan rahipler, Hıristiyanlık değerlerini tahrip edici etkileri sebebiyle, iletişim araçları ve ürünlerini yani roman, film ve sinemayı, alkol ve tütünle aynı kategoriye koymuşlardır” (Douglas, 1988, akt: Işık, 2000:117). Çok geçmeden “radyo, dinleyicilerin zihinlerini kontrol etme gücüne sahip olduğu gerekçesiyle vatandaşlar ve kilise liderleri tarafından eleştirilirken (Spigel, 1992, akt: Işık, 2000:117), televizyon da ailevi değerlere muhalefette bulunduğu” (Hamilton, Rubin, 1992; Lacayo, 1995, akt: Işık, 2000:117) gerekçesiyle eleştirilerden payını almıştır.

Mehmet Akgül, din ve değişim sorununun uzun bir geçmişe sahip olması ve her dönemde benzer tepkilerle karşılaşılmasından yola çıkarak, dinlerin değişim süreçleri karşısında ortaya koydukları tepkilerin basit bir karşı duruş olmayıp, derin bir sebebe dayandığını söyler. Akgül’e göre, tarihte görülen dini farklılaşmalar ‘iletişim’ aracılığı ile olmuştur. “Bu noktada, din ve değişim sorunu iki yönlü bir boyut kazanır: Bir yönüyle, her dini yapı ve kurum, çeşitli değişim süreçlerine ve bu süreci ateşleyen gelişmelere karşı durarak çeşitli tepkiler geliştirirken; diğer yönüyle, her değişim süreci yeni bir din anlayışı ve formu meydana getirir. Avrupa ve Amerika’da Protestanlık, geleneksel Katolik mezhebine karşı, medya araçlarındaki gelişimin de aralarında bulunduğu pek çok sürecin ortaya çıkardığı yeni bir dini yapı ve anlayışı temsil eder. İnsanlık tarihinde bu tip gelişmelere oldukça sık rastlanmaktadır” (Akgül, 2008:2). Genel olarak her konuda olduğu gibi bu konuda da tarihin tekerrür ettiğini ve birbirine benzer süreçlerin sıklıkla yaşandığını gözlemliyoruz. Her yaşanan süreç de olumlu ya da olumsuz anlamda olsun, beraberinde bir değişimi getiriyor.

Bu özet bilgilerden sonra, Türkiye’de İslami yaşantıda görülen değişim ve bu değişime sosyolojik anlamda nelerin sebep olup, nelerin bu değişimi hızlandıran birer dinamik olduğuna geçmenin uygun olacağını düşünüyoruz.

Geçmiş ile kıyasladığımızda günümüzün modern Türkiye’si’nin İslami yapısında hızlı bir değişim olduğunu gözlemliyoruz. Bu hızlı değişimde medya fonksiyonel konumdadır. Bilhassa özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçişle birlikte bu değişimin hız kazandığını söyleyebiliriz. Çünkü bu ticari yayıncılıkla birlikte din konusu medyanın gündemine girmiş ve böylelikle İslam, medyada görünür hale gelmiştir. Burada antiparantez olarak belirtmekte fayda var ki, özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçişe kadar, İslam’ın medyadaki görünürlük durumu tamamen devlet tekelindeydi ve devlet tarafından yönlendiriliyordu. Bu durumun medyadaki yansımaları anlamak için TRT kurumunun tarihi süreçteki serüvenine kısaca bakmak yeterli olacaktır. Bununla beraber, Basın ve Edebiyat öteden beri vardı ve İslami cemaatler, radyo ya da televizyon ile olamasa bile neşriyat sayesinde fikirlerini yayıyorlardı ama İslami cemaatlerin elektronik yayıncılık alanında da söz sahibi olmaları, fikirlerini daha geniş alanlara ulaştırmalarının başlangıcı oldu.

Vejdi Bilgin, 1990’lı yılların öncesi ile kıyaslandığında, günümüzde dindar kamuoyunun, önceleri katı olarak nitelendiği bazı davranış kalıplarından vazgeçmiş görüldüğünü ifade eder. Bilgin’e göre, bunun psikolojik açıdan önemli bir sebebi vardır ki, o da, dinine bağlı insanların otantik dini normlar, geleneksel dini yaşayış ve modern hayat tarzı arasında kalarak psikolojik bir çatışma ve gerginlik içine girmeleri ve içinde buldukları bu durumdan kurtulmak istemeleridir. Psikolojik gerginlik sebebi olan konular ise özellikle kadın-erkek ilişkileri ve boş zamanların değerlendirilmesidir. Bu psikolojik alt yapı, dinin popülerleşmesi ve popüler kültürün İslami çevrelere dahil olması şeklinde birbiriyle bağlantılı iki sosyal sebebi doğurmuştur (Bilgin, 2003:193-199).

Peki 1990'lara kadar durum nasıldı, bu tarihten sonra nasıl oldu? Yani hangi konularda yaşanan değişim, beraberinde toplumun İslami yaşantısındaki değişimi hızlandıran bir dinamik oldu?

1990'lı yıllara kadar, geleneksel dindarlıktan farklı olarak, cemaat dindarlığı dışarıya kapalı bir görünüme sahipti. Bu insanların kendi aralarında konuştukları ve tartıştıkları konular geniş halk yığınları tarafından bilinmiyordu. Ayrıca dindarlar, kamusal alanda çok fazla görünmüyorlardı (Bilgin, 2003:197-199). Ne zaman ki özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçildi, hem İslami medyada, hem ana akım medyada İslami konular resm-i geçit yapmaya başladı. İslam'ın bu şekilde kamusal alanda görünürlük kazanması da Türkiye'de İslami yaşantıdaki değişimi hızlandıran bir dinamik oldu. Genellikle bir İslami cemaatin yayın kuruluşu olan İslami medya organlarının yayınlarıyla birlikte klasik cemaat yapısı da değişmeye başlayarak, dışarıya açılan, dışarıdaki insanları da içine alan bir yayın anlayışıyla daha fazla insana ulaşılmaya başlandı. Bu durum, iki boyutlu bir sonucu beraberinde getirdi: Birincisi, İslami konularda bilgisi olmayan ya da İslami hassasiyetleri olmayan insanlara ulaşan İslami yayınlar, onların bu konularda bilinçlenmesini sağladı. İkincisi, İslami konuların medya vasıtasıyla uluorta tartışılması, herkesin kendisine göre bir yorumda bulunması, İslami literatüre göre 'tahkiki iman' seviyesinde olmayanlar yani inancı herhangi bir araştırmaya dayanmayan, ailesinden/çevresinden gördüğü şekilde inananlar için ciddi bir sıkıntıyı beraberinde getirdi. Bu durumu Doğan Heper şu sözlerle ifade eder:

“Din; inanç meselesidir, fazla tartışma kaldırmaz. Ama televizyon çıktı, din, İslam, itikat ve ibadet öyle tartışılır hale getirildi ki, bu tartışmaları izleyenler neredeyse dinden, imandan çıkar hale getirildi. Önüne gelen, uzman veya uzman zannedilen, kendine göre bir içtihatta bulunur oldu. Birinin söylediğini öteki tekzip eder oldu... Konuşmacıların kendi farklı görüş ve yorumları, derken sade vatandaş şaşırdı, kör kuyuya atılmış gibi oldu, etrafını göremez oldu. Bazılarının inancı sarsıldı” (Heper, 2001).

Kısacası, özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçiş ile birlikte, toplumun İslami yaşantısındaki değişim hem olumlu, hem de olumsuz olmak üzere iki yönlü bir nitelik kazandı.

Türkiye’de 1990’lı yıllarla birlikte büyük bir ivme kazanan İslami yaşantıdaki değişimin sebebinin Vejdi Bilgin -yukarıda da belirttiğimiz üzere- psikolojik açıdan açıklarken, İsmail Demirezen (2015:63), bu değişimin sebebinin, 1980’li yıllardan başlayarak Türkiye’nin, politik, ekonomik ve sosyal yaşantısında meydana gelen değişiklikler sonucu ‘tüketim toplumu’ kodlarını içselleştirerek bu kültüre entegre olması ile açıklar. 1980’li yıllarda Turgut Özal Hükümeti ile başlayan ekonomik değişim, muhafazakar kesimin ekonomiye daha fazla katılımını sağlamış ve muhafazakar kesimin ekonomik olarak büyümesine vesile olmuştur. Liberal ekonomik değişim, muhafazakar burjuva sınıfının doğmasını sağlamıştır. Ekonomik olarak büyüüp zenginleşme, muhafazakar kesimin kamusal alanda daha çok görünmesini beraberinde getirmiştir.

2002 yılı Türkiye ekonomisi için bir milat olmuştur. Ak Parti iktidarının başlangıcı olan bu yıldan itibaren, özellikle tek parti iktidarının sağladığı istikrarlı adımlar sayesinde ciddi atılımlara imza atılarak ekonomik seviyede hissedilir derecede bir düzelme sağlanmıştır. Ama bu durum da beraberinde başka değişimleri getirmiştir. Şöyle ki, -Demirezen’in de ifade ettiği gibi (2015:80)- Ak Parti’nin liberal politikaları, kapitalist sistemin derinleşmesini sağlarken, bir yandan da kapitalist sistemin İslami camiada meşrulaşmasının zeminini hazırlamıştır. Ekonomideki düzelme insanların alım gücünü artırırken, Türkiye toplumunu tüketim toplumu haline getirmiştir. Beraberinde, alım gücü artan, kapitalist sistemi içselleştiren ve tüketim toplumu kodlarını özümseyen yeni bir dindar kesimin oluşması, İslam ile tüketim toplumunun etkileşimini beraberinde getirmiş ve İslami sembollerin yeni bir serüvene maruz kalmaları için gerekli olan sosyolojik alt yapıyı oluşturmuştur.

### **1.2.1. Tüketim Toplumunun İslam ile Etkileşimi ve İslam’ın Popülerleşmesi**

Tüketim toplumunun en önemli iki özelliği ‘kültürel değerlerin metalaşması’ ve ‘metaların kültürleşmesi’dir. Kültür endüstrisi, kültürü ve değerleri kar amaçlı yapılan bir metaya indirgeyerek kültürün metalaşmasını

sağlar. Metalaşan kültür, insanlığın kendini gerçekleştirme için değil daha fazla kar elde etmek amacıyla yapıldığı için insanlığın tek tipleştirilmesine ve tahayyüllerinin sınırlandırılmasına yol açar. Kültür endüstrisinin dayandığı reklam sektörü, suni ihtiyaçlar oluşturur ve bu suni ihtiyaçları insanlara gerçek ihtiyaçlar gibi pazarlar. Suni ihtiyaçlar, hem tüketim çılgınlığını hem de insanoğlunun kendine, istek ve arzularına yabancılaşmasını beraberinde getirir (Demirezen, 2015:135). Esasen toplum yapısına bakıldığında ‘Elalem ne der?’, ‘Konu komşu ne der?’, ‘Millet ne der?’, ‘Acaba şu şekilde davranırsam topluma uyum olur muyum?’ şeklindeki düşünceler bireylerin davranışlarını etkilemede büyük bir pay sahibidir. Bu düşünce tarzı, bireyin toplum içindeki davranışını belirler ve karakterini şekillendirir. Medyanın toplum üzerindeki etkisinin büyük olmasının en büyük sebebi belki de budur. Çünkü insanlar medya yoluyla elde ettikleri fikirleri ve davranış şekillerini içselleştirerek zamanla toplumun ve kültürün isteği ve yapısı olarak algırlar.

Medya, tüketim kültürünün oluşturulmasında, böylelikle tüketicinin hızlandırılmasında önemli etkenlerden biri olarak sisteme katkıda bulunur (Önür, 2001:29, akt: Kula Demir, 2007:253). Tüketim kültürü, post-modern kültür veya medya kültürü olarak adlandırabileceğimiz bu kültür, yaşamın her alanını kuşatmaktadır (Kula Demir, 2007:253). Tüketim kültürü, toplumları tüketim toplumu haline getirme konusunda ve toplumlarla birlikte ülkeleri yönetme konusunda kullanılan en büyük silahlardandır. Üretilen mallar en kolay bu şekilde satılır ve kabul ettirilir. Bir anlamda medyada yer alan herşeyin, insanlara satılmak istenen ürünler için kullanılan araçlar olduğunu söyleyebiliriz. Bazı televizyonlar ve radyolar, haber başlığı altında bile reklam yaparlar. Genel yapıya baktığımızda, kurumsal olarak yayınlanan haberin bile satışı vardır. Amaç da budur aslında, büyük kitleleri biraraya getirerek, ürün pazarlamak için bir platform oluşturulur. Burada ürün kavramı ile kastettiğimiz, sadece marketlerde, alışveriş merkezlerinde satılan ürünler değil, toplumları yönlendiren duygu, düşünce ve kültürlerdir. Dini inanç da toplumların en önemli dinamiklerindedir. Tüketim kültürünün hakim olduğu toplumlarda dini değerlerin de bu durumdan nasibini alması kaçınılmazdır. Karşılaştığı herşeyi tüketmeye meyilli olan tüketim toplumu, dini değerleri de alınıp satılabilen, tüketilen ürünler olarak görür. Kısacası, tüketim toplumu,



herşeyi metalaştıran bakış açısıyla, dini değerleri de metalaştırır ve insanlara pazarlar.

Tüketim toplumunun dine bakış açısı, İslam dininin entegre edildiği sektörlerde farklı etkiler doğurmuştur. Bir örnek verecek olursak, Türkiye’de 1986 yılına kadar, dindar camiada Klasik Türk Musikisi ve Tasavvuf Musikisine önem veren birkaç tarikat ve küçük İslami çevre haricinde, müzik dinlemeye karşı olumlu bir bakış açısı yoktu. 1986 yılında Zaman Yayıncılığın ‘Mute Destanı’ ismiyle çıkardığı bant tiyatrosunda bağlama eşliğinde icra edilen üç ezgiye yer vererek ilahi formunun dışına çıkması ve İslami içerikli bir ezginin bir saz eşliğinde söylenmesi, dindarlar için beklenmedik bir durumdur. Ardından, aynı kasetin, bağlamanın yer almadığı bir versiyonu çıkar. 1989’da çıkan, ‘Mekke’nin Fethi’ isimindeki kasette, ezgiler tekrar bir enstrüman (org) eşliğinde söylenmeye başlar ve bunu diğer kasetler izler. Güfte olarak İslami konuların işlendiği bu besteler kendine has bir yapıya sahiptir (Bilgin, 2003:201). Türkiye’de İslami radyo ve televizyon kanallarının yayına başladığı 1993 yılı, o yıllarda ezgi, marş olarak adlandırılan bu müzik türü için de bir milat olmuştur. Çünkü, dindar camianın müzik konusundaki hassasiyetini bilen İslami radyo ve televizyonlar, bu tarz müzik yayını ile hedef kitlelerine ulaşmışlar ve bu müzik türü o dönemde altın çağını yaşamıştır. ‘Kuruluşundan Günümüze İslami Radyolar’ başlıklı konumuzda ayrıntılı bir şekilde işleyeceğimiz için burada kısaca, yaşanan toplumsal değişimler sebebiyle, hem müzik kalitesi hem de söylem olarak zamanın gerisinde kalan bu müzik türü, zamanla hem söylemini farklılaştırmak, hem de müzikal kalitesini artırmak zorunda kalmış ve yavaş yavaş tüketim toplumuna entegre olarak, kar amaçlı yapılan bir müzik türüne dönüşmüştür şeklinde özetleyebiliriz.

Tüketim toplumu günümüzde tesettürü de metalaştırarak, alınıp satılabilen değerler listesine dahil etmiştir. Günümüzde, İslami bakış açısına ters, özünden uzaklaştırılmış bir tesettür anlayışına örnek gösterebileceğimiz insanlara sosyal hayatın neredeyse her alanında rastlamamız mümkün. İslami bakış açısına ters, özünden uzaklaştırılmış bir tesettür anlayışı diyoruz çünkü tesettürün kelime anlamı ‘kapatmak’tır. Bu kapatmanın İslami bakış açısındaki karşılığı, vücut hatlarını belli etmeyen bol kıyafetler ve içi gösterecek derecede

şeffaf/ince olmayan kıyafetler giyinmektir. Özellikle 2000’li yıllardan sonra bu bakış açısına tezat bir tesettür anlayışının yaygınlaşmaya başladığını, günümüzde ise enva-i çeşit tesettür modeli ile bu bakış açısının neredeyse tamamen önemini yitirdiğini gözlemliyoruz.

Bu durumun ortaya çıkmasında tesettür defileleri ve muhafazakar moda dergilerinin rolü azımsanamayak ölçüdedir. Meryem Okumuş’un ifade ettiği gibi (2014:94-107) muhafazakar moda dergileri, muhafazakar kadınlara her zaman şık, modern, bakımlı, güçlü kadının nasıl olacağına dair mesajlar verir. Bu mesajlarla kadınlara yeni kimlikler inşa eden dergilerde, modern, narin, zarif, mutlu, gülümseyen, güçlü ve tesettürlü kadın kimliği ön plana çıkar. 1990’lı yıllardan 2000’li yılların ortasına kadar yapılan olumsuz dini içerikli yayınlarla dindar insanların kendilerini ikinci sınıf insan gibi hissetmelerine sebep olan medyanın, günümüzde ekonomik anlamdaki gelişmelerle de kendine güveni artan dindar insanlara, öncekinin tam tersi bir yaklaşımla olumlu imaj kazandırmaya yönelik adımlar atması ilginçtir.

Günümüzde moda anlayışında estetik kaygıdan ziyade farklı hissetme isteğinin ön plana çıktığını görüyoruz. Bireye sürekli farklı olma düşüncesinin empoze edildiği tesettür modası, doğal olarak İslami sınırları zorlar. Bu durum da tesettürün asıl anlamından uzaklaşarak metalaştığının ve popülerleştiğinin açık bir göstergesidir. Vejdi Bilgin, tesettürün popülerleşmesinin, kızlarının örtünmesini isteyen dindar aileler için olumlu bir işlevi olurken, ‘örtülü olduğu halde dini şuuru zayıf olarak görülen’ (Barbarosoğlu, 2002:116, akt: Bilgin, 2003:205) yeni bir sosyal kategoriye beraberinde getirdiğini söyler. Günümüzde bu türün örneklerine bolca rastlamak mümkün. Son derece dar ya da içi gösteren ince kıyafetler üstündeki başörtüsü ve makyajıyla sosyal hayatın her alanında karşımıza çıkabilecek insanlar, tesettür ve moda/modernizm bütünleşmesinin, İslam dininin tesettür emrine tamamen aykırı örnekleridir.

### **1.2.2. Popüler Kültür Araçlarının İslami Hayata Dahil Olması**

Popüler kültür, gündelik hayatın türedi kültürüdür. Bu kültür, tamamen

hızlı üretim ve hızlı tüketim üzerine kuruludur ve kitleleri kontrol altında tutma konusunda ideolojik bir işleve sahip olduğu iddia edilir. 1990'lara kadar İslami camiaya mensup insanlar, ahlaki endişelerle popüler kültüre karşıt söylem içindeydiler (Bilgin, 2003:207).

Popüler kültür ürünlerinin İslami camiaya dahil olması, İslami televizyon kanallarına sahip olma düşüncesiyle eş zamanlıdır. Bu düşüncenin İslami camianın gündemine düşmesinin ardından, 1993 yılı itibariyle, İslami televizyonlar Türk medyasındaki yerini almaya başlar. Ancak diğer kanalların zararlı yayınlarından halkı korumak ve televizyonu tebliğ aracı olarak kullanıp İslam'ı daha geniş kitlelere anlatmak amacıyla kurulan İslami televizyonların sohbet, vaaz gibi programları diğer özel kanallardaki programlarla yarışamaz. Halkı hem diğer kanalların zararlı yayınlarından koruyacak, hem de kanalı tanıtip izlenme oranını arttıracak programlar arayışında, İslami çevrelerin daha önce karşıt bir söylem içinde oldukları futbol ve müzik programları en iyi çözüm olarak görülür (Bilgin, 2003:209). Bu tarz programlarda zararlı olarak görülen taraflar giderilerek, ahlaki açıdan rahatsız etmeyecek şekilde yeniden yapılandırılır ve bu zararsız olarak nitelenen haliyle izleyiciye sunulur. Bu programlar ilk başlarda beklenen ilgiyi uyandırmasına rağmen sonraki zamanlarda sıradanlaşır ve programlarla birlikte İslami televizyon kanalları da değişerek, diğer kanallara benzemekten geri duramazlar.

İlk kuruldukları yıllarda müziğe hemen hemen hiç yer vermeyen İslami kanallar artık, günün popüler sanatçılarının yer aldığı Halk ve Sanat Müziği ağırlıklı programlar yapıyorlar. Kadın sesi konusundaki eski hassasiyetleri de yok. Ancak özel radyolar bu konuda daha titizler (Azak, 2000:105-106). Akra Fm, Moral Fm gibi İslami içerikli yayın yapan radyolar -programlarda olmasa da- müzikte kadın sesi ve popüler müzik konusundaki hassasiyetlerini günümüzde de devam ettiriyorlar. Bu radyolarda her türlü müzik eserine yer verilmiyor. Yayın akışında yer verilebilecek müzik eserleri seçilmiş listelerde yer alıyor.

Uydu yayın teknolojisi sayesinde artık, İslami olsun olmasın, neredeyse her cemaatin bir televizyonu var ve televizyon yoluyla öğretilerini kitlelere ulaştırıyorlar. Bu durum, Türkiye'de özel televizyon yayıncılığına geçiş

öncesinde kendini fazlaca hissettiren çok seslilik/çoğulculuk arayışları açısından bakıldığında olumlu bir durum ama bir de madalyonun öbür yüzü var ki, işte orada tam bir karmaşa/kaos hakim. Hiçbir sanat değeri taşımayan zikirli ilahilerin ve İslami Arabesk diyebileceğimiz müzik türünün kol gezdiği yayınların arasında, bir okunduğunda kırk yıllık sevap kazandıran ve üstünde taşıyan insanı kötülüklerden koruyan dua yazılı kolye/yüzük pazarlayan, kabir azabından koruyan dua yazılı kefen reklamı yapan, bir tanesi fiyatına üç beş kavanoz bal satan, aralarda fetvalarını dayatan hocaefendilerin arz-ı endam ettiği İslam dininin özüne/ruhuna tamamen aykırı bir yayıncılık söz konusu. Hepsinden önemlisi, bu hocaefendilerin söylediklerinin doğruluğunu denetleyecek bir kurumun olmayışı, beraberinde endişe verici bir durumu getiriyor. Televizyonda her duyduğuna inanan, inancı ailesinden, çevresinden görüp duydukları ile sınırlı taklidi iman sahibi kişiler, o cemaatin mensubu birinin söylediklerini kabullenip içselleştirirken, farklı bir kanal arayışı sonucunda rastladıkları bu cemaatin mensubunun söylediklerini de kabul edip hayata geçirerek, İslam'ın özüne aykırı bir şekilci anlayışla, ilimden uzak bir inanç şekliyle aralarda derelerde yaşamaya devam ediyorlar. Zaten sağlam bir altyapıya dayanan bir inanca sahip olmayan bu kişiler, bu tarz televizyonlardan öğrendikleri ile ne kendi çocuklarına olumlu örnek olabiliyorlar, ne de çevrelerine. Bu durum da İslami inancı hayatının merkezine alan insanlarla İslami inanç merkezli bir hayat felsefesine sahip olmayan insanlar arasındaki uçurumu daha da artırıyor. Beraberinde kutuplaşmaları, kamplaşmaları getiriyor.

Devlet tekelinden kurtulan İslami yayınlarla, İslam'ın ekranda daha çok görünür hale gelmesi sadece İslami televizyon kanalları açısından değil, İslami olmayan televizyon kanalları açısından da geçerli bir durum. Anaakım medyaya ait televizyon kanallarının, özellikle İslam dini açısından kutsal olan Ramazan ayı, bayram günleri ve kandil gecelerinde İslam dininin görünürlük düzeyini çok büyük bir biçimde arttıran yayınlara imza atmaları, 'Ramazan dindarlığı', 'kandil dindarlığı', 'bayram dindarlığı', 'Cuma günü dindarlığı' gibi tamlamalarla niteleyebileceğimiz bir yayıncılık anlayışını beraberinde getirmiştir. Sair zamanlarda İslam dinini görmezden gelen televizyon kanallarının, İslam dininin kutsal kabul ettiği zamanlarda birdenbire

dindarlaşarak, dozu artan bir şekilde İslami yayınlara yer vermeleri, kutsal zaman dindarlığını bireylerin zihninde meşrulaştıran bir hayat anlayışına da zemin hazırlamıştır. Şöyle ki, sair zamanlarda gayet havadan sudan bir şekilde devam eden yayın akışının, mübarek gün ve gecelerde birdenbire İslamileşmesi, zaten dini duyarlılık konusunda çok da iyi durumda olmayan insanların zihninin, dini de televizyonda gördükleri gibi algılamalarının yolunu açmıştır. Yani normal zamanlarda hayatımda dine yer verir miyim/dini vecibelerimi yerine getirir miyim bilemem ama mübarek zaman dilimlerinde televizyonun da hatırlatması ile biraz dindarlaşırsam bu bana yeterli gelir. Ya da hiçbirşey yapmasam bile, bu tür zaman dilimlerinde televizyona konuk olan İslami programları izleyerek, bu zaman dilimlerini değerlendirmiş ve üstüme düşeni yapmış olurum. Bir dahaki mübarek gün/gece dindarlığına kadar başka birşey yapmama gerek yok, çünkü nasıl olsa televizyon var ve o bana hatırlatır sıradaki mübarek zaman dilimini.

### **1.3. Türkiye’de İlk İslami Yayınlar ve Basında Din Yasağı**

Matbaanın Türkiye’de kullanılmaya başlandığı 1726 yılına kadar, kitaplar elle yazılıyor ve elle çoğaltılıyordu. Lale Devri’nde İbrahim Müteferrika tarafından Osmanlı ülkesine getirilen matbaa Türkiye’de ve İslam aleminde önemli bir yenilik olmuştur.

Matbaa ve kitap basımının *'yenilikçiler'*in tekelinde başladığını ama bir süre sonra İslami nitelikte yayınların çoğaldığını söyleyen Mehmet Doğan (1993:128-129), kitap ile tebliğin şuurunda olan Müslümanlar için, yazma kitaptan basma kitaba geçişin zor olmadığını belirtir. Burada antiparantez olarak belirtmekte fayda gördüğümüz bir husus var ki, *'yenilikçi'* tabiri yazarın deyimiyle 'Kendi kullandıkları subjektif anlamda geleneklik kurumlaşmalar dışında yollar arayan, daha çok Batı kurumlarını sosyal bünyemize aktarmak isteyenler'i ifade etmek için kullanılmıştır.

Matbaanın Türkiye gelişinden yüz dört yıl sonra, 1830’da ilk Türkçe gazete yayınlanmaya başlamıştır. İlk gazete yayını Türkiye için önemli bir yeniliktir. İlk gazetelerde de, çoğunluğu Avrupa’da tahsil gören, aldıkları

eğitimin sonucu olarak İslami hayat tarzının karşısında yer alan, sosyal yapıda meydana gelen bozulmaların, Batı sosyal yapısının ürettiği müesseselere geçilerek önlenebileceğini savunan '*yenilikçiler*'in imzasını görüyoruz (Doğan, 1993:129). Ülkemizde bir çok yenilikte olduğu gibi bu konuda da öze taalluk edememiş bir şekilcilikten söz etmek mümkün.

İslami nitelikleri belirgin ilk yayın organı, 1875 tarihli Sadakat gazetesidir. İlk Türkçe gazete ile ilk İslami nitelikli gazete arasında kırk beş yıllık bir zaman dilimi söz konusudur. Mehmet Doğan'a göre (1993:130), bu tarihe kadar İslami özelliğe sahip hiçbir yayın yapılmaması, İslam karşıtı yayınların önünü iyice açmıştır. Türkiye'de basının tamamen bu yönde bir gelişim göstermesi, İslami nitelikli gazete ve dergilerin de sırf İslami konulara yönelmelerinin en büyük sebebi olmuştur. Bu meyanda öncü sayılabilecek süreli yayınlar 1906 tarihli 'Beyanü'l- Hak', 1908 tarihli 'Volkan' ve 'Sırat-ı Müstakım' -sonradan 'Sebilürreşad'- ayrıca 'Ceride-i Sofiye', 'Sayt-ı Hilafet', 'İlmiye', 'Mikyas-ı Şeriat', 'Hikme' ve 'İslam' isimli dergilerdir. Bu süreli yayınların çoğunluğu sırf İslami konulara eğildiği için, İslami eğitim ağırlıkları yüksektir ve hiçbiri günlük değildir.

1875 yılında Sadakat gazetesi ile başlayan İslami yayınlar, Cumhuriyetten sonra yayın hayatına devam edememiştir. Hatta bazı günlük gazetelerde İslami konulara değinen yazıların yer alması bile çok sert bir şekilde eleştirilmiştir. Bir örnek verecek olursak, 1942 yılında Dahiliye Vekaleti Matbuat Umum Müdürlüğü'nün bir yazısında şöyle denilmektedir:

“Biz ne şekil ve surette olursa memleket dahilinde dini neşriyat yapılarak dini bir atmosfer oluşturulmasına ve gençlik için dini bir zihniyet fideliği vücuda getirilmesine taraftar değiliz.” (Fergan, 1977:13, akt: Doğan, 1993:130-131).

1945 yılında Başvekalet Matbuat Umum Müdürlüğü İç Matbuat Dairesi tarafından yayınlanan bir tebliğ de konumuz açısından önemlidir:

“Gazetelerimizin son günlerdeki neşriyatı arasında dinden bahis bazı yazı, mütalaa, ima ve temsillere rastlanmaktadır. Bundan sonra din mevzuu

üzerinde gerek tarihi, gerek temsili ve gerek mütalaa kabîlinden olan her türlü makale ve fıkra ve tefrikaların neşrinden tevakkî edilmesi ve başlamış bu gibi tefrikaların en son on gün zarfında nihayetlendirilmesi...” (Fergan, 1977:13-33, akt: Doğan, 1993:131)

Bu ifadelerden de anladığımız üzere, Türk modernleşme stratejileri içinde, İslam dini, ciddi bir yasak alanını oluşturmuştur. Günümüzde ise İslami dergiler, İslami gazeteler, İslami kitaplar vs. rahatlıkla yayınlanırken, ana akım medyaya ait olan gazeteler de özellikle İslam dini açısından mübarek zaman dilimleri olan Ramazan ayında, bayramlarda ve kandillerde İslami yayınlara yer vererek, faaliyetlerini devam ettiriyorlar.

#### **1.4. Sinema ve İslam Dini**

Sinema ve din etkileşiminin tarihi, sinemanın başlangıcına kadar gider. Yani ne zamanki sinema bir iletişim aracı olarak ortaya çıktı, dini konusu da sinemada kendine yer buldu diyebiliriz. Yalçın Lüleci, dünya sinemasının önemli isimlerinden Andre Bazin’in, “Sinema her zaman Tanrıyla ilgilenmiştir” (Plate, 2005:3097, akt. Lüleci, 2007:1) sözüyle bu gerçeğe işaret eder.

Fransız Lumiere kardeşlerin, sinemanın başlangıcı olarak kabul edilen 28 Aralık 1895’te, Paris’te, Grand Cafe’deki halka açık gösterilerinden sonraki ilk on yılda, Hz. İsa’nın yaşamı ile ilgili en az yarım düzine film çekilmiş, üstelik bu dönemde beyazperdede görünen tek dini figür Hz. İsa olmamış, dini konular, uygulamalar, karakterler ve anlaşmazlıklar, dünya sinemalarında sayısız defa ele alınmıştır (Plate, 2005:3097, akt: Lüleci, 2007:1). Ancak sinemada işlenen din olgusu hep olumlu anlamda olmamıştır. Dine hakaret eden yapımlara yer verildiği gibi, din propagandası yapan yapımlara da yer verilmiştir (Lüleci, 2007:2-3).

Sinema, Osmanlı ülkesine giriş konusunda matbaada yaşanan gecikmeyi hiç yaşamamış, Lumiere kardeşlerin, 28 Aralık 1895’teki ilk gösterisinden birkaç ay sonra yani 1896’da, tıpkı diğer İslam ülkelerinde olduğu gibi Türkiye’ye de gayr-ı müslimler ve yabancılar tarafından

getirilmiştir. Doğal olarak Osmanlı ülkesinde çekilen ilk sinema filmleri de, Türkler'in değil, gayri müslimlerin imzasını taşımıştır. Ta ki tarihler Türk sinemasının başlangıcı olan 14 Kasım 1914'ü gösterene kadar.

Ülkemizde sinema ve din konusu sancılı bir geçmişe sahip olmuştur. Türk Sineması, uzun bir dönem, İslam dini ile barışık bir profil çizmemiştir. Sinemaya Türk imzasının atıldığı ilk tarihten beş yıl sonra, İslam dini sinemada kendine yer bulmuş ama bu yer hiç de olumlu anlamda olmamıştır. Özden Candemir (1986:25), Türk Sineması'nda dini filmler açısından olumsuz örnek listesindeki ilk sırayı, 1919 yılında çekilen, Ahmet Fehim imzalı 'Mürebbiye'nin aldığını söyler.

Türk sinemasında 'Tiyatrocular Dönemi' ismiyle anılan dönemde 'Ulusal bilinç', 'Cumhuriyet etrafında biraraya gelme' düşüncesi ile çekilen filmlerin yer aldığı 1923-1939 yılları arasındaki filmlerin ana teması, eski düzenin kötülenmesi, eski yönetim şekli ile İslam dininin yerilmesidir (Menekşe, 2005).

Milli Mücadele konulu filmlerde din adamları vatanın kurtulması için çalışan değil, Milli Mücadeleye ket vurmak için ellerinden geleni artlarına koymayan vatan haini kimseler olarak resmedilirler.

Bilal Yorulmaz (2012), 1960'lı yıllarda Türk Sineması'nda Marksist etkinin artmasıyla, "kitlelerin afyonu din, köylüyü, işçiyi ezen ya da ezenlerin yanında yer alan dindar" klişelerinin sinemaya eklendiğini söyler.

Doğu ve Güneydoğu'nun geri kalmışlığı ve kadının ezilmişliğinin, bazı yanlış törelerin İslam dinine mal edilmesi ve din adamının çağdaşlık karşıtı, gerici, yobaz imajıyla işlenmesi de Türk sinemasında görülen yaklaşımlardandır (Menekşe, 2005).

Bu şekilde bir tablo sergileyerek İslam dinini, din adamını, dindarı itip kakan, horlayan Türk sineması, birden İslami filmlere yönelmiştir. Öyle ki, Candemir'in ifade ettiği gibi (1986:42), 1950-1970 yılları arasında –yirmi



yılda- on yedi tane İslami film yapılmışken, 1970- 1973 yılları arasında bu konuda ciddi bir artış yaşanarak –sadece üç yılda- on altı tane İslami film yapılmıştır.

Türk sinemasında 1950’lerin ortalarında başlayıp 1970’lere kadar süren ‘Hazretli Filmler Akımı’, sinema ve İslam dini ilişkisi bakımından önemli bir dönemdir (Lüleci, 2007:47). İslam dininin ve dindarın hakarete uğramadığı ilk filmler bu dönemde ortaya çıkmış, saygı duyduğu manevi şahsiyetleri perdede gören dindar insanlar sinema salonlarına akın etmişlerdir (Yorulmaz, 2012). Ancak, Türk sinemasının İslami filmlere yönelmesinin tek sebebi ticari kaygılardır. ‘‘Namazın yanlış kılınması, tarihi dönemlerin karıştırılması’’ (Lüleci, 2007:49) gibi daha birçok hata, bu filmlerde imzası bulunanların İslâmî bilgilerden bihaber olduklarının göstergesidir. Nedim Hazar’ın bu konudaki eleştirisi işin özünü anlatır mahiyettedir:

‘‘Senaristinden ışıkçısına, yönetmeninden oyuncusuna kadar her şeyiyle Yeşilçam altyapısını kullanan bu Hazretli filmler furyası elbette inandırıcılıktan ve sanattan fersah fersah uzaktır. Miadını dolduran Hazretli filmler, bir süre sonra kendini yeni bir furyaya dönüştürdü: Erotik Türk filmleri. 80 darbesine kadar da devam etti bu erotik film furyası’’ (Nedim Hazar, Zaman Gazetesi, 23.10.2004).

Türk sinemasının İslam dinine yaklaşımı konusunda böyle bir olumsuz tablo söz konusuysen, seyrek de olsa olumlu yapıtlara da rastlanmıştır. Örneğin ‘‘Muharrem Gürses’in, başrolünü oynadığı ‘Haram Lokma’ (1963) filminde İmam Hatip Lisesi mezunu aydın bir imam tipini kullanması toplumda yankı uyandırmıştır’’ (Menekşe, 2005). Yıllarca İslam dininin görmezden gelindiği ya da itilip kakılıp horlandığı beyazperdede, düzgün bir din adamı modeliyle karşılaşmak, toplum için büyük bir sürpriz olmuş, uzun zaman boyunca zihinlere yerleştirilen olumsuz din adamı imajıyla karşılaştırıldığında şaşkınlığa yol açmıştır.

1969 yılında Yücel Çakmaklı’nın çektiği ‘Kabe Yolları’ isimli, bir tür Hac rehberi görünümündeki film, bütün Türkiye’de ilgi görmüştür. Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından da, hacı adaylarına eğitim amacıyla gösterilmiştir (Candemir, 1986:42-43).

Tek tük denilebilecek bu örnekler haricinde, genel olarak 1970’li yılların sonuna kadar, medyada İslam dini ve din adamı imajını düzeltmeye yönelik filmler ya da programlar yapılmazken, 1980’lere gelindiğinde, kötü örneklerin yanı sıra bazı iyi örnekler de ortaya çıkmaya başlamıştır (Turan, 2007:299). Milli Mücadele’de din adamlarının ve dindar insanların oynadıkları gerçek rolü Türk Sineması’nda gösteren ilk örnek filmler Yücel Çakmaklı imzasını taşıyan ‘Küçük Ağa’ ve ‘Sahibini Arayan Madalya’dır. Tarık Buğra’nın romanı ‘Küçük Ağa’, Mili Mücadele’yi anlatan romanlar içinde belirgin bir tarih şuuruyla yazılan ilk romandır (Ayvazoğlu, 1997:76, akt: Menekşe, 2005). Türk Sineması’ndaki İslami karakterli ‘Minyeli Abdullah’ ve ‘Reis Bey’ gibi filmler de toplumdaki İslam dini ve dindar imajına olumlu katkıda bulunmuştur (Turan, 2007:299). Ulusal Sinema akımı yönetmenlerinden Halit Refiğ’in yönettiği ‘Fatma Bacı’ filmi de olumlu örnekler arasında sayılabilir.

Yücel Çakmaklı’nın 1970 yılında çektiği ‘Birleşen Yollar’ filmi ile başlayan Milli Sinema akımı da Türk sinemasında önemli bir dönemdir. Yücel Çakmaklı, Mesut Uçakan, İsmail Güneş, Mehmet Tanrıseven, Metin Çamurcu, Salih Diriklik ve Nurettin Özel’den oluşan Milli Sinema yönetmenleri, Türk-İslam kültürüne aykırı olmayan yapıtlarla Türk sinema tarihinde ayrı bir döneme imza atmışlardır. 1970-2010 yıllarını kapsayan bu dönemin özellikle zirvede olduğu 1989-1995 yılları arasında önemli başarılarla imza atılmış, sadece Türkiye’de değil, Uluslararası Film Festivalleri’nde de ödüller kazanılmıştır.

Günümüze gelecek olursak, İslam dininin itilip kakıldığı, horlandığı ya da ticari kaygılarla başta yapıldığı anlayışın değişerek yumuşadığını, dinin, hayatın bir parçası görülerek meşruiyet kazandığını ve son dönem sinema filmlerinde İslam dinine alakanın arttığını gözlemliyoruz. Bu alakanın son dönemlerde yaşanan siyasal ve sosyal değişmelerden bağımsız olmadığını düşünüyoruz. Çünkü artık İslam dininin kamusal alanda çok daha fazla görünür olduğu bir dönemde yaşıyoruz. Yıllarca görmezden gelinen dindar kesim, artık kendini kamusal alanda daha rahat ifade edebiliyor. Hal böyle olunca, Türk sineması da toplumsal hayatın bir gerçeği olan dini ve dindar kesimi kendine

malzeme yaparak yoluna devam ediyor. İhsan Kabil'in sözleri bu durumu güzel bir şekilde özetler:

“Türkiye'nin toplumsal-siyasal yapısındaki değişiklikler sinemayı da etkiledi. Yönetmenler bu dönüşüme kayıtsız kalamadılar. Sinema da dini, hayatın tabii bir parçası olarak ele almaya mecbur kaldı” (Özden Deniz, 2008).

Bilal Yorulmaz (2010:77), ‘Kurtlar Vadisi Irak’, ‘Yumurta’, ‘Sıfır Dediğimde’ gibi filmlerde samimi bir şekilde İslami öğelere yer verildiğini düşünürken, ‘Takva’, ‘Girdap’, ‘Ulak’ gibi filmlerde İslam dinine ya da dindara karşı takınılan saldırgan tavrın gizli bir şekilde bulunduğunu, Türk sinemasının yıllardır kullandığı çirkin dindar tiplmeleri artık inandırıcılığını yitirdiği için, artık üstü kapalı saldırılarla aynı tavrın devam ettirildiğini belirtir.

Sinema eleştirmeni İhsan Kabil'e göre de son dönem Türk Sineması örneklerinin bir bölümünde İslam dinine ve din adamına karşı yaklaşım yıkıcı. Önceki hoca tiplmelerinin bir nevi büyütülmüş hali. Aralık 2006'da vizyona giren ‘Takva’, inancın modern, dünyevileşmiş, çağdaşlaşmış günümüz dünyasında asla umdelerine bağlı yaşanamayacağını savunan ve bunu önerme olarak sunan bir film. ‘Takva’ ve ‘Adem'in Trenleri’ isimli filmlerde, yönetmenlerin problemlili ‘dindar insan’ algıları kendini hissettiriyor. Biçim, Yeşilçam Sineması'ndan farklı olmasına rağmen duruş benzerliği belirgin bir durumda. Tül Akbal Süalp'e göre ‘Takva’daki Muharrem’in Yeşilçam’daki ötekileştirilmiş hocadan pek de farkı yok. Burada hocanın yanına yaklaşılmış, yakından bakılmış. Hatta eskiye nazaran daha turistik bir tavır alınmış (Özden Deniz, 2008).

Ünlü yönetmen Halit Refiğ, son dönemde Türk Sineması'nda İslami konulara artan alakayı çok daha farklı bir bakış açısı ile değerlendiriyor. Refiğ'e göre, bugün geçmişten farklı bir sinema tavrı var: Batı dünyasına İslami film yapmak. İslami âdetlerin ne kadar ilkel ve acaip olduğunu, gerçek inananların nasıl acı çektiğini Batı'ya sunmak. 1990'lı yıllarda Batı için tehdit komünizmdi, günümüzde ise İslam. İslam dinine yapılan her eleştiri artık o dünyada takdir görüyor. Sinema da bundan nasipleniyor (Özden Deniz: 2008).

## 1.5. Radyo ve İslam Dini

### 1.5.1. Dünyada ve Türkiye’de İlk Radyo Yayınları ve Radyonun İşlevleri

Radyo ve İslam dini ilişkisine geçmeden önce radyonun tarihinden ve toplumsal işlevlerinden kısaca söz etmek istiyoruz.

A.B.D.’de 1920 yılında başlayan radyo yayınları, bir-iki yıl içinde Avrupa ülkelerine de girmiş, Batılı ülkelere altı-yedi sene gibi çok kısa bir süre sonra, ‘‘6 Mayıs 1927’de İstanbul’da yayına başlayan ilk Türkiye Radyosu’nun ardından, bir iki yıl içinde de Ankara Radyosu yayına başlamıştır’’ (Aziz, 2013:195, Çalışlar, 2003:127, Kasım, 2009:133). İlk yıllarda İstanbul Radyosu dört buçuk saat yayın yaparken, Ankara Radyosu’nun günlük yayın süresi üç saattir (Çalışlar, 2003:127).

O yıllardan günümüze yayın teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde insanı kendisine esir etmeden, - eskisinden farklı olarak- bireyi bir mekana bağlamadan ona eşlik etmesi, başka işlerle meşgul olurken de kulak verilen adeta bir arkadaşlık görevi ifa etmesi, diğer kitle iletişim araçlarına nazaran daha sıcak bir iletişim imkanı sunması, kolay ve ucuz bir ulaşım özelliğine sahip olması; radyonun tercih edilme sebeplerinin başlarında gelir.

Radyonun toplumsal işlevlerini kısaca beş başlık altında toplamak mümkün. Aysel Aziz (2013:89-90), bu beş başlığı ‘Haber Verme, Aydınlatma’, ‘Eğitme, Kültürleştirme’, ‘Eğlendirme, Dinlendirme’, ‘Mal ve Hizmetlerin Tanıtılması’, ‘Etkileme, İnandırma ve Harekete Geçirme’ şeklinde tasnif ederken, Hamza Çakır (2008:83-84), ‘Haber Verme’, ‘Eğitme’, ‘Eğlendirme’, ‘Ürün ve Hizmetleri Tanıtma’, ‘Kamuoyu Oluşturma’ şeklinde tasnif eder. Aziz ile Çakır’ın tasnifindeki farklılık sadece beşinci maddededir. Aslında biraz zorlamayla bu farklılığın sadece kelime bazında olduğunu, içerik olarak aynı anlama gelebileceğini söyleyebiliriz. Radyonun, kitle iletişim araçlarının bütün temel işlevlerini yerine getirebilen bir araç olduğunu söyleyen Serap Öztürk ise (2003:485) bu işlevlerin ‘Haber vermek, bilgilendirmek’, ‘Tanıtmak’, ‘Tutundurmak’, ‘Eğitmek’ ve ‘Eğlendirmek’ olduğunu söyler.

Bu beş maddeyi Hamza Çakır'ın tasnifini baz alarak kısaca açıklamak istiyoruz.

1. Haber Verme: Haber alma, haberdar olma sosyal bir varlık olan insan için olmazsa olmaz ihtiyaçların başında gelir. Özellikle televizyonun ülkemize henüz giriş yapmadığı yıllarda radyo, habercilik açısından çok önemli bir görev icra etmiştir. Günümüzde de radyo, haber verme işlevini devam ettirmektedir. Televizyondaki gibi görüntü içermediği ve uzun hazırlıklar gerektirmediği için haberleri çok hızlı bir şekilde duyurabilme özelliği, radyoyu habercilik konusunda diğer kitle iletişim araçlarının önüne geçirir. Yayınlarında habere ağırlık veren tematik radyo istasyonlarının yanında sadece müzik yayını yapan radyolar da saat başı veya birkaç saatte bir yayınladıkları haberlerle bu fonksiyonu icra ederler.

2. Eğitim: Radyonun eğitim işlevini Eğitim Bilimi açısından bir kategoriye dahil edecek olursak, bu kategorinin adı 'yaygın eğitim' olacaktır. Günümüzde 'müzik kutusu' olarak adlandırılan radyo istasyonları değil de söze ağırlık veren 'tematik radyolar' bu işlevi yerine getirir. Özellikle örgün eğitim yaşını geride bırakan yetişkin insanlar için radyonun eğitim işlevi önemli bir görev icra eder.

3. Eğlendirme: Eğlenmek de insan için önemli bir ihtiyaçtır. Radyonun eğlendirme işlevi daha çok, müzik yayını yoluyla olur. Bunun yanında mizah içerikli programlar da eğlence ihtiyacını karşılamaya hizmet eder.

4. Ürün ve Hizmetleri Tanıtma: Bu işlevi kısaca, günümüzün deyimiyile 'reklam' olarak açıklayabiliriz. Radyo; ürünleri, hizmetleri, kurumları tanıtarak bireylere bilgi verirken, bir yandan da özel radyolar, tek gelir kaynakları olan reklamlar sayesinde kendilerini finanse ederler. Günümüzde radyonun reklam faaliyeti, -tıpkı televizyonda olduğu gibi- insanları frekans değiştirmeye yöneltecek bir sıklık ve uzunluktadır.

5. Kamuoyu Oluşturma: Radyo, kamuoyu oluşturma konusunda da güçlü bir araçtır. Ülke ve toplum için kritik olan dönemlerde kitle iletişim araçlarının –özellikle de televizyon ve radyonun- kamuoyu oluşturma gücü inkar edilemez bir gerçektir. Özellikle Türkiye radyoculuğunun ilk yıllarında, radyo, Batılılaşma/Modernleşme stratejisinin yoğun olarak işlendiği ve bu yönde kamuoyu oluşturulan bir mecra olarak faaliyet göstermiştir.

Genel olarak kabul görmüş bu beş işleve bir de ‘Kimlik Oluşturma/Kimlik Pekiştirme’ işlevini eklemek istiyoruz. Özellikle belli grupların kuruluşu olan söz ağırlıklı özel radyolar, yaptıkları tematik yayıncılık ile hem bağlılarının kimliğini pekiştirirler, hem de kendilerine dışarıdan kulak veren insanları da yayınları ile etkileyerek öğretileri çerçevesinde kimlik edinmelerine aracılık ederler.

Hepimizin malumu olduğu üzere bütün kitle iletişim araçları ülkemize Batı’dan gelmiştir. Özellikle radyonun ülkemizde yayına başladığı yıllar yeni Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk yılları olması sebebiyle ayrı bir önem taşır. Bu yıllarda modernleşme çabalarının hız kazandığı hatta dayatıldığı bilinen bir gerçektir. Kitleleri etkilemede önemli bir güç olduğu tespit edilen radyonun toplum yapımıza dahil edilmesi ve devlet tekelinde bir yayın anlayışıyla halka seslenerek milli olanı değil ‘garbi’ olanı özümsetmeye çalışması, Meltem Ahıska’nın deyimiyle (2005:307) “‘Türkiye’de İslamiyet’i modernliğin önündeki en büyük engel sayıp, Batı’nın tarih temsilini tek ‘ilerleme’ perspektifi olarak dayatan modernleşmeci” bir stratejinin ürünüdür. Bu yönüyle radyo Batılılaşma’ya açılan bir kapı olmuştur. “‘Radyo teknolojisi, ülke içindeki çatışmalı alanları ve ayrımları inkar ederek, seslerin kurguladığı farklı bir mekansallık ve zamansallık içinde ‘Batılı’ ve ‘milli’ olanı yeniden tanımlayarak Garbiyatçı fantaziyi oluşturmuş ve onu beslemiştir” (Ahıska, 2005:305).

Günümüzde, küresel ve Postmodern dönemde ise, TRT radyoları yine devlet tekelinde yayınlarını sürdürmektedir. Özel radyo yayıncılığının yaygınlaşmasıyla birlikte sadece müzik kutusu gibi işlev gören istasyonların yanında, radyo, yerelliklerin, cemaatlerin, farklı sosyal hareketlerin, popüler

kültürle harmanlanarak, daha önceleri seslerini duyurma imkanı bulamadıkları ana akım medya karşısında kendilerini ifade ettikleri alternatif yayıncılık sistemi şeklinde bir işlev görmektedir.

Burada cemaat radyolarından bahsetmişken, İletişim alanındaki karşılığı olan ‘topluluk radyosu’ kavramına kısaca yer vermenin uygun olacağını düşünüyoruz.

### **1.5.2. Topluluk Medyası/Topluluk Radyosu**

Ülkemizde ‘özel radyo yayıncılığı’ kapsamında varlık alanı bulan yayın şeklinin İletişim alanındaki karşılığı ‘topluluk radyosu/medyası’dır. Topluluk medyası, kamu hizmeti yayıncılığının yerel olarak biçimlenmiş bir versiyonudur ve geleneksel kamu yayıncılığının işleyişine ek olarak, yurttaşların erişimi ve katılımı gibi temel ilkeleri işleyişin merkezine yerleştirir ([www.waag.org](http://www.waag.org), akt: Cankaya, Güney ve Köksalan, 2006:15).

Topluluk medyası, ortak özelliklere veya çıkarlara sahip insanlar tarafından kullanılan medyadır. Topluluk medyası, toplumsal gelişimin sosyal ve kültürel boyutlarına katkıda bulunur. Bunu da kalkınma, sosyal ve politik güçlendirme ve vatandaşların haklarının gerçekleşmesi için çeşitli kanallar sunarak yapar (Milan, 2009:601, akt: Algül, 2012:82).

Topluluk radyosunun en kapsamlı tanımında vurgulanan taraf, bu radyoların topluluk içinde, topluluk için, topluluk hakkında ve topluluk tarafından faaliyet gösterdiğidir (Tabing, 2002:11, akt: Cankaya, Güney ve Köksalan, 2006:15). Bu topluluktan kasıt illa da coğrafi bir birlikteliği paylaşım değildir. Günümüzün koşullarında düşündüğümüzde, birbirinden çok farklı coğrafyalarda yaşayan insanlar da, kendilerini ait hissettikleri bir topluluğun fertleri olabilirler ve elektronik yayıncılık sayesinde, topluluk medyasının fikirlerinden beslenebilirler.

Topluluk radyoları, iletişim platformları ihtiyacı sebebiyle sivil toplum inancı tarafından oluşturulmuştur. Topluluk medyası ve sivil toplum bu

anlamda birbirine bağlıdır. Özellikle ticari olmayan korsan yayınlar topluluk medyasını ortaya çıkartmıştır. Avrupa’da topluluk yayını, genellikle devlet tarafından gelen direktifler yerine, çeşitli topluluk gruplarından gelen sürekli baskılar sonucu kurulmuştur. Genelde kar amacı gütmeyen, devlet, piyasa aktörleri ve çok taraflı kurumların müdahalesinden özgürdür (Algül, 2012:82).

Topluluk radyoları, medya çoğulculuğunu, konuşma özgürlüğünü, içerik çeşitliliğini, toplumun farklı gruplarının ve çıkarlarının temsilini güvence altına alır. Bu radyolar, kültürel çeşitliliğin desteklenmesini, özyönetimi, yerel düzeyde diyalogu ve şeffaflığı teşvik eder. Hizmet ettiği topluluğa açıktır ve ona hesap verebilir. Gönüllülerce yürütülür, program yapımı ve yönetimi bakımından topluluk üyelerinin katılımına açıktır, sosyal değişime katkıda bulunur (<http://www.norzartonk.org>).

Özetleyecek olursak, devlet tekelindeki kamu yayıncılığının karşısında ‘alternatif radyoculuk’ kapsamında değerlendirebileceğimiz topluluk radyolarının temel özellikleri şunlardır (Tabing, 2002:11, Cankaya, Güney ve Köksalan, 2006:15):

\*Tanımlanmış bir topluluğa hizmet verirler.

\*Katılımcı demokrasiyi özendirirler.

\*Topluluk üyelerinin iletişim içine girmesine ve program yapımına, yönetime ve radyo istasyonunun sahiplik yapısına katılmasına fırsat verirler.

\*Genel olarak insanların ekonomik kapasitesine uygun teknolojiyi kullanırlar ve bu anlamda dış kaynaklara bağımlılığı azaltırlar

\*Ticari tasarımlardan çok topluluk çıkarını ön planda tutarlar.

\*Toplumdaki sorunların çözümüne katkıda bulunurlar.

### **1.5.3. Türkiye Radyolarında İlk İslami Yayınlar**

Radyo ve İslam dini ilişkisini kronolojik bir bakış açısı ile ele alacağımız bu bölümümüze ilk olarak Amerika ve Avrupa’da radyo ve din ilişkisi ile başlayıp, sonrasında Türkiye radyolarına dinin ilk kez ne zaman konuk olduğu konuları ile devam edeceğiz.



Mehmet Akgül'ün farklı kaynaklardan yaptığı aktarımlara göre, “Amerika’da devlet radyolarının periyodik dini yayınları yanında, ilk dini radyo istasyonu 1921 yılında (Pittsburgh’s Radio Station) yerel bir kilisenin kontrolünde (Gaddy,1984:189, akt:Akgül, 2008:2-3); ikincisi ise 1944 yılında (National Religious Broadcasters) özgürlükçü Hıristiyan mezheplerine karşı kurulmuştur (Russo,1995:6, akt:Akgül, 2008:3). Avrupa’da ise Vatikan Radyosu 1931’de, Mussolini’nin izniyle sadece kendi dini doktrinini anlatmak için yayına başlamıştır” (Matelski ve Lynch,1997:xvii, akt: Akgül, 2008:3).

Bu ifadelerden anladığımız üzere, Amerika’da ilk radyo yayını ile ilk dini radyo yayını eşzamanlı iken, Avrupa’da yaklaşık on yıllık aradan sonra dini radyo yayın hayatına başlamıştır. Durumu Türkiye açısından değerlendirdiğimizde, Amerika ve Avrupa’dakinden çok farklı bir tablo ile karşılaşırız.

Radyonun, kuruluşundan çok kısa süre sonra devlet tekeline geçmesi, televizyonun, kuruluşundan itibaren devlet tekelinde olması sebebiyle radyo ve televizyon, devletin eğitim ve kültür siyasetine uygun şekilde yönlendirilmiştir. Radyonun yayın siyaseti, uzun süre, dini içerikli hiçbir programa yer vermemekten öte, geleneklik kültürün bütün unsurlarını -mesela Türk musikisini- tamamen dışarıda bırakmak şeklinde düzenlenmiştir (Doğan, 1993:131). O yılların modernleşme stratejilerinden nasibini alan sadece din alanı olmamış, Türk milli kültürüne ait birçok kavram da bu ilk radyo yayınlarında kendine varlık alanı bulamamıştır. Doğan’ın da ifade ettiği gibi Türk musikisi de bu kavramlardan biridir. O dönemde radyoda Türkçe müzik dinlemek imkan ve ihtimal sınırlarına dahil değildir. Ayrıca ilk İslami radyonun açılışı için 1993 yılına kadar beklemek gerekecektir.

Türkiye’de, radyoda yapılan ilk İslami yayın, 1932 yılının Ramazan ayında, Kadir Gecesinde, Ayasofya Camii’nden naklen yayınlanan mevlid programıdır. Bu yayın, Ayasofya Camii’nden Dolmabahçe Sarayı’na Atatürk’ün emriyle gerçekleştirilmiştir (Okur, 1962:21, akt:Akgül, 2008:3). Bu özel yayın dışında, Türkiye’de devlet radyosunun yayın saatleri ve içeriğinde,

radikal modernleşme projesine uygun olarak, İslami yayınlara hiç yer verilmemiştir (Akgül, 2008:3). Ta ki 1950 yılına gelinip de siyasette Demokrat Parti rüzgarı esmeye başlayınca kadar.

1950 yılında, radyoda İslami yayınların başladığı tarih, kaynaklarda farklı şekildedir. Mehmet Doğan (1993:131), “Türkiye’de ilk radyo yayınının başlamasından yaklaşık yirmi beş yıl sonra radyolarda dini yayın yasağı kaldırılır. Tarih 5 Temmuz 1950, Hicri aylardan Ramazandır.” derken, Mehmet Akgül (2008:3), Ankara Radyosu’nda ilk İslami yayına, 18 Ağustos 1950 tarihinden itibaren Cuma sabahları Kur’an okunmasıyla başladığını söyler. Ayşe Karaerkek de (2008:74), radyodan ilk İslami yayının 18 Ağustos 1950’de başladığını, güzel bir yaz gününün sabahında radyo hoparlörlerinden yükselen Kur’an tilavetinin, ömrü boyunca Allah Kelamı’nı sadece hocalar ve hafızlardan yahut akraba çevresinden duymuş insanlarımızı hem şaşırttığını, hem de sevindirdiğini ifade eder.

Mehmet Doğan’ın belirttiğine göre, radyolarda İslami yayın yasağının kalkışı, 6 Temmuz 1950 tarihli bazı gazetelerde haber olarak verilir. Haftada üç defa, Ankara Radyosu’nda Kur’an okunacaktır. Diyanet İşleri Başkanı A. Hamdi Akseki ve bir hafız, Ankara Radyo Evi’ne giderek plağa Kur’an-ı Kerim okumuşlardır. Hemen ertesi gün, Hürriyet gazetesinde yer alan haber şöyledir:

“Radyoda politik icablardan dolayı mı Kur’an okunuyor?”

“Ankara, İstanbul radyolarında haftanın muayyen gün ve saatlerinde Kur’an-ı Kerim okunulmasına karar verilmesi bazı çevrelerde hayret uyandırmış, laik bir devletin radyosunda Kur’an-ı Kerim okutulmasının yalnız politik icablardan ileri geldiği kanaatini ortaya koymuştur.”

“Yapılan tahminlere göre, hükümet daha çok bu hususta ısrarla vaki talepleri karşılamak için bu kararı almıştır. Ancak bu ısrarla vaki taleplerin daha nerelere kadar varacağı merakla beklenmektedir.” (Hürriyet, 7.7.1950, akt: Doğan, 1993:131-132)

Aynı gazetede, ertesi gün, daha uzunca bir yorumlu habere yer verilerek, bazı mahfellerin, laikliğe aykırı, dini dünya işlerine karıştıran ve Atatürk inkılaplarına taban tabana zıt bu kararın gerekçesini anlayamadıkları, esasen bu durumdan dindar vatandaşların da memnun olmadıkları, çünkü bazı

kimseler rakı masasında otururken, radyoda Kur'an okumanın adaba aykırı olduğu belirtilmiştir (Hürriyet, 7.7.1950, akt: Doğan, 1993:132).

Radyoda Kur'an-ı Kerim okunması ile başlayan radyo ve İslam dini ilişkisinden kısa bir süre sonra 'Dini ve Ahlaki Muhasebeler' adıyla, akşam kuşağında on dakika süreli bir programa yer verilmiş, 1954 yılında ise bu programlar Salı, Perşembe ve Cumartesi günleri olmak üzere haftada üç gün yayınlanmaya başlamıştır. 1950'nin ikinci yarısında, kandil günlerinde mevlit yayınına ve Ramazan ayında iftar programına başlanılmış, 1960 yılı Ramazan ayında ise sahur programları da yayına alınmıştır (Kocabaşoğlu, 1980:316-317; Özden, 1997:4, akt: Akgül, 2008:3). Ayşe Karaerkek ise (2008:74), kandil gecelerine mahsus yayınların 1957, sahur programlarının 1960, iftar programlarının da 1964 yılında başladığını söyler.

“Demokrat Parti iktidarının, radyo yayınlarını kontrol ederek yayınların içeriğini değiştirmesiyle birlikte siyasi ve sosyal alanda halkın dini ve kültürel olarak dışlanmışlığını ortadan kaldırmaya ve radyoda dini, kültürel yayınları artırmaya başlaması, Türkiye’de halkın sosyal, kültürel ve demokratik açıdan güçlenmesinin önünü açtığı kadar, dini özgürlükler ve yayın alanının da genişlemesini sağlamıştır” (Kaçmazoğlu, 1988:9, akt: Akgül, 2008:3).

Bu durum Türk medyası açısından önemlidir. Şöyle ki, radyo ve İslam dini ilişkisinin miladının Demokrat Parti iktidarı ile eşzamanlı olduğunu söyleyebiliriz. Zira daha önce de değindiğimiz üzere, 1932 yılının Ramazan ayında, Kadir Gecesinde, Ayasofya Camii’nden Dolmabahçe Sarayı’na, Atatürk’ün emriyle gerçekleştirilen mevlid yayını dışında, radyoda İslami yayınlara hiç yer verilmemiştir. 1950 yılının Ramazan ayında yapılan başlangıç, bu konuda adeta bir açılışı temsil etmiş, “Demokrat Parti’nin iktidarda olduğu 1950-1960 yılları arasında manevi yayınlarda belirgin bir artış olmuştur” (Seraslan, 2001:79). Radyonun ülkemizde izlediği tarihi serüven incelendiğinde, Demokrat Parti iktidarı dönemi, radyo yayınlarının tamamen iktidar yanlısı bir akış izleyerek politikleştiği/partizanlaştığı sebebiyle eleştirilmesine rağmen, genel anlamda İslami yayınlar, özellikle de radyo ve İslam dini ilişkisi açısından önemli adımların atıldığı bir dönemdir.

Demokrat Parti iktidarı döneminde başlayıp, artarak devam eden İslami yayınların akıbetinin, Demokrat Parti'nin 27 Mayıs Darbesi ile iktidardan düşürüldüğü 1960 yılından sonra ne şekilde olduğuna yer veren bir kaynağa rastlayamadığımız için bu dönem ile ilgili herhangi bir değerlendirme yapamıyoruz.

Ayşe Karaerkek'in belirttiğine göre (2008:74-75), 1970'li yıllar TRT radyolarında İslami yayıncılığın atılım yıllarıdır. İslami musiki programlarının çoğalması bu döneme rastlar.

Özetleyecek olursak, 1950'li yıllardan itibaren, Türkiye'de siyasal anlamda demokratikleşme süreci, diğer toplumsal süreçlerle iç içe gelişerek toplumun 'dini özgürlük' talebi ve alanını genişletmiş, basın-yayın araçlarında da bu taleplerin karşılanması esas alınmıştır. 1946'dan bu yana demokrasi ve özgürlükler alanındaki gelişmeye paralel bir şekilde, yazılı, işitsel ve görsel İslami yayınlar miktar, içerik ve süre olarak artarak 1980'li yıllara kadar ulaşmıştır (Akgül, 2008:3).

#### **1.5.4. Türkiye'de Özel Radyo Yayıncılığı**

Dünyada 1980'lerden sonra Neo-liberal ekonomik politikaların yaygınlaşması sonucunda özel sermayeli radyo kanalları kurulmaya başlamıştır (Kuyucu, 2013:136). Türkiye de, dünyada yaşanan bu gelişmelere kayıtsız kalamamış, özellikle "Turgut Özal iktidarının hayata geçirdiği serbest piyasa, demokratikleşme, düşünce ve inanç özgürlüğü gibi sosyal, iktisadi ve demokratik değer ve uygulamalar, medya alanında önemli açılımları beraberinde getirmiştir" (Akgül, 2008:3). Bu dönemde, yayınlarda çoğulculuğu sağlamak amacıyla adımlar atılmış, bu adımlar meyvelerini vermekte gecikmemiş, 1990 yılında yayın hayatına başlayan ilk özel televizyonun ardından, 1992 yılında, Türkiye, ilk özel radyo istasyonu ile tanışmıştır. Türkiye'nin, İstanbul merkezli ilk özel radyosu olan Kent Fm'in 1992 yılının Haziran ayında yayına başlamasının ardından, 1982 Anayasası'nın 133. maddesindeki "Radyo ve televizyon istasyonları, ancak devlet eli ile kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzelkişiliği halinde düzenlenir"

(www.adalet.gov.tr) şeklindeki hükme rağmen, özel radyoların sayısı gün geçtikçe kontrolsüz bir şekilde artmıştır.

Çalışmamızın başlarında da değindiğimiz üzere, dünyada ve Türkiye’de yaşanan gelişmelerin etkisiyle oluşan ‘‘piyasa şartları ve demokratik ortam, Türk modernleşmesinin din karşısındaki tavrını da yumuşatmış; değişen şartlar, yeni dini grupların ve dini/popüler kültürün artışına zemin hazırlamıştır’’ (Akgül, 2008:3). 1992 yılında ilk özel radyosuyla tanışan Türkiye, 1993 yılında da ilk özel İslami radyo istasyonu ile tanışmıştır. Bu alanda öncü olan ve İstanbul’dan yayın yapan ilk İslami radyolar Akra Fm, Moral Fm, Üsküdar Fm, Marmara FM, TGRT Fm, Günışığı Fm ve Burç Fm’dir.

#### **1.5.4.1. Özel Radyolara Yayın Yasağı**

Türkiye’nin televizyonla tanışmasıyla ikinci plana düşen radyo, 1990’lı yılların başında özel radyo yayınlarının başlamasıyla yeniden popüler hale gelmiş, yasaya aykırı olarak hızla çoğalan ve ‘‘hiçbir düzenlemeye tabi tutulmadan yayınlarını sürdüren özel radyoların frekansları ve verici güçlerinin, planlama olmadan, uluslararası frekans planlamasına uymadan rastgele yayın yapmaları, milli savunma ve emniyet sistemlerini etkilemiştir’’ (Çakır, 2008:43). Anayasa’ya aykırı olarak başlayan yayınlar sebebiyle hukuk düzeni kalmadığı gibi, radyo ve televizyon kanallarının hem kendileri, hem TRT yayınları, enterferans (frekans karışması) olayıyla karşılaşmışlardır. Özetle söyleyecek olursak, Türkiye, 1990-1993 yılları arasında, ulusal, bölgesel ve yerel olmak üzere üç yüz elli civarında televizyon, bin beş yüz civarında da radyo ile, elektronik yayıncılık açısından tam bir karmaşa, kaos yaşamıştır (Aziz, 2013:208-209).

Bu karmaşa ve kaos ortamı, yetkilileri harekete geçirmiş, Ulaştırma Bakanlığı’nın talimatı ile, 30 Mart 1993’te, İstanbul Valiliği tarafından, il sınırları içindeki on dokuz radyo istasyonuna gönderilen yazıda, yirmi dört saat içinde yayınlarını durdurmaları istenmiş, İstanbul merkezli yayın yapan on dokuz radyodan on altısı, 1 Nisan 1993’te yayınlarını durdurmuştur. Diğer üç

radio, yayınları yurtdışından yapıldığı için açık kalmış, Ankara ile İzmir ve ilçelerinden yayın yapan kırk dört radyo da kapatılmıştır (Çakır, 2008:43-44).

Buraya kadar anlattıklarımızdan çıkan sonuca göre, özel radyoların kapatılması talebinin sebebi, bu yayınların yasaya aykırı bir şekilde yapılması ve kontrolsüz bir şekilde çoğalarak, frekans problemlerine yol açmalarıdır. Sedat Cereci (1994:40) frekans karışıklığından kaynaklanan problemin çözümlenmesi için yeni yasa düzenlemesi yapılacağı sebep gösterilerek yayınların durdurulduğunu söylerken, “Bir başka gerekçe daha vardır ki, bu kamuoyuna açıklanmaz. Çünkü bu, gerçek sebeptir. Ülkenin laik yapısına hanel geleceğinden endişe eden kişi ve kurumlar, başkalarının faydalandığı haklardan ve özgürlüklerden faydalanarak özel yayıncılık teşebbüsünde bulunan dindar insanlardan ürkmüşler ve bir kez daha laikliğin elden gideceği vehmine kapılarak hükümete baskı yapmışlardır. Hükümet, yalnızca dindar insanların yaptıkları yayınlara yasak koyamayacağı için de, çareyi, bütün özel radyo ve televizyon yayınlarını durdurmakta bulmuştur” diyerek konuya farklı bir bakış açısı getirir.

#### **1.5.4.2. Özel Radyolara Yayın Yasağının Kaldırılması**

Özel radyoların kapatılması, halk cephesinde büyük memnuniyetsizliğe yol açmış, taksilerin antenlerine siyah kurdeleler bağlanarak, “Özgür mikrofon istiyorum” sloganları ile protestolar yapılmıştır. Kapatılan özel radyoları temsilen “Konusan Türkiye Radyosu” yayına başlamıştır (Aziz, 2013:210).

Yapılan bütün bu çalışmalar meyvesini vermiştir. O dönemde başbakan olma hazırlıkları içindeki Tansu Çiller, özel radyo yayınlarını serbest bırakacağı vaadinde bulunmuş, Tansu Çiller’in başbakan olmasıyla, yetmiş günlük bir suskunluk dönemini geride bırakan özel radyolar yeniden yayına başlamıştır (Çakır, 2008:44).

8 Temmuz 1993’te, Anayasa’nın 133. maddesi değiştirilmiştir. Radyo ve televizyon yayınlarındaki devlet tekeli kaldırılan maddenin yeni şekli şöyledir:

“Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek, kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir. Devletçe kamu tüzel kişiliği olarak kurulan tek radyo ve televizyon kurumu ile kamu tüzel kişilerinden yardım gören haber ajanslarının özerkliği ve yayınlarının tarafsızlığı esastır.” (www.anayasa.gen.tr)

13 Nisan 1994’te, radyo ve televizyonların kuruluş ve yayınlarını düzenleyen (RTÜK) 3984 sayılı kanunun meclis tarafından kabul edilmesiyle hem devletin, hem de özel girişimin yürüttüğü radyo ve televizyon yayınları kanuni bir düzenlemeye tabi tutulmuştur. Bu kanunun yürürlüğe girmesindeki en önemli amaç, ortamdaki başıboşluğun ve karmaşanın kanun yoluyla düzeltilmesi olmuştur (Müftüoğlu, 1996:359, akt: Kuyucu, 2013:141). Böylece, Türkiye’de özel radyo yayıncılığı, başlangıçtaki, yasaya aykırı statüsünden sıyrılarak yasallık kazanmış, meşru bir zeminde yayın hayatını sürdürmüştür.

### **1.5.5. Kuruluşundan Günümüze İslami Radyolar**

Dünyada ve Türkiye’de değişim rüzgarlarının hızlı bir şekilde estiği 1990’lı yıllarda Türk insanının hayatına giren bir olgu olan özel radyo yayıncılığı, iki tür radyo yayını doğurmuştur: Birincisi, radyoculuğu müzik kutusu olarak gören yayın anlayışı, ikincisi ise insanlara ulaştıracağı öğretileri olan tematik radyo yayıncılığı. Bu iki tür yayıncılık anlayışını kısaca ‘müzik ağırlıklı radyolar’ ve ‘söz ağırlıklı radyolar’ şeklinde de tasnif etmek mümkün.

Toplum nezdinde kabul görmüş şekliyle İslami radyo olarak adlandırılan kuruluşlar, kendilerini ‘tematik radyo’ yayıncılığı sınıflandırmasına dahil ederler. Çünkü bu tarz radyolar, sadece din konusunda değil, hayatın bütün alanlarına yönelik eğitici, bilgilendirici yayın anlayışları ile dinleyicilerine seslenirler.

1993 yılında Türk insanının hayatına giriş yapan İslami radyoların İstanbul merkezli ilklerinin Akra Fm, Moral Fm, Üsküdar Fm, Marmara Fm, TGRT Fm, Günışığı Fm ve Burç Fm olduğunu daha önce belirtmiştik. Şimdi,

alanın ilkleri olan bu radyoların ilk yayın sorumlularının, radyolarının kuruluş ve yayın amaçları ile ilgili sözlerine, ardından da günümüzdeki yayın sorumlularının bu konudaki sözlerine yer vermenin, kuruluşundan günümüze bu radyoların durdukları çizgi ile ilgili bilgi vermek adına uygun olacağını düşünüyoruz.

Akra Fm'in ilk Genel Yayın Yönetmeni Hüseyin Emin Öztürk "Amaç, insanımızın ve inancımızın sesi olmak" cümlesiyle özetlediği misyonları hakkında şunları söylüyor:

“...İletişim çağı adı verilen günümüzde, iletişim vasıtalarının büyük bir çoğunluğu, hatta tamamına yakını, toplumumuza batılı değerleri yerleştirme gayreti içinde olan kuruluşların elinde... Özellikle Batı sermayesiyle teşvik edilen özel radyo ve televizyon kanalları, inanç ve kültür yapımızı tahrip konusunda birbirleriyle yarışıyorlar. İletişim araçlarının etkileme gücünün farkında olan inanan kesim olarak, bu konuda sessiz kalamadık. Mutlaka inancımızı savunan, ilahî mesajı insanlara aktarma gayreti içinde olan, kültürel değerlerimizi, toplum yapımızı muhafaza etme gayreti içinde olan iletişim araçlarına sahip olmak gerekiyordu. Bunun için de radyo kurmaya karar verdik. Kısaca, insanımıza, inancımıza hizmet etmek için böyle birşeye teşebbüs ettik.” (Cereci, 1994:40)

Akra Fm'in günümüzdeki Genel Yayın Yönetmeni Tülay Arsal, kendisine yönelttiğimiz sorunun cevabında, Akra Fm'in ilk Genel Yayın Yönetmeni Hüseyin Emin Öztürk'ün hedef ve temennilerine katılmakla birlikte şunları ekliyor:

“Bizim işimiz gelişen dünyayı yakalamak ve hayatın içindekilerle ilgilenmek. Hayat nelerle ilgileniyorsa biz de onlarla ilgileniyoruz. Yapmaya çalıştığımız, hızla akan dünyada farkındalık oluşturmak ve dikkat çekmek. İnsanlarımızın maneviyatına katkıda bulunup, iç dünyalarını zenginleştirmek. Sahih, Kur'an ve Sünnet'e uygun, hurafe ve bid'atlerden uzak, aşırılıklardan uzak, hukuka uygun İslami bilgi ve yorumlarla insanlarımızı bilinçlendirmek en büyük hedefimiz...Değerlerimiz, bizi biz yapan özellikler. Akra, 1993 yılında çıktığı yolda, değerlerinden taviz vermeden yoluna devam ediyor.”

Moral Fm'in ilk Genel Koordinatörü Said Taktak'ın bu konudaki yorumu şöyle:

“Özel radyolar çıkmaya başladığında müzik kutusu olmaktan öteye gitmediler. Bu atmosfer bizde, kültürel ağırlıklı bir radyo fikrini ortaya çıkardı. Araştırmalarımıza göre, küçük adımlarla başlayarak profesyonelliğe adım atılması gerekiyordu. Biz de öyle yaptık. Moral Fm, radyonun müzik kutusu



değil, bir "nimet" olduğu fikrinden hareketle kuruldu. Yayın politikamızı, gücümüzü inançlarımızdan alarak, inançsızlık fikriyle mücadele etmek olarak belirledik. Yayınlarımızın sınırını ise, inanç dokumuz belirtiyor. İnsanlar arasında hiçbir ayırım yapmadan, inançlarımızın meşru saydığı bir yayın politikası izliyoruz. Yıllardır saklanan gerçekleri ortaya çıkarmaya ve her konuda dinleyicilerimizi aydınlatmaya çalışıyoruz.” (Cereci, 1994:40)

Moral Fm’in günümüzdeki yayın yönetmeni İsmail Tongar, Said Taktak’ın sözlerinin aynen günümüzde de geçerli olduğunu söyleyerek, şunları ilave ediyor:

“Moral Fm’in ilk günlük yayın çizgisini korumasına önemli bir örnek şudur: 28 Şubat döneminde, bir hafta, bir ay ve üç ay olmak üzere, RTÜK tarafından defalarca kapatılma cezası almasına rağmen, yine aynı istikamette yayınına devam etmiştir Moral Fm.”

Marmara Fm’in o yıllardaki yayın yönetmeni Eşref Ziya Terzi, yayın ilkelerini şöyle anlatıyor:

“Biz yayına başlama kararı verdiğimiz zamanlarda, İstanbul’da peş peşe radyolar açılmakta idi. Bunların çoğu, toplumumuzun değer yargılarına tamamen zıt yayın yapmakta idiler. Biz inanmış bir kitle olarak, buna daha fazla seyirci kalamazdık. Bizim inancımız doğrultusunda yayın yapan diğer radyolar da maalesef yetersiz kalmaktaydılar. Bu iki etken birleşince, bizim radyo kurmamız kaçınılmaz bir hal aldı ve on bir müteşebbis bir araya gelerek Marmara Fm’i kurduk. ‘Gerçeğin sesi’ düsturuyla hareket ediyoruz. Hedef kitlemiz bütün insanlıktır. ‘Ben insanım ve insanca yaşamak istiyorum’ diyen her fert bizim ilgi alanımıza girmektedir. Mezhep ve fırka ayırımı gözetmeksizin bütün insanımıza gönülümüzü açarak hareket etmekteyiz. Mesajımız, İslam’ın evrensel mesajıdır.” (Cereci, 1994:40)

Marmara Fm, o dönemin en çok dinlenen İslami radyolarından biridir. Kadın programcıya yer vermeme prensibi ile türünün diğer örneklerinden ayrılarak, biraz daha katı bir anlayış benimsediğini söyleyebiliriz. Ancak Marmara Fm de ilerleyen yıllarla birlikte, yaşanan toplumsal değişim ve dönüşümlere kayıtsız kalamamış, kadın programcıya yer vermeme konusundaki hassasiyetinden feragat etmiştir. Hatta daha sonraki yıllarda, değişen yayın yönetmenleri ile birlikte yayın politikası da değişmiş, önceden, seçilerek yayımlanan müzik eserlerinde kadın sanatçılara hiç bir şekilde yer verilmezken, zamanla bu hassasiyet de ortadan kalkmış, zamanın pop müzik şarkıcılarının eserleri, kadın ya da erkek ayırımı yapılmadan rahatlıkla yayınlanır olmuştur. Tabii bu dönemde, önceden radyonun günlük yayın

akışında yer alan beş vakit ezan da kaldırılmış, Marmara Fm, hem dini programlara yer veren, hem de müzik kutusu olarak değerlendirebileceğimiz diğer radyolar gibi şarkılar yayınlayan, adeta karma bir yayın anlayışı benimseyen bir bocalama dönemi yaşamıştır. Dinleyicisinden büyük tepki alan bu durum, Marmara Fm için sonun başlangıcını hazırlamıştır. Bir süre sonra satışa çıkartılan radyonun frekansı, Radyo Cihan adıyla yayın yapan bir başka kuruluşa geçmiştir.

Günümüzde Marmara Fm, yayın hayatına, radyonun ilk kurucusu, Yönetim Kurulu Başkanı ve ortağı Mustafa Akçay koordinatörlüğünde ve oğlu Fatih Akçay'ın genel yayın yönetmenliğinde, [www.marmarafm.net](http://www.marmarafm.net) üzerinden devam ediyor. Marmara Fm'in 1993-1996 yılları arasında, 'Altın dönemini yaşadığı' zamanlarda hem Yönetim Kurulu Başkanı, hem de Genel Müdürü olan Mustafa Akçay, şöyle diyor:

“Sanatçı oğlum Fatih Akçay ve diğer çocuklarımla konuştuk, bu ses susmasın istedik. Elhamdülillah devam ettiriyoruz. Dünyanın her yerinden, Konya'dan, Sivas'tan, Adana'dan, İzmir'den, Kars'tan, Van'dan, Avusturalya'dan, İsveç'ten, Almanya'dan, Rusya'dan dinleyenlerimiz bizi arıyor manevi destek veriyor bu da bize güç veriyor, inanç aşıyor, ilk günkü gibi anlayışımızla hakkı ve hakikati anlatmak için yayın hayatımıza Mar Ajans bünyesinden devam ediyoruz.” ([www.marmarafm.net](http://www.marmarafm.net))

İlk İslami radyolar kervanına en son dahil olan Burç Fm'in ilk Yayın Sorumlusu Ömer Cansever, hedeflerini şu sözlerle anlatıyor:

“Samanyolu Televizyonu'nun yanında bir de radyomuz olsun istedik. Yayınlarımızla çok geniş bir kitleyi hedefliyoruz. Her türlü müzikle dinleyicilerimize sesleneceğiz. Sabahları, içinde haber ve yorumların da bulunduğu üç buçuk saatlik canlı yayınımız olacak. Çocuk ve aile programı, edebiyat programı, tarih programları, sağlık programı, ülke tanıtımları, bilgi kültür yarışmaları, fikri programlar, spor programı diğer programlar arasında. Ayrıca 'Manevi Doktorumuz ve Reçetesi' isminde, insanların inanç yönlerinin zayıf oluşundan, kadere inançsızlıktan kaynaklanan sorunların, bunalımların çözümlerinin arandığı bir programımız olacak. Bir müzik radyosundan çok, program ağırlıklı bir radyo olmayı düşünüyoruz. Profesyonel yayıncılık, imkanlarımız nisbetinde elbette temel gayemiz.” (Cereci, 1994:40)

Burç Fm'in günümüzdeki Yayın Yönetmeni Kemal Gülen'e ulaşma çabalarımıza rağmen ulaşamadığımız için bizzat birinci kaynaktan bilgileri aktarma şansına sahip olamadık ancak yayının akışını genel olarak

incelediğimizde, Burç Fm'in, kuruluşundan bu yana, sağa sola tökezlemeden yayınlarını devam ettirdiğini söyleyebiliriz. Bu gidişatta, ait olduğu medya grubu sebebiyle maddi sıkıntılarının olmamasının payı büyüktür.

TGRT Fm'in o yıllardaki kuruluş amacını anlatan bir kaynağa rastlayamadık ama TGRT Fm'in günümüzdeki Haber ve Program Müdürü Mustafa Toköz'ün, kendisine bu konu ile ilgili yönelttiğimiz soruya cevabı şu şekilde:

“Bizim amacımız haber vermek ve bilgilendirmek. Bu bağlamda, bir haber radyosu kurmak gündemimizde. Eğlence amaçlı bir radyo değiliz. O yüzden de müzik yayını yok denecek kadar az. Asıl amacımız insanları bilgilendirmek. Tematik radyo yayıncılığına uygun bir şekilde yayın yaparak, bilgilendirici olmayı tercih ediyoruz. İslami konularda da, Ehl-i Sünnet alimlerine ait bilgileri, yorum yapmadan, dinleyiciye ulaştırıp, bu konularda da bilgilendirici olmayı tercih ediyoruz.”

‘İslam ve Toplum’, ‘Huzura Doğru’, ‘Gönül Pınarı’, ‘Sözün Özü’ ve ‘Aydınlığa Doğru’ isminde beş tane İslami içerikli programlarının olduğunu söyleyen TGRT Fm Haber ve Program Müdürü Mustafa Toköz, kuruluş yıllarındaki yayın çizgisi ile günümüzdeki yayınlarını kıyaslamasını istediğimizde de o yıllardaki misyonlarına paralel hatta o zamanlardakinden daha fazla İslami içeriğe yer verdiklerini ifade ediyor.

1993 yılında 101.3 frekansından yayına başlayan Üsküdar Fm, daha sonraki yıllarda Radyo Çağ ismi ile yayın hayatını sürdürmüş, bir süre sonra da el değiştirerek 101.2 frekansına alınmış ve radio.web.tr adresinden edindiğimiz bilgilere göre, Radyo Onbeş adıyla uzun yıllar yayın yapmıştır. 2012 yılı itibariyle, kardeş kanalları Semerkand TV ve Semerkand Dergisi ile aynı adı almış ve Semerkand Radyo adıyla yayın hayatına devam etmiştir. Tematik bir radyo olan Semerkand Radyo, İslami ve kültürel programların yanı sıra, ilahiler, menkıbeler ve sohbet programları ile ön plana çıkmaktadır.

Gelelim Günışığı Fm'e. Günümüzün ünlü birçok İslami radyo programcısının mikrofonla tanıştığı ilk adres olan Günışığı Fm, arkasında herhangi bir cemaatin desteği olmadığı için piyasanın zorlu koşulları karşısında

direnememiş, 1993 yılında alanın ilklerinden olarak başladığı yayın hayatına ancak birkaç yıl devam edebilmiş, sonrasında ise yayın hayatına son vermek zorunda kalmıştır.

Genel anlamda özel radyolar, özel anlamda ise İslami radyolar, ülkemiz insanı tarafından büyük bir hüsn-ü kabul ile karşılanmış, eski dost radyo, televizyona bıraktığı tahtına, özel radyo yayıncılığı ile yeniden kurulmuştur. İslami radyo alanında on beş yıl programcılık yapan Nurdal Durmuş, ‘‘Bu tür radyoların gördüğü ilgi, çok kaliteli, çok onarıcı, çok profesyonel, çok kuşatıcı ve doyurucu yayın yapmalarından ziyade bu alanda ilk örnek olmalarından ve toplumun görmezden geldiği ciddi bir kitleye hitap ediyor olmalarından kaynaklanıyordu...Kara kutunun içinden gelen o sesin, bir genç kızın, ergenlik çağı isyanlarının eşiğinde duran bir delikanlının, hayatta her şeyini kaybedip kalbinin üstüne radyosunu koyup dost diye sarılan biri için ne anlama geldiğini artık ailelerden önce radyo programcıları biliyordu’’ ([www.nurdaldurmus.com](http://www.nurdaldurmus.com)) sözleriyle, bu radyoların özellikle İslami camia için ne kadar önemli bir yerde durduğunu ifade eder.

İslami radyo denince ilk akla gelen konulardan biri bu radyolarda yayınlanan müzik türüdür. Bu tür radyolarla birlikte, klasik anlamda ilahi türünün dışında bir müzik türü olan ve adına ezgi, marş denilen eserler revaç kazanmıştır. Aslında bu tür, ilk örneklerini özel radyo yayıncılığına geçişten daha önce, 1980’li yıllarda vermeye başlamıştır. Antiparantez olarak belirtecek olursak, araştırmamızın ilk bölümlerinde de yer verdiğimiz gibi, Vejdi Bilgin’in ifadelerine göre, 1986 yılında Zaman Yayıncılığın ‘Mute Destanı’ ismiyle çıkardığı bant tiyatrosunda bağlama eşliğinde icra edilen üç ezgiye yer verilmiştir. İlahi formunun dışına çıkılarak İslami içerikli bir ezginin bir saz eşliğinde söylenmesi dindarlar için beklenmedik bir durumdur. Ardından, aynı kasetin, bağlamanın yer almadığı bir versiyonu çıkmış, 1989’da çıkan, ‘Mekke’nin Fethi’ ismindeki kasette, ezgiler tekrar bir enstrüman (org) eşliğinde söylenmeye başlanmış ve bunu diğer kasetler izlemiştir. Kendine has bir yapıya sahip olan bu bestelerde, güfte olarak İslami konular işlenmiştir (Bilgin, 2003:201). İslami radyolar, daha önceleri çok bilinmeyen bu müzik türünün şahlandığı mekanlar olmuştur. Yıllarca görmezden gelinen,

ötekileştirilen dindar kesim, hem İslami radyoları, hem de bu radyolarla birlikte çok daha yakından tanıma fırsatı bulduğu, duruşuna, duygularına tercüman olan bu müzik türünü baştacı yapmıştır. Yani başlangıcı daha önceki yıllar olmasına rağmen, bu radyolar kanalıyla tanıdığı bu müzik türü ile İslami camianın İslami müzik anlayışı bir değişim yaşamıştır.

Samimi duyguların ifadesi olarak, Bosna'da yaşanan katliamı, Filistin'i, Çeçenistan'ı, başörtüsünü, İmam Hatip okullarını, cihadı, şehadeti konu edinen ve içeriği sebebiyle de İslami camianın yıllarca bastırılan, görmezden gelinen yanlarına tercüman olan bu çalışmalarla Ömer Karaoğlu, Eşref Ziya Terzi, Tamer Duman, Abdülbaki Kömür, Taner Yüncüoğlu, Hakan Aykut, Hasan Sağındık, Aykut Kuşkaya, Mustafa Demirci gibi isimler, ilk İslami radyoların ve bu radyoları dinleyen insanların olmazsa olmaz isimleri olmuşlardır.

İslami radyoların açılışından dört yıl sonra yaşanan 28 Şubat Postmodern Darbesi, hem bu radyolar, hem de Ezgi türü müzik için bir değişimin başlangıcı olmuştur. İdeolojik söylemleri olan bu tür müzikler ile yayın akışlarına devam eden İslami radyolar RTÜK tarafından verilen kapatma cezaları ile karşılaştıkça, hem İslami radyolar bu müzik türünün dışında yayınlatabilecekleri eserler arayışına girmişler, hem de bu müziğin sanatçıları söylemlerini değiştirmek zorunda kalmışlar ve piyasa koşullarında var olabilmek için müzik kalitelerini artırmanın yollarını aramaya başlamışlardır.

İslami radyolar, ilk etapta Sanat, Halk Müziği, Özgün Müzik gibi türlerin eserlerini elemeye tabii tutarak, yayın politikaları açısından sakıncalı görmediklerini müzik arşivlerine dahil ederken, Ezgi/Marş türünün müzisyenleri de kendilerini geliştirerek, hem söylemlerini değiştirdikleri, hem de müzikal açıdan kalitelerini artırdıkları eserlerle dinleyicilerinin karşısına çıkmaya başlamışlardır. Böylelikle İslami radyoların müzik arşivleri, adına - biraz da eleştirilerek- 'Yeşil Pop' denilen yeni bir müzik türü kazanmıştır. Tarzlarına daha evrensel bir söylem katan sanatçılar müzik piyasasında varolmayı başarmış, diğerleri ise piyasadan silinmişlerdir. Başlangıçta dinleyicilerin çoğunluğu tarafından hem sanatçılar, hem de radyolar, değiştikleri, eski samimi duygularından uzaklaştıkları gerekçe gösterilerek ağır

eleştiriler almışlarsa da, zamanla bu durum da kabullenilip içselleştirilmiş, İslami radyolar hem kendileri bir değişim yaşarken, hem de bu radyolar vasıtasıyla halkın İslami müzik anlayışı değişmiştir. Burada antiparantez olarak belirtmekte fayda olduğunu düşündüğümüz bir husus var ki, İslami radyolar vasıtasıyla halkın yaşantısında görülen değişim sadece müzik anlayışı ile sınırlı değildir. Bu konuya çalışmamızın saha kısmını oluşturulan üçüncü bölümünde geniş bir şekilde yer vereceğimiz için burada ayrıntılara girmiyoruz.

Günümüzde İslami radyoların sayısı artmıştır. Özel radyo yayıncılığı kategorisinde değil de devletin yayın kuruluşu olan TRT kapsamında 2013 yılında yayına başlayan Radyo Diyanet de önemli bir örnektir. Sadece ulusal değil, yerel ya da bölgesel yayın yapan bir çok İslami radyo istasyonu vardır ancak biz, alanın ilklerinden olan ve İstanbul merkezli yayın yapan, daha çok, ulusal yayın ağına sahip İslami radyoları konu edindiğimiz için, diğerleri ile ilgili ayrıntılara girmeden isim listesi vermenin uygun olacağını düşünüyoruz.

**Tablo 1.1. İslami Radyolar Listesi**

	<b>Frekans</b>	<b>Şehir</b>
<b>TGRT FM</b>	93.1	İstanbul
<b>Akra FM</b>	107.6	İstanbul
<b>Moral FM</b>	105.0	İstanbul
<b>Dolunay FM</b>	100.8	İstanbul
<b>Lalegül FM</b>	88.4	İstanbul
<b>Semerkand Radyo</b>	101.2	İstanbul
<b>Radyo Cihan</b>	105.2	İstanbul
<b>Özel FM</b>	103.2	İstanbul
<b>Radyo Feza</b>	97.4	İstanbul
<b>Bizim Radyo</b>	104.4	İstanbul
<b>Erkam Radyo</b>	96.8	İstanbul
<b>Bayram FM</b>	95.8	İstanbul
<b>Burç FM</b>	88.8	İstanbul
<b>Dost FM</b>	89.2	Ankara
<b>Arifan Radyo</b>	103.4	Ankara

<b>Denge FM</b>	92.1	Ankara
<b>Hedef Radyo</b>	91.8	Ankara
<b>Yıldız FM</b>	105.3	İzmir
<b>Gözyaşı FM</b>	102.9	Konya
<b>Ribat FM</b>	94.8	Konya
<b>Radyo En</b>	104.7	Konya
<b>İsra FM</b>	100.6	Konya
<b>Radyo Gençlik</b>	99.0	Konya
<b>Konya FM</b>	99.5	Konya
<b>Radyo Hayat</b>	94.5	Adana
<b>Vuslat FM</b>	101.1	Adana
<b>Barış FM</b>	103.2	Adana
<b>Nurs FM</b>	106.6	Adana
<b>Çağrı FM</b>	99.0	Diyarbakır
<b>Nur FM</b>	96.5	Diyarbakır
<b>Radyo Selam</b>	95.0	Diyarbakır
<b>Gül Radyo</b>	91.0	Gaziantep
<b>İhya Radyo</b>	100.4	Gaziantep
<b>Gebze Gül</b>	91.7	Kocaeli
<b>Gonca FM</b>	103.7	Kocaeli
<b>Mesaj FM</b>	92.8	Kocaeli
<b>Anadolu Radyo</b>	105.3	Kocaeli
<b>Bizim İller</b>	97.3	Denizli
<b>Yağmur FM</b>	99.0	Elazığ
<b>Enderun FM</b>	88.2	Kayseri
<b>Şafak Radyo</b>	100.5	Kayseri
<b>Furkan Radyo</b>	98.0	Kayseri
<b>Umut FM</b>	91.3	Niğde
<b>Radyo Güneş</b>	102.5	Sivas
<b>Radyo Çınar</b>	104.8	Bursa
<b>Rahmet FM</b>	103.3	Bursa
<b>Radyo Cennet</b>	93.8	Bursa
<b>Radyo Davet</b>	106.7	Bursa

<b>Radyo Net</b>	92.5	Isparta
<b>Radyo Dilara</b>	98.6	Isparta
<b>Asya FM</b>	101.7	Yalova
<b>Gönül FM</b>	94.7	K.Maraş
<b>Radyo Mercan</b>	89.0	Antalya
<b>Radyo Tulu</b>	104.5	Antalya
<b>Cemre FM</b>	98.0	Mardin
<b>Radyo Selam</b>	93.8	Malatya
<b>Radyo Nida</b>	95.8	Malatya
<b>Radyo Huzur</b>	92.1	Malatya
<b>Gençlik FM</b>	99.1	Batman
<b>Engin FM</b>	101.7	Kütahya
<b>Mega Radyo</b>	96.5	Şanlıurfa
<b>Tarsus Süper FM</b>	91.1	Mersin
<b>Serhad FM</b>	103.0	Van
<b>Beyzade FM</b>	97.1	Hatay
<b>Anadolu FM</b>	97.9	Kırıkkale
<b>Radyo Mercan</b>	89.0	Antalya

**Kaynak:** <http://canlifm.com/dini/>

## 1.6. Televizyon ve İslam Dini

Türkiye’de televizyonun başlangıcı konusunda kaynaklarda birbiriyle çelişen tarihler söz konusudur. Aysel Aziz (2013:204), dünyada I. Dünya Savaşı’ndan sonra gelişmeye başlayan televizyon yayıncılığının Türkiye’deki başlangıcının, 30 Ocak 1968 tarihinde Ankara’dan olduğunu söyler. Bu sınırlı yayının ardından İstanbul televizyonunun yayına başladığını sözlerine ekler.

Konuyu İslami yayınlar açısından ele aldığımızda, 1970’li yılların, TRT radyolarında İslami yayıncılığın atılım yılları olduğunu söyleyen Ayşe Karaerkek (2008:74-75), bu yıllarda televizyonun da yayına geçmiş olması ile, İslami programlara, dolayısıyla onun alt malzemesine olan talebin arttığını, 1975 yılında ‘İftara Doğru’ programı ile başlayan İslami yayınların, akabinde,



radıoda oturuş İslami yayın kalıplarının aynen televizyona uygulanması ile oluştuğunu ifade eder.

Kuruluřundan itibaren devlet tekeline olan televizyon, Mayıs 1990'da Magic Box şirketinin, uydu yayın formülüyle yurt dışından Túrkiye'ye Túrke yayına başlayan Star 1 adlı televizyonun yayınları sayesinde devlet tekelinin fiilen delinmesi ile özel yayıncılığa adım atmıştır (Seraslan, 2001:77-81, Aziz, 2013:173). Túrkiye'de özel radyo yayıncılığına geçiş konusunda ayrıntılı bir şekilde ele aldığımız için, televizyon konusunda da aynı ayrıntılara girmenin gereksiz olacağını dűřünüyoruz. Ancak řu kadarını belirtmekte fayda var ki, özel radyoların, yayınlarını yasal zemine oturtmak için geçirdikleri süreçler, televizyon için de aynen geçerli olmuştur ve aynı zamanlarda yaşanmıştır.

Özel televizyon yayıncılığına geçiş ile birlikte, Túrkiye'nin ilk İslami televizyonları da yavaş yavaş arz-ı endam etmeye başlamıştır. Bu alanın öncüsü 1993 yılında yayın hayatına başlayan TGRT Huzur TV'dir. Ardından, yine 1993 yılında açılan Samanyolu TV'yi, 1994 yılında alana giriş yapan Kanal 7 izlemiştir.

Bu televizyonlar, başlangıçta İslami hassasiyetlere azami riayet ederek gerçekteşirdikleri yayınlarıyla, özellikle İslami camiada çok büyük bir boşluğu doldurmuşlardır. İslami camia tarafından büyük bir hüsn-ü kabul görmelerinin sebebi ise, tıpkı İslami sinemada/radyoda olduğu gibi, yıllarca görmezden gelinen kesimin, kendi anlayışlarını dillendiren bir medya kurumu ile karşılaşmalarının verdiği heyecan hissi ile birleşen manevi tatmin ve huzur duygusudur.

Televizyon piyasasının yutan, öğüten çarkları içinde kendi doğrularına zıt dűřmeden ayakta kalmaya çalışan İslami televizyonlar, ilerleyen yıllarla birlikte piyasa koşullarına ayak uydurmaya başlarlar ve ilk zamanlardaki hassasiyetlerinden bir bir feragat ederek, ilk yayın çizgilerinin dışında yayınlara imza atarlar. Artık, yayınlanan müzik eserlerinde kadın sesi olmaması şeklindeki prensiplerinden de vazgeçmişlerdir.

Türkiye’de İslami televizyon geleneğinin öncüsü TGRT Huzur TV, günümüzde yok. El değiştiren kuruluşun yerinde artık Fox TV var. Samanyolu TV ve Kanal 7 günümüzde de yayınlarına devam ediyorlar ama İslami televizyon kategorisinde yer alıp almayacakları tartışmalı bir konu. Yukarıda da belirttiğimiz gibi ilk yıllarındaki yayın ilkelerinden farklı bir yerdeler. İslami televizyon kategorisinde ele alabileceğimiz televizyonlar günümüzde, alanın ilkleri olan bu üç televizyon ile sınırlı değil. Günümüzde uydu teknolojisi ile yayın yapan televizyon kanallarının sayısının artmasıyla çok çeşitli bir televizyon yayıncılığı söz konusu.

İslami yayıncılık alanında olumlu örnekler olarak adını zikredebileceğimiz televizyonlar konusunda görüşüne başvurduğumuz Diyanet İşleri Başkanlığı Dini Yayınlar Genel Koordinatörü Yüksel Salman, tematik yayıncılık açısından Dost TV ve Semerkand TV’nin adlarının zikredilebileceği görüşünde. Özel televizyon kanalları dışında TRT bünyesinde yayın yapan ve 2012 yılında yayın hayatına başlayan Diyanet TV ya da daha yaygın olarak kullanılan adıyla TRT Diyanet’in bu alandaki boşluğu iyi bir şekilde dolduracağına ve İslam’ı özüne, ruhuna uygun bir şekilde temsil edeceğine inanıyoruz.

Günümüzde, özellikle şehir hayatında, dört duvar arasında yaşamaya mahkum çocuklukların en büyük oyalanma aracı televizyondur. Bu şekilde bir maruziyetle daha ilk yıllarında tanışan çocuk, ilerleyen yıllardaki gençlik döneminde de televizyonu hayatının en vazgeçilmez yerine koyarak yaşamaya devam eder. Böylece televizyon ile yatıp kalkan zihinlerin dünyaya ilişkin yorumlarının, televizyonun kendilerine kazandırdığı bakış açısı ile paralel olması kaçınılmazdır. Bu durum, manevi hayatımız için de geçerlidir. Televizyonun “hayatımızda meydana getirdiği değişimler, sadece sosyal hayatın değil, dini hayatın da rengini değiştirecek kadar etkilidir” (Karaerkek, 2008:159).

Televizyonun, kamu hizmeti anlayışından yola çıkarak, eğitici ve bilgilendirici yayınlar yapmasının yasal bir zorunluluk olduğunu söyleyen Nüket Elpeze Ergeç (2006:187), yedi ulusal televizyon kanalını İslami

programlar açısından incelediği 2004 yılında yapmış olduğu araştırmasında ulaştığı sonuca göre, gerek İslami yayın yapan televizyon kanallarının gerekse diğer televizyon kanallarının İslami sohbetleri teknik açıdan yetersiz olduğu için, izleyicinin ilgisini çekmemektedir. İslami içerikli programlar daha çok bilinçli kesime yönelik hazırlanmıştır. İslami konularda belli bir birikimi olmayan insanların bu programlardan istifade etmeleri mümkün değildir. Ayrıca bu tarz programların yayın saatleri de geneli kuşatacak tarzda düzenlenmemiştir. Kısacası, “örnekleme kapsamına alınan televizyon kanallarının kamu yayıncılığı açısından bilgilendirici dini programlar konusunda gerekli işlevi yerine getirmediği söylenebilir” (Elpeze Ergeç, 2006:198).

Televizyonlardaki İslami programlar genellikle iki kişinin karşılıklı sohbet ettiği tekdüze bir tarzda yapılandırılır. Konuyu özellikle gençler açısından ele alacak olursak, daha gözlerini hayata açtığı andan itibaren televizyon maruziyeti ile başbaşa kalan ve televizyonun renkli dünyası ile hemhal olarak büyüyen bireylerin bu tarz programlara ilgi duymasını beklemek mümkün değildir. Televizyon konusunda yapılan birçok araştırmanın da ortaya koyduğu üzere genellikle gençler televizyonu eğlence amaçlı izlerken, yetişkinler bilgilenme/eğitim amacıyla izlerler. Eğlence amacıyla ekrana odaklanan bir bireyin, İslami sohbet programlarının tekdüze tarzına hoşgörü ile yaklaşmasını beklemek haksızlık olur. Bu programların hazırlanmasının sebebi gerçekten halkın istifadesi ise özellikle gençler tarafından ilgi uyandıracak şekilde düzenlenmeleri çok önemlidir.

İbrahim Turan’ın, televizyondaki İslami içerikli programların yetişkinler üzerindeki etkisini ölçmek üzere 2005 yılında yapmış olduğu araştırmasında elde ettiği bulgulara göre, televizyondaki İslami programlar yetişkinlerin duygu ve davranışlarında “unutulan dini bilgilerin tekrarlanması, kaybedilen ahlaki değerlerin yeniden canlandırılması, yapılan hataları tekrarlamamaya çalışmak, bilmediği konularda bilgi sahibi olmak, dini yaşantısını gözden geçirmek, güncel dini meseleler hakkında kültürlerini arttırmak” (Turan, 2007:240) gibi genel olarak olumlu değişimler meydana getirir.

Nüket Elpeze Ergeç (2006:198) ile İbrahim Turan'ın (2007:242) araştırmalarında ulaştıkları sonuçlardan ortak olanı, İslami programların yayın saatleri konusundadır. İki de İslami programların yayın saatlerinin yeniden düzenlenmesi gerektiğini belirtirler. İnsanlar sabahtan akşama kadar belli bir mesai saati içinde çalışmakta, eve gelip televizyon karşısına geçtikleri akşam saatlerinde ise İslami yapıtlara çok rastlayamamaktadırlar. Bu sebeple, insanların istifadesi için hazırlanan İslami içerikli programlara, genel olarak herkesin ailece televizyon başında bulunduğu akşam saatlerinde yer verilmesi, sonuç açısından çok daha verimli olacaktır. Ayrıca, İbrahim Turan'ın, ankete katılanların görüşlerinden oluşturduğu önerilere göre, programlarda başta inançla ilgili olmak üzere ibadet ve ahlakla ilgili konulara ağırlık verilmelidir. Programlar halkı dini anlamda bilinçlendirmeye yönelik olmalıdır. Güncel olayların dini boyutlarıyla ilgili bilgilere yer verilmelidir. Soru-cevap tarzı programların saati veya sayısı arttırılmalıdır. Günümüz toplumuna hitap eden dini filmler yapılmalıdır.

Yerli olsun, yabancı olsun, dizilerde veya filmlerde “genelin tamamen yabancı olduğu, toplumumuzda çok küçük bir azınlık tarafından benimsenen bir yaşam tarzını bütün toplumun örnekleme gibi göstermek” (Karacoşkun, 2002:232) ve bu resimde İslam dinine ya hiçbir şekilde yer vermemek ya da alay/mizah konusu yapmak, çoğunluğunu Müslümanların oluşturduğu Türk toplumunda sadece reyting kaygısı ile açıklanabilecek bir durum olmasa gerek. Zira araştırmamızın ilk kısımlarından itibaren Türk medyasındaki görünürlüğünü kronolojik olarak ele almaya çalıştığımız İslam dininin medyadaki tarihi serüveninde sık sık rastladığımız üzere, itip kakmadan, horlamadan ne zaman ele alındıysa, toplumun buna ilgisi büyük olmuştur. Olay sadece reyting kaygısından ibaretse eğer, toplumun büyük çoğunluğunu oluşturan bu kesime de hitap eden, içinde İslam dininin olumlu/doğru olarak resmedildiği yapıtlar da reyting olarak diğerlerini geride bırakacak durumda olmayacaktır.

Türk insanı tarafından sevilerek izlenen birçok dizide İslam dininin görmezlikten gelinmesi dikkat çekicidir. “1989-2002 yılları arasında on üç yıl kesintisiz yayınlanarak Türk televizyonculuk tarihinin en uzun süren dizisi”

(Zengin, 2014:82) ‘Bizimkiler’in yapımcısı Umur Bugay, ‘‘Bizimkiler’in tamamen laik bir dizi olduğunu, unkü başka dizilerde bazı karakterler Ramazan’da oruç tutarken, ‘Bizimkiler’in yıllar boyunca Ramazan’ın pidesinin dahi adı geçmeden devam ettiğini’’ övünerek anlatır (Ö.Turan, 2007:90). İşin ilginç tarafı, böyle vünülerek anlatılan bir durumun yer aldığı dizinin, başka zamanlarda İslami hassasiyetlerini gözardı edebilmelerine rağmen, genelin duyarsız kalamadığı bir Ramazan olgusuna sahip bireylere sunulması ve onların da bu ayrıntının hiç farkına bile varmadan diziyi severek takip etmeleridir.

Yakın dönem örneklerinden ‘Hayat Bilgisi’ isimli dizi de konumuz açısından önemlidir. Dizide, kendisine ‘Hocam’ şeklinde hitap eden ğrencilerine, ‘Hoca camide’ sözüyle, kızarak karşılık veren bir ğretmen tiplemesi vardır. Ülkemizde lise ya da üniversitede ‘ğretmenim’ tarzındaki bir hitabın kullanıldığına rastlamak çok zordur. Bu şekilde bir genel kültür meselesinin bile, din görevlisini hayatın içinde yer alan aktif bir birey olarak değil de ‘‘camiye hapseden’’ (Turan, 2007:298) bir anlayışla ele almanın samimi duygularla açıklanacak bir yönünün olmadığını düşünüyoruz.

İslam dinine zoraki bir şekilde, kıyısından köşesinden hafifçe değinen bir örnek de, yıllarca Türk halkının büyük bir ilgiyle, severek izlediği ‘ocuklar Duymasın’ isimli dizidir. ‘‘Dizide, bayram namazına giden Selami karakterinin camide ayakkabılarının çalınmış olması, ince bir alayı dile getirmektedir’’ (Turan, 2007:302-303). Ayrıca, Selami’nin yeni doğan bebeği için mevlid okutulması da İslami bir uygulama olarak yer verilmiş küçük bir örnektir. Bu küçük örneklerin dışında, dizide herhangi bir İslami ritüele rastlamak mümkün değildir.

Televizyonda din adamı kimliğinin temsilinin de özellikle üzerinde durulması gereken konulardan olduğunu düşünüyoruz. unk sinema ve İslam dini konusunda olduğu gibi televizyonda da dinine bağlı insanların ya da din görevlisinin temsili noktasında genel bir sıkıntı vardır.

“Filmlerdeki dindar insan karakterleri, genelde ya ahlâktan yoksun, dürüst olmayan ve insanları aldatan veya en iyi ihtimalle sosyal statü olarak alt sınıftan birisi olarak (aşçı, temizlikçi vb.) canlandırılmaktadır. Bununla, topluma verilen mesajın, dindar insanların ancak böyle sosyal statüsü düşük konumlarda olabileceği şeklinde olduğu aşık bir durumdur” (Karacoşkun, 2002:232).

Peki İslam dini konusunda hiç mi olumlu örnekler yer verilmemiş, samimi çalışmalara imza atılmamıştır? Biraz geriye gidecek olursak, TRT'nin tek kanal olduğu dönemlerde, Yalçın Lüleci'nin tespitlerine göre (2007:78), Yücel Çakmaklı'nın, TRT için 1980'li yıllarda çektiği 'Denizin Kanı', 'Bir Adam Yaratmak', 'Bağrıyanık Ömer ile Güzel Zeynep', 'IV. Murat', 'Hacı Arif Bey', 'Küçük Ağa' ve Osmanlı Devleti'nin kuruluş yıllarını ele alan 'Kuruluş' isimli diziler, İslam dini ve din adamı imajı yönünden olumlu örnekler arasındadır. Özel televizyon yayıncılığına geçişin başlangıcı olan zamanlarda yine TRT'de yayınlanan, İsmail Güneş'in yönetmenliğini yaptığı 'Bizim Ev' (1990) ve Osman Fehmi Seden'in yönetmenliğini yaptığı 'Ahmet Hamdi Bey ve Ailesi' (1991) isimli dizilerde iyi, yardımsever, aydın bir imam imajı çizilmiş ama ilginçtir ki, böyle bir imam olamayacağı düşüncesiyle bu diziler veto edilmiştir (Menekşe, 2005). İsmail Güneş, 1996 yılında 'Bizim Ev' dizisini başka bir ekiple yeniden çekmiş, dizi bu sefer TGRT'te yayınlanmıştır.

Televizyonda işlenen olumsuz din adamı imajından duyulan rahatsızlığın giderilmesi için yapılan 'Fırtına Hayatlar' (2004) adlı dizide, köyün imamı için, dizüstü bilgisayar kullanan, öğretmeni olmayan köyde çocukların eğitimi ile uğraşan, öğretmen gelince de ona yardımcı olan aydın bir din adamı portresi çizilmektedir (Turan, 2007:299-300).

'Kurtlar Vadisi' dizisinde, ney çalan, ebru sanatıyla uğraşan, insanlara nerede, nasıl davranacaklarını hikayelerden yola çıkarak anlatan Müezzini Ömer Baba da olumlu örnekler arasındadır.

Türkiye'de özellikle 2000'li yıllar sonrasında hissedilen toplumsal değişim ve dönüşüm Türk dizilerinin içeriğine de yansımıştır. 'Huzur Sokağı'nın, ana akım bir kanal olan ATV'de diziyeye uyarlanması ve başörtülü birinin ana akım bir kanalda başrol oynaması Türkiye tarihinde bir ilktir.

Popüler kültürün etkisinde kalması sebebiyle eleştirilecek yönleri olmasına rağmen, ‘Huzur Sokağı’, yobaz, gerici dindar tipler yerine dürüst, saygılı, eğitilmiş, bilgili, modern dindarlığı vurgulaması bakımından önemlidir (Zengin, 2014:82-89).

TRT 1’de yayınlanan ‘Yeşil Deniz’ isimli dizi de konumuz açısından önemlidir. Dizideki imam karakteri, aklı başında, düzgün bir din görevlisini canlandırırken, yine aynı dizideki müezzin karakteri; arkadaşlarının yaptığı yanlış davranışlarda onları uyaran bir din adamını temsil etmekle beraber, arkadaşlarının yaptığı yanlış şeylere iştirak etmeye meyyal bir portre çizmesi, eleştirilecek yönleri arasındadır.

Genel bir değerlendirme yapacak olursak, televizyon dizilerindeki İslam dini temsillerinde çok başarılı bir tablonun yansıtıldığını söylemek zor görünüyor. Ticari kaygılarla yapılan dizilerde İslam dini ve İslami motifler ya hiç kullanılmamakta ya da yanlış ve eksik kullanılmaktadır (Zengin, 2014:89).

### **1.5. Medya ve Din İlişkisi Üzerine Yapılmış Çalışmalar**

Medya ve din ilişkisi birçok yönden ele alınabilecek geniş bir çalışma alanıdır. Batı’da medya ve din ilişkisini araştıran birçok çalışma olmasına rağmen Türkiye’de bu alanda yapılmış çalışmalar hem azdır hem de daha çok sinema ve televizyon üzerinedir.

Özden Candemir (1986), ‘Türk Sinemasında Dini Filmler’ isimli yüksek lisans tezinde, İslami film olarak değerlendirilen on üç filmi inceleyerek, Türk sinemasında İslami filmlerin yerini ortaya koymaya çalışmıştır.

Ulviye Ezerbolatoğlu (1996), ‘İletişimin Kitlemel Etkisi Bağlamında Türkiye’de Basının Dine Bakışı: 1990-1994 Yılları Arasında Yayınlanan Nokta Dergileri Örneği’ isimli yüksek lisans tezinde, elli sekiz tane Nokta dergisinin, din-devlet ilişkisi, cemaatler, kadın ve aile, Müslüman aydın başlıklarına hitap eden yazıları içerik analizi yöntemiyle incelemiştir.

Fuat İnci (1996), 'Milli Sinema ve Yücel Çakmaklı' ismini taşıyan yüksek lisans tezinde, Milli Sinema'nın tarihini serüvenini, Türk toplumundaki işlevlerini, Milli Sinema ile Ulusal Sinema arasındaki farkları ve Yücel Çakmaklı'nın filmografisini incelemiştir.

Mustafa Asım Coşkun (2003), 'Medya ve Din İlişkisi: Cumhuriyet Gazetesi Örneği' isimli yüksek lisans tezinde, Ocak-Haziran 1997 ve Ocak-Haziran 2001 dönemindeki Cumhuriyet gazetelerini ibadetler, din-siyaset ilişkisi, din-eğitim ilişkisi, din-aile ilişkisi, din-ekonomi ilişkisi, tarikatlar ve cemaatler, türban, iltica-şariat, laiklik başlıkları altında, içerik çözümleme ve söylem analizi yöntemleri ile incelemiştir.

İbrahim Yenen (2005), 'Televizyonlarda Yayınlanan Dini Programların İzlerkitlenin Dini Tutum ve Davranışları Üzerine Etkileri: Konya Örneği' isimli yüksek lisans tezinde, televizyondaki İslami programların izleyici tutum ve davranışları üzerindeki etkilerini sosyo-demografik değişkenler açısından incelemeye almıştır. Çalışmada yüz yetmiş kişilik örneklem grubu ile anket yapılmıştır.

Zehra Gelici (2007), 'Sırlara Vurgu Yapan Mistik Televizyon Programlarının Din Eğitimi Açısından Tahlili' isimli yüksek lisans tezinde, bir dönem ülkemiz televizyonlarında furya haline gelen sır dizilerinin din eğitimi yönünden olumlu ve olumsuz etkilerini, iki yüz yirmi üç kişilik örneklem grubu ile yaptığı anket ile tespit etmeye çalışmıştır.

Sultan Unkun Ülger (2007), 'Medya Din İlişkisi Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: Kahramanmaraş Örneği' isimli yüksek lisans tezinde, üç yüz seksen kişiden oluşan örneklem grubu ile yaptığı anket çalışmasının yanında mülakat ve gözlem metodlarını da kullanarak, medya-din ilişkisini tek bir iletişim aracı üzerinden değil de genel anlamda medya üzerinden ortaya koymaya çalışmıştır.



Ayşe Karaerkek (2008), ‘Televizyon Karşısında Dindarlık Tutumları: Amasya Örneği’ isimli yüksek lisans tezinde, dindar insanlar ve televizyon arasındaki ilişkiyi, televizyondaki dini konuların izleyiciler üzerindeki etkisini, üç yüz sekiz kişiden oluşan örneklem grubu ile yaptığı anket ile ortaya koymaya çalışmıştır.

Mehmet Fatih Çelikkaya (2010), ‘Seküler Bir Kutsal Oluşturma Aracı Olarak Medya ve Din İlişkisi’ isimli yüksek lisans tezinde, Nihat Hatipoğlu’nun Star Tv’de 2010 yılında sunduğu iftar programlarını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir.

Bilal Yorulmaz (2010), ‘Sinema ve Din Eğitimi’ isimli doktora tezinde, sinemanın din eğitimi yönünden nasıl kullanılması gerektiğini, Hollywood, İran ve Türk sinemalarından yola çıkarak ortaya koymaya çalışmış, görsel ve yazılı tarama modelini esas alarak film çözümlenmeleri yapmıştır.

İbrahim Yenen (2011), ‘Toplumsal Tezahürleri Bağlamında Türk Sinemasında Din ve Dindarlık Olgusu’ isimli doktora tezinde, Türk sineması ve din ilişkisini, din, dindarlık ve din adamı kavramlarından yola çıkarak, seçtiği otuz dört film üzerinden incelemiştir.

Ayrıca, Metin Işık (2000), ‘Kitle İletişim Araştırmalarının ve Din Sosyolojisinin Bir Sentezine Doğru’; Vejdi Bilgin (2003), ‘Popüler Kültür ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü’; Nüket Ergeç Elpeze (2006), ‘Ulusal Televizyonlardaki Dini Sohbet Programlarının Anlam ve Görüntü Açısından İncelenmesi’; İbrahim Turan (2007) ‘Televizyondaki Dini İçerikli Programların Yetişkinler Üzerindeki Etkileri’; yine İbrahim Turan (2007) ‘Medyadaki Din Adamı İmajı Üzerine Bazı Düşünceler’; Mehmet Akgül (2008), ‘Medya ve Din, Radyo İletişimi ve Gözyaşı FM Örneği’; Aşina Gülerarslan (2010), ‘Uhreviye Karşı Seküler; Din ve Televizyon’; İbrahim Yenen (2012), ‘Türk Sinemasında İslam(cılık) Pratiği: Milli Sinema Örneği’; Bilal Yorulmaz (2012), ‘Dünya Sinemasında Manevi Değerlere Saygı: Hollywood, İran ve Türk Sineması Örneği’ isimli makaleler de medya ve din ilişkisini ele alan çalışmalardır.

Bu makaleler içinde medya ve İslam dini ilişkisini radyo perspektifinden değerlendiren tek çalışma ‘Medya ve Din, Radyo İletişimi ve Gözyaşı FM Örneği’dir. Mehmet Akgül, bu çalışmasında Konya genelinde yayın yapan Gözyaşı Fm’in yayınlarının insanlar üzerindeki etkisini, Gözyaşı Fm ile özdeşleşen bir radyo kişiliği olan Haşim Akten’in programları üzerinden ortaya koymuştur. Bin yüz seksen kişilik örneklem grubu ile yapılan ankette ulaşılan sonuca göre özellikle Haşim Akten’in etkileyici tarzı onu önemli bir radyo kişiliği haline getirmekte ve Haşim Akten, medya kanalıyla kendisine yüklenen anlam sebebiyle adeta sanal bir din adamı gibi işlev görmektedir.

Umut Azak’ın (2013), ‘İslami Radyolar ve Türbanlı Spikerler’ isimli çalışması, Nilüfer Göle editörlüğünde yapılan bir atölye çalışması olan ‘İslamın Yeni Kamusal Yüzleri’ isimli kitabın içinde yer almaktadır. Baskı tarihi 2013 olduğu için günümüze hitap eden bir çalışma olduğu izlenimi vermesine rağmen, bu radyoların ilk yıllarında yapılmış bir çalışma olması sebebiyle, yaşanan süreçteki değişimleri yansıtmaması açısından hayal kırıklığına sebep olmaktadır.

Mete Çamdereli, Betül Önay Doğan ve Nihal Kocabay Şener (2014), editörlüğünde hazırlanan ‘Medya ve Din’ isimli kitabın, on dört isimden oluşan yazar kadrosuyla, sinemadan televizyona, muhafazakar moda dergilerinden karikatürlere ve daha birçok konuya değinerek alandaki önemli bir boşluğu doldurduğunu söyleyebiliriz.

Buraya kadar özet olarak bahsettiğimiz çalışmaların içinde medya ve İslam dini ilişkisini günümüzün önemli kitle iletişim araçlarından biri olan radyo üzerinden ele alan bir yüksek lisans tezine ya da doktora tezine rastlayamıyoruz. Radyo ve İslam dini ilişkisine yönelik sadece iki tane makaleye rastlamamız, aynı zamanda bizim çalışmamızın sınırlılıklarındandır. Çalışmamızın, medya ve İslam dini ilişkisini radyo perspektifinden ele alan ilk yüksek lisans tezi olması hasebiyle, alanda önemli bir boşluğu dolduracağını ümit ediyoruz.

## 2. BÖLÜM

### ALIMLAMA ÇALIŞMALARI

#### 2.1. Medya ve İzleyici Araştırmaları

Günümüzün modern dünyasında kitle iletişim araçlarının, günümüz tabiri ile medyanın insan hayatındaki yerinin ne kadar önemli olduğu herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Medya, günümüzde köyten kente bütün yerleşim alanlarını kuşatmış durumdadır. Televizyondan radyoya, cep telefonundan internete, gazeteden kitaba, dergiye vs. kitle iletişim araçlarının girmediği bir karışık yer neredeyse yok gibidir. Bu geniş yayılım ağında medyanın rolü, hayatımızın bir-iki alanında etkili olacak şekilde dizayn edilmiş değildir. Medya, gözünü açıp yatağından kalkan insanın ilk bilinç anlarından itibaren tekrar uykuya dönüş zamanına kadar etkindir. Hatta bir adım daha ileri gidecek olursak, gün boyu kitle iletişim araçları ile hemhal olan bireyin beyni, uykuda iken bile rüya yoluyla da olsa yine bu araçların etkisindedir diyebiliriz. Kısacası medya artık bizden biri gibi, ailemizin bir ferdi gibi –hatta bazıları için aile fertlerinden bile öte bir yerde- her an bizimle beraberdir.

Faaliyet zamanı bireyin neredeyse yirmi dört saati olan medyanın bireyler üzerinde ne tür etkilerinin olduğu, iletişim alanında çalışan araştırmacıların dikkatini çekmiş ve böylece izleyici araştırmaları ortaya çıkmıştır. Medyanın kitleler üzerinde büyük etkilerinin olduğu varsayımından yola çıkarak, ‘Medya insanlara ne yapar?’ sorunsalının merkeze alındığı çalışmalar, sonraki dönemlerde ‘İnsanlar medya ile ne yapar?’ şeklinde yön değiştirmiştir. Yani izleyici araştırmalarında ortaya konan genel yaklaşım, izleyiciyi iki şekilde ele almak olmuştur: Pasif/edilgen, aktif/etkin.

Bünyamin Ayhan ve Selahattin Çavuş, izleyici araştırmaları geleneğinde ‘Etki Araştırmaları, Kullanımlar ve Doyumlar Araştırmaları, Yazınsal Kritik, Kültürel Çalışmalar ve Alımlama Analizi’ olmak üzere beş farklı uygulamanın öne çıktığını belirtirler (Jensen ve Rosengren 2005:54, akt: Ayhan ve Çavuş, 2014:35 ). Biz, çalışmamızın sınırlarını aştığı için bunların

hepsine ayrıntılı bir şekilde yer vermek yerine, izleyiciyi pasif olarak konumlandıran egemen yaklaşımlara özet bir şekilde değindikten sonra, izleyiciye aktif bir rol veren ilk yaklaşım olan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ile Kültürel Çalışmalar Geleneği içinde yer alan Alımlama Analizi'nin Stuart Hall'de ifadesini bulan Kodlama ve Kodaçımleme Modeli'ne daha ayrıntılı bir şekilde yer vermenin uygun olacağı kanaatini taşıyoruz.

## 2.2. Pasif İzleyici'den Aktif İzleyici'ye Giden Yol

Sinema ve radyonun yaygın olarak kullanıldığı yıllarda, özellikle I. Dünya Savaşı'ndan sonra, kitle iletişim araçlarının kitleler üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu anlaşılmış, bu etkinin boyutlarını ortaya koyabilmek amacıyla çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. “1920'lerin sonlarına” (İnal, 1996:137, akt: Şeker ve Tiryaki, 2013:197) rastlayan yıllarda ortaya çıkan etki araştırmalarının genel yaklaşımı, izleyiciyi tamamen pasif, kendisine ne sunulursa alan, medyanın etkilerine tamamen açık ve bu etkiler karşısında savunmasız –Levent Yaylagül'ün deyişiyle (2010:53)- “adeta çobanlar tarafından yönlendirilen sürüler olarak” görmek şeklindedir. İzleyiciyi bu şekilde edilgen bireyler olarak konumlandıran etki araştırmalarının odaklandığı nokta, ‘Medya insanlara ne yapar?’ sorunsalıdır. Yaylagül'ün belirttiği gibi (2010:55), Harold Lasswell'in “Kim, kime, hangi kanalla ve hangi etki ile ne söylüyor?” yaklaşımı, uzun bir süre etkili olmuştur. Lasswell'a göre, kitle iletişim araçları propaganda amaçlı kullanılarak kamuoyu etkilenilmektedir.

‘Medyanın Güçlü Etkiler Dönemi’ denilen bu zaman diliminde, kitle iletişim araçlarının insanlar üzerinde yol açtığı etkiler öylesine abartılmış ki, bu dönemde ortaya atılan Şırınga Modeli'nde, “iletişim araçlarının şırıngaya benzetilmesiyle, iletişim araçlarına maruz kalan alıcılar da bu ilacın etkisine açık insanlar olarak değerlendirilmişlerdir. İletişimin etkisinin tek ölçütü, şırıngaya konulmuş olan ilacın yani mesajın gücüdür” (Mutlu, 2012:295). Bu yaklaşıma göre, medya mesajları, deri altına enjekte edilen bir şırınga ya da bir mermi gibi direkt etkisini gösterir. Birey de bu etkiler karşısında savunmasız bir şekilde, kendisine dayatılanı alır ve hiçbir sorgulamaya tabi tutmadan

içselleştirir. Bu tarz bir yaklaşım karşısında, alıcı kitleyi, Yaylagül'ün sözlerinde ifade bulduğu şekliyle 'adeta çobanlar tarafından yönlendirilen sürüler' olarak görmenin abartı olmadığı ortadadır.

Medyanın insanlar üzerinde bu kadar çok etkili olduğu anlayışının kabul gördüğü bu dönem, 1940'lı yıllarla birlikte yerini yeni bir yaklaşıma bırakmaya başlamıştır. Bu yıllarla birlikte, medyanın insanlar üzerinde aslında sanıldığı kadar dominant bir etkiye sahip olmadığı farkedilmiştir. Bunda 1940 ve 1948 yıllarında yapılan Amerikan başkanlık seçimleri ile ilgili araştırmaların sonuçları etkili olmuştur. Bu çalışmalar "iletişim araştırmalarına yeni bir soluk getirmiş, İki Aşamalı Akış modeliyle, doğrusal ve tek boyutlu iletişim anlayışı, gücünü yitirmeye başlamıştır" (Şeker ve Çavuş, 2011:88). Böylelikle 'Medyanın Sınırlı Etkiler Dönemi'ne girilmiştir.

Katz ve Lazarsfeld'in geliştirdiği İki Aşamalı Akış modelinde, ilk alıcılar konumundaki kamuoyu önderleri, yeniden gönderici haline gelirler (Yaylagül, 2010:57). Yani, iletiler iki aşamadan geçerek bireylere ulaşır. Medya tarafından gönderilen iletiler, ilk aşamada, toplumda kanaat önderi olarak bilinen bireylere, sonra da onlar aracılığıyla diğer bireylere aktarılır. Bu yaklaşım, medyanın etkisini azaltan bir özelliğe sahiptir (Şeker ve Şimşek, 2012:113).

1960'lı yıllar, iletişim araştırmalarında yeni bir başlangıcı beraberinde getirmiştir. Bu yıllarda ortaya çıkan Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı ile iletişim araştırmaları farklı bir boyut kazanmış, yıllarca pasifize edilen, kendisine ne verilirse alan izleyici modeli, yerini aktif bir izleyiciye bırakmaya başlamıştır. Böylece, o güne kadar hep 'Medyanın insanlara ne yaptığı' üzerinde durulurken, artık bu sorunun yön değiştirip 'İnsanların medya ile ne yaptıkları' üzerinde durulmaya başlandığı döneme girilmiştir.

### 2.3. Aktif İzleyici ile Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı

İzleyiciye yaklaşımı, kendisine ne sunulursa onu alan ve bu içeriklerden çok büyük ölçüde etkilenen, medya mesajları karşısında savunmasız, rahatlıkla yönlendirilebilen kitleler olan egemen yaklaşımlardan farklı bir şekilde, onun seçimde bulunan bir birey olarak görülmesinin yolunu açan ve izleyiciyi aktif olarak konumlandıran ilk yaklaşım, Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımıdır. Bu yaklaşımın izleyiciye aktif bir paye vermesi, kitle iletişim araştırmaları alanında yeni bir başlangıç olmuştur. Çünkü bu yaklaşım “araştırma sorunsalını araç ya da mesajdan izlerkitleye kaydırmıştır” (Katz, 1959, akt: Mutlu, 2012:202).

“Metinlerin ve üreticilerin izleyiciler üzerindeki mutlak kontrolüne ve etkisine karşı çıkan” (Şakı Aydın, 2007:124) Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı, Elihu Katz’ın araştırmalarına ve çalışmalarına dayanır. Bu yaklaşıma göre, izleyiciler, birtakım ihtiyaçlarını gidermek için medya içeriklerini kullanırlar. Örneğin bir televizyon programını izlemek, izleyicinin eğlence ihtiyacını doyuma ulaştırırken, bilgiye ihtiyacı olan izleyici, kitap ya da makale okuyarak, bilgi ihtiyacını doyuma ulaştırabilir (Yaylagül, 2010:70-71). Burada antiparantez olarak belirtmekte fayda gördüğümüz husus, konunun anlaşılması bakımından Yaylagül’ün örneğinin doğru olduğu ama günümüzde televizyonun sadece eğlence amacına hitap ettiğini söylemenin çok zor olduğudur. Günümüzde sayısız televizyon kanalı var ve bunların içinde sadece müzik yayını yaparak sırf eğlence ihtiyacına hizmet edenler de mevcut ama aynı zamanda Katz’ın biraz sonra sınıflandırmasını yapacağımız bütün ihtiyaçlar hiyerarşisine hitap eden televizyonların ya da radyoların varlığı da su götürmez bir gerçek. Çalışmamızın üçüncü bölümünde yer vereceğimiz saha araştırmamızda da karşımıza çıkacağı üzere, kişi bilişsel ihtiyaçlarını sadece kitap ve makale yoluyla karşılamaz, televizyonda da, radyoda da sadece bilişsel değil, diğer ihtiyaçları da doyuma ulaştırmaya yönelik programlar vardır.

Katz, Blumler ve Gurevitch, medya ve izleyici ilişkisini şu beş varsayım ile açıklarlar ([http://en.wikibooks.org/wiki/Communication\\_Theory](http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory), s.37, akt: Yücel, 2014:5) :

1. İzleyici aktiftir.
2. Kitle iletişim sürecinde ihtiyacın karşılanması ve medya tercihinde öncelik, izleyici unsurudur.
3. Medya, diğer kaynaklarla, ihtiyacın doyumunu konusunda rekabet eder.
4. Kitle iletişim araçlarının kullanım amaçları, büyük ölçüde izleyicilerin kendilerinden elde edilen verilerden sağlanabilir.
5. Kitle iletişimin kültürel önemiyle ilgili değer yargıları muğlaktır; oysa izleyici konumlandırması kendi koşullarında ortaya çıkar.

Bu beş varsayımı özetleyecek olursak, izleyici, aktif bir pozisyonda, kendi tercihini yapabilen bir birey olarak, kitle iletişim araçlarını ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullanır. Kitle iletişim araçlarına yaklaşımı bu şekilde olan birey, sürecin sonunda ihtiyaçlarını doyuma ulaştırmış olur.

McGuire, izleyici ihtiyaçlarını bilişsel ve duygusal olmak üzere ikiye ayırırken, Katz, Gurevitch ve Haas, beş tür ihtiyaçtan bahsederler ([http://en.wikibooks.org/wiki/Communication\\_Theory](http://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory), s.38, akt: Yücel, 2014:6) :

1. Haber alma, bilgi edinme ve anlamayı içeren 'Bilişsel İhtiyaçlar'.
2. Duygular, haz ve güçlü hisleri içeren 'Duygusal İhtiyaçlar'.
3. İtibar, istikrar ve statüyü içeren 'Kişisel Bütünleyici İhtiyaçlar'.
4. Aile ve arkadaşlarla etkileşimi içeren 'Sosyal Bütünleyici İhtiyaçlar'.
5. Eğlence ve kaçışı içeren 'Rahatlama İhtiyacı'

McQuail ve arkadaşlarına göre (1972), izleyicilerin gereksinimlerinden kaynaklanan beklentiler şunlardır (Mutlu, 1995:94-99):

1. Oyalanma, kaçış
  - a) Gündelik yaşamın alışlagelen ve sıkıcı rutininin dayattığı

kısıtlamalardan uzaklaşma.

- b) Sorunların, dertlerin insana yüklediği sıkıntılardan kaçma.
- c) Duygusal boşalma, rahatlama (Mutlu, 1995:94).

Erol Mutlu'nun aktardığına göre (1995:95), Lee ve Lee, 1995'te yaptığı araştırmalarla, izleyicinin gerilimden kurtulmak, rahatlamak, gündelik dertlerden ve uğraşlardan kaçınmak amacıyla televizyon izlediği sonucuna ulaşmıştır. Bu durumda televizyonun bir tür sakinleştirici, yatıştırıcı ilaç işlevi gördüğünü söyleyebiliriz. Bunu sadece televizyon için değil, diğer kitle iletişim araçları için de düşünebiliriz.

## 2. Kişisel ilişkiler

- a) Can yoldaşlığı, ahbablık.
- b) Toplumsal kullanım.

İzleyicinin medya kişilikleri ile dostluk ilişkisi kurmasını, daha farklı bir şekilde ifade edecek olursak, kendini onlarla dostluk ilişkisi içindeymiş gibi hissetmesini, onları gerçek arkadaşlarının, dostlarının yerine koymasını, Erol Mutlu 'can yoldaşlığı, ahbablık' kategorisinde ele alır. Yine Mutlu, Horton ve Wohl'un buna 'toplumsal ikiye' adını verdiğini belirterek, bu sözde dostluk ilişkisinin sadece televizyona has bir olgu olmadığını, diğer kitle iletişim araçları için de geçerli olduğunu söyler. Hatta Mutlu bir adım daha ileri giderek, bu sözde dostluk ilişkisinin sadece bireysel yalnızlığa iyi gelmekle kalmayıp, izleyicinin/dinleyicinin, o anda farklı mekanlardaki başka insanların da aynı etkinliğe iştirak ettikleri düşüncesiyle bir aidiyet hissi doğurduğunu belirtir. Bu aidiyet hissi de kişinin yalnızlığını giderme rolü üstlenir.

Toplumsal kullanımı da bireylerin, çevrelerindeki gerçek kişilerle ilişkilerinde, medya ürünleri ile ilgili konularda yaptıkları paylaşım olarak tanımlayabiliriz. Kişinin izlediği/dinlediği programla ilgili olarak çevresindeki insanlarla konuşması, öğrendiği bilgileri paylaşması, hatta bir başkasından duyduğu şeye karşılık, 'Ben radyoda dinledim /televizyonda/gazetede gördüm, o konu öyle değil, böyleymiş' diyerek diğer insanlarla medya deneyimi üzerinden yaptığı paylaşım onda bir haz duygusuna yol açar.



### 3. Kişisel kimlik

a) Kişisel referans: Bireyin, medya içeriğinde kendi hayatı ile ilişkilendirebileceği özelliklere rastlaması.

b) Gerçekliğin araştırılması: Medya içeriğinin, bireyin yaşadığı veya yaşayabileceği sorunlar hakkında fikir vermesi.

c) Değer pekiştirme: Medya içeriğinin, bireyin sahip olduğu, inandığı değerleri desteklemesi.

4. Gözetim altına alma: Bilgilenme, dünyada olup bitenlerden haberdar olma amacıyla medya içeriğini kullanmak.

## 2.4. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'na Yönelik Eleştiriler

Bireylerin birtakım ihtiyaçlarını gidermek için medya içeriklerini kullandıkları görüşüne dayanan Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımıyla, izleyici odaklı çalışmalara yeni bir soluk geldiği inkar edilemez bir gerçektir. O döneme kadar pasif bir alıcı olarak görülen bireye, ilk kez Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı adeta iade-i itibarda bulunmuş, onun, tercihlerini yapabilen aktif bir birey olduğu gerçeğini hatırlatmıştır. Buraya kadar bir sorun yok ama yaklaşım, gözardı ettiği bazı gerçekler sebebiyle eleştirilerden de nasibini almıştır. Nazife Güngör (2011:114), Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının, medya içeriklerinin neden kullanıldığı sorusuna odaklanırken, bireyleri ihmal ettiğini, izleyicilerin sadece birtakım ihtiyaçları için medyayı kullanan, ne sunuluyorsa onu tüketen alıcılar olarak konumlandırılması ve tüketimin özendirildiği bir tektipleşmeye gidilmesi gibi yetersizliklerle eleştirildiğini ifade eder.

Anıl Yücel de (2014:6), Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının eksik yanının, izleyicilere değil ihtiyaçlara odaklanması olduğunu söylerken, Tülay Şeker ve Salih Tiryaki (2013:198), buna ilave olarak, bireylerin içinde yaşadıkları toplum ve aidiyet hissettikleri topluluklarla birlikte aldıkları kararların da ihmal edildiğini belirtirler. Bu eleştirileri haklı bulduğumuzu belirtmek istiyoruz. Çünkü, hepimizin bildiği gibi birey, toplumsal hayat içinde

yaşayan biri olarak, çevresinden etkilenen bir varlıktır. Doğal olarak bireyin bakış açısı ve algısı, bu çevresel etkenlerden bağımsız değildir.

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımına getirilen eleştiriler yukarıda bahsettiklerimizle sınırlı değil. Bu yaklaşımda, izleyici kendi seçimlerinden sorumludur ama gönderici üzerindeki sorumluluk neredeyse yok gibidir. İzleyici, kanalı kapatma, göndericiyle iletişimini kesme gücüne sahip olduğu için, medya profesyonelleri sonuçlardan sorumlu tutulamaz (Erdoğan ve Alemdar 2010:158). Yani Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı, bir bakıma medyayı tamamen aklayan, sorumluluktan kurtaran, bütün sorumluluğu izleyiciye yükleyen bir yapıya sahiptir. Medya, bireye çeşitli alternatifler sunar, birey ihtiyaçları doğrultusunda bir seçim yapar, içeriği beğenmezse kanalı değiştirir ya da izleme davranışını sonlandırır şeklindeki bakış açısı, maruz kalma şeklindeki bir gerçeği de görmezden gelir. Şöyle ki, evet birey aktiftir, beğenmediği ya da ihtiyaçlarına hitap etmeyen bir içeriği izlemek zorunda değildir ama karşılaştığı içeriğin cazibesi de onu çekmektedir. Bu durumda birey, ihtiyaçlarını göz ardı ederek, tabir caizse amacından saparak medya içeriğini kullanmış olur. Bu kullanımın sonucu doyum değil, dolum olur. Yani birey psikolojik ya da sosyal herhangi bir ihtiyacını doyuma ulaştırmak amacıyla kitle iletişim araçlarını kullanırken, içeriğinde nelerin olduğunu öngöremediği bir malzemeye maruz kalarak, ihtiyaçlarına hitap etmeyen sonuçlarla dolar.

McQuail ve Windahl (2010:177), Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımına, izleyicinin seçme eylemini fazlasıyla önemsemesi ve kitle iletişim araçlarının içeriğine duyarsız olması yani içeriğin metne ilişkin özellikleri ile kültürel özelliklerini büyük ölçüde dışlaması noktasında eleştiri getirirler. İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar da (2010:158), yaklaşımı, bireylerin kitle iletişim araçlarını diğer olanaklara tercih edip kullanmalarının toplumsal sonuçlarını açıklamamakla eleştirirler. “Kişiler boşlukta gelişmez, fakat varolan toplumsal yapı içinde şekillenir ve kitle iletişim araçları tarafından etkilenmemiş olamazlar” diyen Erdoğan ve Alemdar’a göre Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı, statükoyu koruma yönünde çalışır.

Bütün bu eleştiriler karşısında Bünyamin Ayhan ve Selahattin Çavuş (2014:45), Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımına iade-i itibarda bulunurcasına, eleştirilerin, kuramdan öte pozitivist yaklaşıma yapıldığını, oysa Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının, başından beri ampirist gelenek üzerine inşa edildiğini, ampirik geleneğin ise, değerlerden uzak durduğunu, ölçülemeyen noktaları dışarıda bıraktığını söyleyerek, ölçme üzerine kendini sistemleştiren Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının, yapılan araştırmaların hiçbirinde izleyicilerin kullanım ve doyumlarının tamamen açıklandığını iddia etmediğini ifade ederler. Geleneğin kuruluşunda etkili olan Viyana Ekolü'nün, sosyal olgu ve olayların tek bir sebebe indirgenememesi temel prensibinin bu çalışmalarda da geçerli olduğunu sözlerine eklerler.

## **2.5. Kültürel Çalışmalar Geleneği ve Alımlama Analizi**

1964 yılında kurulan (Mattelart, 2009:84) İngiliz Kültürel Çalışmalar Geleneği, diğer adıyla Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi'nin öncüleri Hoggart ve Williams, işçi sınıfının kültürünü anlamak için, popüler kültür ürünlerinin incelenmesi gerektiğini düşünürler. Bu geleneğin ilk kurucusu ve yöneticisi Hoggart'tır, fakat Stuart Hall yönetici olduktan sonra dünya çapında ün kazanmıştır (Yaylagül, 2010:127-129).

Kültürel Çalışmalar Geleneği, kültür kavramını siyasal bir yaklaşımla ele alır. Burada kültür, gündelik yaşama konu olan içerik ve pratikleri kapsar (Storey, 2000:9, akt: Yaylagül, 2010:130). Dolayısı ile kapitalist toplumlarda medya içeriklerinin tüketimi, gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır. Gündelik yaşam, eşitsizlikler ve tahakküm alanıdır. Medya, bu eşitsizlikleri ve egemen sınıfın hegemonyasını yeniden üretmek için çalışır (Yaylagül, 2010:130-131). Bu bakış açısıyla yola çıkan Kültürel Çalışmalar Geleneği, Nesrin Kula Demir'in ifade ettiği gibi (2007:255), medya çıktılarını kültürel metinler olarak görür.

Kültürel Çalışmalar'da, Frankfurt Okulu'nun benimsediği edilgen medya kullanıcısı düşüncesine eleştirel yaklaşılmaktadır (Şeker ve Çavuş, 2011:91). Önceki dönemlerde, kitle iletişim araçlarının kitlelere hegemonik

şekilde etki ettiği inancı, Stuart Hall'un da içinde yer aldığı İngiliz Kültürel Çalışmalar ekolü ile birlikte eski gücünü yitirmiştir. İngiliz Kültürel Çalışmaları, Stuart Hall'un yönetiminde çalışmalarına başlayan Çağdaş Kültür Çalışmaları Merkezi ile, siyasal ve sosyal yönelimleri farklı izleyicilerin mesajları deşifre ediş biçimlerinin de farklı olduğunu öne çıkarmıştır (Şeker ve Şimşek, 2012:113-114).

Egemen yaklaşımın 'gönderen-ileti-alıcı' şeklinde kurguladığı iletişim modeli, süreci basit bir alışveriş gibi görür. Aslında iletişim, 'üretim, dolaşım, dağıtım/tüketim, yeniden üretim' gibi farklı süreçlere sahiptir (Hall, 2003:309). Bu karmaşık iletişim sürecinde Hall, eleştirel yaklaşımın çalışmalarına 'izleyici alımlaması'nı dahil ederek, yalnızca mesaj iletimi üzerinde yoğunlaşan anlayışı ortadan kaldırmış ve mesajın izleyiciye ulaştıktan sonraki aşamalarını dikkate almıştır (Şeker ve Şimşek, 2012:114). Özetleyecek olursak, Alımlama Analizi izleyici araştırmalarındaki en yeni gelişmedir. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının aktif izleyici savından yola çıkan Alımlama Analizi'nin konusu, izleyicinin medya mesajları karşısındaki konumudur. Yani alıcı kitle olan izleyicinin medya mesajlarını nasıl yorumladığı, bu araştırmaların temel sorusudur.

Genel anlamda söyleyecek olursak, bireylerin medya mesajlarını nasıl algıladıkları anlamına gelen alımlama, Erol Mutlu'nun tarifi ile, "iletişim sürecinde, mesajın, hedeflenen kişi, küme ya da izler kitleyle buluşma anı, ortamı ve sürecidir". Alıcının, iletişim sürecinin dinamik bir unsuru olduğunu, edilgen değil etkin bir katılımcı olduğunu ima eden alımlama, mesajın edilgen bir biçimde tüketilme anı değil, o mesajın etkin olarak yeniden üretilme anıdır (Mutlu, 2012:17-18). Medya mesajlarını alan, algılayan birey, onları pasif bir şekilde tüketmez, kendi değer yargılarına göre biçimlendirir, o mesaja kendi gerçeklerine, bakış açısına göre yeniden şekil verir. Yani mesajın izleyiciye ulaşması ile iletişim süreci tamamlanmış olmaz. Asıl bundan sonraki süreç önemlidir.

Alımlama Analizi, Stuart Hall'ün 'Kodlama-Kodaçımılama' çalışmasında ifadesini bulur. Kodlama, en basit tanımıyla, bir mesajın medya

profesyonelleri tarafından, alıcı kitleye ulaştırılmak üzere hazırlanan şeklini, kodaçımleme ise bu mesajın izleyici tarafından yorumlanmış şeklini temsil eder.

Erol Mutlu'nun tarifine göre (2012:196), kodlama, “bir mesajın, iletişim kanalının özelliklerine uygun bir şekilde, bir simgeleştirme sistemi aracılığı ile fiziksel olarak iletilebilecek bir biçime çevrilmesidir. Kodlama, basit bir el hareketinden karmaşık bir matematik formülüne kadar çok geniş bir alanı kapsayabilir”. Kodaçımı ise, yine Mutlu'nun tarifi ile (2012:195), “mesajların doğasını yorumlama, çözümleme ve anlama sürecidir”.

Kodlama ve Kodaçımleme Modeli, medya üretimi ve tüketimini iki ayrı göstergebilimsel süreç olarak kavramlaştırır (Mutlu, 2012:196). Bu durumda, medya üretimini kodlama, tüketimini ise kodaçımleme olarak ifade edebiliriz. Hall'e göre (2003:310) medya mesajları, medya tarafından izleyiciye gönderilen kodlanmış bir bütündür. Medyanın mesaja yüklediği anlamın etkili olması için sosyal pratiklere çevrilmesi ve yeniden biçimlendirilmesi gerekir. Eğer anlam pratiklerine eklenmemişse etkili olmamış demektir.

Ayrıca, kodların düz anlam ve yan anlamları vardır. Düz anlamları herkes aynı şekilde algılamak, kodlara yüklenen yan anlamlar farklı yorumlanabilir (Yücel, 2014:8). Kısacası, bireyin geçmişi, tecrübeleri, bakış açısı, mesajın yorumlanmasında etkilidir. Bu tür farklılıklar sebebiyle, mesaj, her birey tarafından farklı bir şekilde yorumlanabilir. Medyanın gönderdiği mesajın, yine medyanın gönderdiği şekilde algılanıp yorumlanacağını hiçbir garantisi yoktur.

Levent Yaylagül (2010:130), “medya metinlerinde egemen ideolojinin tercih edilen okuma olarak kaydedildiğini, fakat okuyucuların bunu otomatik olarak kabul etmediklerini” söyler. Bu bağlamda, Hall'e göre, izleyicinin medya mesajlarına karşı yaklaşımı **egemen/hakim okuma** (başat), **müzakereli okuma** (tartışmalı) ve **muhelif okuma** (karşıt) olmak üzere üç farklı şekilde olabilir.

**Egemen okuma** biçiminde, “metindeki düz anlamlar yapımcıların

istediği yönde tam ve doğru olarak alınır ve kodlayıcının ürettiği anlam her düzeyde meşru kabul edilir” (Şeker, 2009:107). Yani medya tarafından gönderilen iletiler, alıcı kitle tarafından hiçbir sorgulamaya tabi tutulmadan, olduğu gibi kabul edilir.

**Müzakereli okuma** biçiminde, “hedef kitle yorumlayıcı konumundadır ve medya tarafından geliştirilen egemen kodlara ilişkin ince bir muhalefet yürütür” (Stevenson 2008:77, akt: Şeker ve Şimşek, 2012:119). Medya mesajlarını olduğu gibi kabul etmek yerine sorgulamaya tabi tutar. Hall’ün deyimiyile (2003:324) müzakereli okuma, uyum gösterilen ve karşı çıkılan unsurların karışımından oluşur. İzleyicilerin mesajlara daha sorgulayıcı bir şekilde yaklaştıkları müzakereli okuma biçimini Hall, şu örnekle açıklar: Bir işçi, grev hakkını sınırlandıran Endüstriyel İlişkiler Yasası’na tepki gösterir. Ulusal çıkar düzeyinde, egemen tanımı tercih ederek, enflasyonla savaşmak için daha az maaş almak zorunda olduğunu kabul ederken, bir taraftan da kendi çıkarları doğrultusunda daha fazla maaş alması gerektiğini düşünür (Hall, 2003:325).

**Muhalif okuma** biçiminde, adından da anlaşılacağı üzere, medya tarafından kodlanan mesajın tamamen karşısında bir yorumlama sözkonusudur. “İzleyici düz anlam ve yan anlamların hepsini çözümler ve bu mesajların tam zıt yönünde kodaçıklama yapar” (Yücel, 2014:8). Nazife Güngör’e göre (2011:111) muhalif okuma, “karşılaştıkları her metne karşı durmayı alışkanlık haline getiren izleyicilerin yaklaşım şeklidir”. Güngör (2011:202), bu gruba örnek olarak marjinaleri, protestleri, entellektüel düzeyi çok yüksek olup da kendilerini toplumdan soyutlamış kimseler vb. kesimleri gösterir ve bunların toplum genelinde yaygın olan kodlara büyük ölçüde ya da tamamen kapalı olduklarını, kendilerine ne verilirse verilsin, daha baştan karşı çıkmaya hazır olduklarını, toplumdaki bütün egemen değerleri, dolayısıyla da kodları kendi algılarının dışında tutmaya özen gösterdiklerini ifade eder.

Erol Mutlu (2012:197), izleyici, mesajı ya yeğlenen anlamıyla, yani medya profesyonellerinin erkini kabul ederek; ya bu erkin pazarlığını yaparak, yani anlamı olduğu gibi kabul etmek yerine anlamsal bir uzlaşmaya vararak; ya

da yeğlenen anlama tamamen ters, karşıt bir anlam oluşturarak üç ayrı biçimde okuyabilir diyerek kodaçıklama sürecini özetler.

Levent Yaylagül'e göre ise (2010:130) egemen okuma, toplumsal koşulları tercih edilen okumayı destekleyen insanlar tarafından üretilirken; tartışmalı okuma, tercih edilen okumayı kendi toplumsal pozisyonlarının yararına değiştirmek isteyenler tarafından üretilir. Karşıt okuma ise toplumsal koşulların kendilerini egemen okuma ile doğrudan çatışma içine koyduğu kişiler tarafından üretilir.

Aynı mesajın farklı şekillerde alımlanmasına izleyiciler arasındaki farklılıklar sebep olur. Zira hiç kimse birbirinin kopyası bir beyne sahip değildir. Hiç kimse birbirinin kopyası ebeveynlerle büyümemiş, birbirinin kopyası insanlarla iletişim içine girmemiştir. İnsan her yerde insan, toplum her yerde toplumdur ama sayısız insan modeli olduğu gibi sayısız da toplum modeli vardır ve bir insanın olaylara bakış açısı, ait olduğu toplumdan tamamen bağımsız değildir. Bireyler birbirlerinden farklı yaşam standartlarına sahip oldukları gibi, genel anlamda birbirlerinden farklı bakış açılarına sahiplerdir. Kısacası eğitim, yaş, cinsiyet, değer yargıları, toplumsal statü ve ekonomik durum vb. bir çok farklılık, aynı mesajın birbirinden farklı şekillerde yorumlanmasını beraberinde getirir. İzleyiciler programlanmış robotlar gibi tek tip olmadıkları için düşünce yapılarındaki farklılık, mesajın yorumlanma biçimini etkiler.

İzleyiciler, daha en baştan, medya kanalını seçerken, psikolojik, sosyolojik ve ideolojik aidiyetlerine uygun seçimler yaparlar ve bu içerikleri tüketirler (Şeker ve Tiryaki, 2013:197). Alıcının kendi değer yargıları ve dünya görüşüne uygun olan iletişim kanalını tercih etmesi, okuma sürecinin ilk ve temel aşamasıdır. Bir anlamda alıcılar ne tür bir okuma yapacaklarına, tercih ettikleri iletişim kanalının yayın politikası doğrultusunda karar verirler. Alıcı kitle, medya iletilerini kendi görüşlerine yakın bulduğu medya organlarından almayı seçerek hem kendi fikirlerini teyit etmeyi istemekte hem de kendini diğer siyasal ve sosyo-kültürel etkilerden korumaktadır. 'Seçici maruz kalma' denilen bu davranış şeklinde, genellikle egemen okuma gerçekleşir. Alıcı kitle,

kendi fikirleri ile örtüşmeyen iletişim kanallarından bilinçli olarak uzak durma eğilimindedir. ‘Seçici kaçınma’nın görüldüğü bu davranış kalıbında genellikle muhalif okuma gerçekleşir (Sakallı 2006:20, akt: Şeker ve Şimşek, 2012:114-115).

## 2.6. Alımlama Analizi Örnekleri

İzleyici odaklı iletişim çalışmalarına farklı bir boyut kazandıran Alımlama Analizi, ilk olarak ‘‘haber metinleri üzerine yoğunlaşmışken, daha sonra bu çalışmalar televizyon içeriklerine yönelmiştir’’ (Jensen & Rosengren, 2005:63, akt: Şeker ve Çavuş, 2011:87). Çoğunlukla diziler ve filmler üzerine yapılmış örneklerini gördüğümüz Alımlama Analizi, diğer kitle iletişim araçlarına da uygulanabilen bir model olmasına karşın, en azından ülkemizde, televizyon ve sinema dışında bir kitle iletişim aracına yönelik olarak hazırlanmış bir örneğine rastlayamadığımızı belirtmek istiyoruz.

Kodlama-Kodaçımama bağlamında yapılan ilk alımlama çalışması David Morley’in ‘Nationwide’ isimli çalışmasıdır. Oya Şakı Aydın (2007:126), Morley’in çalışmalarının televizyon araştırmalarında izleyiciyi doğal ev ortamında gözlemeye yönelik ilk çalışmalar olduğunu söyler. 1980 yılında yapılan çalışmada derinlemesine mülakat yöntemi uygulanmıştır. Morley, ‘Nationwide’ programının, ulusal birlik yönünde milliyetçi görüşler aktardığı ve sınıfsal çelişkilerin üstünü örttüğü sonucundan yola çıkarak, farklı eğitim, yaş, cinsiyet ve mesleğe sahip odak grupların bu mesajları nasıl alımladıklarını araştırır. Sonuçta, izleyicilerin sınıfsal konumlarıyla medya mesajlarını anlamlandırmaları arasında doğrusal bir ilişki olmadığı ortaya çıkar (Yaylagül, 2010:135-136). Farklı gruplar aynı metne birbirinden farklı anlamlar yükleyebilmektedirler.

İlk alımlama çalışması olan ‘Nationwide’in ardından ikinci sırayı yine David Morley imzalı ‘Aile Televizyonu’ alır. ‘Aile Televizyonu’, Morley’in, ilk çalışmalarındaki varsayımları ve seçtiği yöntemi kendisinin de eleştirerek gerçekleştirdiği ikinci görgül alımlama analizidir. Bu çalışmanın yöntemi de derinlemesine mülakattır. Morley, bireylerin günlük yaşamda televizyon ile



karşılaştıkları doğal ortam kendi evleri olduğu için, bu çalışmada ev ortamını tercih ettiğini söyler (İnal, 1996:158, akt: Şeker ve Tiryaki, 2013:202). Morley, bu çalışmasında, on sekiz aile ile gerçekleştirdiği analizde, medya tarafından üretilen anlamın farklı şekillerde oluşabileceği ve bu oluşumun sınıf temelinden bağımsız şekillendiği yönündeki görüşü ampirik olarak desteklemiştir (Selçuk ve Şeker, 2012:40, akt: İşliyen, 2014:33).

Morley, bu çalışmalarını yaparken, televizyonda mesaj üretmenin zor bir iş olduğundan, aynı mesajın birçok şekilde kodlanıp- kodaçım lanacağından bahseder. Morley'e göre, mesajdaki anlamı ve izleyicilerin yorumlarını daha iyi kavrayabilmek için, izleyicilerin kültürel anlam haritalarına ihtiyaç vardır. Grup üyeleri arasında sosyal farklar olmasına rağmen, metin okumalarda, bu farkların çalışmanın sonucuna yansımamış olması, her metnin farklı bağlamlarda mutlaka farklı okunacağı teorisini doğrulamayan, fakat izleyicinin iletişim sürecindeki konumunun pasif tüketici olmadığını ortaya koyan bir sonuçtur (Arık, 2004:98, akt: Şeker ve Tiryaki, 2013:202).

Alımlama Analizi'ne yönelik çalışmaların en çok bilinenlerinden biri de 'Dallas' dizisi üzerine yapılandır. İzleyicilerin eleştirel bir potansiyele sahip olduklarını kabul eden araştırmacılara göre eleştirelilik de üç boyutta gerçekleşir: Semantik (tema, mesaj), sentaksik (tür, formül), pragmatik (sosyal değişim). Tamar Liebes ve Elihu Katz, bu üç farklı eleştireliliği, 'Dallas' dizisini izlettikleri altı farklı cemaatte gözlemlemeye çalışmışlardır. Dizi izlenirken, izleyicilerin arasındaki etkileşimle ilgili notlar alınmış, izleme sonrasında bir saat süren tartışmalar yapılmıştır. İsraili gruplar, diziyi İsrail Televizyonu'nda canlı yayından izlemişler, Amerikalı grup, banttan izlemiştir. 'Dallas' dizisini ilk kez gören Japon grubunun durumu diğer gruplardan biraz farklıdır. Her etnik grup, programa öncelikle kendi referanslarıyla yaklaşmaktadır (Liebes ve Katz, 1992:125-144, akt: Şakı Aydın, 2007:126-127). Araplar ve Ruslar, programın teması, ideolojisi ve mesajından oluşan semantik alana dikkat ederlerken, biçim üzerinde duran Amerikalılar, dramının kuruluşunda kişilere çok önem vermişlerdir. En çok eleştiride bulunanlar ise Japonlar olmuştur. Programa çok ilgi duymamaları kültür farkı sebebiyledir (Şakı Aydın, 2007:126-127)

Sonuç olarak, her etnik grubun kendine özgü bazı eleştirel özellikleri olduğu bulgulanmıştır. Ahlaki temelli karşı çıkışlar programın ciddiye alındığını, estetik eleştiriler ise mesajın arka plana itildiğini gösterir. Oyuna yönelik eleştirilerse her türlü mesajın varlığını reddederek, gerçeklikle bütün bağları koparmaktadır (Liebes ve Katz, 1992:140-141, akt: Şakı Aydın, 2007:127).

Alımlama Analizi'ne ilişkin bir başka önemli çalışma, 'Asit Ortamında Yaşam ve Ölüm' adlı program üzerine yapılmıştır. Hoijer'in on dört kişi üzerinde uyguladığı bu çalışmada ulaştığı sonuca göre, kişiler, izlediklerini kendi bilişsel haritaları doğrultusunda yorumlama eğilimi gösterirler. Bazı izleyiciler program tarafından üretilen mesajları deneyimleri ile ilişkilendirerek, bazıları ise önceki bilgilerini de kullanarak yeni anlamlar üretmişlerdir (Hoijer, 2005:113-126, akt: İşliyen, 2014:33).

Türkiye'de de televizyon programları, diziler, filmler ve reklamlar üzerine yapılmış alımlama çalışmaları vardır. Bunlardan kaynak olarak da faydalandığımız bazı örnekler şunlardır:

Nesrin Kula Demir (2007), 'Elazığ'da Kurtlar Vadisi Dizisinin Alımlanması' isimli çalışmasında, Kurtlar Vadisi dizisinin Elazığ'da neden çok sevilip izlendiğini araştırmış, izleyicilerin diziyi Türkiye'nin gerçeği olarak gördükleri, yani televizyon metnini simülasyon olarak görmek yerine gerçek gibi algıladıkları sonucuna ulaşmıştır. Bu durumda sadece egemen okuma gerçekleşmektedir.

Tülay Şeker (2009), '5N 1K Haber Programının Alımlama Analizi' isimli çalışmasında, bu programda 19 Mart 2008'de işlenen 'Ak Parti kapatılmalı mı, kapatılmamalı mı?' konusu üzerine yaptığı alımlama analizinde, izleyicilerin televizyon iletileri karşısında etkin bir konumda olduklarını ve iletilerle rahatlıkla başa çıkabildiklerini saptamıştır. Ayrıca bu çalışma, izleyicilerin sosyo-demografik özelliklerinin alımlamayı doğrudan etkilemediğini ortaya koymuştur. Araştırmanın ortaya çıkarttığı bir başka

sonuç da, katılımcıların ürettikleri anlamların, geçmiş bilgileri, kişisel dünyaları ve yaşam koşulları çerçevesinde şekillendiğidir.

Tülay Şeker ve Selahattin Çavuş (2011), 'Behzat Ç. Bir Ankara Polisiyesi' Dizisinin Alımlama Analizi' isimli çalışmalarında, izleyicilerin iletilere karşı çok duyarlı olduklarını, sosyo-demografik değişkenlerin mesajların alımlanmasında farklılığa yol açtığını tespit etmişlerdir. Gençler tarafından daha çok egemen okuma yapılırken, ileri yaşlardaki katılımcılarla eğitim düzeyi yüksek olan katılımcılar müzakereli okuma yapmışlardır. Araştırmanın sonucunda, izleyicinin, mesajı kendi düşünce yapısına göre yorumladığı ortaya çıkmıştır.

Tülay Şeker ve Fadime Şimşek (2012), 'Kodlama-Kodaçımı Bağlamında Muhteşem Yüzyıl Dizisinin Lise Öğrencileri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi' ismini taşıyan çalışmalarında, katılımcıların, Stuart Hall'un tanımladığı üç okuma şekline uygun yorumlar yaptıklarını saptamalarının yanında, muhalif okumanın daha fazla olduğunu tespit etmişlerdir. Medya tarafından gönderilen mesajların, izleyici üzerinde direkt ve güçlü bir etkiye sahip olmadığı, farklı kişilerin aynı mesaj karşısında farklı yorumlamalar yaptıkları ortaya çıkmıştır.

Tülay Şeker ve Emre Vadi Balcı (2013), 'Yeni Türk Çocuk Dizisi Fenomeni Pepee Çizgi Dizisinin Alımlama Analizi' isimli çalışmalarında Pepee çizgi dizisinin farklı sosyal çevrelerden çocuklar ve aileleri üzerindeki etkileri ve dizinin alımlanmasındaki farklılıkları araştırmışlar ve genel olarak alımlamaların aynı yönde gerçekleştiğini, katılımcıların tamamının diziyi faydalı bulduklarını ve egemen okumanın hakim olduğunu tespit etmişlerdir.

Anıl Yücel (2014), 'Muhteşem Yüzyıl Dizisinin Alımlama Analizi: Kadın ve Erkek İmajı Üzerine Farklı Okumalar' ismini taşıyan çalışmada, izleyicilerin diziyi izleme sebeplerini araştırmış ve dizinin, Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımına göre değerlendirmesini yapmıştır. Sonuçta, dizinin, Katz ve arkadaşlarının oluşturduğu beş temel ihtiyaç tanımının hepsine hitap ettiğini saptamıştır. Ayrıca, yaptığı alımlama analizinde, sosyo-demografik

özelliklerin izleyicilerin kodaçımalarında etkili olduğu da ulaşılan sonuçlar arasındadır. Katılımcılar üç farklı okuma biçimine de uygun okumalar yapmışlardır.

Mustafa İşliyen (2014), ‘Kodlama-Kodaçımı Bağlamında Ak Parti 30 Mart 2014 Yerel Seçim Reklamlarının İzleyiciler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Alımlama Analizi: Nevşehir Örneği’ isimli çalışmasında, Ak Parti seçim reklamlarının izleyici üzerindeki etkisini araştırmış ve bu reklamların olumlu etki bıraktığını saptamıştır. Analiz sonucunda Stuart Hall’e ait Kodlama-Kodaçımama modelinin üç okuma biçimine de rastlanmış, ancak egemen okumanın diğer türlere göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Dünyada ve Türkiye’de yapılan alımlama çalışmalarının en çok bilinenlerinden bazılarını özet bir şekilde paylaştıktan sonra, saha araştırmamıza geçmenin uygun olacağını düşünüyoruz. Daha önce de belirttiğimiz gibi, Kodlama-Kodaçımı modelinin uygulanabilirlik alanı sadece televizyon olmamasına rağmen, en azından Türkiye’de gördüğümüz çalışmaların hepsi televizyon içerikleri üzerinedir. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı ile Kodlama ve Kodaçımama modelini baz alarak, radyo alanında yapacağımız çalışmanın ilk olacağını ve bu alanda bir boşluğu dolduracağını ümit ediyoruz.

### 3. BÖLÜM

#### 3.1. AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, İslami yayınların dinleyici üzerindeki etkisini ortaya koyabilmek amacıyla, İslami içerikli yayınlara da yer veren tematik bir radyo olan Akra Fm'in dinleyiciler üzerindeki etkileri araştırılmış, radyo programlarının onları nasıl etkilediği, hangi amaçlarla radyo dinledikleri, radyo programlarını dinleyerek en çok hangi alanlarda bilgi sahibi oldukları, programların onların dini yaşantılarına katkısının olup olmadığı, dini düşünce ve yaşantılarında değişime yol açıp açmadığı gibi sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır. Temel araştırma sorumuz: 'İslami radyo yayınlarını dinleyiciler nasıl alımlamaktadırlar?'

Araştırmada yöntem olarak, radyo dinleyicileri ile yüz yüze görüşme imkanı sunan ve açık uçlu sorularla, radyonun onların yaşantısında nasıl bir rolü olduğunu ortaya çıkartacak detaylı cevapların alınması için derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Sorular görüşmelerden önce hazırlanmış, görüşme sırasında duruma göre yeni sorular sorulmuştur. Veriler ses kayıt cihazına kaydedilerek daha sonra analiz için çözümlenmiştir. Bulguların analizinde Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımından yola çıkarak, radyonun hangi ihtiyaçları doyuma ulaştırdığı ve Kodlama-Kodaçımılama yaklaşımından yola çıkarak, dinleyicilerin radyo programlarını nasıl alımladıklarını ortaya koymak için Alımlama Analizi yapılmıştır.

Örneklem grubuna ulaşmada yaşadığımız en büyük güçlük, insanları yüz yüze görüşmeye ikna etmek olmuştur. İnsanlar genellikle soruları yazılı olarak cevaplamayı tercih ederlerken, görüşmenin sanal ortamda olmasını teklif edenler de olmuştur.

'Kartopu örnekleme' yöntemiyle ulaşılan yirmi kişi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Farklı sosyal ve demografik özelliklere sahip olmalarına özen gösterilerek seçilen bu yirmi kişinin yaş aralığı 23-54'ür. Katılımcıların eğitim düzeyi şu şekildedir: Sekiz kişi üniversite mezunu, altı kişi lise mezunu,

bir kişi ortaokul mezunu, beş kişi de ilkokul mezunudur. Lise mezunu bir kişi Uzaktan Eğitim Sosyoloji bölümü öğrencisiyken, niversite mezunu olanlardan bir kişi Yüksek Lisans ğrencisi, bir kişi de Doktora ğrencisidir. Katılımcıların meslekleri ise şöyledir: İki ğretmen, iki Kur'an Kursu ğreticisi, bir bilgisayar mühendisi, bir hemşire, bir yazar, bir doğalgaz teknisyeni, bir doğalgaz teknikeri, bir müşteri temsilcisi, bir satış elemanı, bir terzi, bir aşçı, bir taksici, bir dernek görevlisi, beş evhanımı.

Çalışmanın varsayımları:

1. Radyodaki İslami programlar dinleyicilerin dini düşüncelerinde ve dini yaşantılarında değişikliğe yol açar.

2. Türkiye'de özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçişle birlikte kendisine varlık alanı bulan İslami radyolar, radyonun, alanın uzmanları tarafından belirlenen temel işlevlerini yerine getirmenin yanısıra, kimlik oluşturma/kimlik pekiştirme gibi bir fonksiyon da icra ederler.

## **3.2 . BULGULAR**

### **3.2.1. Akra Fm**

Akra Fm, Türkiye'nin ilk zel İslami radyolarındandır. Yayın hayatına 1993 yılında başlamıştır. İstanbul yayını, Büyük Çamlıca'daki 20 KW'lık vericiyle stereo olarak dinleyicilere ulaşmaktadır. Türkiye genelindeki iki yüz kırk beş aktif vericisiyle ülkemizin en geniş yayın alanına sahip özel radyosudur. Yayının ulaştığı il ve ile sayısı yaklaşık beş yüzü bulmaktadır. Edirne-Ankara arasında RDS sistemiyle, FM bandından kesintisiz dinlenilebilen tek radyodur. Türksat 3A üzerinden yaptığı uydu yayınları Avrupa, Kuzey Afrika ve Ortadoğu lkeleri ile Türki Cumhuriyetler'den dinlenmektedir. www.akradyo.net vasıtasıyla dünyanın her noktasında Media Player, Flash Player ve Winamp programlarıyla ve iPhone için IOS, diğer telefonlar için Android yayınlarıyla 48 KB bağlantı hızıyla yirmi dört saat

kesintisiz dinlenebilmektedir. Yüze yakın ülkeden internet vasıtasıyla yayınlarının dinlendiği IP'lerden tespit edilmektedir.

Haber, sağlık, kültür, edebiyat, spor, eğitim, bilişim, çocuk, sohbet, İslami konular gibi hayatı kapsayan her alanda zengin bir program yelpazesinin sunulduğu Akra Fm, 'En iyi tematik radyo' ödülüne sahiptir. Akra Fm'de tek bir müzik türüne değil, Tasavvuf, Ezgi, Sanat, Türkü, Pop ve Etnik Müzik türlerinden seçkin eserlere yer verilmektedir (www.akradyo.net).

Server Holding bünyesinde yayın hayatını sürdüren Akra Fm, İskenderpaşa Cemaati'nin radyosudur. Server Holding bünyesindeki tek yayın kuruluşu Akra Fm değildir. Seha Neşriyat isimli kuruluş ile dergi ve kitap yayıncılığı yapılmaktadır.

Araştırma konusu olarak Akra Fm'i seçmemizin sebebi, Türkiye'de İslami radyo geleneğinin ilklerinden olması ve kurulduğu günden bugüne çizgisini bozmadan isrikarlı bir şekilde yayın hayatını sürdürmesi, bir İslami cemaat radyosu olmasına rağmen yayın anlayışını cemaat kalıpları içine hapsetmeden dışarıdan insanları da kucaklayan bir yaklaşımla sadece İslami değil, hayatın her alanına yönelik eğitici, bilgilendirici programlarıyla insanların istifadesi yolunda yayınlar yapmasıdır.

### **3.2.2. Dinleyici Yorumları**

#### **3.2.2.1. Radyo Dinleme Alışkanlığı**

Dinleyicilere radyo dinleme alışkanlıklarının sorulması, gündelik yaşantılarında radyonun ve İslami programların kullanım sıklığını ve etkilerini anlamak içindir. Katılımcılara günlük radyo dinleme sürelerini tespit etmek amacıyla yöneltilen soruya verilen cevaplardan, radyo dinleme sürelerinin günlük hayatın ritmine göre değiştiği, çalışma ortamı radyo dinlemeye müsait olanların mesai saatleri boyunca radyolarının hep açık olduğu, eve gittikten sonra da uyuma vaktine kadar radyo dinlemeye devam ettikleri anlaşılmıştır. Çalışma ortamı radyo dinlemeye müsait olmayanlar ise eve gelince radyoyu açıp, uyuma vaktine kadar dinlediklerini, ayrıca gün içinde dinleme fırsatı

bulamadıkları programları radyonun sesli arşivinden dinleyerek takip ettiklerini ifade etmişlerdir.

“Sabah mesai başlayınca dinlemeye başlıyorum. Gece 12-1’e kadar dinleyebiliyorum.” Satış Elemanı M.

“Önceden hergün dinliyordum. İşe başladığımdan beri hergün dinleyemiyorum. Haftasonları arşivden dinliyorum sevdiğim programları.” Aşçı D.

“Çalıştığım için günde yaklaşık bir saat dinleyebiliyorum. Evde olduğumda sürekli dinliyorum.” Terzi B.

“İşten geldiğim zaman açıyorum, öğleden sonra. Uyuyuncaya kadar dinliyorum.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Günlük radyo dinleme sürem dönem dönem değişiyor. Bir günde çok fazla dinlediğim gibi hiç dinlemediğim zamanlar da olabiliyor evde olmadığımında. Ama arşivden indirip programları düzenli olarak takip ediyorum.” Yazar M.

Ev hanımlarının radyoları sabah güne başlamalarıyla beraber açılırken, gece uyuma vaktine kadar açık kalmaktadır. Ev hanımları bir yandan ev işleriyle meşgul olurken, diğer yandan da radyo dinleyerek hem yapmaları gereken işlerden geri kalmayıp, hem de kendilerini geliştirmektedirler.

“Zaman zaman değişiyor. Bazen hiç dinlemediğim de oluyor dışarıda olunca ama evdeysem radyo hep açık oluyor. Yukarıda iş yaparken aşağıda radyo hep açık.” Evhanımı R.

“Evde olduğum sürece hep dinliyorum.” Evhanımı F.

“Ne zaman mutfaktaysam radyomuz hep açık. Diğer ev işlerini yaparken de hep açık. Benim gönül dostum. Bu dünyadaki bana en yakın olan arkadaşım. Hayatta o kadar çok şey öğrendim ki radyomdan, kendimi onunla terbiye ettim diyebilirim.” Evhanımı Ş.

Katılımcının ifadelerinden de anlaşıldığı üzere, radyo insana ayak bağı olmadan yani onu bir ortama bağlayarak başka işlerini yapmasına engel olmadan işlevini sürdürürken, insanlar da hem bir yandan günlük işlerini yaparlar hem de bilişsel ve duygusal ihtiyaçlarını karşılarlar. Katılımcının radyodan çok şey öğrendiğini ifade etmesi bilişsel ihtiyacını radyo ile karşıladığını gösterirken, radyo için ‘Gönül dostum’, ‘En yakın arkadaşım’ ifadelerini kullanması, duygusal ihtiyacının da radyo ile karşılık bulduğunun göstergesidir. Ayrıca, ‘Gönül dostum’, ‘En yakın arkadaşım’ ifadeleri,



McQuail ve arkadaşlarının gereksinimler sınıflandırmasının ‘Kişisel İlişkiler’ kategorisine de hitap eder. İzleyicinin medya kişilikleri ile dostluk ilişkisi kurmasını, daha farklı bir şekilde ifade edecek olursak, kendini onlarla dostluk ilişkisi içindeymiş gibi hissetmesini, onları gerçek arkadaşlarının, dostlarının yerine koymasını, Erol Mutlu (1995:96), ‘can yoldaşlığı, ahbablık’ şeklinde ifade eder. Yine Mutlu, Horton ve Wohl’un buna ‘*toplumsal ikişki*’ adını verdiğini belirterek, bu sözde dostluk ilişkisinin sadece televizyona has bir olgu olmadığını, diğer kitle iletişim araçları için de geçerli olduğunu söyler. Hatta Mutlu bir adım daha ileri giderek, bu sözde dostluk ilişkisinin sadece bireysel yalnızlığa iyi gelmekle kalmayıp, izleyicinin/dinleyicinin, o anda farklı mekanlardaki başka insanların da aynı etkinliğe iştirak ettikleri düşüncesiyle bir aidiyet hissi doğurduğunu belirtir. Bu aidiyet hissi de kişinin yalnızlığını giderme rolü üstlenir.

“Evde dinleniyorsam, eğer hiçbir şey yapmıyorsam o zamanı kayıp olarak düşünüyorum ama Akra Fm’i dinliyorsam o saatler de bana ibadetteymiş gibi geliyor ve hesabını verebileceğimi düşünüyorum o vakitlerin. Yani yatırıyorsam bile radyoyu dinliyorum ki hem birşeylerden yararlanayım, hem vaktim kıymetlensin.” Öğretmen E.

Bu ifadelerden de anladığımız üzere, radyo diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak, kişinin dinlenme zamanlarını bile değerlendirmesine, dinlenirken bile öğrenmesine imkan tanıyan bir aygıttır. Televizyon da aynı şekilde değerlendirilebilir fakat radyo sadece işitsel bir aygıt olduğu için, insan gözleri kapalı halde bile radyoya kulak vererek ondan istifade edebilir.

Radyo-dinleyici-cemaat ilişkisini anlayabilmek amacıyla katılımcılara Akra Fm ile nasıl tanıştıkları ve Akra Fm’i kaç yıldır dinledikleri sorulmuş, bir kısmı cemaate girdikten sonra yine cemaatten arkadaşlarının tavsiyesi ile dinlemeye başladığını belirtirken, bir kısmı da yakınlarının tavsiyesi ile ya da frekansları karıştırırken dikkatlerini çeken bir programa rastlayıp dinlediklerini ve beğenip sonra da dinlemeye devam ettiklerini, radyoda anlatılanlardan etkilenip bir süre sonra da cemaate girdiklerini ifade etmişlerdir.

“Cemaate girince öğrendik ki radyomuz varmış, dinlemeye başladık, o gün bugündür yani on yıldır dinliyoruz.” Terzi B.

“Cemaate girdikten sonra Akra Fm’i dinlemeye başladım. Dokuz yıldır dinliyorum.” Aşçı D.

“Cemaat kanalıyla tanıştım. Açıldığından beri dinliyorum. Yirmi iki yıldır.” Yazar M.

“Cemaat vasıtasıyla tanıştım. On beş-on altı yıldır dinliyorum.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Askerde tanıştım Akra Fm ile. Komutanım vesile oldu. Yirmi iki yıldır dinliyorum. Zaten cemaate mensuptum ama askerde olduğum için radyodan heberim yoktu.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Akra Fm’i annem dinlerdi küçüklüğümden beri. Bu şekilde bir tanışıklığım vardı ama düzenli olarak dinleme durumu ihvan olduktan (cemaate girdikten) sonra oldu. Üç yıldır yani.” Bilgisayar Mühendisi B.

“Annemin tavsiyesiyle tanıştım. Önce Akra Fm, sonradan cemaate dahil oldum. Yirmi yıldır dinliyorum.” Öğretmen E.

“Annem Esat Hoca’nın sohbetini dinlemiş, çok beğenmiş. Bana da tavsiye etti. Öyle dinlemeye başladım. Önce Akra, sonra cemaat. Yirmi yıldır dinliyorum.” Evhanımı N.

“Kardeşim vasıtasıyla tanıştım Akra Fm ile. Tabi namazlarını kılıyorsun, orucunu tutuyorsun ama kardeşime ‘Dinimi dolu dolu yaşamak istiyorum, sohbetler dinlemek istiyorum.’ dedim, o da Akra Fm’i tavsiye etti. Hocamızın sohbetlerini dinlememi istedi. Dinlemeye başladım. Aradan dört beş gün geçti, o kadar etkilendim ki, o zamana kadar hiç bir hocayı dinlediğimde o kadar etkilenmemiştim. Orada karar verdim ders alıp cemaate girmeye.” Evhanımı F.

“Diğer İslami radyoları dinliyordum ama beni doyumuyordu. Bir arayış içindeydim. Frekansları karıştırırken Esat Coşan Hocamızın sohbetine rastladım. Dinledim, çok hoşuma gitti. O günden sonra Akra Fm dinleyicisi oldum birkaç gün içinde de cemaate dahil oldum. Sekiz yıldır dinliyorum.” Evhanımı Z.

“Arkadaşımın tavsiyesiyle dinlemeye başladım. Önce Hocamızın sohbetlerini dinledim. Gönlümde o kadar güzel bir sevgisi oluştu ki cemaate girmeye karar verdim. On dokuz yıldır dinliyorum.” Evhanımı Ş.

“2003 yılında, frekansları karıştırırken Mehmet Zahit Kotku’nun Ummandan İnciler programına rastladım. Çok ilgimi çekti. O günden beri dinliyorum. Programları dinledikçe belli bir cemaate mensup olduklarını düşündüm. Görüşlerini beğendiğim için ben de cemaate dahil oldum.” Satış Elemanı M.

“Mehmet Zahit Kotku Hazretleri’nin kızı hastanemizde yatmıştı. Her sabah babasının sohbetlerini dinlemeyi çok severdi. Onun odasındaki televizyonu Akra Fm’e ayarladık. Her sabah onunla beraber babasının sohbetlerini dinleyerek tanıştık Akra Fm ile. Sonra cemaate girdim. Dört yıldır dinliyorum.” Hemşire H.

Yukarıda da ifade ettiğimiz gibi, katılımcıların bir kısmı, önce ya bir tanıdıklarının tavsiyesiyle ya da frekansları karıştırırken dikkatlerini çeken bir ses sebebiyle radyoyu dinlemeye başlayıp, dinlediklerinin etkisi ile cemaate

dahil olmayı istemişlerdir. Katılımcıların yarısı bu durumdadır. Raslantı sonucu dinlemeye başlayanların çoğunluğunun dikkatini çekip dinlediği ses, cemaatin 2001 yılında vefat eden lideri Profesör Dr. Mahmut Esat Coşan'dır. İki katılımcının Akra Fm ile tanışmasının müsebbibi olan ses ise cemaatin, Profesör Dr. Mahmut Esat Coşan'dan önceki lideri -1980'de vefat eden- Mehmet Zahit Kotku'dur.

Önceden herhangi bir cemaate mensup olmamalarına rağmen, radyoda dinlediklerinden etkilenecek cemaate giren insanların durumundan, radyonun dinleyicilerin dini düşüncelerinde ve dini yaşantılarında değişime yol açtığı sonucunu çıkartabiliriz. Çünkü zaten dini duyarlılıkları olan ve bu şekilde yaşamaya gayret eden insanların radyoda dinlediklerinden etkilenecek o cemaate mensup olmaları ve cemaatin verdiği görevler doğrultusunda, hayatlarının öncekinden farklı bir aktiflik kazanması dini hayatta önemli bir değişimdir. Bu durumu aynı zamanda, özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçiş ile birlikte geleneksel cemaat yapılarının değiştiğinin göstergesi olarak da yorumlayabiliriz. Şöyle ki, önceden insanlar bir tanıdıklarının vesile olması ile İslami bir cemaate mensup olurlarken, özel radyo ve televizyonların Türk insanının hayatına girmesiyle birlikte açılan İslami radyolar ya da İslami içerikli yayınlara da yer veren tematik radyolarla birlikte cemaatin öğretileri daha geniş bir alana yayılma imkanı bulmuş, bu durum da beraberinde cemaate katılımı artırmıştır.

### **3.2.2.2. Radyoya, Programlara ve Programcılara Duyulan İlgi**

Dinleyicilere radyoya, programlara ve programcılara olan ilgileri hakkında sorular yöneltilmesi, radyonun, hayatlarında nasıl bir yere ve işleve sahip olduğunu anlamak içindir. Bir cemaat radyosu olan Akra Fm'in 'eğitici, bilgilendirici' misyonunun sadece İslami konuları mı içine aldığı öğrenmek amacıyla yöneltilen soruya verilen cevaplardan, Akra Fm'in sadece İslami konulara yönelik değil, hayatın her alanına yönelik programlar yaparak dinleyicilerine çok geniş bir yelpaze sunduğunu, katılımcıların da ifade ettikleri gibi, onları dini-dünyevi her alanda bilgilendirdiğini anlıyoruz.

“Hepsi var. Sadece bir konuda bilgileniyorum diyemem, hepsi var.”  
Aşçı D.

“Her konuda bilgileniyorum. Hepsine hitap ediyorum.” Evhanımı Z.

“Her konuda bilgileniyorum. Hayatın her alanında.”  
Dernek Görevlisi R.

“Her konuda. Ben her konuda bilgilenmek, kendimi geliştirmek istiyorum. Akra'nın her bir programı birbirinden güzel. Hepsi kaçırılmayacak programlar.” Evhanımı F.

“Bizim çok eksikimiz olduğu için ben programların hepsinden istifade ediyorum. Aile sağlığı olsun, ruh sağlığı olsun, bizim sağlığımız olsun her açıdan istifade ediyoruz biz Akra Fm'den ama en çok manevi olarak istifade ediyorum. Manevi yapımızı yükseltiğine inanıyorum.” Terzi B.

“Moral Fm'i dinliyordum önceden. Onları dinlediğimde benim gibi düşünen insanların olduğunu farkettim. Sonra Marmara Fm'i dinlemeye başladım. Beni bilimden ayırmayan bir düşünce tarzı arıyordum. İslam ile bilimi birbirinden ayırmadan ilerleyen düşünce tarzını Akra Fm'de buldum. İlim, kültür, Tasavvuf... Herşeyde doyuruyor. Hepsi var. Kişinin ruhunu da ihmal etmiyor. En çok ilim ve kültür anlamında istifade ediyorum.” Yazar M.

“Dini hayatıma yönelik öncelikli evet, beni çok dengede tuttuğunu düşünüyorum. Sırat-ı müstakimde kalma gayretimde Akra Fm'in çok büyük rolü olduğunu düşünüyorum hayatımda. Ama en çok ilmi anlamda istifade ediyorum.” Öğretmen E.

“Dini konularda, kişisel gelişim konusunda. Sadece bunlar da değil, birçok konuda bilgileniyorum.” Kur'an Kursu Öğreticisi Z.

“Daha çok İslami ilimler ön plana çıkıyor. Hadis, Kur'an-ı Kerim, Tefsir...” Satış Elemanı M.

“Dini konularda çok bilgileniyorum. Bu konularda gerçeği söylemek gerekirse biraz zayıftım. Nasıl bu yola girdim, Akra Fm ile de tanıştım, üç senemi dolu dolu yaşıyorum artık ve kendimi de geliştiriyorum.” Taksici A.

Son yorumu incelediğimizde, katılımcının daha önceden zayıf olduğu dini bilgiler alanını radyo ile geliştirdiğini ve dini anlamdaki değişimini radyoya borçlu olduğunu anlıyoruz. Araştırmamızın ilerleyen kısımlarında da göreceğimiz gibi sadece dini bilgileri zayıf olanlar değil, Akra Fm ile tanışmadan önce dini donanıma sahip olan katılımcılar da Akra Fm'in yayınlarıyla dinin özünü kavradıklarını, daha çok bilinçlendiklerini ve sahip oldukları bilgileri pekiştirdiklerini ifade ediyorlar. Bu durumu da McQuail ve arkadaşlarının ihtiyaçlar sınıflandırmasının ‘Kişisel ilişkiler’ bölümüne Erol Mutlu'nun yaptığı açıklamadaki ‘Değer pekiştirme’ maddesiyle açıklayabiliriz.

“En çok haberler. Haberleri tersten okumaya başladım. Mesela Akra Fm'in haberlerini dinliyorum, bir de diğer ulusal kanallardakileri dinliyorum, hiç alakasız haberler. Düşünüyorum, bu haber radyomuzda böyleydi ama diğer

ulusal kanallarda farklı. Hemen orada bir kritik yapmaya başlıyorum.” Evhanımı R.

“Kişisel gelişim beni çok etkiliyor özellikle. Hem kendi ruh dünyam hem çocuklarımla ilgili. Dini terbiye ile ilgili çok güzel şeyler öğreniyorum. Genç kızım var ona da öğretmeye çalışıyorum. ‘Kızım sana tek vasiyetim radyomuzu dinlemeye devam et’ demişimdir.” Evhanımı Ş.

“Kişisel gelişim özellikle çok önplanda. Dini anlamda özellikle belirli saatlerde odaklanılıyor. Sohbet programları özellikle. Sabahları mesela Zahit Kotku Hocamızı kaçırmamaya çalışıyorum. Akşamları da Esat Hocamızı dinliyorum. Tabii dinlemeyince birkaç gün böyle bir ihtiyaç, bir özlem duyuyorum.” Bilgisayar Mühendisi B.

“Aile, sağlık, bir de dinin özünü doğru kavramak. Hem dini, hem dünyevi bütün alanlarda bilgileniyorum. Bence Akra Fm bir üniversite, her bir program da birer fakülte.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

“Hepsine ihtiyacımız var. Ehliyet alırken bile bir ay kursu var ama evliliğin bir okulu yok, ailenin bir okulu yok. O konulardaki eksikliğimizi radyodan gideriyoruz. Manevi konulardaki eksikliğimizi Hocaefendimizin sohbetleriyle tamamlıyoruz. Haber konusunda zaten habere kendi kaynağından ulaşabiliyoruz. İnsanların ihtiyaç duydukları alanlar tespit edilerek uzmanlık alanına göre programlar yapılıyor. Kısacası dini, dünyevi her alanda istifade ediyoruz.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Güncel konularda çok bilgileniyorum.” Evhanımı N.

Tematik radyo ya da İslami radyo dinleyicilerinin, sadece müzik yayını yapan radyolar yerine bu tarz radyoları tercih etmelerinin en büyük sebebinin, bilgilenme/eğitim olduğunu söyleyebiliriz, ancak tek sebep bu değildir. Dini medya organlarının tercih edilme sebeplerinin en önemlilerinden biri de, Mehmet Akgül’ün de ifade ettiği gibi (2008:23), bireylerin, duygusal ihtiyaçlarını doyuma ulaştırma arzularıdır. Katılımcı yorumlarında önplana çıkan, radyonun programlarının, onların tek bir alandaki değil, dini-dünyevi her alandaki ihtiyaçlarına cevap vermesinden anladığımızı göre, radyo, bireylerin manevi anlamdaki ihtiyaçlarını da doyuma ulaştırıyor. Yani radyo, duygusal bütünleşme ihtiyacına da karşılık geliyor.

En çok hangi programı dinledikleri sorusuna katılımcılardan farklı cevaplar gelmiştir. Katılımcıların yarıya yakını, en çok dinledikleri programın Mahmut Esat Coşan’ın sohbetleri olduğunu ifade etmişler ve bu sohbetleri çok dinleme sebebi olarak da yine farklı cevaplar vermişlerdir. Bilgilenmek, hayattayken hiç görme fırsatı bulamadıkları Hocaefendi’yi programlarını dinleyerek daha iyi tanımaya çalışmak, manevi bir rahatlık yaşamak vb. bu sebepler arasındadır.

Katılımcıların kısaca ‘sohbetler’ olarak ifade ettikleri, Mahmut Esat Coşan’ın, Akra Fm’de kendi sesiyle yayınlanan birbirinden farklı yedi programı ile yayın günleri ve saatleri şu şekildedir:

‘Hadisler Deryası’: Her gün, saat 03:00 ve 15:00’da.

‘Günün Sohbeti’: Her gün, saat 09:30 ve 18:45’de.

‘Cuma Sohbeti’: Her Cuma, saat 10:15 ve 21:10’da.

‘Konferanslar’: Pazartesi, saat 21:10’da.

‘Tasavvuf Sohbetleri’: Cumartesi, Pazar, saat 21:10’da.

‘Tefsir Sohbeti’: Perşembe, saat 21:10’da.

‘Gurbet Sohbetleri’: Salı, Çarşamba, saat 21:10’da.

Mehmet Zahit Kotku’nun ‘Ummandan İnciler’ programı ise, yine kendi sesiyle her gün 07:30 ve 18:00’da yayınlanmaktadır.

“En çok Esat Hocamız’ın Günün Sohbeti ve Hadisler Deryası isimli programını dinliyorum. Ben Hocamızı tanımıyordum. Hocamızı daha iyi tanımak, onun bilgilerini daha iyi almak için dinliyorum. Sonra Mehmet Zahit Kotku Hazretleri’nin Ummandan İnciler programını dinliyorum.” Aşçı D.

“Hadisler Deryası, Umman’dan İnciler, Farkındalık Atölyesi, İrfan Saati. Birden çok program var. Herbirinden ayrı beslendiğimi düşünüyorum.” Öğretmen E.

“Esat Hocamızın sohbetlerini dinliyorum. Bilgilenmek için çok dinliyorum.” Evhanımı N.

“Hocamızın sohbetleri. Manen rahatlamak için dinliyorum. Yenileniyorum, tazeleniyorum manen, ruhen.” Dernek Görevlisi R.

“En çok dinlediğim sohbetler. Hocaefendimizin sohbetleri. Sonra İrfan Saati ve Şen Haneler. Bilgilenmek, dinimizi öğrenmek, Rabbimizin razı olacağı şeyler yapmak, O’nun rızasını kazanmak amacıyla dinliyorum.” Evhanımı F.

“En çok sohbetleri dinliyorum. Terbiye olmak diyebilirim dinleme sebepimi. Günlük hayatımızda nefsimize çok uyuyoruz. Nefsimizi terbiye etmek için sohbetten uzak kalmamalıyız. İlim almak çok önemli. Hocamız çok güzel bilgiler veriyor. Bitmeyen bilgiler. Şu güne ait, bu asra ait ya da geçmişe ait değil, çok evrensel bilgiler. İnsanın hayatta olduğu sürece hep öğrenmesi gereken bilgiler.” Evhanımı Ş.

“En çok Mehmet Zahit Kotku Hazretleri’nin sohbetlerini dinliyorum. Sonra Esat Coşan Hazretleri’nin sohbetlerini dinliyorum. Biz çalıştığımız için kitap okumaya çok vaktimiz yok. Orada her sohbette bir şeyden bahsediliyor ve onu kendinize uydurabiliyorsunuz, oradan birşeyler öğreniyorsunuz ve bunu günlük hayatınıza taşıyabiliyorsunuz. Mesela dualar.” Hemşire H.

“Esat Hocamızın sohbetleri. Sorularımıza cevaplar buluyoruz. Sanki oturup birebir, karşılıklı istişare etmişiz gibi hissediyoruz. Yüzyüze görüşmüş

gibi. O hissi veriyor bana. Sanki o gün bir mesaj gitmiş benden kendisine de o mesajın cevabı geliyor.” Evhanımı Z.

Son yorumunun bir hayli ilgi çekici olduğunu görüyoruz. Katılımcının, Esat Hoca'nın sohbetlerini dinlerken kendisini onunla birebir istişare ediyor gibi hissetmesi, yüzyüze görüşüyormuş hissine kapılması, bilimsel olarak açıklanamayacak değişik bir manevi duruma işaret ediyor.

“En çok Hocamızın sohbetlerini dinliyorum. Bana ışık gibi geliyor, bana mutluluk veriyor, huzur veriyor. Hem beni mutlu ediyor, hem beni eğlendiriyor, ondan sonra besliyor.” Evhanımı R.

Katılımcıların çoğunluğunun, Mahmut Esat Coşan'ın sohbetlerini dinlerken bilgilenme amacıyla dinlediklerini, buna rahatlama amacının da eşlik ettiğini görüyoruz. Yani bu sohbetler katılımcıların bilişsel ihtiyaçlarını ve rahatlama ihtiyacını doyuma ulaştırıyor. Radyolarda eğlence ihtiyacına genellikle müzik yayını karşılık gelir. Ancak, bir katılımcı Mahmut Esat Coşan'ın sohbetlerini dinlerken huzur bulduğunu, mutlu olduğunu ve eğlendiğini ifade ediyor. Bu yorumdan, dini konulardaki bir sohbetin de eğlence ve kaçışı içeren rahatlama ihtiyacına karşılık gelebildiği sonucuna ulaşabiliriz.

“En çok Ah minel Aşk'ı dinliyorum. Çok yoğun bir hayat yaşadığım için her konuda, arada bir sığınma ihtiyacı hissediyorum. Allah'ın aşkına sığındığımda çok rahatlıyorum. Ah minel Aşk'ın içinde de Allah dostlarının sözleri, o sunum, fon müzikleri hepsi birbirini tamamlıyor.” Yazar M.

Burada da kaçışı içeren rahatlama ihtiyacını görüyoruz. Ayrıca katılımcının ifade ettiği gibi, programın hem biçim, hem içerik olarak birbirini tamamlayan bir tarza sahip olması bu rahatlama ihtiyacının karşılanmasına hizmet ediyor.

“En çok Genç Akra ve Duyarlı Gençlik programlarını dinliyorum. Gençlere hitap ettiği için.” Müşteri Temsilcisi Ö.

Bu yorum, örneklemin en genç bireyine ait. Kendi yaşına yakın başka bireyler olmasına rağmen sadece bu katılımcının gençlere hitap eden bu iki programı en çok dinlediği program sınıfına dahil ettiğini görüyoruz.

“En çok Evlilik Okulu’nu dinliyorum. İki tane yeğenim var, onların eğitimine destek olmak çok hoşuma gidiyor. Annemle babamı kıyaslıyorum, şurada bunu yapsalardı daha mantıklı birşey çıkacaktı ortaya diyorum. Hem de ileride bana çok faydalı olacağını düşünüyorum, çünkü bazen çok sert tepkiler verebiliyorsunuz birşeyler karşısında ama o anda programda duyduklarınız aklınıza gelince frenleme eğiliminde bulunabiliyorsunuz kendinizi.” Öğretmen F.

“Esmadan Yansımalar var. Esmayı (Allah’ın isimlerini) merak ediyorum, araştırıyorum. Öyle bir programa rastlayınca da arşivden takip etmeye başladım.” Bilgisayar Mühendisi B.

“En çok İrfan Saati’ni dinliyorum. Sürekli hayatın içinde olduğumuz için bir erozyon hali oluyor maneviyatta. İşte oradan otomobilin şarjını doldurması gibi ya da el fenerinin pili gibi istifade ediyoruz.” Doğalgaz Teknikeri M.

“En çok İrfan Saati ve Şen Haneler’i dinliyorum. Sadece dini konulara değil, hayatın başka alanlarına da değinmeleri, programın farklı bölümlerden oluşması hoşuma gidiyor. Bir çok alanda bilgileniyorum. İşyerinde kitap okumaya vaktim olmadığı için Akra’daki programlarla bilgileniyorum.” Satış Elemanı M.

“Bekarken radyom yirmi dört saat açıktı. Saati radyoyla anlardım. Gece uyanır bakardım sohbet var, saatin kaç olduğunu anlardım. Hemen hemen bütün programları dinlerdim. Şu an için benim en çok dinlediğim program Şen Haneler ve İrfan Saati. İlgimi çekiyor işlenen konular. Birisi aile, cemiyet merkezli, diğeri bireyin kalitesini artırıyor. İrfan Saati bireyin kalitesini artırıyor. Kaliteli birey olunca bu defa kaliteli bir aile kendiliğinden geliyor. Birbirini tamamlayan programlar.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

“En çok haberleri dinliyorum. Haberleri çok seviyorum. Akra Fm’in haberlerini çok önemsiyorum. Güncel konulardan haberdar olmak, yanlış düşünmemek, yanlış hareket etmemek için haberler çok önemli.” Terzi B.

“Özellikle dinlediğim bir program yok. Açtığım zaman hangisi denk gelirse dinliyorum ama aile sohbetlerini, çocuk gelişimi sohbetlerini çok seviyorum. Bir de geceleri Kur’an-ı Kerim okunuyor, arkasından Türkçesi veriliyor, onu dinliyorum.” Taksici A.

Bu ifadelerden de radyonun, Katz ve arkadaşlarının ihtiyaçlar sınıflandırmasında yer alan, bireylerin haber alma, bilgi edinme ve anlamayı içeren bilişsel ihtiyaçlarına karşılık geldiğini anlıyoruz. Aynı zamanda bu ifadelerin McQuail ve arkadaşlarının ihtiyaçlar sınıflandırmasının ‘gözetim altına alma (bilgilenme)’ ihtiyacına karşılık geldiğini söyleyebiliriz.



En çok etkilenlendikleri programın hangisi olduğuna da katılımcılardan farklı cevaplar gelmesine rağmen yine yarıya yakını Mahmut Esat Coşan'ın sohbetleri olduğunu ifade etmişlerdir.

“Hocamızın sohbetleri. Hocamızın ses tonundaki letafet, anlatım tarzı, insanın içine ılık ılık akıyor, işlediği konular, hepsi çok etkili.” Evhanımı Z.

“Hocamızın sohbetleri. Hem bilgilendirdiği için hem de manevi bir zeyk aldığım için. Konuşma tarzı, nasihat etme tarzı etkileyici.” Kur'an Kursu Öğreticisi Z.

Bu sohbetlerden etkilenme sebebi olarak, Hoca'nın ses tonunun ve anlatım tarzının güzelliğinin yanında içeriğin de çok etkili olduğu yorumunun yapılması, hem biçim, hem içeriğin bir bütün olarak önemli olduğunu gösteriyor.

“Hocamızın sohbetleri. Maneviyatı beni etkiliyor. Bir sığınak oluyor zaman zaman benim için.” Dernek Görevlisi R.

Burada da kaçıışı içeren rahatlama ihtiyacını görüyoruz. Günlük hayatın rutin işleyişinden, özellikle de şehir hayatının kalabalıklar içindeki yalnızlığından, karmaşıklığından, sıkıntısından kaçan bireyler, Hocalarının sohbetlerinden aldıkları manevi haz ile kendilerini yeniliyorlar. Burada aynı zamanda bir dini değişim örneğini de görüyoruz. Şöyle ki, daha önce de ifade ettiğimiz gibi bu sohbetler, cemaatin 2001 yılında vefat eden lideri Profesör Dr. Mahmut Esat Coşan'a ait. Önceden insanlar hocalarını ilim meclisinde dinlerlerdi. Hayatta olmayan bir insanın ilim meclisinde yaptığı sohbetlerin radyodan yayınlanarak insanlara ulaştırılması ve bu sayede sanki hayattaymış gibi dinlenilmesi, insanların bu sohbetlerle çeşitli ihtiyaçlarını gidermeleri önemlidir. Saha araştırmamızın ilerleyen kısımlarındaki bir katılımcı yorumunda da göreceğimiz üzere, cemaatin şu andaki lideri Muharrem Nurettin Coşan'ın, babası Mahmut Esat Coşan gibi radyoda yayınlanan sohbetlerinin olmamasının da etkisiyle, Mahmut Esat Coşan'ın cemaat liderliği rolü adeta radyo kanalıyla devam ediyor gibi bir durum söz konusudur. Yıllar önce yaptığı sohbetler, radyo kanalıyla daha ilk günkü tazeliğiyle insanlara ulaşmakta, araştırmamızın ilerleyen kısımlarında da değineceğimiz gibi,

insanlar adeta Esat Coşan Hoca'nın ilim meclisinde bu sohbetleri dinledikleri hissine kapılarak ona kulak verdiklerini ifade etmektedirler. Bu bulguların, özel radyo ve televizyonlar vasıtasıyla cemaat yapılarının değişmesine ve cemaatten olmayan insanları da içine alan bir yayın anlayışıyla daha çok insana ulaşılması sonucu cemaate katılımların arttığına bir delil olduğunu düşünüyoruz.

“Hepsi güzel ama en çok Hocaefendi'nin sohbetlerinden etkileniyorum.” Evhanımı F.

“En çok etkilendiğim program Esat Hocamızın Hadisler Deryası. Hocamızın tavsiyeleri beni çok etkiliyor.” Terzi B.

“Esat Coşan Hocaefendi'nin kısa sohbetleri, sözleri oluyor aralarda, bir dakika ya sürüyor, ya sürmüyor. Ben gündemimden çıkmışsam, o sözler hemen gündemime getiriyor. Aslında ben olmam gereken gündemden sapıyorum, o konuşma beni hemen istikamete getiriyor. Ben bunu çok faydalı görüyorum.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

Katılımcının sözünü ettiği kısa sohbetler, Mahmut Esat Coşan'ın sohbetlerinden alınarak kısa kısa bölümler halinde yayınlanan ve diğer programların içinde, ele alınan konuyu destekleyici ya da açıklayıcı işlevi olan cümlelerdir.

“Hocamızın sohbetleri. Attığınız her adım Allah rızası için olacak mesajı çok önemli. Hocamız sık sık veriyor bu mesajı ve Allah rızası için yapılan işlerden de bir karşılık beklenmez. O hızlı hayatın içinde tekrardan tekrardan ayarları yenilemek gibi oluyor.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Sohbet programlarından etkileniyorum. Çünkü orada o gün içinde ne yapmanız gerektiği, hani sabahleyin kalkıyorsunuz, kafanıza takılan birşey var, o esnada size birşeyden bahsediyor. En kötü şey gıybet mesela, onunla ilgili bir sohbetle karşılaşıyorsunuz, o gün içinde benim bunu yapmamam gerekiyor diyorsunuz. Çünkü sabah dinlediniz ve bunu hatırlıyorsunuz.” Hemşire H.

Buradaki ifadelerden de Hoca'nın sohbetlerinin, günlük hayatın koşturmacası içinde ihmal edilen, unutulmuş bazı doğruları hatırlatıcı ve uyarıcı etkisinin olduğunu görüyoruz.

“En çok etkilendiğim program Ah Minel Aşk. O benim vazgeçemediğim bir program. Obürleri gelip gidiyor. Allah'ın aşkı herşeyin üzerindedir. Bütün dünyadan sizi sıyrır.” Yazar M.

“En çok etkilendiğim program Ah Minel Aşk. Programcının sesi de etkiliyor, programın içeriği de. Ah Minel Aşk programını dinleyince ruhumun dinlendiğini hissediyorum.” Aşçı D.

“Ah Minel Aşk. Hem sunucunun sesi gönle çok hitap ediyor hem de bahsettiği konular çok hoşumuza gidiyor. İhtiyacımız olan şeylerden bahsediyor.” Öğretmen F.

“Kur’an Meali programından çok etkileniyorum. Okuyan kişinin ses tonu da etkili. Allah kelamı olması da çok etkiliyor.” Evhanımı N.

Buradaki yorumlarda da biçim ve içeriğin bütün olarak etkili olduğunu görüyoruz.

“Ayşen Gürcan’ın İdeal İletişim programı bir de Esmail Hüsna’dan Yansımalar. Bakış açısı beni çok etkiliyor. Mesela klasik, alıştığımız ‘Kabul et, bu böyledir’ anlayışımız vardır ya bizim ama Ayşen Hanım ile olan programda irdeleniyor. İşin felsefi boyutuna bakılıyor, duygusal mahiyetine bakılıyor, çok farklı detaylar yakalanıyor.” Öğretmen E.

“Ayşen Gürcan’ın İdeal İletişim programından çok etkileniyorum. Hikmet nazariyla bakmayı öğretiyor.” Kur’an Kursu Öğreticisi S.

Bu programın tercih edilme sebebi, alışılmışın dışında, farklı bir bakış açısı sunmasıdır.

“Şen Haneler’e, özel, seçilmiş konuklar geliyor. Onlar bayağı etkili oluyor. O an programa özel bir hazırlık yapmış olarak mı geliyorlar yoksa sunucunun soru sorma tekniği, hani tam böyle günün ihtiyacına binaen sorular mı soruyor bilmiyorum ama çok verimli oluyor Şen Haneler benim için.” Bilgisayar Mühendisi B.

“Cuma saatindeki program. Tasavvuf bölümü, bir de sorulu cevaplı bölüm. Dinlerken diyorum ki şunu da sorsalar, bir bakıyorum o soru çıkmış. Çünkü benim öyle sorayım diye bir çabam yok.” Evhanımı R.

“En çok etkilendiğim program İlim Meclisi. Üniversite okumadığım için, orada konuk olan kişiler genelde profesör unvanına sahip kişiler, ilmi kariyerleri var, hem onları tanımış hem de ilimlerinden istifade etmiş oluyorum.” Satış Elemanı M.

“Hepsinin gönlümdeki yeri çok güzel. Bir insanın, kadın olsun, erkek olsun o kadar güzel bir yoldaşı ki radyomuz.. Bir okul. Ben üniversite okuyamadım ama elhamdulillah radyomuzda çok şey borçluyum.” Evhanımı Ş.

Bu yorumlarda da katılımcıların bilişsel ihtiyaçlarının karşılandığını görüyoruz. Akra Fm, katılımcılara bu konuda o kadar doyurucu geliyor ki, bir okul hatta bir üniversite gibi işlev gördüğü söyleniyor.

“Ben hepsinden etkileniyorum. Hatta dinlerken böyle birebir yaşıyorum.” Taksici A.

Katılımcılar genel olarak belli bir program ismi verirken sadece bir tanesi program ismi vermemiş, bütün programlardan etkilendiğini ifade etmiştir.

Katılımcılara yöneltilen ‘Takip ettiğiniz programların sunucusu ile etkileşime girdiğiniz oldu mu?’ sorusuna büyük çoğunluktan olumsuz cevap gelmiştir. Bir kısmı hiç böyle bir ihtiyaç hissetmediğini söylerken, bir kısmı bunu istediğini ama çekingenlik sebebiyle ya da rahatsız etmemek düşüncesiyle böyle bir girişimde bulunmadığını belirtmiştir. Sadece iki katılımcı böyle bir girişimde bulunduğunu belirtmiştir. Birincisinin böyle bir etkileşime girmesinin sebebi sosyalleşme ihtiyacını doyuma ulaştırmaktır.

“Evet. Sosyal medya aracılığıyla görüştüğüm programcılar var. Sosyalleştiğimi düşünüyorum.” Satış Elemanı M.

“Bir programcıya mail atmıştım. Şiirimi göndermiştim. Ama çekingenlik var. Rahatsız ederim diye düşünüyorsunuz. Onlar çok yoğunlar, vakitlerini alırsam hakka girerim diye düşünüyorsunuz.” Yazar M.

Bir katılımcı memnuniyetini, beğenisini ifade etmek için programcı ile etkileşime girmek istediğini ama böyle birşeyin hiç olmadığını belirtirken, bir tanesi de programcının nasıl biri olduğunu merak ettiğini ama hiç etkileşime girmediğini belirtmiştir.

“Tebrik ve takdir etmek için çok istedim ama hiç olmadı.” Evhanımı Ş.

“Merak ettiğim oldu, ses tonuyla yüz benzeşiyor mu? Nasıl biri acaba diye ama hiç etkileşime girmedim.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

Aşağıdaki yorumlarda da programcı ile etkileşime girme gibi bir ihtiyacın hissedilmediği belirtilmiştir.

“Programcıyla irtibat kurma düşüncesi hiç aklıma gelmedi. Bilmiyorum neden, erişilmez gördüğüm için olabilir.” Aşçı D.

“Yok öyle bir ihtiyaç hissetmedim.” Öğretmen E.

“Yok, hiç öyle şeylerim olmadı, hiç öyle şeylere girmem, düşünmem bile. Hiç aklımın köşesinden bile geçmez.” Evhanımı R.

“Olmadı. Öyle bir ihtiyaç hissetmedim.” Dernek Görevlisi R.

Aşağıdaki yorumlardan anladığımıza göre, radyodan beklenen, daha çok bilişsel ihtiyaçları karşılaması. Dinleme eyleminin kendileri için yeterli olduğunu ifade eden katılımcıların yorumları buna işaret ediyor:

“Yok öyle bir ihtiyaç hiç hissetmedim. Sadece programları dinlemeye, öğrendiklerimi hayatıma uygulamaya çalışıyorum.” Evhanımı F.

“Yok olmadı. Görüp konuşmak isterdim. Ama dinlemek benim için yetiyor.” Evhanımı N.

“Yok öyle bir ihtiyaç hissetmedim. Hangi programı kimin sunduğunu sorsanız onu bile bilmem. Benim için verdikleri önemli.” Taksici A.

### **3.2.2.3. Radyonun Yaşam Pratiklerine Etkisi ile Dini Yaşantıdaki Değişime Etkisi**

Dinleyicilere, radyonun yaşam pratiklerine etkisi ile dini yaşantıdaki değişime etkisinin sorulması, radyonun insanların hayatındaki işlevselliğinin boyutlarını anlamak içindir. Katılımcılara radyodan öğrendikleri bilgileri günlük hayatta kullanıp kullanmadıkları sorulmuş, bütün katılımcılardan olumlu cevap gelmiştir.

“Kullanıyorum. Mesela Evlilik Okulu’nda eşler kavga ettiklerinde birinin muhakkak ortam değiştirmesi, arka odaya gitmesi, oturuyorsa ayağa kalkması şeklinde tavsiyeleri dinlemiştim. Kardeşimle tartışmıştık, yönümü değiştirdim, pencereyi açıp hava aldım ve tartışma bitti.” Öğretmen F.

“Mümkün merteye. Pratik bilgiler mesela çıkıyordu. Pratik bilgileri bir de ben deneyeyim dedim, bakayım oluyor mu? Yaptım, oldu. Bir de radyoda duyduklarımdan sonra doğal beslenme konusuna dikkat etmeye başladım. O cipslerin içinde neler varmış, aman Ya Rabbi, ben onları bilmiyordum ki. İnsan hayatının bu kadar ucuz olduğunu bilmiyordum. Şimdi alışveriş yaparken daha dikkatli davranmaya çalışıyorum, ürünleri inceliyorum.” Evhanımı R.

“Günlük hayatta kullanmaya çalışıyorum. Mesela Profesör Fatih Gültekin’in programını dinledikten sonra market alışverişlerimde daha dikkatli davranıyorum. Kitabı zaten elimde. Son kullanma tarihine bakıyorum, içindekiler kısmına bakıyorum, kitapla karşılaştırıyorum.” Satış Elemanı M.

“Kullanıyorum. Yemekle ilgili geldi mesela şimdi aklıma. Ben oğluma mercimek çorbasını hiçbir şekilde beğendiremiyordum. Hangi tarifile yaparsam yapayım. Akra’dan aldığım tarifile yaptığım zaman ‘İşte benim aradığım tat bu’ dedi.” Evhanımı F.

“Hazır gıdalarda bulunan katkı maddelerini dinledikten sonra almamaya çalışıyorum. Etrafımdakileri de bilgilendiriyorum bu konuda.” Evhanımı N.

Yorumları incelediğimizde, radyodan öğrenilen bilgilerin sadece dini hayata yönelik değil, kişisel gelişimden pratik bilgilere, sağlıktan çevreye vs. hayatın bir çok alanına yayılan geniş bir çerçeveye sunduğunu görüyoruz. Öğrenilen bilgiler kişilerin bilişsel ihtiyaçlarını karşılamakla kalmıyor, aynı zamanda hayatlarında yönlendirici, yol gösterici bir etkiye sahip oluyor. Özellikle aşağıdaki yorumlarda, öğrenilen dini bilgilerin kişilerin günlük hayatına nasıl yön verdiğini, yaşam pratiklerinde nasıl etkili olduğunu görüyoruz.

“Radyodan öğrendiğim bilgileri günlük hayatta kullanmaya çalışıyorum. Dini hayatımdaki eksikleri tamamlıyorum. Hocamız sohbetlerinde söylüyor mübarek günlerde oruç tutmanın çok sevap olduğunu, biz de tutmamız lazım diyoruz, bizi yönlendiriyor.” Aşçı D.

“Tabii, kullanıyorum. Mesela Hocamızın selam verme şekli. Duyduğum günden bugüne aralıksız uygulamaya çalışıyorum. ‘Esselamü aleyküm’ deyip bitirmiyor. ‘Esselamü aleyküm ve rahmetullahi ve berakatühü’ diye devam ediyor.” Evhanımı Z.

“Kullanmaya çalışıyoruz. Mesela namaz konusunda sık sık uyarıyoruz. Namazın önemiyle ilgili Hocaefendimiz’in sözleri çok çıkıyor. Mesela akşam vakti, biraz vakit geç olsa hemen tembelleşiyoruz. Hocamızın sözleri aklımıza geliyor ve hemen kendimize çeki düzen veriyoruz.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Elimden geldiği kadar kullanıyorum. Hocamızın dini sohbetlerini dinlediğim zaman hayatımda uygulamaya, gayret ediyorum. Özellikle duyduğum duaları ezberleyip okuyorum.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Tabii. Mesela Zahit Kotku Hocamız sabahları küçük sünnetlerden bahsediyor, sağ elle yemek yemek, sağ elle su içmek, sağ ayakla kapıdan çıkmak gibi. Zamanla dalıp unutsak da bir süre sonra aynı program tekrar çıkıyor ve hatırlatıyor yani zaman geçtikçe artık hareketler alışkanlık haline geliyor.” Bilgisayar Mühendisi B.

“Kullanıyorum. Aile ve çocuk hakkında mesela sohbetlerde duyduklarımı aileme söylemeden, hissettirmeden yaşantıma sokmaya çalışıyorum. Namazımı kaçırmıyorum.” Taksici A.

Aşağıdaki yorumlarda, öğrenilen bilgilerin bireyle sınırlı kalmadığını, etraftaki insanlarla konuşulduğunu, paylaşıldığını görüyoruz. Öğrendikleri bilgileri aralarında konuşup birbirleriyle paylaşmaları gösteriyor ki genel olarak Akra Fm, özel anlamda ise dinledikleri programlar, onların hayatlarında belli bir yere sahip. Dolayısıyla programların, dinleyicilerin günlük hayatında gündem oluşturduğunu söyleyebiliriz. Böylelikle sosyal bütünleşme ihtiyacının doyuma ulaştığını görüyoruz.

“Evet kullanıyorum. Çok yoğun çalıştığım zamanlarda günümü planlayamıyordum. Planlı Hayat programını dinledim. Bir günümü ne şekilde planlayabileceğimi kağıda döktüm, fotokopilerini çektirip arkadaşlarıma da dağıttım.” Yazar M.

“Kullanıyorum. Mesela ilk aklıma gelen şey, İrfan Saati’nde tohumlarla ilgili bir program yapılmıştı. İsrail’in, tohumları Norveç’e ait Svalbard takımadasında depoladığı söylenmişti. Onu ben hayretle dinledim, çok şaşırdım, nasıl dedim biz bu kadar uyuduk ayakta. Onu bütün öğrencilerimle paylaştım. Tohuma karşı farkındalığımı artırdı. İlk aklıma gelen o ama birçok şey var. Mesela bunu öğrendikten bir kaç gün sonra gazetede bir ilan gördüm. Devlet, orjinal domates tohumu arıyordu.” Öğretmen E.

“Kullanıyoruz tabii. Mesela bir programda duyduklarımızı ‘Aaa bak böyleymiş’ diye birbirimizle paylaşıyoruz. Şu anda aklıma gelmiyor ama böyle. O kadar çok şey var ki. Bilgilerimin çoğunu Akra’dan aldım.” Dernek Görevlisi R.

“Tabii ki. Ne kadar öğrenirsek, ne kadar bilirsek o bize mutlaka yansıyor. Mesela kitap okuma zamanları ayırdık çocuklarımızla beraber. Daha çok onları teşvik etmeye başladım. Bir de şu an aklıma geldi, atıklarla ilgili bir program dinlemiştim, çöpleri atarken pet şişeler, cam şişeler ya da kağıtları ayırıp da atmamız gerektiğini söylemişti. Bunu anneme de söyledim, komşularıma da söyledim. Uyardığım birkaç insan da bunu uyguluyor. Gruplandırarak atarsak, hem çevreye hem dünyaya çok büyük yardım yapmış oluyoruz.” Evhanımı Ş.

“Kullanıyorum ve arkadaşlarıma da aktarıyorum. Sabahleyin kalkıyorsunuz kafanıza takılan birşey var, o esnada size birşeyden bahsediyor. En kötü şey gıybet mesela, onunla ilgili bir sohbetle karşılaşıyorsunuz, o gün içinde benim bunu yapmamam gerekiyor diyorsunuz. Çünkü sabah dinlediniz ve bunu hatırlıyorsunuz.” Hemşire H.

“Kullanıyorum, bazen etrafımı sıkıyorum. Mesela Hocaefendi’nin sohbetini dinledim, sıla-i rahim olayını akraba ziyareti olarak bilirdim, sıla-i rahimin bu kadar basit olmadığını, akrabaların sıkıntılarını da gidermek gerektiğini öğrendim. Sıla-i rahimin özünü kavradım ve bu şekilde uygulamaya başladım.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

“Öğrendiğim bilgileri günlük hayatta kullanmaya çalışıyorum, uygulamaya çalışıyorum. Dinlediğim güzel şeyleri çocuklarıma anlatıyorum. Mesela güzel bir sohbet dinledim ve o sohbetten birşey çıkarttım hayatımıza dair, hemen onu eşimle paylaşıyorum, eşim de benimle paylaşıyor. Eşim benden daha çok dinlediği için ‘Hocamız bana ne söyledi biliyormusun? Bu benim yaptığım yanlışmış veya bu benim yaptığım gerçekten doğruymuş’, onları gelip benimle paylaşır. Çocuklarımızla haftada bir toplantılarımız var. O toplantılarda bunları dile getiriyoruz, ‘Bak yavrum, Hocamız bunu söylüyor’, yani örneklerimiz hep Hocamız ile ilgili, Esat Hocamız ile ilgili. Çünkü Muharrem Hocamızın sadece tebriklerini, kutlamalarını duyuyoruz.” Terzi B.

Katılımcının son cümleleri ilgi çekici. Aynı zamanda bir gerçeği de gözler önüne seriyor. Katılımcının ‘Hocamız’ dediği kişi Merhum Profesör Dr. Mahmut Esat Coşan’dır. Şu anda kendisinin yerine cemaat liderliği rolünü devam ettiren oğlu Muharrem Nurettin Coşan’ın radyodaki söylemleri, katılımcının da ifade ettiği gibi kandil gecelerinde, dini bayramlarda yayınlanan kutlamalar şeklindedir. Oysa katılımcıların hemen hemen hepsinin daha önceki yorumlarından da anladığımıza göre cemaat liderinin sohbetlerinin, nasihatlerinin, verdiği dini bilgilerin, kişilerin hayatlarına yön

verici bir özelliği var. Bu durumun cemaatin hayatta olan lideriyle değil de hayatta olmayan liderin radyoda yayınlanan sohbetleriyle devam etmesini, daha önce de belirttiğimiz gibi, radyo vasıtasıyla yaşanan bir değişim olarak görüyoruz. Biraz daha açacak olursak, cemaat yapılarının, teknolojinin etkisiyle değişerek farklı bir boyut kazandığını söyleyebiliriz. Modern şehir hayatının hızlı ve karmaşık yaşantısından bunalan insanlar, ilim meclisinde dinleme imkanı bulamadıkları liderlerini radyoda dinleyerek hem bir gruba aidiyet hissini yaşamakta hem de radyo vasıtasıyla yaşanan bir dindarlığa imza atmaktadırlar. Eskiden ilim meclisinde dinlenen sohbetler günümüzde radyodan takip edilmekte, böylelikle cemaat lideri hayatta olmasa bile, kendisine medya tarafından verilen adeta dijital bir liderlik göreviyle insanlara ulaşmaya devam etmektedir.

Katılımcılara Akra Fm ile tanıştıktan sonra dini hayatlarında bir değişiklik olup olmadığı sorulmuş, hemen hepsi bu soruya olumlu cevap vermişlerdir.

“Akra Fm dini hayatımda çok etkili. Hocalarımın, sohbetleriyle beni yönlendirdiklerini düşünüyorum. Yalnız olmadığımı düşünüyorum. Bir eğitimde olduğumu düşünüyorum orada. Tesettüre girmemde Akra’dan aldığım donanımların da etkisi oldu.” Öğretmen E.

“Tesettüre girdim. Dini bilgilerim arttı.” Aşçı D.

“Bir defa zaten cemaate girdikten sonra değişiyorsunuz. O cemaat eşittir Akra. Diyelim ki bizim bu cemaat yolumuz, Akra da ışığımız, ampulümüz. Aydınlatan yani. Tesettürüm farklı oldu. Biz cemaate girdikten sonra tesettüre girdik. Yarım yamalak başımızı ya bağlıyorduk, ya bağlamıyorduk. Kültürümüzde öyle, kayınvalidenle giderken kapalıysın, eşinle giderken açıksın. Yani kapalıydık ama neden kapalı olduğumuzu bilmiyorduk, açtık ama neden açık olduğumuzu bilmiyorduk. Erkekli kadınlı oturuyorduk. Kesinlikle cahildik. Cemaat ile ve Akra Fm ile yeniden doğduk.” Terzi B.

“Çok değişiklik oldu. Tasavvufi görüşüm çok değişti. Önceden biraz daha yüzeyseldi görüşlerim. Gerçek Tasavvuf’u anladım Akra Fm ile tanıştıktan sonra. İbadetler konusunda Esat Efendi’nin Hadisler Deryası ve Gurbet Sohbetleri programları çok etkili oldu. Mesela benim namazı hızlı kılma alışkanlığım var. Esat Efendi’den dinlediğim hadislerle bunu biraz daha düzeltmeye çalıştım. Hadis ilmine yakın değildim. Hadis ilmini öğrendim Esat Efendi’nin sohbetleriyle. Dini bilgilerim arttı. Mehmet Zahit Efendi’nin Ummandan İnciler programını dinledim. O, Tasavvuf’ta az yemenin, az içmenin, az uyumanın esas olduğunu söylemişti. Onu hayatıma tatbik etmeye çalıştım. Ben de mümkün mertebe az uyuyup, az yemeye çalışıyorum.” Satış Elemanı M.

“Dini konularda bilgim arttı. İbadetlerim daha bir özüne yakın hale geldi. Eskiden ibadetlerim belki daha çoktu ama şekildi, şimdi belki ibadetlerim eskisi gibi çok olmayabilir ama ruhunu yakalamış bir şekilde.” Doğalgaz Teknisyeni Z.



“Haliyle oldu tabi. O güne kadar esnek davrandığım düşüncelerim esneklikten kurtuldu. Tam net bir hale getirdim. Mesela ben sigara içiyordum. Günde iki paket. Kimse bana bırakmamı teklif bile edemezdi. Mehmet Zahit Kotku Hocamız’ı dinledim, sigaranın haram olduğunu söylüyordu. Anında bıraktım. Bir daha hiç içmedim.” Evhanımı Z.

Katılımcının yorumundan, cemaat liderlerinin sözlerinin yaşam pratikleri konusunda çok etkili olduğunu anlıyoruz. Bağımlılık derecesinde bir alışkanlık, cemaatin iki kuşak önceki liderinin radyoda dinlenen sözlerinin etkisiyle anında terkedilebiliyor. Bu durumun, çalışmamızın birinci varsayımını desteklediğini düşünüyoruz. Şöyle ki, radyoda yayınlanan dini programda dinlenenler sebebiyle, dini açıdan haram olarak görülen bir alışkanlığın terkedilmesi, dini yaşantıda görülen önemli bir değişimdir.

“Hocamızın namaz ile ilgili sohbetlerini dinledikçe namazlarımı daha bir huşu ile kılmaya başladım.” Öğretmen F.

“Bazı bilgilerimizin yanlış olduğunu öğrendik. Düzeltmeye başladık. Dini konularda bilgilerimiz arttı. Mesela önceden Hicri yılbaşı, Hicri doğum günü gibi kavramları bilmezdik.” Evhanımı N.

“Dini bilgilerim arttığı için namazıma daha dikkat etmeye başladım. Tesettürlüydüm, namaz kıliyordum ama daha biliçli olmaya, farkında olmaya başladım. Hocamdan sohbetleri dinledikçe onları hayatımda uygulamaya başladım.” Evhanımı F.

“İbadetler konusunda daha hassas olmaya başladım. Dini konularda bilgilerim ve kültürüm arttı.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Tabii ki. Şöyle söyleyeyim, içimdeki dolması gereken haznenin gitgide, günden güne, damlaya damlaya dolduğunu hissettim. Dini konularda bilgim arttı.” Evhanımı Ş.

“Çok değişiklik oldu. Haram-helale dikkat ediyoruz. Mesela benim en çok etkilendiğim şeylerden bir tanesi Mehmet Zahit Kotku Hazretlerinin bir sohbetinde faizden bahsetmesiydi. Ev almayı düşündüğüm bir esnada dinlemiştim. Kredi ile ev almaktan vazgeçtim. Namazlarımı kıliyordum ama bu kadar huşu içinde değildi. Şimdi daha farklı olduğunu düşünüyorum. Allah katında olduğumu aklıma getirerek dünyevi şeyleri daha az düşünüyorum. Namaz, oruç, zekat, üzerinde çok durulan konular sohbetlerde. Dinledikçe kendinize çeki düzen veriyorsunuz. İbadetlerim konusunda bilincim arttı kesinlikle.” Hemşire H.

“Köklü değil ama ufak değişiklikler oldu. Zikir manasında mesela. Sürekli zikir tavsiye ediliyor. Mesela akraba ilişkileri konusunda değiştiğimi söyleyebilirim radyoyu dinlemeye başladıktan sonra. Daha sıkı tutmaya başladım akrabalık ilişkilerimi. Dini konularda bilgim arttı.” Bilgisayar Mühendisi B.

“Farkındalık oluşturdu. Maneviyattaki olumlu yöndeki gelişmeyle Akra’nın bütün programları arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Oldu. Herşeyi artık bilinçli yapıyorum. Namaz kıliyordum ama Akra Fm’i dinlemeye başladıktan sonra daha bilinçli oldum. Planlı projeli yaşamayı öğrendim. Hocaefendi’nin sohbetlerini dinlemeye başladıktan sonra tefekkür etmeyi öğrendim, hayatımın daha kolaylaştığını farkettilim maddi ve manevi

anlamda. Eskiden hep çalışıyormuşum, çalışmayı kendime bir borç gibi yapmışım yani ‘Ben bu evin reisiyim, gideyim çalışayım, para getireyim, geçinelim’. Oyle değil şimdi artık. Artık rızkın Allah’tan geldiğini, bilinçli çalışmayı öğrendim. Nasibimiz neyse odur diyorum. Çalışıyorum yine çalışıyorum ama rızkın Allah’tan olduğunu bilerek çalışıyorum.” Taksici A.

“Akra’dan önce de vardı, sonra da devam ediyor dini duyarlılıklarımız. Ama bakış açımız değişiyor. Olumlu katkıları oluyor. Pekiştirici etkileri var. Takviye ediyor.” Dernek Görevlisi R.

“Esat Coşan Hocamın ve Mehmet Zahit Kotku Hazretleri’nin sohbetleri ile ahlakımı, davranışlarımı, konuşma tarzımı çok düzelttiğimi biliyorum. Kişiliğimi, karakterimi çok etkiledi. İbadetler konusunda zaten bilgiliydim, Akra Fm bu bilgileri daha da pekiştirdi.” Yazar M.

“Dini bilgilerim zaten vardı. Akra Fm ile bunlar tazelendi. Mesela oruç bana çok ağır geliyor, dayanamıyorum. Hocamız, ‘Ramazan’da nasıl yaşıyorsanız, nasıl ibadet ediyorsanız, Ramazan’dan sonra da aynıysanız bilin ki dualarınız kabul olunmuştur’ diyor ya, hep o aklıma gelir. Hayatıma dikkat etmeye çalışırım. Mesela bu sene Şevval orucunu tuttum bu sayede. Akra Fm bize kritik yaptırıyor, düşündürüyor. Biz hep gözümüzün önündekileri okuyorduk, şimdi tersinden okuyorum. Mesela televizyona bir hoca çıktı diyelim. Ayetlerden bahsediyor. Hocamız dedi ki ‘Ayetlerden sonra Sünnetler’. Bakıyorum hiç Sünnetlerden bahsetmiyor, hemen onu merccek altına alıyorum. Takip ediyorum onu. Sonunda bakıyorum, hayatımızda olmaması gereken insanlar, dinlemememiz gereken insanlar diye düşünüyorum.” Evhanımı R.

Yorumları incelediğimizde, Akra Fm’in programlarının dini düşünce ce dini yaşantıdaki değişime olumlu katkılarının olduğunu görüyoruz. Akra Fm ile dini duyarlılık sahibi olmaya başlayanlar, tesettüre girenler, ibadetlerine başlayanlar olduğu gibi, Akra Fm’i dinlemeye başlamadan önce de dini duyarlılıkları olan katılımcılar ise, radyodaki programlar sayesinde dinin özünü kavradıklarını, bilinçlendiklerini, bildikleri konuların pekiştiğini, yeni öğrendikleri ile takviye edildiğini ifade ediyorlar. Bu bulgulardan yola çıkarak, bir cemaat radyosu olan Akra Fm’in, kimlik oluşturma ve kimlik pekiştirme gibi bir işlevi olduğunu söyleyebiliriz. Daha önce dini duyarlılıkları olmayan insanların, Akra Fm’in programları sayesinde böyle bir duyarlılık geliştirmeleri ‘kimlik oluşturma’, önceden dini duyarlılıkları olmasına rağmen radyonun programları sayesinde bildiklerinin takviye olması da ‘kimlik pekiştirme’ işlevine karşılık gelir.

Programlardan öğrendikleri bilgilerin katılımcılar tarafından nasıl alındığını anlamak amacıyla sorulan ‘Programlardan öğrendiğiniz bilgilerin doğruluğunu araştırıyor musunuz?’ sorusuna, katılımcıların yarısından fazlası hiç araştırmayıp, sorgulamadan kabul ettikleri cevabını vermişlerdir. Araştırma, sorgulama ihtiyacı duymadan doğru kabul etmelerinin sebebi,

kaynağa olan güven duygusudur. Aynı zamanda yaşanmışlıkların da bu güvende etkisi olduğunu görüyoruz. Çünkü bazı katılımcılar, programlardan öğrendikleri bilgilerin, zaten eskiden bildikleri şeylerle çelişmediği gibi, sonradan başka yerlerde duyduklarında da teyit edildiğini ifade ediyorlar.

“Hiç araştırmıyorum. Çünkü Nurettin Bey sahil kaynak çalışmasına önem verdiği için, Akra Fm’de de zaten okunan kitaplar, kullanılan kaynaklar belirtildiği için güveniyorum. Tekrar bir araştırma mecburiyetinde hissetmiyorum kendimi.” Satış Elemanı M.

“Akra Fm’den öğrendiğim bilgilerin doğruluğunu hiç sorgulamıyorum çok güvendiğim için, bizim radyomuz olduğu için. Bir de şunu düşünüyorum, kesinlikle, muhakkak Hocamızın bir onayı var bunlarda.” Terzi B.

“Akra çok temiz ve berrak bir kaynak olduğu için güveniyorum.” Evhanımı Z.

“Hiç şüphem yok. Çünkü çok seçici olduklarını biliyorum. Bu zamana kadar hiç zararını görmedim öğrendiklerimin. Hiç bir bilginin yanlış olduğuna hiç tanık olmadım.” Yazar M.

“Hocalarımızın kontrolünde olduğunu düşünerek doğruluğunu araştırmıyorum. Şu ana kadar hiç araştırmadım. Güveniyorum.” Evhanımı F.

“Yok, araştırmıyorum. Güveniyorum.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Hiç araştırma ihtiyacı duymadım ama radyoda duyduğum şeyi başka yerde de duyduysam, evet diyorum yine doğru çıktı. Yayıncıların sadece görev gereği bu işi yaptıklarını düşünmüyorum. Allah’tan korkarak yaptıklarını düşünüyorum. Gerçekten görevlerini çok iyi yapıyorlar. Bu yüzden de güveniyorum.” Evhanımı Ş.

“Akra’ya itimadım çok fazla. Yani onun çok elekten geçtiğini düşünüyorum. Şu ana kadar da okuduğum, öğrendiğim, bildiğim hemen hiçbirşeyle de çelişmedi. Çok sıkı bir denetimden geçiyor, çok özenli bir çalışmayla ortaya çıktığını düşündüğüm için bana çok güvenilir kaynak geliyor.” Öğretmen E.

“Bilgilerin damıtılarak verildiğini düşündüğüm için doğruluğunu araştırma gereği duymuyorum.” Dernek Görevlisi R.

“Araştırmıyorum çünkü sonuçta bu radyonun nereye ait olduğunu, kime ait olduğunu biliyorum ve oraya yanlış birşey girmeyeceğini biliyorum.” Hemşire H.

“Bazı programlarda zaten kaynak veriliyor. Kaynak verildikten sonra yeniden araştırma gereği duymuyorum. Diğer konularda alanında uzman kişiler program yaptığı için onlara da itibar ediyorum.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Bizim radyomuz olduğu için doğru olduğuna inanıyorum. Çünkü boş insanları çalıştırmayacaklarına inanıyorum.” Taksici A.

Buraya kadarki yorumlardan, katılımcıların egemen okuma yaptıklarını, kodlanan mesajı hakim kodlarla alıp, herhangi bir değişikliğe tabi tutmadan kabul ettiklerini görüyoruz.

“Dün akşam arkadaşlarla konuştuk, çok yakın bir zamanda bir programda bir hadis geçmişti. O acaba sahil midir, değil midir diye tartıştık, hatta araştırdık. Ama benim Akra’yı dinlediğim zaman şunu hissediyor olmam lazım, oraya çıktıysa doğruluğunun araştırılmış olması lazım, Akra’da çıkmışsa benim ona güveniyor olmam lazım. Çünkü kendi radyomuz ve buna benim inanmam lazım.” Öğretmen F.

Bu yorumda müzakereli okuma örneği görüyoruz. Tıpkı Stuart Hall’ün müzakereli okuma türüne verdiği örnekte olduğu gibi: Bir işçi, grev yapma ve ücretlerin dondurulmasına itiraz hakkını kısıtlayan bir Sanayi İlişkileri Bildirisi’ne tepki gösterir. Ulusal çıkar düzeyinde, egemen tanımı benimseyerek, enflasyonla mücadele için daha az para kazanmayı kabul etmesi gerektiğini düşünürken, kendi kişisel çıkarları doğrultusunda daha fazla para kazanması gerektiğini düşünür (Hall, 2003:324). “*Benim Akra’yı dinlediğim zaman şunu hissediyor olmam lazım, oraya çıktıysa doğruluğunun araştırılmış olması lazım, Akra’da çıkmışsa benim ona güveniyor olmam lazım. Çünkü kendi radyomuz ve buna benim inanmam lazım.*” Böyle olması gerektiğini düşünüyor ama böyle olmama ihtimalini de düşünerek, araştırıyor.

Aşağıdaki yorumda ise muhalif okuma örneği görüyoruz:

“Süzgeçten geçiriyorum. Programına bağlı ama. Mesela dün bir program dinledim, Akra Fm’in yapısını bozan bir havada program sunuyordu. Hani biz alışmışız ya böyle daha sakin sunumlara. Farklı bir tarzı var, Akra Fm’in ezberini bozan bir tarz. Mesela orada karşı çıktığım fikirleri oldu.” Bilgisayar Mühendisi B.

Sonuç olarak, katılımcılara yöneltilen, radyodan öğrendikleri bilgilerin doğruluğunu araştırıp araştırmadıkları sorusuna verilen cevaplarda, çoğunluk egemen okuma yapmasına rağmen, Kodlama-Kodaçımleme modelinin üç okuma türüne de rastlıyoruz.

Akra Fm’de yayınlanan reklamların onlar için ne ifade ettiğini, Akra Fm’de yayınlanıyor olmasının onlar için bir referans teşkil edip etmediğini anlamak için yöneltilen soruya katılımcıların yarısından olumlu cevap gelmiştir.

“Ben Akra Fm’in reklamlarını da çok seviyorum. Hazır ayağımıza geliyor yani. Akra Fm’de reklamsa bu, gözüm kapalı kabul ediyorum. Mesela merak ediyoruz, nereden alışveriş yapsak vicdanımız rahat olur, Çağrı marketi duyuyoruz ya reklamda, ‘Aaa bak, bu market gönül rahatlığıyla alışveriş yapabileceğimiz bir yermiş’ diyorum. Mutlu oluyorum, vicdanen de rahat oluyorum.” Terzi B.

“Reklamlar çok kaliteli, gerek duyduğumuz reklamlar. Biliyorum ki Akra, seviyesiz ürünlerin ya da kuruluşların reklamını yapacak kadar duyarsız bir kurum değil. Öyle düşünüyorum ve güveniyorum.” Satış Elemanı M.

“Radyomuzda Çağrı marketin ismini duydum, ondan sonra oradan alışveriş yapmaya başladım. Onlara da söyledim radyomuzda duymasaydım sizden alışveriş yapmazdım diye.” Evhanımı Z.

“Güveniyorum. Oraya yanlış birşeyi çıkartmazlar diye düşünüyorum. Hocamızın kontrolünde olduğu için böyle düşünüyorum.” Evhanımı F.

“Evet. Hocamızın her reklamı kabul etmediğini duymuştum. O yüzden güvenilir hissediyorum” Dernek Görevlisi R.

“Güveniyorum. Hocamın denetiminden geçtiğini bildiğim için. Bir kuruluşun reklamını radyoda duyduktan sonra ‘Aaa burası da güvenilirmiş’ dedim.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Onlar yayınlamayı kabul ettiyse uygundur diyorum oradan alışveriş yapmak. Güveniyorum. Her sözüne güvendiğimiz için yapılan reklamlara da güvenebiliriz diye düşünüyorum.” Evhanımı Ş.

“Akra Fm’in reklamlarında Kuveyt Türk’ü duyunca dedim ki, Kuveyt Türk demek ki Hocamızın onayından geçti. Çağrı Market’i duyunca demek ki dedim buradan alışveriş yapabiliriz. Referans oluyor bizim için.” Öğretmen E.

“Baktığım zaman Akra Fm’de fazla reklam yok. Olan reklamın da güvenilir olduğunu düşünüyorum.” Evhanımı N.

“Güvenilir olduğunu düşünüyorum. Kuruma olan güvenim sebebiyle.” Hemşire H.

Buraya kadarki yorumları incelediğimizde, katılımcıların cemaate olan güvenleri sebebiyle Akra Fm’de yayınlanan reklamları güvenilir bulduklarını, Akra Fm’de yayınlanıyor olmasının onlar için adeta helal sertifikası anlamına geldiğini anlıyoruz. Burada katılımcılar tam bir egemen okuma örneği sergiliyorlar. Benim radyomda yayınlanıyorsa güvenilirdir diye düşünerek, araştırma, soruşturma gereği duymuyorlar.

Katılımcılardan sadece bir tanesi reklam dinlemediğini ifade ederken, aşağıdaki yorumlarda da göreceğimiz üzere, diğerleri müzakereli okuma örneği sergiliyorlar.

“Bazı hassasiyetlere dikkat edildiğini düşünüyorum. Her bankanın reklamı yapılmıyor mesela, finans kuruluşunun reklamı yapılıyor. Radyoda duyup da ailemle gönül rahatıyla alışveriş yaptığım kuruluş var ama ambalajlı

ürünler için aynı şeyi söyleyemem, araştırmamı yaparım.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Tabi güvenilir olmasını isterim. Güvenirim de ama kat’i bir şekilde bağlanır mıyım, yine de araştırırım. Çünkü bir kurumsunuz ve reklam almanız gerekir. Bu herşeyin kat’i bir şekilde doğru olacağı anlamına gelmez.” Öğretmen F.

“Güvenilir kabul ediyorum ama yine de araştırıyorum. İhtiyacım varsa alıyorum.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

“Güvenilirlik bir yere kadar. Ondan sonrası ticarete giriyor. Ben gerçekçiyimdir, duygusal davranmam yani. Radyomda yayınlandığı için güvenilir olmalı ama gözüm kapalı almam.” Evhanımı R.

Bir katılımcının da muhalif okuma yaptığını görüyoruz:

“Reklamları bir gereklilik olarak görüyorum. Bir kuruluşunuz ve reklam almak zorundasınız ayakta kalmak için.” Kur’an Kursu Öğreticisi S.

Akra Fm’de yayınlanan ‘Okudukça’, ‘Başmakaleler’, ‘Kur’an ve Sünnet Yolu’, ‘Bana Dinimi Anlat’ ve İngilizce yayınlanan ‘Tell Me About İslam (Bana İslam’ı Anlat)’ isimli programlar, bir kitabın sunucu tarafından okunduğu programlardır. Bu programların katılımcılar üzerindeki etkisini anlamak için yöneltilen soruya gelen cevapların hepsi olumludur. Katılımcıların çoğunluğu bu programları takip ettiklerini, istifade ettiklerini, daha önce okumuş oldukları bir kitap okunuyor bile olsa yine dinleyip, hem bilgilerini tazelediklerini, hem de kaçırmış oldukları noktaları yakaladıklarını, bir sunucunun sesinden kitabı dinlemenin çok daha güzel olduğunu ifade etmişlerdir.

“Evde aynı kitap var, onu açıp okumadım, tembellik ediyorum. Programcı okuyor, ben dinliyorum. Merak uyandırıyor, kitabın sonunda ne olacak diye düşünüyorum. Daha iyi anlıyorum dinlerken.” Satış Elemanı M.

“Sesli kitap tarzındaki programları çok beğeniyorum. Çünkü hem bir taraftan biz onu okuduk, bir de ondan sonra radyoda dinleyince çok farklı bir algı oluşabiliyor. ‘Aaa bak ben burayı okurken anlamamıştım, şimdi burada çok daha güzel anladım’ diyebiliyorum. Yani benim algım farklı oluyor. Yani ben bunu okurken bu şekilde anlamıştım, onun ağzından dinlerken diyorum ki, ‘Hakikaten şu söylemiş, ben bunu düşünmemişim’. Mesela güncel bir olay, Hocamız onu yirmi sene önce yazmış ama şu an sanki bana yazmış, bana hitap ediyormuş gibi okuyorum ben onları, dinlerken de aynı o şekilde oluyor, çok hoşuma gidiyor.” Terzi B.

“Faydalı bir hizmet olduğuna kesinlikle inanıyorum. Önceden okuduğum kitapları da sesli olarak dinliyorum. Mesela bir kitabı okuyup bitirmiştim hatta araştırma bile yapmıştım. Aradan bir iki sene geçti, radyoda

dinlediğimde şunu söyledim: Bu kısım niye benim dikkatimi çekmedi?” Öğretmen F.

“Bizim için de faydalı bir hizmet. Okumuş olduğumuz bir kitap bile olsa dinleyince bilgilerimiz daha çok tazeleniyor.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Çok takdir ediyorum. Kendim de çok istifade ediyorum. Bir de ben bunu zaten önceden düşünüyordum kitap okumaya vakti olmayan insanlar için böyle bir hizmet olsa diye. Benim için ayrı bir nimet oldu.” Evhanımı Ş.

“Kesinlikle çok faydalı bir hizmet.” Hemşire H.

“Kesinlikle faydalı olduğunu düşünüyorum. Ben mesela yorgun oluyorum işten geldiğimde, uzaniyorum, ‘Okudukça’ programını çok güzel dinliyorum. Kendi okuduğunuzla başkasının okumasından dinlemeniz farklı yere getiriyor insanı.” Bilgisayar Mühendisi B.

“Çok hoşuma gidiyor. O programda okunan kitapların çok faydalı olduğunu gördüm ve çoğunu aldım. Şu anda ‘Mantıku’t-Tayr’ı okuyorlar, çocukların da ilgisini çekiyor. Yani çocuklar için de, gençler için de kitap okumayı öğretiyor, sevdireyor.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

“Evet faydalaniyorum. Bilinçlendirme, farkındalık çok ciddi bir konu.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Dinliyorum, hoşuma gidiyor. Taksi şoförü olduğum için kitap okumaya vaktim yok. O eksikimi radyodaki bu tür programlarla tamamlıyorum.” Taksici A.

“Bilgi eksikliğimizi tamamlıyor.” Evhanımı Z.

“Bence çok güzel. Hazır kitap okunuyor sana. Ben de evde olduğumda dinliyorum.” Evhanımı F.

“Kitap elimdeyse bile, radyoda okunanı daha çok tercih ediyorum. Dinleyerek daha çok etkileniyorum, daha kalıcı oluyor.” Evhanımı N.

“Kitap okuma alışkanlığı veya imkanı olmayanlar için çok büyük bir katkı olduğunu düşünüyorum. Hem de kitap okumak isteyenler için yol gösterici olduğunu düşünüyorum. Ayrıca okumuş olduğumuz bir kitap bile olsa, kaçırdığımız noktaları yakalıyoruz. Ben bunu atlamaşım, hiç farketmemişim diyoruz.” Öğretmen E.

“Evet. Faydalı bir hizmet.” Dernek Görevlisi R.

“Bence önemli. Özellikle görme engelli insanlar için, kitap okuma imkanına sahip olmayanlar için güzel bir hizmet.” Evhanımı R.

Yorumları incelediğimizde, sesli kitap tarzı programların, katılımcıların bilişsel ihtiyaçlarını doyuma ulaştırdığını anlıyoruz, ayrıca farklı sosya-demografik özelliklerin bu durumu etkilemediğini görüyoruz. Çünkü yorumlardan da anladığımız üzere, eğitim seviyesi yüksek olan katılımcılar da bu tarz programlardan istifade ediyorlar. Bu programlar sayesinde insanlar dinlenme zamanlarında bile kendilerini geliştirme imkanı buluyorlar. Bu durumun aynı zamanda radyo vasıtasıyla yaşanan bir dini değişim örneği olduğunu düşünüyorum. Özellikle ‘Kur’an ve Sünnet Yolu’ programında okunan ilmiyal bilgileriyle, bireyler kafalarına takılan soruların cevaplarını

öğrenirken, ‘Bana Dinimi Anlat’ ve ‘Tell Me About İslam (Bana İslam’ı Anlat’ programlarıyla İslam dinini daha iyi öğrenmiş oluyorlar. Zaten İslam dini hakkında bilgileri olan insanlar, bu programlar sayesinde hem bilgilerini tazeleyip, takviye ediyorlar, hem de bilmedikleri konuları öğreniyorlar. İslami bilgileri olmayan insanlar ise, dinleyerek çok daha kolay bir şekilde bilgilere ulaşmış oluyorlar. Her iki durumda da radyo, dini yaşantıdaki değişimi hızlandırmış oluyor. Aynı zamanda kimlik oluşturma ve pekiştirme işlevini yerine getiriyor. Bir cemaat radyosu olan Akra Fm’in yayınları ile cemaat mensupları zaten sahip oldukları dini kimliklerini pekiştirirken, Akra Fm ile raslantı sonucu tanışıp, sonrasında cemaate dahil olanlar da yeni bir aidiyetle, yeni bir kimlik oluşturmuş oluyorlar.

#### **3.2.2.4. Dinleyici-Radyo Aidiyet Hissi ve Yaşanan Manevi Durumlar**

Dinleyicilere radyo ve aidiyet hissi ile ilgili sorular yöneltilmesi, dinleyici-radyo-cemaat ilişkisinin boyutlarını anlamak içindir. ‘Kendinizi Akra Fm’in bir ferdi gibi hissediyor musunuz?’ sorusuna katılımcıların hepsinden olumlu cevap gelmiştir.

“Kesinlikle. Cemaatimin radyosu, bu birinci sebep, ikinci olarak da aradığım her şey orada var. Beklentilerimin hepsini karşılıyor. Yani ben bunu bırakayım da başka bir radyo dinleyeyim şeklinde bir açlık hissetmiyorum. Hem dini, hem dünyevi ihtiyaçlarımı karşılıyor. Diğer radyolarda dolaştığımda şunu görüyorum: Kimi o kadar aşağı seviyede ki. Sizi aşağılara çekiyor. Akra Fm yukarılara çıkartıyor. Ufkunuzu açıyor, ufkunuzu yükseltiyor.” Yazar M.

“Tabii ki hissediyorum. Bunun sebebi, camiayla içiçe olmam, gidebildiğim kadar bizim camiamıza mensup derneklere gidip gelmem, aynı cemaate bağlı olduğumuz kardeşlerimizle aynı radyoyu dinlemek ve Akra’yı devamlı dinlemek. Bazı zaman oluyor ben uyusam da radyoyu açık bıraktığım oluyor. Sabaha kadar çalışıyor.” Satış Elemanı M.

“Benim diyorum, benim. Ferdi olarak hissetme değil, orası benim. Bilmiyorum ki, bizim radyomuz, bizim hastanemiz..Gönül bağı.” Evhanımı R.

“Ailem gibi. Hocamıza bağlı olduğu için böyle diyorum.” Evhanımı F.

“Aileden gibi hissediyorum kendimi. Cemaatimin radyosu olduğu için.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Tabi bir sahiplenme var. Cemaatimin radyosu olması etkili böyle hissetmemde.” Bilgisayar Mühendisi B.

“Hissediyorum tabi. Ne bileyim bizden biri olduğu için ya da ben onlardan biri olduğum için.” Taksici A.

“Hissediyorum. Bizim radyomuz olduğu için.” Evhanımı N.



“Bazen hissediyorum. Gönül bağılılığı sebebiyle.” Öğretmen F.

Bir cemaate mensup olan insanlar, herşeyleriyle kendilerini o gruba ait hissederler. Ya da tersten okuyacak olursak, o cemaatin herşeyiyle kendilerine ait olduğunu düşünürler. Yukarıdaki yorumlardan birinde de ifade edildiği gibi, bizim radyomuz, bizim hastanemiz vs. şeklinde, o cemaate ait kuruluşları tercih ederler. Kısaca ifade edecek olursak, bir cemaate mensup olmak, ben yerine biz duygusuna sahip olmayı beraberinde getirir. O kapıdan içeri giren insan artık ferdi hareketlerden uzaktır. Yorumlarda da bu düşüncenin izdüşümlerine rastlıyoruz. Kendilerini Akra Fm’in bir ferdi gibi hisseden katılımcılar, buna sebep olarak cemaatlerinin radyosu olmasını gösteriyorlar. Daha önce de ifade ettiğimiz gibi, dini medya organlarının tercih edilmesinde, bilgilenme ihtiyacının yanında duygusal ihtiyaçların da çok önemli bir yeri vardır. Kendilerini bir gruba ait hissetmeleri, bireylerin kişisel kimlik ihtiyaçlarını doyuma ulaştıran bir durumdur. Dini medya organları genellikle bir cemaate ait kuruluşlar olduğu için, o medya organını tercih eden insanlar da ya o cemaate mensup olurlar ya da tercih ettikleri medya organından etkilenerek o cemaate mensup olurlar. Saha araştırmamızın ilk kısımlarında bu gerçeği ortaya çıkartan yorumlara yer vermiştik. Ancak burada antiparantez olarak belirtmekte fayda gördüğümüz bir husus var ki, dini bir medya organını takip eden herkes o cemaate mensup olmayabilir. Dışarıdan biri olarak da o kuruluştan istifade edilebilir. Katılımcı yorumları da bu durumu destekler mahiyettedir:

“Kendimi Akra Fm’in bir ferdi gibi hissediyorum. Bunun sebebi bizim radyomuz olması. Hocamızın sohbetleri. Genelde çok güzel bir radyo. Cemaatten olmayıp da dinleyen ve birbirlerine tavsiye eden tanıdıklarım var.” Aşçı D.

“Sadece bizim cemaatimizden olanlar değil, cemaatimizden olmayanlar da dinlediklerinde diyorlar ‘Hocaefendi sanki hiç dünyasını değiştirmemiş gibi’ diye. Sadece biz değil, onlar da öyle hissediyorlar.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

Kendilerini Akra Fm’in bir ferdi gibi hissetmelerine sebep olarak cemaatlerinin radyosu olmasının haricinde cevap veren katılımcıların da birbirlerinden farklı sebepleri olduğunu görüyoruz:

“Hissediyorum. Akra Fm benim hayatımın ayrılmaz bir parçası, çok etkin, günümün çoğu beraber geçiyor. Program yapanları tanımasam da manevi bir bağ olduğunu düşünüyorum aramızda. Dua ediyorum onlara.” Öğretmen E.

“Tabii ki. Akra Fm demiyorum, bizim radyomuz diyorum. Bize hitap etmiş olması, bütün ihtiyaçlarımızı karşılıyor olması böyle hissetmeme sebep oluyor.” Evhanımı Z.

“Kendimi Akra Fm’in bir ferdi gibi hissediyorum. Çünkü sabah programında dua yapılırken ben de kendimi orada hissediyorum.” Hemşire H.

Son yorumda cemaat kelimesi açık bir şekilde geçmese bile, bu aidiyet hissini, ortak değerler etrafında biraraya gelinen bir grup dinamiğinden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

“Elbette. Akra Fm bizim. Sadece bizim olduğu için demiyorum, gerçekten çok kaliteli bir yayın yapıyor.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

Bu yorumda ise, aidiyet hissini sebebi olarak, cemaatin radyosu olmasının yanında, Akra Fm’in yayınlarının kaliteli olması gösteriliyor.

“Kendimi Akra Fm’in bir ferdi gibi hissediyorum. Hatta daha da ukalalık yapıp kendimi orada sunucu bile yaptım. Kendimi Akra Fm’in bir ferdi gibi görmemin sebebi Akra Fm’deki insanların samimiyeti.” Terzi B.

Katılımcının yorumunu incelediğimizde, radyo vasıtasıyla kişisel bütünleşme ihtiyacını doyuma ulaştırdığını söyleyebiliriz.

“Kesinlikle, evet. Birşeye iyi diyebilmeniz için kötüyü görmemiz lazım. Kıyas yapabilmek için kıyas yapacağınız elinizde başka şeyler olması lazım. Kıyas yapacağımız şeylerle karşılaştığımızda onun üstünlüğünü Akra Fm’de görebiliyoruz. Yani kıyas yapabileceğiniz şeyler de yok ortalıkta. Keşke öyle medya kuruluşlarının sayısı artsa, biz fanatizm yapmayız, hakkı teslim ederiz ama yok.” Doğalgaz Teknikeri M.

Son yorumda, aidiyet hissine sebep olarak, Akra Fm’e alternatif bir yayın kuruluşunun olmaması gösteriliyor.

Radyo ve cemaat aidiyeti hissini boyutlarını daha iyi anlamak için katılımcılara yöneltilen ‘Programcıların cemaatten olduklarını düşünüyor musunuz?’ şeklindeki soruya birbirinden farklı cevaplar gelmiştir.

“Onları samimi görmemin sebebi cemaatimden olmaları. Bende öyle bir algı var, Akra Fm’de çalışıyorsa benim cemaatimdir, kardeşimdir.” Terzi B.

“Kesinlikle öyle olduğunu düşünüyorum. Orayla gönül bağı olan insanlar olduğunu düşünüyorum.” Hemşire H.

“Tabii, yabancı gelmiyorlar, yakın hissediyorum.” Evhanımı F.

“Yüzde doksan öyledir diyorum. Akra Fm herkesi çalıştırmaz diyorum. Ya da şöyle söyleyeyim, bu kişi bu kadar kaliteli bir radyoda bu kadar kaliteli bir programda çalışıyorsa o pişer diyorum.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

Buraya kadarki yorumlarda egemen okuma örneği görüyoruz. Katılımcılarda, Akra Fm bizim cemaatimizin radyosuysa, oradaki programcılar da cemaatimizdendir ya da öyle olmalıdır algısının hakim olduğuna şahit oluyoruz. Aşağıdaki yorumlarda ise müzakereli okuma örneği görüyoruz:

“Cemaatimizden olduğu hissine kapılmasam bile kendime çok yakın hissediyorum.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Bazen hissediyorum ama olmasalar da diyorum bunlar çok iyi insanlar. Gerçekten görevlerini çok iyi yapıyorlar diye düşünüyorum.” Evhanımı Ş.

“Bazen kendi kendime soruyorum, acaba şu programcı ihvanımız mı, bu programcı ihvanımız mı? Acaba Akra Fm’deki herkes cemaatimize mensup mu?” Satış Elemanı M.

“Öyle olduğunu düşünüyorum. Belki cemaatten olmayan da vardır ama en azından belki muhabbetleri vardır. O ekibe orada ihtiyaç vardır. İyi bir elamandır. Orayı tamamlıyordur. Ama o muhabbetin içinde etkileniyordur diye düşünüyorum. Çok büyük bir çaba olduğu için hepsine dua ediyorum.” Öğretmen E.

Son yorumlarda muhalif okuma örneği görüyoruz:

“Yüzde yüz cemaattendir diyemiyorum. Bu konuda ehliyeteye önem verildiğini düşünüyorum.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Yok hissetmiyorum. Çünkü hepsinin tarzı farklı.” Bilgisayar Mühendisi B.

“Yok hissetmiyorum. İşini gayet iyi yapan insanlar olarak görüyorum.” Taksici A.

“Yok, onlar işlerini yapıyorlar.” Kur’an Kursu Öğreticisi S.

“Yoo, hiç de öyle görmem. Neler var diyorum. Hiç öyle düşünmem.”  
Evhanımı R.

Sonuç olarak, programcıların cemaatten hissedilip hissedilmediği sorusuna gelen cevaplarda, Kodlama-Kodaçımllama modelinin üç okuma türüne de rastlıyoruz.

Aşağıda yer vereceğimiz yorumlar, ilk katılımcı ile yapılan görüşmenin seyri sırasında kendiliğinden ortaya çıkan bir yorumdan yola çıkılarak diğer katılımcılara da yöneltilen ‘Hocaefendi’yi dinlerken sanki radyodan değil de ilim meclisinde, onun bulunduğu ortamda dinliyormuş gibi hissediyor musunuz?’ sorusuna verilen cevaplardan oluşmaktadır. Bu yorumlarda dikkati çeken iki durum sözkonusudur. Henüz hayattayken, cemaat liderini ilim meclisinde dinleyen bir insanın, aynı sohbeti radyodan dinlerken, o ana giderek kendini oradaymış gibi hissetmesi normal bir durumdur ama yorumlardan anladığımızı göre hayatta iken Hocaefendi’nin ilim meclisinde bulunup onu dinleyenler, aynı mecliste bulunmadıkları sohbeti de radyodan dinlerken yine aynı hisse kapılıyorlar. Ayrıca onu hayattayken hiç görmeyenler de bu hisse kapılarak dinliyorlar. Bunu cemaat aidiyeti sebebiyle, dini lidere atfedilen kutsallık hissi sebebiyle yaşanan manevi bir durum olarak açıklayabileceğimizi düşünüyoruz. Ayrıca Profesör Dr. Mahmut Esat Coşan’ın tarzının da bu durumda etkisinin büyük olduğunu düşünüyoruz. Çünkü onun sohbet tarzı, karşısındaki insana anlatır, onunla konuşur gibidir. Aynı zamanda bu yorumlardan yola çıkarak, hayatta olmamasına rağmen, cemaat liderinin görevinin sanal bir şekilde devam ettiğini söyleyebiliriz.

“Zaten radyoyu dinlediğimde Hoca Efendi hayattaymış gibi, ahirete göç etmemiş gibi hissediyorum. Sanki İskenderpaşa’ya gitmişim de onu orada dinliyormuşum gibi bir hisse kapılıyorum. Onu hayattayken bizzat dinlediğim sohbetlerde de, diğerlerinde de aynı durumu yaşıyorum.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Hocamın sohbetlerinde bizzat bulunduğum için o ana gidiyor kendimi o halkanın parçası gibi hissediyorum.” Dernek Görevlisi R.

“Evet, aynen. Sohbeta başlayınca Hocaefendi’yi tahayyül ediyorum, gözümün önüne getiriyorum. Çünkü daha önce onu camide gördüm ya.. Bir de bilmiyorum ki farklı birşey oluyor, anlatılmıyor, değişik bir şey oluyor, anlatamıyorum ki. İster daha önce onun meclisinde dinlediğim sohbeti şimdi radyoda dinleyeyim, ister meclisinde bulunmadığım sohbeti dinleyeyim, farketmiyor. Hep onu görüyormuşum gibi dinliyorum.” Ev Hanımı R.

“Evet oluyor. Daha önce onun huzurunda bulunduğum sohbetlerde de, huzurunda bulunmadığım sohbetlerde de yaşıyorum bunu ama bu bilimsel olarak nasıl açıklanabilir bunu bilemiyorum. Eğer kendimi verebilmişsem yaşıyorum bu durumu.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Evet hissediyorum. Ben Hocaefendi’yi hayattayken hiç görmedim ama onu dinlerken kendimi onun dizinin dibinde gibi hissediyorum, ilim meclisinde onu dinliyormuşum gibi hissediyorum.” Taksici A.

“Hoçamızın programlarını dinlerken, mübarek konuştuğu zaman sanki böyle benim gözümün içine bakarak konuşuyormuş, sanki bana hitap ediyormuş, o an o nasihate ihtiyacım varmış da tutmuş beni oturtmuş karşısına sanki bana söylüyormuş gibi hissediyorum. O gün o nasihate ihtiyacım var, mesela bir işte tereddütlüysem emin olabiliyorum ya da geri durabiliyorum.” Terzi B.

“O sohbetler zamansız ve mekansız sohbetler. Hocalarımız sanki yaşıyorlar gibi geliyor bana. Onu dinlerken radyo ortadan kalkıyor. Sanki o ortamdayım, Iskenderpaşa Camii’ndeyim. Hoçamı orada dinliyormuşum gibi hissediyorum. Zaman mekan kalkıyor aradan.” Öğretmen E.

“Ben de Hocaefendi’yi dinlerken sanki radyodan değil de onun ilim meclisinde dinliyormuşum gibi bir hisse kapılıyorum.” Satış Elemanı M.

“Hissediyorum çünkü sohbetleri dinlerken dışarıdan duyduğum sesler beni etkilemiyor. Kendimi sohbetin yapıldığı ortamda gibi hissediyorum.” Hemşire H.

Aşağıdaki yorumlarda bu durum öyle bir boyutta kendini hissettiriyor ki, radyodan dinlenen bir sohbet olmasına rağmen sanki Hocaefendi oradaymış gibi bir saygı durumuna yönlendiriyor bireyleri:

“Mesela evde dinlerken edeple dinliyorum. Oturuşuma dikkat ediyorum. Sanki oradaymışım gibi düşünüyorum.” Evhanımı F.

“Evet oluyor, direkt bir toparlanma durumu oluyor mesela. Oturuşumu düzeltiyorum, uzanarak dinleyemiyorum mesala. Gayr-ı ihtiyari oluyor ama, benim dışımda gelişen birşey sanki. Her dinlediğimde böyle.” Bilgisayar Mühendisi B.

Bir katılımcı bu durumun cemaat aidiyeti sebebiyle, dini lidere atfedilen kutsallık hissi sebebiyle olabileceği düşüncemizin tersi bir yönde görüş belirterek, bu durumun sadece cemaat mensuplarına has olmadığına dikkat çekmiştir:

“Sadece bizim cemaatimizden olanlar değil, cemaatimizden olmayanlar da dinlediklerinde diyorlar ‘Hocaefendi sanki hiç dünyasını değiştirmemiş gibi’ diye. Sadece biz değil, onlar da öyle hissediyorlar.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

Bir katılımcı böyle bir durumu yaşamadığını ifade ederken, sebebi kendinde arayarak, manevi olgunluğunun eksik olduğuna atıfta bulunmuştur:

“Açıkçası olmadı. Sanırım bunun için manevi ilerlemem yeterli değil.” Öğretmen F.

Yine görüşmeler sırasında kendiliğinden ortaya çıkan yorumlardan yola çıkılarak diğer katılımcılara yöneltilen ‘Hocaefendi’yi dinlerken radyodan size bir mesaj geldiğini hissettiğiniz oluyor mu?’ sorusuna verilen cevaplarda da cemaat aidiyeti sebebiyle, dini lidere atfedilen kutsallık hissi sebebiyle yaşanan manevi bir durumun tezahürlerini görüyoruz. Ayrıca bu yorumlarda cemaat liderinin, hayatta olmamasına rağmen, liderlik görevini sanal bir şekilde yerine getirerek insanların hayatında önemli yönlendirmelerle etkili olduğunu gözlemliyoruz:

“Esat Hocamızın sohbetlerini dinlerken sorularımıza cevaplar buluyoruz. Sanki oturup birebir, karşılıklı istişare etmişiz gibi hissediyoruz. Yüzyüze görüşmüş gibi. O hissi veriyor bana. Sanki o gün bir mesaj gitmiş benden kendisine de o mesajın cevabı geliyor.” Evhanımı Z.

“Birine çok sinirlenmiştim. Bir haksızlık yapmıştı. Namaza duruyordum hep aklıma geliyordu. Ne yapacağım, nasıl kurtulacağım derken Hocamın sohbetini dinlemeye başladım, sanki bana hitap ediyordu, ‘Bu sadece senin başında mı var, herkese böyle sıkıntılar geliyor’ diyordu. O anda ben rahatladım, namazımı rahat kılmaya başladım.” Evhanımı F.

“Arayan buluyor. Beklenti varsa o beklentiye cevap geliyor. Mesela bir örnek vereyim. Rahmetli Mehmet Zahit Kotku Hazretleri bir sabah sohbetinde şöyle diyor: ‘Ey Rabbim, bana dünyada da ahirette de iyilik ver.’ Hz. Ali Efendimiz bu iyilikten muradın beş tefsirini yapmış. Beş tefsirden biri de hanımın yumaşak huylu, itaatkar, tatlı dilli ve güleryüzlü olması. Mehmet Zahit Kotku Hazretleri diyor ki: ‘Şimdi dünya hanımları böyle mi? Çok nadirattan. Peki ne yapacağız? Herkes sabredek, tahammül edecek. Belki Cennet’i hak etmemize birbirimize tahammülümüz sebep olacak.’ Ben bunu dinledikten sonra dedim ki: ‘Ben hanımı üzersem o sabredek, o beni üzerse ben sabredek.’ Yani bunu duyduktan sonra çok sorun etmiyorum, kendime duygu yükü yapmıyorum”. Doğalgaz Teknisyeni Z.

“Evet. O kendi mesajını değil Allah Rasulü’nün mesajını veriyor ve biz o mesajı alıyoruz.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Çıkmaza girdiğimde sorularımın cevaplarını onda buluyorum.” Dernek Görevlisi R.

“O niyetle hiç dinlemedim ama mesela o gün bir problemim var, o sohbet beni alıp başka bir yere götürebiliyor, başka bir şeye odaklayabiliyor yani, gündemimi değiştirebiliyor. Mesela dünyevi bir kaygım var diyelim, diyorum ki kendi kendime ‘Bu çok dünyevi bir kaygıymış meğer, buna niye bu kadar taktım ki’ ya da o an sohbette geçen bir eksikliğimi farkedip akıl oraya gidiyor, kaygı durumu oraya geçiyor.” Bilgisayar Mühendisi B.

Aşağıdaki yorumlarda ise böyle bir manevi hal yaşamadığını belirten katılımcıların ifadeleri yer alıyor:

“Merak ettiğim soruların cevabını hep buldum ama dediğiniz gibi bir durum olmadı, hatırlamıyorum. Ben bu durumlarda daha çok Allah’a bırakıyorum, bakalım ne nasip edecek diyorum.” Evhanımı Ş.

“Bir sıkıntım vardı. Nasıl adım atmam gerektiğini bilmiyordum. Radyoyu açtım, cevap buldum mu, açıkçası bulamadım ama daha sonra bunun cevabı bana dolaylı olarak geldi. Cemaatten bir ablam aradı. Ona sıkıntımı anlattım, o da şöyle yaparsan daha iyi olur diyerek beni yönlendirdi.” Öğretmen F.

### **3.2.2.5. Radyonun Hangi Gereksinimleri Doyuma Ulaştırdığına İlişkin Bulgular**

Dinleyicilere, radyonun hangi gereksinimleri doyuma ulaştırdığına ilişkin sorular yöneltilmesinin sebebi, radyonun bireylerin hayatındaki işlevselliğinin boyutlarını anlamak içindir. Radyoyu hangi amaçla dinledikleri sorusuna katılımcıların büyük çoğunluğu bilgilenme amacıyla dinledikleri cevabını vermişlerdir. Katılımcıların çoğunluğunun yorumlarından anladığımızı göre, radyo onların en çok bilişsel ihtiyaçlarına cevap veriyor. Yani radyonun birinci dinlenilme amacı bilgilenmek.

“En çok da bilgilenmek için dinliyorum.” Aşçı D.

“Daha çok, bilgilenme amaçlı dinliyorum. Çünkü iş hayatımız çok tempolu, zamanımız olmuyor. Radyo bize hazır sunum oluyor.” Öğretmen F.

“Bilgileniyorum, bilgilerimi artırıyorum ve uygulayabildiklerimi uyguluyorum.” Evhanımı F.

“Akra Fm’le tanıştıktan sonra hayatımda eğlence diye bir kavram kalmadı. Boş yaşıyormuşum bunu farkettim. Bilgileniyorum, kendimi geliştiriyorum. Benim için yaşam tarzı oldu Akra Fm.” Taksici A.

“Bilgilenme amacıyla dinlediklerim de var, kendime nasihat olsun diye de dinlediklerim var. Akra Fm’de şunu seviyorum. Herkesi alıyorlar içeri. Bizim cemaate mensup olan kimse onunla program yapacağım demiyor. Uzman olan kimse, ömrünü vermişse, ona emek sarfetmişse o insanı alıyor,

onunla sohbet ediyor birebir. Çünkü bizim o ilimlere de ihtiyacımız var.”  
Yazar M.

Katılımcının tespiti önemli bir gerçeğe işaret ediyor. ‘*Bizim cemaate mensup olan kimse onunla program yapacağım demiyor. Uzman olan kimse, ömrünü vermişse, ona emek sarfetmişse o insanı alıyor, onunla sohbet ediyor birebir.*’ Bir cemaat radyosu olmasına rağmen, hedef kitlesini cemaatiyle sınırlı tutmayan Akra Fm, cemaat mensubu olmayan çok sayıda insana da hitap eden yayın anlayışı ve program içeriğiyle, ulusal yayın ağı ve internet aracılığıyla hem yurttan, hem yut dışında rahatlıkla dinlenebilme imkanıyla, kendisini benzer denilebilecek yayın kuruluşlarından ayırmaktadır. Hedef kitlesini sadece cemaatiyle sınırlı tutmayan Akra Fm’in programlarını dinleyip etkilenerek cemaate giren insanların olduğuna daha önce değinmiştik.

“Küçüklüğümde beri dinlemeyi çok seviyorum. Dinleyerek eğitim almayı çok seviyorum. Özellikle bu konuda radyom beni çok tatmin etti. Bir de günlük hayatımda beni engellemiyor. Herhangi bir iş yaparken beni engellemiyor. Sürekli kulağım radyoda. O kadar rahat ilim almamı sağlıyor ki.. Öğrenmek için dinlemeyi seviyorum.” Evhanımı Ş.

Bu yorum, radyonun zaten bildiğimiz işlevselliğini bize bir kez daha hatırlatıyor. İnsanı kendisine esir etmeden, günlük hayatımızın içinde, günlük işlerimizle meşgulken, radyo hem bize eşlik ediyor, hem de fonksiyonunu icra ediyor. Bunu radyonun televizyona göre tercih edilme sebebi olarak da görebiliriz.

“Güncel bilgilerden haberdar olmak ve bilgilenmek amacıyla dinliyorum. Sosyal ilişki kurmak hoşuma gidiyor. Kültürel anlamda zenginlememe sebep oluyor.” Satış Elemanı M.

Bu yorumdan da anlıyoruz ki, radyo bireylerin sosyalleşme ihtiyacına da cevap veriyor.

“O günkü ruh halime bağlı. Mesela çok bunaldığımda Hoçaefendi’nin sohbetini açardım, ilk hadis benim için gelsin derdim, çıkardı. Öyle dinlerdim. Uzun uzun programlar beni çok sıkıyor. Dayanamıyorum. Cuma günleri yayınlanan İlmihal, Fıkıh, Tasavvuf sohbetlerinde pür dikkat kesiliyorum.”  
Evhanımı R.



“Her türlü, maddi manevi doyuma ulaştırıyor beni.” Evhanımı Z.

“Aslında çok başlık var. Araştırma programlarını çok seviyorum. Gündemi takip etmek adına çok işime yarıyor. Dünyayı takip etmek adına. Haberleri gazete veya televizyondan izlemek beni çok yoruyor. İnsan yeteri kadar bilgiyi edinmiş oluyor Akra’daki haberlerle. Diğerleri çok fazla laf kalabalığı. Ekonomi programına güveniyorum. Orada ekonomi takipleri var. Yatırımlar yönlendiriliyor. Hem ruhen, hem ilmen, hem ticari hayatta, her konuda istifade ediyorum.” Öğretmen E.

“Her ihtiyacıma cevap veriyor. Bilgileniyoruz, çocuklarımız üzerindeki her ilmin etkisi nedir onu öğreniyoruz, haberler ve reklamlarda da birçok şey öğreniyoruz. Güncel bilgileri var, haberlerine de güveniyoruz.” Hemşire H.

“Hem dünyayı, gündemi, hem kendimi takip edebilmek için dinliyorum. Radyoyu dinledikçe kendimi daha iyi tanımaya çalıştığımı anladım.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

“Direkt radyoyu açıtsam rahatlatma amaçlı dinliyorum. Bilgi kaynağı olarak genelde arşivden dinliyorum. Telefonumda yüklü. Onun haricinde bazen ilahi dinleme isteği oluyor, eğlenme amaçlı diyebiliriz.” Bilgisayar Mühendisi B.

“Aslında hepsi var. Her zaman bilgilenme amaçlı olmuyor, bazen de müzik dinlemek istiyorsunuz. Eğlence ihtiyacına da hitap ediyor yayınlanan müzikler.” Doğalgaz Teknikeri M.

Katılımcıların yorumlarından anladığımıza göre, radyonun tek dinlenilme amacı bilgilenmek değil. Beraberinde başka ihtiyaçlara da cevap veriyor. Radyoyu bilgilenme, kendini geliştirme amacının yanında rahatlatma amacıyla dinleyenler olduğu gibi, katılımcılardan yalnızca iki tanesi eğlenme amacıyla da dinlediğini ifade etmiştir. Eğlenme ihtiyacını karşılayan yayın tarzı müziklerdir. İster dini içerikli yayınlara yer versin, ister vermesin, müzik, bir radyo istasyonunun olmazsa olmaz bir sembolüdür. Müziksiz bir radyo düşünmek neredeyse imkansızdır. Tematik bir radyo olan Akra Fm’in müzik yayını anlayışı geniş bir perspektife yayılmış durumdadır. Şöyle ki Akra Fm’in müzik yayını anlayışı ilahilerle sınırlı değildir. Daha önce de değindiğimiz gibi, Tasavvuf Müziği’nin seçkin örneklerinden Ezgiler’e, Türk Halk Müziği ve Türk Sanat Müziği’ne, Özgün Müziğe hatta Pop Müziğe kadar yayılmış bir müzik yelpazesi söz konusudur. Ancak burada belirtmekte fayda gördüğümüz nokta şudur ki; Akra Fm’de yayınlanacak müzik eserleri denetimden geçtikten, seçildikten sonra yayınlanmaktadır. Yoksa bu değindiğimiz müzik türlerinden istediğimizi Akra Fm’de dinlemek mümkün değildir. Radyonun yayın anlayışı çerçevesinde şekillenen bir süzgeçten geçme durumu sözkonusudur. Günümüzün kaotik yayın ortamında sıklıkla karşılaştığımız İslami radyo/televizyon yayınlarında resm-i geçit yapan zikirli ilahilere, sanat değeri

taşımayan İslami Arabesk diye nitelendirebileceğimiz müzik türüne Akra Fm’de rastlama imkanı bulunmamaktadır.

“Doğru bilgi ve rahatlama amacıyla dinliyorum. Akra Fm’i dinlediğim zaman herşeyin yerine oturduğuna inanıyorum. Mesela İrfan Saati’ni dinliyoruz, o gün güzel bir iş yaptıysam İrfan Saati’nde dinlediğim sohbet ile karşılaştırıyorum. ‘Ben bu gün gerçekten güzel bir iş yapmışım. Günümü boşa harcamamışım’ diyebiliyorum. ‘Allah’ın razı olacağı şekilde geçirmişim’ diyebiliyorum. Programcının cümledeki duyguya göre sesinin tonunu ayarlaması çok güzel. Yaşayarak anlatıyor, bize de o duyguları yaşıyor. Mesela Allah-u Teala ile ilgili bir sohbetinde tamamen ona olan muhabbet ortaya çıkıyor. Efendimiz (s.a.v) ile ilgili yaptığı sohbette ona olan aşk ortaya çıkıyor. Hissettiğimiz gibi bir de onu yaşıyoruz.” Terzi B.

McQuail ve arkadaşlarının ihtiyaçlar kategorisinin ‘kişisel ilişkiler’ sınıfını Erol Mutlu (1995:97-98), ‘kişisel referans, gerçekliğin araştırılması ve değer pekiştirme’ şeklinde üç madde ile açıklar. Biz de, o gün yaptığı işi, dinlediği programla karşılaştırıp o işe meşruiyet kazandıran katılımcının durumunu ‘değer pekiştirme’ maddesiyle açıklayabiliriz.

‘Kendinizi iyi hissetmediğiniz, sıkıntıda olduğunuz zamanlarda radyoyu dinleyerek rahatladığınız oldu mu?’ tarzındaki soruya katılımcıların büyük çoğunluğundan olumlu cevap gelmiştir.

“Hemen açarım. Radyoyu açma imkanım olduğunda hemen açıp rahatlarım.” Satış Elemanı M.

“Kendimi iyi hissetmediğim zamanlarda Akra Fm’i dinleyip rahatlıyorum. Akra Fm’i dinleyemediğim zaman vicdan yapıyorum. Sanki namazımı geçirmişim gibi, eksik olmuşum, ilerleyememişim gibi hissediyorum.” Terzi B.

“Sık sık oluyor. Çünkü orada hep ben kendime hitap edildiğini düşünüyorum. Dünyalık şeyleri kafama taktığımda oradan bir mesaj alıyorum. ‘Bu benimki küçük bir mesele, takmamam gerekiyor, ahirete yönelik konulara ağırlık vermem gerekiyor’ şeklinde bir mesaj alıyorum örneğin dinlediğim bir ilahiden, bir sohbetten.” Hemşire H.

“Tabii. Hocamın sesini şöyle bir duysam, onunla enerji alışverişi yaşasam.. Sanki onunla aynı ortamı paylaşıyor gibi oluyorum. Neye ihtiyacım varsa ona hitap ediyor.” Evhanımı Z.

“Evet oluyor. Sık sık.” Dernek Görevlisi R.

“Kendimi iyi hissetmediğim zamanlarda Akra Fm’i dinleyerek rahatlıyorum. Özellikle Ah minel Aşk programı beni çok rahatlatıyor.” Aşçı D.

“Sohbete ihtiyacım olduğunda sanki Hocamın bana konuştuğunu hissediyorum, o kadar yürekte dinliyorum. Bana ne nasihat verdiyse, nefsiime ağır gelen birşey bile olsa onu o gün hayatıma geçiyorum. Mesela Hocam bir

defasında akraba ile ilgili birşey anlatıyordu. Onu dinledikten sonra küs olduğum kişiyi arayarak barıştığımı hatırlıyorum. Bir de sorularımın cevabını da buluyorum.” Yazar M.

“Evet rahatlıyorum. Arada bir.” Bilgisayar Mühendisi B.

“ Zaman zaman oluyor.” Öğretmen F.

“Evet hissediyorum. Sık sık oluyor bu. Çıkmazda olduğum zamanlarda Hocamızı dinleyip sorularımın cevabını buluyorum. Bazı özel zamanlarda oluyor böyle.” Evhanımı N.

“Çok sık oluyor.” Kur’an Kursu Öğreticisi Z.

“Çok. Genelde.” Taksici A.

“Çok fazla oldu. Özellikle kafama takılan, beni sıkıntıya sokan bazı sorular olduğu zaman bilerek ve isteyerek radyoyu açtığım çok olmuştur.” Evhanımı Ş.

“Çok bunaldığım, sıkıldığım zamanlarda, bakalım Hocam bana ne diyecek diye açıyorum ve oradan mutlaka birşey geliyor bana. Birşeye cevap bulamadığımda Hocamı dinleyip ne yapacağıma karar veriyorum. Oradan cevap geliyor bana. Ara sıra gerçekleşiyor bu rahatlama ihtiyacı.” Öğretmen E.

Yorumları incelediğimizde, radyonun, bireylerin rahatlama ihtiyacını doyuma ulaştırdığını görüyoruz. Modern şehir hayatının koşturmacası, ilişkilerin samimiyetten uzak olması, şehir hayatının insana sunduğu mekanik yaşam tarzı, bireyleri farklı arayışlara yöneltmiştir. Günümüzde Türkiye’de ve bütün dünyada bir dine yönelik durumu söz konusudur. Bu durumu, modern şehir hayatında aradığını bulamama sebebi ile açıklayabiliriz. Mekanik ilişkilerde aradığı huzur ve mutluluğu bulamayan birey, kurtuluşu manevi yönelişlerde arar. Modern şehir hayatında ruhunu huzura kavuşturma çabasındaki bireyin imdadına dini medya yetişerek, onu düştüğü çıkmazlardan kurtarma rolü üstlenir. Katılımcıların yukarıdaki yorumlarında da, bu durumun izdüşümlerini görmek mümkün.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, sıkıntılı oldukları zamanlarda radyoyu dinleyerek rahatladıklarını ifade ederlerken, iki katılımcı radyoyu bu amaçla değil de bilişsel ihtiyaçlarını doyuma ulaştırmak için dinlediklerini ifade etmişlerdir. Bir tanesi de radyoyu rahatlama amacıyla ile hiç dinlemediğini, rahatlama ihtiyacı hissettiğinde bunu daha farklı yollarla gerçekleştirdiğini, kendisi için manevi anlamı büyük olan yerlere giderek bu ihtiyacını giderdiğini belirtmiştir:

“Tabii insanın sıkıntılı hali olur da, daha çok istifade ediyorum rahatlama değil de.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Yok, ben Akra’yı terapi gibi görmüyorum. Rahatlama amacıyla değil, bilgilenme amacıyla dinliyorum.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

“Yoo, öyle birşeyim yok. Öyle durumlarda kendimi Eyüp Sultan’a atıyorum.” Evhanımı R.

Katılımcılara yöneltilen, ‘Kendinizi yalnız hissettiğinizde Akra Fm’i dinleyerek yalnızlığından uzaklaştığınız oluyor mu?’ şeklindeki soruya da çoğunluk olumlu cevap vermiştir.

“Tabii. Ailem memlekete gitti. Eve gittiğimde yalnız oluyorum. Bir kedi oluyor, bir ben, bir de hemen Akra Fm’i açıyorum, evin içinde bir ses oluyor, çok güzel oluyor.” Satış Elemanı M.

“Zaten boş kaldığım zaman hemen Akra Fm’i açıyorum. Yalnız değilim, evde arkadaşım var benim, Akra Fm var.” Evhanımı F.

“Yalnız olduğumda zaten açık oluyor radyo.” Bilgisayar Mühendisi B

“Sık sık oluyor. Memleketten uzağım, onun da etkisi var. Radyoyu dinledikçe bir rahatlama, bir huzur..” Evhanımı Z.

“Gece uykularım kaçtığımda bile Akra Fm’i dinliyorum.” Aşçı D.

“Tabii, olumlu etkisi oluyor.” Doğalgaz Teknikeri M.

“Çok fazla değil ama bazen olabiliyor. Hani evdesiniz, kimse yok, içimde de bir sıkıntı varsa açıp dinlediğim olabiliyor.” Öğretmen F.

“Kesinlikle.” Hemşire H.

“Evet. Ara sıra.” Dernek Görevlisi R.

“Akra Fm varsa yalnız değilim.” Öğretmen E.

Yorumları incelediğimizde, radyonun, Erol Mutlu’nun deyimiyle (1995:96) ‘can yoldaşı, ahbahlık rolü’ üstlendiğini görüyoruz. Yani radyonun, McQuail ve arkadaşlarının ihtiyaçlar sınıflandırmasının kişisel ilişkiler kategorisine karşılık geldiğini söyleyebiliriz.

Öte yandan, günlük hayatın işleyişinin yanısıra cemaat mensubu olmanın kendilerine yüklediği görevler sebebiyle sürekli aktif durumda olan bireyler, yalnız kalmaya vakitleri olmadığı için böyle bir ihtiyaçla radyoyu dinlemediklerini belirtirlerken, radyoyu yalnızlığı giderme aracı olarak görmediklerini ifade edenler de olmuştur.

“Yalnızlık hissetmiyorum. Sürekli aktifim. Sanki sürekli kardeşlerimle birlikteyim, Hocamızla birlikteyim gibi hissediyorum.” Evhanımı Z.

“Yalnız vaktim yok.” Yazar M.

“Yok. O zaman daha çok bunalırım radyoyu dinleyince. Evet dinlerim ama her derdimin dermanı radyo mu, hayır değil.” Evhanımı R.

“Yok, olmadı. Bu amaçla dinlemiyorum.” Doğalgaz Teknisyeni Z.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, radyoda yayınlanan İslami programların, dinleyicilerin dini düşüncelerinde ve dini yaşantılarında değişikliğe yol açtığı ve radyonun, alanın uzmanları tarafından belirlenen işlevlerini yerine getirmeye devam etmenin yanısıra, belli sosyal grupların sesi olan cemaat radyoları ile ‘kimlik oluşturma’ ve ‘kimlik pekiştirme’ rolü icra ettiği fikirlerinden yola çıkılarak, dinleyicilerin İslami radyo yayınlarını nasıl alımladıkları, Türkiye’de İslami radyo geleneğinin öncülerinden olan Akra Fm üzerinden araştırılmış ve çalışmanın sonunda varsayımların doğrulandığı görülmüştür.

Derinlemesine görüşme yönteminin uygulandığı çalışmada, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip yirmi kişi ile görüşülmüş, Akra Fm’in programlarının, dinleyicilerin hangi ihtiyaçlarını doyuma ulaştırdığı araştırılmış, bu amaçla sorulan sorulara verilen cevaplardan, programların dinleyiciler tarafından farklı sebeplerle dinlendiği anlaşılmıştır. Ayrıca dinleyicilerin programlardaki mesajları nasıl alımladıkları, Alımlama Analizi yöntemiyle ortaya koyulmuştur.

Bu çalışmada ulaştığımız sonuçlara göre, dinleyicilerin program tercihlerini belli ihtiyaçları şekillendirmektedir. Katılımcıların çoğunluğu eğitim seviyeleri düşük olmamasına rağmen radyonun programlarını bilişsel ihtiyaçlarını doyuma ulaştırmak amacıyla dinlerken, eğitim seviyesi düşük olanların da aynı ihtiyaç sebebiyle programlara yöneldikleri görülmüştür. Bu durumda Akra Fm’in programlarının en çok bilişsel ihtiyaçlara karşılık geldiğini söyleyebiliriz. Aynı zamanda duygusal ihtiyaçlar, kişisel bütünleyici ihtiyaçlar, sosyal bütünleyici ihtiyaçlar ve rahatlama ihtiyacı da Akra Fm’in programlarının doyuma ulaştırdığı ihtiyaçlar arasındadır. Yani, Akra Fm’in programlarının, Katz ve arkadaşlarının yaptığı ihtiyaçlar sınıflandırmasının tamamına hitap ettiğini söyleyebiliriz. Ayrıca programlar, McQuail ve arkadaşlarının yaptıkları sınıflandırmadaki oyalanma- kaçış, kişisel ilişkiler, kişisel kimlik ve gözetim altına alma şeklindeki ihtiyaçlara da hitap etmektedir.

Dinleyicilerin radyo programlarını nasıl alımladıklarını anlamak için sorulan sorulara verilen cevaplardan, Kodlama-Kodaçımleme modelinin üç tür okuma biçimine de rastlanmıştır. Dinleyicilerin mesajları alımlamasında sosyo-demografik özelliklerin doğrudan bir etkiye sahip olmadığı da ulaşılan sonuçlar arasındadır. Örneğin katılımcı grubun eğitim seviyesi en yüksek bireyinin mesajlara yaklaşımı egemen okuma olabilirken, eğitim seviyesi en düşük bireyin yaklaşımı müzakereli okuma ya da muhalif okuma şeklinde olabilmektedir.

Araştırmamızın sonuçlarının genellenebilir olduğunu iddia etmiyoruz. Çünkü Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı ve Alımlama Analizi yöntemi ile yapılan bu tür araştırmaların sonucunu bütün evrene genelleme gibi bir iddia yoktur. Farklı bir örneklem grubuyla yapılacak aynı araştırma farklı sonuçlar doğurabileceği gibi, aynı örneklem grubuyla farklı bir zamanda yapılacak benzer bir araştırma da daha değişik sonuçlara yol açabilecektir.

Çalışmamızın tamamından yola çıkarak bir genelleme yapacak olursak, Batı'da medya ve din çalışmaları yoğunlukla yapılırken, ülkemizin bu konuda geriden gittiği tespitlerimiz arasındadır. Bu tür konulara eğilen çalışmalar da genellikle sinema ve televizyon üzerinde yoğunlaşmaktadır. Günümüzde hala önemini devam ettiren etkili bir kitle iletişim aracı olan radyo üzerine de yapılacak medya ve din çalışmaları, alanda önemli bir boşluğu dolduracaktır.

Ayrıca, araştırmamızın kuramsal bölümünde, dini yayınlar konusundaki kaotik yayın ortamının izleyiciler/dinleyiciler üzerindeki olumsuz etkilerine dikkatleri çekmeye çalışmıştık. Dini yayınlardan toplumun istifade etmesi için, bu yayınlardaki bilgilerin doğruluğunu denetleyecek uzman kişilerden oluşan bir kurumun gerekliliği elzemdir.

## KAYNAKÇA

### Kitaplar

- Ahıska, M. (2005). Radyonun Sihirli Kapısı. 1. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.
- Alankuş, S. (Ed.). (2003). Radyo ve Radyoculuk. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları
- Alav, O. (2001). Kitle İletişim ve Yerel Medya (Isparta Örneği). Isparta: Fakülte Kitabevi
- Azak, U. (2013). İslami Radyolar ve Türbanlı Spikerler. 4. Baskı. *İslamın Yeni Kamusal Yüzleri* içinde (93-109). İstanbul: Metis
- Aziz, A. (2013). Televizyon ve Radyo Yayıncılığı (Giriş). 6. Baskı. İstanbul : Hiperlink Yayınları
- Aziz, A. (2008). Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri ve Yöntemleri. 4. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Barbier, F. , Lavenir, C. B. (2001). Diderot'dan İnternete Medya Tarihi. K. Eksen (çev.). 1. Baskı. İstanbul: Okuyanus Yayınları
- Çakır, H. (2005). Tüm Yönleriyle Radyo. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Çalışlar, İ. (2003). Türkiye'de Radyo Haberciliğinin Gelişimi. *Radyo ve Radyoculuk* içinde (125-137). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları
- Çamdereli, M. (Ed.). (2014). Medya ve Din. İstanbul: Köprü Kitapları
- Çaplı, B. (2002). Medya ve Etik. 1. Baskı. Ankara: İmge Kitabevi
- Demirezen, İ. (2015). Tüketim Toplumu ve Din. İstanbul: Dem
- Doğan, M. (1993). İletişim veya Dehşet Çağı. İstanbul: Timaş Yayınları
- Duran, R. (2003). Bir Haber Medyası Olarak Radyo. *Radyo ve Radyoculuk* içinde (105-123). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları
- Erdoğan, İ. , Alemdar, K. (2010). Öteki Kuram. 3. Baskı. Ankara: Erk



- Eryılmaz, T. (2003). Radyo ve Radyoculuk. '*Radyo ve Radyoculuk*' içinde (79-103). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları
- Göle, N. (2013). Modernist Kamusal Alan ve İslami Ahlak. 4. Baskı. '*İslam'ın Yeni Kamusal Yüzleri*' içinde (19-40). İstanbul: Metis
- Günay, Ü. (1996). Din Sosyolojisi Dersleri. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Basımevi
- Güngör, N. (2011). İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Hall, S. (2003). Kodlama ve Kodaçım. (Hazırlayanlar: Zeynep Özarıslan, Barış Çoban), Söylem ve İdeoloji, Mitoloji, Din, İdeoloji. İstanbul. Su Yayınevi.
- Kejanlıoğlu, B. (2003). Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Siyasası. '*Radyo ve Radyoculuk*' içinde (139-170). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları
- Mattelart, A. , Mattelart, M. (2009). İletişim Kuramları Tarihi. M. Zılloğlu (çev), 4. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları
- McQuail, D., Windahl, S. (2010). İletişim Modelleri -Kitle İletişim Çalışmalarında-. K. Yumlu (çev.), Ankara: İmge Kitabevi Yayınları (Orjinal baskı tarihi 1982)
- Mutlu, E. (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Ankara: Ütopya Yayınevi
- Mutlu, E. (2012). İletişim Sözlüğü. 6. Basım. Ankara: Sofos
- Okumuş, M. (2014). Muhafazakar Moda Dergileri ve Din. '*Medya ve Din*' içinde (93-126). İstanbul: Köprü Kitapları
- Oskay, Ü. (2000). XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım. 4. Basım. İstanbul: Der Yayınları
- Timisi, N. (2003). Küresel İletişim Ortamı ve Yerel Radyolar. '*Radyo ve Radyoculuk*' içinde (55-77). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları

Zengin, F. (2014). Televizyon Dizilerinde Dinin Temsili. *'Medya ve Din'* içinde (83-92). İstanbul: Köprü Kitapları

### **Bildiriler ve Makaleler**

Akgül, M. (2008). Medya ve Din, Radyo İletişimi ve Gözyaşı FM Örneği. *Türk-İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*. 6. 39-86

Ayhan, B., Çavuş, S. (2014). İzleyici Araştırmalarında Değişim: Kullanımlar ve Doyumlardan Bağımlılığa. *Selçuk İletişim*. 8.2, 32-60

Bilgin, V. (2003). Popüler Kültür ve Din: Dindarlığın Değişen Yüzü. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi*. 12.1, 193-214

Cankaya. Ö., Güney. S., Köksalan. E. (2006). Hollanda'da Türkçe Yerel Radyolar: Topluluk İletişimi mi, Etnik Pazar mı? *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Nisan 2006.

<http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/article/view/5000004885> Erişim Tarihi: 25 Eylül 2015

Cereci, S. (1994). Radyo Dosyası. *Altınoluk Dergisi*. 1994 Mart. 097:40

Çakır, H. (2010). Türkiyede Özel Radyoculuğun Dünyü Bugünü. *Radyovizyon*. 5-7

Çiğdem, A. H. (2000). 1980 Sonrası Türk Sineması'nda Dinsel Temalar. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*. 2. 39-42

Ergeç Elpeze, N. (2006). Ulusal Televizyonlardaki Dini Sohbet Programlarının Anlam ve Görüntü Açısından İncelenmesi. *Selçuk İletişim* 4.2, 186-198

Furat, A. Z. (2009). Yaygın Din Eğitiminde Kitle İletişim Araçlarının Yeri: Televizyon Örneği. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 19, 38-62

Gülerarslan, A. (2010). Uhreviye Karşı Seküler; Din ve Televizyon. *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*. 2010. 221-228

Işık, M. (2000). Kitle İletişim Araştırmalarının ve Din Sosyolojisinin Bir Sentezine Doğru. *Selçuk İletişim* 1.3, 117-121

- İşliyen, M. (2014). Kodlama-Kodaçımı Bağlamında Ak Parti 30 Mart 2014 Yerel Seçim Reklamlarının İzleyiciler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Alımlama Analizi: Nevşehir Örneği. İletişim ve Diplomasi Dergisi. Haziran 2014. 25-47
- Karacoşkun, M. D. (2002). Bireysel ve Toplumsal Çözülmede Televizyon Faktörü Üzerine Düşünceler. Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi. 6.1, 227-233
- Karakoç, E. (2014). Medya Aracılığıyla Popüler Kültürün Aktarılmasında Toplumsal Değişkenlerin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 2.3, 245-269
- Kasım, M. (2009). Türkiye’de Özel/Tecimsel Radyo Yayıncılığının Gelişim Süreci ve Konya’daki Tecimsel Radyolar Üzerine Bir İnceleme. Selçuk İletişim. 5.4, 118-135
- Kasım, M. (2011). Hitler Döneminde Propaganda Aracı Olarak Radyo. Selçuk İletişim. 6.4, 64-75
- Kula Demir, N. (2007). Elazığ’da Kurtlar Vadisi Dizisinin Alımlanması. Sosyal Bilimler Dergisi. 9.2, 251-266
- Kuyucu, M. (2013). Türkiye’de Özel Radyo Yayıncılığı: Ulusal Ölçekte Yayın Yapan Özel Radyo Kanallarının Yapıları Üzerine Bir Araştırma. Global Media Journal. Yeditepe Üniversitesi Küresel İletişim Dergisi. Altı Aylık Dergi, 7.4, 135-155.  
<http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/guz2013sayisi.html> Erişim Tarihi: 22 Ocak 2015
- Küçükbasmacı, G. (2013). Elektronik Çağda Sözün Satıcıları: Radyo ve Televizyon. Turkish Studies - International Periodical For The Langues, Literature and History of Turkish or Turkic. 8/4.1063-1080
- Menekşe, Ö. (2004). Türk Sinemasında Din ve Din Adamı İmajı. (II. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi. Sesli ve Görüntülü Yayıncılık.)  
<http://omermenekse.com.tr/index.php/ilmi-makaleler/53-tuerk-sinemas-nda-din-ve-din-adam-imag>. Erişim Tarihi: 27 Nisan 2015

- Öztürk, S. (2003). Gençlerin Radyo Dinleme Alışkanlıkları ve Radyonun İşlevi "Afyon Kocatepe Üniversitesi Öğrencilerinin Radyo Dinleme Alışkanlıkları ve Beklentileri Üzerine Bir Değerlendirme. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 18.1, 481-501
- Seraslan, M. (2001). Türkiye’de Radyo ve Televizyon Düzeninin Değişimi. Selçuk İletişim (Ocak) 1.4, 77-82
- Şakı Aydın, O. (2007). Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 6.11, Bahar 2007/2. 119-131
- Şeker, T. (2009). 5N1K Haber Programının Alımlama Analizi. Selçuk İletişim, 5.4, 105-117
- Şeker, T. , Çavuş, S. (2011). ‘Behzat Ç. Bir Ankara Polisiyesi’ Dizisinin Alımlama Analizi. Global Media Journal. 2.3, 86-104
- Şeker, T. , Şimşek, F. (2012). Kodlama - Kodaçımı Bağlamında Muhteşem Yüzyıl Dizisinin Lise Öğrencileri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. Selçuk İletişim. 7.2, 111-120
- Şeker, T. , Balcı, E. V. (2013). Yeni Türk Çocuk Dizisi Fenomeni ‘Pepee’ Çizgi Dizisinin Alımlama Analizi. Türkiyat Araştırmaları Dergisi. 33. 243-263
- Şeker, T. , Tiryaki, S. (2013). Savaş Fotoğrafçısı Filminin Alımlama Analizi. Global Media Journal. Bahar 2013. 196-212  
[http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ\\_6\\_sayi\\_Bahar\\_2013/pdf/Seker\\_Tiryaki.pdf](http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ_6_sayi_Bahar_2013/pdf/Seker_Tiryaki.pdf). Erişim Tarihi: 5 Haziran 2015
- Turan, İ. (2007). Televizyondaki Dini İçerikli Programların Yetişkinler Üzerindeki Etkileri. Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi. 23. 223-243
- Turan, İ. (2007). Medyadaki Din Adamı İmajı Üzerine Bazı Düşünceler. Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi. 24.25, 293-304

- Turan, Ö. (2007). Takva Ya da Oryantalist Klişelerin Ötesi. Birikim Dergisi. 208. 90-93
- Yenen, İ. (2012). Türk Sinemasında İslam(cılık) Pratiği: Milli Sinema Örneği. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi. 1.3, 240-271
- Yorulmaz, B. (2012). Dünya Sinemasında Manevi Değerlere Saygı: Hollywood, İran ve Türk Sineması Örneği", First International Conference On Humanities "The Spiritual Quest In Humanities" 183-206 pp., Tiran, Arnavutluk, 11-13 Mayıs 2012
- Yücel, A. (2014). Muhteşem Yüzyıl Dizisinin Alımlama Analizi: Kadın ve Erkek İmajı Üzerine Farklı Okumalar. Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi. 18 Nisan 2014.  
<http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/muhtesemyuzyil.pdf>.  
Erişim Tarihi: 5 Haziran 2015

### **Tezler**

- Algül, F. (2012). An Internet Radio from Turkey as an Example of Community Radio: Nor Radyo. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE
- Candemir, Ö. (1986). Türk Sinemasında Dini Filmler. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi SBE
- Coşkun, M. A. (2003). Medya ve Din İlişkisi "Cumhuriyet Gazetesi Örneği". Yüksek Lisans Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi SBE
- Çelikkaya, M. F. (2010). Seküler Bir Kutsal Oluşturma Aracı Olarak Medya ve Din İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi SBE
- Ezerbolatoğlu, U. (1996). İletişimin Kitleleşme Etkisi Bağlamında Türkiye'de Basının Dine Bakışı: 1990-1994 Yılları Arasında Yayınlanan Nokta Dergileri Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi SBE
- Gelici, Z. (2007). Sırlara Vurgu Yapan Mistik Televizyon Programlarının Din Eğitimi Açısından Tahlili. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi SBE

- Hülür, A. B. (2014). İnançlara Yönelik Söylemin İdeolojik İnşası: Cuma Hutbeleri. Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi SBE
- İnci, Ş. F. (1996). Milli Sinema ve Yücel Çakmaklı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE
- Karaerkek, A. (2008). Televizyon Karşısında Dindarlık Tutumları: Amasya Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE
- Lüleci, Y. (2007). Sinema ve Din: Türk Sineması Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE
- Uygun, H. (1992). Halktaki Din Adamı İmajı ve Din Görevlilerinden Beklentileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi SBE
- Ülger, S. (2007). Medya Din İlişkisi Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma 'Kahramanmaraş Örneği'. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş: Sütçü İmam Üniversitesi SBE
- Yenen, İ. (2005). Televizyonlarda Yayınlanan Dini Programların İzlerkitlenin Dini Tutum ve Davranışları Üzerine Etkileri: Konya Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi SBE
- Yenen, İ. (2011). Toplumsal Tezahürleri Bağlamında Türk Sinemasında Din ve Dindarlık Olgusu. Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi SBE
- Yorulmaz, B. (2010). Sinema ve Din Eğitimi. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE

### **İnternet Kaynakları**

- Durmuş, N. (2011). Türkiye'nin Kültürel (İslami) Radyolar Tarihi.  
<http://www.nurdaldurmus.com/turkiye%E2%80%99nin-kulturel-islami-radyolar-tarihi-i/>. Erişim Tarihi : 22 Ocak 2015
- Hazar, M. N. Kapı ve Duvar. Zaman, 23.10.2004  
[http://www.zaman.com.tr/mahmut-nedim-hazar/kapi-ve-duvar\\_104509.html](http://www.zaman.com.tr/mahmut-nedim-hazar/kapi-ve-duvar_104509.html). Erişim Tarihi: 02 Mayıs 2015

- Heper, D. Tv'lerde Din Savaşları. Milliyet, 10 Ocak 2001.  
<http://www.milliyet.com.tr/2001/01/10/yazar/heper.html>. Erişim Tarihi:  
24 Mayıs 2015
- Özden, T. (2005). Milli Sinema Dönüyor. [http://www.aksiyon.com.tr/tuba-ozden/milli-sinema-donuyor\\_513669](http://www.aksiyon.com.tr/tuba-ozden/milli-sinema-donuyor_513669) Erişim Tarihi: 17 Mayıs 2015
- Özden Deniz, T. (2008). Türk Sinemasının Din İle İmtihanı.  
[http://www.aksiyon.com.tr/tuba-ozden-deniz/turk-sinemasinin-din-ile-  
imtihani-515810](http://www.aksiyon.com.tr/tuba-ozden-deniz/turk-sinemasinin-din-ile-imtihani-515810). Erişim Tarihi: 01 Mayıs 2015
- Sarıkoçuncu, İ. Milli Mücadele'de Din Adamları Ve Atatürk.  
<http://www.tarihtarih.com/?Syf=26&Syz=353592>. Erişim Tarihi: 01 Mayıs 2015
- <http://www.adalet.gov.tr/duyurular/2011/eylul/anayasalar/1982ilkson.pdf>  
Erişim Tarihi: 22 Eylül 2015
- <http://www.anayasa.gen.tr/1982ay.htm> Erişim Tarihi: 22 Eylül 2015
- [www.marmarafm.net](http://www.marmarafm.net) Erişim Tarihi: 5 Eylül 2015
- radio.web.tr Erişim Tarihi: 5 Eylül 2015
- <http://canlifm.com/dini/> Erişim Tarihi: 11 Ekim 2015
- <http://www.norzartonk.org/nor-radyo-doktora-tezi-konusu-oldu/> Erişim Tarihi:  
23 Eylül 2015

## EK-1: MÜLAKAT SORULARI

1. Bir günde ne kadar zaman radyo dinliyorsunuz?
2. Akra Fm ile nasıl tanıştınız? Akra Fm'i ne zamandan beri dinliyorsunuz?
3. Akra Fm'i günde kaç saat dinliyorsunuz? Akra Fm'in hangi programlarını dinliyorsunuz?
4. Akra Fm'in programlarını hangi amaçla dinliyorsunuz?
5. Akra Fm'de en çok dinlediğiniz program hangisidir? Bu programı çok dinleme sebebiniz nedir?
6. Akra Fm'de en çok etkilendiğiniz program hangisidir? Bu programdan çok etkilenmenizin sebebi nedir?
7. Akra Fm'in programları sizi en çok hangi konularda bilgilendiriyor?
8. Programlardan öğrendiğiniz bilgileri günlük hayatınızda kullanıyor musunuz? Örnek verebilir misiniz?
9. Programlardan öğrendiğiniz bilgilerin doğruluğunu araştırıyor musunuz?
10. Akra Fm ile tanıştıktan sonra dini hayatınızda bir değişiklik oldu mu? Ne gibi değişimler oldu?
11. Kendinizi Akra Fm'in bir ferdi gibi hissediyor musunuz? Kendinizi Akra Fm'in bir ferdi gibi hissetmenizi sağlayan sebep nedir?
12. Programcılarını cemaatten biri gibi hissediyor musunuz? Neden?
13. Kendinizi iyi hissetmediğiniz, sıkıntılı olduğunuz zamanlarda Akra Fm'i dinleyerek rahatladığınız oldu mu?
14. Akra Fm'i dinleyerek rahatlama hissetmeniz hangi sıklıkta gerçekleşiyor?
15. Kendinizi yalnız hissettiğinizde Akra Fm'i dinleyip yalnızlığınızdan uzaklaştığınız oldu mu?
16. Takip ettiğiniz programların sunucusu ile etkileşime girdiğiniz oldu mu? Bu etkileşim hoşunuza gidiyor mu? Neden?
17. Akra Fm'in reklamları hakkında ne düşünüyorsunuz?
18. Sesli kitap tarzındaki programlar hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu programlardan istifade ediyor musunuz?
  - Yaşınız?
  - Öğrenim düzeyiniz?
  - Mesleğiniz?
  - Medeni durumunuz?