

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO-TELEVİZYON-SİNEMA
ANABİLİM DALI

TÜRKİYE’DE DİNİ YAYINCILIĞIN GELİŞİMİ: DİNİ RADYOLAR

Yüksek Lisans Tezi

Sinem AKYÖN

Ankara-2016

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO-TELEVİZYON-SİNEMA
ANABİLİM DALI

TÜRKİYE’DE DİNİ YAYINCILIĞIN GELİŞİMİ: DİNİ RADYOLAR

Yüksek Lisans Tezi

Sinem AKYÖN

Tez Danışmanı

Doç.Dr. Burcu SÜMER

Ankara-2016

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO-TELEVİZYON-SİNEMA
ANABİLİM DALI

**TÜRKİYE'DE DİNİ YAYINCILIĞIN
GELİŞİMİ: DİNİ RADYOLAR**

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı : Doç.Dr. Burcu SÜMER

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

İmzası

Prof. Dr. Bülent Çaplı
Yrd. Doç. Dr. Vahitler Yılmaz
Doç. Dr. Burcu SÜMER





Tez Sınavı Tarihi05.09.2016.....

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim. (...../...../2016)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin

Adı ve Soyadı

.....
Sney Akyon

İmzası

.....
[Signature]

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
-------------	---

BÖLÜM I: DÜNYADA ALTERNATİF, YEREL VE DİNİ RADYO

YAYINCILIĞININ TARİHİ

1.1 Dünyada Alternatif Radyo Yayıncılığının Gelişimi	16
1.1.1 İtalya	21
1.1.2 Fransa	22
1.1.3 Almanya	23
1.1.4 İngiltere	25
1.1.5 İskandinav Ülkeleri	28
1.1.6 Latin Amerika	29
1.1.7 Kanada	31
1.1.8 Amerika Birleşik Devletleri	33
1.2 Dünyada Yerel Radyo Yayıncılığının Gelişimi	35
1.3 Dünyada Dini Radyo Yayıncılığının Gelişimi	42
1.3.1 Yayıncılık Düzenlemesi Sonrası ABD’de	
Dini Yayıncılık	45
1.3.2 Avrupa’da Dini Yayıncılık	53

BÖLÜM II: TÜRKİYE’DE YEREL VE DİNİ YAYINCILIĞIN TARİHİ VE ALAN ARAŞTIRMASI

2.1 Türkiye’de Radyo Yayıncılığının Gelişimi ve Yerel Radyolar 63

2.2 Türkiye’de Dini Radyo Yayıncılığı 69

2.3 Türkiye’de Dini Radyo Yayıncılığı Modeli: Alan Araştırması 79

2.3.1 Dini Radyo Adlandırmasına Yaklaşımlar ve

Dini Hareketlerle İlişkiler 80

2.3.2 RTÜK ile İlişkiler 95

2.3.3 Dini Radyoların Teknik ve İdari Yapısı102

2.3.4 Dini Radyoların Mali Yapı108

2.3.5 Programcılık Anlayışı ve Dinleyiciler ile İlişkiler 113

SONUÇ 126

KAYNAKÇA137

EK 1 151

EK 2 157

EK 3 161

ÖZET163

ABSTRACT 164

GİRİŞ

Bu tez çalışmasının konusu, Türkiye’de 1990’lı yıllarda özel yayıncılığa geçişle birlikte yükselen dini radyo yayıncılığıdır. Bu bağlamda Türkiye’de yayın yapan dini radyolar incelenerek sayıları, sahiplik yapıları, radyo ve yayıncılığa bakış açıları ile radyonun işleyişi üzerinde durulacaktır. Böylelikle Türkiye’de dini radyo yayıncılığının profili ortaya konmaya çalışılacaktır. Tezin amacı, bu radyoların yükselişini bütüncül bir şekilde ele alarak medya endüstrisindeki mevcut durumları hakkında veri sağlamaktır.

Dini radyo yayıncılığı yeni bir olgu olarak hayatımıza girmiş değildir. Aksine radyo yayıncılığının tarihi kadar eski bir geçmişe sahiptir. İlk dini yayınlar, Amerika Birleşik Devletleri’nde radyo yayıncılığının başlangıcına eşlik etmiş, din ve inanç özgürlüğü ile düşünce ve ifade özgürlüğünü teminat altına alan First Amendment’in¹ sayesinde yasal engellerle karşılaşmadan gelişmiştir. Yayıncılığının başlangıcında kamu hizmeti modelinin hâkim olduğu İngiltere, İtalya, Fransa gibi ülkelerde ise kamu hizmeti ilkesinin bir parçası olarak başlamıştır. Ancak bu yayınların içerikleri, kamu hizmeti yayıncı kuruluşlarının dinin resmi yorumuna yer verdikleri gerekçesi ile eleştiri konusu olmuştur. Dolayısıyla 1960’lı yıllar ile yaygınlaşan korsan radyo yayıncılığı, bu grupların kendilerini ifade edecekleri bir mecra haline gelmiştir.

¹ Amerikan Anayasası’nın 1. Ek Maddesi şeklinde Türkçeye çevrilen First Amendment, Amerikan Anayasası’nda ilk değişikliği yapan 1791 yılında onaylanmış Amerikan Haklar Bildirgesi (Bill of Rights)’nin ilk maddesidir. Buna göre kongre, dini resmi kılan, ya da bir dinin özgürce icra edilmesini yasaklayan; ya da konuşma ya da basın özgürlüğünü, ya da insanların barışçıl bir şekilde toplanma ve sorunlarına çözüm bulma adına hükümetten talepte bulunma haklarını daraltan hiçbir kanun yapamayacaktır.

Dini yayıncılığı kategorize etmenin zorluğu da bu noktadan sonra başlamaktadır. Çünkü pek çok çalışma bu radyoları alternatif radyo, topluluk radyosu ya da yerel radyo olarak sınıflandırmaktadır. Metin Kasım'ın Türkiye'de özel radyo yayıncılığının gelişimini incelediği ve Konya'daki yerel radyolar ile yaptığı görüşmelerle özel yayıncılığın mevcut durumunu ortaya koyduğu makalesinde dini radyolar, yerel ve ticari radyolar olarak ele alınmıştır (Kasım, 2009). Yine aynı şekilde İbrahim Önder'in 2002 yılında tamamlanan Türkiye'deki yerel radyoların ekonomik, siyasal ve sosyal sistemdeki yerini ortaya koyduğu yüksek lisans tezinde dini radyolar yerel ve topluluk radyosu olarak tanımlanmaktadır (Önder, 2002). Dini radyoları alternatif yayıncılık içinde ele alan bir başka çalışma ise dünyada ve Türkiye'de yayıncılık alternatiflerinin ortaya konduğu *Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni* adlı kitaptır. Kitapta dini radyolar topluluk radyoları içerisinde ele alınmaktadır (Topuz vd., 1990).

Dolayısıyla dini içerikli yayın yapan radyoları tanımlamanın zorluğu hem bu radyoların yapısından hem de alternatif, topluluk ve yerel radyo kavramlarının muğlaklığından kaynaklanmaktadır. Tarihsel olarak bakıldığında alternatif radyo, 2. Dünya Savaşı sonrası ABD'de ticari, Avrupa'da ise kamu hizmeti yayıncılığına alternatif olarak gelişmiştir. Ortaya çıktığı yer ve zamana göre korsan radyo, özgür radyo, halk radyosu, eğitsel radyo gibi adlandırma ve gelişiminde farklılıklar gösteren bu radyoların hepsini alternatif radyo başlığı altında toplayabiliriz. Tüm bu radyoları aynı çatı altında toplamayı sağlayan ortak özellik ise ortaya çıktıkları bölgenin egemen yayıncılık yapısına karşı gelişmiş ve herhangi bir ticari kaygı gütmeyen, gönüllü olarak yayıncılık yapmış olmalarıdır (Topuz vd., 1990: 61-62; Güney, 2009: 15-16).

Alternatif medyayı gazetecilik bakımında ele alan Traber (1985: 2), onu “tarafar medyası” ve “taban medyası” olarak iki kategoriye ayırmıştır. Tarafar medyasını ezilen, yoksul, marjinalize edilmiş, işçi, kadın, çocuk ve gençler gibi alternatif sosyal aktörleri haberlerinin ana konusu haline getirerek kitle medyasından çok farklı haber değerlerini benimseyen bir tür olarak tanımlamaktadır. Taban medyası ise direkt katılım yoluyla temsil ettikleri kişiler tarafından yürütülen, profesyonellerin sıradan insanların bağımsız gazeteci ve editörler olarak kendi işlerini üretmelerini sağlayan bir danışman rolünde oldukları bir türdür. Bu bakımdan Traber, taban medyasını topluluk medyasının bir türü olarak ifade etmektedir (aktaran Chris Atton, 2002: 16-17). Başka bir ifadeyle topluluk medyası, alternatif medyanın bir alt grubudur (Algül, 2016: 27).

Howley (2005: 2) ise topluluk medyasını ana akım medya form ve içeriklerine karşı derin bir tatminsizlik hissine dayanan, özgür ifade ve katılımcı demokrasi prensibi ile topluluk ilişkilerini geliştiren ve topluluk birliğini sağlama amacıyla olan yerel ya da taban temelli bir medya girişimi olarak tanımlamaktadır. Bu bakımdan radyo istasyonları yalnız pasif aktarıcılar olarak değil, sivil toplumu büyütmek, sağlık ve eğitimi geliştirmek için topluluğu inşa etmenin bir katalizördür (Siemering, 2000: 373). Coyer (2006: 129)’in de belirttiği gibi topluluk radyosu, sadece bir radyodan daha fazlasıdır; topluluk çıkarlarını, küçük coğrafi bölgeleri kaynaştıran toplumsal örgütlenme ve temsilin bir aracıdır. Topluluk radyosu ortak çıkar ve ihtiyaçlar etrafında bir araya gelen topluluk üyelerinin seslerinin duyulmasını sağlayarak topluluğu güçlendirir, ana akım medya merkezli temsillerden farklı alternatif temsil ve söylemler sunar, topluluk üyeleri yönetim ve politika belirlemede etkin bir rol alır ve böylece medya sisteminin demokratikleşmesine

katkıda bulunur (Carpentier ve Scifo, 2010: 116). Bu bakımdan topluluk medyası tartışmaları kitle iletişim alanının da ötesinde, iletişim sürecinin temsiliyetçi değil, katılımcı bir anlayışla yeniden düzenlenmesi ihtiyacına işaret etmektedir (Vatikiotis, 2014: 63).

Altyapı ihtiyacının asgari düzeyde olması, hızlı ve düşük işletme giderleri nedeniyle radyo, topluluk medyası için en kullanışlı araç olarak kabul edilmektedir (Hallett ve Hintz, 2010: 152; Vatikiotis, 2014: 82). Aynı zamanda tarihsel olanaklar göz önünde bulundurulduğunda da topluluk medyasının ilk örneği topluluk radyoları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Topluluk radyolarından söz ederken dikkat edilmesi gereken bir nokta da topluluk kavramının geçirdiği dönüşümdür. Başlangıçta coğrafya ya da etnisiteye vurguyla tanımlanan topluluk kavramı yapılan ilk grup yeniden kavramsallaştırma çabaları sonucunda “ortak çıkar”a vurguyla tanımlanmaya başlamıştır (Carpentier, 2014: 218). Tabing’in ifade ettiği gibi (2002: 11) topluluk köy, kasaba, mahalle gibi bölgesel ya da coğrafi bir alanı paylaşan bireyleri ya da aynı bölgede yaşamasa dahi ortak çıkara sahip bir grup bireyi tanımlamak için kullanılabilir. Coğrafi mekânın yanı sıra ortak çıkar nosyonunun eklenmesinin ardından Lindlof ve Cohen, ikinci bir yeniden kavramsallaştırma ile topluluk kavramının tanımlanmasına kültürel unsur eklemiştir. Buna göre topluluk yapısal olarak dayatılan bir şey olarak değil, üyeler tarafından etkin olarak kurulan bir yapı şeklinde tanımlanmaktadır (Carpentier, 2014: 219-220).

Topluluk kavramının geçirdiği dönüşümün aynısı yerelliğin algılanışında da yaşanmıştır. ABD’de yerellik algısının dönüşümünü incelediği çalışmasında

Stavitsky (1994: 20), yerellik kavramını coğrafi ve toplumsal yerellik olarak ikiye ayırmaktadır. Coğrafi yerellik, radyo sinyallerinin eriştiği ya da siyasi parametrelerle belirlenmiş şehir, ülke ve bölgeler gibi coğrafi bir alana karşılık gelmektedir. Oysa toplumsal yerellik ortak coğrafi bir bölgeden ziyade paylaşılan kültürel zevk, değer ve çıkarları işaret etmektedir. Tam da bu kavrayış ile birlikte yerel ve topluluk radyosu kavramları birbirinin yerine kullanılır olmuştur. Bu bakımdan ikisi arasındaki farkı ortaya koymak ve her yerel radyonun bir topluluk radyosu olmadığını belirtmek önemlidir. Yerel radyo ulusal yayıncı kuruluşun yerel düzeydeki istasyonlarını, topluluk radyolarını ve ticari yayın yapan yerel radyoları kapsayan geniş bir kavramdır. Alternatif radyolar ve topluluk radyolarının tanımlayıcı bir özelliğinin yerellik olmasına diğer bir deyişle her alternatif radyonun yerel radyo olmasına karşılık, her yerel radyo alternatif radyo değildir. Ticari amaçlarla kurulan ve yürütülen yerel radyolar ticari kaygıları nedeniyle alternatif olarak adlandırılmamaktadır.

Araştırma açısından bu kavramların önemi, dini içerikli yayın yapan radyoların bu kavramlar içerisinde tartışılmasıdır. Ancak bu radyolar, bazı ortak özelliklere sahip olsalar da alternatif, topluluk radyoları olarak tanımlanamazlar. Mekânsal yakınlıktan ziyade ortak değerlere yapılan vurgu ile dini temalı yayın yapan bu radyolar, yerel olarak tanımlanabilir. Ancak dini radyolar, çeşitli düşüncelere açık özgür bir alan olmak ve katılımcı demokrasiyi teşvik etmek konusunda yetersiz kalmaktadır. Buna bir de paternalist bir yapıya sahip olmaları eklendiğinde dini radyolar, topluluk radyolarından önemli ölçüde ayrılmaktadır. Cankaya vd. (2006: 25)'nin de ifade ettiği gibi dini radyoların cemaatler ekseninde örgütlenmeleri ve dinleyicilerinin cemaatin üyelerinden oluşması alternatif radyo

şeklinde tanımlanması önündeki önemli engellerdir. Cemaatin içe dönük, kapalı yapısı ve toplumdaki diğer gruplarla bağlantısının zayıf olması dini radyoların topluluk medyasından beklenen temsil ettiği grubu kendi içine hapsetmeden demokratik toplumun bir parçası haline getirme işlevini yerine getirememesine neden olmaktadır. Dini yayın yapan radyolar, alternatif yayıncılığın tanımlayıcı özelliği olan çokselsliliğin ve demokrasinin güçlendirilmesini gerçekleştiremediklerinden bu tanımlama altında ele alınmamalıdır.

Dini radyoların topluluk radyoları arasında değerlendirilip değerlendirilemeyeceği Avrupa'da da tartışılan bir konu olmaya devam etmektedir. 2009 yılında Avrupa Konseyi Bakanlar Konseyi'nin topluluk medyası ile ilgili bildirisinde de dini kurumlar özellikle topluluk medyası tanımlamasının dışında bırakılmıştır. Yayınlanan bildiriye göre topluluk medyası devlet, dini ve ticari kurumlar ile siyasi partilerden bağımsız, kâr amacı gütmeyen bir doğaya sahip olmalıdır. Aynı zamanda sivil toplumun üyelerinin yönetim ve programlara gönüllü olarak katıldığı, topluluk faydası ve sosyal kazancı hedefleyen, topluluğa hesap verebilir bir yapıya sahip olmalıdır. Bu bakımdan dini yayıncılar dini kurumlardan bağımsız olmak şartını pek çok kez sağlayamamaktadır. Fakat Velics ve Doliwa'nın da ifade ettiği gibi (2015: 76), tanımlamalar dini yayıncıları topluluk medyasının dışında bıraksa da pratik bunun tam tersi yönde ilerlemektedir. Pek çok ülkede dini kuruluşlar topluluk medyası olarak kabul edilerek lisanslanmakta ve böylelikle bölgesel ve yerel düzeyde topluluk medyası dini yayın kuruluşlarının hâkimiyeti altına girmektedir. Tez kapsamında ele alınacak olan bu radyolar, yaptıkları tematik yayıncılık dolayısıyla dini radyolar olarak adlandırılacak ve dini radyo yayıncılığı

şeklinde bir tanımlamaya imkân sağlayacak belirleyici özellikler ortaya konmaya çalışılacaktır.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de dini yayıncılık yeni ortaya çıkmış değildir. Dini yayıncılık 1950’li yıllarda radyolarda mevlüd ve ramazan programlarıyla başlamış, daha sonra kamu hizmeti yayıncı kuruluşu *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu* (TRT)’nin 1964 yılında kurulması ile gelişerek devam etmiştir. Ancak dini yayıncılığın asıl sıçrayışı 1990’lı yılların başında *de facto* olarak başlayan özel yayıncılıkla birlikte olmuştur. Bu dönemde kurulan radyoların önemli bir kısmı da dini radyolar olmuştur. Bununla birlikte dini radyoların gelişimi için önemli bir dönem de 2002 yılında *Adalet ve Kalkınma Partisi* (AKP)’nin iktidara gelmesiyle başlamıştır. Milli Görüş Hareketi’nde yaşanan gelenekçiler-yenilikçiler kutuplaşmasında yenilikçiler kanadının ayrılarak AKP’yi kurması ile önemli bir süreç başlamıştır. İslamcılıkla arasına mesafe koymak için kendisini muhafazakâr demokrat² olarak tanımlamasına rağmen (Mert, 2007: 118) AKP dine, özellikle de İslam’ın Sünni yorumuna atıfla hareket etmiştir. Dolayısıyla İslami gruplar ve cemaatler eskisine oranla daha görünür olmaya ve ekonomik, siyasal ve toplumsal alanda daha fazla söz sahibi olmaya başlamıştır. Medya da bu hâkimiyet alanının dışında kalmamış ve bu dönemde dini gruplar tarafından kurulan dini radyoların sayıları artmıştır. Bu nedenle İslamcı ideolojinin ve İslamcı sermayenin yükseldiği, siyasal iktidarın hayatın her alanını düzenlerken İslam’ı referans aldığı günümüzde dini radyolar, önemli bir araştırma konusu olarak durmaktadır. Bu radyolar ile ilgili

² AKP, bu kavram ile dünya genelinde görülen muhafazakâr anlayışın ülkenin kültür ve sosyo-ekonomik özellikleriyle yeniden yorumlanacağını ifade etmektedir. Muhafazakâr demokrat anlayış, siyaseti bir uzlaş alanı olarak tanımlanır. Siyasi otorite hukuki, anayasal ve siyasal meşruluk zemininde, sınırlı bir devlet ve hükümet anlayışı ile evrimci dönüşümü temel alarak aile, gelenek ve geçmiş toplumsal kazanımları savunur (Akdoğan, 2004: 6)

bilgiye ulaşmanın zorluğu, bu konuda yapılmış herhangi bir akademik çalışmanın bulunmayışı araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın önemini ifade eden bu sebepler aynı zamanda araştırmanın sınırlılıklarını da oluşturmaktadır. Günümüzde ana akım medya organlarına ulaşmanın, kurumlara girerek araştırma yapmanın zorlukları ortadayken İslami, muhafazakâr bir topluluğun içerisine “dışarıdan” biri olarak girmenin zorluğu çalışmanın önemli bir sınırlılığıdır. Bu bakımdan özellikle ulusal yayın yapan pek çok dini radyo görüşme talebini “iş yoğunluğu” gerekçesi ile reddetmiştir. Bunu doğrudan ifade edenler olduğu gibi, bir kısmı da öncelikle görüşmeye istekli bir tavır almış, daha sonra yapılan aramalara ve gönderilen maillere cevap vermeyerek dolaylı olarak görüşme talebini reddetmiştir. Bunun dışında büyük çoğunluğunu yerel radyoların oluşturduğu önemli bir kısmın ise ya iletişim bilgilerine ulaşamamış ya da yapılan arama ve gönderilen maillere hiç cevap alınamamıştır.

Bir gruba dışarıdan dâhil olmanın getirdiği diğer bir önemli sınırlılık ise görüşülen kişilerin verdikleri cevaplarda ne kadar samimi oldukları diğer bir ifadeyle ne kadar gerçeği ifade ettikleridir. Bu sınırlılık soruların birbirlerini destekleyecek ve cevaplar arasındaki tutarlılığın gözlenebileceği şekilde oluşturulması ile aşılmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda kabul edilen kurumlarda birden fazla kişiyle yapılan görüşmelerle sağlanan çeşitli verilerle de bu sınırlılık hafifletilmeye çalışılmıştır. Bunların yanı sıra tüm bu sınırlılıkları hafifleten önemli bir etken ise görüşülen topluluğun düşüncelerinin günümüzde hegemonik bir konumda olmasıdır. Diğer bir ifadeyle bu radyolar dini ve siyasi anlayış bakımından eleştirdikleri noktalar olmakla birlikte ülkeye hâkim olan dini muhafazakâr ideolojinin bir bileşenidir. Bu nedenle ülkenin mevcut kültürel ve siyasi iklimi, bu grupların kendilerini ifade etmekten

kaçınmalarını engelleyen önemli bir etken olmuştur. Bunun yanı sıra görüşülen kişilerin radyo yayıncılığının, neredeyse “unutulmuş” bir alan olduğunu ve araştırma aracılığıyla kendilerini ifade edebilecekleri bir alan bulduklarını düşünmeleri, görüşme talebini kabul etmede etkili olmuştur.

Dini radyolar üzerine yapılan akademik çalışmaların yanı sıra, günümüzde radyo yayıncılığı ile ilgili yapılan akademik çalışmaların sayısı da görece azdır.³ Oysa toplumsal hayatta kapladığı alanın büyüklüğüne paralel olarak radyo, 1930’lu yıllarla birlikte akademik alanda önemli bir araştırma nesnesi haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının etkililiği üzerine odaklanan ana akım iletişim araştırmaları içerisindeki kurucu metinlerin büyük bir kısmını radyo üzerine yapılan çalışmalar oluşturmuştur.⁴ İletişim araştırmalarında eleştirel yaklaşımların kurucusu Frankfurt Okulu’nun çalışmalarında ise çok daha geniş bir sistem eleştirisi yer alsa da radyo önemli bir hareket noktası olmuştur.⁵

Türkiye’de ise 1927 yılında başlayan radyo yayıncılığı geniş bir zaman dilimi içerisinde yaygınlık kazanmıştır. Kocabaşoğlu’nun ifade ettiği gibi (2010: 82-84), 1935 yılında bile TTTAŞ’a kayıtlı 6082 alıcı bulunmaktadır ve bunların %53’ü İstanbul’da, %47’si taşradadır. Taşradaki alıcıların yarısına yakını ise İzmir ve çevresi ile Ankara’da toplanmıştır. 1949 yılında İstanbul Radyosu, verilen özel izinler ile 1946 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Radyosu, 1951 yılında İstanbul

³ YÖK Tez Merkezi’nde radyo, televizyon, sinema ve sosyal medya başlıkları 2000-2016 yılları arasında sosyal bilimler alanında aratıldığında ortaya çıkan sayılar, bu konu hakkında kabaca bir bilgi sağlamaktadır. Bu bakımdan, yüksek lisans ve doktora toplam olarak, sinema alanında 198, televizyon alanında 484, sosyal medya alanında 160 araştırma yapılmışken radyo üzerine yalnız 64 çalışma bulunmaktadır.

⁴ Shannon ve Weaver’ın matematiksel modeli, Lasswell modeli, Lazarsfeld’in yürüttüğü Radio Research Project, yine Lazarsfeld ve Kendall’ın yaptığı ve daha sonra Radio Listening in America: The People Look at Radio (1948, NY: Prentice) ismi ile yayınlanan çalışmaların odak noktasını radyo oluşturmaktadır.

⁵ Frankfurt Okulu’nun kurucularından Theodor W. Adorno, daha sonra metodolojik anlaşmazlıklardan dolayı ayrılrsa da Lazarsfeld ile aynı radyo projesinde yer almıştır (Scannell, 2007: 20).

Üniversitesi Fen Fakültesi Radyosu, 1954 yılında Polis Radyosu ve yine aynı yıl Çiğli, İncirlik, Karamürsel, Samsun, Trabzon ve Sinop'taki ABD üslerinin radyolarının yayına başlamaları ile radyo toplumsal hayatta önemli bir yer edinmiştir (Cankaya, 2003: 52-53). 1968 yılında TRT'nin televizyon yayınları başlaması ve 1980 yılında ülkenin değişen ekonomi politikası sonrası televizyonun yaygınlaşmaya başlamışına rağmen radyo, uzun bir dönem büyük şehirlerde ve şehir merkezlerinde olmasa da kırsal kesimde tek kitle iletişim aracı olma özelliğini sürdürmüştür. Yaygınlaşmasına paralel olarak da radyo, iletişim araştırmalarının temelini oluşturmuştur. 1964 yılında kurulan Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu asistanlarının çalışmaları bu alandaki öncü araştırmalardan olmuştur. Cengiz İ. Taşer'in yazdığı ve 1969 yılında yayımlanan *Radyonun Organizasyonu ve Özerkliği*; Ersan İlal'ın 1972 yılında basılan *Radyo Hürriyeti ve Özerklik ve 1961 Anayasası*; Ünsal Oskay'ın *Gelişim Açısından Kültür Değişimi* başlıklı doktora tezleri ve yine Oskay'ın 1971 yılında yayımlanan *Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon: Geri Kalmışlık ve Televizyon* başlıklı araştırması; Oya Tokgöz'ün 1972 yılında tamamlanan *Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri: Mukayeseli Bir Araştırma* başlıklı tezi ve Uygur Kocabaşoğlu'nun 1978 yılında tamamlanan ve 1980 yılında yayımlanan *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna: TRT Öncesi Dönemde Radyonun Tarihi Gelişimi ve Türk Siyasal Hayatı* başlıklı doktora tezi bu araştırmalar arasındadır. Aynı şekilde Sezer Akarcalı'nın 1989 yılında tamamladığı *Propaganda Aracı Olarak Uluslararası Yayınlar (Örnek Olay: Türkiye'nin Sesi Radyosu)* adlı doktora tezinden kitaplaştırılan *2. Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*, özel yayıncılığa geçiş sürecinin aktarıldığı *Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci* ile

Radyo ve Televizyonda Türk Dış Yayınları isimli kitaplar; Meltem Ahıska'nın 1995-99 yılları arasında yazdığı doktora tezinden *Radyonun Sihirli Kapısı: Garbiyatçılık ve Politik Öznellik* ismiyle yayınlanan kitabı da Türkiye'de radyo yayıncılığına ilişkin önemli akademik araştırmalardır.

Televizyon, internet gibi yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ile birlikte radyo hem toplumsal hem de akademik hayattaki önemini kaybetmeye başlamıştır. Böylelikle radyonun toplum hayatında eskisi kadar önemli bir yeri olmadığına, dinlenmediğine dair görüşler genel bir kabul görmüştür. Oysaki *Ulusal Radyo Yayıncıları Derneği* (URYAD) ve Nielsen tarafından her ay en az 5 bin hane ve 7500 birey ile yapılan *Radyo Dinleyici Ölçümü Araştırmasının* sonuçlarına bakıldığında radyo dinleme oranları her geçen gün artmaktadır. Bu verilere göre 2015 Ocak ayında Türkiye genelinde % 42 olan hanelerde radyo dinleme oranı, Nisan ayında % 44'e ulaşmıştır. Eylül 2015 verilerine göre ise Türkiye'de her 10 kişiden 7'sinin her hafta radyo dinlediği, dinleyicilerin ise en çok 25-34 yaşları arasında, AB grubundan⁶ olduğu ortaya konmuştur. Cinsiyet bazında ise erkeklerin % 73'ü haftalık olarak radyo dinlerken, kadınlarda bu oran % 63 olmuştur. Yapılan araştırmalar güvenilirlik ve örneklem seçimi gibi konularda eleştirilse de bu alana dair temel bazı bilgiler edinmemizi sağlamaktadır. Dolayısıyla bu veriler ışığında

⁶ Sosyo Ekonomik Statü (SES) grubudur. SES grupları A, B, C1, C2, D ve E olmak üzere 6 ana gruba ayrılır. Türkiye Araştırmacılar Derneği (TUAD, 2012) tarafından yapılan çalışmalarla belirlenen bu gruplardan A grubu hemen hepsi üniversite, % 30 dolayında lisansüstü mezunu, yarıya yakını ücretli çalışan, nitelikli uzman, % 10'a yakını 20'den fazla çalışanı olan beyaz yakalı, % 20'si irili ufaklı işyeri sahibi, % 40'a yakınının eşi çalışan, % 20'si para biriktiren, % 30'u tatilini tatil köyü/otele giderek değerlendiren, yarısına yakınında kitaplık/kütüphane olan kişilerden oluşmaktadır. B grubu ise, % 60 oranında üniversite/lisansüstü, % 35 civarında 2 yıllık yüksekokul veya lise mezunu, % 60'ı yönetici olmayan memur, teknik personel, uzman olan, % 15'i 1-5 arası çalışanı olan irili ufaklı işyeri sahibi, % 30 oranında eşi çalışan, % 13'ü para biriktiren, % 20'si tatilini tatil köyü/otele giderek değerlendiren ve % 30'unda kitaplık/kütüphane olan kişilerden oluşmaktadır. Bu bakımdan A ve B gruplarının birleşiminden oluşan ve toplumun %13'nü oluşturan AB grubu eğitim, kültür ve alım düzeyi yüksek olan kesimi ifade etmektedir.

yeni iletişim teknolojilerinin gelişiminin radyoyu etkilediğini ancak yine de radyonun toplumsal hayatta hala önemli bir yere sahip olduğunu ifade edebiliriz. Bu nedenle akademik bir ilgi alanı olarak uzunca bir süre unutulmuş olan bu konuda bilgi üretmenin önemli olduğunu söyleyebiliriz.

Yalnız radyo yayıncılığı değil, dini yayıncılık da Türkiye’de akademik olarak ihmal edilmiş bir konudur. Bu boş alana dair bilgi üretme çabası araştırmanın önemini ortaya koymakla birlikte, çalışmanın beslenebileceği literatürün kısıtlı olması sonucunu da beraberinde getirmiştir. Tez konusu belirlenirken yapılan taramalar sonucunda pek çoğu kaynakçada da yer alan, Avrupa ve ABD’de dini yayıncılığı konu alan birçok araştırma bulunmaktadır. Oysa böyle bir akademik çalışma alanı Türkiye için çok gelişmiş değildir. Yalnız dini içerikli yayın yapan radyoları merkezine alan akademik çalışmalar bulunmamakla birlikte, Mustafa Çetin Baydar tarafından 1994 yılında yazılan o dönemin dini yayınlarının değerlendirilerek *İslam Radyo-Televizyonu* (İRT) adı verilen idealin nasıl hayata geçirilmesi gerektiğini anlattığı *İslam ve Radyo Televizyon* kitabı; uzun zaman dini bir radyoda programcılık yapan Nurdal Durmuş’un 2011 yılında kaleme aldığı ve ülkedeki İslami radyoların gelişimini aktardığı *Türkiye’nin Kültürel (İslami) Radyolar Tarihi* adlı yazısı ile Mehmet Akgül’ün dini hayatın medyanın gelişimiyle yaşadığı dönüşümü bir alan çalışması üzerinden ele aldığı 2008 yılında yayımlanan *Medya ve Din: Radyo İletişimi ve Gözyaşı FM Örneği* başlıklı makalesi İslamcı, muhafazakâr çevreler içerisinde dini yayıncılık üzerine yapılan çalışmaların bazılarıdır.

Yapılan hem akademik hem de deneme türündeki çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada merkeze sadece dini içerikli yayın yapan radyolar alınmıştır. Bu bakımdan tezin konusunu oluşturan bu radyoların alternatif, topluluk ya da yerel

radio tanımlarına ne kadar uyduğu ve hangi noktalarda ayrıldığı, bu radyoların başlı başına bir görüngü olduğunun ortaya konması için önemli bir noktadır. Bu nedenle birinci bölümde, bu iddiayı desteleyecek veriyi sağlayabilmek adına, dünyada alternatif ve yerel yayıncılık türlerinin gelişimi; ardından adlandırma çabalarına rehberlik etmesi açısından dünyada dini yayıncılığın gelişimi aktarılacaktır.

Tezin ikinci bölümünde ise yapılan alan araştırmasının verilerine yer verilecektir. RTÜK tarafından verilen lisansların tematik yayıncıları kapsayan bir listesinin olmaması ve aynı zamanda her dini radyonun tematik lisansla yayın yapmaması ihtimali nedeniyle araştırma evrenini oluşturan dini radyolar, RTÜK sitesinde yer alan yayıncı kuruluşlar listesinden bulunarak, internet siteleri ve yayınları incelenerek tespit edilmiştir. Yapılan bu çalışma sonucunda Türkiye çapında ulusal, bölgesel ya da yerel radyo lisansına sahip 83 dini radyo tespit edilmiştir.⁷ Bunlar içerisinde araştırma evrenini temsil kapasitesi en yüksek şehirler olan Ankara, İstanbul ve Konya illerinde yayın yapan dini radyolar ile görüşme yapılması planlanmıştır.

Seçilen bu üç ilde dini içerikli yayın yapan toplam 30 radyo bulunmaktadır. Bunlar içerisinde Ankara’da yayın yapan *Radyo Shema* ve İstanbul’da yayın yapan *Radyo Light* Hristiyan radyolarıdır. Tez kapsamında ağırlıklı olarak İslami yayın yapan radyolar ele alındığından bu radyolar örneklem dışında tutulmuştur. İslami içerikli yayın yapan radyolar arasında ise Ankara’da yayın yapan *Radyo Ankara*’nın internet sitesi ve iletişim bilgilerine erişilemediğinden iletişim sağlanamamıştır. Onun dışındaki 26 radyo ve Yalova iline İstanbul’dan yayın yaptığı fark edilen *Radyo Cuma* adlı radyoya telefon, mail ve internet sitesi üzerinden gönderilen

⁷ Türkiye’de yayın yapan dini radyoların tam listesi için Ek 1’e bakınız.

formlar aracılığıyla ulaşılmıştır. Bu radyolardan 16 tanesi görüşme talebini kabul etmiştir. Geriye kalan 11 radyodan *Bayram FM* ve *Ravza FM* birden fazla yapılan telefon görüşmeleri sonunda yoğunluk sebebiyle yüz yüze görüşme talebini reddetmiştir. *Semerkand FM* ve *Akra FM* ise pek çok defa yapılan telefon görüşmelerinde yüz yüze görüşme talebini doğrudan reddetmemiş ancak her seferinde yetkili kişinin yoğunluğu nedeniyle görüşmek mümkün olmamış ve ısrarlı aramalara geri dönüş yapılmamıştır.

Burç FM ve *Radyo Mehtap* gibi *Samanyolu Yayıncılık Hizmetleri A.Ş.*'ye ait radyoların iletişim bilgilerine ulaşamamış ancak bu radyolara kendi internet sitelerinde yer alan iletişim formları yoluyla talep iletilmiştir. Ancak bu talebe olumlu ya da olumsuz bir cevap gelmemiştir. Tez yazım süreci devam ederken 15 Temmuz 2016 tarihinde yaşanan darbe girişimi sonrası bu gruba ait tüm yayınlar Fetullahçı Terör Örgütü olarak adlandırılan grupla ilişkileri nedeniyle durdurulmuştur. Bunlar yanı sıra araştırmanın yürütüldüğü dönemde kayyum atandığı için görüşme talebinin geri çeviren *Irmak Radyo ve Televizyon Hizmetleri A.Ş.*'ye ait *Radyo Cihan* da aynı nedenle kapatılan radyolar arasında yer almıştır. Dolayısıyla *Samanyolu Yayın Grubu*'na ait radyolara ulaşmanın mümkün olmaması yaşanan bu gelişmeler ile de açıklanabilir.

Aynı şekilde *Radyo Nur* adlı radyo istasyonunun da iletişim bilgileri bulunmadığından internet siteleri üzerinden ulaşılmaya çalışılmış ancak cevap alınamamıştır. Bunun yanı sıra iletişim numaraları bulunan *Dolunay FM* ve *Konya FM*'e pek çok kez telefon yoluyla ulaşılmaya çalışılmış ancak aramalara cevap verilmemiştir. Bunun üzerine internet siteleri üzerindeki iletişim formları ile ulaşılmaya çalışılmış ancak bir kez daha cevap alınamamıştır. Telefon ile ulaşılan ve

mail yoluyla soruların cevaplanmasının kabul edildiği *Erkam Radyo*'dan ise ısrarla atılan maillere herhangi bir cevap gelmemiştir. Dolayısıyla araştırma kapsamında 16 radyo ile yüz yüze görüşme yapılarak bu görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmış ve daha sonra deşifre edilmiştir.

Bu görüşmeler kapsamında radyoların dini cemaat ve vakıflar ile olan sıkı ilişkileri elde edilen önemli bir veri olmuştur. Bir diğer önemli veri ise amatör yapıları nedeniyle topluluk radyolarıyla benzerlik göstermelerine rağmen dini radyoların demokratik iletişim zemininin genişletilmesine katkı sunamamaları ve kendi doğrularını tek gerçek olarak ifade etmeleri nedeniyle topluluk radyosu olarak adlandırılmayacak olmasıdır. Bu verilerin yanı sıra elde edilen diğer pek çok veri, tezin ikinci bölümünde Türkiye'de radyo ve yerel yayıncılığın gelişimi aktarıldıktan sonra *Dini Radyo Adlandırmasına Yaklaşımlar ve Dini Hareketlerle İlişkiler*, *RTÜK ile İlişkiler*, *Dini Radyoların Teknik ve İdari Yapısı*, *Dini Radyoların Mali Yapısı* ve son olarak *Programcılık Anlayışı ve Dinleyiciler ile İlişkiler* başlıkları altında incelenecektir.

BÖLÜM I: DÜNYADA ALTERNATİF, YEREL VE DİNİ RADYO YAYINCILIĞININ TARİHİ

1.1 Dünyada Alternatif Radyo Yayıncılığının Gelişimi

Alternatif radyo, adından da anlaşılacağı üzere devlet tekelindeki radyo yayıncılığına bir alternatif olarak doğmuştur. Yayıncılık, kamusal bir kaynak olarak kabul edilen ve sınırlı sayıda yayıncının kullanımına uygun olan frekanslar üzerinden yapılmaktadır. Frekansın bu özelliği yayıncılığın kamunun yararına kullanılması gerektiği anlayışını doğurmuştur (Scannell, 1990: 11). Bunun yanı sıra yayıncılık faaliyetlerinin başlayabilmesi için gerekli teknik alt yapı yatırımlarının yapılması ve bu yatırımların maliyetli oluşu, 1. Dünya Savaşı'ndan çıkmış, ekonomik bir yıkım yaşayan Avrupa'da, devleti bu alanda söz sahibi yapmıştır. Ekonomik ve teknik sınırlılıkların yanı sıra devletin yayıncılık alanındaki egemenliği, bu yeni teknolojilerin halkın üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlayışına da dayanmaktadır. Dolayısıyla devletler böyle önemli bir aracı kendi kontrol alanından çıkarmak istememiş ve bizzat kendisi alanda hâkimiyet kurmuştur. Humphreys'in de ifade ettiği gibi (1996: 112-114), en başından beri yayıncılık, kamu politikası müdahalelerinin meşru bir alanı olarak değerlendirilmiş ve bu teknik, siyasi, tekel olmak üzere üç gerekçe ile meşrulaştırılmıştır. Radyonun telefon ve telgraftan doğan bir teknoloji olması dolayısıyla frekanslar, PTT gibi telefon ve telgraf otoriteleri tarafından sahiplenilmiş ve yönetilmiştir. Bunu meşrulaştırmak için ise "frekansların sınırlılığı" kullanılmıştır. İçerikte çeşitlilik ve kalite ile yayıncılığın herkese ulaşması gerektiği de öne sürülen gerekçelerden biri olmuştur. Bunun yanı sıra en önemli neden ise radyonun kamuoyu oluşturmada, bireylerin oy verme davranışlarını

etkilemedeki gücünün fark edilmesi ve kamu otoritelerinin bunu bir tehdit olarak algılamalarıdır.

Ancak otoritenin kurduğu bu hâkimiyet, Avrupa'nın pek çok yerinde farklı oranda ve farklı araçlarla geliştirilmiş ve Avrupa'da kamu hizmeti yayıncılığının bir tekel olarak gelişmesini sağlamıştır. Avrupa'da kamu hizmeti yayıncı kuruluşlarının tekelinde olan yayıncılık, Amerika Birleşik Devletleri'nde büyük ticari şebekelerin tekelindedir. 1927 yılında frekansları düzenleme yetkisi verilen *Federal Radyo Komisyonu* (*Federal Radio Commission – FRC*)'nun düzenleme politikalarına ABD'nin coğrafi büyüklüğünün de eklenmesiyle ülkede Avrupa'dan farklı olarak *şebeke* (network) sistemi gelişmiştir. Bir yayın istasyonu ile ülkenin tamamına erişimin mümkün olmadığı Amerika'da, şebeke sistemi yoluyla aynı şebeke şirkete bağlı olan istasyonlar, aynı canlı ya da bant programları yayınlamaktadır.

Teknolojinin gelişmesi, küreselleşme, tekel konumundaki radyoların ülkelerde gelişen muhalefete yer vermemesi, yerelliğin ön plana çıkışı ve azınlıkların kendi kültürlerinin devamlılığını sağlamak istemeleri gibi pek çok neden alternatif bir türün doğmasına zemin hazırlamıştır (Timisi, 1997: 3; Topuz vd.,1990: 64-65). Tekel konumundaki kamu hizmeti radyolarının ülkenin her yerinde ulus-devletin resmi dil ve kültürünü yaygınlaştırmaya çalışması ve bunun yanı sıra küreselleşmenin topluluklar üzerinde yarattığı yerellikleri koruma arzusu, alternatif radyoların doğmasında önemli bir etken olmuştur. Alternatif radyolar, tekel konumundaki kamu hizmeti yayıncılarından farklı olarak devletten bağımsız, fakat yine kamusal bir hizmet gören radyolardır (Topuz vd.,1990: 61).

Hem devlet hem ticari yayıncıların tekeli, 1930’lu yıllarda Bertolt Brecht tarafından ciddi bir şekilde eleştirilmiştir. Radyonun içinde bulunduğu hali, “kendisine bir şeyler söyleyecek birini bulamayan dinleyicilerin durumunun vahimliği” ile ifade eden Brecht, radyonun demokratikleştirilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Brecht, 2012: 5-6). Aynı zamanda radyonun bir dağıtım, yayın aracı olmaktan çıkarılıp bir iletişim aracına dönüştürülmesi gerektiğini ifade etmiştir. Brecht’e göre (2012: 18), radyonun bir iletişim aracına dönüştürülmesi onun yalnız yayan değil, alan diğer bir ifadeyle dinleyiciyi sürece katarak onu da konuşturan ve dinleyicisini de içeriğin kaynağı haline getiren bir anlayışla sağlanabilir. Radyonun mevcut haliyle etkisiz kılındığını vurgulayan Brecht (2012: 20), “bertaraf edici güçleri, bertaraf edilenlerin örgütlenmesiyle karşılamak tamamen imkânsız mıdır?” diye sorarak bundan yaklaşık 40 yıl sonra ortaya çıkacak olan alternatif radyolara yol göstermiştir.

Alternatif radyoların gelişimi ile yayıncılık alanında kısa sürede ticari radyoların da yer almaya başladığını görmekteyiz. Ancak alternatif radyolar yalnız devlet tekelindeki radyolara muhalefet olmakla kalmaz, kar amacı ile hareket eden ticari radyolara da alternatif oluştururlar. Dolayısıyla alternatif radyolar, hem devlet tekelindeki radyolar hem de ticari radyolardan farklı bir tür olarak karşımıza çıkmakta ve her ikisine de alternatif oluşturmayı hedeflemektedir. Çünkü Brecht’in yukarıdaki sözlerinde de vurgulandığı gibi alternatif radyo, azınlıkların, ezilenlerin diğer bir ifadeyle sesi olmayanların sesi olma amacındadır. Tüm bir ulusa seslenmeyi hedefleyen geleneksel radyolardan farklı olarak alternatif radyolar yerel niteliktedir ve belirli bir topluluğa seslenirler. Geleneksel radyoların tek yönlü ve dikey iletişiminden ziyade dinleyicinin katılımını önemseyen çift yönlü ve yatay bir

iletişim tercih ederler. Geleneksel radyoların devletin idari kurumları ya da ticari kuruluşlar tarafından yönetilmesine karşılık alternatif radyolar, seslendikleri topluluğun üyeleri ya da onların oluşturduğu dernek ve kurumlar tarafından yönetilirler. Hedef kitlesini belirli bir topluluk oluşturduğundan içerik de yerel nitelikte, o topluluğun ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde ve dinleyicilerin de program yapım süreçlerine katılımı ile oluşturulur. Yerel nitelikte olan bu alternatif radyolar kâr amacı gütmeyen ve geleneksel radyoların aksine daha az maliyetli, alt yapı yatırımları gerektirmeyen düşük güçlü vericiler ile yayın yaparlar (Güney, 2009: 83).

Alternatif radyolar her ülkede farklı bir gelişim izlemiş, farklı özellikler geliştirmiştir. Bu nedenle kamusal radyo, halk radyosu, özgür radyo, eğitsel radyo, topluluk radyosu gibi farklı isimlerle adlandırılmıştır. Sunar'ın da belirttiğı gibi (2002: 36-37), alternatif radyolar şu başlıklar altında toplanabilir.

- *Kamusal Radyo*: Kuzey Amerika yani ABD'de ortaya çıkmıştır. Radyo bir yerel kamu topluluğı ya da dini organizasyonların yerel temsilcilerinden oluşur. Bu söz konusu topluluk gelişigüzel kişilerden ziyade belirli bir yerleşim yerinde bir araya gelen insanlardan oluşur.
- *Halk Radyosu*: Latin Amerika ve Batı Avrupa'nın Latin bölümünde gelişmiştir. Ulusal radyoya karşı muhalefetin ve bağımsız kişi ya da kuruluşların fikirlerini yansıtmak için kurulmuştur.
- *Özgür Radyo*: Batı Avrupa'da hükümete ve politikacılara karşı bir tepki olarak doğmuştur. Devlet tekellerinin Batı Avrupa'dan başlayarak yıkılmasına yol açan sürecin en önemli etkeni olmuştur. Yasal düzenlemelere göre tekel olarak tanınmış kuruluş dışında yayın yapmak yasak olduğundan bu radyolar “korsan radyo” olarak da

adlandırılmaktadır. Fransız hukukunda bu terim yerine yerel-özel radyo tanımı kullanılmaktadır.

- *Eğitsel Radyo*: Bu radyolar Afrika ülkelerinin kırsal bölgelerinde okuma yazma ve gelişmenin sağlanması için kullanılmaktadır. Bu yayıncıları genelde devlet radyoları düzenler. Fakat Amerikan eyaletlerinde ya da diğer ülkelerde belirli bir site ve kampüste yaşayanlara yayın yapan eğitici radyolar da vardır. Bunlar bağımsız alternatif radyolardır.
- *Topluluk Radyosu*: Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerinde yerliler ve farklı azınlıklar tarafından kurulmuştur. Genellikle bu toplulukların dil ve kültürlerinin devamlılığını sağlamak adına yayın yaparlar.

Farklı adlandırmaların yanı sıra alternatif radyolar, farklı bölgelerde farklı zamanlarda gelişmiştir. İlk alternatif radyo, 1949 yılında ABD’de; 1950’li yıllarda Brezilyalı eğitimci Paolo Freire’in düşüncelerinden esinlenen "halk radyosu" ise Latin Amerika ülkelerinde kurulmaya başlanmıştır (Delorme, 1992: 68-69). Avrupa ülkelerinde 1960’larda gemilerden yapılan illegal yayınlarla başlayan korsan radyolar ise Avrupa’da alternatif radyoların öncüsü olmuştur. Amaçlarına göre ikiye ayrılan korsan radyolardan politik amaçlı olan *Clandestine* radyolar politik gruplar tarafından yönetilmiş ve ülke dışındaki vericiler yoluyla yayın yapmıştır. *Pop-Pirate* radyolar olarak adlandırılan ve politik amaçlardan ziyade yayıncılık tekeline karşı ortaya çıkan bu korsan radyolar ise genellikle müzik yayını yapmıştır (Akarcalı, 1993: 2). Baltık denizinden İskandinav ülkelerine yayın yapan *Radio Mercury* ile başlayan radyo korsanlığı (Timisi, 1997: 8), 68 Hareketinin yükselişi ile “özgür radyo hareketi” olarak gelişmiş ve tüm Avrupa’ya yayılmıştır. 1970’li yıllarda ilk

olarak İtalya, daha sonra da Fransa başta olmak üzere diğer ülkelerde özgür radyo olarak hayata geçmiştir.

1.1.1. İtalya

İtalya’da yayıncılık alanı başından beri tekel olarak düzenlenmiştir. Radyo yayın imtiyazı, 1924 yılında daha sonra 1944 yılında *Radio Audizioni Italiana* (RAI) adını alacak olan *Unnionne Radiofonica Italiana* (URI) adlı anonim şirkete verilmiştir (Topuz vd.,1990:30). 1970’li yıllarla birlikte RAI’nin yayıncılık alanındaki tekeli kırılmaya başlamıştır. Ülkenin pek çok yerinden radyo ve televizyon istasyonları yayın yapmaya başlamış, buna karşılık devlet de bu istasyonları mahkemeler yoluyla kapatmaya çalışmıştır. Ancak her kapatma girişimi, Anayasa Mahkemesi’nin bölgesel düzeyde yayın yapan bu istasyonları meşrulaştırması halini almıştır. Radyo yayıncılığı alanında Avrupa’da yaşanan bu hareketlilik, “özgür radyo hareketi” olarak anılmaktadır. Bu hareket İtalya’da kadın dernekleri, sol gruplar, yeşiller ve eşcinsel grupların oluşturduğu *Movimento* hareketi ile başlamış, bu gruplar kendi radyo yayınlarını yapmaya başlamışlardır. İlk olarak 1975 yılında kendilerini özgür radyo olarak tanımlayan üç radyo yayına başlamıştır; *Radio-Emmanuel-d'Ancone*, *Radio-Milano-International* ve *Radio-Parma* (Soydan, 1998: 60). Kısa zamanda sayıları 300’ü bulan bu radyolar 1976 yılında Anayasa Mahkemesinin verdiği kararla serbest bırakılmış ve sayıları kısa bir sürede 3000’e ulaşmıştır. Böylelikle İtalya’da alternatif radyoculuk RAI’nin tekeline karşı kendi seslerini duyurmak isteyen muhalif grupların mücadelesi ile gelişmiştir. Ancak yasal düzenlemenin gecikmesi ile büyük ticaret firmaları, sanayi grupları gibi ticari amaçlarla hareket eden aktörler de radyo yayıncılığına başlamıştır. Bu ticari yayıncılar ile rekabete dayanamayan

özgür radyolar kapanmış, 1982 yılına gelindiğinde sayıları 2000'e düşmüştür (Topuz vd.,1990:66).

Community Media Forum Europe (CMFE)'un 2012 yılında yaptığı haritalandırma çalışmasına göre İtalya'da lisanslı 259 topluluk radyosu yayın yapmaktadır. Ayrıca ülkede topluluk radyoları yasal olarak düzenlenmiştir.

1.1.2. Fransa

Z. Melda Denizci Sunar (2002: 54), Fransa'da ilk düzenli radyo yayınlarının 1922 yılında başladığını ve bunun hemen ardından 1924 yılında devletin resmi ve özel yayıncılığı bir kararname ile serbest bıraktığını ifade etmektedir. 1941 yılına kadar PTT kontrolündeki radyo istasyonları Vichy hükümeti ile kapatılmıştır. 1945 yılında, 1964 yılında yerini *L'Office Radiodiffusion-Television Française* (L'ORTF)'e bırakacak olan *Radiodiffusion-Television France* (RTF) kurulmuş ve böylelikle yayıncılık alanında tekel sağlanmıştır. 1972 yılında ise L'ORTF dağıtılarak her biri kendi genel müdürüne, bütçesine, gelirine sahip yedi özerk yayıncı kuruluş kurulmuştur. Bu sürecin sonucu olarak *Radio France*, radyo alanında kurulan şirkettir. Bunun yanı sıra “periferik radyolar” denilen vericileri komşu ülkelerde bulunan *Europe 1*, *RTL*, *Radio Monte Carlo*, *Sud Radio* gibi karma istasyonlar da yayın yapmaya başlamıştır (Topuz vd.,1990:67). Fakat kanalların çoğaltılmasıyla çeşitlilik sağlanmaya çalışılsa da kanalların tümüne hâkim olan görüş aynı olmuştur ve hepsi devlet yayıncısı gibi yayın yapmıştır. Tüm dünyada yükselen toplumsal hareketlerin Fransa'da da etkili olmaya başladığı böyle bir dönemde, 1968 yılında kurulan *Radio-Sorbonne* ve *Radio-Campus* adlı üniversite öğrencilerinin korsan olarak yayın yaptığı radyolar ile tekel ilk kez kırılmıştır. 1977 yılında *Radio-*

Verte'nin yayına başlaması ve yaklaşık 12 milyon dinleyiciye ulaşması ardından hızla pek çok radyo açılmıştır (Sunar, 2002: 55). Hükümetin “korsan” olarak tanımladığı bu radyoların hepsi kamusal bir görev gören, ticari amaçları olmayan Avrupa’daki “özgür radyo hareketi”nin uzantısı radyolardı. 1981 yılında muhalefet döneminde *Radio-Riposte* adlı radyodan yayın yapan Sosyalist Parti’nin iktidara gelmesi ile tüm radyolar serbest bırakılmış ve 9 Kasım 1981’de çıkarılan yasa ile devlet tekeli kaldırılmıştır (Topuz vd.,1990: 69). Böylelikle Fransa’da da alternatif radyolar tüm dünyada toplumsal muhalefetin yükseldiği bir dönemde “özgür radyo”lar ile gelişmiştir.

2012 yılı itibariyle ülkede 600 topluluk radyosu yayın hayatına devam etmektedir (CMFE, 2012). Bu radyolar, *Support Fund for Radio Expression (Fonds de soutien à l’expression radiophonique – FSER)* adlı kurum tarafından desteklenmektedir. Ancak bu da topluluk radyolarının bu fona bağımlılığı nedeniyle yerellik, çeşitlilik ve bağımsızlık konularında tartışmalara neden olmaktadır (UNESCO, 2013: 38)

1.1.3. Almanya

Almanya’da ilk kamusal radyo, 1923 yılında yayına başlamış ve giderek gelişerek bir ulusal, dokuz bölgesel yayınlı tüm ülkeyi kapsamıştır (Tekinalp, 2011: 89). Nazi iktidarının 2. Dünya Savaşı ile yıkılmasıyla ikiye ayrılan ülkede, 1990 yılında Doğu ve Batı Almanya’nın birleşimine kadar yayıncılık alanı *Länder* denilen eyaletlere, telekomünikasyon alanı ise federal devlete ait bir düzenleme alanı olmuştur. Federal devlet radyosu tekel konumundadır, ancak bunun dışında her eyaletin kendi radyosu bulunmaktadır. 1950 yılında bu eyalet radyoları kendi

aralarında örgütlenerek ARD (*Radyo-Televizyonlar Birliği*)'yi kurmuştur. Bu birliğe bağlı eyalet radyoları kendi ürettikleri programları yayınlamıştır. Eyalet radyolarının yanı sıra 1970'lerde tüm dünyaya yayılan “özgür radyo hareketi” ile *Radio Unfreis Berlin*, *Radio Fries Wendland* ve *Radio Luftihus* gibi korsan olarak yayına başlayan siyasi radyolar ve *Evangelimus Rundfunk*, *Evangelische Radiomission* gibi dini radyolar yayına başlamıştır (Topuz vd., 1990: 76). Eyaletlerdeki yayıncılık anlayışı kendi içlerinde homojen bir özellik göstermemiş, eyaletteki mevcut hükümetin siyasal tercihleri doğrultusunda şekillenmiştir. Ancak 1970'lerin sonları 1980'lerin başlarında hâkim hale gelen neo-liberal ekonomi politikaları ve onun yayıncılık alanındaki yansıması olan deregülasyon, eyaletler arasında da bu yönde genel bir eğilimi ortaya koymuştur. 1984 yılında Batı Almanya'da yeni yayıncılık yasası ile ticari yayıncılığın önü açılmış ancak yasada topluluk radyolarına yer verilmemiştir (Pinseler, 2008: 69). 1990 yılında Doğu ve Batı Almanya'nın, Almanya Federal Cumhuriyeti adı altında birleşmesinden sonra yeni eyaletlerde de özel yayıncılık girişimleri görülmeye başlanmıştır. Sunar'ın belirttiği gibi (2002: 48), birleşme sonrası yerel yayıncılık alanında özendirici çalışmalar yapılmış, 16 eyaletten 15'ini kapsayan Medya Kurulu kurulmuştur. Eyalet Radyo Yasası ile her radyonun yayın süresinin %15'ni farklı kültürel gruplara ayrılması zorunlu hale getirilmiş ve böylece farklı kesimlerin kendilerini ifade etmelerine alan sağlanmıştır.

Günümüzde Almanya'da pek çok topluluk radyosu bulunmaktadır. Bunlardan kimi kendini “özgür radyo”, kimi “yurttaş radyosu” olarak tanımlamaktadır. 1990'ların sonlarında yürürlüğe giren yeni yayıncılık yasası tüm bu istasyonları “ticari olmayan yerel radyo yayınları” başlığı altında toplamaktadır (Pinseler, 2008:

67). CMFE verilerine göre 2012 yılı itibari ile ülkede 123 topluluk radyosu yayın yapmaktadır (CMFE, 2012).

1990 yılından bu yana Almanya’da yerel radyo istasyonları büyümüş ve çeşitlenmiştir. Birçok kamunun erişimine açık istasyon varken bir yandan da birçok ticari olmayan yerel radyo istasyonu yayıncılık hayatına devam etmektedir. Kamu erişimine açık kanallar, herkesin yaptığı her türlü programa açıkken, ticari olmayan kanallar dinleyicileri tarafından yönetilmekte ve her biri farklı politikalara sahip olabilmektedir (Pinseler, 2008: 70-71).

1.1.4. İngiltere

1920 Şubat ayında Post Office’in *Marconi Company*’e verdiği izin ile kablosuz telgraf meraklıları için Chelmsford vericisinden ilk yayınlar gerçekleştirilmiş, 1922 yılında ise yine *Marconi Company*’e Writtle’dan ve kısa bir süre sonra da Londra’dan düzenli yayınlara başlaması için izin verilmiştir. Fakat enterferans ve kaos korkusu ile alıcı satışını teşvik etmek için yayın yapmak isteyen diğer şirketlerin başvuruları reddedilerek tüm bu şirketlerden oluşan bir konsorsiyum, *British Broadcasting Company* 1922 yılında kurulmuştur (Crisell, 1994: 18). İngiltere’de *British Broadcasting Company*’e tanınan yetki ile başlayan radyo yayıncılığı 1927’de şirketin *British Broadcasting Corporation*’a dönüştürülerek özerk bir kamu kuruluşu haline getirilmesiyle tekel olarak devam etmiştir.

Crisell’in ifade ettiği (1994: 28), yaşanan üç önemli gelişme radyo yayıncılığının seyrini değiştirmiştir. Bunlardan ilki ve belki de en az önemli olanı stereo yayının gelişmesidir. Bir diğeri ise 1955 yılında yerel radyoların kurulmasına

olanak sağlayacak olan, biri FM bandını kullanabilen iki vericinin açılmış olmasıdır. Son olarak 1947 yılında ilk transistörün üretilmesi, radyonun boyutlarını küçültürerek taşınabilir hale getirmiştir. Böylelikle küçülen ve ucuzlayan radyo alıcıları ile istenilen her yerde dinlenebilir hale gelen radyo yaygınlaşmıştır.

Yaşanan tüm bu gelişmeler ile dinleyici sayısı artsa da bu sefer de BBC korsan radyolar ile mücadele etmek zorunda kalmış ve önemli oranda dinleyicisini bu radyolara kaptırmıştır. 1964'te *Radyo Caroline* adında gemiden yayın yapan bir radyonun yayına başlaması ile BBC tekeli ilk kez delinmiştir (Soydan, 1998: 72). 1967 yılına gelindiğine ise dokuz kadar gemi korsan yayıncılık yapmaktaydı. *Radyo Caroline* ve *Radio London* ise bunlar arasında en profesyonel ve en çok dinlenen korsan radyoydu (Crisell, 1994: 31).

Korsan radyolar hem dinleyicinin yerellik talebinin hem de BBC'nin ülkenin her yerine ulaşamadığının fark edilmesini sağlamış ve BBC'nin yerel radyo istasyonları kurmasını teşvik eden unsurlardan biri olmuştur. 1963-64 yılındaki deneme yayınlarından sonra ilk yerel radyo istasyonu 1967 yılında Leicester'de kurulmuş, bunu 1970'ler ve 1980'ler boyunca diğerleri takip etmiştir (Crisell, 1994: 33).

1954 yılında *Bağımsız Televizyon Otoritesi* (*Independent Television Authority-ITA*)'nin kurulması ile BBC'nin televizyon alanındaki tekeli de kaldırılmış ve 1955 yılında 15 bölgesel televizyon kurumunun ortaklığı ile *Bağımsız Televizyon* (*Independent Television-ITV*) kurulmuştur. 1972'de yapılan düzenleme ile ITA, *Bağımsız Yayıncılık Otoritesi* (*Independent Broadcasting Authority-IBA*)'ne dönüştürülmüş ve yerel, ticari radyonun kurulmasına izin verilmiştir (Soydan, 1998:

73). *Capital Radio* ve *LBC*, 1973 yılında yayına başlayan ilk ve en popüler bağımsız yerel radyolar olmuştur (Crisell: 2002: 196). Ancak 1970’lerde yaşanan ekonomik durgunluk, IBA’nın kamu hizmeti yükümlülükleri ve program dengesi sağlanması gibi editöryal, yüksek teknik standartlar ve verici kiralari gibi nedenler *bağımsız yerel radyo* (*independent local radio* -ILR) adı verilen bu radyoların istenen etkiyi yaratmasını engellemiştir (Crisell, 1994: 35).

ILR’nin başarısızlığı kampüs, üniversite ile hastane radyolarının ve eski tip denizden yayın yapan korsan radyoların ortaya çıkmasında önemli bir etken olmuştur. Fakat bu gelişmeler daha büyük bir etki yaratarak topluluk radyosu konseptinin ortaya çıkmasını sağlamış ve kısa sürede çoğu etnik gruplara ait elli kadar topluluk radyosu ortaya çıkmıştır (Crisell, 1994: 36).

Yaşanan bu hızlı artışın sonucunda 1983 yılında *Topluluk Radyosu Derneği* (*Community Radio Association*) topluluk radyolarını devlet, endüstri ve düzenleyici kurumlarda temsil etmek için kurulmuştur. 2002 yılında ise IBA’nın radyo yayıncılığını düzenlemesi için yerini bıraktığı *Radyo Otoritesi* (*Radio Authority* - RA), ticari ve kamu yayıncılığı hizmetinin yanında üçüncü bir tür olarak topluluk radyosu “erişim radyoları” adıyla kabul etmiş ve 15 radyoya lisans vermiştir (Bailey, Cammaerts ve Carpentier, 2015: 97).

2003 yılında ülkedeki iletişim sektörünü düzenleyen beş kuruluş – *Radyo Otoritesi*, *Bağımsız Televizyon Komisyonu* (*Independent Television Commission* - ITC), *Radyo İletişim Dairesi* (*Radio Communications Agency*-Radio Com), *Yayın Standartları Komisyonu* (*Broadcasting Standarts Commission*-BSC) ve *Telekomünikasyon Dairesi* (*Office of Telecommunication* -OFTel)– yerine *İletişim*

Dairesi (Office of Communications-OFCOM) kurulmuştur. OFCOM kuruluşundan bir yıl sonra, 2004 yılında ilk topluluk radyosu lisansını vermiş ve bu radyo *103 The Eye* adıyla 2005 yılında yayına başlamıştır (OFCOM, 2012). Kurumun yayınladığı *A Guide to Community Radio* broşüründe topluluk radyosu lisansının bireylere değil, kayıtlı şirket ya da onun eşdeğeri kuruluşlara, 5 yıllık bir süre için verildiği ve bu radyoların belirlenen sınırlar çerçevesinde reklam ve sponsorluk alabileceği ifade edilmiştir. 12 Temmuz 2016'da güncellenen OFCOM verilere göre şuan ülkede lisanslı yayın yapan 243 topluluk radyosu bulunmaktadır.

1.1.5. İskandinav Ülkeleri

İskandinav ülkelerinin genelinde radyo ve televizyon yayıncılığı, devlet tekeli altında başlamıştır. 1925 yılında daha sonra *Danmarks Radio* (DR) adını alacak *Radioordningen* ile başlayan yayıncılık, daha sonra 1983 yılında başlayan deneme yayınlarının başarılı olması sonucu yerel, kamusal ve ticari olmayan bir yayıncılığa izin verilmesiyle gelişmiştir. Bu bakımdan reklam almamak, yerel nitelikte olmak ve yerel çıkarları aşındırmamak şartı ile sendika, siyasi parti, dinsel topluluk ve kültürel derneklere yayın yapma izni verilmiştir (Soydan, 1998: 77). Ülkede devletin topluluk yayıncılarına önemli bir desteği vardır. 2013 yılında Radyo Televizyon Kurulu, kâr amaçlı olmayan 124 radyo istasyonuna toplam 23.6 milyon Euro destekte bulunmuştur (CMFE, 2013).

Norveç'te de yayıncılık, 1933 yılında kurulan *Norveç Yayıncılık Kurumu* (*Norway Broadcasting Corporating – NRK*) ile devlet tekelinde gelişmiştir (Timisi, 1997: 19). 1981 yılında ise çıkarılan yayıncılık yasası ile reklam yapmamak ve parasal kaynağını kendi sağlamak koşuluyla yerel-kamusal radyoların kurulmasına

izin verilmiştir. Sekiz vericiyi bölüşerek yayın yapan 45 kamusal radyo topluluğunun %33'ünü dinsel örgütler oluşturmuştur (Soydan, 1998: 78). 1987 yılında çıkarılan Yerel Yayıncılık Yasası ile bu istasyonların reklam almalarına izin verilmiştir (Timisi, 1997: 19). Devletin de maddi destekte bulunduğu ülkede 82 topluluk radyosu yayın yapmaktadır (CMFE, 2012).

İsveç'te ise yayıncılık 1925 yılında yayına başlayan *Sveriges Radio* ile kamu hizmeti yayıncı kuruluşunun tekelinde başlamıştır. Ancak 1979 yılında başlatılan kamusal yayıncılık projesi gereğince 15 bölgede siyasi parti, sendika ve dinsel topluluklara reklam almamak ve ticari amaç gütmemek şartı ile yayın izni verilmiştir (Topuz vd., 1990: 74-76). Programları, bütçeleri ve çalışma koşulları her istasyonun kendisine belirlenen bu radyolar güncel ve yerel haberlere yer vermektedir (Tortop, 1998: 90). UNESCO'nun yürüttüğü medya profil çalışması verilerine göre 2011 yılı itibari ile ülkede 157 topluluk radyosu bulunmaktadır (UNESCO, 2013: 129).

Bu bakımdan İskandinav ülkelerinde Avrupa ya da Amerika'da gelişen anlayışla alternatif yayıncılık gelişmemiştir. Burada daha çok muhalefetin tepkisi olmadan, direkt yasal düzenlemelerle gelişen ve sivil toplum örgütlerine bırakılan yerel bir yayıncılık alanından söz etmek mümkündür.

1.1.6. Latin Amerika

Avrupa'da 1960'ların sonu ile başlayan "özgür radyo hareketi"nin temelleri Latin Amerika'da atılmıştır. Kurulmasını adaletsizlik ve yolsuzlukların teşvik ettiği bu radyolardan ilki, 1947 yılında Bolivya'da daha sonra 23 istasyon ile *Madencinin Sesi* adlı radyo şebekesine dönüşen *Maden İşçileri Radyoları*'dır (Güney, 2009: 50; Fraser ve Restrepo Estrada, 2001: 6). Marksist sınıf mücadelesine dayanan ideolojik

boyutlarıyla daha iyi ve adil çalışma koşulları için mücadele etmek amacıyla kurulan radyonun giderleri işçiler tarafından karşılanmıştır (Güney, 2009: 27). Yayın politikalarının sendikalar tarafından belirlenmesi, işçilerin içeriğe müdahalesini bugünkü topluluk radyoları ile karşılaştırıldığında sınırlandıran bir unsur olsa da radyoların maden ocaklarına yakınlığı etkileşimi arttıran bir unsur olmuştur (2009: 54). Pek çok kez ordunun müdahalesiyle karşı karşıya kalan bu radyolar zamanla sayılarını arttırarak yalnız işçilerin değil, bölge insanının da yaşam koşullarına katkıda bulunmuştur (Topuz vd., 1990: 85-86).

Kolombiya’da bir köy olan Sutatenza’da 1947 yılında, bir papaz olan Joaquin Salcedo tarafından düşük güçlü bir vericiyle yayına başlayan *Radyo Sutatenza* ise, çiftçilerin ekonomik ve sosyal durumları ile bölgede yaşanan sorunları dile getirmiştir (Güney, 2009: 54-55). Eğitsel radyo olarak tanımlanan *Radyo Sutatenza*, tarımsal alandaki bilgilerden edebiyata, aile ilişkilerinden boş zaman aktivitelerine kadar çeşitli pek çok konuda yayın yapmıştır. Başlangıcında kiliseden aktarılan fonlarla ayakta duran radyo daha sonra uluslararası örgütlerin desteğiyle 1985 yılında özelleştirilene kadar yayınına devam etmiş, 1987 yılında ise tamamen kapanmıştır (Güney, 2009: 55-56). Topluluk radyosunun ilk örneklerinin görüldüğü ülkede 1990 yılından itibaren yayıncılık politikalarındaki liberal eğilimlere paralel olarak topluluk radyolarının sayıları artmıştır. Girard’ın aktardığına göre 2007 yılında ülkede 850 adet topluluk radyosu bulunmaktadır (2007: 7).

Meksika’da ise 1923 yılında başlayan radyo yayınları izne bağlıdır. Radyoların büyük bir çoğunluğunun özel sektörün elinde olduğu ülkede, az oranda olsa da devlet ve üniversite radyoları da yayın yapmaktadır. Yalnız öğrencilere değil tüm halka hitap etmeyi amaçlayan üniversite radyoları, gösterdikleri yerel özellikler

ile ülkenin alternatif radyo yayıncılığı ihtiyacını karşılamaya çalışmaktadır. Bu radyolardan ilki, 1937’de kurulan ve kültür, eğitim yayınları yapan *Radio Universidad Nacional* (XEUN)’dir. 1974 yılında kurulan *Pueblo Üniversitesi XEUAG Radyosu* ise hem yayın iznine sahip olmadan korsan olarak yayın yapması hem de köylülerin sorunlarını dile getirerek ciddi bir muhalefet oluşturması ile önemli bir alternatif radyo haline gelmiştir (Topuz vd., 1990: 84). Günümüzde de topluluk radyoları yasal bir meşruiyet için mücadele etmekte ve pek çoğu herhangi bir lisansa sahip olmadan yayınlarını sürdürmektedirler (Pastrana, 2013). 2005 UNESCO verilerine göre ülkede 611 topluluk radyo istasyonu bulunmaktadır.

Küba’da ise diğer Latin Amerika ülkelerine nazaran daha geç bir tarihte, 1958 yılında Che Guevara’nın çabaları ile kurulan ilk radyo, Batista diktatörlüğüne karşı önemli bir direniş noktası olmuştur. Kısa sürede tüm ülkeden dinlenebilir hale gelen radyo, bugünkü Küba Radyosunun temellerini oluşturmuştur (Cazenave’den aktaran Soydan, 1998: 87). UNESCO’nun 2005 yılına ait verilerine göre ülkede yayın yapan 87 radyonun 63’ü topluluk radyosudur.

1998 yılında resmi olarak topluluk radyolarının tanındığı ve lisans verildiği Brezilya’da 2.000 topluluk radyosu yayın yapmaktaydı. Günümüzde ise lisanslı olarak 4.500 radyo yayın hayatına devam ederken aynı zamanda 10.000 radyo da illegal olarak yayın yapmaktadır (Mendel, 2013: 40).

1.1.7. Kanada

Kanada’da 1932 yılına kadar özel olan yayıncılık, 1936 yılında *Kanada Yayın Kuruluşu* (*Canadian Broadcasting Corporation-CBS*) ile kamusallaştırılmıştır. Genel olarak kamusal radyolar denilen öğrenci, topluluk ve yerli radyolarının FM-

UKW yayını yapmalarına ancak 1975'te izin verilmiştir (Tekinalp, 2011: 79-80). Bu radyolar yerel özelliktedir ve özel ruhsat ile yayın yapmaktadır. Ülkede yaşayan Eskimo ve Kızılderili yerli toplulukları, 1975 yılından bu yana yerel radyo yayıncılığı yapmaktadır. Bu radyolar Avrupa'daki örneklerde olduğu gibi korsan olarak yayına başlamamış, ülkenin düzenleyici kurumu *Kanada Yayıncılık ve Telekomünikasyon Konseyi (Conseil de la Radiodiffusion et des Telecommunications Canadiennes-CRTC)*'nin izni ile kurulmuşlardır. Yasada "topluluk girişimleri" olarak tanımlanan bu radyolar, öğrenci, topluluk ve yerli radyoları şeklinde üç grupta değerlendirilmektedir (Soydan, 1998: 82). Yerli radyoları ülkenin kuzeyindeki topluluklara hizmet etmektedir. Öğrenci radyoları ise üniversite kampüslerinden üretilen programlardan oluşmaktadır. Topluluk radyoları ise Fransız dilinin yasal tanınırlığı gibi politik, toplumsal ortak çıkar etrafında yayın yapmaktadır (Lewis ve Booth, 1989: 124). Bu kamusal radyolar, yerel hükümetlerden ve federal devletten belirli oranda destek alarak yayıncılık masraflarını karşılamaktadır. Bu bağlamda Kanada'da alternatif radyo, kamusal bir yayıncılık olarak başından beri devlet ve eyaletler tarafından desteklenmiştir (Topuz vd., 1990: 80-82). Ancak Lewis ve Botton'un ifade ettiği gibi (1989: 124), topluluk radyoları sektörün % 9'undan daha azını oluşturmaktadır. *UNESCO İstatistik Enstitüsü*'nün 2005 yılı verilerine göre Kanada'da 143 topluluk radyosu bulunmaktadır. 2007 yılında ticari olmayan topluluklara maddi destek sağlamak için kurulan *Kanada Topluluk Radyosu Fonu (Community Radio Fund of Canada - CRFC)* kuruluşunun sitesinde yer alan bilgiye göre ise günümüzde Kanada'da CRTC tarafından lisanslanmış 175'ten fazla topluluk ve kampüs radyosu bulunmaktadır.

1.1.8. Amerika Birleşik Devletleri

Amerika’da yayıncılık, 1920’de başlangıcından 1934 İletişim Yasası (Communication Act)’na kadar eğitsel radyolar ve ticari radyolar arasındaki mücadele sonucu karma bir şekilde gelişmiştir. Fakat önce 1927 Radyo Yasası (Radio Act), daha sonra da İletişim Yasası ile yapılan frekans düzenlemeleri yayıncılığa ticari sistemin hâkim olması sonucunu getirmiştir. Ancak kamusal yayıncılık alanında verilen mücadeleler ile 1950 yılında FM-UKW bandında 20 kanala eğitim amacıyla izin verilmiştir.

Avrupa’da 1970’ler ve özellikle 1980’ler ile yükselişe geçen topluluk radyosu ABD’de 1960’larda başlamıştır. Bu, ABD’de radyo yayıncılığının başlangıcından yasalarla düzenlenmesine kadar geçen sürede yaygınlaşarak önemli bir fenomen haline gelen amatör radyoculuk ve eğitsel radyo geleneğinden gelmektedir (Cammaerts, 2009: 640). Bu bakımdan ABD’de ilk topluluk radyosu olarak değerlendirilen *Pacifica Radio* (KPFA), 1948 gibi Avrupa’ya görece erken bir tarihte yayına başlamıştır. KPFA, barış yanlıları ve anarşist dinleyiciler tarafından desteklenen, bağımsız ve kâr amacı gütmeyen bir istasyon olarak tanımlanmaktadır (Partridge’den aktaran Cammaerts, 2009: 640).

1967 yılında ise *Kamu Yayıncılığı Kurumu* (*Corporation for Public Broadcasting-CPB*) kurulmuş ve ticari olmayan yayıncılığın geliştirilmesi amaçlanmıştır. Ticari radyoların dışındaki bu istasyonlar üniversiteler, belediye, eyalet meclislerine bağlı, fakat özerk eğitici radyolar olan *Ulusal Kamu Radyoları* (*National Public Radios*); dezavantajlı grupların seslerini duyurmak için kullandıkları ve herhangi bir kamu kuruluşuna bağlı olmayan *Topluluk Yayıncıları*

Ulusal Federasyonu (National Federation of Community Broadcasters) ile *Okul Radyoları (Scholar Radios)* adı verilen kolej ve üniversite radyolarıdır (Topuz vd., 1990: 78-79).

1970’lerde küçük ölçekli, gönüllüler tarafından yönetilen topluluk radyolarının sayısı hızla artmıştır. Ancak 1978 yılında *Federal İletişim Komisyonu (Federal Communications Commission-FCC)*’nin düşük güçte yayın yapan radyoların lisanslarını iptal etme kararı ile pek çok istasyon kapanmak zorunda kalmıştır. Kamu ve ticari yayıncıların baskılarına topluluk radyoları 1975 yılında *Topluluk Yayıncıları Ulusal Federasyonu (National Federation of Community Broadcasters-NFCB)*’nu kurarak cevap vermiştir. Tüm baskılara rağmen korsan olarak yayın yapan topluluk radyolarının sayısı artmaya devam etmiştir. 1986 yılında yayına başlayan *Black Liberation Radio* ve 1993 yılında kurulan *Free Radio Berkeley* bu radyolardan en önemlileridir (Sakolsky ve Dunifer’den aktaran Cammaerts, 2009: 641).

1990’lı yılların sonunda artan kamuoyu baskısı sonucu FCC, düşük güçlü FM kanallarına (LPFM) dilekçe ile başvuru sonucu yasala bir statü vermeye karar vermiştir. Ancak Kongre lisans verilmesi için daha önce lisanssız istasyon işletmemiş olmak şartını koyarak mevcut illegal radyoların lisans için başvurmasını engellemiş, böylelikle pek çok istasyon illegal yayınına devam etmiştir (Bailey, Cammaerts ve Carpentier, 2015: 94-95).

1996 yılında kurulan ve ticarileşmeye karşı gönüllü olarak çalışan *Grassroots Radio Coalition (GRC)* ve NFCB’de aktif olan üye sayısına bakan Cammaerts (2009: 642), ABD’de 2400 civarından topluluk radyosu olduğunu ifade etmektedir.

1.2 Dünyada Yerel Radyo Yayıncılığının Gelişimi

1929 yılında yaşanan Büyük Buhran ve 2. Dünya Savaşı'nın Avrupa'da yarattığı ekonomik, toplumsal çöküntü, 1970'li yıllara kadar "refah devleti" anlayışının hâkim olduğu kapitalist bir formasyonun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Amerika Birleşik Devletler'in savaştan önemli bir ekonomik, siyasal güç olarak çıkması sonrasında Marshall Yardımı olarak bilinen yatırımlarla Avrupa'nın anti-komünist siyasal ideoloji ve sosyal devlet politikaları ile yeniden inşa edilmesi bu anlayışın yerleşmesine önemli bir katkı sunmuştur. Ancak 1970'lerle birlikte yaşanan krizler, refah devleti uygulamalarının da sonunu getirmiştir. Krizle birlikte devletin ekonomik politika geliştirmede etkin bu rol aldığı bu anlayışa karşı, devletin yeniden eski sınırlarına çekilmesi ve küçülmesi gerektiği dile getirilmeye başlanmıştır. Böylelikle neo-liberalizm olarak adlandırılan ve özelleştirme, deregülasyon, esnekleşme yoluyla devletin minimize edilmesini öngören ideoloji hâkim hale gelmiştir. Neo-liberalizm politik-ekonomik pratikler teorisi olarak güçlü mülkiyet hakkı, serbest piyasa ve serbest ticaretin hâkim olduğu bir alanda bireysel girişim özgürlüğünü desteklemektedir. Devletin görevi ise buna uygun çerçeveyi oluşturmak ve onun ayakta kalmasını sağlamaktır (Harvey, 2015: 10).

Nilüfer Timisi Nalçaoğlu'nun (2005: 63) "küresel ölçekte işleyen, sınırları aşarak toplumları ve kurumları yeni zaman-mekân bileşimlerinde birbirine bağlayan ve dünyayı birbirine daha bağımlı hale getiren süreçler" olarak tanımladığı küreselleşme de bu dönemde önemli bir gelişme haline gelmiştir. Post-fordist üretim sistemi ile birlikte artan sermaye hareketliliğine, ulus devlet sınırlarının muğlaklaşmasına ve değişen ekonomik ve siyasal konjonktüre iletişim teknolojilerinin gelişmesi de eşlik etmiştir. İletişim araçlarında yaşanan gelişmelerle

yeni bir iletişim coğrafyasının oluştuğunu ifade eden Morley ve Robins, bu sürecin özelliklerini küresel ağlar ve uluslararası bir bilgi akış mekânının oluşmuş olması, ulusal alanın artan bunalımı ve yeni bölgesel ve yerel etkinlik biçimlerinin ortaya çıkışı şeklinde tanımlamış; böylelikle yer ve zaman duyularımızın büyük ölçüde yeniden şekillendiğini vurgulamıştır (1997: 18). Tam da böyle bir dönemde yerellik istemi daha yüksek sesle dillendirilmeye başlanmıştır. Hall’ün de bahsettiği üzere (1997: 27), aslında küreselleşme ve yerelleşmeyi birbirine karşıt iki süreç olarak görmek yerine aynı dinamiğin iki yüzü olarak görmeli ve aralarındaki ilişkide gerilim ile müzakerenin birlikte yürüdüğünü kabul etmeliyiz. Çünkü yaşanan tüm bu değişimlerle bugün insanların çok az bir kesimi artık doğdukları yerde yaşamlarına devam etmektedir. Yaşamlarını sürdürebilmek için pek çok insan, başka şehirlere ve başka ülkelere göç etmekte ya da aynı şehir içinde kalsa dahi pek çok mekân değiştirmektedir. Bir yerden bir yere gitmek her zaman olduğundan çok daha kısa sürede gerçekleşmektedir. Mal, hizmet ve insanların artan hareketliliği, iletişim ve ulaşım teknolojilerin gelişmesi ile hızlanmıştır. Böylelikle geleneksel toplumda hâkim olan pek çok kültürel gelenek, mekâna bağlılık da yok olmaktadır. “Bulunulan yer artık kimliğimizin sağlam bir desteği değildir” (Morley ve Robins, 1997: 125). Bu durumu tanımlamak için kullanılan kavramlardan biri ise “yersiz-yurtsuzlaşma”dır. Tomlinson (1999: 51)’ın küreselleşmenin, kültürün mekâna olan bağlılığını zayıflatması diğer bir ifadeyle “uzaktaki güçlerin yerel dünyalara nüfuz edişini içine alan ve gündelik anlamları yerel çevreye ‘demirleyen’ bağları yerinden söken birçok açıdan altüst edici bir olgu” şeklinde tanımladığı kavram, mekânın zaman tarafından yok edilmesini ifade etmektedir. Harvey (2014: 270) ise mekân ve

zamanın niteliklerinde yaşanan bu büyük değişimi “zaman-mekân sıkışması” olarak tanımlamakta ve aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

Mekân telekomünikasyonun yarattığı bir ‘küresel köy’e ve ekonomik ve ekolojik karşılıklı bağlılıklardan örölmüş bir ‘uzay gemisi dünya’ya doğru küçöldükçe ve zaman ufukumuz sonunda içinde bulunduğumuz andan başa bir şey kalmamacasına kıaldıkça, mekânsal dünyalarımızın sıkışması duygusunun hakimiyetiyle başa çıkma zorunluluğuyla karşı karşıya kalırız.

Tomlinson ve Harvey’in küreselleşmenin költür üzerinde yarattığı değişime yoğunlaşan çalışmalarının yanı sıra Thompson, daha özel olarak iletişimin geçirdiği dönüşüm üzerinde durmaktadır. İletişim araçlarının yaygınlaşması ile iletişimde zaman ve mekân biraradalığının giderek yok olduğunu ifade eden Thompson’ın (2008: 42) “zaman-mekân ayrışması” olarak adlandırdığı, sembolik değişim sürecinin sembolik üretim sürecinden ayrıldığı ve sembolik içeriğin kendi zaman-mekân bağlamından koparak yeni zaman ve mekân bağamlarına gömöldüğü bir süreç ortaya çıkmıştır. Böylelikle medya içeriği üretildiği yer ve zamandan çok başka bir zamanda ve çok başka bir mekânda dolaşıma girmekte, bu bağlamla ilişkilenerek ilk halinden daha başka bir hal almaktadır. Simgesel alışveriş için aynı zaman ve mekânda bulunma zorunluluğunun ortadan kalkması kitle iletişim araçlarının önemli bir özelliğidir. Yeni teknolojilerin gelişmesi ile bu özellik daha sınır tanımayan boyutlara ulaşmakta, üretilen bir içerik dünyanın herhangi bir yerinde yeni bağamlarla ilişkilenmektedir. Böylelikle aslında coğrafi olarak uzak mesafeler birbirlerine yakınlaşarak McLuhan’ın ifadesiyle dünya küresel bir köy haline gelmiştir (McLuhan, 2014). Ancak her ne kadar iletişim ve ulaşım olanakları artmış ve dünya küçölmüş olsa da bu süreçleri yönetme gücünü elinde

bulunduran azınlık değişmemiştir. Bununla birlikte bu g odaklarıyla mcadelede yeni pratikler ortaya çıkmıştır.

Bu mcadele pratiklerinden 1960'lı yıllarda devlet tekeline karşı başlayan korsan radyoculuk ve evrildiği ‘‘zgr radyo hareketi’’, 1980'li yıllarda başlayan ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'nin yıkılması ile birlikte tm dnyaya hkim olan neo-liberalizm dalgası ile önemli bir dnşm geçirmiştir. Tekele karşı verilen bu mcadele ile yukarıda da bahsedildiği üzere pek çok ülke devlet tekeline kaldıran, alternatif radyolara izin veren dzenlemeler gerçekleştirmiştir. Fakat aynı zamanda dnemin neo-liberal ekonomi politikası, kuralların kaldırılması anlamına gelen deregülasyon sreci ile yayıncılık alanına özel sermaye girişinin önünü açmıştır. Dereglasyon sreci, devletlerin elindeki kamu kuruluşlarının özel kesime satılması, kamu yayıncılığı yapan kurumların yanında ticari özel yayıncılara da izin verilmesi veya farklı sermaye kesimlerinin oluşturduğu konsorsiyumların yeni özerk yayıncılık kurumları için ihaleye girmeleri yoluyla yapılmıştır (Geray, 2003: 74).

Yayıncılık alanında yaşanan uydu ve kablolu yayın teknolojilerinin gelişimi de yalnız sabit bir frekans üzerinden yapılan yayıncılığı dnştrmştr. Bylelikle uydu ve kablo aracılığıyla daha önce yayın kaynaklarına erişim fırsatına sahip olmayan gruplar da yayın yapmaya başlamıştır. Yayın yapanları kontrol etmek ve yasaklamanın imknsızlığı deregülasyon srecinin önemli bir nedenidir (aplı, 2001: 39; Timisi, 1990: 322). Yayıncılık alanında yaşanan deregülasyonun bir diğer nedeni de Timisi'nin belirttiği gibi (1990: 321-332) politik tartışmalardır. Bu tartışmanın temelinde hkmetlerin radyoyu kendi çıkarları için kullanması ve muhalefetin sesini duyurmasına imkân vermemesi yer almaktadır. Ayrıca medyanın üretilen ürünler için

bir ihtiyaç oluşturabilecek en uygun araç olduğu inancı, yayıncılığın sermaye sahipleri tarafından bir nimet gibi görülmesine neden olmuştur. Bunun sonucunda özelleştirmeler adına devlete yapılan baskılar alanın özel sermayeye açılışında önemli bir diğer nedendir.

Yaşanan tüm bu gelişmeler sonucunda bir kamu hizmeti yayıncısı olarak görev yapan alternatif radyoların büyük bir kısmı, kâr amacı güden özel yayıncıların çoğunluğu oluşturduğu rekabet ortamında fazla dayanamayarak yayın hayatlarına son vermiştir. Fakat alternatif radyolarda karşılığını bulan yerelleşme arzusu, her zaman olduğundan daha güçlü bir şekilde yerinde durmaktadır.

Yayıncılık alanının sermayeye açılması ile birlikte alanı düzenleyen yeni yasal düzenlemeler de yürürlüğe girmiştir. Böylelikle yasal olarak illegal bir şekilde yayın yapan alternatif, yerel radyolar farklı ülkelerde, farklı adlandırmalarla yasal hale getirilmiştir. Topluluk radyosu, bağımsız yerel radyo ya da sadece yerel radyo adıyla; reklam alan, almayan, bağış ve fonlarla desteklenen; bir topluluğun sesini duyurmak, çıkarlarını korumak için ya da sadece ticari kâr için yayın yapan çeşitli radyolar ortaya çıkmıştır. Timisi'nin ifade ettiği gibi (1990: 326; 1998), “yapısal düzenlemede yerel radyo örgütleri e ayrılmaktadır. Bunlar ‘ulusal yerel radyolar’, ‘bağımsız yerel radyolar’ ve ‘topluluk radyoları’dır”. Ulusal yerel radyolar devlet tarafından kurulmuş olan bir kamu hizmeti kuruluşu olarak yayın yapmaktadırlar. Bu radyolar, alternatif radyoların ortaya çıkması ve büyük bir kabul görmesine karşılık dönemin tekel konumundaki kamu hizmeti yayıncı kuruluşlarının verdiği bir cevaptır. Bağımsız yerel radyolarsa özel sermaye tarafından kurulmuş ticari istasyonlardır. Topluluk radyoları ise coğrafi topluluklara ya da özel çıkar ve ilgi alanlarına hizmet eden, kamu hizmeti amacına sahip, hem devletten hem de özel

çıkarlardan bağımsız, seslendiği topluluğa karşı sorumlu olan editöryal özgürlüğe sahip medya örgütleridir (Güney, 2009: 84). Bu bakımdan yerel radyo kavramı kamu hizmeti yayıncı kuruluşa ait, ticari olan ya da olmayan belirli bir coğrafi yere ya da ortak çıkarlara ilişkin yayın yapan tüm radyoları kapsamaktadır. Yerel radyolar içerisinde ticari çıkar gözetmeyen, hizmet ettiği topluma açık ve esasen gönüllülerce yürütülenler ise topluluk radyosu olarak adlandırılabilir.

Thompson (2008: 245)'ın taşıdığı enformasyon kapasitesinin sağladığı avantaj ile kablolu yayıncılığa başlanması, uzun mesafe iletişimini sağlamak için uyduların kullanılması, enformasyonu işleme, biriktirme ve canlandırmayla ilgili sayısal yöntemlerin ortaya çıkması olarak ifade ettiği kitle iletişim alanında yaşanan üç önemli gelişmeyle küreselleşmenin artan etkisi yerelliğin algılanışını da değiştirmiştir. Kejanlıoğlu'nun da ifade ettiği gibi (2005a: 91), küreselleşen dünyada yerel medyanın bir ulus-devlet sınırları içindeki coğrafi bölgelerde, yerleşim birimlerinde örgütlenen ve yayın yapan bir medya olarak içe kapalı kalması pek mümkün olmamıştır.

Bu değişimi, yukarıda bahsettiğimiz topluluk radyosunun tanımında da görmek mümkündür. Artık topluluk, sadece belli bir coğrafi bölgede oturan insanlara gönderme yapmamakta aynı zamanda belirli ilgi ve çıkarlara sahip olan insanları da tanımlamaktadır. Aynı şekilde yerellik de sadece bir coğrafi bölgeye göndermede bulunarak tanımlanmamaktadır. Timisi-Nalçaoğlu'nun da belirttiği gibi (2005: 66) yerellik, “uzak mesafelere rağmen yaşanabilen, korunabilen toplumsal ilişkilerdeki yakınlık olarak yaşanmaya/anlaşılmaya başlanmıştır”. Stavitsky de coğrafi ve toplumsal yerellik ayrımında ortak çıkar, zevk ve değerlere atıfla toplumsal yerelliği ifade etmektedir (Stavitsky, 1994). Bu bakımdan yerel medyanın

yersizleşmiş/yurtsuzlaşmış insanlara gösterdiği yer yalnız coğrafi bir mekân değil, aynı zamanda moral, kültürel, dinsel, manevi ve politik bir yer/yurttur (Alankuş, 2005: 118).

Genel olarak değerlendirildiğinde korsan, alternatif, yerel ve topluluk radyosu kavramları birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Ancak tarihsel süreç içerisinde ortaya çıkışlarına baktığımızda aralarında farklılıklar olduğunu söyleyebiliriz. Tanımlama çabasında en kafa karıştırıcı kısım, tüm bu radyoların ortak özelliğinin yerellik olmasıdır. Yerellik ortak bir özellik olarak tanımlandığında “yerel radyo” kavramının diğerlerinden nasıl ayrıldığını ortaya koymak, önemli bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. 1960’lı yılların sonuna kadar yayıncılığın kamu hizmeti kuruluşları tarafından yapılan, tüm ülkeyi kapsaması gerektiği düşünülen ve tek bir merkezden yönetilen bir alan olduğu düşünüldüğünde gerek tarihsel olarak ilk ortaya çıkan korsan radyolar gerek onu takip eden alternatif radyolar bir bölgeye ya da ortak değerler paylaşan bir topluluğa seslenen, onların sorunlarını dillendiren ve o bölgede yaşayanlar ya da o topluluğun üyeleri tarafından yönetilen bir yapıda örgütlenmiştir. Günümüzde yerel radyo şeklinde adlandırdığımız radyoların temelini de bu radyolar atmıştır. Ancak yerel radyolar, alternatif radyoların yayıncılık mücadelesini kazanmasından sonra pek çok ülkede farklı şekillerde çizilen yasal sınırlar çerçevesinde yayıncılık yapan kurumlar olmaları ile ayırt edilebilir. Gelişmesine öncü olan korsan ve alternatif radyolar gibi coğrafi ya da toplumsal yerelliği temel olarak yayın yapmaktadırlar. Ancak alternatif radyolar gibi herhangi bir ticari kaygı gütmeyen sadece kamu hizmeti anlayışı ile hareket edenler olduğu gibi kâr elde etmek amacı ve ticari yayıncılık anlayışı ile hareket eden yerel radyolar da bulunmaktadır. Bu bakımdan yerel radyolar, alternatif radyoların yukarıda

bahsedilen ekonomik, politik ve kültürel koşulların değişmesi sonucu aldığı bir hal ve hem ticari hem de ticari olmayan radyoları kapsayan geniş bir kavram olarak değerlendirilebilir.

1.3 Dünyada Dini Yayıncılığın Gelişimi

Dünyada ilk dini yayınlar, radyo yayıncılığının başlangıcı ile aynı zamanda Amerika Birleşik Devletleri'nde başlamıştır. Ülkede 1910'lu yıllarda amatör olarak başlayan radyo yayıncılığı, 1912 Radyo Yasasının getirdiği amatörlerin lisans alma zorunluluğu ve yayın için kullanabilecekleri dalga boylarının sınırlaması ile önemli bir değişim geçirmiştir (Douglas, 2010: 318). İlk düzenli radyo yayınlarının, 1920 yılında *KDKA* istasyonunun kurulmasıyla başladığı ABD'de bu dönemde radyo, ticari istasyonların yanı sıra kolejler, üniversiteler, vakıflar ve dini kurumlar tarafından önemi fark edilerek kullanılan bir araç olmuştur. Dolayısıyla 1920'lerin ortalarında Amerikan yayıncılık sistemi şu ankinden farklı bir görünüme sahiptir. Yüzlerce kâr amaçlı olmayan yayıncı vardır ve 1925'e gelindiğinde iki yüzden fazlası hâlâ yayın yapmaktadır (McChesney, 2008: 158). 1926 yılında Amerikan yayıncılığını karakterize eden sistem olan şebekelerden ilki NBC (*The National Broadcasting Company*), 1927 yılında ise ikinci olarak CBS (*The Columbia Broadcasting Company*) kurulmuştur. 1927 yılında frekansların sınırlılığı ve yayıncıların sayısındaki fazlalığın enterferansa sebep olduğu iddiası ile yürürlüğe giren Radyo Yasası, frekans aralıklarını düzenlemek için *Federal Radyo Komisyonu* (*Federal Radio Commission-FRC*)'nu kurmuştur. Bu nedenle FRC, göreve başladığında 725 olan lisanslı yayıncı sayısını kaliteli yayıncılık için 240'a indirmiş, bunu yaparken de büyük radyolarla işbirliği yaparak iyi frekans aralıklarını ve daha çok dinlenen yayın saatlerini şebekeler ile diğer ticari yayıncılara vermiştir.

Ekipmanların eskiliği, program azlığı ve sabit olmayan programları nedeniyle zaten zorlanan eğitsel ve dini radyolar güçsüz aralıklara ve elverişsiz saatlere verilmeleri ile yavaş yavaş alandan çekilmeye başlamıştır (Gibson, 1977: 10). Eğitsel radyoların ticari anlayışa karşı başlattığı mücadele sonucu 1930 yılında kurulan *Radyo İle Eğitim Ulusal Komitesi (National Committee on Education by Radio- NCER)*'ne en büyük desteklerden biri de dini bir kuruluş olan *Paulist Fathers Religious Order of New York*'tan gelmiştir (McChesney, 2008).

Ticari olmayan yayıncıların sektörden silinmesine neden olan frekans dağıtım politikalarından önce dini yayıncılık, düzenli yayınlara başlayan ilk radyo olan *KDKA*'da, piskoposlar tarafından yapılan programlar ile başlamıştır. Daha sonra bu programın başarısı, dini yayıncılığın ülke çapında yayılmasına önemli bir kaynak oluşturmuştur. İlk düzenli dini programcılık ise Paul Reader tarafından 1922 yılında *Where Jesus Blesses Thousands (WJBT)* ile başlamıştır. Bir grup müzisyenle birlikte dine enerjik bir yorum getiren Reader, bu zamana kadar dinden uzak duran binlerce dinleyiciyi toplamıştır (Neuendorf vd., 1987: 5).

Dini radyo yayıncılığının Amerika'da gelişmesi ve önemli bir endüstri haline gelmesinde en önemli pay Evanjelik Hristiyanlara aittir. Evanjelik Hristiyanlık, kutsal kitabın nihai otoritesine, kutsal kitapta bahsedilen Tanrı tasarruflarının gerçekliğine, yalnız İsa'ya duyulan güven ile sağlanacak ebedi kurtuluşa, İsa'nın İncil'ini inanmayanlara yaymanın –kısacası evanjelizmin- ve ruhani yaşamın önemine vurgu yapan bağımsız kiliseleri ifade etmektedir (Schultze, 1988: 302). Bedir'in de ifade ettiği gibi (2013: 73-74), Evanjelik Hristiyanlık, Protestan doktrinine bağlı kiliseler topluluğunun adıdır. Bu bakımdan kökeni 16. yüzyıl Protestan Reformuna dayanmaktadır. Evanjelikler, ilk defa Hristiyanlaştırılanları ifade eden misyonerlik

faaliyetlerinden ziyade, inancından uzaklaşmış Hristiyanların yeniden Hristiyanlaştırılması anlamında Evanjelizm faaliyetini savunmaktadırlar (Bedir, 2013: 76). Radyo da başından beri Evanjelizm faaliyetinin en önemli araçlarından biri olmuştur. Evanjelikler kendi vaazlarını iletmek ve seslerini duyurmak için radyoyu kullanmışlardır. Örneğin dini yayıncılığın önemli isimlerinden Aimee Semple McPherson, 1924 yılında kendi vaazlarını erişilebilir kılmak için evini stüdyo haline getirmiş ve yayın yapmaya başlamıştır. Evanjeliklerin yayıncılıktaki başarısı, ana akım Protestanların da ilgisini çekmiş ve radyoya olan ilgilerini arttırmıştır. En başında radyoya pek sıcak yaklaşmayan fundamentalistler de daha sonra inançlarına görünürlük kazandırmak için radyo yayıncılığına başlamıştır. Fundamentalistlere göre radyo dine zarar veren modernizme karşı olmalı ve İncil'i insanlara ulaştırarak kiliseye hizmet etmelidir (Schultze, 1988: 290). Çünkü Marsden (1991)'in de ifade ettiği gibi, fundamentalistler sekülerleşmeye, modernist ve liberal teoriye karşı direnişçi bir yapı benimsemiş ve bunu inançlarının önemli bir parçası olarak değerlendirmişlerdir (aktaran Bedir, 2013: 86).

1925 yılında *Popular Radio Magazin* dergisi 600 radyo istasyonundan 63'nün kilise veya diğer dini grupların sahipliğinde olduğunu yazmıştır (Neuendorf vd., 1987: 6). Hangen'in belirttiğine göre (2008: 131), 1924 yılı ile birlikte 14 radyo istasyonu lisansından biri dini kurum ya da kiliseye aittir. 1925 yılında ise dini gruplar tarafından yönetilen radyo istasyon sayısı 29'dan 71'e çıkmıştır. Her ne kadar dini radyo istasyonlarının sayıları kaynağa göre değişkenlik gösterse de arasında çok büyük farklar yoktur. Fakat yine de net bir sayı yerine 1920'li yıllarda dini yayıncıların, radyo yayıncılığının %10'luk bir kısmını oluşturduğu söyleyebiliriz.

Bu dönemin en aktif programcısı, dini yayıncılığa öncülük eden vaiz Paul Reader olmuştur. Chicago belediyesinin sağladığı ücretsiz yayın saati ile başlayan yayınları büyük bir başarı yakalamıştır. Kısa bir süre sonra Chicago'nun tüm büyük istasyonlarında kendine yer bulan Reader, CBS'te *Breakfast Brigade* adlı bir saatlik bir sabah programı da yapmaya başlamıştır. Buna ek olarak kullanılmayan bir vericiyi etkin hale getirerek her pazar günü İncil hikâyeleri ve ilahilerden oluşan bir yayın yapmıştır (Siedell'den aktaran Schultze, 1988: 296).

1920'li yıllar boyunca herhangi bir engelle karşılaşmayan dini yayıncılar, hem 1929 Büyük Buhranı hem de yukarıda da bahsedilen 1927 Radyo Yasası ile ticari yayıncılığın yükselişiyle birlikte finansal olarak çöküşe geçmiştir.

1.3.1 Yayıncılık Düzenlemeleri Sonrası ABD'de Dini Yayıncılık

1927 Radyo Yasası ile sadece radyo yayıncılık alanını düzenlemekle görevli bir kurum, *Federal Radyo Komisyonu (Federal Radio Commission-FRC)*, kurulmuştur. Kuruluşundan kısa bir süre sonra da lisans dağıtım politikası nedeniyle kurum, 1928 sonbaharında “propaganda istasyonları” olarak adlandırdığı dini istasyonlara, diğer istasyonlarla paylaşımlı kullanacakları frekanslar vermiştir (Summers ve Summers'dan aktaran Schultze, 1988: 292). Tüm bunlar artık dini yayıncılığın ticarileşmekten kaçmasını zorlaştırmıştır. Dini radyolar ya FRC'nin dağıttığı frekanslarda, sınırlı ve etkisiz sürelerde kalacak ya da diğer istasyonlardan yayın süresi satın alacaktır. Bu süreç sonucunda Neeb'in ifade ettiği gibi, 15 yıl içinde sadece 11 tane ticari olmayan dini istasyon kalmıştır (aktaran Schultze, 1988: 292). FRC'nin lisans dağıtım politikasına ek olarak *Ulusal Yayıncılar Birliği (National Association of Broadcasters-NAB)*, 1939 yılında yayıncılık standartlarını yenileyerek yayınlamış ve mezhebe ilişkin yayınların yapılmamasını isteyerek dini

yayınlara sınırlama getiren bir diğer kuruluş olmuştur (Brown'dan aktaran Schultze, 1988: 299).

Gelinen noktada dini gruplar arasında yaşanan en önemli tartışma, dini yayıncıların yayın süresi satın alarak program yapıp yapamayacağı üzerine olmuştur. Ana akım mezhepler, dinin ticarileşmesinden duydukları endişe nedeniyle süre satın almaya sıcak bakmamıştır. Zaten kısa bir süre sonra da şebekelerin dini yayıncılık politikası, ana akım dini grupların kendilerini ifade etmeleri için bir yer aramalarına gerek bırakmamıştır. Neuendorf ve meslektaşlarının da altını çizdiği gibi (1987: 7), şebekelerin yükselişi ile dini yayıncılık, bir ana akım kilise hizmeti haline gelmiştir. Tüm büyük şebekeler dini yayıncılara yayın saati satmayı reddederken bir yandan da sadece ana akım kilise gruplarına ücretsiz olarak yayın süresi bağışlamışlardır. Şebekelerin dini yayıncılara ücretsiz yayın süresi sağlama politikasının ardında yatan düşünce, dini yayıncılığın bir kamu hizmeti olduğu ve kendilerinin de bu hizmeti verme sorumluluklarının bulunduğu idi. Fakat yine aynı şebekeler, bu sorumluluğu yalnız toplumun büyük bir kesimini temsil eden dini gruplar için duymaktaydı. Bunlara ek olarak neredeyse sadece ana akım mezhepleri temsil eden *Hristiyan Kiliseler Federal Konseyi (Federal Council of Churches of Christ)* 1928 yılında NBC ile anlaşarak dini yayıncılık için beş kural belirlemiştir. Bu kurallardan ilki, NBC'nin ulusal olarak az sayıda üye olduğu gerekçesiyle ana akım olmayan mezheplere yayın süresi vermemesi ve sadece Roma Katolikleri, Protestanlar gibi ana akım ulusal dini inançlara hizmet etmesidir. İkinci olarak ise dini yayınlar mezhepsel olmamalıdır. Bir başka kural, dini mesajların yalnız kişisel ve toplumsal hayatı kurmayı konu alan değil fakat aynı zamanda dini ve kiliseyi popülerleştirmeyi amaçlaması gerektiğidir. Dördüncü olarak, radyo yayınlarının dini, en yüksek ve en

iyi olan olarak tanımlaması istenmiştir. Böylelikle bireyler kiliseye karşı sorumluluklarını fark edebilecektir. Son olarak ise yayınlar, yalnız belirli inançların tanınmış liderleri tarafından yapılmalıdır (Hangen, 2002: 25-26).

NBC'nin kabul ettiği ilkeler daha sonra şebekeler arasında neredeyse genel bir kural haline gelmiştir. Tüm büyük şebekeler NBC'nin kurallarını kabul ederek yalnız ana akım mezheplere ücretsiz olarak zaman sağlamış, diğer dini gruplara ise ücretli de olsa yayın süresi vermemiştir. Bu konuda tek istisna, 1934 yılında kurulan *Mutual Radio Network* olmuştur. Ancak o da uzun süre direnememiş, daha sonra bu sınırlayıcı politikaları uygulamak zorunda kalmıştır (Hadden, 1987: 16). Ana akım dini mezheplerin Federal Konsey çatısı altında ücretsiz yayın saati için verdikleri mücadele, yalnız dinin ticarileşmesini önlemek adına atılmış bir adım değildir. Verilen mücadelede aynı zamanda Federal Konsey, ana akım dışında kalan dini grupların seslerini duyurmasını da engellemek istemiştir. Hangen'in açıkça ifade ettiği gibi (2002: 29) Federal Konsey, radyonun her dini fanatiğe açık olmasının kargaşaya neden olacağını savunmuştur.

Şebekelerin ana akım mezheplere ücretsiz yayın süresi politikasına karşılık, diğer mezheplerden yayıncılar ya yerel istasyonlardan yayın süresi satın alma yoluna başvurmuş ya da kendi istasyonlarını kurmayı tercih etmiştir. Ancak bu noktada en önemli sorun yayınların yapılması için finansmanın nasıl sağlanacağı olmuştur. Çözüm, program dinleyicilerinden toplanan bağışlar ile bulunmuştur. Böylelikle büyük şebekelerde kendilerine yer bulamayan diğer dini mezhepler, ticari yayıncılığın parçası olmak zorunda kalmıştır. Dini grupların yayın süresi satın almak için oluşan yoğun talepleri sonucunda ticari yayıncılar da yayın sürelerini ücretsiz verme isteklerini kaybetmiş ve yayın sürelerini satmaya başlamışlardır. Willis'in

ifade ettiği gibi, 1940 yılı sonlarına gelindiğinde radyo istasyonları gelirlerinin büyük bir kısmını dini amaçlar için yayın sürelerinin satılmasından elde etmiştir (aktaran Schultze, 1988: 297).

Önce yerel istasyonlardan yayın süresi satın alma ile başlayıp daha sonra kendi istasyonlarını kurmaya kadar ilerleyen dini grup ise Evanjelikler olmuştur. Ana akım kiliselerin temsil ettiği sekülerleşmiş dine karşı olan Evanjelikler, İsa'ya bağlılık yoluyla “yeniden doğma” ve Tanrının sözünü dünyaya yayma arzusu ile vaazlarını daha çok kişiye duyurmak için çaba harcamıştır (Siegel, 2014: 233). Yayınlarını sürdürebilmek için izleyici çekmeye mecbur olan Evanjelikler, klasik dini programcılığın dışında yeni şeyler de denemek zorunda kalmışlardır. Schultze'un da belirttiği üzere (1988: 295), Evanjelikler şebekelerin ve FCC'nin politikaları nedeniyle erkenden dinleyiciyi çeken ve finansal destek kazanabilecek programlar üretmeyi öğrenmiştir. Evanjelik yayıncılığın dinleyiciye bu bağımlılığı yayıncı-dinleyici arası yakın bir ilişkinin oluşmasını sağlamıştır. Bu dönemde yayıncılar pahalı yayın süreleri için dinleyici bağışlarına, dinleyici ise içten ve güven verici programcılık için yayıncılara ihtiyaç duymaktadır (Hangen, 2008: 133).

Federal Konseyin temsil ettiği ana akım dini gruplar ile şebekeler arasındaki ittifakın gücü, Evanjelikleri kaygılandırmış ve diğeri dini grupların bir çatı altında birleşmesi gerektiğini düşündürmüştür. Bunun sonucunda Evanjelikler 1942 yılında, adı 1944 yılında *Ulusal Dini Yayıncılar (National Religious Broadcasters-NRB)* olacak olan *Evanjeliklerin Ulusal Birliği (National Association of Evangelicals)*'ni kurmuşlardır. Hızla büyüyen NRB, 1978 yılında dini yayınların %70'ini üyelerinin ürettiği bir kuruluş haline gelmiştir (Neuendorf vd., 1987: 8).

Kurulan ittifakın dışından frekanslara ulaşmayı başaran tek dini yayıncı Walter Majer olmuştur. Majer, 1930 yılından ölümünün gerçekleştiği 1950'ye kadar *The Lutheran Hour* adlı programın sunuculuğunu ve yapımcılığını üstlenmiştir (Neuendorf vd., 1987: 7). Radyoda yaşanan bu ittifak, 1950'li yıllarda televizyonun sahneye çıkışı ile aynen o alana uygulanmıştır. Dine ayrılan ücretsiz yayın süreleri, şebekeler tarafından kamu hizmeti sorumluluğunun bir parçası olarak sağlanmış ve ana akım olmayan dini yayıncılar bu alandan dışlanmışlardır (Neuendorf vd., 1987: 9). 1970'li yıllar ile dinin toplumsal alanda önemini yitirmeye başlaması dini yayıncıları yeni arayışlara itmiştir. Bu noktada yüksek enerjili ve eğlenceli programlar ile ilgiyi arttırmak, seküler formatların adapte edilerek izleyici kitlesini genişletmek ve şebeke sisteminin dini yayıncılık alanına uygulanması çözüm olarak görülmüştür (Neuendorf vd., 1987: 10). Böylelikle dini televizyon şebekeleri ortaya çıkmaya başlamıştır. İlk büyük dini şebeke 1977 yılında açılan *Hristiyan Yayın Şebekesi* (*The Christian Broadcasting Network-CBN*) olmuştur. Neuendorf ve arkadaşlarının ifade ettiği gibi (1987: 14), dini televizyon yayıncılığında çeşitlilik CBN ile gerçekleşmiş ve dini yayıncılığın yanı sıra seküler film ve komedi programlarına da yer verilerek izleyici kitlesi genişletilmiştir.

Evanjelistlerin yanı sıra Pentakostallar da dini yayıncılığın gelişiminde önemli bir yere sahip olan bir diğer dini gruptur. Kay'ın belirttiği gibi (2011. 247), 1920'ler ve 1930'lu yıllar içinde Pentakostalların Amerikan dini hayatı içindeki etkisi büyümüş, yayıncılık alanında da yayın evleri ve radyo istasyonları ile etkili olmaya başlamışlardır.

Büyüyen dini yayıncılık beraberinde bu programların dinleyicilerinin kim olduğu sorusunu da gündeme getirmiştir. Dini yayıncılığın önemli bir görüngü haline

gelmesiyle birlikte bu sorulara cevap verebilmek için pek çok araştırma yapılmıştır. Lazarsfeld ve Kendall'ın yaptığı, daha sonra *Radio Listening in America: The People Look at Radio* adıyla yayınlanan araştırmaya göre (1948: 21), 1945 yılında erkekler dini programları, haber ve politik tartışma programları dışındaki diğer tüm programlara tercih etmekteydi. 1947 yılında ise, kadınlar için de haber ve ev dekorasyon programlarının ardından dini programlar en çok tercih edilen yayınlar arasındaydı.

Ulusal Evanjelik Derneği (National Association of Evangelicals) kuruluşunun 1946 yılında yaptığı araştırmaya göre dini radyolar çoğunlukla küçük şehirlerdeki ve kırsal kesimdeki dinleyiciler tarafından tercih edilmektedir. Hangen (2008: 134), araştırmaların sonucuna farklı bir gözle bakıldığında dini radyoların dinleyicisi açısından bölgesel bir kapanmaya sahip olmadığını ifade etmektedir. Buna göre dini radyoların dinleyicilerinin çoğunun yaşadığı çiftlik ve küçük şehirler ülkenin dört bir yanına yayılmıştır. Ayrıca orta büyüklükteki şehirlerde dinleyici sayısı küçük şehirlerdekilere oranla daha fazladır. Yalnızca nüfusa oranlandığında bu oran daha düşük kalmaktadır.

1970 ve 1980'li yıllarda yapılan pek çok araştırma (Johnstone, 1972: Frank ve Greenberg, 1979; Buddenbaum, 1981; Stacey ve Shupe, 1982; Litman ve Davis, 1983; Hooxer, 1983) izleyici kitlenin yaşlı, kadın ve düşük sosyo-ekonomik statüden olduğunu ortaya koymuştur. Yine aynı araştırmalar bu yayınları insanların, dini aktivitelerini tamamlamak, pekiştirmek için izlediklerini ortaya çıkarmıştır. Araştırmalar insanların aynı zamanda dini yayınları yalnızlık hissini azaltmak ve daha iyi hissetmek için izlediklerini de göstermiştir (aktaran Neuendorf, 1987: 17-19).

1960'lar ile dini yayıncılığı engelleme politikasının terk edilmesi ve 1970'li yılların ortasında dini şebekelerin ortaya çıkması ile dini yayıncılık artık tamamıyla ticari bir alan haline gelmiştir. Azalan baskılar ile yerel dini istasyonların ve bağımsız programcılarının sayısı artmaya başlamıştır. 1996 yılında çıkarılan Telekomünikasyon Yasası ile ulusal ve yerel sahiplik limitleri kaldırılmıştır. Böylelikle medyanın artan yoğunlaşması sahiplik ve program çeşitliliğini azaltmıştır (Ward, 2012: 12). Endüstride yaşanan bu gelişmeden dini yayıncılar da etkilenmiş ve dini şebekeler büyümüştür.

1990'lardan beri Amerika'da yayıncılık endüstrisinde en çok büyüyen birim, dini yayıncılık olmuştur. Lochte'un da altını çizdiği gibi (2008: 59), FCC'nin kanal dağıtım ve lisanslama politikasındaki değişim, çağdaş Hristiyan müziğinin kazandığı popülerlik, Protestan Hristiyanlığın Amerikan hayatında gördüğü kabul, muhafazakâr politikanın yükselişi ve dini yayıncılığın profesyonel bir iş haline gelişi bu yükselişte pay sahibi olmuştur. 2000'li yıllarda %4 büyüyen yayıncılık sektörü içinde dini istasyonların oranı %14'e çıkmıştır. Dini radyoların dinleyicisi ise 1998 yılından beri %38 büyümüştür (Trammel'dan aktaran Hangen, 2008: 145). 1990'lı yıllarla birlikte internetin gelişimi, dini yayıncılık için de önemli bir adım olmuştur. İnternet üzerinden de yayın yapan pek çok dini yayıncı olduğu gibi dini istasyonlar da web sitelerini kullanarak erişilebilirliklerini arttırma yoluna gitmişlerdir.

Yayıncılık endüstrisindeki en önemli dini şebekelerden biri, *Moody Bible Institute*'un yayıncılık girişimi *Moody Bible Network*'tür. 1925 yılında haftalık programlarla *WGES*'te yayına başlayan ve Büyük Buhran boyunca programlar üreterek istasyonlara dağıtan enstitü, 1958 yılında bünyesine dört istasyon katarak MBN adını almıştır. En geniş dini ticari yayıncı kuruluş olan *Salem*

Communications; siyasi olarak da muhafazakâr bir pozisyona sahip olan ve 27 eyalette 156 istasyonu bulunan *American Family Radio*; gelirlerinin %80'i dinleyicilerden karşılanan ve Hristiyan müzik yayını yapan *K-Love* ile *Way-FM* ve ticari olmayan bir istasyonlar zinciri olan, kırsal kesime hitap eden *Hertland Radio Ministries* diğer önemli dini radyo şebekeleri arasında yer almaktadır (Lochte, 2008: 66-72).

Önceleri Hristiyan dinini yaygınlaştırmaya çalışan vaizlerin bireysel girişimleri ile başlayan Amerikan dini yayıncılığı, zamanla engellerle karşılaşmış, bu engelleri aşarak daha da büyümüştür. Sonunda ticari şebekeler haline gelerek ana akım yayıncılığa ve endüstriye eklemlenmiştir. Dini radyoculuğun tarihini yaşadığı bu gelişmeler doğrultusunda Mark Ward (2014: 123) beş dönemde incelemektedir. Buna göre “yasadışı dönem” olarak adlandırdığı ilk dönem, 1921 yılından radyo yayıncılığının ciddi anlamda ilk defa düzenlendiği 1927 yılına kadar geçen süreci ifade etmektedir. “Şebeke dönemi” olarak adlandırdığı 1928 yılı ile 1944 arasını kapsayan dönem ise önemli şebekelerin dini yayıncılara zaman satmayı⁸ reddettiği ve vaizlerin de *Mutual Network*’ten zaman satın alarak önemli bir yükseliş yaşadıkları zaman dilimini kapsamaktadır. 1945 ile 1969 yıllarını kapsayan “savaş sonrası dönem” ise *Mutual Network*’ün de diğer şebeke politikalarına uymaya başlaması ile Evanjelistlerin kendi radyo istasyonlarını kurmak zorunda kaldıkları dönemdir. 1970’ten 1989’a kadar “dini haklar dönemi” olarak adlandırdığı zaman diliminde ise dini radyoların sayısı artmış ve dini programlar ülkedeki üçüncü büyük radyo formatı haline gelmiştir. Son olarak 1990’dan günümüze uzanan “konsolidasyon dönemi”nde

⁸ Amerikan yayıncılık sisteminin önemli özelliklerinden birisi yayın hakkına sahip istasyonların günlük yayın akışlarından ayırdıkları belirli zaman dilimlerinde başka kişi ve kurumların yayın yapabilmesidir. İstasyon tarafından belirlenen bir ücret karşılığında isteyen kişi ve kurumlar, bu zaman dilimi içerisinde kendi hazırladıkları programları yayınlamaktadır.

dini radyo istasyonları, artan bir şekilde Evanjelik medya konglomerasının hakimiyetine girmektedir. Diğer bir ifade ile dini radyo yayıncılığı alanında da güçlü tekeller oluşmuştur. 2002 yılı verilerine göre ülkedeki en büyük 21 radyo grubunun dördü dini yayıncılara aittir: *American Family Association* (105 istasyon), *Salem Communications* (82 istasyon), *Educational Media Foundation* (54 istasyon) ve *Family Stations* (42 istasyon) (Ward, 2012: 16). Radio-Locator sitesinin 2016 verilerine göre Amerika’da dini yayıncılık başlığı altında lisanslı 2026 istasyon vardır. Bunların yanı sıra 542 adet Gospel müzik yayını ve 1040 adet Çağdaş Hristiyan Müziği yayını yapan istasyon bulunmaktadır.

1.3.2 Avrupa’da Dini Yayıncılık

Avrupa’da dini yayıncılık, Amerika’da olduğundan farklı bir şekilde gelişmiştir. Bu fark her iki kıtanın dayandığı yayıncılık anlayışı ve sisteminin farklı olmasından kaynaklanmaktadır. ABD’de egemen olan ticari anlayışın karşılık Avrupa’da, yukarıda da bahsedildiği gibi kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı hâkim olmuş ve bu ülkelerde 1980’li yıllara kadar yasal olarak yayın yapan tek kurum, yalnız kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar olmuştur. Bu nedenle dini yayıncılığın bu ülkelerde gelişimi, kamu hizmeti yayıncısı kuruluşların bu programlara yayın süresinden yer ayırmaları ile olmuştur.

Fransa yukarıda bahsedildiği gibi kamu hizmeti yayıncılığını sürdüren bir ülkedir. Dolayısıyla Fransa’da dinin yayınlanabilir bir program olarak gelişmesi de bu sistem içinde olmuştur. 1938 yılından beri radyoda dini programlar yer almıştır. Bunlar genellikle *France-Culture*’da yayınlanmıştır (Nissim, 1991: 46). Her Pazar Yahudi, Ortodoks, Roma Katolik ve Protestan programları yayınlanmıştır. Bahsedilen deregülasyon süreci sonucunda dini programlar, kamu kanallarına

duydıkları gereksinimi kaybetmiştir. Çünkü pek çok farklı din ve mezheplere ait yerel radyolar yayına başlamıştır. Nissim'in yaptığı araştırma, o tarihte Fransa'da yayın yapan Hristiyan dini radyo kanallarını ortaya koymaktadır. Buna göre ülkede 48 adet Hristiyan radyosu bulunmaktadır (1991: 45).

1948 yılı Noel gecesinde Paris Başpiskoposu kardinal Suhard'ın vaazının televizyondan yayınlanması ise Fransız televizyonu için bir ilk olmuştur. Bundan kısa bir süre sonra Ocak 1949 yılında yayıncılıktan sorumlu bakan François Mitterand, pazar sabahları için 90 dakikalık Katolik yayınına, birkaç yıl sonra ise Fransa'daki diğer dinler için de program yayınına izin vermiştir (Nissim, 1991: 41).

Kamu hizmeti yayıncılığı içinde gelişen dini yayıncılık Amerika'da olduğu gibi Fransa'da da bir kamu hizmeti ve sorumluluğu olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle 1974 yılında ORTF'nin dağılması ile dini yayınlar için anlaşılan *TF1*'in 1986 yılında özelleştirilmesi sonucunda dini programlar, devlet televizyonu olan *Antenne 2*'ye aktarılmıştır. *Antenne 2*'nin Fransa'daki temel dini inançlara yönelik olarak her pazar programlara yer vermesi 1986 yılında yapılan yasal düzenlemeye göre zorunlu kılınmıştır. Buna göre Nissim (1991: 42), Müslümanlar için 30 dakika, Yahudiler için 14 ile 45 dakika arası, Ortodoks ve Ermeni Katolikleri için 30 dakikaya kadar, *Federation Protestante de France* üyesi Protestanlar için 30 dakika, Roma Katolikleri için 90 dakika süre ayrıldığını belirtmektedir. Dini temsilcilerin yönlendirmeleri ile yapılan bu programlar, ibadet ve dini yorumlardan oluşmaktadır ve maliyetleri kanal tarafından yıllık olarak ayrılan bütçeden sağlanmaktadır.

Almanya'nın hem federe devlet hem de federal devlet düzeyinde yayıncı kuruluşlarının olması kıtadan ayrılan bir yönüdür. Bu ikili yayıncılık sisteminde

Roma Katolik Kiliseleri ve bölgesel Protestan Kiliseleri önemli bir yere sahiptir. Özel ya da kamu yayıncısı olsun bu kiliseler, her radyo ve televizyonda ücretsiz olarak yayın süresi bulabilmektedir. Almanya’da dini yayıncılığın başlangıcı, ilk radyo yayınlarının başlangıcı ile eş zamanlı olmuştur. Radyonun gücünü hemen fark eden kiliseler, ücretsiz yayın süresi isteğinde bulunmuş ve bu istekleri federe devletler tarafından kabul görmüştür. Fakat önce 1927 yılında canlı vaazlar ve stüdyo programları, daha sonra 1939 yılında tüm dini yayınlar yasaklanmıştır (Abarbanell, 1991: 48).

2. Dünya Savaşı’nın bitmesiyle birlikte bölgesel radyolarda ücretsiz olarak yayınlarına devam eden dini programcılığa 1952 yılında televizyondaki dini yayınlar eşlik etmeye başlamıştır. Abarbanell (1991: 49), 1980’li yılların başı itibariyle kiliselerin radyo ve televizyonda yaklaşık 2.000 saat yayın yaptığını ifade etmektedir. Ayrıca bu rakamın yalnız ARD’nin kamu yayını istasyonu, yurt dışında yayın yapan ZDF televizyonu, *Deutschlandfunk Radio* ve kısa dalga yayın yapan *Deutsche Welle* istasyonunu kapsadığını eklemektedir.

Ticari yayıncılığın tüm Avrupa’da olduğu gibi Almanya’da da yayılmaya başlaması ile en önemli tartışma konusu dini yayınların bu kanallarda da yer alıp alamayacağı olmuştur. Kamu kanalların ücretsiz olarak yayın yapmanın avantajlarında hem fikir olan kiliseler, aynı zamanda ticari kanallar ile daha fazla kişiye ulaşmak istemiştir. Bu nedenle pek çok eyalet kilisesi bölgesel ticari istasyonda bilgilendirici, belgesel ve yorum programları türlerinde yayınlar yapmaya başlamıştır (Abarbanell, 1991: 51).

Batı Almanya’da bunlar yaşanırken 2. Dünya Savaşı sonrasında Doğu Almanya’da da iki büyük kiliseye radyo yayını yapma izni verilmiş, 1978 yılında ise televizyona erişimleri sağlanmıştır. Doğu ve Batı Almanya’nın birleşmesi ile birlikte tüm kiliseler yasalara uygun olarak yayınlarını yapmaya devam etmiştir (Abarbanell, 1991: 52).

Hristiyanlığın Katolik mezhebinin merkezi, bir şehir devleti olan Vatikan’da da 1930’lar ile dini yayıncılığın ortaya çıktığını görmekteyiz. Ancak Vatikan, Avrupa’da dini radyo yayıncılığını gerçekleştiren ilk devlet olması bakımından ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Bunda, devletin varoluş sebebinin Katolikliğin korunması ve herkese ulaştırılması olmasının payı büyüktür. Vatikan’da ilk dini radyo, 1931 yılında *Vatikan Radyosu (Vatican Radio)* adı ile kurulmuştur. Radyonun kurulması için ilk çalışmalar 1925 gibi erken bir dönemde başlamıştır. Vatikan İletişim Müdürü Cizvit Peder Giuseppe Gianfranceschi, 1925 yılında yazdığı mektupta bir telsiz istasyonu açma planlarından bahsetmektedir. Bundan iki yıl sonra Gianfranceschi’nin iletişime geçtiği Marconi, büyük bir istekle bu projede yer almak istediğini ve bunun için herhangi bir ücret talep etmediğini bildirmiştir. 1929 yılında Marconi’nin Vatikan Şehir Devleti adına çalışmalara başlaması için resmi izin verilmiş ve böylece radyonun çalışmalarına başlanmıştır. Çalışmaların bitmesi ile radyo, 12 Şubat 1931 yılında Papa XI. Pius’un konuşması ile açılmıştır. Radyonun amacı özgürce, bağlılıkla ve etkili bir biçimde Katolikliği merkezinde tutarak dünyanın farklı ülkeleri ile temas halinde Hristiyanlığın mesajlarını yayınlamaktır. Roma Başpiskoposunun öğretilerini yaymak, Papalık faaliyetleri hakkında bilgilendirme yapmak, dünyada Katolik Kilisesi’nin aktiviteleri ile ilgili bilgiler paylaşmak ve Kilisenin öğretileri ışığında inançlı insanlara bugünün sorunlarını

değerlendirmek için yardım etmek ise yayınlarının çerçevesini oluşturmaktadır. Aynı zamanda radyo, yapılan anlaşmalar ile programlarını yeniden yayınlama hakkına sahip büyük bir radyo ağına sahiptir. Bunlar ulusal, ticari radyolar olabileceği gibi büyük bir bölümü Katolik ya da Hristiyan radyolarıdır.

5 Kasım 2005 tarihinden itibaren Fr. Federico Lombardi'nin genel müdürlüğünü yaptığı *Vatikan Radyosu*, *Avrupa Yayın Birliği (European Broadcasting Union-EBU)* ve *World Catholic Association for Communication (SIGNIS)* gibi yayıncılık birliklerine üyedir. Kısa ve orta dalga frekanstan yayın yapmasının yanı sıra *Vatikan Radyosu*, uydu ve internet gibi teknik olanakları kullanarak 45 dilde programlarını yayınlamaktadır.

Tüm Avrupa'da kamu hizmeti yayıncılığına örnek oluşturan İngiltere'de de BBC, dini programların yayınlandığı kurum olmuştur. Asa Briggs (1995: 221), BBC'nin Hristiyan bir ülkede yayın yaptığı ve bu nedenle Hristiyanlara yönelik bir dini hizmetin radyolarda yer alması gerektiği yönündeki tartışmaların şirketin kuruluşundan itibaren başladığını ifade etmektedir. Aynı şekilde William K. Kay (2009: 246) de Amerika ile aralarındaki farka rağmen dinin, özellikle Hristiyanlığın kültürel ve ahlaki kaygılar nedeniyle BBC'de kendisine yer bulduğunu belirtmektedir.

BBC'de, 1927 yılı ile birlikte pazar günü dini yayınlara izin verilmiştir. Ancak tüm pazar günü dini yayınlara ayrılmamış, sabah başlayan dini programlar yalnız 15:30'a kadar sürmüştür. Dini yayınların içeriğini Hristiyan, özellikle Anglikan kilisesinden yapılan yayınlar ve din uzmanlarının konuşma ve tartışmaları oluşturmuştur (Phillips'den aktaran Cooper ve Macaulay, 2015: 2). BBC dini yayın

politikasını oluştururken ilk defa Mayıs 1923 yılında toplanan *Merkez Dini Danışma Komitesi* (*Central Religious Advisory Committee-CRAC*)'nin görüşlerine başvurmuştur (Briggs, 1995: 221). CRAC daha sonra 1955 yılında kurulan ticari bir televizyon ağı olan ITV'nin de dini yayınlarında danışmanlık görevini üstlenmiştir.

1927 ile 1933 yılları arasında BBC dini yayınlarında    önemli gelişme yaşanmıştır. Bunlardan ilki, günlük dini yayınların başlaması; ikincisi pazar günü yayınlanan programların kapsam ve süresinin arttırılması; sonuncusu ise pazar programları ile haftanın geri kalanı arasındaki uçurumun büyümesidir (Briggs, 1995: 212-213). Dinleyicilerin yoğun istekleri sonucu BBC  nce 2 Ocak 1928'de sabah töreni yapılmasına, bundan 10 gün sonra ise akşam duası yayınının yapılmasına karar vermiştir (Briggs, 1995: 214,217). Yapılan tören yayınları BBC'nin anlaştığı Catenbury Katedrali, York Minister, Manchester Katedrali, St George's şapeli, Windsor ve Liverpool Katedrali gibi kurumlar tarafından y r t lm ştir.

Dini tören ve ayinlerin radyolardan yayınlanması ve BBC'nin yayınları kontrol etme isteği yayınların belirli kurallara bağlanması sonucunu doğurmuştur. 1928 yılında BBC *Hints to Sunday Speakers* başlıklı bir broşür yayınlarak rahiplerin yayınlarda dikkat etmeleri gereken noktaları belirtmiştir. Buna göre konuşmaların mezhepsel bir propaganda içermemesi ve provokatif tartışmalardan kaçınması gerektiğinin altı çizilmiştir. Aynı zamanda konuşmacılara dinleyicilerin kilisedeki cemaat gibi kalabalık bir grup olmadığı, tersine konuşmacıların dinleyicilerin evlerine misafir olduğu samimi bir ortamın bulunduğu ifade edilmiş ve dinleyicilerin istediği zaman radyoyu kapatabileceği ya da ilgi çekici bir giriş yapılmazsa daha en başından kanalın değiştirilebileceği hatırlatılmıştır. Bunlara ek olarak yayın taslağının yayın gününden 10 gün önce BBC'ye ulaştırılması

istenmiştir. Ancak bu, önceden hazırlanmış yazılı bir metin ile konuşmayan rahipleri sınırlayan önemli bir nokta olmuştur (Briggs, 1995: 218-219).

Böylelikle yayınların başlamasından bir yıl sonra dini programcılığın İngiltere’de belli bir standarda kavuştuğunu, çerçevesinin belirlendiğini söylemek mümkündür. 1929 yılı ile birlikte de programlarda çeşitlilik oluşturulmaya başlanmıştır. Ancak dini yayınlarla ilgili eleştiriler uzun bir süre devam etmiştir. Briggs’in de belirttiği gibi (1995: 223), dini kurumlar yayınların gerçek Hristiyanlıktan ziyade onun soft halinden oluştuğu ve mikrofonun herkese açık olmadığı yönünde eleştirilerini dile getirmiştir.

İkinci Dünya Savaşı, her şeyi etkilediği gibi dini yayınları da etkilemiştir. Ancak bu etki yayınların süresinin azaltılması değil, aksine arttırılması yönünde olmuştur. Savaş sonrasında ise yeniden dini programların sayısında azalma görülmüştür. 1944 ve 1948 yılında 2 saat 50 dakika pazar programları yayınlanmış, fakat 1948 yılı ile birlikte hafta içi yayınlarındaki süre 5 saat 20 dakikadan 4 saat 40 dakikaya düşürülmüştür (Briggs, 1979: 701).

Savaş sonrası dönemde dinleyici araştırmalarının yapılmaya başlandığını da görmekteyiz. 1948 yılında yapılan bir araştırmadan aktaran Briggs (1979: 704), işçi sınıfının dini programları dinleyenler arasında çoğunluğu oluşturduğunu belirtmektedir. Yine aynı şekilde kadınlar ve 50 yaş üzeri bireyler dinleyici kesimin çok büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Araştırma için önemli bir sonuç ise kiliseye gidenlerin pazar yayınlarını izleyenler arasında azınlıkta olmalarıdır. Başka türlü ifade edecek olursak, radyo yayınlarının kiliseye katılım üzerinde olumsuz bir etki yaratmadığını söyleyebiliriz.

1936 yılında düzenli televizyon yayınlarına başlayan BBC, 2. Dünya Savaşı ile televizyon yayınlarını durdurmuştur. 1946 yılında televizyon yayınların yeniden başlaması ile birlikte televizyon yayıncılığı bakımından önemli bir yenilik yaşanmış ve Eylül 1946 yılında televizyonda ilk dini tören yayınlanmıştır (Viney, 1999: 3). Fakat dini yayıncılığın televizyondaki bu ilk yıllarında dini programlara kurum içinde temkinli yaklaşılmıştır. Briggs (1979: 712-713), dini programların televizyonda iş yapmayacağı fikrinin kurumda yaygın olduğunu ve karşı çıktıldığını ifade etmiştir. Dolayısıyla 1948 yılına kadar 1946'da yayınlanan tören haricinde bir film dışında başka dini yayın olmamıştır. 1955 yılı ile birlikte BBC televizyonda aylık bir ibadet töreni yayınlamaya başlamıştır. Aynı yıl yayına başlayan ITV de dini programlar yayınlanmıştır. Ancak düzenli olarak dini programların yayınlanması *About Religion* adlı program ile Ocak 1956 yılını bulmuştur (Viney, 1999: 3). ITV'de de dini yayıncılık kamu hizmeti yayıncılığının bir sorumluluğu olarak görülmüştür.

Yapılan pek çok araştırma dini yayıncılığın kamuoyunda nasıl bir görüntü çizdiğini ortaya koymaya yönelik olmuştur. Bu araştırmaların sonucuna göre insanlar dini yayıncılığın dindar ve ağırlıklı olarak Hristiyan içeriği ile ilgili olduğunu ifade etmiştir. Kamuoyundaki bu imaj, BBC'nin dini program türlerinin yoğunluğuna bakıldığında doğrulanmaktadır. 1980 yılında programların %75'i ilahi ve ibadet programlarından oluşmaktadır (Viney, 1999: 5-6).

Bir kamu hizmeti olarak dini yayıncılığın nasıl şekillendirilmesi gerektiği BBC'nin kuruluşundan beri temel tartışma konusu olmuştur. En başında Hristiyan bir toplumda yaşadıkları fikrinden hareketle yapılan yayınlar, daha sonra farklı din ve

mezheplerden bireylerin ve hatta herhangi bir dine inanmayanların da dikkate alınması gerektiği kabulüyle devam etmiştir.

Korsan radyoculuğun geliştiği yıllarda dini yayıncılık açısından da önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu dönemde ülke dışından kısa ve orta dalga üzerinden yayın yapan bu korsan radyolar akışlarında dini programlara da yer vermiştir. 1954 yılında yayına başlayan *Trans World Radio* (TWR) ve 1960 yılından itibaren Amerikan rahiplerinin programlarını yayınlayan *Radio Monte Carlo AM* bu radyolardandır (Kay, 2009:248). Aynı zamanda ülkede en çok dinlenen korsan radyo olan *Radio Caroline* da Amerikan Evanjeliklerinin programlarını yayınlamıştır (Stoneman'den aktaran Cooper ve Macaulay, 2015: 2).

İngiltere’de 1973 yılında ticari yayıncılığa izin verilmesi ile birlikte bu yayıncılar da akışlarında belirlenen oranda kamu hizmeti yayınları ve dini programlar bulundurmamak zorunda kalmıştır. Fakat dini kurumların radyo istasyonu kurmaları ve yönetmeleri yasaklanmıştır (Cooper ve Macaulay, 2015: 3). 1990 Yayıncılık Yasası ile bu sınırlamalar gevşetilmiş, dini yayın yapmak isteyen radyolara ulusal frekanslar dışında yayın yapmaları için lisans verilmiştir. Bunlardan biri olan “restricted service licences” (RSLs) denilen sınırlı hizmet lisansları hem AM hem FM bandından sınırlı bir alana, kısa bir süre için ya da sadece belirli bir organizasyonu yayınlamak için dağıtılmaktadır Ayrıca *İletişim Ofisi* (OFCOM)’nin topluluk radyolarına lisans vermesi ile birlikte dini kurumların bir kısmı da bu fırsattan yararlanmıştır. Örneğin üç yerel radyonun ortaklığında yayın yapan *Cross Rhythms* bunlardan biridir (Cooper ve Macaulay, 2015: 3).

Aynı zamanda OFCOM, Hristiyan yayıncı gruplarının baskıları sonucu 2011 yılında *Guidance for Religious Bodies*'de değişiklik yaparak dini kurumların dijital yayıncılık alanına girmesini engelleyen maddeyi kaldırmış ve böylelikle dini kurumların RSLs ve topluluk radyosu lisansından sonra dijital yayıncılık için de lisans almasının önünü açmıştır. Bu bakımdan amacı tamamen ya da ağırlıklı olarak dini olan, bu şekildeki kurum ve kuruluşlar tarafından yönetilen tüzel kişilikler ya da bu kurumların yetkilileri yayıncılık yapmak için lisans alabilmektedir. Bunun yanı sıra OFCOM yayınladığı *Ofcom Yayıncılık Yönergesi* ile dini programın tanımını da yapmaktadır. En son 2016 yılında yayınlanan kodun din ile ilgili olan dördüncü bölümünde dini program, temel olarak din meseleleri ile ilgilenen ya da programın önemli bir kısmını dini meselelerin oluşturduğu program olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra dini programların gizli bir şekilde dini görüş ve inançları teşvik etme amacını taşımaması ve hiçbir dini inancın kötü muameleye maruz bırakılmaması gerektiği vurgulanmıştır.

Yukarıda da aktarıldığı üzere Avrupa'da dini yayıncılık, ABD'de olduğu gibi radyo yayınlarının başlamasından kısa bir süre sonra başlamıştır. Ancak ABD'de bireylerin ve dini grupların çabaları ile önce kâr amacı olmadan kamu hizmeti sorumluluğuyla başlayan ve daha sonra ticari yayıncılığa evrilen dini yayıncılıktan farklı olarak, Avrupa ülkelerinde dini yayınlar direkt tekel konumundaki kamu hizmeti yayıncı kuruluşları ile başlamıştır.

BÖLÜM II: TÜRKİYE’DE YEREL VE DİNİ YAYINCILIĞIN TARİHİ VE ALAN ARAŞTIRMASI

2.1 Türkiye’de Radyo Yayıncılığının Gelişimi ve Yerel Radyolar

Türkiye’de radyo yayıncılığı, Avrupa ve Amerika ülkeleriyle neredeyse eş zamanlı olarak başlamıştır. 1925 yılında çıkarılan 554 sayılı Telsiz Tesisi Hakkında Kanun ile Ankara’da bir telsiz istasyonu kurulması kararlaştırılmış ve ihale ile Fransız TSF şirketine istasyon yapım görevi verilmiştir. 1927 yılında kullanılmaya başlanacak istasyonların yapımı sürerken *Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi* (TTTAŞ)’ne on yıllığına yayın yapması için izin verilmiştir. 8 Eylül 1926’da imzalanan İşletme Ruhsatnamesi ile yayıncılık tekeline kullanmaya başlayan TTTAŞ, ilk yayını 1927 yılının Mayıs ayında İstanbul stüdyolarında yapmıştır. Bunu Ankara stüdyolarından yapılan yayınlar izlemiştir. 1936 yılında devlet tekeline girene kadar TTTAŞ döneminde yapılan yayıncılık Uygur Kocabaşoğlu’nun ifadesiyle (2010: 109-110) burjuva radyoculuğu olmuştur. Bu dönemde radyo, iş çıkışı dışarıda eğlenecek parası olmayan bireylerin rahatlama aracı olmuştur. TTTAŞ ile sözleşmenin yenilenmemesinin ardından, 1936 ile 1940 yılları arasında radyo yayınlarının PTT tarafından gerçekleştirildiği bu dönemi Kocabaşoğlu (2010: 173) “geçiş dönemi” olarak adlandırmaktadır. 1937 yılında yürürlüğe giren Telsiz Kanunu ile tüm telsiz haberleşmesinin devlet tekeline alınması ve 1933 yılında *Marconi Wireless Telegraph Company Limited* ile yapılan anlaşma sonucu kurulan Ankara Radyosu bu dönemdeki önemli gelişmelerdir (Kejanlıoğlu, 2005b: 151). 1940 yılına gelindiğindeyse radyo, Başbakanlığa bağlı adı daha sonra Basın Yayın Umum Müdürlüğü (1943) ve en sonun da 1949’da Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü’ne dönüşecek olan Matbuat Umum Müdürlüğü’ne bağlanmıştır. 1946

yılında çok partili hayata geçilmesi ve 1950 yılında yapılan seçimler sonucunda başlayan Demokrat Parti iktidarı ile radyo, siyasi çekişmenin önemli bir mecrası haline gelmiştir. Dönemin radyo yayıncılığı, Muammer Aksoy tarafından “partizan radyo” olarak adlandırılmıştır. DP’nin liberal, serbest piyasacı tutumunun bir yansıması olarak radyoda ilk reklamlar da 1951 yılında henüz yasal bir düzenleme olmadan yayınlanmaya başlamıştır. 1960 yılına gelindiğinde ülkede bir milyondan fazla ruhsatlı radyo alıcısı ve günlük 12-13 saat yayın yapan Ankara, İstanbul ve İzmir istasyonları bulunmaktadır (Kejanlıoğlu, 2005b: 154). 27 Mayıs 1960 askeri darbesi ile uygulamaya konan 1961 Anayasası gereği, 359 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Kanunu 1 Mayıs 1964 yılında yürürlüğe girmiş ve bu kanun ile radyo ve televizyon alanında yayın yapma tekeli, kamu hizmeti yayıncı kuruluşu olarak *Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu* (TRT)’na verilmiştir. Bu durum kanunun 35. Maddesinde şu şekilde ifade edilmiştir:

9 Haziran 1937 tarihli ve 3222 sayılı Telsiz Kanunu ile ek ve değişikliklerinde gösterilen elektromanyetik dalgalar vasıtasıyla ses, işaret ve resim vermeye yarayan tesislerden radyodifüzyon ve televizyon tesisi niteliğinde olanların kurulması ve işletilmesi hakkı, yalnız Türkiye Radyo - Televizyon Kurumuna aittir.

1961 Anayasası’nın 121. Maddesine göre tarafsız ve özerk bir kamu kuruluşu olarak yayıncılığa başlayan TRT, 12 Mart 1971 askeri müdahalesinin ardından yapılan değişikliklerle yalnız tarafsız bir kamu kuruluşu olarak yoluna devam etmiştir. 359 sayılı yasanın getirdiği güçlü yönetim kurulu anlayışı da yerini güçlü genel müdür anlayışına bırakmıştır.

1936 yılında TTTAŞ’ın yayıncılık izninin yenilenmemesi ve 1937 yılında çıkarılan 3222 sayılı Telsiz Kanunu ile birlikte yayıncılık, devlet tekeline bırakılmış olsa da 1945 sonrası dönemden itibaren devlet radyoları dışında pek çok radyonun

yayına başladığını görmekteyiz. Müzik yayınının yanı sıra yasak olmasına rağmen söz yayınları ve reklam yayınları da yapan bu radyolara karşı hükümetler hiçbir zaman ciddi girişimlerde bulunmamış ve bir tehdit olarak algılamamıştır (İlaslan, 2014: 119).

Aysel Aziz (1971: 116-117) bu radyoları beş grup altında toplamaktadır. Bunlar kamu tüzel kuruluşlarınca işletilen istasyonlar, askeri kurumlara bağlı istasyonlar, Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı istasyonlar, üniversitelere bağlı istasyonlar ve yabancı devlet kuruluşlarınca işletilen istasyonlardır. *Meteorolojinin Sesi Radyosu*, *Türkiye Polis Radyosu* ve *EKİ (Ereğli Kömür İşletmeleri) Eğitim Radyosu* kamu tüzel kuruluşlarınca işletilen; *Ankara Mamak Ordu Radyosu*, *Havacıların Sesi Radyosu* ise askeri kurumlara bağlı istasyonlardır. 1954 yılında ABD ile yapılan Askeri Kolaylıklar anlaşması gereğince Çiğili, İncirlik, Karamürsel, Samsun, Trabzon ve Sinop'ta kurulan radyolar ise yabancı devlet kuruluşlarınca işletilen istasyonlardır. Üniversitelere bağlı istasyonlar ise *İstanbul Teknik Üniversite Radyosu*, *İstanbul Üniversitesi Fen Fakültesi Radyosu*'dur. Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı *Okul Radyoları* ise eğitime destek amacıyla kurulan ve sayıları en çok olan istasyonlardır.

12 Eylül 1980 yılında gerçekleşen askeri darbe ise Türkiye'de 24 Ocak 1980 yılında alınan ekonomiye devletin müdahalesini azaltan kararların uygulamaya konulması ve dünyanın her yerinde işlemediğine karar verilen sosyal devletin tasfiye edilmesi için atılan önemli bir adımdır. Darbe ile birlikte ülkede neo-liberal politikalara geçiş için gerekli hareket alanı sağlanmıştır. Toplumun Türk-İslam Sentezi çerçevesinde milliyetçi-muhafazakâr bir şekilde dönüştürülmesi, ekonomik alanda esnekleşme ve kuralsızlaştırmanın devreye girmesi ile tüm dünyada yaşanan

neoliberal dönüşüm, Türkiye’de de 12 Eylül darbesi ile yürürlüğe konulmuştur. Diğer bir ifadeyle Türkiye’de neo-liberalizmin yerleşikleşmesi Harvey’in Şili ve Arjantin üzerinden tartıştığı gibi büyük oranda askeri zor yoluyla gerçekleşmiştir (2015: 48).

Yaşanan bu dönüşüm tıpkı eğitim, sağlık alanlarında yarattığı etkiler gibi yayıncılık alanında da önemli gelişmelere neden olmuştur. Avrupa’da yayıncılık alanında yaşanan deregülasyon süreci, 1980’li yılların ortasından itibaren Türkiye’de de yaşanmaya başlamıştır. Alanın özel sermayeye açılması konusundaki tartışmalar tam da neo-liberalizmin doğasına uygun bir şekilde seçme özgürlüğü çerçevesinden yürütülmüştür. Harvey’in de ifade ettiği gibi (2015: 50), “neo-liberalizmin yaşam biçimleri, ifade tarzları ve geniş bir kültürel pratikler seçkisi açısından da tüketicinin özgürlüğünü vurgulayan pratik bir stratejiyle desteklenmesi gerekiyordu. Neoliberalleşme hem siyasette hem ekonomide neo-liberal, farklılaştırılmış, piyasa odaklı, popülist bir tüketicilik ve birey özgürlükçülüğü kültürünün inşa edilmesini gerektiriyordu.” Bu çerçeveye uygun olarak Türkiye’de de radyo ve televizyon yayıncılığı alanında hareketlenmeler yaşanmıştır. 1985 yılında TRT’ye özel radyo ve televizyon kurmak için 106 başvuru yapılmıştır (Cankaya, 1997: 76). Bu konudaki ilk ciddi girişim ise yine 1985 yılında Nezih Demirkent tarafından Hürriyet gazetesi adına yapılmıştır. Bu girişimin başarısızlığı sonrasında Milliyet’in sahibi Aydın Doğan, Hürriyet’in sahibi Erol Simavi ile Koç, Sabancı ve Eczacıbaşı ortak bir televizyon kurmak için 1987 yılında dönemin Başbakanı Özal ile görüşmüş ve bir kez daha olumsuz cevap almıştır (Çaplı, 2008: 13). Çünkü 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrası 1983 yılında yürürlüğe giren 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu, kendinden önceki 359 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon

Kurumu Kanunu gibi yayıncılığı devlet tekeline almış ve bu tekelin kullanım hakkını TRT'ye vermiştir. Ancak yukarıda da bahsedildiği gibi TRT dışında yayın yapan pek çok istasyon bulunmaktadır. Bu nedenle yeni yasada bu durum göz önüne alınarak bir özel durum yaratılmış ve zaten mevcut durumda yayın yapan polis ve meteoroloji kurumlarının, daha sonra adı Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) olan Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu (RTYK)'nın izni ile yayın yapmasına olanak tanınmıştır. Bu durum 2954 sayılı kanunun 4. maddesinin a bendinde şöyle ifade edilmiştir:

Radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesi ile yurt içine ve yurt dışına yayın yapılması, devletin tekeline aittir. Bu tekel, Türkiye Radyo-televizyon Kurumu tarafından kullanılır. Ancak, bu kanunda belirtilen esaslara uygun yayın yapmak şartıyla polis ve meteoroloji teşkilatlarının devamlı ikaz ve uyarı maksadıyla radyo istasyonu kurmaları, sürekli ve kesintili radyo yayını yapmaları Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu'nun iznine tabidir.

Amerikan üslerinde yapılan yayınlar, polis ve meteoroloji radyolarının yanı sıra 1980'lerin sonunda belediyelerin de tekele rağmen radyo yayını yapma girişimlerini görmekteyiz. Akarcalı'nın ifade ettiği gibi (1997: 147), 1989 Mayıs'ında Ankara, İstanbul ve İzmir'de sosyal demokratların belediye yönetimine gelmesiyle birlikte radyo ve televizyon kurma hazırlıkları başlamıştır. Fakat TRT'nin tekel kalkana kadar yapılan girişimler engellenmiş, yayın yapan radyolar kapatılmıştır. 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun 1994 yılında uygulamaya konmasıyla birlikte kanunun 29. maddesinin a bendi uyarınca siyasi partiler, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, vakıflar, mahalli idareler ve bunların ortak olduğu şirketlerin radyo televizyon yayını yapması yasaklanmıştır. Böylelikle tekel kalksa da belediyelerin yayın yapmaları engellenmiş olmuştur.

Türkiye’de yayıncılık alanının yeniden düzenlenmesi fiili durumun ardından gelişmiştir. 1990 yılında Ahmet Özal ve Cem Uzan’ın sahip olduğu Magix Box şirketinin Star-1 televizyonu, uydu üzerinden Almanya’dan Türkiye’ye yayın yapmaya başlamış; böylelikle anayasada ve kanunlarda gerekli düzenlemeler yapılmadan özel yayıncılık yasağı fiili olarak delinmiştir. Yasağın fiili olarak ortadan kalkmasıyla birlikte özel televizyonları 1992 yılında yayına başlayan radyolar izlemiş, radyo televizyon alanında TRT’nin tekeli kırılmıştır. Bu mevcut durumun gereği olarak önce, 1993 yılında 1982 Anayasanın 133. maddesi değiştirilmiştir. Ardından 1994 yılında 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un yürürlüğe girmesi ile özel radyo-televizyon yayıncılığı hukuki bir çerçeveye sahip olmuştur.

Tekelin kalkması ile birlikte 3984 sayılı kanun, ulusal yerel radyolar adı altında sınıflandırabileceğimiz TRT’nin bölge radyoları dışında da yerel ve bölgesel düzeyde radyoların kurulmasına izin vermiştir. Buna göre kanunda geçen kavramların tanımlandığı 3. maddede bölgesel yayın “birbirine komşu en az üç il ve en çok bir coğrafi bölge alanının asgari yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını”, yerel yayın ise “mülki taksimat itibarıyla en az bir ilçe (merkez ilçe dâhil) veya bir ilin alanının yüzde yetmişine yapılan radyo, televizyon ve veri yayını” şeklinde açıklanmıştır. Tanımdan da anlaşılacağı gibi Türkiye’de yerel yayıncılık, coğrafi yerellik temelinde tanımlanmıştır. Tıpkı yerel yayıncılık gibi ulusal yayıncılık da “bütün ülkeye yapılan radyo, televizyon veri yayını” şeklinde coğrafi olarak tanımlanmıştır. Yasada yapılan yerellik tanımının yanı sıra yukarıda belirtilen sivil toplum kuruluşlarının yayın yapmalarının yasaklanması ve 29. maddenin b bendinde geçen yayın yapmak için anonim şirket kurma zorunluluğu, coğrafi yerellik

anlayışını güçlendirmiştir. Coğrafi özellikler üzerinden tanımlanan bu yayın türlerinden birinde yayın yapmak için şirketlerin RTÜK'ten yayın izni ve lisansı alması gerekmektedir. 1995 yılında yürürlüğe giren Radyo ve Televizyon Kuruluşları Kanal veya Frekans Tahsisi Şartları ve Bunlara İlişkin İhale Usulleri ile Yayın Lisansı ve İzni Yönetmeliği'ne göre R1 ulusal radyo yayın şebekesi, R2 bölgesel radyo yayın şebekesi, R3 ise yerel radyo yayın şebekesi lisans tipidir. 2001 yılında kurulmuş olan *Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği* (RATEM) sektör raporuna göre günümüzde 34 ulusal, 83 bölgesel ve 839 yerel olmak üzere toplam 956 yayında olan radyo bulunmaktadır (2016: 23).

2.2 Türkiye’de Dini Radyo Yayıncılığının Gelişimi

Yayıncılık tekelinin fiili olarak kırılmasıyla birlikte önceki bölümlerde bahsedildiği gibi sektöre girmek isteyen gazete sahipleri ve sermayedarlar vakit kaybetmeden radyo ve televizyon yayınına başlamak için gerekli çalışmaları yapmış ve Türkiye’de kısa sürede pek çok özel radyo ve televizyon yayına başlamıştır. Yasal düzenlemenin yaşanan fiili durumdan çok sonra hayata geçtiği ve dolayısıyla herkesin kendine bir yer kapmak için hızla yayıncılık alanına girdiği böyle bir ortamda, pek çok müzik-eğlence türünde yayın yapan radyonun yanı sıra kültür-eğitim teması adı altında dini içerikli yayın yapan çok sayıda radyo da yayın hayatına başlamıştır. Hatta dini radyolar, gazete sahiplerinin ve sektör içindeki kişilerin öncülüğünde kurulan radyo kanalları ile birlikte açılan ilk radyolar arasındaki yerini almıştır. Şeyhleri Mehmed Zahid Kotku’nun imamlık yaptığı İskender Paşa Camii’nden adını alan İskenderpaşa Cemaati⁹ tarafından 1993 yılında kurulan *Akra*

⁹ 1970 sonrası dönemin dini ve siyasi hayatında etkili olan cemaat, Nakşibendi geleneğine bağlıdır. Temelleri Ahmed Ziyaüddin Gümüşhanevi’nin Gümüşhanevi Dergahı’na dayanır. Batılılaşma ve

FM, Nur cemaatinin¹⁰ bir kolunu oluşturan Yeni Asya grubu¹¹ tarafından 1993 yılında kurulan ve günümüzde Yeni Nesil grubu tarafından yönetilen *Moral FM* ve yine Nur Cemaati içinde Fetullah Gülen grubu tarafından 1994 yılında kurulan *Burç FM* bu radyolara örnek verilebilir. Bu ulusal radyoların yanı sıra yine aynı tarihlerde kurulan pek çok yerel dini radyo da vardır. 1993 yılında kurulan ve Ankara’da yayın yapan *Hedef Radyo*, yine aynı yıl Ankara’da faaliyet gösteren *Radyo Denge* ve 1994 yılında Konya’da yayına başlayan *İsra FM* bunlardan bazılarıdır. 1990’lı yılların ortalarına gelindiğinde 124 radyo, 41 televizyon istasyonu dini gruplar tarafından yönetilmektedir (*Cumhuriyet* gazetesinden aktaran Bilgili, 2006: 50). *Hürriyet* gazetesindeki köşesinde Bildirici de 1997 yılında 1024 özel radyo kanalının 500’ünün İslami çizgide olduğunu ifade etmiştir.

Görüleceği gibi ilk radyoların önemli bir bölümü, dini cemaatler tarafından kurulmuştur. Ancak bu, dini cemaatlerin başından beri medya sektöründeki önemli aktörlerden olduğu düşünüldüğünde beklenmedik bir gelişme değildir. Çünkü Türkiye’de *Cumhuriyet*’in ilanı ile birlikte dinin toplumsal hayattaki yerini hafifletmeye çalışan ve Savran’ın da ifade ettiği gibi (2014: 64), ülkenin İslam dünyasından kopararak Batı dünyasının bir parçası haline getirilmesini sağlayan

modernleşmeyle uyumlu, tabanını şehirde yaşayan insanların oluşturduğu cemaat tasavvuf geleneğini takip etmektedir (Yaşar, 2004)

¹⁰ Said Nursi’nin büyük eserlerini toplayan Risale-i Nur’un öğretileri etrafından şekillenmiştir. Diğer cemaatlerden farklı olarak şeyhi değil, bir metni temele alır (Yavuz, 2004: 264). Bu nedenle de Said Nursi ve sonrasında da takipçileri kendilerini bir tarikat olarak değil bir inanç hareketi olarak tanımlarlar (Çakır, 2012: 90)

¹¹ Yeni Asya, Yeni Nesil ve Fetullah Gülen grubu Nur Cemaati içindeki en büyük gruplardır. Nurcular arasındaki ayrışmanın özünde Said Nursi’nin hangi yönünün ön plana çıkarılması gerektiği tartışması vardır (Çakır, 2012: 91). 12 Eylül darbesinin *Yeni Asya* gazetesini kapatması üzerine *Yeni Nesil* gazetesini çıkaran Yeni Asya grubu arasında Süleyman Demirel’e verilen siyasi destek nedeniyle çıkan ayrışma sonucunda ayrılan grup tekrar *Yeni Asya* gazetesini çıkarmaya başlamıştır (Çakır, 2014: 100). Böylelikle eski Yeni Asya grubu Yeni Nesil grubu olarak anılırken, ayrılan grup Yeni Asya grubu olarak anılmaya başlamıştır. İslam’ı yeniden modern ihtiyaçlara göre yorumlamayı amaçlayan Gülen ise 1970’ler ile birlikte Nur Cemaati içinden kopmaya başlayarak 1979 yılında çıkmaya başlayan *Sızıntı* dergisi ve Said Nursi’nin dersane modelinde esinlenen ışık evler etrafında örgütlenmiştir (Yavuz, 2004: 295).

devrimlere rağmen dini cemaatler, gayri resmi Kuran kursları ve cemaat evleriyle toplumsal ve siyasal alandaki önemini korumaya devam etmiştir. Demokrat Parti'nin 1946 yılında kurulması ile birlikte de yeni siyasal durumun çatlaklarından sızmaya başlayan İslami hareketler için 1945-1970 arası, canlanmanın ilk tohumlarının atıldığı bir dönem olmuştur (Savran, 2014: 70). İslam'ın önemli bir popülist söylem olarak kullanıldığı 1950 seçimlerini DP'nin kazanması ile birlikte din, siyasal ve kültürel hayatta daha fazla dillendirilen bir konu olmuştur. Seçimlerin hemen ardından ezanın Arapça okunması yasağının kaldırılması, dini dernek, vakıf ve Kuran kurslarının sayısındaki artış bunun en önemli göstergeleri olmuştur. Örneğin 1946 yılında din derneklerinin sayısı 11, diğer dernekler içerisindeki oranı %1,3 iken 1951 yılında bu sayı 251'e, oran ise %10'a çıkmıştır. 1959 yılında DP iktidarının son dönemlerine gelindiğinde ise bu sayı 4334'e ulaşmış, din derneklerinin diğer dernekler içerisindeki oranı da %31,7 olmuştur (Yücekök, 1971: 133).

Siyasal ve toplumsal alanda yaşanan bu gelişmelerin bir ürünü olarak bu dönemde İslami neşriyatta da büyük artış görülmüştür. “1950'lilerden itibaren iletişim ortamında kısmen görünürlükleri artan tarikat ve cemaatler 1980'lere kadar özellikle basım yayın faaliyetlerine yönelmiş, konjonktüre göre kimi zaman yasal kimi zaman gizli biçimde dergi, gazete, kitap yayınlarını sürdürmüştür” (Narmanlıoğlu, 2014: 166). 1939 yılında Nurettin Topçu tarafından çıkarılmaya başlanan *Hareket*, 1943 yılında Necip Fazıl Kısakürek tarafından yayımlanan *Büyük Doğu*, 1947-1949 arasında Ömer Rıza Doğrul tarafından çıkarılan *Selamet* ve 1957'de yayım hayatına başlayan *İslam*, bu dönemin İslamcı kesiminin önemli dergileri arasındadır (Subaşı, 2005).

Basım alanında dini cemaatlerin göstermiş olduğu faaliyetlerin yanı sıra bu dönem, devlet tekelindeki radyoda ilk dini yayınların başladığı dönemdir. Temmuz 1950 yılında radyoda Kuran-ı Kerim okutulmasının kararlaştırılmasının ardından, 18 Ağustos 1950 tarihinde ilk yayın yapılmış ve bundan sonra da Ankara Radyosu'ndan her cuma günü Kuran-ı Kerim yayınına devam edilmiştir (Ak, 1992: 21). Kısa bir süre sonra haftada bir gün olmak üzere yayınlanmaya başlayan ve 1954 yılında yayını üç güne çıkarılan “Dini ve Ahlaki Musahabeler” adlı bir program ve kandil gecelerinde mevlid yayınlanmaya başlamıştır (Kocabaşoğlu, 2010: 376; Ak, 1992: 21). Bu yayınları ramazan ayında önce sahur programlarının daha sonra ise iftar programlarının yayını izlemiştir.

1961 Anayasası'nın topluma göre “daraltılması” sonucunu getiren 12 Mart 1971 darbesi ile birlikte ise İslam, ülkede ve dünyada yükselen sol hareketlere panzehir olarak görülmüş ve komünizmle mücadele için önemli bir araç olduğu kabul edilmiştir. Böylece siyasal ve toplumsal alanda İslami gruplara destek verilmiştir. Bunun sonucu olarak dini yayınların sayısındaki artış da devam etmiştir. Dönemin önemli dini gruplarından biri olan Nur Cemaatinin, adını Risale-i Nur'un Latin harfleri ile basılıp okunmasının arttırılmasını sağlama amacından alan Okuyucular grubu, 21 Şubat 1970 yılı itibari ile *Yeni Asya* gazetesini çıkarmaya başlamıştır (Çakır, 2012: 95; Şentürk, 2011: 250). Gazete, 1967 yılında haftalık dergi olarak çıkmaya başlayan *İttihad* dergisinin devamı olarak yayına başlamıştır. Grup, derginin haftalık olması dolayısıyla siyasi gündeme etkisinin sınırlılığı nedeniyle günlük olarak bir gazete çıkarmaya karar vermiştir (Şentürk, 2011: 253). Aynı gruptan kopan Fetullah Gülen ise 1978 yılında *Türkiye Öğretmenler Vakfı*'nı kurmuş, vakıf da 1979 yılında da *Sızıntı* dergisini çıkarmaya başlamıştır (Çakır, 2012: 106).

Yine Nur Cemaati içerisinde bir grup olan Sakarya grubu, *Sakarya Eğitim Vakfı* etrafında faaliyet göstermiş ve bilimsel verilerle olağanüstülükleri gündeme getiren *Zafer* dergisini yayımlamıştır (Şentürk, 2011: 275). *Türdav Yayınları* çevresinin 1975 yılında çıkmaya başlayan *Sur* dergisi ise dönemin önemli bir diğer yayımıdır (Çakır, 2012: 121). Medya sektöründe önemli bir yere sahip olan Işıkçılar Cemaati¹² ise, 1970 yılında daha sonra adı *Türkiye* gazetesi olarak değişecek olan *Hakikat* gazetesi ile bu sektöre adımını atmıştır (Şentürk, 2011: 304).

12 Eylül 1980 tarihinde ordunun bir kez daha yönetime el koyması ile başlayan askeri darbe dönemiyle birlikte Türkiye ekonomik, siyasi-ideolojik ve toplumsal alanda önemli bir kırılma yaşamıştır. Türkiye’de radyo yayıncılığının gelişiminin aktarıldığı bölümde özetlenen ekonomik alandaki dönüşümlerin yanı sıra darbe, Türk-İslam Sentezi olarak adlandırılan ideolojinin kabul görüp yaygınlaşmasında en önemli rolü oynamıştır. Dursun’un ifade ettiği gibi (2003: 59), “Türk-İslam Sentezi, 1970 yılında kurulan Aydınlar Ocağı tarafından formüle edilmiş ve programlaştırılmış bir halde Türkiye’deki siyasal gündeme girmiş; özellikle de 12 Eylül askeri darbesi sonrasında siyasal ve toplumsal alanda belirli bir güç kazanarak hegemonikleşmeye yönelmiş bir ideolojidir.” Taşkın’ın da belirttiği gibi (2006: 387, 389) “komünizme kalkan” olarak desteklenen Türk-İslam Sentezi, 1990’lı yıllara kadar milliyetçi vurguları daha önde olan bir düşünce olmuştur. 1990’ların başında Aydınlar Ocağı’nda İslamiyet’i milletin en önemli unsuru olarak gören üyelerin ön plana çıkması ile İslam, özellikle Sünni İslam, vurgusu hâkim hale gelmiştir.

¹² Seyit Abdülhalim Arvasi’ye bağlı Hüseyin Hilmi Işık ve takipçilerinin oluşturduğu cemaattir. İslam’ın temel kitaplarında bildirilenin dışında yorum yapmayı dinde reform olacağı gerekçesiyle uygun bulmazlar.

Savran'ın da altını çizdiği gibi (2014: 78), İslamcı hareketin yükselişinin zemini 12 Eylül rejimi tarafından hazırlanmış, Türk-İslam Sentezi olarak anılan bir doktrin temelinde, sosyo-kültürel hayata İslamcı bir aşî yapılmıştır. Bu çerçevede seksen sonrası pek çok dergi ve gazete yayın hayatına başlamıştır. İskenderpaşa Cemaati'nin 1983 yılında çıkarmaya başladığı *İslam* dergisi, 1985 yılında çıkan *Kadın ve Aile*, onu takiben 1987 yılında *Gülçocuk* ve 1989 yılında çıkarılmaya başlanan *İlim ve Sanat* dergileri aynı zamanda İslami dergiciliğın genişleyen yelpazesinin de bir örneğini oluşturmuştur. Bu çeşitlenmede cemaatin Mehmet Zahit Kotku'dan sonraki lideri Esad Coşan'ın kitle iletişim araçlarının kullanımına verdiği büyük önem etkili olmuştur. Coşan, takipçilerine modern kitle iletişim teknolojilerinden yararlanmayı bir görev olarak telkin etmiş ve güçlü bir Türkiye yaratmak için basını bir cihat şekli olarak değerlendirek bu aracın çalışan ya da sahip olarak ele geçirilmesi gerektiğini ifade etmiştir (Narmanlıoğlu, 2014: 184-185).

Aynı şekilde Yeni Asya grubunun kapanan *Yeni Asya* gazetesi yerine çıkarmaya başladıkları *Yeni Nesil* gazetesi, *Köprü*, *Bizim Aile* ve *Can Kardeş* dergileri halen yayın hayatına devam eden dönemin önemli dergileridir (Manaz, 2005: 483). Ekim 1985 yılında çıkmaya başlayan ve hiçbir cemaat ya da kuruluşun organı olmadığı iddiasını taşıyan *Girişim* dergisi, Kur'an ve sünnet eksenli önemli bir İslami yayın organıdır (Çakır, 2012: 149, 152). Dini ayin vurgusuna sahip Kadiriler¹³ ise 1983 yılında *İcmal*, 1987 yılında ise *Öğüt* dergilerini çıkarmaya başlamıştır (Çakır, 2012: 77). 1986 yılında çıkmaya başlayan iki önemli İslami yayından ilki, Fetullah Gülen grubunun çıkardığı ve abonelik yöntemi ile önemli bir tiraj yakalayan *Zaman*

¹³ Milliyetçi-muhafazakâr siyasi bir çizgide duran cemaat günümüz Haydar Baş öncülüğünde temsil edilmektedir. İslam dünyasının köklü cemaatlerinden olmasına rağmen toplumsal etkinliği pek kalmamıştır.

gazetesi olmuştur. Diğeri ise Erenköy Cemaati'ne ait olan *Altınoluk* dergisidir (Çakır, 2012: 60).

TRT-ANKARA RADYOSU'NCA HAZIRLANAN PROGRAMLAR (1983-1990)				
Program Adı	Yayın Yeri	Günü	Saati	Süresi
Din ve Ahlâk	R-II	Salı	18.30	30 Dakika
Türk ve İslam Dünyasından	R-I	Salı	21.15	15 Dakika
Din ve Ahlâk	R-I	Perşembe	17.05	30 Dakika
Cuma Sabahı	R-I	Cuma	06.15	45 Dakika
Haftalık Toplam Süre				120 Dakika

RAMAZAN PROGRAMLARI		
Program adı	Günlük Yayın	Toplam
İftar Programı	30x40 Dakika	20 Saat.
Sahur Programı	30x90 Dakika	45 Saat
15 Saatlik bölümünü dini yayınlar hazırlamaktadır		

KANDİL PROGRAMLARI	
Program Adı	Süre
1- Mevlid Kandili	90 Dakika
2- Regaib Kandili	90 Dakika
3- Mirac Kandili	90 Dakika
4- Berat Kandili	90 Dakika
5- Kadir Gecesi	90 Dakika
Toplam	7 Saat 30 Dakika

BAYRAM PROGRAMLARI	
Program Adı	Süre
1- Ramazan Bayramı Konuşması	10 Dakika
2- Kurban Bayramı Konuşması	10 Dakika
Toplam	20 Dakika

YILLIK TOPLAM YAYIN SÜRESİ	
Program Adı	Süre
Haftalık yayınlanan 4 program	104 Saat
Kandiller	7 Saat 30 Dakika
İftar	20 Saat
Sahur	45 Saat
Bayramlar	20 Dakika
Toplam Program Süresi	146 Saat 50 Dakika
Toplam Program Adedi	275 Yayın

Bunlara ilâveten Türkiye'nin Sesi Radyosu ile bazı yabancı ülke radyolarına hazır program gönderilmektedir.

Resim 1

Radyolarda ise 1981 yılında, bir yıldır on dakika olarak yayınlanan sohbet içerikli dini bir programın süresi otuz dakikaya çıkarılarak adı “Din ve Ahlak” şeklinde değiştirilmiş, 1983 yılında “Kuran-ı Kerim, Türkçe Açıklaması ve Bir Konuşma” adlı otuz dakikalık program “Cuma Sabahı” ismi ile 45 dakikaya çıkarılmış ve 1984 yılı itibariyle “Türk ve İslam Dünyasından” adlı 15 dakikalık bir program yayına konmuştur (Ak, 1992:

22). *Diyanet Dergisi* 'nde

yayımlanan Zekâi Ak'ın yazısından alınan *Resim 1*'de 1983 ile 1990 yılları arasındaki dini yayınların süreleri de görülmektedir.

Merkez sağda yaşanan kriz, doksanlar ile birlikte siyasi arenada İslamcılığın yükselişini sağlayan önemli bir neden olmuştur (Mert, 2005: 417). Ekonomik alanda yaşanan çalkantılar da İslamcı hareketlerin sınıfsal tabanını güçlendirmiştir. Güler'in ifade ettiği gibi (2014: 26-27), artan ve gençleşen nüfus, kente göç, ekonomik büyümenin nüfus artışını yakalayamaması sonucu işsizlik, göç edenlerin kentlerin varoşlarına hapsolması gibi etkenler İslamcı hareketin tabanını oluşturan iki önemli kesimden biri olan kent yoksullarının sayısını arttırmıştır. Bunu, diğer önemli kesim olan yükseköğrenimin devlet tarafından yaygınlaştırılması ve bu eğitim ile dış dünyayı, popüler yaşam tarzını tanıyan, aldığı eğitimin karşılığında dolgun maaşlar ve iyi bir yaşam bekleyen diplomalı işsizlerin sayısındaki artış izlemiştir. Aynı zamanda yayıncılık alanında yaşanan özel radyo ve televizyon yayıncılığına geçiş ile birlikte bu dönem, siyasal, ekonomik ve toplumsal yaşamda ağırlığı artan İslami grupların, dergi ve gazete gibi basılı yayın organlarının yanı sıra bu yeni alanda da faaliyet göstermeye başladıkları bir dönem olmuştur. Daha önce *Zaman* gazetesini çıkaran Gülen cemaati 1993 yılı ile birlikte Samanyolu televizyonu ve radyosunu kurmuştur. Yine aynı şekilde *İcmal* ve *Öğüt* dergilerini çıkaran Kadiriler, *Mesaj TV*, *Meltem TV* ve *Meltem Radyo*'yu kurmuştur. *Türkiye* gazetesini çıkaran Işıkçılar cemaati ise 1993 yılında *Türkiye Gazetesi Radyo Televizyonu* (TGRT)'nu kurmuştur. *İslam*, *Kadın ve Aile*, *Gülçocuk* dergilerini çıkaran İskenderpaşa Cemaati ise 1993 yılında *Ak TV* ve *Akra FM*'i kurarak yayıncılık sektöründe de yerini almıştır (Manaz, 2005: 432).

Medya sektöründe İslami cemaatlerin önemli bir grup haline geldiği 1990'lı yıllardan sonra bir diğer dönüm noktası ise, 2002 yılında yapılan genel seçimler ile başlayan AKP hükümeti dönemi olmuştur. Medyada laik ve İslamcı hizipleşmesinin izini süren Oğurlu ve Öncü'nün ifade ettiği gibi (2014: 396), 2002 ile 2009 yılları arasında en çok satan gazetelerin sıralamasında İslamcı gazetelerin lehinde bir değişim olmuştur. Bunun yanı sıra 2012 yılı ile birlikte İslamcı sermayenin gazete satışlarında büyük bir artış görülmezken merkez medyanın önemli parçası olan *Star*, *Vatan*, *Milliyet* gibi gazetelerin iktidara yakın kişiler tarafından satın alınması gibi niteliksel dönüşümler de gerçekleşmiştir (Oğurlu ve Öncü, 2014: 400). Gazetelerin yanı sıra, yayıncılık alanında da dini gruplara ait radyo ve televizyonların sayısı ile diğer radyo ve televizyonların yayın içeriklerindeki dini temalı programların ağırlıklarının arttığı görülmektedir. TÜİK verilerine göre 2002 yılından bu yana, radyolarda din ve moral yayınları kapsamındaki programların süresi düzenli bir artış göstermiştir. Buna göre, 2002 yılında 101.492 saat olan din ve moral programlarının süresi, 2014 yılında 332.186 saate ulaşmıştır. Ayrıca yine bu verilere göre, 2002 yılından 2013 yılına kadar yayın içeriklerinde en büyük ağırlığa sırası ile müzik, reklam, haber, din ve moral programları sahip olmuştur. Ancak 2013 yılı itibari ile ilk kez din ve moral programlarının yayın ağırlığında haber programlarını geçtiğini görebiliriz. 2014 yılında da yine haber programları 294.188 saat yer bulurken din ve moral programları 332.186 saat yer bulmuş, müzik ve reklamların arkasından en çok yayınlanan program türü olmaya devam etmiştir. Fakat burada dikkat edilmesi gereken bir nokta, TÜİK'in programları sınıflandırırken nasıl bir yöntem kullandığının bilinmemesidir. Diğer bir ifadeyle, hem eğitim ya da kültür hem de dini program niteliğindeki programların sınıflandırılmasında nasıl bir yol izlendiği

konusunda yeterli bilgiye sahip değiliz. Aynı şekilde moral programları ile hangi tür programların içerildiğini bilemiyoruz. Bu bakımdan dini programlara ilişkin verilen sayıların daha az değil ancak, daha yüksek olabileceği gibi bir ihtimal de verileri değerlendirirken göz önünde bulundurulmalıdır.

Dini programların artan ağırlığına ve dini radyo-televizyon kuruluşlarının artan sayısına ek olarak Türkiye’de kamu hizmeti yayıncı kuruluşu olarak yayın yapan TRT ile Diyanet İşleri Başkanlığı’nın ortaklığında, 2013 yılında *Diyanet Radyo*, 2015 yılında ise *Diyanet Kuran Radyo* yayın hayatına başlamıştır. Aynı şekilde 2012 yılında başlayan bir yıllık test yayınının ardından 2013 yılında, *TRT Diyanet* televizyon kanalı düzenli yayınlarına başlamıştır. Ancak ilk dini radyo programlarını yayınlamasından bu yana, TRT’nin yer verdiği dini programların içeriği pek çok cemaat ve kişi tarafından eleştirilmiş ve yetersiz bulunmuştur. *Diyanet Dergisi*’nin radyo ve televizyonda dini yayınlara yer verdiği 14. sayısında il müftüleri ile gerçekleştirilen röportajlarda programların bilgili kişi ve ilgili kurumlar tarafından hazırlanmaması, programların toplan sürelerinin azlığı, programlarda “gerçek” dine değil kalıplaşmış yargılara yer verildiği gibi eleştiriler yer almaktadır (1992: 13-20).

Mevcut yayınlara eleştirilerin yöneltildiği ve dini yayıncılığın nasıl yapılması gerektiğine dair bir somut öneri getirme çabasındaki Baydar ise sadece İslam’a mahsus olan “Hak’kı Tebliğ” görevini yerine getirecek olan radyo ve televizyonları İslam Radyo-Televizyonu şeklinde tanımlamıştır (Baydar (1994: VIII-XI). Böyle bir yayın organının varlığının faydalarını ise İslam toplumunun kendi bilgi dünyasına ulaşacağı önemli bir aracı ele geçirmiş olması, insanların kendisini horlayan ve hakaret ederek imanını küfürle değiştirmek isteyenleri dinlemek ve izlemekten

kurtulmuş olmaları, İslami bilgi üretiminin yeniden başlaması, İslami eğitimin güçlenmesi, Müslümanların güç birliği sağlamaları, Müslümanların mutlu ve acı günlerinde İslami duyarlılıkla yardıma koşan, onları İslam’a ulaştıran bir merkezin ortaya çıkması şeklinde ifade etmektedir. TRT’nin yayınlarının dini ihtiyaçlara cevap vermekten uzak olduğunu ve yorum farkları nedeniyle “tebliğci” sayısı kadar İslam dininin ortaya çıkmasını eleştiren Baydar (1994: 18, 28), özel radyo ve televizyonların da dini günlerde daha fazla insan çekmek için dini programlara yer verdiğini belirtmektedir.

Yukarıda da ifade edildiği gibi, yayıncılık alanındaki devlet tekelinin kaldırılması ile TRT radyolarının dini yayınlarındaki hoşnutsuzluklar, toplumsal hayatta yükselen muhafazakârlaşma, dini cemaat ve sermayelerin güçlenmesi gibi süreçler dini radyo istasyonları açma çabalarında vücut bulmuştur. İslami kesim, radyoculuğu, gücünü arttırma ve ideoloji yayma da -İslami terminolojiyle “tebliğ” faaliyetinde- önemli bir araç olarak benimsemiştir (Taslaman, 2011: 197-198). İzleyen bölümde Türkiye’de faaliyet gösteren dini radyolar ile ilgili yapılan alan araştırmasının verilerine ele alınan bu tartışmalar çerçevesinde yer verilecektir.

2.3 Türkiye’de Dini Radyo Yayıncılığı Modeli: Alan Araştırması

Türkiye’de dini radyo yayıncılığının bir model olup olmadığı, bu radyoların işleyiş ve yapılarının nasıl olduğu halen yanıtlanmayı bekleyen sorulardır. Bu bakımdan araştırma kapsamında Ocak ve Nisan ayları arasında sırasıyla Ankara, İstanbul ve Konya’da toplam 16 radyoda yapılan yüz yüze görüşmelerden elde edilen veriler, bu soruların cevaplarını ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda ilerleyen bölümlerde alan araştırmasından elde edilen veriler, Türkiye’deki dini

rad్యoların kendilerini nasıl tanımladıkları; teknolojik, yönetsel ve mali yapıları; programcılık anlayışları ve dinleyiciler ile olan ilişkileri çerçevesinde ele alınacaktır.

2.3.1 Dini Radyo Adlandırmasına Yaklaşımlar ve Dini Hareketlerle İlişkiler

Dini içerikli yayın yapan radyoları adlandırmak hem alternatif radyo, topluluk radyosu gibi kavramların sınırlarını çizmenin zorluğundan hem de bu radyoların büyük bir çoğunluğunun kendilerini farklı kavramlarla tanımlamaları nedeniyle zordur. Azak'ın da ifade ettiğı gibi (2013: 96), bu radyolar İslami radyo tanımlamasını kabul etmemekte, toplumun her kesimine açık olduklarını ve kültürel radyo olarak tanımlanmayı tercih ettiklerini belirtmektedirler. Bu nedenle araştırma kapsamında ele alınan en önemli noktalar biri, dini içerikli yayın yapan radyoların nasıl adlandırılması gerektiğı olmuştur. Dolayısıyla yapılan görüşmelerde radyo yöneticilerine yönlendirilen sorulardan biri de kendi radyolarını nasıl tanımladıkları olmuştur. Görüşülen radyoların büyük bir kısmı, 11'i, dini radyo tanımlamasını doğru bulmuştur.

Elde edilen veriler ışığında, tanımlama meselesinin iki boyutunun bulunduğu ifade edilebilir. Bunlardan ilki, dini radyo yayıncılığının, tematik yayıncılığın bir parçası olarak ele alınmasıdır. Bu noktada radyolar haber, spor ve müzik radyolarından hareketle İslami içerikli yayın yaptıkları için kendilerini dini radyo olarak tanımlamaktadır. Ankara ve İstanbul çevresinde yerel radyo lisansı ile yayın yapan *Dost FM*'in Genel Yayın Yönetmeni, tanımlama konusunda çok net olduklarını, nasıl spor, müzik radyoları varsa ve bunlar ayrımcı bir şeyi ima etmiyorsa dini radyo kavramının da öyle olduğunu belirtmiştir (22.02.2016 tarihli görüşme).

Aynı şekilde Ankara’da yerel radyo lisansı ile yayın yapan *Radyo Ses*’te görüşülen radyo programcısı da radyoyu tanımlama meselesini şöyle ifade etmiştir:

Her şeyin bir ismi var. Spor radyosu diyoruz spor yayını yapıyor. Haber radyosu diyoruz haber yayını yapıyoruz e sen de dini temalı yayın yapıyorsun dini radyo diyoruz. Bundan gocunmaya gerek yok (18.02.2016 tarihli görüşme).

Görüleceği gibi her iki radyo yetkilisi de dini radyoyu, yayıncılık alanına ve kavramlarına hâkim bir şekilde bir tema olarak tanımlamaktadır. Ancak bu noktada, *Radyo Ses* yetkilisinin “gocunmaya gerek yok” şeklindeki ifadesi, bu tanımlamanın ikinci bir boyutunu gündeme getirmektedir. Bu boyut daha çok Türkiye siyasi ve kültürel hayatında dinin konumu ile ilgili, dolayısıyla Türkiye’ye özgü bir yön taşımaktadır. Yukarıdaki bölümlerde de aktarılmaya çalışıldığı gibi din, Türkiye’nin siyasi ve kültürel hayatında tartışmalı bir nokta olmuştur. 1950’li yıllara kadar siyasal hayatta belirleyici bir unsur olmaktan çıkarılan İslam, cemaat örgütlenmelerinin kapatılması ile toplumsal hayatta da etkisizleştirilmeye çalışılmıştır. Çok partili hayata geçişle birlikte her iki alanda da artan etkisiyle İslam, önemli bir çekişme konusu olmuştur. Kimi zaman devletin kurucu unsurları tarafından bizzat komünizm tehlikesini savuşturmak için panzehir olarak kullanılmış, kimi zaman da devletin kendisi için bir tehlike olarak görülmüştür. Hem panzehir hem de bir tehlike olarak dinin, siyasal ve toplumsal hayattaki ağırlığı sürekli değişen bir denge halinde tutulmaya çalışılmıştır. Bu bakımdan görüşülen yetkililer için dini radyo tanımlaması, bir tehlike unsuru olarak görülme çekincesini taşımaktadır. Bunun bir göstergesi Ankara’da yerel yayıncılık yapan *Radyo Denge* ile *Hedef Radyo*’nun dini radyo tanımlamasına “radyonun dini ya da dinsizinin olamayacağı” şeklindeki yaklaşımlarıdır. Yetkililerin bu tanımlamaya çekinceli yaklaşımları, aslında dini radyo adlandırmasının çağrıştırdığı olumsuz anlamdan

kaynaklanmaktadır. *Radyo Denge*'de görüŖülen Radyo Müdürünün, dini radyo adlandırmasından rahatsız olmayacaklarını ifade etmesine rağmen böyle bir tanımlamanın insanlarda farklı bir intiba bıraktığını belirtmesi, bahsedilen bu durumu ortaya koymuŖtur (16.01.2016 tarihli görüŖme).

GörüŖmelerde ortaya çıkan radyoların kendilerini tanımlamalarını etkileyen bu ikinci boyutun önemli bir göstergesi de 1990'lı yıllarda kurulmuŖ olan radyoların önemli bir bölümünün dini içerikli yayınları nedeniyle ceza almıŖ olmasıdır. 1980 sonrası İslami hareketlerin etkisinin artmasıyla 1990'lı yıllarda din, tartıŖmalı bir mevzu haline gelmiŖ ve 28 Ŗubat Süreci bu tartıŖmalı konunun doruk noktası olmuŖtur. Dönemin siyasi konjonktürünün de etkisiyle yayın yapan pek çok dini radyo "irticai faaliyetler" nedeniyle kısa süreli kapatma ve yayın durdurma cezaları almıŖtır. Özel radyo yayıncılığının baŖlangıcından ilk AKP hükümeti iktidarına kadar, 1992 yılında *Moral FM* ve *Radyo Gençlik*, 1993 yılında *Radyo Denge* ve *Hedef Radyo*, 1994 yılında *İsra FM* ve *Ribat FM*, 1995 yılında *Özel FM* ve *Dost FM*, 1996 yılında *Radyo EN* ve *Gözyaşı FM* kurulmuŖtur. Bunlar arasından *Moral FM*, 28 Ŗubat döneminde yayın durdurma cezası almıŖtır (15.03.2016 tarihli görüŖme). Benzer Ŗekilde 28 Ŗubat sürecinde yayınlanan ilahiler ve tefsirler ya da okunan haberler dolayısıyla *Radyo Denge* de ceza almıŖ hatta bir yöneticisi Devlet Güvenlik Mahkemesi (DGM)'nde yargılanmıŖtır. Ayrıca diğerklerinden farklı olarak radyo, *Radyo Umut* olan adını *Radyo Denge* Ŗeklinde değıŖtirmek zorunda kalmıŖtır:

Radyonun adının değıŖmesiyle ilgili olarak 28 Ŗubat'ın devamı mahiyetindeki 99'lu yıllarda "umut operasyonu" diye bir operasyon baŖlatılmıŖtı. Bu Uğur Mumcu'nun, Ahmet Taner Kışlalı'nın öldürölmesi ile ilgili. Ona yönelik bir operasyon baŖlatılmıŖtı. O operasyonun adı umut operasyonuydu bizim radyonun ismi de umut olduğı için, biraz da o operasyonda alınan birçök arkadaşımızı biz tanıyorduk. Ondan dolayı mesela radyonun ismini değıŖtirmek zorunda kaldık bir gecede (16.01.2016 tarihli görüŖme).

Benzer deneyimleri *Radyo Gençlik* yöneticisi de şöyle aktarmıştır: “1996-1997 döneminde çok kısa süreli ceza evleri, kapatma yaşanmış. DGM’de yargılanmış. Üçüncü ismi bu: *Gençliğin Sesi, Milli Gençlik ve Radyo Gençlik*” (05.04.2016 tarihli görüşme).

Yayıcılık hayatına 1992 yılında televizyon denemeleri ile başlayan *Hedef Radyo* ise radyo zamanında değil ancak televizyon aşamasındayken cezalarla karşı karşıya kalmış ve bunun üzerine radyo yayıncılığına başlamıştır:

[Y]aptığımız yayın ve kurucuların pozisyonları itibari ile şey yapılıyordu, bir siyasi taraf aranıyordu. Bizim yöneticilerimizden de o dönemde Refah Partisi ile alakalı olanlar vardı doğal olarak. Ondan dolayı bizim yaptığımız yayınlar göze batmaya başladı. Yayın dediğimiz de işte o zaman Bosna olayı vardı, savaşı. Oradaki insanların katledilmesi, orayla ilgili bir şeyler yapıyorduk, oradan görüntüler veriyorduk. Sonra en nihayeti uzun hikâye de sonra Ahmet Yasevi anma törenleri yapar devlet. Devlet yapar yani. Bir salonda Türkiye Cumhuriyeti devleti, Ahmet Yasevi’yi anma programı yapar ilgili bakanlık Kültür Bakanlığı ve o, naklen yayınlanır. TRT de yayınlar onu ya da o zaman isteyen televizyonlar yayınlıyordu. Aynı şeyi biz yayınladık o zaman. 1993’ün başları, ocakta mı tam olarak şimdi bilemiyorum. Biz de yayınladık biz irticacı olduk. Gerekçe de o. ... O dönemdeki yönetim kurulu başkanımıza ceza verdiler, cihazlarımızı mühürlediler falan (15.01.2016 tarihli görüşme).

Özel FM de pek çok kez kapatma cezası alan bir diğer radyodur:

1999’larda *Özel FM* birkaç defa kapanma kararı aldı RTÜK tarafından. Malum o dönemlerde sıkı bir yönetim olduğundan. Sıkı bir yönetimin işte bu Ergenekon olaylarının olması döneminde *Özel FM* çok defa kapanma kararı aldı. Bir defasından 3 ay, bir defasında 2 ay, bir defasında bir ay ve en sonunda o da çok üzücü olmuştu 1 buçuk yıl bir kapanma kararı almıştı RTÜK tarafından. Sebep neydi? Sebep birkaç ilahinin ve ezginin içerisindeki sözlerden dolayı. İşte amacınız halkı kışkırtmak, amacınız farklı bir düşünceyi, inancı insanların kafasına empoze etmek. Çünkü niye günümüzde sizin de malumunuz olduğu üzere mutlaka Türkiye’de yaşıyoruz bu gerçek ama Allah azze ve celle, laiklik ile İslam örtüşmüyor. Bu bir gerçek. Bunu araştırabilirsiniz tekrar. Şimdi siz İslam’ı anlatıyorsunuz ve bir tarafta var laikliğin ne derler aşırı taassupçusu. Yani bir şeyleri yok etmek istiyorlar ve siz de bir şeyleri gündeme getirdiğiniz takdirde otomatikman suçlu oluyorsunuz. Ondan dolayı birkaç defa kapatma kararı alındı. ... 1999 ile 2001 arasında bir hengâme oldu. Sonra tekrar yayına başladı (15.03.2016 tarihli görüşme).

Bu radyolar haricinde ise *İsra FM* programcısı DGM’de yargılanmış ancak radyo bir ceza almamıştır. Görüşmelerden yapılan alıntılar da gösterdiği gibi radyoların

kendilerini dini radyo olarak tanımlamaya mesafeli yaklaşımları, Türkiye’ye özgü bir boyuta, dinin toplumsal ve siyasal hayattaki sürekli değişen yerine işaret etmektedir. *Özel FM* yetkilisinin ifade ettiği gibi, laiklik ve İslam arasındaki gerilim Türk siyasal ve toplumsal hayatına yön veren önemli gerilimlerden olmuştur. Bu gerilim de bazı dönemlerde dini radyoların irticai faaliyetlerin öznesi olarak algılanmaları ve ceza almalarına neden olmuştur. Bu gerilimin tüm yayıncılık alanı için sonucu ise 1994 yılında çıkan 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un RTÜK’e verdiği frekans tahsis ihalesinin irtica tehlikesi gerekçesiyle yapılamaması olmuştur. 1997 yılında yerel düzeydeki tahsisler için başlatılan ihale, dönemin hükümeti tarafından ihaleye katılım koşulları arasında Ulusal Güvenlik Belgesi’nin eklenmesini istemesi ile durdurulmuştur. Böylelikle yayıncılığın, Türkiye siyasetine hâkim olan gerilimlerden bağımsız olamayacağını, siyasal iklim değişikliğinin yayıncı kuruluşları da doğrudan etkilediğini ifade edebiliriz.

Bunun bir göstergesi de 2002 yılında AKP iktidarının kurulması ile başlayan süreçte yayın hayatına başlayan *Cuma Radyo* (2002), *Lalegül FM* (2003), *Bizim Radyo* (2005), *Seyr FM* (2007), *Selam Radyo* (2013) ve *Radyo Ses* (2015)’in siyasi herhangi bir zorluk ile karşılaşmadıklarını ifade etmesidir. Bu dönemde kurulan radyoların aldıkları cezalar daha çok telif hakları ile ilgili olmuştur. Böylelikle dini radyoların sayısının artması, yaşadıkları zorlukların azalması ve tez çalışması kapsamında yapılan görüşmelerde kendilerini daha açık ifade etmeleri, AKP iktidarı ile değişen siyasi konjonktüre işaret etmektedir. 2002 yılında başlayan ve halen içinde olduğumuz dönemde, dini hareket ve cemaatler devlet yönetiminin farklı kademelerinde önemli bir güce sahip olmuş, eğitim sisteminde yapılan değişiklikler ile toplumsal hayatta dinin etkisi gittikçe artmıştır. Yaşanan bu değişim de dini

radylara daha geniş bir hareket alanı sağlamıştır. Bu durumu *İsra FM* M¼d¼r¼, “Ak Parti zamanında şunu yaşadık daha ¼nce polis biraz daha radyoyu gelir, denetler, kontrol eder, uyarırdı falan. şimdi onlar yok.” şeklinde açıkça ifade etmiştir (04.04.2016 tarihli g¼r¼řme).

Kendilerini dini olarak tanımlama konusuna temkinli yaklaşan radyolar dışında kalan diğer radyolar ise dini radyo tanımlamasını daha çok amaçları çerçevesinde değerlendirerek doğru bulduğunu belirtmiştir. ¼rneęin İstanbul’da yayın yapan yerel bir radyo olan *¼zel FM* Genel Yayın Y¼netmeni, dini radyo tanımlamasının çok doğru bir adlandırma olduğunu “Dini bir radyoyuz biz zaten. Topluma hitap eden, ¼zellikle kuruluşumuz da bu, maksadımız dini kaldırıp y¼celtmek.” s¼zleri ile ifade etmiştir (15.03.2016 tarihli g¼r¼řme). İstanbul’da yerel radyo lisansıyla yayın yapan *Seyr FM* Genel Yayın Y¼netmeni de amaçlarının eğlendirerek İşlam’ı ¼ęretmek olduğunu ifade ederek dini radyo tanımlamasını kullanmaktadır (17.03.2016 tarihli g¼r¼řme). Aynı şekilde Konya’da yerel yayın yapan *İsra FM* de amaçlarının bu zamana kadar yapıldığı gibi kıssalar ¼zerinden değil, Kuran ve s¼nneti temel alarak dinin ne olduğunu ¼ęretmek olduğunu ifade ederek radyoyu “kesinlikle” dini radyo olarak tanımlamıştır (04.04.2016 tarihli g¼r¼řme).

G¼r¼řmeler sırasında dini radyo tanımlamasını tamamen reddeden ¼ radyo olmuştur. Bu radyoların hem tematik bağlamda hem de dini radyo tanımlamasının çağrıştırdığı olumsuz etkiden kurtulmak için bu adlandırmayı tercih etmedikleri g¼r¼lmektedir. Bunlardan Konya’da yerel bir radyo olan *Radyo Gençlik* yayınladıkları programların çeşitliliği itibariyle kendilerini dini radyo olarak tanımlamayı doğru bulmadığını ifade etmiştir (05.04.2016 tarihli g¼r¼řme). Ulusal

yayın yapan bir radyo olan *Moral FM* ise kendisini tematik radyo olarak tanımladığını ifade etmiş, üzerinde yoğunlaşılacak temayı ise “milli, manevi değerlere hassas yayıncılık ve bu değerlerimizle birlikte insanlara moral aşılayabilmek” şeklinde belirtmiştir (15.03.2016 tarihli görüşme). Benzer şekilde İstanbul’da yayın yapan yerel bir radyo olan *Bizim Radyo* da kendisini tematik, kültürel radyo olarak tanımlamaktadır (16.03.2016 tarihli görüşme). Görüşmecilerin dile getirdiği bu ifadeler ile tematik yayıncılık kavramına ne kadar uzak oldukları görülmektedir. Kendilerini tematik yayıncı olarak tanımlarken, radyoların yayınlarına hâkim olan temanın sınırlarını belirgin bir şekilde ortaya koyamaması bunun bir göstergesidir. *Moral FM* görüşmecisinin yayın teması olarak yaptığı tanımlama, aslında dini ya da değil pek çok yayın kuruluşunun amaçları olarak ifade edebileceği türdendir. Yayıncılık alanını düzenleyen 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’un 3.maddesinin y bendinde de belirtildiği gibi tematik yayın, günlük yayın süresinin en az % 70’ini haber, belgesel, eğitim, ekonomi, kültür, spor, müzik gibi belli bir türe ayıran veya genel izleyici kitlesinin dışında, belirli bir izleyici kitlesini hedef alan yayınlardır. Dolayısıyla yapılan tanım, radyonun temasını belirtmekten uzak, daha çok amacını ifade eder niteliktedir.

Kendilerini aynı türdeki diğer radyolardan nasıl farklılaştırdıkları sorulduğunda, kendilerini dini olarak tanımlamayan radyo yöneticileri dahi radyolarını diğer dini radyolar ile kıyaslamıştır. Bu bakımdan dini radyoların kendilerini diğer dini radyolardan nasıl farklılaştırdıklarını verilen cevaplar ışığında iki grupta inceleyebiliriz. İlk grup farklılığını genellikle yayın ya da İslam anlayışı olarak ortaya koymaktadır. Bunlardan *Bizim Radyo* yayın içeriklerini seçerken gösterdikleri özeni (16.03.2016 tarihli görüşme), *Radyo Gençlik* yayın içeriklerindeki

çeşitliliği (05.04.2016 tarihli görüşme), *Radyo Ses* özgür hareket kapasitesinin yüksekliğini (18.02.2016 tarihli görüşme), *Dost FM* üslubunu (22.02.2016 tarihli görüşme) ve *Radyo Hedef* ise yayıncılık anlayışını (15.01.2016 tarihli görüşme) farklı özellikleri olarak ifade etmiştir. *İsra FM* ise sahip oldukları İslam anlayışının diğer radyolardan farklı olduğunu belirtmiştir (04.04.2016 tarihli görüşme).

İkinci grupta ise radyoların büyük bir kısmı, on radyo, kendilerini herhangi bir cemaat ya da siyasi grup ile bağlantılı olmadıkları gerekçesi ile ayırmaktadır. Örneğin *Özel FM* Genel Yayın Yönetmeni, mevcut durumu ve farklılıklarını açık bir dille şu şekilde ifade etmiştir:

Birçok farklı işte küçüğünden tutun büyüğüne kadar pek çok cemaat, vakıf, kuruluş var. Emin olun burada her telefon çaldığında farklı bir camiadan arandığımızı fark ediyoruz. ...Yani *Özel FM*'in kendi tarafı da yok. Yani şöyle tarafı yok derken mutlaka çizgileri olduğu için bir tarafı var neticede ama benim camiam var, benim cemaatimin insanları, kendi cemaatimdeki insanlar sohbet yapsın, başkalarınınkini çağırmayayım. Mesela bu konuda bilmiyorum uygun olur mu ama mesela *Lalegül Radyo* var, *Dolunay Radyo*, *Zemzem FM*'di, *Erkam Radyo*. Daha birkaç yıl oldu kurulalı *Erkam Radyo* ve *Akra* var mesela İstanbul'da yine İslami radyolar olduklarını söylüyorlar. Ama *Akra*'ya bakıyorum mesela Mehmet Zahid Kotku Efendi hazretlerinin Allah-u Alem camia hep kendi hocaları, hep kendilerinin yetiştirmiş olduğu hocalar program yapar. Başkasına yaptırmazlar zaten. Bir cemaat radyosu olduğu belli. *Erkam Radyo* mesela Aziz Mahmud Hüdayi Vakfı'na ait bir radyo. Yine aynı şekilde kendi adamları. Ya da mesela *Burç FM* vardı, bilirsiniz Fethullah Gülen Cemaati'nin radyosuydu. Onlar da hep kendi yetiştirdikleri kişilerin programlarını yayınlıyorlar, kendi seslerini duyurmaya çalışıyorlar (15.03.2016 tarihli görüşme).

Alıntıda da görülebileceği gibi dini radyoların büyük bir çoğunluğu dini cemaatler tarafından kurulmakta ve adeta bir cemaat-içi iletişim aracı gibi kullanılmaktadır. Türkiye'de dini yayıncılığın gelişiminin aktarıldığı bölümde de görüldüğü gibi dini yayım ve yayınların önemli bir bölümü bir cemaat tarafından yapılmaktadır. Dolayısıyla bu, dini radyoların sahiplik yapısı için karakteristik bir noktayı oluşturmaktadır. Dini radyoların bu sahiplik yapısı ise Türkiye'de İslam'ın

toplumsal hayattaki işleyişine hâkim olan cemaat yapısının bir sonucudur. Bu cemaat yapısı ise İslam'ın dini kuralların uygulanışı açısından farklı uygulamalara yatkınlığı, içinde bulunulan tarihsel dönem ve yaşanan coğrafyanın kültürel, siyasal, ekonomik koşulları ile şekil alması gibi pek çok etmenin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Özel FM ile benzer şekilde *İsra FM* yetkilisinin aktardıkları da Konya'da yayın yapan dini radyoların cemaat ilişkilerini ortaya koymaktadır:

Gençlik Radyo'su Erbakan'a dayanmış, Milli Selamet ağırlıklı, Milli Gençlik oradan geliyor. Hemen bizden sonra açılan *Ribat FM* Abdullah Büyük'ün tasavvuf ağırlıklı. Tabii biz bunlarla aynı görüşte değiliz. Biz tasavvufu ne anlattırırız ne övdürürüz ne yerdırırız. Ben daha fazla söyleyemim (04.04.2016 tarihli görüşme).

Bizim Radyo yetkilisinin “Manevi olarak Yeni Asya medya grubuna bağlı. ... Yeni Asya'nın değişik kademelerinde çalışanlarının gönüllü olarak destek verdiği, kurarken bizzat çalıştığı, görev aldığı bir radyo tabii.” şeklinde ifade ettiği bu durum, dini radyolar için oldukça yaygındır (16.03.2016 tarihli görüşme).

Seyr FM de farkını her cemaatten sese kulak vermek ve diğer radyolara nazaran daha özgür olmak şeklinde ifade etse de özellikle yöneltilen radyonun hangi cemaate ait olduğu sorusuna cevap vermekten kaçınmamıştır. Verilen cevap ise cemaatlerin ülke içerisinde geniş bir yapılanma ağına sahip olduğunu da göstermektedir:

Yahyalı Cemaati Kayseri'nin Yahyalı ilçesinden doğuyor. Üstadımız da orada ikamet ediyor. Silsilesi de Mahmut Esadı Elvilli, Mahmut Sadri Ramazanoğlu, Hacı Hasan Efendi ve Ramazan Dinç Hocaefendi. Ama çok fazla şey değil yani Hocaefendi çok fazla öne çıkmak isteyen birisi değil, peygamberleştirilmez. Bizim tabanımız genelde şeyden oluşur, eğitim düzeyi yüksek. Muhakkak %5'si üniversite okumuştur, bir kısmının kendi iş yerleri var. Bir kısmı belediyelerde kültür müdürü, belediye başkanı, kaymakam, vali, öğretmen gibi... Bizde bir medrese kültürü yoktur yani. Sadece İslami Bilimler tahsis edilmez. Bizim anaokullarımız var. Daha doğrusu bizim demeyeyim vakfın bünyesinde. Normal bir anaokulu ne yapıyorsa onu yapan bir yandan da milli değerler adı altında vatan, millet sevgisi öğretiliyor. Kolejler açılması

planlanıyor. O da devlete bağı normal kolej. Ama sadece dini ilimler tahsis etsin öyle bir kurum yok gibi. (17.03.2016 tarihli görüşme).

Nesil Yayıncılık ile aynı şirketler grubu içerisinde yer alan *Moral FM*'in yetkilisi de radyonun Yavuz Bahadıroğlu, Mehmet Paksu, Vehbi Vakkasoğlu gibi - Yeni Nesil grubu içerisindeki- önemli kişiler tarafından kurulduğunu ifade etmiştir (15.03.2016 tarihli görüşme). *Lalegül FM* Genel Yayın Yönetmeni de radyonun bizzat Cübbeli Ahmet Hoca'nın çağrısı ile cemaate mensup kişilerin maddi katkıları sonucu kurulduğunu ifade etmektedir:

Esnaflar ve çok kişiden müteşekkiri burası yani iki kişi üç kişi değil. Cübbeli Ahmet Hocamızı tanıyorsunuz. Kendisi bir çağrı yaptı. Çünkü sizin de bildiğiniz gibi bu işler maddi olarak külfetli oluyor. Bu yüzden az kişinin değil de çok kişinin az ücret vererek kurmasını istediler. Ama resmi olarak belli kişilerin resmîyetinde ama onun dışında yüzlerce diyebileceğim insanın da bu radyonun açılması için yardımları oldu (16.03.2016 tarihli görüşme).

Bu radyoların cemaatler ile ilişkilerini açık bir şekilde ifade etmeleri yukarıda da tartışılan değişen siyasi konjonktür ile bağlantılıdır. Cumhuriyetin kuruluşu ile illegal ve yeraltı örgütlenmeleri şeklinde devam eden cemaatler, 1970'li yıllarla başlayan, 1980'lerde yükselen ve AKP hükümetleri ile doruk noktasına ulaşan İslamizasyon süreci sonunda kendilerini açıkça ifade edebilecek bir konuma sahip olmuştur. Görüşmeler boyunca tespit edilen dini radyolar ve dini cemaatler arasındaki sıkı bağa internet ortamında yapılan taramalarla elde edilen veriler de eklendiğinde cemaat bağı olan dini radyolar aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Radyo Adı	İlişkili Olduğu Grup
Lalegül FM	İsmailağa Cemaati
Dost FM	Okuyucular Cemaati
Erkam Radyo	Erenköy Cemaati
Semerikand Radyo	Menzil Cemaati

Burç FM, Mehtap FM	Gülen Cemaati
Akra FM	İskenderpaşa Cemaati
Moral FM	Yeni Nesil Grubu
Bizim Radyo	Yeni Asya Grubu
Seyr FM	Yahyalı Cemaati
Ribat FM, Radyo EN, Gözyaşı FM, Selam Radyo	Abdullah Büyük çevresi
Meltem Radyo	Kadiriler
Cihan Radyo	Gülen Cemaati'ne yakın
Gençlik Radyo	Milli Görüş Hareketi

Tablo 1: Radyoların dini cemaatler ile ilişkisi¹⁴

Tablodan da görülebileceği gibi radyoların önemli bölümünün dini cemaatler, dini bir lider ya da İslamcı siyasi hareket ile bağları bulunmaktadır. Görüşülen radyolar arasında *Cuma Radyo*, *Radyo Denge*, *Hedef Radyo*, *İsra FM*, *Radyo Ses* ve *Özel FM*'in böyle bir bağlantısı ya yoktur ya da tespit edilememiştir. Bu bakımdan *Cuma Radyo* daha çok bireysel olarak kurucularının bir girişimi olarak görünmektedir. Bu, radyo yöneticisinin radyonun kurulma amacını yayıncılığa olan bireysel ilgi ve bundan kazanç sağlama isteği olarak açıklamasında da ifadesini bulmaktadır (17.03.2016 tarihli görüşme).

Cuma Radyo dışındaki radyoların temsilcileri ise radyoyu kurmaktaki amaçlarını genellikle “doğruları anlatma” ve “vatana, millete fayda sağlama” şeklinde ifade etmektedir. Buradaki “doğruları anlatma” vurgusunda dikkat edilmesi gereken ise her radyonun kendi İslam anlayışını doğru olarak addettiği ve bunu

¹⁴ Ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://www.dunyabizim.com/mercek-alti/6743/hangi-tv-hangi-cemaatin;> Şentürk, 2011; Bilgili, 2006.

aktarma amacında olduğudur. Bunun önemli bir örneği *Denge Radyo* Müdürü ile gerçekleştirilen görüşmede ortaya konmuştur:

Bize göre birçok dini radyonun diğer radyolardan farkı yok hatta daha zararlı. Çünkü bir iddia ile ortaya çıkıyorlar. Din adına bir takım şeyler yaptıklarını iddia ediyorlar ama bu dinin sağlam kaynakları üzerinden yapılmayınca yayın politikası, insanların bozulmuş bir takım din algıları üzerinden bazı mesajlar veriyorlar. Dolayısıyla onlar içerisinde de biz farklıyız. ... [H]ayatı anlamaya, anlamlandırmaya çalışıyoruz ve etrafımızdaki insanların da bu mesaja ihtiyacı olan ya da bu bizim sahiplendiğimiz doğruların herkes tarafından bilinmesini, herkes tarafından kabullenilmesini istiyoruz (16.01.2016 tarihli görüşme).

Aynı şekilde *İsra FM* Müdürü de radyonun kuruluş amacını insanlara “olması gereken dini” ulaştırmak olarak ifade etmiştir. Görüşmeci, Kuran’ın ve peygamber hayatının yerine şeyhlerin değer gördüğünü ve böylece yanlış bir Müslümanlığın ortaya çıktığını ifade etmektedir. Radyo da bu yanlış düzeltmek için kullanılan bir yöntem olmaktadır (04.04.2016 tarihli görüşme).

Nur Cemaati’nin iki büyük grubuna ait *Moral FM* ve *Bizim Radyo* ise amaçlarını ait oldukları cemaatin temel aldığı Risale-i Nur’u ve Said Nursi’nin düşüncelerini yaymak olarak ifade etmiş ve böylelikle de radyoların dini gruplar ile bağlantısını tekrar ortaya koymuştur:

Bulunan insanların özellikle Cumhuriyetin ilk kurulduğu yıllarda mecliste bizzat bulunan aynı zamanda eserleri ile günümüzde binlerce insanın yararlanmış olduğu Bediüzzaman Said-i Nursi’nin Kuran ayetleri, Kuran tefsirleri radyo kanalıyla gün gelecek yayınlanacak dediği zamanlar, bu işte o dönemde tek partili zamanların olduğu, 1930’larda Türkçe ezanın olduğu zamanlarda çok ütöpik gelen bir hedef gösterme ve bu hedef göstermeyi de buradaki bulunan, o dönemde burada yer alan bir avuç idealist ruhlu insan diyeyim bu hedefi kendilerine hedef edinerek böyle bir çalışma içerisine girmişler (15.03.2016 tarihli görüşme).

Yeni Asya bir cemaat olarak yaklaşık Türkiye’nin cumhuriyet tarihinin 50 yıllık tarihinde kendine yer edinmiş bir cemaat. Ana niyetleri bu ülkenin milli manevi değerlerine bir katma değer sağlamak, Risale-i Nur’un mana ve hakikatini çok farklı insanlara da ulaştırabilmek (16.03.2016 tarihli görüşme).

“Gerçek dini anlatma” ve diğerlerini din dışı sayma şeklindeki anlayış, aynı zamanda radyoların farklı dini cemaatlere bağlı olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla her radyo kendi cemaatinin fikirlerini doğru olarak kabul etmiş ve onu iletmeyi amaç edinmiştir. Radyoların amaçlarını ifade edişlerinde görmedikleri tehlike ise tam da bu noktada ortaya çıkan, kendinden olmayanı yok saymak değil onu değiştirilmesi gereken bir unsur olarak saymaktır. Bu bakımdan dini radyolar, kendi doğruları dışında yanlış olarak gördükleri birey ya da grupları doğru yola sevk etme misyonunu yüklenmiştir. Bu misyon ise yukarıda da bahsedilen dini radyoların topluluk radyosu olarak adlandırması tartışması için önemli bir veri sunmaktadır. Topluluk radyolarının çok sesliliğe ve demokratik değerlere yaptıkları vurgu ile dini radyoların kendi yaklaşımları dışındakileri yanlış olarak addetme tutumları örtüşmemektedir.

Görüşmelerden yapılan alıntılarda dikkat çeken ve diğer radyolarda da karşılaşılan önemli bir diğer nokta ise yapılan yayıncılığın “milli ve manevi değerler”e hizmet ettiği anlayışıdır. Bu bakımdan yapılan yayınlara hâkim olan anlayış bir grubun kendi görüşü ya da inancı olarak değil, tüm milletin ortak kabul ettiği değerler olarak algılanmaktadır. Örneğin dini yayın yaptığını ifade etmiş olan *Lalegül FM* Genel Yayın Yönetmeni radyonun amacını “Sadece milli ve manevi değerlerin anlatılması” şeklinde ifade etmiştir (16.03.2016 tarihli görüşme). Böylelikle belli bir din ve hatta sadece onun bir mezhebinin, bir yorumu tüm ülkenin milli ve manevi değeri olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla bu ön kabul, dini radyoların başka düşünce ve yorumlara ne kadar açık olabileceği konusunda soru işaretleri yaratmaktadır. Bu da yine dini radyoları topluluk radyoları olarak adlandırmada önemli bir engel olarak durmaktadır.

İlk bölümde de bahsedildiği gibi bir radyo kurmanın getirdiği ekonomik yükün azlığı ve ulaşılabilirlik diğer kitle iletişim araçları içerisinde radyoyu önemli bir yere koymaktadır. Bu bakımdan görüşülen radyo yetkilileri de kendi doğruları insanlara ulaştırmak için az maliyeti, her an her yerde çok daha fazla insana ulaşabilir olması, eğitim ve manipülasyon için önemli bir araç olması gibi nedenlerle radyo yayıncılığı yaptıklarını ifade etmiştir. Bunun en tipik örneğini *Özel FM* Genel Yayın Yönetmeni “Daha fazla kitleye ulaşmak için radyo” cevabı ile ifade etmiştir (15.03.2016). Büyük bir çoğunluğunun zaten basılı yayımlarının olması nedeniyle radyo, dergi ve gazetenin her an her yerde okunamamasına bir alternatif oluşturduğu için önemli görülmektedir. *Seyr FM* Yayın Koordinatörü tarafından radyonun ev ve arabalara rahatça girebildiği dergininse her yerde okunamaması nedeniyle medyayı çeşitlendirmek gerektiğini vurgulamıştır (17.03.2016 tarihli görüşme).

Medya çeşitliliğinin önemli bir güç olduğu da ifade eden *Seyr FM* radyo yetkilisinin sözlerine önemli bir destek de *Radyo Gençlik* Genel Yayın Yönetmeni şu ifadeleri ile gelmiştir:

Benim için şuanda medya sektörü silahtan da öte bir şey, çok ciddi bir güç. Belki iddialıdır değildir ama şuanda Türkiye ve dünyada birinci güç. Bunu nasıl kullandığınızla orantılı ve kısmen de bir tırnak içinde söyleyelim ciddi anlamda da bir manipülasyon. İnsanları yönlendirebilmek, kurgulayabilmek bu müthiş bir güç. Algı operasyonu dediğimiz kavram var ya hani Türk toplumu da biraz eleştirilir ya unutkanlığı ya da yönlendirilmeye müsaitliği anlamında. Kişisel kanaatim radyonun birinci güç olduğu ve insanları iyiye de kötüye de yönlendirebilecek çok ciddi bir manipülasyon aracı (05.04.2016 tarihli görüşme).

Dolayısıyla görüşülen yetkililer, radyonun toplum üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu kabul etmekte ve bu gücü ellerinde bulundurabilmek için radyo yayıncılığı yapmaktadır. Yine bu kabul, yukarıda bahsedilen kendi doğrularını tek doğru olarak insanlara ulaştırma anlayışının bir ifadesi olmuştur. Çünkü dini çevreler, radyo gibi

önemli bir aracı kendi ellerinde bulundurarak, bu gücü kendi lehlerine kullanmayı hedeflemektedir. Manipülasyon ve propaganda için vurgulanan bu güçlü etki, aynı şekilde eğitim için de vurgulanmaktadır. Genel Yayın Yönetmeninin aktardığına göre dinleyicileri *Moral FM*'i “Moral Üniversitesi” olarak tanımlamaktadır:

Yaptığımız yayının da eğitici bir yönü oluyor. Dinleyicilerimiz ‘Moral Üniversitesi’ diyorlar bize. Kültür yayını yaptığımız için yayıncılık mantalitemizde şu var: bizi dinleyen kişi eğlence-müzik programımızı dinliyor bile olsa mutlaka bir şey öğrensin. Mutlaka bir mesaj alsın. Bu çabayla biz yayın yapıyoruz yani. Bizim amacımız her dakika sosyal mesaj vermek açıkçası. Çünkü insanların o sosyal mesajlar ile belirli bir bilince ulaşacağını düşünüyoruz. İnsanlara doğru yorumu, doğru haberi, doğru bilgiyi ulaştırmaya çalışıyoruz (15.03.2016 tarihli görüşme).

Radyoların dinleyiciyi eğitme isteği aynı zamanda radyocu ve dinleyici arasında hiyerarşik bir ilişkiyi ortaya koymaktadır. Dinleyicinin eğitilmesi ve doğruya yönlendirilmesi gereken bir evlat, radyonun da dinleyiciyi doğru yola çekecek ve böylece onu koruyacak bir baba olarak görülmesi bu radyoların paternalist bir yapıya sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Bu ise radyoların nasıl tanımlanması gerektiği konusundaki belirsizlik için önemli bir nokta olmaktadır. Bu bakımdan alternatif radyolar ve onun bir türü olan topluluk radyoları paternalist, ataerkil ve doğrusal olmayan bir iletişim alternatifi sunmayı hedeflemektedir. Tam tersi yönde dini radyolar ise mevcut medya yapısının paternalist, ataerkil ve doğrusal yönleri ile uyumlu görünmektedir. Dolayısıyla dini radyolar bu yönleri ile de topluluk radyolarından ayrılmaktadır.

2.3.2 RTÜK ile İlişkiler

RTÜK ise bu radyoları özel radyolar çerçevesinde değerlendirmektedir. Çünkü şuan mevcut yayıncılık alanını düzenleyen 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, kendinden önceki

kanunlar gibi yalnız özel yayıncılık alanını kurumsallaştırmıştır. Kanunun 19. maddesinin a bendinde bu durum şu şekilde ifade edilmiştir:

Yayın lisansı, münhasıran radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti sunmak amacıyla Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre kurulmuş anonim şirketlere verilir. Aynı şirket ancak bir radyo, bir televizyon ve bir isteğe bağlı yayın hizmeti sunabilir.

Aynı maddenin b bendi de alternatif yayıncılığın temelini oluşturan kurumların yayıncılık yapmasına izin vermemektedir. Buna göre,

Siyasî partiler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, birlikler, dernekler, vakıflar, mahallî idareler ve bunlar tarafından kurulan veya bunların doğrudan veya dolaylı ortak oldukları şirketler ile sermaye piyasası kurumları ve bunlara doğrudan veya dolaylı ortak olan gerçek ve tüzel kişilere yayın lisansı verilemez. Bu kuruluşlar, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara doğrudan veya dolaylı ortak olamaz.

Dolayısıyla RTÜK tüm dünyada kamu hizmeti yayıncılığı ve ticari yayıncılığın yanı sıra üçüncü bir tür olarak gösterilen topluluk radyolarını yasal olarak tanınamamaktadır. Böylelikle topluluk radyolarını yasal olarak tanıyan böyle bir düzenleme yapılmadığı gibi bu radyoların temelini oluşturan sivil toplum örgütleri, eğitim kurumları ve yerel yönetimlerin bu alana girişi de yasaklanmıştır. Bu nedenle TRT dışında günümüzde yayın yapan tüm radyolar özel radyolar olarak tanımlanmaktadır. Bunun getirdiği yükümlülük ise anonim şirket kurma zorunluluğudur. Bu da görüşülen radyolarda dile getirilen tanımlamayla ilgili önemli bir sorun olmuştur.

Radyoların tümünün ticari radyo olarak tanımlanmasının yanı sıra kanun yukarıda da belirtildiği gibi tematik yayıncılığa izin vermektedir. Dolayısıyla kanun üçüncü bir tür olarak topluluk radyolarını tanımlamasa da yayıncıların genel hedef kitleden ziyade belirli bir gruba yayın yapmasına tematik yayıncılık adı altında izin vermektedir. Ayrıca tıpkı yerel, bölgesel ve ulusal yayıncılıkta olduğu gibi gerekli

lisansın RTÜK tarafından verileceği de belirtilmiştir. Bu çerçevede dini radyoların büyük bir bölümünün tematik yayın çerçevesinde RTÜK'ün verdiği "kültür-eğitim" lisansı ile yayın yaptığını söyleyebiliriz. Bu da genel yayın yapan radyolarla karşılaştırıldığında dini radyoların RTÜK'e daha az bedel ödemelerini sağlamaktadır.

Aynı şekilde dini radyoların 6112 sayılı kanuna bağlı olarak ticari radyo şeklinde tanınmaları dolayısıyla yerine getirmek zorunda oldukları başka yükümlülükler de bulunmaktadır. Kanunun frekans planlaması ve tahsisini konu alan 26. maddesi alınan lisansın kapsama alanı, türü, verici gücü, frekans bandı ve yerleşim yerinin ekonomik gelişmişliği gibi kıstasların sonucunda her yayıncı kuruluşun yıllık olarak bir frekans kullanım bedeli ödemesini öngörmektedir. Buna ek olarak aynı kanunun RTÜK gelirleri ile ilgili 41. maddesinde ise frekans kullanım ücretine ek olarak, yayın lisans ücreti ve aylık brüt reklam gelirlerinden % 3 oranında bir payın RTÜK'e verilmesi gerektiği ifade edilmektedir.

Dini radyoların ticari radyo olarak değerlendirilmesi ve büyük şirket radyoları ile aynı yükümlülüklerle sahip olmaları yapılan görüşmelerde altı çizilen önemli bir sorun olmuştur. Radyoların hepsi mevcut durumu adaletsiz olduğu gerekçesiyle eleştirmiştir. *Radyo Denge* Müdürü, ticari amaçlarla yayın yapmayan radyoların sorunlarını ve bu konudaki beklentisini şu şekilde ifade etmiştir:

Biz aylık olarak reklamlardan RTÜK'e bir pay veriyoruz %3 gibi bir reklam payı. Maliye boyutu da ayrı çünkü burayı ticari bir işletme olarak görüyor, o ayrı bir de RTÜK'e ayrı veriyoruz. Yine frekans kullanım bedeli alıyor. O da çıkışına bağlı mesela biz 5 kw'nın altında çıktığımız için bu yıl itibari ile 6 bin lira civarı yıllık bir para. Onun ötesinde elektrik giderimiz fazla oluyor vericiden dolayı. 200 lira buranın, 1.600 lira gelmiş bize de ama biz Ozan Power'dan alıyoruz biraz da %10 indirim yapıyor bize. Yoksa ortalaması 2 bin liraya yakın geliyor. Böyle bir sıkıntı oluyor. Vericinin olduğu yere kira ödemesi yapılıyor. Bu konularda bir destek olabilir. Teşvik anlamında da bir takım şeyler sunabilir. Biz zar zor ayakta durduğumuz için aletleri yenileme yapamıyoruz. Bu manada sık sık arıza oluyor. Onları da kendi imkânlarımızla

gidermeye çalışıyoruz. Vericilerin olduğu yerler de kötü, küçük bir konteynırın içinde cihazlar var çok sağlıklı ve güvenli bir yer değil, kapısı bacası açık (16.01.2016 tarihli görüşme).

Radio EN Genel Yayın Yönetmeni de yüksek elektrik giderleri ve kira bedellerinin radyoyu maddi zorluklara soktuğunu ifade etmiştir (04.04.2016 tarihli görüşme).

Aynı şekilde şirket olmanın getirdiği maliyetler, elektrik faturasının fazlalığı, verici direk kirası gibi bedellerin yüksekliğinden bahseden *Cuma Radio* yöneticisi, bu sorunlara çözüm olarak şu öneride bulunmuştur:

Şu anda yerel klasmanı var, bir üstü bölgesel, bir üstü ulusal. Yerel yayıncılığın bir verici koyma hakkı var. ... [Ş]u anda tek bir verici ile yayın yapmak çok zor. Giderleriniz aynıdır, stüdyonuz, çalışanlarınız vs. ama geliriniz düşmüştür çünkü ulusal radyolar her sokağa açılan discount marketler gibi A101, BİM gibi. Nasıl bunlar marketleri manavları zora sokuyorsa aynısı yerel yayıncıları zor sokuyor. Yani ben esasında bu ayrımın daha esnetilmesini isterim şahsen. Yerel radyo tek vericiden çıkarılsın 3-5 tane olsun ama bu sefer de frekans sıkıntısı çıkarıyor. Aslında iki ucu da keskin bir kılıç (17.03.2016 tarihli görüşme).

Seyr FM Genel Yayın Yönetmeni ise çözüm için bu tür radyoların statüsü ile ilgili değişiklikler yapılmasına vurgu yapmıştır:

Bizim de bağış alabilen ya da vakıfların kurup işletebildiği bir sisteme dönmemiz gerekiyor. Çok iyi denetlenebilir Türkiye’de devlet tarafından bu. Çünkü denetlenmediği takdirde çok suiistimale açık bir alan. Ama bu alanda şey yapılabilir bağış belki olmaz ama vakıf açabilir. Açıkçası STK’ların radyo, televizyon kurabilme haklarının olması lazım. Bir de vergi durumunu devletin reklam paydasının geneline bakarak değil de özeline bakarak... (17.03.2016 tarihli görüşme).

Radio Gençlik Genel Yayın Yönetmeni de çözüm olarak devlet tarafından gelirlerin desteklenerek arttırması gerektiğini ancak RTÜK’ün böyle bir iyileştirme derdi olmayacağını, yayıncının yanında değil karşısında yer aldığını vurgulamıştır (05.04.2016 tarihli görüşme).

Görüldüğü gibi dini radyolar ticari bir işletme olarak görüşmenin zorluklarını vurgulayarak kendi amaçlarının ticari bir gelir elde etmek olmadığını ifade etmiştir.

Bu yönden radyolar kendilerinin farklı bir kategoride değerlendirilmesini ya da RTÜK tarafından bazı maddi desteklerin yapılmasını arzu etmektedir. Ancak tüm radyolar RTÜK'ün böyle bir iyileştirme çabası içerisinde olmayacağını da kabullenmiş görünmektedir. Radyoların büyük bir bölümü RTÜK'ün aldığı payları ne kadar hak ettiğini sorgulamaktadır.

Dikkat edilmesi gereken ve tez kapsamında önemli bir yere sahip olan nokta ise hiçbir görüşmecinin topluluk radyosu kavramını kullanmaması olmuştur. Hiçbir radyo, yayıncılık alanının yeniden düzenlenmesini istemelerine ve kendilerini ticari değil kamu yayıncısı olarak ifade etmelerine rağmen sorunlarına çözüm oluşturmak için böyle bir öneriyi dile getirmemiştir. Bu durum, görüşmecilerin yayıncılık alanında yaşanan gelişmelere ve tartışmalara hâkim olmadığını göstermektedir. Topluluk medyasının devlet tarafından sübvansede edilme ve dinleyici bağışlarına yer verme gibi özellikleri dile getirilse de kavramsal olarak topluluk medyası dini radyolar tarafından ilgilenilen bir konu değildir.

Radyoların ticari işletme olarak kabul edilmesinin denetim açısından sonucu ise radyoların mali bakımdan Maliye tarafından denetlenmesidir. 6112 sayılı kanunun 8.maddesinde yer alan yayın hizmet ilkelerine uygunluk ve 25. maddede belirtilen yayın kayıtlarının bir yıl boyunca saklama yükümlülüğü bakımında ise radyolar RTÜK tarafından denetlenmektedir. Denetim ile ilgili süreçler dışında RTÜK ile radyolar arasındaki ilişkiye bakıldığında ise görüşmeciler, çeşitli noktalara değinmiştir. *Lalegül FM*, yönetim değişikliklerinde tanışma toplantıları ve yeni düzenlemelerin anlatıldığı toplantılar; *Radyo EN*, dinleyici araştırmaları verileri ile ilgili bilgi aktarımı için yapılan toplantılar; *Cuma Radyo* enterfere probleminin çözümü için birebir görüşmeler, *Radyo Gençlik* ise medya akademisi kapsamında

yapılan toplantılar ile altyapı ve frekans tahsis ihalesi ile ilgili toplantıları vurgulamıştır. Yapılan görüşmelerin büyük bir bölümünün RTÜK tarafından yapılan düzenlemeler hakkında bilgi vermek için düzenlenmiş olması, yukarıdan aşağıya hiyerarşik bir iletişim ağının olduğunu göstermektedir. Radyoların yayıncılık alanında yaşanan gelişmeleri takip ederek Türkiye’de de alanın bu gelişmeler çerçevesinde yeniden düzenlenmesi için bir kamuoyu oluşturma çabasının olmadığı yapılan görüşmelerin niteliğinde de anlaşılmaktadır.

Radyoların RTÜK ile ilişkilerinde frekans tahsisi meselesi en önemli meselelerden biri olmuştur. *Moral FM* yetkilisi frekansları kullanmak için zaten bir ücret ödediklerini ve 10 yıl olan boyunca ödedikleri ücretlerin zaten bir lisans ücreti ile eşdeğer olduğunu ifade etmiş; karşı çıkılan uygulamanın para ödenmesi değil, yayıncılık lisansları yoluyla radyoları birbirine düşürmek olduğu vurgulanmıştır (15.03.2016 tarihli görüşme). Benzer sebeplerle görüşülen tüm radyolar frekans tahsisi ihalesine mesafeli yaklaşmaktadır. Bu radyolardan bir kısmı böyle bir düzenlemeyi istemediklerini, bir kısmı ise zaten yakın bir süreçte böyle bir düzenlemenin yapılamayacağını ifade etmiştir. *Hedef Radyo Genel Yayın Yönetmeni*, ihalenin yöntemi hakkındaki çekinceleri nedeniyle böyle bir düzenlemeye sıcak bakmadıklarını ifade etmiştir. Aynı şekilde adilane bir dağıtım olmayacağı gerekçesiyle *Lalegül FM*, *Özel FM* ve *Radyo EN* yöneticileri de frekans tahsisi çalışmalarına sıcak bakmamaktadır. Aynı şekilde *İsra FM*, *Bizim Radyo*, *Radyo Gençlik* ve *Radyo Denge* yetkilileri de yerel ve küçük radyoların kapanması sonucunu doğuracağı için frekans tahsisi ihalesinin adaletli bir şekilde sonuçlanmayacağını ifade etmiştir. *Seyr FM* ise büyük şirketler ile kendileri gibi küçük ve kâr amaçlı olmayan radyoların aynı kulvarda yarışmasının mümkün

olmayacağını, böyle bir ortamda kendilerinin lisans alamayacağını ve bunun sonucunda da başka bir yola girmek zorunda olduklarını ifade etmiştir:

O yüzden biz onların verdiği paralarla frekans alamayız eğer herkese açık olursa. O zaman şöyle olur. Bizim hitap ettiğimiz tabanımız belli. Biz gideriz internet radyosu açarız yine ulaşıyoruz o insanlara. Ama bunun maddi bir yaptırımı olacak devlete bir de bizim tabanımızın küskünlüğü olacak. 78 milyon bu ülke, 50 milyonu bir cemaate, kuruma, belli insanlara bağlı. Bu anlamda da ciddi bir kayıp olacaktır yani insani anlamda, oy kaybı gibi. Gerçekleşebileceğine inanmıyorum. (17.03.2016 tarihi görüşme).

Frekans tahsisi konusunda radyoların yönetime ilişkin çekincelerinin haklı yönleri bulunmaktadır. Ticari holdingler ile küçük ölçekli işletmelerin sahip olduğu kâr amacı gütmeyen yayıncıların aynı şartlara tabi olması sorunlu görünmektedir. Ancak yukarıda da bahsedilen yayıncılık yasasında tüm radyoların ticari radyo olarak değerlendirilmesi ve üçüncü bir yol olarak topluluk medyasının tanınmamış olması bu sorunun temelini oluşturmaktadır. Bu bakımdan ihaleye girecek olan radyolar yalnız başvuracakları yerel, bölgesel ve ulusal yayın lisansları kapsamında farklılaştırılabilecektir. Bunun yanı sıra radyolar, lisans alamadıkları takdirde kendilerinin haksızlığa uğrayacağını ifade etmektedir. Oysaki bu radyolar, *Radyo Denge* yetkilisinin ifade ettiği gibi boş bir alanda yapılan gecekondu gibi bir yer tutma hevesiyle kurulmuştur (16.01.2016 tarihli görüşme). Dolayısıyla “önce gelen kapar” gibi bir anlayışla yola çıkan radyolar, “geç kaldıkları” için yer bulamayan diğerler yayıncılara yapılan bir haksızlıktan söz etmemektedir. Bu da frekansların bir kamu malı olduğu ve herkesin eşit şartlarda kullanma hakkına sahip olduğu anlayışının dini radyolar içerisinde çok yerleşmemiş olduğunu göstermektedir. Bunun bir göstergesi, radyoların sıklıkla yayın yapmak için bir frekans satın alındığını ifade etmelerinde görülmektedir. Oysa frekansların kamu malı olması, onu

alınıp satılan ticari bir mal olmaktan çıkarmakta ve yalnız kullanım hakkına sahip olunması sonucunu doğurmaktadır.

Radyolar, karasal frekans ihalesinin yapılamayacağını RTÜK gündemindeki dijital yayına geçiş süreci ile ilişkili görmektedir. Bu konuda *Cuma Radyo* yetkilisi, dijital yayına geçileceği için karasal yayın ihalesinin üzerinde durulmayabileceğini ifade etmiştir (17.03.2016 tarihli görüşme).

Dijital yayıncılık konusunda da böyle bir sistemin hemen oturtulamayacağı ve bundan olumsuz etkilenebileceklerini *Seyr FM* Yayın Koordinatörü şöyle ifade etmiştir:

[D]ijital yayın alabilmek için cihazları halk talep etmiyor. Şimdi sen dinleyicinin olmadığı bir şeyde niye yayın yapacaksın. Cihaz satamıyorlar. Şimdi bu cihazın en düşüğü 60 lira. Arabasında teybi var, kimse 60 lira verip yenisini almaz. Avrupa'da bile %10 değil daha. Bizim halkımız bunu hiç alamaz. O zaman sadece Seyr FM'in dinlendiği bir radyo alır veririm adama. Adam onu dinler. Öyle saçmalık olur mu, olmaz (17.03.2016 tarihli görüşme).

Görüşmecilerin de belirttiği gibi dijital yayıncılık frekans sınırlılığını aşarak daha fazla radyonun yayın yapmasına imkân vermektedir. Fakat belirli bir coğrafi bölgeye, yerel gruba hitap etmenin olanaksızlaşması, kullanılan mültipleks nedeniyle hem teknik bağımsızlığın hem de eşik bekçiliği nedeniyle içerik olarak bağımsızlığın tehlikeye girmesi, yüksek maliyetine karşılık henüz yaygınlaşmamış ve hatta uzun soluklu olacağı bile belli olmayan bir teknik olması nedeniyle dijital yayıncılık, topluluk radyoları için çeşitli dezavantajlar barındırmaktadır (Hallett ve Hintz, 2010: 157). Bu bakımdan küçük ölçekli ve kâr amaçlı olmayan dini radyolar için dijital yayıncılık teknolojisini kurmak ve dinleyicilerin de bu teknolojiye uyum sağlaması maddi imkânlar dâhilinde sıkıntılı bir süreç olma potansiyeline sahiptir.

2.3.3 Dini Radyoların Teknik ve İdari Yapısı

RTÜK her şehir ve ilçe için radyoların yayına çıkacakları verici gücünü belirlemiştir. Bu bakımdan dini radyoların verici güçleri RTÜK'ün sınırları, radyonun ekonomik imkânları ve yayın yapılan şehrin coğrafi özelliklerine göre değişmektedir. Bu bakımdan İstanbul gibi coğrafi olarak engebeli, havaalanı ve radyoların yoğun olduğu bir yerde radyolar 5-10 kw arasında bir güçle yayına çıkmaktadır. Bu bakımdan yerel yayın yapan *Bizim Radyo* ve R2 lisansına sahip olsa da yalnız İstanbul'da yayın yapan *Seyr FM* 10 kw; yerel yayın yapan *Özel FM* 9 kw, ulusal bir radyo olan *Moral FM* ve Marmara Bölgesi'nde yayın yapan *Lalegül FM* ise 8 kw verici gücüne sahiptir. Stüdyoları İstanbul'da olan ancak Yalova'da yerel yayın yapan *Cuma Radyo*, şehrin küçüklüğü nedeniyle 1-2 kw arasında yayına çıkmaktadır. Aynı şekilde küçük bir şehir olmasa da engebeyesiz bir coğrafyaya sahip Konya'da yerel yayın yapan *İsra FM* 1 kw, bölgesel yayın hakkına sahip ancak yalnız Konya'da yayın yapan *Radyo Gençlik* 2,5 kw ve yerel radyo *Radyo EN* 4,5 kw verici gücü ile yayın yapmaktadır. Ankara'da ise yerel yayın lisansı ile yayın yapan *Radyo Denge* ve *Hedef Radyo* 3 kw, *Radyo Ses* ise 10 kw verici gücü ile yayın yapmaktadır. *Dost FM* Genel Yayın Yönetmeni ise bu konuda bir bilgiye sahip olmadığını ifade etmiştir. Aynı şekilde aynı şirket grubuna ait bölgesel radyo istasyonu *Ribat FM*, yerel yayın yapan *Gözyaşı FM*, *Selam Radyo* ve *Radyo EN* için görüşülen *Radyo EN* yetkilisi, diğer radyoların verici güçleri hakkında bilgisi olmadığını ifade etmiştir.

Stüdyo olanaklarına bakıldığında ise genellikle radyolarda bir canlı yayın stüdyosu ve bir de kayıt stüdyosu bulunduğu görülmüştür. *İsra FM*, *Radyo EN*, *Özel FM*, *Radyo Denge*, *Hedef Radyo*, *Cuma Radyo*, *Lalegül FM*, *Gözyaşı FM*, *Radyo*

Gençlik ve *Seyr FM* bu şekilde yayın yapan radyolardandır. *Selam Radyo*'da ise tamamı bant yayın olduğundan bir tane kayıt ve kumanda odası bulunmaktadır. Televizyon ile radyo yayını ortak sürdüren *Dost FM* de ise televizyon stüdyolarında yapılan görüntülü yayın ses olarak radyoya aktarılmaktadır. Stüdyo imkânları bakımından *Radyo Ses* ve *Moral FM* daha profesyonel olanaklara sahiptir. *Moral FM*'de ulusal bir yayıncı olması dolayısıyla bir canlı yayın, bir kayıt, bir montaj ve bir de anons stüdyosu bulunmaktadır. *Radyo Ses* ise üç adet yayın, bir de prodüksiyon stüdyosuna sahiptir.

Dini radyoların yönetim yapısına baktığımızda ise anonim şirket olarak kurulma zorunlulukları dolayısıyla her radyo bir yönetim kurulu, yönetim kurulu başkanına sahiptir. Ancak bu kişiler daha çok şirketin mali durumu ile ilgili karar süreçlerinde bulunmaktadır. Bunun dışında yayıncılık bölümü radyo müdürü ya da genel yayın yönetmeni tarafından yönetilmektedir. “Şimdi söyle bu tür radyolarda çok da yöneticiye gerek yok aslında. Yani çeşitli adlar koyarsınız da sadece koymuş olmak için.” şeklinde konuşan *Hedef Radyo* Genel Yayın Yönetmeni, dini radyoların yönetim yapısı ile ilgili temel noktayı dile getirmiştir (15.01.2016 tarihli görüşme).

Ancak yine de bazı radyolarda profesyonelleşme tercih edilerek yönetim kademesini çeşitlendirme yoluna gidilmiştir. *Radyo Gençlik* bu radyolardan biridir. Radyo yetkilisi beş ortaklı bir anonim şirket olduklarını ve reklam müdürü, haber müdürü, prodüksiyon müdürü, iki teknik yönetmen ve kurumsal iletişim müdürünün olduğunu ifade etmiştir (05.04.2016 tarihli görüşme)

Ulusal bir radyo olarak *Moral FM* de kurumsal bir yönetim yapısına sahiptir. Yönetim kurulu, yönetim kurulu başkanı ve genel yayın yönetmeninin dışında

radyoda radyo genel koordinatörü, kurum genel koordinatörü de bulunmaktadır. Benzer şekilde *Bizim Radyo*'da prodüksiyon şefi ve program sorumlusu; *Dost FM*'de genel müdür, işletme müdürü, reklam sorumlusu, teknik koordinatör gibi yönetici kademeler oluşturulmuştur.

Dini radyoların personel durumuna bakıldığında programcılar ile teknik elemanlar arasında önemli farklar olduğu görülmektedir. Teknik elemanlar tam zamanlı mesai yapmakta ve bu nedenle sigortalı, maaşlı olarak çalışmaktadır. Ancak aynı radyolarda tam zamanlı çalışan birkaç programcı dışında tüm programcılar part-time olarak, yalnız program saatlerinde radyoya gelmektedir. Dolayısıyla programcılar ya hiçbir ücret talep etmeden ya da birbirinden farklı yöntemlerle bazı gelirler elde ederek çalışmaktadır. Bu bakımdan görüşme sırasında her radyo programcılarının çalışmasının gönüllülük esasına dayandığını ifade etmektedir. Ancak programcılarının da mağdur edilmemesi için yol masrafları gibi ihtiyaçların giderilmesi, ya radyo bütçesi zorlanarak ya da programcının kendisine sponsor bulması yoluyla çözülme kavuşturulmuştur. Bu bakımdan sponsor ile çalışmak dini radyoların genel bir eğilimi olmaktadır. Programcılarının kendi imkânları ile bulduğu sponsordan alınan ücretin bir kısmı programcıya verilirken bir kısmı da radyo tarafından alınmaktadır. Böylelikle sponsorluk radyolar için bir ek gelir de sağlamaktadır. Bu noktada *Moral FM*'in diğer radyolardan ayrılan bir özelliği vardır. Tıpkı diğer dini radyolar gibi sponsor ya da sadece kendi bütçesi ile finanse ettiği programcılara ek olarak radyo, ulusal yayın yaptığı ve daha yüksek dinlenme oranına sahip olduğu için bazı saatlerde yayın yapan programcılardan ücret talep etmektedir (15.03.2016).

İsra FM ise bu konuda tamamen farklı bir bakış açısına sahiptir. Radyo yetkilisi bunu “Herhangi bir ücret ödemeyiz, zaten ben dini anlatacağım bana para verin diyeni de konuşturmayız.” diyerek ifade etmiştir (04.04.2016 tarihli görüşme).

Teknik eleman ve programcı sayılarına baktığımızda da genellikle radyoların üç teknik elemanla çalıştığını söyleyebiliriz. *Seyr FM* Genel Yayın Yönetmeni bunu şu sözlerle ifade etmiştir: “Muhafazakâr camiada öyledir. Radyolar iki, üç kişi ile yürür. Radyoda çalışanlar hem dergide çalışır falan.” (17.03.2016 tarihli görüşme). Bu bakımdan ulusal bir radyo olması dolayısıyla *Moral FM*’de yedi, bölgesel yayın yapan *Ribat FM*’de on, *Seyr FM* ve *Radyo Gençlik*’te yedi teknikten sorumlu çalışan bulunmaktadır. *Radyo Denge*, *Hedef Radyo*, *Bizim Radyo*, *Radyo EN*, *Gözyaşı FM*, *Radyo Ses* ise yukarıda ifade edilen gibi sınırlı sayıda elemanla yayını devam ettiren radyolar arasındadır. Bunun dışında *Cuma Radyo*, *Selam Radyo* ve *İsra FM* bir teknik elemanla yayınlarını yürütmeye çalışmaktadır. Televizyon ile ortak teknik elemanları kullanan *Dost FM*’de 30-35, *Lalegül FM*’de ise altı teknik eleman çalışmaktadır.

Teknik elemanların azlığına karşılık programcı sayısı çok çeşitlilik göstermektedir. Buna göre *Cuma Radyo* sekiz, *Radyo Ses* ve *Gözyaşı FM* on, *İsra FM* ve *Radyo EN* 12, *Lalegül FM* 17, *Radyo Denge* ve *Dost FM* 20, *Radyo Gençlik*, *Ribat FM* ve *Bizim Radyo* 20-25, *Hedef Radyo* 25-30, *Seyr FM* 35-40, *Moral FM* 40, *Özel FM* ise 51 programcı ile çalışmaktadır. Burada belirtilmesi gereken önemli bir nokta, görüşmecilerin programcı sayısı hakkında sıklıkla yaşanan değişimler nedeniyle net konuşamamalarıdır. Bunu *Radyo Denge* Müdürü “[P]rogram yapanlardan bazıları ev hanımı. Evlerine vakit ayırmaları gerekiyor, ya da bırakmaları gerekiyor, bekârken başlıyor programa sonra evleniyor eşlerinin zaman

ayırması ya da çocuk doğurması falan oluyor. O yüzden değişiyor programlar.” sözleriyle açık bir şekilde ifade etmiştir (16.01.2016 tarihli görüşme).

Kadın, sağlık, haber ve müzik programlarını yapan programcılar dışında programcı kadrosunun büyük bir bölümünü dini sohbet yapan hocalar oluşturmaktadır. İster dini sohbet ister diğer programlar olsun programcı seçimi genellikle dini radyoların kendi çevresi içerisinde gerçekleşmektedir. Kendi istekleri ile başvuranların da değerlendirildiği ancak bu kişilerin devamlılık probleminin olduğu ifade edilen önemli nedenlerdendir. Bu noktada karar verici merci genellikle genel yayın yönetmenleri ve oluşturulan yayın kurulu olmaktadır. Dolayısıyla istisnalar dışında hangi programların yayınlanacağına ve programcılara kurum içinde fikir alışverişi ile karar verilmektedir. Hatta pek çok radyoda yayın kuruluna istişare heyeti de denilmektedir. Bu bakımdan *İsra FM*, *Radyo Denge*, *Radyo Cuma* ve *Lalegül FM* karar verme yetkisinin yalnız genel yayın yönetmeninde olduğu ve yayın kurulu olmayan istisnai radyolardır. *Hedef Radyo* da ise yayın kurulu görevini yönetim kurulu yürütmektedir.

Bu bakımdan dini radyo yayıncılığı büyük oranda profesyonel bir yapı göstermese de teknik elemanlar, programcılar ve yöneticiler arasında sınırları belirli bir görev tanımı bulunmaktadır. Çalışan sayısının az olması, bu radyoların yayınladıkları içeriğin bant kaydına yatkın olması ve maddi sıkıntılar ile ilgili görünmektedir. Buna karşılık, hem ücretli çalışanların hem de programcılarının yüksek ücretlerin aksine “harçlık” olarak ifade ettikleri ücretlere çalışması hedefin ticari kazançtan çok, ulvi görülen bir görevi yerine getirmek olduğunu göstermektedir. Ancak burada altının çizilmesi gereken nokta, örneklem içerisinde yer alan ve görüşülen radyoların böyle bir yapıya sahip olduğudur. Bu bakımdan görüşmeciler

tarafından dile getirildiği gibi, dini yayıncılığı ticari amaçlar ile yapan radyoların var olup olmadığı ve onların nasıl bir yapıya sahip olduğu bilinmemektedir.

Programların yayın öncesinde ve sonrasında denetlenmesinde ise yine çeşitli farklılıklar gözlenmektedir. Yayın öncesinde programların denetimi programcılar ile anlaşma aşamasında radyonun hassasiyetlerini ve ilkelerini anlatmak, demo almak ve zaten bilinen, camia içinden kişilerle çalışmak şeklinde gelişmektedir. *Seyr FM*, *Radyo Gençlik*, *Moral FM*, *Cuma Radyo* ve *Bizim Radyo*'da denetim, demo kayıtlar alınması ve bu kayıtlar üzerinden görüşülmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Diğer radyolarda ise *Özel FM* yetkilisinin ifade ettiği gibi, dini çevreden bilinen kişilerle çalışmak ve dikkat edilmesi gerekenleri programcılara açıklamak tercih edilmektedir:

[B]iz talepte bulunuyoruz öncelikle. Bakıyoruz anlatımıyla, bilgisiyle hangi hocanın sesini daha güzel insanlara duyurabiliriz. Teklif yapıyoruz, eğer müsait boş vakti varsa diyoruz ki haftada bir gün olacak şu saatlerde olacak standart. Bu saati size ayırsak siyasete girmeden, övgülere işte cemaatlere, cemaatler arası tartışmalara kavgalara girmeden; Hakkı ve hakikati doğruları yani güncelleyecek olursak da güncelleyelim ama insanların da yarasına basmadan. Son zamanlarda da birçok camiaların olduğu zamanlardayız. Doğrular, yanlışlar, fitneler, fesatlar... Biz öncelikle hocalarımıza bunları gündeme getiriyoruz. Siyasete girmiyoruz, tabii ki terörü yani şekilde lanetliyoruz ayrı mesele (15.03.2016 tarihli görüşme).

Görüşmecinin ifadesinden anlaşılabileceği gibi siyasete girmemek ve siyasi tarafsızlık önemle vurgulanan konulardır. Ancak burada gözden kaçırılan nokta ise “terörü lanetleme”nin siyasi bir eylem olarak algılanmamasıdır. Diğer bir ifadeyle görüşmeci hangi olayların terör, hangi kişilerin terörist olarak nitelendirileceğine dair verilen kararların siyasi bir tercih meselesi olduğunu göz ardı ederek, bu adlandırmayı evrensel bir doğru olarak kabul etmektedir.

Dini radyolarda denetimin önemli bir ayağını ise dinleyiciler oluşturmaktadır. Yayınlanan programların radyo çevresinin hassasiyetlerine uyup uymadığı, yapılan

yanlışlar ya da yanlış anlaşılmaya yol açabilecek söylemler dinleyicilerin aktif dinleme eylemiyle kontrol edilmektedir. Bunun yanı sıra, yine genel yayın yönetmenleri ve koordinatörleri tüm gün radyoyu dinleyerek bu denetimi sağlamaya çalışmaktadır. Dost FM yöneticisi, bu genel eğilimi şöyle ifade etmektedir:

Ben mümkün olduğunca yayını takip ediyorum burada otururken. Ayrıca pek çok yerde bizden daha iyi takip eden dostlarımız var. Hemen acil geri dönüş yapıyorlar. Mesela bir reklam ilerine sinmedi. Hiç bırakmaz hemen dönüş yaparlar. şu gün şu saatteki programda niye öyle dendi diyen dostlarımız var. Dolayısıyla bu bizi zaten içeriğimiz hassas uyanık olmamız lazım bu da bizi daha uyanık tutuyor (22.02.2016 tarihli görüşme).

Dolayısıyla dini radyoların dinleyicileri içeriğin denetimi konusunda önemli bir eşiği oluşturmaktadır. Ancak bunun belirli sınırlara sahip olup olmadığı ve dinleyici eleştirilerine verilen tepkiler, dinleyiciler ile ilişkilerin ele alındığı bölümde daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

2.3.4 Dini Radyoların Mali Yapısı

6112 sayılı kanun kapsamında radyoların gelirleri reklam, tele-alışveriş, sponsorluk ve ürün yerleştirme olarak belirtilmiştir. Dini radyolar da bu düzenleme kapsamında değerlendirildiğinden yukarıda sayılanlar dışında gelir elde etmeleri mümkün değildir. Bu bakımdan yapılan görüşmelerde radyoların önemli bir kısmı, gelirlerini reklam, sponsorluk ve tele-alışveriş olarak belirtilmiştir. Fakat yukarıda da ifade edildiği gibi, dini radyoların büyük bir bölümü dini bir cemaatin ya da vakıfların etrafında örgütlenen dini grupların yönetimindedir. Bu bakımdan radyolar ayrı bir şirkete bağlı olsa da grubun diğer şirket ve kurumları ile yakın ilişkiler içerisindedir. Radyonun nasıl kurulduğu ve radyonun gelirleri sorusuna yetkililerin verdikleri cevaplar, dini radyoların bu yönünü tekrar ortaya çıkarmaktadır. *İsra FM*, *Dost FM*, *Seyr FM* ve *Radyo Denge* grşmecilerinin reklamın yanı sıra, ilişkili olunan dergi, vakıf ya da dinleyici desteğinden söz etmesi bu konu için önemli

görülmektedir. *Seyr FM* Genel Yayın Yönetmenin “dergimizin sırtında geziyoruz” şeklinde ifade ettiği bu durum, diğer radyolar için de farklı şekillerde gelişmektedir (17.03.2016 tarihli görüşme). Bir vakıf kuruluşu olduğunu ifade eden *Dost FM* de vakıf desteği ile ayakta kalabilen bir radyo olduğunu ifade etmektedir (22.02.2016 tarihli görüşme). Bu noktada yine önemli bir açıklama, aynı zamanda *İlmi ve Kültürel Araştırmalar Vakfı* (İLKAV) ile ilgili görevlerinin de olduğunu belirten *Radyo Denge* yöneticisi tarafından yapılmıştır. Görüşmecî radyo bütçesinin %70’ini reklam dışındaki kaynaklardan sağladıklarını ve radyonun vakıf içinden kişilerin teşebbüsü ile kurulduğu için aralarında gayri resmi bir ilişki olduğunu vurgulamıştır (16.01.2016 tarihli görüşme).

Görüşmelerde ortaya çıkan bu veri doğrultusunda dini radyoların vakıflar, diğer yayın organları ve şirketler ile ilişkilerine ait detaylı bilgi *EK 2*’de derlenmeye çalışılmıştır. Tabloda yer alan bilgiler, gerek görüşme sırasında yetkililer tarafından ifade edilmiş gerekse de radyonun sitesinde yer alan linkler, çapraz aramalar sonucunda bulunmuştur. Bu bakımdan görüşülen radyolar içerisinde *Hedef Radyo*, *İsra FM* ve *Cuma Radyo* ile ilgili böyle bir veriye rastlanmamıştır. Aynı şekilde örneklem içerisinde yer alan ancak görüşme sağlanamayan *Radyo Ankara*, *Ravza FM*, *Tevhid FM* ve *Dolunay Radyo* hakkında da herhangi bir bilgi bulunamamıştır. Görüşme sağlanamayan bu radyoların iletişim bilgilerine ulaşılamaması ve güncel bir internet sitesine sahip olmamaları da göz önünde bulundurulduğunda, bu radyoların kendi içlerine kapalı, erişilebilirliğe önem vermeyen radyolar olduğunu iddia etmek mümkündür.

Radyo sektörünün giderek düşen reklam payı, radyoların mali olarak sıkıntı çekmesinin arkasında yatan nedenlerden biri olsa da büyük bir etken bu radyoların

dini yayın yapmalarındır. Dini yayıncılık, hem reklamcılar hem de radyolar için bir eleme sistemi işlevi görmektedir. Bu bakımdan reklam ajansları, dinleyici oranının sınırlı olması nedeniyle dini radyoları tercih etmezken bir yandan da dini radyolar, dinin kurallarına uygunluk açısından bazı reklamlara yer vermemektedir. Bu da zaten az olan reklam pastasında dini radyoların payını daha da düşürmektedir. *Özel FM* yöneticisinin bu konudaki ifadeleri tüm dini radyolarda dile getirilen hassasiyetleri de özetler niteliktedir: “Reklam konusunda çok kriterlerimiz var. Bilhassa çok seçiciyiz. Faiz kurumlarının, finans kurumlarının ve bayan seslerinin olmasını uygun görmüyoruz” (15.03.2016 tarihli görüşme).

Reklam almayan *İsra FM* ve *Selam Radyo* ise bu yönüyle diğer radyolardan ayrılmaktadır. *İsra FM* Müdürü neden reklam almadıklarını şu sözlerle ifade etmektedir:

Sen malını nerde, nasıl satarsın o beni ilgilendirmez. Ben halka bir eksiğini tamamlamak, bir yanlışını göstermek için radyo kurdum. Amaç bu. Bir de ben hem dini anlattıracağım hem de falanın malını bilmeden öveceğim ve referans olacağım. Dinleyicim de onu alacak. Ben ona alet olmam. Ben hem doğruluk, dürüstlükten bahsedeceğim din adına hem de birilerine alet olacağım. Bizim politikamız bu yani (04.04.2016 tarihli görüşme).

Bunun dışındaki radyolar ise *Bizim Radyo* Genel Yayın Yönetmeninin ifade ettiği gibi reklam ajanslarının kendilerini tercih etmemeleri nedeniyle sıkıntı çekmektedir:

Bazı ulusal reklam ajansları bize reklam gönderiyor ama dediğim gibi bazıları tematik radyoları pek kullanmak istemiyorlar. Çok küçük bir payı size sunuyorlar. Bir ajansa görüşmeye gitmiştik. Orada direkt sordukları soru şu: “Ezan okuyor musunuz radyonuzda?”. Evet, okuyoruz dedim burun büktü yani. Türkiye’nin muhafazakâr olarak tanımlanan firmaları isim vermeyelim burada yani ben bu tip radyolara reklam vermiyorum dedi bizzat bize. Oralarda gözükmek istemiyorum diye cevap verdi. O yüzden bu tip radyolar daha çok reklam ajansları değil de KOBİ’ler üzerinden yürüyor (16.03.2016 tarihli görüşme).

Yukarıda da ifade edilen reklam ajanları ve reklam verenlerin dini radyolara yaklaşımı, yine siyasal ve toplumsal hayata hâkim olan gerilimlerin bir ifadesi olarak görülmektedir. Bu bakımdan ajanslar, dini radyoların gericilik şüphesiyle kapatıldığı bir dönemin refleksi ile hareket etmektedir. Benzer şekilde marka imajı için reklam verilen radyonun içeriğinin önemli olduğu, muhafazakâr da olsa bazı firmaların dini grupların olumsuz imajları nedeniyle bu mecralarda görünmeyi tercih etmemesinden anlaşılmaktadır.

Yukarıda ifade edilen nedenlerden ötürü *Radyo Gençlik* ve *Moral FM* dışındaki radyolar, sabit bir reklam ajansı ile çalışmamaktadır. Yine aynı nedenlerden ötürü alınan reklamların saniye başına düşen birim fiyatı diğer radyolara göre düşük kalmaktadır. Bu bakımdan şirket politikası gereği reklam fiyatını belirtmek istemeyen radyolar dışında elde edilen veriler şu şekildedir: saniye başına *Radyo Denge* ortalama 10 kuruş, *Radyo EN* 15 kuruş, *Özel FM* 20 kuruş, *Seyr FM* 30 kuruş ve *Moral FM* 1 TL ücret almaktadır. Ek olarak *Seyr FM* yetkilisinin belirttiğine göre araştırma kapsamında görüşme sağlanamayan radyolardan *Akra FM*'in reklam ücreti saniye başına ortalama 1 dolar ile en yüksek fiyattır. Dolayısıyla zaten reklam gelirleri düşük olan dini radyolar daha çok dinlenmek için ücret karşılığında kendi reklamlarını vermek gibi bir yola başvurmamaktadır. Bu noktada tercih edilen yöntem ise genellikle barter anlaşmaları yaparak birbirlerinin reklamlarını ücretsiz olarak karşılıklı yayınlamaktır. Bu bakımdan bir tek *Moral FM*, diğerlerinden farklı olarak organizasyonların medya sponsorluğunu üstlenmektedir.

Yukarıda da vurgulandığı gibi radyo yayıncılığı diğer teknolojilere kıyasla daha az maliyetli olsa da mali zorluklar, dini radyoların önemli bir sorununu oluşturmaktadır. Radyoların maliyeti yerel, bölgesel, ulusal yayın yapmalarına, yayın

yaptıkları şehre ve tematik yayın lisansının olup olmamasına göre farklılık göstermektedir. Ancak bu farklılıklara rağmen tek şehirde yayın yapan radyoların maliyetinin aylık minimum 10 bin TL olduğunu söyleyebiliriz. Şirket politikası gereği maliyeti açıklamayı uygun görmeyen *Bizim Radyo* dışında *Cuma Radyo* ve *Özel FM* 10 bin TL, *Radyo EN* 15 bin TL, *Radyo Denge* 12-15 bin TL, *Hedef Radyo* 15-20 bin TL, *Radyo Gençlik* ve *Seyr FM* 25-30 bin TL aylık minimum giderlerinin olduğunu ifade etmiştir. Bölgesel yayın yapan *Lalegül FM* ise 80-100 bin TL, ulusal yayın yapan *Moral FM* ise 100-150 bin TL arasında aylık maliyetleri olduğunu ifade etmiştir. Görüşülen radyolar içerisinde diğerlerinden farklı olarak *İsra FM* aylık 3 bin TL maliyete sahip olduğunu belirtmektedir. Bu bakımdan radyonun stüdyo için kira vermemesi, tek personel ile çalışması, verici gücünün 1 kw olması ve herhangi bir meslek kuruluşuna üye olmaması maliyetini azaltan noktalar olmaktadır.

Dini radyoların mali yapılarına bakıldığında reklam, sponsorluk ve tele-alışveriş dışında yasal olarak gelirlerinin olmayışı ve yayın ilkeleri nedeniyle her reklama yer vermemeleri maddi zorluklara neden olmaktadır. Dolayısıyla bunu aşmak için dinleyiciden ve aynı gruba ait yayın organları ya da vakıflardan destek almak, önemli bir çıkış yolu olarak kullanılmaktadır. Kâr elde etmek değil, hizmet amacıyla yayıncılık yaptıklarını belirten dini radyolar, bu nedenle gelir-gider dengesini tutturma endişesi ile ve mali özerklikten yoksun bir şekilde yayınlarına devam etmektedir. Yurtdışında topluluk radyolarının devlet desteği ve bağıştan yasal olarak faydalandıkları hatırlatıldığında ise radyolar, bunun özerklik bakımından kendileri için iyi olmayacağını ifade etmektedir. Bu bakımdan vakıf ya da dergi desteği, cemaat içi bir unsur olarak bağımsızlığı zedeleyici görülmezken, dışarıdan devlet ya da dinleyici desteği bağımsızlık için önemli bir sorun olarak görülmektedir.

2.3.5 Programcılık Anlayışı ve Dinleyiciler ile İlişkiler

Dini radyoların yayın ilkelerini de belirleyen unsur, yaptıkları tematik yayındır. Dini içerikli yayın yapmaları, bu radyoların yayın ilkelerini doğrudan şekillendirmektedir. Bu nedenle radyoların yayın ilkeleri yoğun olarak milli ve manevi değerler olarak ifade edilmektedir. Milli ve manevi değere uygunluk, siyasi tarafsızlık ve diğer görüşlere saygılı olmak yapılan görüşmelerde her radyo tarafından dile getirilen ilkelerdir. Bununla birlikte bağlı olunan dini grubun ilkelerine göre, kimisinde kadın sesinin yayınlanması da haram olarak görülmektedir. *Lalegül FM* ve *Özel FM* bu radyolar arasında yer almaktadır.

Yayın ilkeleri konusunda ifade edilen bir diğer önemli nokta ise, ilahi dahi olsa yayınlanan müziklerin seçimindeki unsurlardır. Bu bakımdan *Lalegül FM* yöneticisi rock, rap müzik ya da eserlerin arasında kendi düşüncelerine göre insanı küfre düşürecek olan “içmek” gibi sözlerin geçtiği parçaları yayınlamadıklarını belirtmiştir. Aynı zamanda yukarıda bahsedilen *Özel FM* yetkilisi gibi teröre karşı olduklarını ifade eden görüşmeci, milli ve manevi değerlere vurgu yaparak ayrıştırıcı söylemlerden uzak durulması gerektiğini belirtmiştir (16.03.2016 tarihli görüşme). Bu bakımdan yine terör tanımının sorgulanmadan kabulü ve “milli ve manevi değerler”in herkes tarafından paylaşıldığı ön kabulü, görüşmecilerin ortak noktasını oluşturmaktadır. Terör kavramının sorgulanmamasının yanı sıra, tüm radyoların teröre karşı olduklarını özellikle beyan etmelerinde Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana dini hareketlerin gerici ve teröre meyilli gruplar şeklinde bir tehdit unsuru olarak algılanmasının da önemli bir payı bulunmaktadır. Radyolar, teröre karşı tepkilerini ifade ederek aslında kendilerini tehdit unsuru olmaktan çıkarmaya çalışmakta ve kendilerini, o “korkulan” gruptan ayırmaktadır. Bu çabanın içinde

bulduğumuz koşullarda dahi yükselmesinin bir nedeni de Irak ve Şam İslam Devleti (İŞİD) adlı silahlı bir örgütün İslam devleti adına sivillere yönelik eylemlerinin aldığı tepkidir. Bu bakımdan radyolar, “terörü lanetleyerek”, kendilerini bu gruptan da ayırmaya çalışmaktadır.

İnsanı mutsuzluğa, isyana sevk eden ve “genel ahlaki ilkelere aykırı” olan hiçbir şeyi yayınlamadıklarını belirten *Moral FM* yetkilisinin ifadeleri de sorgulanmadan kabul edilen, tartışmalı “genel” ilkelere göndermede bulunmaktadır (15.03.2016 tarihli görüşme). Bu bakımdan hiçbir dini radyo yayın ilkelerinde topluluk medyasının önemli bir özelliği olan çok seslilik ve demokratik düzenin geliştirilmesine vurgu yapmamıştır. Bu konuda belirtilen en fazla ifade, “diğer fikirlere saygılı olmak” şeklindedir. Ancak aynı muhafazakâr çevre içerisinde dahi kendi cemaatinin İslam yorumunu kabul etmeyen programcılarının konuşmasına olanak tanımayan dini radyoların, diğer çevrelerin seslerine ne kadar kulak verebileceği tartışmalı bir konu olarak durmaktadır.

Yayıcılık ilkelerinde olduğu gibi dini yayıncılık, radyoların hedef kitlesini belirlemekte de önemli bir nokta olmuştur. Bu bakımdan görüşülen dört radyo dışındaki tüm radyolar, yayınlarının kimseye bir zararı olmayacağını ifade ederek “herkes”i hedef kitle olarak belirlediklerini ifade etmiştir. Bu da görüşmecilerin bir radyonun herkese hitap etmesinin mümkün olamayacağı şeklindeki temel yayıncılık ilkesine yabancı olduklarını göstermektedir. Aynı zamanda yayınlarını kimseye zararı dokunmayacak bir şey olarak görme eğilimi, pek çok kez vurgulandığı gibi dini radyoların kendi değerlerini evrensel kabul etmeleri ile de ilişkilidir.

Cuma Radyo, Dost FM, Moral FM ve Radyo Gençlik herkesi hedeflemelerine rağmen yayınlarının belirli kesimlerle sınırlı kaldığını ifade ederek hedef kitlelerini bu çerçevede tanımlamaktadır. *Dost FM, Moral FM ve Radyo Gençlik*’in bu noktada ortak yanı, üç radyonun da hedef kitlesini daha çok “hanımlar”ın oluşturmasıdır. Burada belirtilmesi gereken bir unsur da görüşmecilerin cinsiyet ifade etmek için kullandıkları ifadelerin seçimidir. Bu bakımdan dini radyolar, “bay” ya da “bey” sözcüğü yerine erkeği, bir cinsiyet ifade etmek için kullanırken kadın sözcüğü yerine “bayan” ya da “hanım” ifadesini kullanmaktadır. Dolayısıyla görüşmeciler, erkek ifadesinin karşı cinsini ifade etmek için kadın kelimesini kullanmayı tercih etmeyerek toplum içerisinde yaygın bir algı olan kadın kelimesinin bekâret ile bağına bir kez daha ortaya koymaktadır. Bu yönüyle görüşmeciler, kullanılan sözcüklerin seçimlerinin de ideolojik bir yan taşıdığını göz ardı etmektedir. Bu bakımdan dini radyolar, erkek egemen bir dil kullanarak bu dilin yaygınlaşmasını da sağlayan unsurlardan biri olmaktadır. Ancak daha da önemlisi görüşmecilerin bu ideolojik seçimin farkında olmamalarıdır. Bu farkında olmama hali ise söylemlerinin herkes tarafından paylaşılan, genel-geçer doğrular olduğuna duyulan güvenin bir yansımasıdır. Dolayısıyla dini radyolar için, asıl bu genel-geçer doğruların aksini iddia ederek karşı çıkmak “ideolojik”tir.

Herhangi bir cinsiyete vurgu yapmayan *Cuma Radyo*’nun hedef kitlesini “25 yaş üstü inançlı insanlar” şeklinde, “inançlı insanlar”a vurgu ile ifade etmesi önemli bir diğer noktadır (17.03.2016 tarihli görüşme). Bu, büyük bir kesimi Müslüman olarak kabul edilen bir toplumda farklı inançların ve bir dini inancı olmayan insanların varlığının kabul edilmesi bakımından önemli bir göstergedir. Çünkü diğer

radıoların hiçbiri böyle bir ayrıma gitmeden tüm toplumun aynı dini inanca sahip olduğunu kabul etmekte ve İslam'ın Sünni yorumunu tüm toplum ile eşitlemektedir.

Hedef kitlede herhangi bir ayırım yapmadan herkesi kapsama isteği yayıncılık anlayışına aykırı olmakla birlikte yerel yayıncılık anlayışı ile de örtüşmemektedir. Bu bakımdan topluluk radyosunun da önemli bir özelliği olan coğrafi ya da ortak ilgi etrafında şekillenen bir yerellik anlayışı dini radyolarda bulunmamaktadır. Görüşülen radyolar arasından yalnızca *Hedef Radyo*, yerel radyoların ulusallaşma isteğine karşı çıkmaktadır:

şimdi yerel radyolar siz de toplanın büyük bir radyo kurun ya da bilmem şu holdinge bağlı çalışın. Böyle saçma bir şey olabilir mi, mantık bu çünkü. AVM olun, nasıl AVM olacaksınız ki, bir de neden olalım, derdimiz ne. Hani önemliydi, iyiydi yerel medya (15.01.2016 tarihli görüşme).

Radyo EN sorumlusu ise önce ulusal yayınların yereldeki insanlara ulaşamadığını bu bakımdan yerel yayıncılığın önemli olduğunu vurgulamış ancak başka bir soruda imkân dâhilinde olursa ulusal yayın yapmak istediklerini ifade etmiştir. Bu noktada, radyonun ulusal yayın yapma isteğinin, bu radyoya özgü olmadığının altı çizilmelidir. *Hedef Radyo* dışındaki tüm dini radyolar, maddi açıdan çok maliyetli olmasa amaçlarından birinin de ulusal yayın yapmak olduğunu ifade etmektedir.

ye olunan birliklere baktığımızda da dini radyoların, yerel yayıncılık ile ilgili herhangi bir uluslararası birliğe yelikleri bulunmamakta ve ülke içerisinde de böyle bir girişimleri bulunmamaktadır. Bu konuda ye olunan birliklerin büyük bir kısmı yalnız telif hakları ile ilgili müzik birlikleridir. Bunun haricinde yayıncılar birliği RATEM'e ye olduğunu ise yalnızca dört radyo ifade etmiştir: *Hedef Radyo*, *Moral FM*, *Radyo Gençlik* ve *Bizim Radyo*. Dini radyoların yayınlarında kullanabilecekleri parçaların büyük bir kısmının *Müzik-Bir*'de olması nedeniyle

Müzik-Bir, tüm dini radyoların üye olduğu bir birliktir. *Müzik-Bir* dışında ise yalnız *Moral FM*, *Bizim Radyo* ve *Hedef Radyo*'nun diğer birliklere de üyeliği bulunmaktadır.

Yayın içerikleri, dini radyoların programcılık anlayışı ile ilgili bilgiler veren bir diğer noktayı oluşturmaktadır. Görüşülen dini radyoların büyük bir bölümünün yayın akışı söz programlarından oluşmaktadır. Bu radyolarda müzik ya da görüşmecilerin ifade ettiği şekliyle ezgiler, programlar arasındaki boşlukları doldurmak için kullanılmaktadır. Bu bakımdan müzik yayınları, ortalama olarak yayın içeriğinin % 30'unu oluştururken söz programları, % 70 oranında yer almaktadır. Dolayısıyla dini radyoların büyük bir bölümünü söz radyoları olarak adlandırmak mümkündür. Söz programları içerisindeki oran ise her radyoya göre değişiklik gösteren bir unsurdur. Kimi radyo yayın politikası nedeniyle haber programına yer vermemekte, kimisi ise saat başı haber yayını yapmaktadır. Bu bakımdan söz programları içerisinde hoca sohbetleri, Kuran meali, Cuma hutbesi, ezan, sağlık programları ile kültür-eğitim programları her radyoda olan program türleridir. Bunların yanı sıra kimi radyonun yayın akışında haber analiz, "hanım" kuşağı, çocuk programları ve müzik istek saatleri yer almaktadır. Tarafsız olma anlayışıyla haber yayınına yer vermeyen *Özel FM*, *Dost FM* ve *Lalegül FM* dışında, tüm radyolarda sabah kuşağında gazete haber ve köşe yazılarının okunduğu, gündemdeki son gelişmelerin aktarıldığı bir haber programı; ayrıca gün içerisinde belirli saatlerde kısa bültenler yer almaktadır.

Dini radyolar arasında büyük oranda söz programlarına yer verilmesine rağmen müzik ağırlıklı bir radyo olduklarını ifade eden dini radyolar da bulunmaktadır. Aynı medya grubuna ait *Radyo EN*, *Ribat FM* ve *Gözyaşı FM* yayın

içeriğini müzik ağırlıklı olarak ifade etmektedir. Müziğin yanı sıra bu radyolarda da sohbet, aktüel ve kültür-eğitim programlarına yer verilmektedir.

Görüşülen radyolar arasında *Bizim Radyo* yayın akışındaki program içeriklerinin ağırlığını sürekli takip etmesi açısından önemlidir. Yayın içerikleri hakkındaki soruyu radyo yetkilisi, belirli aralıklarla güncellendiğini ifade ettiği, bilgisayarında yer alan bir dosyadan yardım alarak yanıtlamıştır:

Yayınımızın %80'i konuşma üzerine gerçekleşiyor. Zaten müzik birlikleri ile yaptığımız anlaşmada da %30'dan fazla müzik çalmıyoruz taahhüdünde bulunarak bir indirim almıştık. %80'lik dilim içerisinde haberlerimiz %6 yayınlarda yer alıyorlarmış. Paket program dediğimiz seslendirmeler yaptığımız programlarımız %10 düzeyinde tutmuşuz. Aktüel dediğimiz programlar işte eğitim, psikoloji içerikli, şiir programları gibi, tüketici hakları programları gibi programlar da %18 gibi bir ağırlığa sahipmiş. Risale-i Nur üzerine yaptığımız programlar, direkt kendisi ve onun anlaşılması için yaptığımız programların toplamı da %30-45 gibi bir orana sahip. Bu şekilde de kendimizi sürekli kontrol ediyoruz (16.03.2016 tarihli görüşme).

Bu bakımdan diğer radyolarda yaklaşık olarak ifade edilen oranlar, *Bizim Radyo*'nun böyle bir çalışmaya sahip olması nedeniyle bir kesinliğe sahiptir.

Yayın akışında haber bülteni ve haber analiz programları yer alan dini radyolar için program içeriğinin hangi kaynaklardan oluşturulduğu önemli bir konudur. Bu bakımdan *Hedef Radyo* sabah kuşağında *Haber ve Analiz* programcısı ile yapılan görüşmede haberlerin *Anadolu Ajansı* (AA)'ndan alındığı ifade edilmiştir (26.02.2016 tarihli görüşme). Süre sıkıntısı nedeniyle her gazete manşetini ve köşe yazarını okumanın mümkün olmadığını ifade eden görüşmeci, bir çeşitlilik oluşturacak şekilde gazetelerin seçildiğini belirtmiştir. Ancak yapılan dinlemelerde programda yer verilen gazetelerin çoğunlukla *Akşam*, *Sabah* ve *Yeni Şafak*'tan oluştuğu görülmüştür. Ek olarak programda günün gelişmelerini aktarmak için telefon bağlantısı ile *Ülke TV* muhabiri Mehmet Kıvanç'a bağlanılmaktadır. Bu

noktada yapılan tüm bu haber ajansı, gazete ve muhabir seçimleri, radyonun ifade ettiği “siyasi tarafsızlık” ile çelişkili görünmektedir. Her tarafın sesine kulak verildiği ifade edilmesine rağmen yer verilen haberlerin büyük bir bölümünün hükümete yakın ajans ve gazetelerden oluşturulduğu görülmektedir. Aynı şekilde *Denge Radyo*’da haber bültenini hazırlayan ve sunan programcı da kaynaklarını “*Anadolu Ajansı*’na, *Dünya Bülteni*’ne bakıyorum. *Islah Haber* var oraya bakıyorum. *Hak Söz* var genelde buralar. Daha fazla da var açıkçası ama bunlar daha çok.” şeklinde ifade etmektedir (29.02.2016 tarihli görüşme). Bu radyoda da benzer şekilde kaynak olarak alınan haber siteleri İslamî çevreye ait sitelerdir. Dolayısıyla dini radyoların diğer program içeriklerinde olduğu gibi haberlerinde de muhafazakâr camianın kaynakları kullanılmaktadır.

Radyo Denge ve *Hedef Radyo*’nun genel yayın yönetmenlerinin kendilerini dini radyo olarak tanımlamaktan çekinmesine karşılık, haberlerin İslamî-muhafazakâr çevrelere atıfla düzenlenmesi önemli bir noktadır. Buna ek olarak *Denge Radyo*’da görüşülen üç kadın çalışanın da radyo yöneticisinin aksine radyoyu dini olarak tanımlamaktan çekinmemesi önemli bir veridir. Bu bakımdan haber programcısı radyoyu yalnız dini radyo olarak değil, İslam’ın bayraktarı olarak tanımlayabileceğimizi ifade etmiştir:

İslami bir radyo olarak hatta İslam’ın bayraktarlığını yapmaya çalışan bir radyo olarak tam tanım bu olabilir. Çünkü bayraktarlığını yapmak çok farklı bir kavram. Bir katkı olmak yerine bayraktar yani temsil, İslam’ı temsil, en doğru şekilde temsil etmeye çalışan bir radyo olarak tanımlayabiliriz (29.02.2016 tarihli görüşme).

Aynı şekilde *Radyo Denge* teknik elemanı, bu radyoda çalışmasını radyonun İslami kimliğine bağlamakta ve aksi takdirde bu radyoda çalışmayacağını vurgulamaktadır (29.02.2016 tarihli görüşme).

Bu nedenle her iki radyo yetkilisi de radyoyu dini radyo olarak tanımlamasa da İslam, programcılık anlayışına yön veren temel noktadır. İslam'ın temel çıkış noktası olması ve amacın “doğru” İslam'ı aktarmak olması, programların “öğretici” bir anlayış ile yapılmasını da beraberinde getirmektedir. Bu bakımdan gerek kendilerini kültür radyosu olarak tanımlayan radyo yetkilileri gerekse de programcılar radyoyu bir okul, kendilerini de bir öğretmen olarak görmektedir. Bu, en somut halini *Hedef Radyo* programcısının “Ben her zaman radyoculuğu öğretmenlikle eş tutarım. Bana göre radyo da bir eğitim aracıdır ve basın yayın kuruluşları da böyledir. Asıl amacın bu olması gerekiyor” şeklindeki ifadelerinde bulunmaktadır (26.02.2016 tarihli görüşme).

Radyo çalışanının da belirttiği gibi öğretmen-öğrenci benzetmesi dini radyoların dinleyicileri ile kurdukları iletişimin önemli bir parçasıdır. Bu dinleyicileri bir şeyler öğrenmesi gereken insanlar olarak kuran anlayış ile topluluk medyası ve yerellik anlayışının yatay iletişim ilkesinin, birbiri ile örtüşmediği görülmektedir. Zaten Kuran ve din kurulları gibi dini konuların konuşulması yalnız sohbet hocalarına bırakılan bu radyolarda, hocaların dinleyiciler tarafından eleştirilmesi işin ehli kişiler olması dolayısıyla mümkün olmamaktadır. *Özel FM* Genel Yayın Yönetmeninin görüşme sırasında bahsettiği dinleyici ile arasında geçen diyalog da bunu desteklemesi açısından önem taşımaktadır:

Cumaları hutbeden dolayı Cuma hutbelerini canlı veriyoruz. Bir ablamız aramıştı, hutbeyi eleştiren telefon aldık. İşte “Bunlar hiç konuşulacak şeyler mi hoca herkesi kâfir yaptı” dedi. Kadının anlayışı böyle. Sonra ben de dedim ki “Programı ben de dinledim. Başında bilhassa kaçırdınız mı bilmiyorum ama hoca dedi ki şuanda okuyacağım ya da anlatacağım program, Şamil İslam Ansiklopedisi cilt 7 sayfası 52 mi ne, oradan alınmış ve 81 profesörün gözünden yazılmış bir program.” Tamamen yazıyı seslendirmiş hoca, hocayla ve radyoyla alakası yok. Ama isterseniz ben bunu basanların numarasını vereyim onla konuşun. “Ya işte siz bunları yayınlıyorsunuz da insanların kafası karışıyor” falan kafası karışıyor değil, gerçek bu. 81 tane profesör, bir de bu profesörler

ülkenin okulunda yetişmiş insanlar. O cemaatin, şu cemaatin adamı değil. Yani bu adamların nazarından geçmiş, ha her nefis bunu kaldırmayabilir anlarım (15.03.2016 tarihli görüşme).

Dolayısıyla dinleyiciler ile kurulan ilişkinin niteliği, incelenmesi gereken bir konudur. Bu nedenle dinleyicilerin radyoya katılımının nasıl sağlandığı sorusu görüşmecilere sorulmuştur. Alınan cevaplar yukarıda bahsedilenin aksine dinleyicilerin fikirlerine ve katılımlarına değer verildiği yönünde olmuştur. Telefon, sosyal medya, radyoların internet sitelerinde yer alan formlar yoluyla dinleyicinin radyoya ulaşım kanalları açık tutulmaktadır. Aynı zamanda dinleyicilerin program dışında kendi sorunları ile ilgili sohbet etmek için radyoyu telefonla aradıkları ve ziyaret ettikleri görülebilmektedir. Bu konuda *Seyr FM*, dinleyiciler ile engelsiz bir iletişim kurmaya özen göstermektedir:

G.Y.Y: Çok fazla gelen giden oluyor. Zaten kiloyu da ondan aldık. Gelenler de sağ olsunlar hiç elleri boş gelmiyorlar. Şimdi ismi lazım değil bir radyoya gitmişti benim bir dinleyicim hanımefendi. Demişler ki bir şeyler hazırlayıp gidelim. Radyonun kapısını çalmışlar işte selamünaleyküm biz geldik işte kapıyı bir aralık açmışlar, bakmışlar. Ne oldu demişler. “Ya işte biz filancayı dinliyorduk bir ziyaret edelim dedik.” Buraya girmeniz yasak, caiz değil niye geldiniz demiş adam. Ellerindeki hediyeleri de uyanıklar geri döndürmemişler almışlar, kapıyı kapatmışlar. Ben de programda hep söylerim çayımız da hazır sohbet için diye. Aynı dinleyiciler bir şeyler hazırlamışlar, bize geldiler. Biz işte tabii misafir ettik, çok şaşırdılar. Ondan sonra baya bir geldiler hatta programın ismi Yedi Renk, Yedi Renk Buluşmaları diye geldiler burada yemekler yedik, çay içtik. Çay ocağıımıza onlar girdiler (17.03.2016 tarihli görüşme).

Y.K: Doğumunu yeni yapan bir dinleyici çocuğunu alıp buraya geldi hani (17.03.2016 tarihli görüşme).

G.Y.Y: Kırkını burada çıkartanlar oldu yani. Mesela Yedi Renk otobüsü diye bir bölümümüz var, koltuk numarası veriyoruz otobüsten. Bu aslında çok yaygın bir şey ama bizimkinin farkı şu: kişinin telefon vs. iletişim bilgilerini alıyoruz, başı sıkıştığında duaya ihtiyacı varsa tüm otobüs yolcularına mesaj atıyoruz. Mesela işte Sinem hanımın sınavı var bunun için dua eder misiniz diyoruz. İnsanlar da o saatte dua ediyor, güzel bir birliktelik oluşturuyor. Kültür turları yaptık yine Doç. Dr. Ahmet Anapalı’yla birlikte Marmara Üniversitesi’nden. Yetmiş kişi Topkapı Sarayını gezdik ücretsiz yaptık bunları. İstanbul turları yaptık. Gelecek günlerde Yedi Kule Zindanlarını gezme projemiz var hocamızla birlikte. Böyle etkinlikler de oluyor yani (17.03.2016 tarihli görüşme).

Aynı şekilde *Radyo Denge*'de görüülen teknik işlerden sorumlu çalışan da arayan dinleyiciler ile kendisinin iletişim kurduğunu ifade ederek pek çok kişinin dertlerini ve sıkıntılarını paylaşmak için aradığını belirtmektedir. Aynı zamanda programlar için gelen eleştirilerin programcılara iletildiğini, ancak kimi eleştirinin de değerlendirilecek ciddiyette olmadığını vurgulamaktadır (29.02.2016 tarihli görüşme).

Görüşülen tüm radyoların ifade ettiğı gibi, dinleyicilerin radyoya ulaşması için çeşitli yollar kullanılmakta ve dinleyici de aktif olarak bu yolları kullanmaktadır. Bu bakımdan diğer radyolara göre dini radyolar, iletişime daha açık bir yapı olarak görülebilir. Dinleyiciler kendi sıkıntıları, dertleri ve sevinçlerini paylaşmak; programların yayın saatleri, kaldırılan programlar, yayın esnasında yapılan yanlışlar konusunda eleştiri yapmak ya da yayının beğenilen yönlerini takdir etmek için radyolara ulaşmakta ve bu değerlendirmeler de dikkate alınmaktadır. Ancak yukarıda *Özel FM* örneğinde de görüldüğü gibi radyonun yayın politikasına uygun görülerek yayınlanan dini programlara yönelik eleştiriler, dinleyicinin din hakkında ehil olamayacağı anlayışı ile dikkate alınmamaktadır. Bu bakımdan istek programları dışında dinleyicinin canlı yayınlara direkt telefon ile bağlanma imkânı da bulunmamaktadır.

Dinleyici ile iyi iletişim, dini radyolar için *Radyo Denge* çalışanının “Daha açık ve hoşgörölü davranmaları temalarının, amaçlarının bir uzantısı olabilir. Çünkü diğer radyolar sadece yayın yapmak ve kar etmek istiyor ve işlerine bakıyorlar. Ama biz insanlara ulaşmaya çalışıyoruz.” şeklinde ifade ettiğı gibi hedeflerinin bir uzantısı olarak ortaya çıkmaktadır (29.02.2016 tarihli görüşme). Bu bakış açısından farklı olarak yalnız *Radyo EN* yöneticisi, dinleyici ile iyi ilişki kurmanın artan reklam

gelirleri ile bağlantılı olduğunu ifade etmektedir. Görüşmeci, dinleyicinin aktif olduğu radyoların reklam veren şirketler tarafından daha çok tercih edildiğini bu nedenle de dinleyiciye kardeş gibi davranarak aktif tutmaya çalıştıklarını belirtmiştir (04.04.2016 tarihli görüşme).

Dini radyolar için çok sayıda insana ulaşmak, “doğruları”nın daha çok kişiye aktarımı için önemli bir konudur. Bu bakımdan dinleyicilerin radyoyu sahiplenmelerine diğer bir ifadeyle üzüntülerini, sevinçlerini paylaşmalarına önem verilmektedir. Dinleyicinin kendisi hakkındaki olayları çekinmeden anlatabileceği bir ortam sunan radyolar, konu yapılan yayınlar ve radyoya ilişkin eleştirilere geldiğinde o kadar anlayışlı bir yapıya sahip değildirler. Yetkililer dinleyicilerin dini programlarla ilgili olumsuz eleştirilerine mesafeli yaklaşmaktadır. Bu tavır ve dinleyicinin reklam için bir araç olması, dini radyoların katılımcı yönünün eksikliğini ortaya koymaktadır. Katılımcı bir radyoculuk anlayışı için dinleyicilerin araç olarak değil özne olarak bu süreçte yer alması gerekmektedir.

Daha çok kişiye ulaşmak *Radyo EN* yetkilisinin de ifade ettiği gibi reklamın tek büyük gelir kaynağı olması nedeniyle de önemli bir konudur. Bu nedenle tüm dini radyolar için reyting, merak edilen bir konu olmaktadır. Ancak görüşülen tüm radyolar, RTÜK’ün ya da diğer kuruluşların yaptırdıkları araştırmaları gerçekçi bulmamakta, radyo için dinleyici ölçümünün çok sağlıklı gerçekleştirilemediğini vurgulamaktadır. Bu nedenle radyolar, kimi zaman kendileri araştırma şirketleri ile anlaşmalar yapmakta ancak büyük oranda, gelen telefon ve mailler ya da önemli reklam ajanslarından gelen reklamlar, radyonun dinlendiğine dair fikir vermektedir. Bu bakımdan dini radyolar arasından yalnız ulusal yayın yapan *Bayram FM*, *Ulusal Radyo Yayıncıları Derneği* (URYAD) dinleyici ölçüm sistemine üyedir ve 43 radyo

arasında 20-23 bandında yer almaktadır. Diğer radyolar için ise dinleyici ölçümü ve daha fazla kişiye ulaşmanın bir yolu sosyal medya olarak görülmektedir. Bu bakımdan *Radyo EN* dışında tüm radyoların facebook ve twitter hesapları bulunmaktadır. Ancak her radyo düzenli paylaşımda bulunmamakta, facebook hesapları ise twitter hesaplarına göre daha aktif kullanılmaktadır. *Radyo EN* ise yalnız facebook hesabına sahip tek radyodur ve aktif olarak kullanılmaktadır. *Özel FM*, *Gözyaşı FM*, *Hedef Radyo* ve *İsra FM* her iki platformda da hesabı olmasına rağmen aktif olarak kullanmayan radyolar arasındadır. *Lalegül FM*, *Özel FM*, *Seyr FM* ve *Radyo Ses* teknik personel ya da programcılardan ayrı olarak, bir sosyal medya uzmanının bulunduğu radyolardır. Bunun dışındaki radyolarda ise sosyal medya hesapları, radyo yöneticileri ve teknik elemanlar tarafından herkese yöneticilik verilerek yürütülmektedir.

Genel olarak bakıldığında dini radyoları söz radyoları olarak adlandırmak mümkündür. Radyonun bir okul, programcılarının öğretmen olarak görüldüğü bir yayıncılık anlayışına sahip olan bu radyolarda müzik büyük oranda programlar arası boş zamanı değerlendirmek için kullanılan bir araç olmaktadır. Yayınlarına yöne veren anlayışın din olması nedeniyle de kullanılan müzikler ezgi, marş ve ilahiler ile yayın politikasına aykırı özellikleri olmadığı sürece Türk Halk Müziği eserlerinden seçilmektedir. Yerellik programların içeriği için belirleyici bir unsur olmadığı gibi, pek çok dini radyo maddi imkânları uygun olsa ulusal yayın yapmayı tercih edeceklerini ifade etmektedir.

Reklam ya da kendini ifade etme amacıyla dinleyiciler ile yakın ilişkiler kuran dini radyolar için en etkin yöntemlerden biri ise sosyal medya olmaktadır. Yüz yüze ya da telefonla yapılan görüşmelere rağmen dinleyiciler, ancak dini yayınlar

dışındaki programlarda etkin bir söz hakkına sahip olmaktadır. Bu bakımdan dinleyicinin din konusunda yaptığı eleştiriler ehil kişi olmadığından kabul görmemektedir. Bu da karşılıklı paylaşım ve yatay iletişim kanalları üzerine kurulu topluluk radyosu anlayışı ile örtüşmemektedir



SONUÇ

Dini yayıncılığın tarihi, radyonun tarihi kadar eskidir. İlk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde ifade özgürlüğü kapsamında radyolarda geniş yer bulan dini programlar, medya endüstrisinin geçirdiği dönüşümle beraber önce dini radyo istasyonlarının, daha sonra da dini radyo şebekelerinin ortaya çıkmasıyla gelişmiştir. Avrupa'da ise kamu hizmeti yayıncı kuruluşların Kilise'den yaptıkları yayınlar ve programlarla başlayan dini yayıncılık, özel radyo ve televizyonların ortaya çıkmasıyla gelişmiştir.

1980'li yıllarda etkisi artan küreselleşme ve uygulanmaya başlanan neoliberal politikalar, 1990'lı yılların başında SSCB'nin çöküşü ile birlikte Avrupa'yı da tamamen etkisi altına almıştır. Böylelikle devletin her alanında gelişen yeniden-düzenleme eğilimleri, yayıncılık için de etkili olmuştur. Bunun sonucunda ortaya çıkan özel radyo ve televizyonlar ile dini yayıncılık, hem özel kanallarda belirli oranda dini programların kamu hizmeti gereği yayınlanmasını, hem de sadece dini programlar yayınlayan istasyonların kurulmasını içerecek şekilde gelişmiştir.

Türkiye'de de ABD ve Avrupa'da yaşanan bu gelişmeler bir etki alanına sahip olmuştur. Bu bakımdan 1927 yılında *Ankara Radyosu* ile başlayan, 1964 yılında TRT'nin kurulması ile devam eden radyo yayıncılığı, 1990'lı yılların başında *de facto* olarak başlayan özel yayıncılığa kadar kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı ile gelişmiştir. 1950'lilerde DP iktidarı ile başlayan radyoda dini yayınlar, bu dönemden sonra gelişerek devam etmiştir. Özel yayıncılığa geçilinceye kadar dini programların süresi giderek artsa da dini cemaat ve çevrelerin eleştiri konusu olmuştur. Bu tepkiler

karşılığını, 1992 yılının son aylarında illegal olarak başlayan özel radyo yayıncılığı ile dini cemaat ve çevrelerin bu alanda kendilerine “yer kapma”sıyla bulmuştur.

1990’lı yılların başında kurulmaya başlayan bu dini radyoların diğer radyolardan nasıl bir farkının olduğu sorusuyla başlayan bu tez çalışması, yapılan alan araştırması verileri ile dini radyoların nasıl bir yapıya sahip olduklarını ortaya koymaya çalışmaktadır. Buna göre ortaya çıkan en önemli nokta radyoların kendilerini dini radyo olarak tanımlamaya nasıl yaklaştıkları olmuştur. Bu bakımdan 16 radyo içerisinden 11’i kendisini dini olarak tanımlamayı uygun bulmuştur. Bu radyoların kendilerini tanımlarken kullandıkları dil ise, bu tanımlama konusunun iki boyutlu olduğunu ortaya koymuştur. Bunlardan ilki, dini yayıncılığı bir tema olarak ifade etmektir. Dini radyoların bir kısmı kendilerini dini olarak tanımlarken bunu spor, müzik, haber gibi tematik yayın yapan diğer radyolara referansla yapmış ve diğer temalar gibi kendilerinin de “gocunacak bir yanları” olmadığını vurgulamıştır.

Ancak hem tematik yayıncılığın bir türü olarak kendilerini dini olarak tanımlayan radyolar hem de bu tanımlamaya mesafeli davranan beş radyoda yapılan görüşmelerdeki ifadeler tanımlama meselesinin ikinci boyutunu gündeme getirmektedir. Bu da dini radyo tanımlamasının Türkiye’nin siyasal ve toplumsal koşullarında kendine özgü bir hal aldığıdır. Bu hal, Cumhuriyet’in kuruluşundan itibaren siyasal ve toplumsal hayatta etkisi hissedilen dinin konumu ile ilişkilidir. Dinin kurucu bir unsur olmaktan çıkarılarak yalnız özel alana dair bir şey olarak kabul edilmesi ve bu tavrın diğer koşullarla birlikte yer yer sertleşmesi, yer yer yumuşaması dini hareketlerin algılanmasında önemli bir etkiye sahiptir. Bu bakımdan büyük bir kısmının dini cemaat ve çevrelerle bağlarının olduğu araştırma kapsamında tespit edilen radyolar da bu etki alanından bağımsız kalamamaktadır. Bu

nedenle pek çok dini radyo, ülkenin mevcut koşullarında irtica faaliyetlerinin odağı olmak gerekçesi ile kapatma ve yayın durdurma cezaları almıştır. 2002 yılında AKP iktidarı ile başlayan süreçte değişen konjunktüre rağmen radyoların kendilerini dini radyo olarak tanımlamakta yaşadıkları tereddüt, kendilerini bu imajlarından sıyırmaya çalıştıklarını göstermektedir. Değişen konjunktürün bir yansıması olarak 2002 yılından sonra kurulan radyolar, bahsedilen cezalarla karşı karşıya kalmadığını ve üzerlerinde siyasi bir baskı hissetmediklerini ifade etmektedir.

Kendilerini dini olarak tanımlamakta mesafeli davranmalarına rağmen önemli bir nokta ise radyoların kendilerini benzerlerinden ayırt etmesi istendiğinde karşılaştırılan radyoların dini radyolar olmasıdır. Bu bakımdan radyolar, kendilerini doğrudan dini radyo olarak tanımlamasalar da yaptıkları yayıncılığın bu gruba girdiğini örtük bir biçimde kabul etmektedir. Büyük çoğunluğu radyo yöneticileri ile yapılan görüşmelerde görüşmeciler, kendi farklarını cemaat taassubu içerisinde yayın yapmamak olarak ifade ederken, diğer radyoların cemaatler ile bağlarını dillendirmiştir. Buradan elde edilen verilere göre de dini radyoların ayırıcı bir özelliği, sahipliğinin dini cemaat ve gruplara ait olması şeklinde belirmiştir. Büyük bir bölümü İstanbul’da yer alan cemaatlere ait bu radyoların yanı sıra, doğrudan herhangi bir cemaat ile bağı olmayan, ancak mevcut bir vakıf ile kendi çevrelerini oluşturmuş radyolar da bulunmaktadır.

Vakıflar, basılı yayımlar, uydu televizyonları, internet üzerinden yayın yapan radyo ve televizyonlar gibi pek çok aracı kullanan bu dini radyolar, amaçlarını “milli ve manevi değerler”e hizmet etmek şeklinde tanımlamaktadır. Dolayısıyla dine hizmet etmek “milli ve manevi değerler” ile eşitlenmektedir. Bu, dini radyoların her sözünün toplumun değerleri olarak kavranması ve bu yayınlara yapılan eleştirilerin

de doğrudan bu değerlere yapılmış eleştiriler şeklinde algılanmasına neden olmaktadır. Buna ek olarak, hedeflerini insanlara “doğruyu anlatmak” şeklinde ifade eden dini radyolar, yalnız İslam’ı hatta İslam’ın bir mezhebini tek doğru olarak kabul etmektedir. Bu anlayış ise radyoların yapmayı tercih ettikleri yayın türünün, yayınladıkları ya da yayınlamadıkları programların birer ideolojik tercih meselesi olduğunu gizlemektedir. Diğer bir ifadeyle tüm radyolar, ideolojik olarak bağımsız olduklarını ifade etmekte ve yayın temasının, program yapması ya da yapmaması istenen hocaların tercihindendir. Çalınacak parçaların seçimine kadarki tüm süreçlerin ideolojik yönünü ihmal etmektedir. Bu bakımdan “gerçek” dini, ilişkili oldukları çevrenin yorumu olarak algılama eğilimi, aslında dini radyoların çeşitliliğini de açıklamaktadır.

Yayın ilkelerinde de en önemli vurgu yine “milli ve manevi değerler” üzerinedir. Bu bakımdan tüm dini radyolar yayın ilkeleri olarak bu değerlere uygunluk, siyasi yönden tarafsızlık ve diğer görüşlere saygılı olmanın altını çizmektedir. Burada önemli bir nokta tarafsız olmak adına haber programları yayınlamaktan kaçınan dini radyoların, yayınların içeriğindeki müzik, programcı, konu gibi tercihlerin de ideolojik bir yönü olduğunu gözden kaçırmalarıdır. Bu bakımdan radyoların terörü lanetlemek konusundaki ortak tutumu bunun bir göstergesi olmaktadır. Görüşmeciler kimin terörist ve hangi olayın bir terör olayı olduğuna karar verilen seçme sürecinin siyasal bir boyutu olduğuna değinmemektedir. Teröre yapılan bu vurgunun bir nedeninin ise yine ülkenin özgül koşullarından doğduğunu ifade edebiliriz. Bu nedenle dini radyolar terörü kınamaya yaptıkları vurgu ile dini grupların sahip olduğu olumsuz imajdan kendilerini sıyrarak bir tehdit olarak algılanmaktan kurtulmak istediğini söyleyebiliriz.

Büyük bir kısmın hedef kitlesini “herkes” olarak tanımladığı dini radyolar yayın içeriklerinin, sahip oldukları yayın ilkeleri nedeniyle çocuk, genç, yaşlı, kadın ya da erkek herkese uygun olduğunu ifade etmektedir. Benzer şekilde bu tutum da toplumda herkesin bir dini inanca sahip olduğunu ve yine herkesin aynı dine, İslam’a inandığını varsaymaktadır. Görüşmecilerin ifadelerinden ortaya çıkan bu toptancı bakış açısı, dini radyoların diğer fikirlere ve kendilerinden farklı olan bireylere açıklıklarının sorgulatan bir noktadır.

Program yapması tercih edilen programcılar da bunun bir yansıması olarak, büyük oranda aynı çevre içerisinde tanınan ve işinin ehli olarak değerlendirilen kişiler olmaktadır. Tam zamanlı ve maaşlı çalışanların neredeyse tamamının teknik çalışanlardan oluştuğu dini radyolarda programcılar, yalnız program saati radyoda bulunmakta ve programlarına buldukları sponsor üzerinden ücret almaktadır. Programlar ile ilgili önemli bir özellik ise müzik ağırlıklı radyo olduklarını ifade eden istisnalar dışında tüm dini radyoların yayın akışında % 70 söz, % 30 müzik programları şeklinde dengeyi sağlamaya çalışmalarıdır. Söz programlarına ağırlık verme eğilimi, dini radyoların kendilerini kültürel radyo olarak tanımlamalarının da zeminini oluşturan bir unsur olmaktadır.

Teknik özellikleri büyük oranda yayın yaptıkları şehrin coğrafi özellikleri, RTÜK’ün çizdiği yasal çerçeve ve maddi imkânlar dâhilinde çeşitlilik gösteren dini radyolar, kendilerinin kâr değil, kamu hizmeti anlayışı ile hareket ettiklerini ve RTÜK tarafından ticari yayıncılar ile aynı kulvarda değerlendirilmekten memnun olmadıklarını ifade etmektedir. Bu bakımdan 6112 sayılı yayıncılık alanını düzenleyen kanuna göre, ticari yayıncılık faaliyetini yürütmenin getirdiği bir yükümlülük anonim şirket olmaktır. Buradan hareketle, dini radyoların idari yapısı

da anonim şirketlerin sahip oldukları yönetim kurulu, yönetim kurulu başkanı gibi zorunlu yapılarla şekillenmektedir. Ancak bu yönetici kademeler dini radyolarda büyük oranda şirketin mali yönü ile ilgilenen kısım olmaktadır. Yayın içeriklerinin yönetimi ise büyük oranda genel yayın yönetmenlerinin inisiyatifi ve yayın kurulu olarak adlandırılan danışma kurulları ile sağlanmaktadır.

Radyoların bahsi geçen yasa çerçevesinde düzenleyici kuruluş RTÜK ile olan ilişkilerine bakıldığında, kurum tarafından yapılan yeni düzenlemelerin ya da yönetim değişikliklerinin anlatıldığı toplantılar dışında ilişkilerin zayıf olduğu görülmektedir. Yapılan yayınların bant kaydının belirli aralıklarla istenmesi dışında kurulan iletişimin önemli bir bölümünü ise frekans tahsisi süreci oluşturmaktadır. Frekans tahsisi konusu dini radyoların olumsuz yaklaştıkları bir konudur. Pek çok radyo, bu işlemin gerçekleştirilemeyeceğini düşünmekle birlikte frekans tahsisi ihale yönteminin sıkıntılı yönlerine dikkat çekmektedir. Bu bakımdan kendilerinin kâr amaçlı yayın yapmadıklarını ifade eden görüşmeciler, büyük ticari şirketler ile yarışmalarının mümkün olmayacağını dolayısıyla aynı kulvarda yer almamaları gerektiğini vurgulamaktadır. Ancak ihale kanun gereği yayın yapmak hakkına sahip ticari kuruluşlar arasından yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte yayın yapmak isteyen radyolardan başvurular arasında yapılacaktır. Dolayısıyla sorunun ana kaynağının alanın kâr amaçlı yayın yapmayan kurumları da kapsayacak şekilde yeniden düzenlenmesi gerektiği görüşmeciler tarafından göz ardı edilen bir konu olmaktadır. Benzer şekilde ekonomik zorluktan bahsedildiği durumda da kendileri için belirli hafifletmelere gidilmesi istenmiş ancak bunun kurumsal bir hal almasından diğer bir ifadeyle topluluk medyasından söz edilmemiştir. Hem radyoların yayıncılık alanındaki gelişmeleri takip etmemesi hem de bunların hayata geçirilmesi için bir

kamuoyu oluşturmaya abalamanması radyoların RTÜK ile mevcut hiyerarşık, tek taraflı iletişim sürecini değiştirmeye yönelik bir kaygı taşımadıklarını göstermektedir.

Yayınılık alanında kamu hizmet ve ticari yayınılık anlayışları dışında bir alternatifin kabul edilmemesi idari yapılanma, frekans tahsisi meselesinde olduğu gibi radyoların mali yapılarını da etkilemektedir. RTÜK tarafından alınan % 3 reklam payı ve frekans kullanım bedeli, verici elektrik faturaları ile müzik birliklerine ödenen telif ücretleri, dini radyoların yeniden düzenlenmesini istediği ve yaptıkları kamu yayınılığı dolayısıyla ayrıcalık talep ettikleri noktalar olmaktadır.

Radyoları mali açıdan zorlayan bir diğer unsur ise yaptıkları yayınılık türü nedeniyle radyoların dinen haram sayılan şeylerin reklamlarını yayınlamama ilkeleridir. Bu ilke doğrultusunda radyolar, banka ve faiz kurumlarının ve müstehcen görölen ürünlerin reklamını kabul etmemekte, bu da reklam havuzunun dini radyolar için daralmasına neden olmaktadır. Reklam gelirlerinin istenen düzeyde olmamasının bir diğer nedeni ise reklam ajanslarının dini radyolara sıcak bakmamalarıdır. Reklam ajanslarının bu tepkisinin bir nedeni, dini radyoların büyük bir bölümünün söz radyosu olması ve bunun da dinleyici kapasitesinin kısıtladığı görüşüdür. Ancak daha da önemlisi ajansların, yukarıda da bahsedilen dini radyoların olumsuz imajından etkilenmek istememeleridir. Dolayısıyla hem reklam ajansları hem reklam veren şirketler, toplum algısında “irticai faaliyetlerin odağı” şeklinde olumsuz bir imaja sahip olan radyolarda görünmek istememektedir.

Yukarıda bahsi geçen nedenlerden dolayı dini radyolar, yayınılık için en önemli gelir kaynağı olan reklamlardan yeterli ekonomik desteği elde

edememektedir. Bu durum büyük oranda aynı dini cemaat ya da çevrenin çıkardığı aboneli derginin ve vakfın desteği ya da dinleyicilerden kermes ve toplantılarda alınan bağışlar ile çözülmeye çalışılmaktadır. Bu bakımdan dini gruplar için radyo yayıncılığı bir ticari faaliyetten çok, kendilerini ifade etmenin önemli bir aracı olmaktadır. Radyonun insanlar üzerinde önemli bir manipölasyon gücü olduğunu ifade eden görüşmeciler, bu nedenle radyoyu “doğru” ve “gerçek”leri anlatmak, dinleyicilerin davranışlarında bu yönde bir değişiklik yapmak için tercih etmektedir. Görüşmeciler tarafından, dinleyicilerin sürekli olarak yanlışlarından arındırılarak doğru yöne sevk edilmeleri gereken bir evlat gibi görülmesi ve radyonun önemli bir eğitim aracı olduğuna yönelik vurguları bu radyoların programcılık anlayışlarına hâkim olan paternalist bir algıdan söz etmemizi de olanaklı kılmaktadır. Buna göre dini radyolar kendilerini, tüm doğrulara hâkim bir yerde konumlarlarken, dinleyiciyi telkin yoluyla “yola getirmeye” çalışmaktadır. Bu anlayış da demokratik bir iletişim süreci için olması gereken dinleyici ve programcılar arasındaki çok yönlü paylaşım ile örtüşmemektedir.

Ulaşılabilen herkesin bu doğru yola yönlendirilmesi gerektiğini savunan dini radyolar için dinleyici ölçümleri, mesajlarının nereye kadar ulaştığını öngörmek adına önem taşımaktadır. Bu nedenle yapılan reyting ölçümlerine güvenmediklerini ifade eden görüşmeciler, ne kadar dinlendikleri radyoyu arayan ve ziyaret eden dinleyicilerin yoğunluğu, gelen mailler ve sosyal medya hesaplarından sağlanan etkileşim yoluyla ölçülmektedir. Ayrıca düzenli olmayan aralıklarla telefon üzerinden anketlere başvuran radyolar da bulunmaktadır. Dinleyicilerle programlar sırasında da eş zamanlı etkileşimin sağlanabildiği sosyal medya ise dini radyolar tarafından önemi fark edilen bir araçtır. Bu bakımdan tüm radyoların sosyal medya

hesapları bulunmakta ancak maddi yetersizlikler nedeniyle sosyal medya uzmanı ancak üç radyoda istihdam edilmektedir. Maddi engel, teknik çalışanlar ve radyo yöneticilerinin de sosyal medya hesaplarında yönetici olmaları ile aşılmaya çalışmaktadır. Buna ek olarak kimi radyoda programcılar kendi programlarına ait sosyal medya hesaplarını yönetmektedir.

Pek çok medya kuruluşunun aksine dinleyici ile yakın bir ilişki kurmaya özen gösteren dini radyolar, dinleyicilerin eleştirileri ve önerilerinin programları belirlemede önemli bir etken olduğunu ifade etmektedir. Bu bakımdan dinleyicilerin programların yayın saati ve içeriklerine yönelik önerilerin dikkate alındığını vurgulayan radyolar, yayın içerisinde meydana gelebilecek yanlışlıkların denetiminin de yine büyük oranda dinleyiciler tarafından yapıldığını ifade etmektedir. Ayrıca dini radyolarda dinleyiciler ile iletişim yalnız yayınlarla sınırlı değildir. Pek çok dini radyo dinleyicilerin kişisel sıkıntılarını da paylaştıklarını ifade etmektedir.

Dinleyici ile sağlanan bu iletişimde dikkat edilmesi gereken nokta ise radyoların programcılık anlayışlarına da yansıyan, kendilerini eğitimci bir konuma yerleştirmelerinin bir sonucu olarak dini programlara ilişkin eleştirilere verdikleri tepkilerdir. Bu noktada dini radyolar, büyük bir bölümünü sohbet programlarının oluşturduğu bu programlara ilişkin eleştirilere programcının, görüşmecilerin ifadesiyle hocanın, bu konunun uzmanı olduğu gerekçesiyle mesafeli yaklaşmaktadır. Başka bir ifadeyle dinleyicilerin görüşleri gündelik hayata dair konularda dikkate alınabilecek şeyler olarak görülmekte, ancak konu din olduğunda dinleyiciler yeterince yetkin olamayacağı gerekçesiyle gereken özen gösterilmemektedir. Bu nedenle dini radyolar, daha fazla insana ulaşma çabasının bir

uzantısı olarak dinleyiciler ile yakın ilişkiler kurmaya özen göstermekte ancak bu yakınlığın sınırı, dini konularda keskin bir şekilde çizilmektedir.

Dini radyoların programcılık anlayışlarında yerellik algısına ise neredeyse hiç yer yoktur. Yerelliğin kendileri için bir ayırıcı özelliğinin bulunmadığını ifade eden dini radyolar, ekonomik imkânları olsa ulusal yayıncılık yapmak istediklerini vurgulamıştır. Bu bakımdan dini radyolar için yerel yayıncılık, yalnız coğrafi yerellik olarak algılanmakta, radyolar yerellik ve topluluk kavramlarının gelişen anlamları üzerine yapılan tartışmalardan habersiz görünmektedir. Bunun bir uzantısı olarak dini radyoların herhangi bir yerel ya da topluluk yayıncılığı ile ilgili herhangi bir birliğe üyeliği bulunmamaktadır. Birlik üyeliği, sınırlı sayıdaki radyonun RATEM'e üyeliği ve müzik birliklerine üyelikler ile sınırlı kalmaktadır. Müzik birlikleri ile ilgili olarak ise dini radyoların hepsi kendi yayın anlayışlarına uygun şarkıların ait olması nedeniyle Müzik-Bir'e üyedir. Bunun yanı sıra yine azınlıktaki bir kısım radyo, diğer müzik birliklerine de üye olmaktadır. Yayın akışında yer verilen müzikler ise ezgi, marş ve ilahiler ile yayın politikasına aykırı özellikleri olmadığı sürece Türk Halk Müziği eserlerinden seçilmektedir.

6112 sayılı kanun gereği reklam, tele-alışveriş ve sponsorluk gelir kalemlerine sahip olan dini radyoların maliyeti, yayın yaptıkları il sayısı, genel ya da tematik lisans ile yayın yapması, yayın yapılan sosyo-ekonomik sıralamadaki yeri, çalıştırılan personel sayısı, bağlı olunan müzik birliği gibi pek çok etmene göre değişiklik göstermektedir. Ancak yine de yerel yayın yapan dini radyoların minimum maliyetinin 10 bin TL, bölgesel yayın yapan dini radyoların maliyetinin 80 bin TL, ulusal yayın yapan dini radyoların ise minimum 100 bin TL maliyetinin olduğunu görüşmelerden elde edilen veriler ışığında söyleyebiliriz.

Tüm bu veriler de göz önünde bulundurulduğunda dini içerikli yayın yapan radyoların alternatif ya da topluluk radyosu içerisinde değerlendirilmesi yanlış olacaktır. Çünkü bu radyolara karakterini veren din, yapısı gereği dogmatiktir. Dolayısıyla dine yönelik eleştiriler kabul edilemez görülmektedir. Buna, radyoların dini cemaatler ve çevrelerle ilişkileri de eklendiğinde dini radyoların, alternatif radyoların en temel özellikleri olan çokseslilik ve iletişimin demokratikleşmesini gerçekleştiremeyeceği açıktır. İletişimin demokratikleşmesi bağlamında alternatif radyolar, ana akım medyanın dikey örgütlenmesine ve dinleyiciler ile sınırlı ilişkilerine karşılık, yatay bir örgütlenmeye ve dinleyiciler ile karşılıklı etkileşime sahiptir. Oysa dini radyolar, dini yapıların hiyerarşik, ataerkil ve paternalist yapısı nedeniyle bu özellikleri sağlamaya uygun değildir. Yukarıda da ifade edildiği gibi dinleyiciler radyonun yönetimine katılamamakta ve dini programlar ile ilgili eleştirileri dikkate alınmamaktadır. Benzer şekilde alternatif radyoların güçlü bir yerellik kavrayışının olmasına rağmen dini radyolar, böyle bir anlayıştan tamamıyla uzaktır. Ticari amaçlarının olmayışı, kısıtlı imkânlar ve amatör bir ruh ile yayıncılık yapmaları dini radyoları alternatif radyolara yaklaştırsa da, dini radyolar mevcut ataerkil ve hiyerarşik yapıya alternatif sunmaya ve çeşitliliği sağlamaya elverişli yayın kuruluşları değildir. Bu nedenle dini radyoları alternatif radyo ya da topluluk radyosu olarak adlandırılmak doğru olmayacaktır. Dini radyoların tezin amacı doğrultusunda ortaya konduğu gibi, kendine has bir yapısı ve işleyişi bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

Abarbanell, S. (1991), “The German Churches in Public Broadcasting”, **Opportunities and Limitations in Religious Broadcasting**, (Ed.) Peter Elvy, UK: Centre for Theology and Public Issues, s.48-53.

Ak, Z. (1992), “Türkiye Radyolarında Dini Yayınlar”, **Diyanet Dergisi**, 14, s.21-22.

Akarcalı, S. (1993), “Radyonun Dayanılmaz Hafifliği”, **İlef Yıllık 92**. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, s.1-8.

Akarcalı, S. (1997), **Türkiye’de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyon’a Geçiş Süreci**, Ankara: Punto.

Akdoğan, Y. (2004), **Ak Parti ve Muhafazakâr Demokrasi**. İstanbul: Alfa.

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

Alankuş, S. (2005), “Demokratik Bir Medya Ortamı için Yerel/Sivil Medya ve Yeni İmkânlar”, **Medya ve Toplum**, (Der.) Sevdâ Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı, s.99-132.

Algül, F. (2016), **Topluluk Medyası: “Nor Radyo” Örneği**, İstanbul: Pales.

Atton, C. (2002), **Alternative Media**, London: SAGE.

Azak, U. (2013), “İslami Radyolar ve Türbanlı Spikerler”. **İslamın Yeni Kamusal Yüzleri**, Nilüfer Göle, İstanbul: Metis, s.93-108.

Aziz, A. (1971), “Yurdumuzda TRT Dışındaki Yayın Durumu”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 26(4), s.113-137, DOI: 10.1501/SBFder_0000001282.

Bahadıroğlu, M. (2011), **Hangi TV Hangi Cemaatin?**, <http://www.dunyabizim.com/mercek-alti/6743/hangi-tv-hangi-cemaatin> 20 Ocak 2016 tarihinde erişildi.

Baydar, M.Ç. (1994), **İslâm ve Radyo Televizyon**, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

Bedir, Ş.F. (2013), “Reformasyon’dan Günümüze Evanjelik Hristiyanlık”, **Birey ve Toplum**, 3(2), s.73-97.

Bildirici F. (1997), “Bu radyoları mı istedik?”, <http://www.hurriyet.com.tr/bu-radyolari-mi-istedik-39268798> 10 Temmuz 2016 tarihinde erişildi.

Bilgili, A. (2006), **The Re-Organization of The Main Islamic Communities in Turkey, in The Post 1980 Coup Era**, Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış YL Tezi.

Brecht, B. (2012), **Sinema ve Radyo Üzerine**, (Çev.) Süheyla Kaya, İstanbul: Agora Kitaplığı.

Briggs, A. (1979), **The History of Broadcasting in The United Kingdom Volume IV: Sound and Vision**, NY: Oxford University Press.

Briggs, A. (1995), **The History of Broadcasting in the United Kingdom Volume II: The Golden Age of Wireless**, NY: Oxford University Press.

Cammaerts, B. (2009), “Community Radio in the West: A Legacy of Struggle for Survival in a State and Capitalist Controlled Media Environment”. **The International Communication Gazette**, 1748-0485, 71(8), s.635-654, DOI: 10.1177/1748048509345057.

Cankaya, Ö. (1997), **Dünden Bugüne Radyo Televizyon: Türkiye’de Radyo-Televizyonun Gelişim Süreci**, İstanbul: Beta.

Cankaya, Ö. (2003), **Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT (1927-2000)** İstanbul: YKY.

Cankaya, Ö., Güney, H.S., Köksalan M.E. (2006), “Hollanda’da Türkçe Yerel Radyolar: Topluluk İletişimi mi, Etnik Pazar mı?”, **İletişim: Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**, 5, Kış, s.9-45.

Çaplı, B. (2001), **Televizyon ve Siyasal Sistem**, Ankara: İmge.

Çaplı, B. (2008), **Fili Tarif Etmek: Özel Televizyona Beş Kala**, Ankara: İmge.

Carpentier, N., Scifo, S. (2010), “Introduction: Community Media’s Long March”, **Telematics and Informatics**, 27, s.115-118.

Carpentier, N. (2014), “Küre-yerelleşmenin Ayna Görüntüsü Olarak Yerel Ötesi ve Topluluk Medyası Yerel Ötesiciliği”, **Kendi Medyanı Yarat: Alternatif Medya- Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler II**, (Der.) Berrin Yanıkkaya, Barış Çoban, İstanbul: Kalkedon.

CMFE, (2012), **Community Radio/Television Stations in Europe**, https://docs.google.com/spreadsheet/pub?key=0AvZa5iTe_EmWdGNiRFhqRnJaa2c

3NXRhNXpSZUhkQmc&single=true&gid=0&output=html adresinden 29 Haziran 2016 tarihinde erişildi.

CMFE (2013), **Significant Community Media Funding in Denmark**, <http://cmfe.eu/?p=806> adresinden 29 Haziran 2016 tarihinde erişildi.

Committee of Ministers of the Council of Europe, (2009), **Declaration of the Committee of Ministers on the Role of Community Media in Promoting Social Cohesion and Intercultural Dialogue**, http://www.connexx-av.de/upload/m49a288b318ab_0_verweis1.pdf adresinden 29 Haziran 2016 tarihinde erişildi.

Cooper, M., Macaulay, K. (2015), “Contemporary Christian Radio in Britain: A New Genre on the National Dial”, **Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media**, 13(1-2), s.75-87.

Coyer, K. (2006), “Community Radio Licensing and Policy”, **Global Media and Communication**, 2(1), s.129-134.

CRFC, **About the Fund/ Members**, <http://www.crfc-fcrc.ca/en/about-the-fund/members> adresinden 29 Haziran 2016 tarihinde erişildi.

Crisell, A. (1994), **Understanding the Radio**, 2nd Edition, London: Routledge.

Crisell, A. (2002), **An Introductory History of British Broadcasting**, 2nd Edition, London: Routledge.

Delorme, M. (1992), “Topluluk Radyosu”, **Medya Dünyası**, (Der.) J. Marie Charon, İstanbul: İletişim.

Douglas, S.J. (2010), “Radyonun İlk Yılları”, **İletişim Tarihi: Teknoloji/ Kültür/ Toplum**, (Ed.) David Crowley, Paul Heyer, (Çev.) Berkay Ersöz, Ankara: Phoenix.

Durmuş, N. (2011), **Türkiye’nin Kültürel (İslami) Radyolar Tarihi**, <http://www.nurdaldurmus.com/turkiye%E2%80%99nin-kulturel-islami-radyolar-tarihi-i/> adresinden 3 Mart 2016 tarihinde erişildi.

Dursun, Ç. (2003), “Türk-İslam Sentezi İdeolojisi ve Öznesi”, **Doğu-Batı**, 25, s.59-82.

Fraser, C., Restrepo Estrada, S. (2001), **Community Radio Handbook**, UNESCO.

Geray, H. (2003), **İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Ankara: Ütopya.

Gibson, G.H. (1997), **Public Broadcasting: The Role of The Federal Government**, New York: Praeger.

Girard, B. (2007), **Empowering Radio**, Washington: World Bank Institute.

Bailey G.O., Cammaerts, B., Carpentier, N. (2015), **Alternatif Medyayı Anlamak**. (Çev.) Çiğdem Öztürk, İstanbul: Kafka.

Güler, B. (2014), “İslamcılık: Uluslararası Bir Ufuk Taraması”.
Neoliberalizm, İslamcı Sermayenin Yükselişi ve AKP, (Der.) Neşecan Balkan,
Erol Balkan, Ahmet Öncü, İstanbul: Yordam Kitap, s.19-51.

Hadden, J.K., (1987), “Religious Broadcasting and Mobilization of The New
Christian Right” **Journal for the Scientific Study of Religion**, 26(1), s.1-24.

Hallett, L., Hintz, A. (2010), “Digital Broadcasting – Challenges and
Opportunities for European Community Radio Broadcasters”, **Telematics and
Informatics**, 27, s.151-161, DOI: 10.1016/j.tele.2009.06.005.

Hangen, T.J. (2002), **Redeeming the Dial: Radio, Religion and Popular
Culture In America**, Chapel Hill and London: The University of North Carolina
Press.

Hangen, T.J. (2008), “Speaking of God, Listening for Grace: Christian Radio
and Its Audiences”, **Radio Cultures: The Sound Medium in Amerikan Life**, (Ed.)
Michael C. Keith, New York: Peter Lang Publishing.

Harvey, D. (2014), **Postmodernliğin Durumu**, (Çev.) Sungur Savran,
İstanbul: Metis.

Harvey, D. (2015), **Neoliberalizmin Kısa Tarihi**, (Çev.) Aylin Onacak,
İstanbul: Sel.

Howley, K. (2005), **Community Media: People, Places, and
Communication Technologies**, Cambridge: Cambridge University Press.

Humphreys, P.J. (1996), **Mass Media and Media Policy in western Europe**, Manchester: Manchester University Press.

İlaslan, S. (2014), “Türkiye’de Radyonun Unutulan Sesleri: 1945-1980 Arasında Devlet Radyoları Dışında”, **Akdeniz İletişim Dergisi**, 21, s.118-142.

Kasım, M. (2009), “Türkiye’de Özel/Tecimsel Radyo Yayıncılığının Gelişim Süreci ve Konya’daki Tecimsel Radyolar Üzerine Bir İnceleme”. **Selçuk İletişim**, 5(4), s.118-135.

Kay, W.K. (2009), “Pentecostalism and Religious Broadcasting, **Journal of Beliefs & Values: Studies in Religion & Education**, S.30(3), s.245-254.

Kejanlıoğlu, B.D. (2005a), “Medya-Toplum İlişkisi ve Küreselleşmenin Yerel Medyaya Sunduğu Olanaklar”, **Medya ve Toplum**, (Der.) Sevdâ Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı, s.81-98.

Kejanlıoğlu, B.D. (2005b), “Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Siyaseti”, **Radyo ve Radyoculuk**, (Der.) Sevdâ Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı, s.145-176.

Kocabaşoğlu, U. (2010), **Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna: TRT Öncesi Dönemde Radyonun Tarihsel Gelişimi ve Türk Siyasal Hayatı İçindeki Yeri**, İstanbul: İletişim.

Lazarsfeld, P.F., Kendall, P.L. (1948), **Radio Listening in America: The People Look at Radio**, New York: Prentice-Hall.

Lewis, P.M., Booth, J. (1989), **The Invisible Medium: Public, Commercial and Community Radio**, London: Macmillan.

Lochte, B. (2008), “Christian Radio in a New Millenium”, **Journal of Radio & Audio Media**, 15 (1), s.59-75.

Manaz, A. (2005), **Dünyada ve Türkiye’de Siyasal İslamcılık**, Ankara: Ayraç.

McChesney, R.W. (2008), “The battle for the US airwaves 1928-1935”, **The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas**, New York: Monthly Review Pres, s.157-180.

Mendel, T. (2013), **Tuning Into Development: International Comparative Survey of Community Broadcasting Regulation**, UNESCO.

Mert, N. (2005), “Türkiye İslamcılığına Tarihsel Bir Bakış”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Cilt: 6 İslamcılık**, (Der.) Tanıl Bora, Murat Gültekingil, İstanbul: İletişim, s.411-419.

Mert, N. (2007), **Merkez Sağın Kısa Tarihi**, İstanbul: Selis.

Morley, D., Robind, K. (1997), **Kimlik Mekânları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar**, (Çev.) Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı.

Narmanlıoğlu, H. (2014), “Tarikat ve Cemaatlerin Alternatif Medya Stratejileri”, **Medya ve Din**, (Der.) Mete Çamdereli, Betül Önay Doğan ve Nihal Kocabay Şener, İstanbul: Köprü Kitapları, s.165-203.

Neuendorf, K.A., Kalis, P., Abelman, R.I. (1987), “The History and Social Impact of Religious Broadcasting”, **Mass Communication and Society Division**’da sunulmuş bildiri. San Antonio, Texas.

Nissim, G. (1991), “The French Churches in Public Broadcasting”, **Opportunities and Limitations in Religious Broadcasting**, (Ed.) Peter Elvy, UK: Centre for Theology and Public Issues.

Oğurlu, A., Öncü, A. (2014), “Türkiye Egemen Sınıfında Laik/İslami Hizipleşmesi ve Medya”. **Neoliberalizm, İslamcı Sermayenin Yükselişi ve AKP**, (Der.) Neşecan Balkan, Erol Balkan, Ahmet Öncü, İstanbul: Yordam Kitap, s.383-407.

OFCOM, **Guidance for Religious Bodies**, <http://licensing.ofcom.org.uk/tv-broadcast-licences/other-issues/religious-guidance> 28 Nisan 2016 tarihinde erişildi.

OFCOM, **A Guide to Community Radio**, <http://consumers.ofcom.org.uk/tv-radio/radio/a-guide-to-community-radio/> 28 Nisan 2016 tarihinde erişildi.

OFCOM (2012), **200 Community Radio Stations Now On Air**, <http://consumers.ofcom.org.uk/tv-radio/radio/200-community-radio-stations-now-on-air/> 28 Nisan 2016 tarihinde erişildi.

OFCOM (2016), **Community Radio Stations**, <http://www.ofcom.org.uk/static/radiolicensing/html/radio-stations/community/community-main.htm#Content> 12 Temmuz 2016 tarihinde erişildi.

OFCOM (2016), **The Ofcom Broadcasting Code Section Four: Religion**, <http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/broadcast-codes/broadcast-code/religion/> 28 Nisan 2016 tarihinde erişildi.

Önder, İ. (2002), **Türkiye’de Yerel Yayıncılık ve Demokrasi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış YL Tezi.

Pastrana, D. (2013), **Mexico’s Community Radio Stations Fight for Survival and Recognition**, <http://www.ipsnews.net/2013/05/mexicos-community-radio-stations-fight-for-survival-and-recognition/> erişim tarihi: 2 Temmuz 2016.

Pinseler, J. (2008), “The Politics of Talk on German Free Radio Stations”, **Westminster Papers in Communications and Culture**, 5(1). s.67-85, DOI: <http://doi.org/10.16997/wpcc.51>

Radio-Locator, **Find a Radio Station: Advanced Search Form**, <http://radio-locator.com/cgi-bin/finder> adresinden 10 Temmuz 2016 tarihinde erişildi.

RATEM (2016), **2015 Yılı Verileriyle Türkiye Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu**, İstanbul.

Savran, S. (2014), “İslamcılık, AKP, Burjuvazinin İç Savaşı”, **Neoliberalizm, İslamcı Sermayenin Yükselişi ve AKP**, (Der.) Neşecan Balkan, Erol Balkan, Ahmet Öncü, İstanbul: Yordam Kitap, s. 53-142.

Scannell, P. (1990), “Public Service Broadcasting: The History of a Concept”, **Understanding Television**, (Ed.) Andrew Goodwin ve Garry Whannel, London, NY: Routledge, s.11-29.

Schultze, Q.J. (1988), “Evangelical Radio and The Rise of The Electronic Church: 1921-1948”, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 32(3), s.289-306.

Siegel, P.N. (2014), **Dünya Dinleri ve İktidar**, (Çev.) Selin Dingiloğlu, İstanbul: Yordam Kitap.

Siemering, W. (2000), “Radio, Democracy and Development: Evolving Models of Community Radio”, **Journal of Radio Studies**, 7(2), s.373-378, DOI: 10.1207/s15506843jrs0702_10.

Soydan, E. (1998), **Dünyada ve Türkiye’de Alternatif Radyo Yayıncılığı**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Stavitsky, A.G. (1994), “The Changing Conception of Localism in U.S. Public Radio”, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 38, s.19-33.

Subaşı, N. (2005), “1960 Öncesi İslamî Neşriyat: Sindirilme, Tahayyül ve Tefekkür”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Cilt 6: İslamcılık**, (Der.) Tanıl Bora ve Murat Gültekingil, İstanbul: İletişim Yayınları, s.217-235.

Şentürk, H. (2011), **Türkiye’de İslami Oluşumlar ve Siyaset: İslamcılık**, İstanbul: Çıra.

Tabing, L. (2002), **How To Do Community Radio**, UNESCO.

Taslaman, C. (2011), **Küreselleşme Sürecinde Türkiye’de İslam**, İstanbul: İstanbul Yayınevi.

Taşkın, Y. (2006), “Muhafazakâr Bir Proje Olarak Türk-İslam Sentezi”.
Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Cilt:5 Muhafazakârlık, (Der.) Tanıl Bora,
Murat Gültekingil, İstanbul: İletişim, s.381-401.

Thompson, J.B. (2008), **Medya ve Modernite**, (Çev.) Serdar Öztürk,
İstanbul: Kırmızı.

Timisi, N. (1990), “Avrupa’da Radyo Yayıncılığında Yerelleşme ve
Türkiye”, **Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1989-1990**, s.
321-331.

Timisi, N. (1997), “Dünyada Yerel Medya Sistemleri ve Örnekleri”, **Ankara
Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1997-1998**, Ankara: Ankara Üniversitesi
Basımevi, s.1-30.

Timisi-Nalçaoğlu, N. (2005), “Küresel İletişim Ortamı ve Yerel Radyolar”,
Radyo ve Radyoculuk, (Der.) Sevdâ Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı, s.63-85.

Topuz, H. (1990), (Ed.), **Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni: Özgür,
Özerk ve Çoğulcu Bir Alternatif**, İLAD: İstanbul.

Tortop, N. (1982), “Yerel Radyo ve Televizyon”, **İletişim 1982/4**, Ankara:
Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Basımevi, s.87-96.

TUAD, **Infografi ile SES 2012**, http://tuad.org.tr/upload/dosyalar/SES_2012-Info_Grafik.jpg 30 Nisan 2016 tarihinde erişildi.

UNESCO Institute For Statistic, (2013), **The Media Landscape in 54 Countries**, <http://www.uis.unesco.org/Communication/Documents/Media-statistics-pilot-survey-country-profiles.pdf> adresinden 29 Haziran 2016 tarihinde erişildi.

UNESCO Institute For Statistic, (2005), **Global Media Survey: Broadcast Institutions and Channels**, <http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?queryid=233> adresinden 29 Haziran 2016 tarihinde erişildi.

Vatikiotis, P. (2014), “İletişim Kuramı ve Alternatif Medya”, **Kendi Medyanı Yarat: Alternatif Medya- Kavramlar, Tartışmalar Örnekler I**, (Der.) Berrin Yanıkkaya, Barış Çoban, İstanbul: Kalkedon.

Viney, R. (1999), “Religious Broadcasting on UK Television: Policy, Public Perception and Programmes”, **Cultural Trends**, 9:36, s.1-28, DOI:10.1080/09548969909365097.

Velics, G., Doliwa, U. (2015), “Voice of the Church: A Debate About Religious Radio Stations as Community Broadcasters”, **Media and Communication**, 3(4), s.76-90, Doi: 10.17645/mac.v3i4.344.

Ward, M. (2012), “Consolidating The Gospel: The Impact of The 1996 Telecommunications Act on Religious Radio Ownership”, **Journal of Media and Religion**, 11(1), s.11-30.

Ward, M. (2014), “Give The Winds A Mighty Voice: Evangelical Culture as Radio Ecology”, **Journal of Radio & Audio Media**, 31(1), London: Routledge, s.115-133.

Yaşar, M.E. (2004), “Dergâhtan Parti’ye, Vakıf’tan Şirkete Bir Kimliğin Oluşumu ve Dönüşümü: İskenderpaşa Cemaati”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Cilt:6 İslamcılık**, (Der.) Tanıl Bora, Murat Gültekingil, İstanbul: İletişim, s. 323-340.

Yavuz, M.H. (2004), “Bediüzzaman Said Nursi ve Nurculuk”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Cilt:6 İslamcılık**, (Der.) Tanıl Bora, Murat Gültekingil, İstanbul: İletişim, s. 264-294.

Yavuz, M.H., (2004), “Neo-Nurcular: Gülen Hareketi”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Cilt:6 İslamcılık**, (Der.) Tanıl Bora, Murat Gültekingil, İstanbul: İletişim, s. 295-307.

Yücekök, A. (1971), **Türkiye’de Örgütlenmiş Dinin Sosyo-Ekonomik Tabanı**, Ankara: Sevinç Matbaası.

EK 1**Türkiye’de Yayın Yapan Dini Radyolar**

ADI	R3	R2	R1		SAHİPLİK
1. AKRA FM			X	İST.	AKRA TELEVİZYON HABERCİLİK VE ...
2. MORAL FM			X	İST.	YAYIN TEKNOLOJİLERİ VE REKLAMC...
3. BURÇ FM			X	İST.	SAMANYOLU YAYINCILIK HİZMETLER...
4. SEMERKAND RADYO			X	İST.	SEMERKAND RADYO VE TELEVİZYON ..
5. RADYO MEHTAP			X	İST.	DÜNYA RADYO YAYINCILIK A.Ş...
6. BAYRAM FM			X	İST.	PENDİK PRODÜKSİYON VE RADYO T...
7. RADYO CİHAN			X	İST.	IRMAK RADYO VE TELEVİZYON HİZM..
8. RAVZA FM			X	İST.	SÜPER ŞOV GAZETE RADYO TV YAYI..
9. RADYO LIGHT	X			İST.	JEST FM RADYO KLÜP YAYINCILIK ...
10. ERKAM RADYO	X			İST.	MODA RADYO VE TELEVİZYON YAYIN...
11. BİZİM RADYO	X			İST.	BİZİM FM RADYO YAYINCILIK VE R..
12. LALEGÜL FM		X		İST.	BİRİNCİ RADYO TELEVİZYON YAYIN...
13. RADYO NUR	X			İST.	GÜN RADYO VE TELEVİZYON YAYINC
14. SEYR FM	X			İST.	SİMGE RADYOCULUK

					YAY. VE TİC.A..
15. ÖZEL FM	X			İST.	İSTANBUL GÜNEŞ RADYO PRG. ÜRT
16. DOLUNAY FM	X			İST.	İSTANBUL DOLUNAY RADYO TV YAYI
17. HAK MESAJ		X		KOC.	HAK MESAJ RD YAPIMI VE YAY. A...
18. RADYO GÜL	X			KOC.	GEBZE STAR RADYO YAY.REK.TİC.A..
19. AVRUPA TÜRK(GONCA)		X		KOC.	FİĞÜR YAYINCILIK A.Ş....
20. ANADOLU FM	X			KOC.	FİLİZ FİDAN YAY.TİC SAN.A.Ş....
21. CUMA RADYO	X			YAL.	MELODİ TELEVİZYON YAYINCILIK A...
22. RADYO HEDEF	X			ANK.	HEDEF BASIN YAYIN FİLMCİLİK VE TİCARET A.Ş
23. DENGE FM	X			ANK.	YURT RADYO TELEVİZYON YAYINCIL.
24. RADYO SHEMA	X			ANK.	KURTULUŞ RADYO TELEVİZYON VE O...
25. RADYO SES	X			ANK.	KANAL BEYAZ TELEVİZYON RADYO Y...
26. DOST FM	X			ANK.	ANKARA İLETİŞİM HİZMETLERİ
27. RADYO ANKARA	X			ANK.	ORKUN RADYO TELEVİZYON YAYINCI...
28. RİBAT FM		X		KON.	RİBAT RADYO TV VE YAYINCILIK A...
29. RADYO EN	X			KON.	AHU RADYO TV YAYINCILIĞI A.Ş....
30. KONYA FM	X			KON.	KONYA FM RADYO

					TELEVİZYON A.Ş
31. GÖZYAŞI FM	X			KON.	DEĞİŞİM RADYO VE TELEVİZYON YA..
32. İSRA FM	X			KON.	SEZGİ RADYO TV.YAY.A.Ş....
33. RADYO GENÇLİK	X			KON.	GENÇLİK YAYIMCILIK SANAYİ VE T.
34. SELAM RADYO	X			KON.	AYŞEM RADYO VE TELEVİZYON YAYI..
35. ENDERUN FM		X		NEV.	NEVŞEHİR ANADOLU RADYO TV A.Ş....
36. ŞAFAK RADYO	X			KAY.	ŞAFAK RADYO YAYINCILIĞI A.Ş....
37. BİRLİK FM	X			KAY.	KAYSERİ BİRLİK RADYO YAYINCILI
38. FURKAN RADYO	X			KAY.	FURKAN RADYO TV YAY.TİC.A.Ş....
39. RADYO GÜNEŞ	X			SİV.	İÇ ANADOLU RADYO VE TEL...
40. RADYO HİLAL		X		SİV.	ERKAM GENÇLİK İLETİŞ.HİZ.TİC.V.. .
41. ANADOLU FM	X			KIRI.	MANAR MESAJ RADYO REKLAMCILIK ...
42. HAK RADYO	X			KIRŞ.	KIRŞEHİRİN SESİ İLETİŞİM YAYIN...
43. RD NUR	X			KIRŞ.	SELAM RADYO İLETİŞİM VE YAYINC...
44. UMUT FM	X			NİĞ.	NURT NİĞDE UMUT RADYO TV YAYIN...
45. RAHMET FM	X			BUR.	BULVAR RADYO TELEVİZYON REKLAM...
46. RADYO DAVET	X			BUR.	M.M.A RADYO TELEVİZYON VE YAY...
47. GÜL FM	X			BUR.	KAPTAN-RA

					TELEVİZYON REKLAMCIL...
48. RADYO ÇINAR	X			BUR.	BİZİM ÇAĞRI İLETİŞİM RADYO TEL...
49. HİLAL YILDIZ FM	X			İZM.	YILDIZ ÖZEL RADYO YAYINCILIK Y..
50. ENGİN FM	X			KÜT.	KÜTAHYA HİLAL RADYO VE REKLAM ...
51. BİZİM İLLER RD	X			DEN.	BİZİM İLLER RADYO A.Ş.
52. DAVET RADYO	X			G.AN	ÇAĞDAŞ AJANS YAYIN.VE REK. SAN...
53. KERVAN FM	X			G.AN	KERVAN RADYO YAYINCILIK A.Ş....
54. RADYO İHYA	X			G.AN	İHYA RADYO TELEVİZYON YAYINCIL...
55. RADYO HAYAT	X			ADA.	HAYAT MEDYA YAPIM SANAYİ TİCAR.
56. VUSLAT FM	X			ADA.	RADYO KENT VE REKLAM VE YAYINC..
57. RADYO DİLARA	X			ANT.	ANTALYA SET RADYO TELEVİZYON R...
58. RADYO MERCAN	X			ANT.	MERCAN RADYO VE TELEVİZYON A.Ş...
59. TULU RADYO	X			ANT.	TULU RADYO TELEVİZYON VE REK.H..
60. RADYO MEGA	X			Ş.UR.	MİPAŞ MEGA İLETİŞİM VE PRODÜKS...
61. BİNGÖL FM	X			BİN.	BİNGÖL BASIN YAYIN TİC. A.Ş....
62. CEMRE FM	X			MAR.	MİYAŞ MARDİN İLETİŞİM VE YAYIN...
63. ÇAĞRI FM	X			DİY.	REHBER RADYO TELEVİZYON A.Ş.

					...
64. NUR FM	X			DİY.	GÜVEN RADYO TV YAY.VE ORG.A.Ş....
65. SELAM 21	X			DİY.	BUDAK DEĞİŞİM RADYO PROG. REK..
66. MALATYA RADYO HUZUR	X			MAL.	MECİTOĞLU GAZETE RADYO TELEVİZ...
67. RD SELAM	X			MAL.	SELAM İLETİŞİM AJANSI A.Ş....
68. NUR FM	X			MAL.	BAŞARAN BEYDAĞI MEDYA BASIN YA...
69. RADYO NİDA	X			MAL.	İRT İLETİŞİM RD.TV AJANS VE PA...
70. GENÇLİK FM	X			BAT.	BATMAN GENÇLİK FM RADYO İŞL. S...
71. RD DİLARA	X			ISP.	DİLARA BASIN VE YAY.TİC.VE SAN...
72. ARKADAŞ FM	X			ISP.	ARKADAŞ RADYO YAYINCILIK A.Ş....
73. RADYO NET	X			ISP.	TAŞPINAR ENERJİ FM RADYOCULUK ...
74. TARSUS SÜPER FM	X			MER.	YEMLİHA RD TV YAY. İLET. REK. ...
75. HATAY FM	X			HAT.	VİVALDİ RADYO TV YAYINCILIK VE...
76. RADYO İHSAN	X			OSM.	İHSAN RADYO TV YAY. SAN. TİC. ...
77. GÖNÜL FM	X			K.MA	KAHRAMANMAR AŞ FURKAN RD TV İLE..
78. RADYO DADAŞ	X			ERZ.	DADAŞ MEDYA İLETİŞİM REKLAM A....
79. BOTAN FM	X			Sİİ.	SİİRT METROPOL RD VE TV

					YAYINL...
80. BOTAN FM	X			Siİ.	SiİRT METROPOL RD VE TV YAYINL.
81. SERHAD FM	X			VAN	TUŞBA İLETİŞİM YAYINCILIK A.Ş....
82. ÇAĞRI FM	X			ÇOR.	ÇAĞRI YAYINCILIK VE REK.SAN.VE...
83. BAYRAK FM	X			TRA.	BAYRAK TRABZON RADYO VE TV YAY.



EK 2

Dini Radyoların Diğer Faaliyet Alanları

Radyo Adı	Diğer Yayınları	İlişkili Kurumlar
Radyo Denge	İslam ve Hayat haber sitesi	İlmi ve Kültürel Araştırmalar Vakfı (İLKAV)
Dost FM	Dost TV	Dost Koleji, Dost Vakfı
Radyo Ses	Beyaz Radyo	-
Lalegül FM	Lalegül Dergi, Lalegül TV	Lalegül Kitabevi, Lalegül Çarşı, Vuslat Derneği, Uluslararası Vuslat Platformu
Bizim Radyo	Yeni Asya gazetesi, Genç Yazım, Sentez Haber, Can Kardeş, Köprü ve Bizim Aile dergileri	Risale-i Nur Enstitüsü
Seyr FM	Yeni Dünya dergisi	Safa Vakfı, Mavi Yayıncılık
Ribat FM, Radyo EN, Selam Radyo, Gözyaşı FM	Ribat Dergisi	Ribat Eğitim Vakfı, Lale Eğitim Kurumları, Ribat Aşevi, Çağdaş Aile Derneği, İnsan Hakları ve Özgürleri Derneği, Gökkuşakı Kuran Kursu, Suffe Ve Gökkuşakı İslam Akademileri
Moral FM	Moral Dünyası, Nesil Çocuk, Genç Nesil	Nesil Yayıncılık, Söz Basım Yayın

	dergileri	
Özel FM	Vuslat dergisi, Hikmet FM, İrşad FM, Rahmet FM, Risale FM, Yurt FM, Muvahhid TV	Kuran'a Hizmet Vakfı, Vuslat Çocuk Kulübü
Radyo Gençlik	AGD TV, Anadolu Gençlik dergisi	Anadolu Gençlik Derneği
Semer kand Radyo	Semer kand TV, Semer kand Aile, Genç Okur ve Semer kand dergileri, Ser Haber	Semer kand Yayınevi, Hâcegân Yayınevi, Eşik Yayınevi, Şadırvan Yayınevi, Mostar Yayınevi, Haşemi Yayınevi, Mavi Uçurtma Yayınevi, Semer kand Çocuk Yayınevi, Fidan Yayınevi. Pozitif Dağıtım, Vefa İnsan Kaynakları, Emsey Bilişim, Himnet, Erol Medien ve Sempa şirket grupları.
Erkam Radyo	Erkam TV (test),	Aziz Mahmud Hüdâyi Vakfı
Bayram FM	Kanal TEK, Asu TV, Yasin TV, Tavaş FM	Erboy Bilgisayar Eğitim Hizmetleri Sanayi Tic. Ltd. Şirketi
Akra FM	İslam, İlim ve Sanat, Kadın ve Aile dergileri	Asfa Eğitim Kurumları (Çocuk Kulübü, Anaokul, İlk ve Ortaokul, Lise, Spor ve Kültür Merkezi), Server Yayıncılık, Seyran Turizm,

		Necat İnşaat, Vera İç ve Dış Ticaret (Server Holding bünyesinde). M. Es'ad Coşan Araştırma ve Eğitim Merkezi, MEC Vakfı,
Burç FM, Radyo Mehtap	STV, Samanyolu Haber, Samanyolu Haber Radyo, Can Erzincan TV, Kanal 124, Yumurcak TV, Hira TV, MC TV, Dünya TV, Kanal Türk, Bugün TV, Mehtap TV, Berfin FM, Kanal Türk Radyo, Burç FM, Samanyolu Haber Radyosu, Radyo Mehtap, Haber Radyo Ege, Dünya Radyo, Radyo Küre, Merkür TV, Esra Radyo, Tuna Shopping TV, Samanyolu Haber Radyo Anadolu.	Bank Asya, Samanyolu Pazarlama, Işık Sigorta, Fırat Eğitim Merkezi (FEM)
Radyo Cihan	Zaman, Meydan, Today's Zaman gazeteleri, Aksiyon dergisi, Irmak TV, Cihan	Zaman Kitap, Cihan Medya Dağıtım

	Haber Ajansı	
Konya FM	Konspor ve Yeni Konya gazeteleri, KonHaber internet gazetesi, Kon TV, Belge haber sitesi, Kanalon.tv	Anmeg Vakfı, Mirajans



EK 3

Tez Görüşmesi Soru Formu

1. Kısaca kendinizi tanıtır mısınız?
2. Radyonun kuruluşu ne zaman ve nasıl gerçekleşti?
3. Radyonun kurulmasında görev alan kişilerin sosyo-ekonomik durumları nedir?
4. Radyonun günümüze kadar geçirdiği aşamalar, yaşadığı gelişmeler nedir?
5. Radyonun kuruluşundaki amaç neydi?
6. Radyonun hedef kitlesi nedir?
7. Radyonun yayın ilkeleri nedir?
8. Radyonun teknik bilgileri nedir?
9. Radyoda programcı ve teknik eleman olarak kaç çalışan bulunmaktadır?
10. Programcılar ve teknik elemanlar büyük oranda hangi yollar ile çalışmaya başlamaktadır?
11. Radyo nasıl yönetilmektedir?
12. Yayın içeriğinde ağırlıklı olarak hangi programlar yer almaktadır (haber, sohbet, müzik, drama gibi)?
13. Radyoda yayınlanacak programlar nasıl bir karar mekanizmasından geçmektedir?
14. Programlar yayın öncesi ve sonrası nasıl denetlenmektedir?
15. Dinleyici programların akışına ve radyoya nasıl katkıda bulunabiliyor, nasıl katılım sağlıyor?
16. Dinlenme oranınızı nasıl takip ediyorsunuz, yüksek reyting sizin için nasıl bir önem taşıyor?

17. Radyonun gelirleri nelerdir (reklam, bağış, organizasyon gelirleri vs gibi) ve gelirler içindeki ağırlıkları nelerdir?
18. Yaptığınız yayıncılığı nasıl tanımlamayı (dini, tematik, eğitici, topluluk, alternatif radyo vs.) tercih edersiniz ve radyonuzu tanımlamak için “dini radyo” kavramının kullanılmasını nasıl karşılırsınız?
19. Radyonun sizin için önemini nasıl açıklarsınız?
20. Sosyal medyada hesaplarınız ve bir stratejiniz var mı? Varsa hesaplar kim tarafından yönetiliyor?
21. Frekans tahsisi çalışmaları ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Düzenlenmesini istiyor musunuz?
22. Radyo olarak üye olduğunuz yayıncılık ile ilgili birlik, dernek vs. var mı?
23. RTÜK tarafından denetleme görüyor musunuz?
24. Radyonun RTÜK ile iletişim kurduğu konular nelerdir?
25. RTÜK’ün düzenleyici bir kuruluş olarak yayıncılar için ne gibi düzenlemeler yapmasını istersiniz?
26. Reklam almak için bir reklam ajansı ile çalışıyor musunuz? Evet ise hangi ajans ve reklam almak dışında reklam vermek gibi bir ilişkiniz de var mı ajansla? Reklamın saniyesini ne kadardan alıyorsunuz?
27. Aynı temada yayın yapan pek çok radyodan farkınızın ne olduğunu düşünüyorsunuz?
28. Radyo yayıncılığı yapmanın aylık olarak maliyeti kaç bin TL’dir?

ÖZET

Bu tez, Türkiye’deki dini radyoların yapısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Dini radyoların diğer radyolardan hangi yönlerden farklılaştığı sorusundan hareketle Ankara, İstanbul ve Konya’da yayın yapan dini radyo yönetici ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca çalışma, dini içerikli yayın yapan radyoların nasıl sınıflandırılması gerektiği yönündeki tartışmalara alternatif, yerel ve topluluk radyolarının gelişiminin aktarılması ve bu görüşmelerde elde edilen verilerin yorumlanmasıyla katkı sunmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda dini radyoların içeriden ve dışarıdan nasıl tanımlandıkları; idari, mali ve teknik yapıları; programcılık anlayışları ile dinleyicilerle kurulan ilişki tarif edilmektedir.

ABSTRACT

This thesis aims to reveal the structure of the religious radio in Turkey. Based on the question how religious radio differs from other radio station, religious radio broadcasting executives were interviewed face to face in Ankara, Istanbul and Konya. Also this study aims to contribute the discussion on how religious radio can classify, by the means of citing the development of alternative, local and community radio and analysing the data acquired in these interviews. In this context, how the religious radios are defined by inside and outside of the community; administrative, financial and technical structures; programming approach and relationships with listeners are described.