

T.C
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLAHİYAT ANABİLİM DALI
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ BİLİM DALI

170443

İLETİŞİM ARAÇLARI VE DİNİ HAYAT
(İNTERNET ÖRNEĞİ)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Recep VARDİ

Danışman:Doç.Dr.M.TAYFUN AMMAN

İSTANBUL, 2003

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ŞEKİL LİSTESİ.....	V
KISALTMALAR.....	VII
1. GİRİŞ.....	1
2. İLGİLİ KAVRAMLAR.....	6
2.1 İletişim.....	6
2.2 İletişimin Öğeleri.....	9
2.2.1 Kaynak.....	9
2.2.2 Hedef Kitle.....	9
2.2.3 İleti-Mesaj.....	10
2.3 İletişim Araçları / Kanalları.....	11
2.4 İletişimin İşlevleri.....	12
2.5 İletişim Modelleri.....	13
2.5.1 Aristo Modeli.....	14
2.5.2 Laswell Modeli.....	15
2.5.3 Shannon –Weaver Modeli.....	16
2.5.4 Berlo Modeli.....	18
2.5.5 Newcomb Modeli.....	19
2.5.6 Schramm Modeli.....	21
2.5.7 Gerbner Modeli.....	24
2.5.8 Katz ile Lazarsfeld Modeli.....	27
2.5.9 Westley-MacLean Modeli.....	29
2.5.10 Dance Modeli.....	30
2.5.11 Watzlawick – Beavin – Jakson Modeli.....	31
2.5.12 Becker Modeli.....	31
2.5.13 Andersch – Staats ve Boston Modeli.....	32
2.5.14 Barlund Modeli.....	33
2.5.15 Rogers – Kincaid Modeli.....	34
3. KİTLE İLETİŞİMİ.....	35
3.1 Kitle İletişimi ile İletişim Arasındaki Fark.....	37
3.1.1 Kitle İletişimin Başlıca Özellikleri.....	38
3.1.2 Kitle İletişim Araçları.....	39
3.1.3 Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri.....	40
3.1.4 Kitle İletişimi Öğeleri.....	42

3.1.4.1 Kaynak Olarak Kitle İletişim Kurumları.....	42
3.1.4.2 Yapım Kanalları/ Ürünlerin İşlenişi.....	42
3.1.4.3 İletiler.....	43
3.1.4.4 Hedef Kitle.....	44
3.1.4.5 Etki.....	45
3.2 Kitle İletişimi Modelleri.....	46
3.2.1 White “Gate keeper” (Eşik Bekçisi) Modeli.....	46
3.2.2 Riley ile Riley Kitle İletişimi Modeli(Kitle İletişimine Sosyolojik Yaklaşım).....	47
3.2.3 Galtung ve Ruge’un “Seçici Eşik Bekçiliği” Modeli.....	50
3.2.4 McCombe ile Shaw Gündem Belirleme Modeli.....	52
3.2.5 McQuail Etki Modeli.....	53
3.2.6 Maletzke’nin Kitle İletişim Süreci Modeli.....	56
3.2.7 Rokeach ve Defleur’un Bağımlılık Modeli.....	61
3.2.8 Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi.....	64
3.2.9 Innis ve McLuhan’ın Teknolojik Belirleyicilik Modeli.....	65
3.2.10 Jürgen Habermas: Kamu Alanı.....	66
3.2.11 Baudrillard: Üstgerçekliğin Dünyası.....	67
3.2.12 John Thompson: İletişim Araçları ve Çağcıl Toplum.....	68
3.3 Sosyologların Gözlemlerine Dayanan Kitle İletişimi Kuramları.....	69
3.3.1 Otoriter Kuram.....	70
3.3.2 Liberal (Özgürlükçü) Kuram.....	70
3.3.3 Toplumsal Sorumluluk Kuramı.....	70
3.3.4 Sosyalist (Totaliter) Kuram.....	71
3.3.5 Gelişmeci Kuram.....	71
3.3.6 Demokratik Katılımcı (Çoğulcu) Kuram.....	72
4. DİN.....	72
4.1 Din Kelimesinin Anlamları.....	72
4.2 Dinin İşlevleri.....	77
5. DİN VE İLETİŞİM.....	80
5.1 Dini İletişim Şekilleri.....	81
5.1.1 Yüz Yüze İletişim (Şifahi-Sözel).....	81
5.1.2 Yazılı İletişim.....	83
5.1.3 İşitsel İletişim (Sesli).....	88
5.1.4 Görsel İletişim.....	90

5.1.5 Sanal İletişim (İnternet).....	93
6. İNTERNET VE DİN.....	94
6.1 İnternet	94
6.2 İnternet Kaynakları (Düzenleme Sistemleri).....	96
6.2.1 WWW (World Wide Web)	96
6.2.2 FTP (Dosya Transfer Protokolü).....	97
6.2.3 Elektronik Posta.....	97
6.2.4 News (Haberler).....	98
6.2.5 Discussion Lists (Tartışma Listeleri).....	98
6.2.6 İnternet Relay Chat (IRC).....	99
6.2.7 Telnet.....	99
6.2.8 Kütüphane Katalogları.....	100
6.2.9 Gopher.....	100
6.3 İnternet'in İşlevleri.....	101
6.4 İnternet ve Din.....	101
6.5 İnternette Din.....	105
6.5.1 İnternette Yer Alan Resmi Kuruluşlar.....	105
6.5.1.1 Diyanet İşleri Başkanlığı.....	105
6.5.1.2 İlahiyat Fakülteleri.....	107
6.5.1.3 Müftülükler.....	110
6.5.1.4 İmam Hatip Liseleri.....	110
6.5.2 Özel Kişi ve Kurumlar Tarafından Hazırlanmış Dini İçerikli Web Siteleri.....	111
6.5.2.1 Vakıflar.....	111
6.5.2.2 Yenibosna Kuba Camii.....	113
6.5.2.3 Rize Kalkandere Merkez Eski Camii.....	115
6.5.2.4 İslami Sanat.....	116
6.5.3 İnternette İbadet.....	117
6.5.3.1 Namaz Zamanı.....	117
6.5.3.2 Kurban İbadeti.....	119
6.5.4 Online ihtida.....	121
6.5.5 İslami E-Kartlar.....	121
6.5.6 Elektronik Dergiler.....	122
6.5.7 Elektronik Kitap ve Kütüphaneler.....	123
6.5.8 Chat (Sohbet) Odaları.....	124
6.5.9 Din Anlayışındaki Farklılıklara Dayalı Oluşumlara Ait Web Siteleri	125
6.5.10 Diğer Din ve İnançlara Ait Web Siteleri.....	127

7. SONUÇ	128
EK	133
EK 1. Dini İçerikli Web Siteleri Adresleri.....	134
KAYNAKÇA	150



ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1:Aristo Modeli.....	15
Şekil 2:Laswell Modeli.....	16
Şekil 3: Shannon-Weaver Modeli.....	17
Şekil 4: Berlo Modeli.....	19
Şekil 5:Newcomb Modeli.....	20
Şekil 6: Schramm Modeli 1.....	22
Şekil 7: Schramm Modeli 2.....	23
Şekil 8: Schramm Modeli 3.....	24
Şekil 9: Gerbner Modeli.....	26
Şekil 10: Katz ile Lazarsfeld Modeli.....	27
Şekil 11: Westley - MacLean Modeli.....	29
Şekil 12:Dance Modeli.....	30
Şekil 13: Watzlawick – Beavin – Jakson Modeli.....	31
Şekil 14: Becker Modeli.....	32
Şekil 15: Andersch – Staats - Boston Modeli.....	33
Şekil 16:Barlund Modeli.....	34
Şekil 17:Rogers - Kincaid Modeli.....	34
Şekil 18: White “Gatekeeper” Modeli.....	47
Şekil 19: Riley ile Riley Kitle İletişim Modeli.....	49
Şekil 20: Galtung ve Ruge’un “Seçici Eşik Bekçiliği” Modeli.....	51
Şekil 21: McCombe ile Shaw Gündem Belirleme Modeli.....	52
Şekil 22: McQuail Etki Modeli.....	54
Şekil 23: McQuail Toplu Tepki Modeli.....	55
Şekil 24: McQuail Uzun-Sürelî, Planlı ya da Plansız, Değişiklik Modeli.....	55
Şekil 25: Maletzke’nin Kitle İletişim Süreci Modeli.....	58
Şekil 26: Rokeach ve Defleur’un Bağımlılık Modeli.....	61
Şekil 27:Diyamet İşleri Başkanlığı Web Sayfası.....	106
Şekil 28:Diyamet İşleri Başkanlığı; Kur’an-ı Kerim ve Türkçe Meali Web Sayfası	107
Şekil 29:Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Web Sayfası.....	108
Şekil 30:Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Web Sayfası.....	109
Şekil 31:Kırklareli İmam Hatip Lisesi Web Sayfası.....	110
Şekil 32:Aziz Mahmud Hüdayi Vakfı Web Sayfası.....	112
Şekil 33:Yenibosna Kuba Camii Web Sayfası.....	114
Şekil 34: Rize Kalkandere Merkez Eski Camii Web Sayfası.....	115
Şekil 35: Namaz Zamanı Web Sayfası.....	118

Şekil 36: Alo Kurban Web Sayfası.....	119
Şekil 37: Türk Hava Kurumu Kurban 2003 Web Sayfası.....	120
Şekil 38: Umran Dergisi Web Sayfası.....	122
Şekil 39: İslami Araştırmalar Merkezi Web Sayfası.....	123
Şekil 40: Kitap Yurdu Web Sayfası.....	124
Şekil 41: İzler Forum Web Sayfası.....	125



KISALTMALAR

AÜ : Anadolu Üniversitesi

C : Cilt

CD : Compact Disk

ÇEV : Çeviri

DİB : Diyanet İşleri Başkanlığı

E-MAIL : Elektronik Mail

E-KART : Elektronik Kart

HZ : Hazreti

İÜ : İstanbul Üniversitesi

MÜİF : Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi

TDV : Türkiye Diyanet Vakfı

VB : Ve Benzeri

WWW : World Wide Web

ÖNSÖZ

İletişim, toplumsal kültürün bir parçası ve toplumun gelişim yönündeki hareketinin önemli bir sebebidir. İlk insanla birlikte başlayan iletişim, insanların birbirleriyle sözlü, yazılı, sesli, görüntülü ve sanal araçlarla kurduğu bağla günümüze kadar ulaştı. İletişimle uzaklar yakınlaştı, zaman daraldı ve dünya önce küresel bir köye, sonra da büyülü küçük kutulara sığacak kadar küçüldü.

İnsana ait olan her alanda konuşlanan din, insanlar arası iletişimde ilk günden itibaren söz sahibi oldu. Gelişen ve değişen iletişim araçları da dini öğreti ve mesajları alıcılara iletmek üzere kullanıldı. Günlük yaşamımızda ve kültürümüzde önemli bir yer tutmaya başlayan internet insanların dini inanç ve düşüncelerini de paylaştığı bir alan olmuştur. Hedef kitleye mesajını ulaştırma noktasında din, internetin sunduğu imkanları sonuna kadar kullanmaktadır.

Bu çalışmada dinin iletişim araçları ile olan ilişkisi ve internetin dini öğreti ve iletilerin iletilmesinde kullanılması konu edinilmiştir. Bu çalışmayı sonuçlandırmamda görüşleri ile katkıda bulunan hocam Doç. Dr. M.Tayfun Amman'a, Prof. Dr. Zeki Arslantürk'e ve desteğini esirgemeyen eşim Yasemin'e çok teşekkür eder, çalışmanın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

İstanbul, 2003

Recep VARDİ

1.GİRİŞ

İletişim, toplumsal kültürün bir parçası ve toplumun gelişim yönündeki hareketinin önemli bir sebebidir. Diğer yandan iletişim toplumu ve insanı bütün yönleriyle çepeçevre kuşatan mekanizmalar ağıdır. İlk insanla birlikte başlayan iletişim, insanların birbirleriyle sözlü, yazılı, sesli, görüntülü ve sanal araçlarla kurduğu bağla günümüze kadar ulaştı. İletişimle uzaklar yakınlaştı, zaman daraldı ve dünya önce küresel bir köye, sonra da büyüdü küçük kutulara sığacak kadar küçüldü.

İnsanın varlık sahnesine adım atmasıyla birlikte var olan din; insanı yaratıcısının emir ve yasaklarına uyma, dünya ve ahiret mutluluğuna erme, insani değerleri yüceltme ve toplum yaşamında cemiyetle bütünleşme gibi konularda aydınlatıcı bilgiler sunarak insanın yaşam kılavuzu olmuştur. İnsana ait olan her alanda konuşlanan din, insanlar arası iletişimde ilk günden itibaren söz sahibi oldu. Gelişen ve değişen iletişim araçları da dini öğreti ve mesajları alıcılara iletmek üzere kullanıldı.

Günümüzde, çok hızlı olarak üretilip tüketilen bilgi, insanlar arası iletişimin hızlı ve sağlıklı gerçekleşmesini zorunlu kıldı. Bu amacı karşılamaya yönelik çabalar sonucunda 1980'li yıllar iletişim ve bilgisayar ağları konusunda önemli gelişmelere sahne oldu. 1990'lı yıllara gelindiğinde dünyanın bir ucundan diğer ucuna bilgiler hızlı ve güvenli bir şekilde iletmeye insanlar arasında anlık karşılıklı iletişim kurulmaya başlandı. İnternet de bu gelişmelerle birlikte ortaya çıkan ve günümüzde en yaygın olarak kullanılan bilgisayar ağıdır.

Bugün 10 milyondan fazla bilgisayarın bağlı olduğu internet, günde ortalama 50 milyon kullanıcıya hizmet vermektedir.¹ Bu kullanıcılar, internet aracılığıyla çok büyük sayılarda ve çeşitlilikte yazılımlara, milyonlarca kitap koleksiyonu olan

¹ Cogito 30, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, Aralık 2002, s.173

kütüphanelere, çok hızlı bilgisayarların bulunduğu merkezlere ulaşabilir ve internet üzerindeki tüm noktalarla elektronik posta sayesinde haberleşebilmektedirler.

Günlük yaşamımızda ve kültürümüzde önemli bir yer tutmaya başlayan internet, aynı zamanda insanların dini inanç ve düşüncelerini de paylaştığı bir alan oldu. İnsanlar internet aracılığıyla kutsal gece ve bayramlarda birbirlerine elektronik posta gönderiyor, dini içerikli sayfaları ziyaret ediyor, haftanın hutbesini dinliyor, dini sohbet ve forumlara katılarak düşüncesini ifade ediyor ve dini hayatı ile ilgili örnek uygulamalar hakkında bilgi alışverişinde bulunuyor.

Bu çalışmada dinin iletişim araçları ile olan ilişkisi ve internetin dini öğreti ve iletilerin iletilmesinde kullanılması konu edinilmiştir.

Araştırmanın amacı, genel olarak dinin muhataplarına iletilmesi sırasında kullanılan iletişim araçları ve kullanım alanlarını, özel olarak da günümüz iletişim araçlarından internetin dini iletişimdeki kullanım alanlarını inceleyerek belirlemektir.

Araştırma, konu ile ilgili teorik bilgilerin sunulduğu kaynak taramasını ve internette yer alan dini içerikli sitelerin incelenerek değerlendirilmesini içeren uygulamalı bölümden oluşmaktadır. Teorik kısımda iletişim, kitle iletişimi, din, din ve iletişim ve internet ile ilgili yazılı kaynaklara ulaşılmış, ilgili bilgiler uygun başlıklar altında incelenmiştir. Araştırmanın uygulamalı kısmında dini içerikli Türkçe web siteleri; resmi, özel kurumlar ve kişisel siteler incelenmiştir. Bu inceleme dini içerikli sitelerle ilgili yeterli bir kanaat oluşacak sayıya kadar sürdürülmüştür. Toplam 500 site incelenmiş ve daha sonra incelemeye alınan diğer sitelerde yeni ve farklı bilgilere ulaşılamamıştır. İncelenen internet sitelerinde Türkçe içerik taşımaları, içerdikleri bilgilerin doğruluğu, kaynak eserlerle olan bağlantısı, sunulan bilgilerin tarafsızlığı ve bilginin bütünlüğü esas alınmıştır.

Araştırmamızda, 'İlgili Kavramlar' başlığı altında iletişimin tanımları, öğeleri, işlevleri ve genel olarak iletişim modelleri ele alınmış, kitle iletişiminin tanımları, kitle iletişimi ile iletişim arasındaki fark, kitle iletişiminin başlıca özellikleri, kitle iletişim araçlarının işlevleri, kitle iletişimi öğeleri ve genel olarak kitle iletişim modelleri ve sosyologların gözlemlerine dayanan kitle iletişimi kuramları incelenmiştir. Din kelimesinin anlamları ve dinin işlevi de detaylı olarak ele alınmıştır. 'Din ve İletişim' başlığı altında din ve iletişim arasındaki ilişki, dini iletişim şekillerinden olan, yüz yüze iletişim (şifahi-sözel), yazılı iletişim, işitsel iletişim (sesli), görsel iletişim ve sanal iletişim incelenmiştir.

'İnternet ve Din' başlığı altında internetin tanımı ve tarihsel gelişimi, internet kaynakları (düzenleme sistemleri), internetin işlevleri, internet ve din ilişkisi ele alınmış, internette yer alan resmi kurumlardan, Diyanet İşleri Başkanlığı, İlahiyat Fakülteleri, Müftülükler ve İmam Hatip Liselerine ait web siteleri ve internette yer alan özel kurumlar olarak da dini hizmet amaçlı kurulan vakıflara ait web siteleri incelenmiştir. Özel kişiler tarafından hazırlanmış dini içerikli web siteleri kişisel hazırlanmış web sitelerinden örnekler sunulmuştur. İnternette ibadetle ilgili namaz, kurban, fitre ve zekat ile ilgili hususlar ele alınmıştır.

İnternet ortamında sohbet ederek dini konularda bilgi alışverişi sonucunda din değiştirmeyi konu alan online ihtida, kişilerin mübarek gün ve gecelerde, bayramlarda ve özel günlerde kullanılmak üzere hazırlanan İslami içerikli elektronik kartlarda değerlendirilerek işlenmiştir. Elektronik dergiler, aylık yayımlanan dini içerikli dergilerin internette de yayımlanması ve sadece internette yayınlanan internet dergileri incelenmesi olarak ele alınmıştır. Elektronik kitap ve kütüphaneler başlığında internette yayınlanan ve okuyucuya download imkanı sunulan kitaplar ve internet ortamında kütüphane kataloglarının incelenerek araştırmacıların hizmetine sunulması ele

alınmıştır. Dini içerikli sitelerde yer alan sohbet odaları, dini içerikli sohbet ortamları sunan web siteleri ve genel olarak sohbet odaları içinde dini sohbet imkanı hazırlayan web siteleri incelenmiştir.

Din anlayışındaki farklılıklara dayalı oluşumlara ait web siteleri olarak, mezhep, cemaat ve tarikatlere ait siteler incelenmiştir. Bu incelemede internetin bu gruplar tarafından kullanım tarzı ve internette yer alan dini içerikli sitelerle olan bağları incelenmiştir. Yine din anlayışındaki farklılıklara dayalı oluşumlara ait web siteleri başlığı altında genel din anlayışının dışında kalan ve radikal söylemler içerisinde bulunan gruplara ait web siteleri genel olarak incelenmiştir.

Diğer din ve inanışlara ait web siteleri başlığı altında, Hıristiyanlık, Yahudilik, Budizm, Bahai dini, Zen, Hinduizm gibi dinlere ait web siteleriyle Ateizm ve Satanizmle ilgili siteler incelenmiştir. Hıristiyanlığa ait sayfalarda yer alan misyonerlik faaliyetleri, ateizm ve satanizme ait sitelerde yer alan din ile ilgili yaklaşımlar incelenerek ele alınmıştır.

İnsanlık tarihi ile eşdeğer iletişim ve din kavramlarını bütüncül bir yapı içinde ele almak ve internet ortamında din ile ilgili malzemeyi objektif bakış kullanarak, konuyu değerlendirmek oldukça zordur. Bu nedenle araştırmaya esas teşkil eden internet siteleri araştırma süresince benzer siteler içerisinde farklı içerik ve görünüme sahip sitelerin tespitinden ibarettir.

Araştırmanın hipotezlerini iki başlık altında toplamak mümkündür:

1. Din ve iletişimle ilgili olan hipotezler:

i. Din, iletişim alanındaki gelişen ve değişen iletişim araçlarını kullanarak iletilerini muhataplarına iletir ve iletişim araçları da, dini iletinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar.

ii. Din iletişim araçlarının sunduğu imkanları zamanına ve yerine göre değişik formlarda kullanır.

2. İnternet ve dinle ilgili olan hipotezler:

i. İnternet, bilgilenme, tanıtım, karşılıklı sohbet, bilgi alışverişi, kitap okuma, kaynak eserlere ulaşma, ibadet uygulamalarını öğrenme, dini soru ve problemlere cevap arama gibi konularda dini iletişimi sağlar.

ii. İnternet, dini iletinin sınırsız kitleye hızlı bir şekilde iletildiği ve hakikatin ilan edildiği yeni bir alandır.

2. İLGİLİ KAVRAMLAR

2.1 İletişim

İletişim, latince communication (komünikasyon) kelimesinin karşılığıdır. İletişime ilişkin tanımların sayısı ikiyüze yakındır. E.X.Dance ve Carl E.Larson, 1972’de iletişim alanındaki tanımları taramışlar ve 126 değişik tanım bulmuşlardır.¹ Edibe Sözen ise 1997’de yayınlanan “Medyatik Hafıza” isimli kitabında, 160’ı aşkın iletişim tanımı olduğundan söz eder.² İletişim, duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, telefon, telgraf, televizyon, radyo, internet gibi iletişim araçlarından yararlanılarak yapılan bilgi alışverişi ve haberleşmedir.³ “Birbirlerine ortamlarındaki nesnelere, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirlerine aktaran, aynı olgular, nesnelere, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine açıklayan insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirişimine de iletişim diyoruz.⁴ Bir başka tanıma göre iletişim, “mesaj, mesajı gönderen ve mesajı alan olmak üzere üç temel unsuru olan ve bilgi, görgü, deneyim, duygu, görüntü, yazı veya sesin birden fazla taraf arasında kullanılması ile oluşan etkileşim sürecidir.”⁵ Belirli bir coğrafya parçasında aynı doğa koşulları içerisinde varlıklarını sürdürmek için araç ve gereçler bulan, bu konuda çeşitli bilgiler üretmiş bulunan, bunları belirli işbölümü yöntemlerine göre kullanan, kendi aralarındaki bu işbölümünden kaynaklanan farklılaşmaları haklılaştırmak için çeşitli değerler ve inançlar üreterek toplumun farklı kesimlerini ortak üst kimlikler içinde kaynaştırmayı amaçlayan insanların etkinliğidir

¹ Erol Mutlu, İletişim Sözlüğü, 2.Baskı, Ankara Ark Yayınevi, 1995 s.168

² Edibe Sözen, Medyatik Hafıza, 1.Baskı, İstanbul, Timaş Yayınları, 1997, s.7

³ Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu, 1.Baskı, Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları, 1988 s.696

⁴ Suat Gezgin, Basın Sözlüğü, 1.Baskı, İstanbul, İÜ. İletişim Fakültesi Yayınları, 1998 s.68

⁵ Ömer Demir, Mustafa Acar, Sosyal Bilimler Sözlüğü, 3.Baskı, Ankara, Vadi Yayınları, 1997 s.114

iletişim.⁶ İletişim bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin, vb.nin simgeler kullanılarak iletilmesidir. (Berelson ve Steiner;1964). İletişim anlam arama çabasıdır; insanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimleri karşılayacak şekilde uyarıları ayırt etme ve örgütlemeyle çalıştığı yaratıcı bir edimdir. (Barnlund, 1968). İletişim esas olarak simgeler aracılığıyla bir kişiden ya da gruptan diğerine (veya diğerlerine) bilginin, fikirlerin, tutumların veya duyguların iletimidir. (Theodorson ve Theodorson; 1969). İletişim mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal etkileşimdir. (Gerbner, 1972) İletişim katılanların bilgi yaratıp, karşılıklı bir anlamaya ulaşmak amacıyla bu bilgiyi birbirleriyle paylaştıkları bir süreçtir. (Rogers ve Kincaid, 1981). İletişim, sayesinde dünyayı anlamlı kıldığımız ve bu anlamı başkalarıyla paylaştığımız insani bir süreçtir. (Masterson, Beebe ve Watson; 1983). İletişim insanların kollektif olarak toplumsal gerçekliği yaratıp düzenledikleri süreçtir. (Trenholm ve Jensen, 1988).⁷

İletişime ilişkin tüm bu ve benzeri tanımlar, tanımı yapanların yaklaşımlarına göre değişiklik göstermektedir. Ama bu yaklaşımlar içinde en azından iki düşünce çizgisini saptamak olanaklıdır.

İlk çizgi iletişim sürecinin iletim yönünü öne çıkarmaktadır. Bu “gönderici-mesaj-kanal-alıcı” çizgisel modeliyle karakterize olan bir yaklaşımdır. Bu tür modeller bir fikrin, duygunun, tutumun vb. birinden bir başkasına nasıl aktarıldığını ortaya koymaktadırlar.

Diğer yaklaşım ise karşılıklık ve ortak algılama, paylaşma gibi unsurların altını çizmektedir. İletişim kavramının tarihine bakıldığında, iletilimsel-mekanik çizgisel tür

⁶ Ünsal Oskay, İletişimin ABC'si, 1.Baskı, İstanbul, Simavi Yayınları, 1992 s.15

⁷ Mutlu, s. 168

iletişim tanımından karşılıklık-ortak algılamalar türündeki iletişim tanımına doğru bir eğilimin bulunduğunu saptamak olanaklıdır.

James Carey (1978), geleneksel iletimsel-mekanik iletişim yaklaşımıyla törensel-simgesel iletişim yaklaşımları arasında bir ayrım yapmaktadır. İletimsel yaklaşım, iletişimi “sinyaller ve mesajların denetim amacıyla belli bir uzaklığa taşınması” olarak kavramaktadır. Buna karşılık, törensel yaklaşım, iletişimi esas olarak “mesajların uzamda yayılması olarak değil, toplumun zaman içinde devamlılığını sağlamak olarak; bilgi verme edimi olarak değil, ortak inançların temsili olarak” görmektedir.⁸

John Fiske iletişim araştırmalarında iki temel okul bulunduğunu, birinci okulun iletişimi “iletilerin aktarılması”, ikinci okulun ise “anlamaların üretimi ve değişimi” olarak gördüklerini açıklar.⁹ Birinci okul gönderici ve alıcıların nasıl kodlama yaptığı ve kod açtığı, aktarıcılarının iletişim kanallarını ve araçlarını nasıl kullanıldığı ile ilgilendir. Etkililik ve doğruluk konuları üzerinde durur. İletişimi, bir kişinin diğerinin davranışını ya da zihinsel durumunu etkileme süreci olarak görür. İkinci okul ise anlamaların üretilmesinde iletilerin ya da metinlerin insanlarla nasıl etkileştiği ile ilgilendir. Metinlerin kültürümüz içindeki rolü üzerinde durur. Anlam üretme gibi terimler kullanır. Bu okula göre yanlış anlamalar bir iletişim kazası değil, gönderici ve alıcı arasındaki kültürel farklılıktan kaynaklanan bir olaydır. Bu okul için iletişim araştırması metin ve kültür araştırmasıdır.¹⁰

⁸ Mutlu, s.169

⁹ John Fiske, İletişim Çalışmalarına Giriş, 1.Baskı,Ankara,Ark Yayınevi, 1996, s.16

¹⁰ Fiske, s.16

2.2 İletişimin Ögeleri

İletişim, en basit düzeyde bile üç ögeye dayanır. İletiyi gönderen, iletiyi alıp açımlayan ve bu ikisi arasında iletinin gönderilmesinde kullanılacak bir iletişim kodlaması, bir ileti. İletiyi gönderene kaynak, alana hedef-kitle, iletişimde gönderilen bildirimde de ileti denir.¹¹

2.2.1 Kaynak

Kaynak, kimi zaman tek bir kişidir, kimi zaman ise bir gazete, bir ajans, radyo ya da televizyon istasyonudur. Tek kişi olduğunda kişi, gazete ya da radyo olduğunda ise, bir kurumsal yapı söz konusudur.

Gazete, radyo, televizyon istasyonu (şebekesi) ya da bir reklam ajansının hazırladığı kampanya söz konusu olduğunda iletişim süreci örgütlü bir iletişim edimi ile başlamaktadır. Böyle bir iletişimde ; çok uzak ülkelerdeki muhabirler, onların gönderdiği haber ya da yorumların yüzlercesinden üçünü beşini yayınlamak için seçip yeniden kodlayan yazı işleri personeli, dizgiciler, basım işlerinde yer alanlar, ülkenin düşünce özgürlüğü konusundaki gelenekleri ve hukuk sistemi, siyasal ortamı, vb...değişkenler söz konusudur.¹²

2.2.2 Hedef Kitle

İletişim sürecinde seslenilmek istenen kişi ya da kişilere, toplumsal kesimlere hedef kitle (destination) denir.¹³ Kaynak durumundaki bir kişi veya kurum, simgesel çevre aracılığından kodlanmış iletisini bir etki yaratmak üzere ya da belirli bir amaç gütmeksizin hedef-kitleye gönderir. Hedef de tek bir kişi grup ya da belirsiz topluluklar

¹¹ Oskay, s.16

¹² Oskay, s.16

¹³ Oskay s.16

olabilir.¹⁴ Alıcı durumundaki hedef–kişi ya da kitle, gelen ileti tek ise, kodu yorumlar ve kodladığı bir iletiyi yanıt ya da geribildirim olarak kaynağa gönderir. Hedef-kitleye gelen iletiler çoksa, alıcı verdiği öneme, etkililiğine göre iletiler arasından seçim yapar, yorumlar ve isterse ilerde kullanmak üzere saklar ya da kendisi de iletiler göndererek geribildirimde bulunur. Yüz yüze iletişim sürecinde geribildirim anında sesli ya da sessiz kodlarla iletilir; uzaktan sürdürülen iletişimde ya da kitle iletişiminde ise geribildirim yazarak ya da telefon, telgraf, faks vb. aracılığıyla gönderilir.¹⁵

2.2.3 İleti-Mesaj

İletişim sürecinin önemli bir ögesi olan ileti ya da mesaj anlamlı bir etkileşim içinde bulunduğu tüm öteki öğeler bağlamında incelenmekte ve yalnızca tanımlama amacıyla iletişim sürecinden ayrı ele alınabilmektedir. Sözlükte ileti; iletişime konu olan ve bilgisel veya duygusal bir içerik taşıyan simge ya da simgeler kümesi olarak tanımlanmaktadır.¹⁶ “İletinin bir işaret ya da işaretler topluluğu olduğunu, kendi başına bir anlamı bulunmaksızın var olduğunu” söyleyen Schramm, ise iletiyi iletişim süreci içinde incelemektedir.¹⁷

İletinin biçimini belirli kurallara göre düzenlenen işaretler dizisi olan “kod”lar oluşturmakta: iletiler de kodlar aracılığında bir dizi işaretten bir başka dizi işarete dönüştürülebilmektedir.¹⁸

Gerbner’a göre de iletiler kültürde paylaşılan kodlanmış simgesel biçimlerdir. Kültürdeki ileti dizgeleri olarak imgeler oluştururlar, ardından belirli anlamlar taşıyan simgeler oluşturulur. İleti iletiminde kullanılan simgeler kodlanmış ileti dizisi ortaya

¹⁴ Aysel Usluata, İletişim, 1.Baskı, İstanbul, İletişim Yayınları, 1994, s.19

¹⁵ Usluata, s.20

¹⁶ Ömer Demir, Mustafa Acar, s.154

¹⁷ Usluata, s.17

¹⁸ Usluata, s.17

çıkarırlar. Simgeler –harfler, nesnelere ya da etkinlikler- verilerdir ve kendilerinin dışında bir başka şey temsil ederler. İletiler ya da veriler bilgi kaynağıdır ancak bilgi değildirler; karmaşık bir süreç sonunda, önemsendiklerinde, yorumlandıklarında, kullanıldıklarında ancak bilgiye dönüşürler. Çok sayıda ileti arasından, eşzamanlı ve ardışık ileti düzeninden hedef kişinin ya da kitlenin ileti seçmesi, anlama dönüştürmesi, yorumlaması, saklaması, kullanması ya da kullanmaması iletiliği zamana, yere, alıcının değer yargılarına, tutumuna, algılayışına, bilgisine ve kültürel kimliğine bağlıdır.¹⁹

2.3 İletişim Araçları / Kanalları

İleti taşıyan sinyaller kaynaktan hedef kişi ya da kitleye kanal aracılığıyla iletilir. Geribildirim ya da yanıtı da alıcı durumundaki hedef-kişi ya da kitleden gönderen-kaynağa .yine bir araç, bir kanal taşır. İletileri taşıyan bu kanallar fiziksel (ses, hava vb.), teknik (telefon, telgraf) ya da sosyal (okul, TV. vb.) araç olabilirler.²⁰

John Fiske iletişim araçlarını 3 kategoride toplayarak incelemiştir. 1. Sunan iletişim araçları: İletişim kuranın etkinliklerini ileten ses, yüz, beden, sözcükler, vb.; burada araç iletişim kuranın kendisidir. Zaman ve mekanla sınırlandırılmıştır ve iletişim eylemleri üretirler. 2. Temsil eden iletişim araçları: İletişim kuranın kitaplar, resimler,yazılar, fotoğraflar vb.türde yapıtları ve çalışmalarından oluşur. Birinci kategorideki araçları kaydedebilen bir metin oluştururlar ve iletişimciden bağımsız olarak varolabilirler. Bu araçlar iletişim ürünleri üretirler. 3. Mekanik iletişim araçları: Birinci ve ikinci kategoridekileri ileten telefon, radyo, TV.film vb.türde araçlardır.

¹⁹ Usluata, s.19

²⁰ Usluata, s.22

Üçüncü kategorideki araçlar mühendislik ürünü olan kanalları kullanırlar. Bu yüzden de daha büyük teknolojik sınırlamalara maruzdurlar.²¹

Genelde iletişim araçlarına ya da kanallarına bakıldığında, -mimikler, dans, resim türünde işaretler; konuşma dillerini içeren sözel iletişim kanalları- dünyada 3.500 ayrı dilin kullanıldığı saptanmıştır. Posta, telefon, faks, kitle iletişim araçları, uydular, bilgisayarlar birer iletişim aracı olarak iletişimin ayrılmaz parçalarıdır. Sürekli gelişen iletişim araçları, yeni kanallar birbirlerini tamamlamakta ve birisi bir ötekinin yerini alamamaktadır. İletişimin en basit en sade, en ilkel araçları olan işaret ve sözcükler, günümüzün gelişen yeni teknolojilerine rağmen halen kullanılmaktadırlar.²²

Marshall McLuhan'a göre "araç iletidir". Yani bir toplumda bulunan iletişim araçlarının niteliği, bu araçların iletmediği içerikten ya da iletiden, çok daha fazla toplumun yapısını etkiler. Kişileri araçların, tekniklerin etkilediğini, denetlediğini savunan McLuhan elektronik iletişim araçlarının kültürü yaygınlaştırarak dünyayı "küresel bir köy"e dönüştüreceklerini öne sürmüştür.²³

2.4 İletişimin İşlevleri

İletişimin temel işlevleri; bilgilendirme, denetleme, yönlendirme, bilgi ve becerileri iletme, eğitme, duyguları dile getirme, toplumsal ilişki kurma, sorun çözüp kaygı azaltma, eğlendirme, uyarma, gerekli rolleri üstlenme şeklinde sıralanabilir. İletişim toplumsal bir gereksinim, siyasal bir araç işlevi görmenin yanı sıra ekonomide bir güç, eğitimde bir gizil güç, kültürde bir gözdağı, teknolojide ise yeni düşlerin kaynağı sayılmaktadır.²⁴

²¹ Fiske, s.36

²² Usluata, s.23

²³ Anthony Giddens, Sosyoloji, 1.Baskı, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2000, s.401-402

²⁴ Usluata, s.25

İletişim kişinin kendisini ifade etmesine, kendisini tanımasına, inançlarını ve duygularını anlamasına yardımcı olur. Bireyin iletileri algılayacak ve yorumlayacak araçlara ulaşmasını sağlar.

Toplumsal açıdan iletişim süreci Laswell'e göre üç işlev görmektedir; 1.Çevreyi denetleyerek toplumun da değerlerini denetleme, 2.Toplumun bireyleri arasında etkileşimi sağlama, 3.Toplumsal geleneklerin sürdürülmesine yardımcı olmaktır. Toplumsal iletişimin işlevleri genelde kaynak açısından; 1.bilgilendirmek, 2.öğretmek, 3.eğlendirmek ve 4.önermek ya da ikna etmek; hedef kitle açısından da; 1.anlamak, 2.öğrenmek, 3.eğlenmek ve 4.karar vermek başlıkları altında toplanmaktadır.²⁵

2.5 İletişim Modelleri

İletişim süreçlerinin daha iyi anlaşılabilmesi için geliştirilen iletişim modelleri, iletişim araştırmalarının bugüne kadar geçirdiği bilimselleşme aşamalarını da yansıtan üç grupta toplanabilir. Birinci grupta; iletişim araştırmalarının bilimselleşmesi sürecinde birinci aşamayı oluşturan doğrusal modeller yer almaktadır. Bu modeller temelde Aristo'nun Rhetorik'de geliştirdiği gönderici – ileti – alıcı sıralamasını eksen olarak aldıkları için, bazı araştırmacılar bu doğrusal modelleri “ Aristocu İletişim Modelleri” olarak tanımlamaktadırlar. Bu bağlamda söz konusu edilebilecek belli başlı modeller, Laswell, Shannon-Weaver ve Berlo modelleridir.²⁶

İkinci grupta ; iletişim araştırmalarının bilimselleşmesi sürecinde bir sonraki aşamayı özellikle Schramm, Gerbner ve Riley-Riley modelleri oluşturmaktadır. Bu

²⁵ Usluata, s.26

²⁶ Nabi Avcı, İletişim Düşüncesinin Gelişimi, 1.Baskı,Eskişehir, AÜ. Yayınları 1988, s.20

dönemin en önemli özelliği, iletişimin artık mekanik bir “enformasyon” aktarımı olarak değil, organik bir bilgi paylaşımı süreci olarak algılanmaya başlamış olmasıdır. Dolayısıyla artık, iletişimi bir yerde başlayıp biten bir süreç gibi düşünmek yanlıştır. İletişimin sınırı yoktur.²⁷

Üçüncü grupta; iletişim araştırmalarının bilimselleşmesi sürecinde Riley-Riley modeli ile birlikte başlayan üçüncü aşamada geliştirilen iletişim modellerinin tümü, toplumsal bağlam kavramını özellikle öne çıkartmış ve daha önce diğer toplumsal dinamiklerden yalıtılmış olarak incelenen iletişim süreçlerini, bu toplumsal dinamiklerin kimi zaman başlatıcısı, kimi zaman sürdürücüsü, kimi zaman pekiştiricisi, kimi zaman taşıyıcısı, kimi zamanda sonucu gibi gören bir anlayışın yaygınlaşmasına yol açmışlardır. Bunda, hem toplumsal araştırmaların kitle toplumu kavramını eksen alan bir doğrultuda gelişmesi ; hem de iletişim bilimlerinin karşılıklı etkileşimde bulunduğu bilimsel ilişki çevresi denilen akademik düzlemin, sibernetik, sistem yaklaşımı, göstergebilim, yapısalcı yaklaşım, bilgi sosyolojisi vb. katkılarla alabildiğine hareketlenmesi etkili olmuştur.²⁸

2.5.1 Aristo Modeli

İletişimin bir sanat ve beceri olarak çalışma alanı sayılması Aristo'ya kadar uzanır. Aristo iletişimi; bir konuşmacının, konuşmasında dinleyicilere sunacağı tartışmanın oluşturulması ya da biçimlendirilmesi olarak tanımlamıştır. Bu klasik bakışta iletişim inandırıcı olma (ikna etme) sanatı anlamını taşıyor; burada konuşmacının iletilerini (mesajlarını) alıcılarda (dinleyicilerde) istediği tepkileri oluşturmak üzere düzenleme becerisi söz konusudur.²⁹

²⁷ Avcı, s.26

²⁸ Avcı, s.31

²⁹ Usluata, s.28

Konuşmacı → Konu (Tartışma) → Dinleyiciler

Model tek yönlü sözel bir etkinliktir.

Konuşmacı → İleti (Mesaj) → Alıcı (Dinleyiciler)

şekil 1:Aristo Modeli

2.5.2 Laswell Modeli

Siyaset bilimci olan Laswell'e göre bir iletişim sürecini anlamak için şu soruların mutlaka cevaplandırılması gerekir:

Kim

Ne Söylüyor

Hangi kanaldan

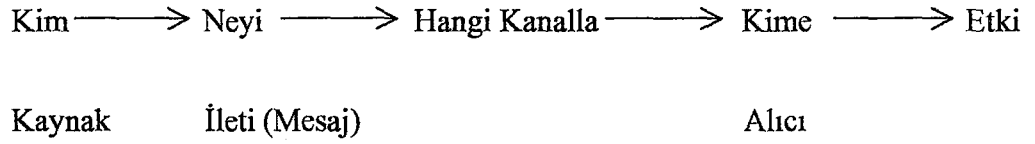
Kime

Hangi etkiyle ?

Laswell'in iletişim sürecini açıklayan bu sorular kitle iletişim kuramının gelişmesine ışık tutmuş ve çoğu kitle iletişim araştırması da dolaylı olarak bu modeli takip etmiştir. Burada Laswell için asıl önemli olan, iletiyi gönderen bir başka deyişle kaynaktır. İletiyeye muhatap olan (alıcı-hedef) ise, yalnız kaynağın nesnesi olarak ikinci derecede bir role sahiptir.³⁰

³⁰ Avcı, s.31

İletişimi iletilerin aktarımı olarak gören Laswell, anlam yerine etki sorununu gündeme getirir. Etki, alıcıda, süreçteki tanımlanabilir öğelerin neden olduğu gözlemlenebilir ve ölçülebilir değişimi içerir. Öğelerin birinin değişmesi etkiyi de değiştirir.³¹ Laswell'in modelinde görülen en büyük eksikli ise, iletişim sürecinin belirleyici bir ögesi olan yansımaya(geribesleme-feedback) yer vermemiş olmasıdır.³²



Şekil 2:Laswell Modeli

2.5.3 Shannon –Weaver Modeli

Claude Shannon ile Warren Weaver'in Laswell'den bir yıl sonra, 1949'da geliştirdikleri modelin Laswell modelinden ayrılan en önemli özelliği, iletişim sürecinde belirleyici bir işlevi olduğunu belirttiğimiz çevreyi –gürültü kavramını kullanarak dolaylı bir biçimde de olsa çözümlenmeye içine almış olmasıdır. Bu da Shannon –Weaver modelinin temel problemi olan “iletinin mümkün olan en az kayıpla hedefe ulaşmasını nasıl sağlayabiliriz?” sorusunun yol açtığı bir gelişmedir.³³

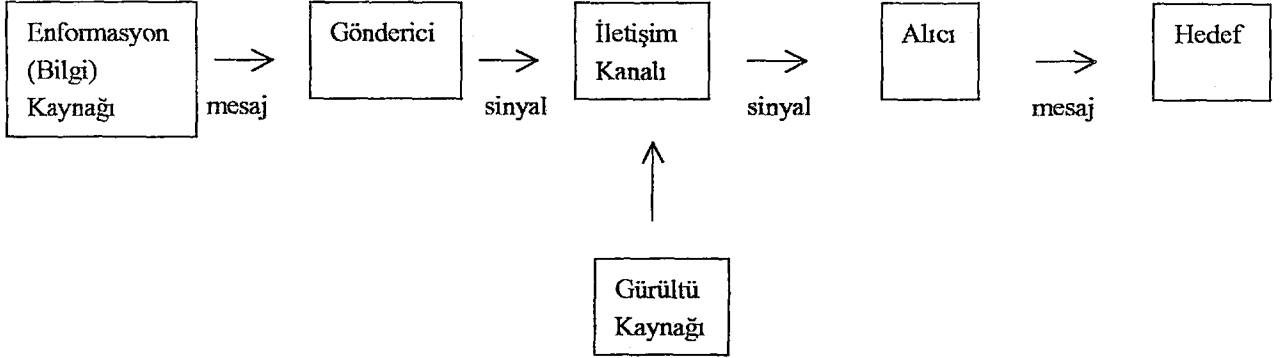
Bell Telefonu için yürüttükleri araştırmalarında sinyal iletiminin mühendislik sorunlarını incelerken oluşturdukları iletişim modelinin kişiler arasındaki iletişim içinde geçerli olduğunu İletişimin Matematiksel Kuramı'nda savunmuşlardır. Model doğrusaldır ve sürece yöneliktir. Kaynağın seçtiği iletiyi gönderici (transmitter) sinyale (işarete) dönüştürür; iletişim kanalı da alıcıya iletir.³⁴

³¹ Fiske, s.51

³² Avcı, s.22

³³ Avcı, s.22

³⁴ Usluata, s.30



Şekil 3: Shannon-Weaver Modeli

Shannon –Weaver, iletişim araştırmalarında üç sorun düzeyinden söz etmektedirler. Bunlar:

A Düzeyi (Teknik Sorunlar): İletişim simgeleri ne kadar kusursuz biçimde aktarılabilirler?

B Düzeyi (Anlamsal Sorunlar): Aktarılan simgeler istenen anlamları ne kadar kesinlikle iletebilirler?

C Düzeyi (etkililik Sorunları): Alınan anlamlar, davranışı arzu edilen yönde ne ölçüde etkileyebilirler?

A düzeyindeki teknik sorunlar anlaşılması en kolay olanlardır ve model aslında bu sorunları çözmek üzere geliştirilmiştir.

Anlamsal sorunların da belirlenmesi kolaydır, ancak çözümü daha zordur ve alanı, sözcüklerin anlamlarından bir Amerikan haber görüntüsünün bir Rus için ne ifade ettiğine kadar uzanır. Shannon –Weaver, anlamın iletide içerildiğini düşünürler; dolayısıyla, kodlama sürecinin geliştirilmesi, anlamsal doğruluğu artıracaktır. Ancak burada, modelin tanımlamadığı kültürel etmenler söz konusudur; anlam ileti içinde olduğu kadar kültür içindedir. Etkilik sorunları ilk bakışta Shannon –Weaver'in

iletişimi, yönlendirme ve propaganda olarak gördüklerini ima ediyor gibi görünmektedir. B, A'nın arzuladığı biçimde yanıt verdiğinde, A etkin biçimde B ile iletişim kurmuştur.

Shannon –Weaver, bu üç düzeyin birbirleriyle ilişkili ve birbirlerine bağımlı olduğunu, modellerinin A düzeyindeki kökenine karşın, her üç düzeyde de eşit biçimde işlediğini ileri sürerler.³⁵

Shannon –Weaver Modeli, başlangıçta elektronik iletişim araçlarında ortaya çıkan gürültü faktörünü en aza indirmenin yollarını bulmak amacıyla geliştirilmiş olmakla birlikte, kaynağın ileti seçiminde ve iletiyi kodlamada; hedefin de kod açımında karşılaştığı sorunları tartışma gündemine getirerek daha gelişmiş modellere öncülük etmiştir. Ancak Laswell'in geliştirdiği model gibi, Shannon –Weaver modeli de iletişimi durağan (static), tek yönlü bir olgu olarak ele almış, yansımaya ise hiç yer vermemiştir.³⁶

2.5.4 Berlo Modeli

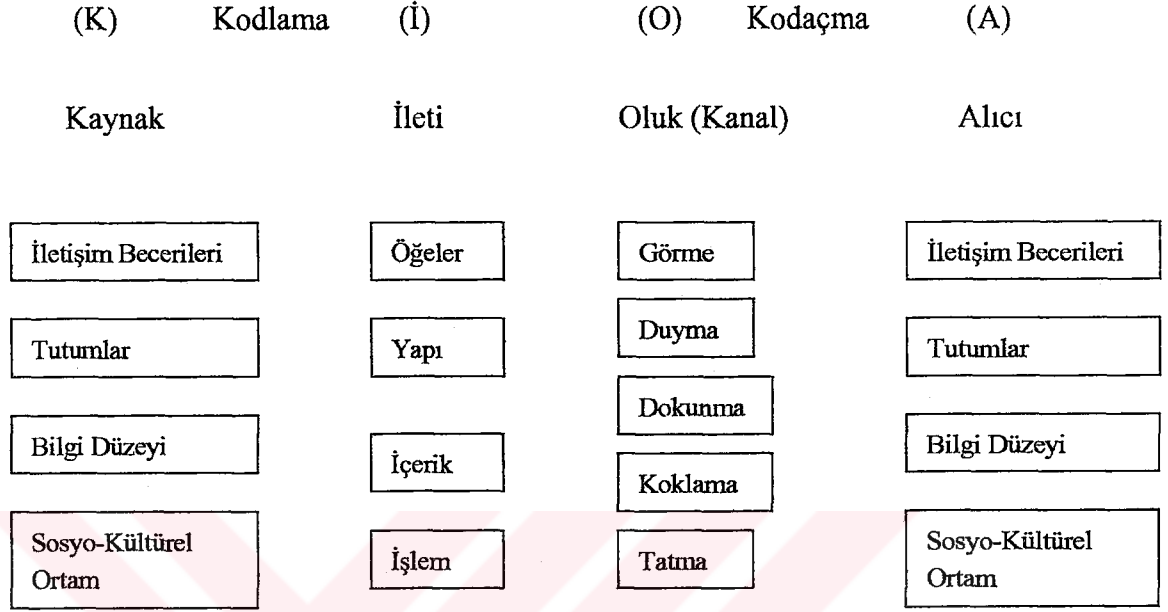
David Berlo'nun, bir iletişim sürecini başlatan temel öğeleri eksen olarak geliştirdiği model de, Laswell, Shannon-Weaver modellerinin eksikliklerini bünyesinde taşır. Berlo'ya göre, bir iletişim olayındaki temel öğeler; kaynak, ileti, oluk (kanal) ve alıcıdır.³⁷

Modele göre başarılı bir iletişimde Kaynak ile Alıcı'nın becerileri, tavırları, bilgileri, içinde buldukları toplumsal düzen ve kültürleri birbirinden ayrı olmamalı, birbirine uygun olmalıdır. Alıcılar için geçerli olan etkenlerin Kaynaklar için de geçerli olmalıdır. Berlo, anlamın sözcüklerde değil kişilerde aranması gerektiğini savunarak,

³⁵ Fiske, s.22-23

³⁶ Avcı, s.23

iletişimin gerçekleşmesi için iletinin kültürel açıdan da çözümlenmesinin gereğini vurgulamaktadır. Burada artık bilginin iletiminden çok, bilginin yorumu önemlidir.³⁸



Şekil 4: Berlo Modeli

Berlo'nun modeli kurucu öğeler arasındaki ilişkiler üzerinde durmadığı için sürece yönelik değildir. Dolayısıyla yansıma, modelde yer almaz. Berlo'nun iletişimi, tek yönlü ve durağan bir olgu durumuna indirgeyen bu modeli, iletişimin iki ucunda yer alan insan öğelerinin davranışları üzerinde etkili olan psikolojik ve bir ölçüde de sosyolojik faktörleri gündeme getirdiği için iletişim araştırmalarının doğrultusu üzerinde olumlu etkileri olan bir modeldir.³⁹

2.5.5 Newcomb Modeli

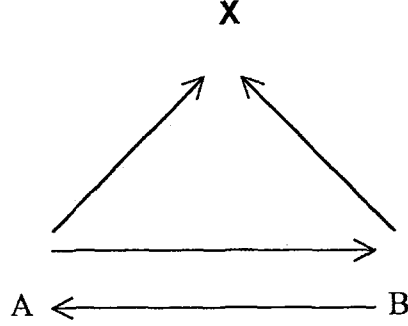
Model, temelde, birbiriyle ilgilenen iki kişinin etkileşiminin sonucunda neler olacağı anlatılırken geliştirilmiştir, sonra da yeni kuramların geliştirilmesine ve

³⁷ Avcı, s.24

³⁸ Usluata, s.38

³⁹ Avcı, s.24-25

araştırmaların yapılmasına neden olmuştur. Bir psikolog olan Newcomb toplumda ya da toplumsal ilişkilerde bir etken olarak iletişimi sunmaktadır; görüşünün temelinde de kişilerin tutumları, inançları ve davranışları arasında uyum kurma gereksinimini öneren denge kuramı bulunmaktadır.



Şekil 5:Newcomb Modeli

Modelin işleme biçimi şoyledir. A ve B aktarıcı ile alıcıdır ve bunlar bireyler, iletişim kuran kişilerdir. X ise bunların toplumsal çevresinin bir parçasıdır. ABX bir sistemdir yani içsel ilişkiler karşılıklı bağımlılık biçiminde yürümektedir; eğer A değişirse B ve X de değişecektir ya da eğer A, X ile ilişkisini değiştirirse B ya X ile ya da A ile ilişkisini değiştirmek zorunda kalacaktır. Eğer A ve B arkadaşsa ve X her ikisinin de bildiği bir kişi ya da nesneyse, A ve B'nin X'e yönelik benzer tutumlara sahip olmaları önemli olacaktır. Eğer benzer tutumlara sahiplerse sistem dengede olacaktır. Ancak, eğer A X'i seviyor ve B de sevmiyorsa her iki arkadaş da X'e yönelik genelde benzer tutumlar edinene kadar iletişimde bulunma baskısı altında kalacaklardır. X'in, onların toplumsal çevresindeki yerinin önemi arttığı ölçüde X'e doğru yönelmeyi paylaşma isteği acil hale gelecektir. X bir nesne ya da kişi olabilir; onların ortak çevresinin herhangi bir parçası olabilir. Eğer AB ilişkisi "hoşlanma" içermiyorsa, X üzerinde farklılaşabilirler; sistem hala dengededir. Dengenin iletişimde bulunma

gereksinimini arttırmasının bir diğer örneği de X değiştiğinde görülebilir. A ve B, yeni X'e ortak yönelimlerini saptamak için derhal iletişimde bulunma gereksinimi duyarlar.⁴⁰

Bu model insanlar arası ilişkileri iletişim alanının kavramları ile açıklar. Modelden anlayacağımız gibi iletişim, özellikle enformasyon hak olmadan öte sistem için (her türlü mikro ve makro sistem) zorunlu bir gereksinimdir. Modelde dengeye vurgu yapılmış fakat dengesizliğe ise yer verilmemiştir. Bu model makro anlamda toplumsal uyum (consensus) sorununu da açıklamada kullanılır.⁴¹

2.5.6 Schramm Modeli

Wilbur Schramm iletişim sürecine çok önemli birkaç model sağlamıştır. Birinci modeli Shannon ile Weaver Modeli'nin ayrıntılandırmasıdır. Schramm'ın modeline göre, gönderen Kaynak kodlayan bir kişi ya da kurum olabilir; Alıcı Hedef de kodu açımşayan bir kişi ya da kitle olabilir.⁴²

Elektronik iletişimde kodlayıcı mikrafondur, kodu çözümleyen de kulaklıktır. İnsanların iletişiminde ise kaynak ile kodlayan tek kişi, kodu açımşayan ile hedef bir başka kişi, sinyal ya da işaret de dildir. Schramm için iletişim süreci belirli işaretlere ortak yönelim çevresinde örgütlenen bilgi işlemeyi içerir. Schramm'a göre iletişim ise; kaynak ile hedef alıcı arasında ortaklık kurmak üzere anlamlı bir çabadır.⁴³

Elektronik iletişimde kodlayıcı mikrafondur, kodu çözümleyen de kulaklıktır. İnsanların iletişiminde ise kaynak ile kodlayan tek kişi, kodu açımşayan ile hedef bir başka kişi, sinyal ya da işaret de dildir. Schramm için iletişim süreci belirli işaretlere

⁴⁰ Fiske, s.52-53

⁴¹ İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar, İletişim ve Toplum –Kitle İletişim Kuramları Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar, 1.Baskı, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1990, s.72

⁴² Usluata, s.32

⁴³ Usluata, s.32

ortak yönelim çevresinde örgütlenen bilgi işlemeyi içerir. Schramm'a göre iletişim ise; kaynak ile hedef alıcı arasında ortaklık kurmak üzere anlamlı bir çabadır.⁴⁴



Şekil 6: Schramm Modeli 1

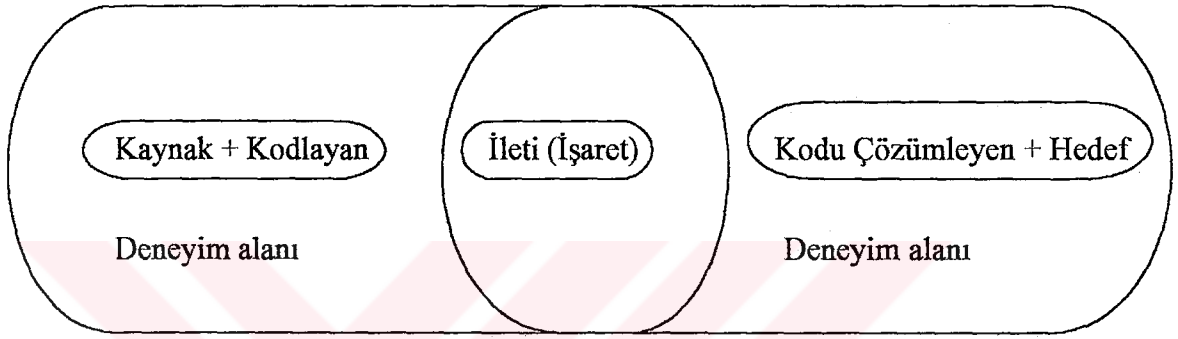
Ortak deneyim alanları, ortak dil, ortak geçmiş ve ortak kültür kavramı üzerinde duran Schramm, ortak deneyim alanlarının bulunmasının iletinin doğru yorumlanma olasılığını arttırdığını öne sürmüştür.⁴⁵

Schramm modelindeki büyük yuvarlaklar gönderen ile hedefin deneyim alanlarını belirtmektedir; bu yuvarlakların çakışma alanlarının büyüklüğü anlaşmayı

⁴⁴ Usluata, s.32

⁴⁵ Usluata, s.33

kolaylaştırmaktadır; çünkü kaynak gönderen kendi deneyimlerine göre kodlama yapar; hedef alıcı da kendi deneyimlerine göre kodu açımsar; bu noktada kaynak ile hedef alıcı arasındaki uyum büyük önem taşır. İletişim kuranların deneyim alanları çakışmaz, üst üste binmezse, ortak deneyimleri paylaşılmazsa, iletişim güçleşir, imkansızlaşır. Kültür ayrılıklarında bu durum daha da belirginlik kazanır.⁴⁶

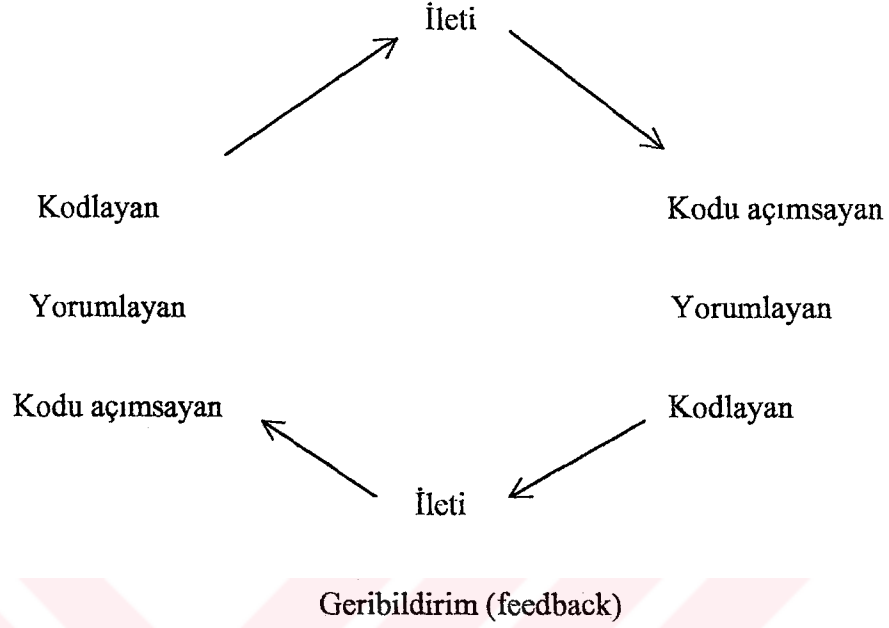


Şekil 7: Schramm Modeli 2

Schramm modelindeki kaynak göndereni ya da hedef alıcıyı ayrı ayrı ele alarak incelemektedir. Sinyal (işaret) olarak gelen iletiyi hedef alıcı kendi deneyimlerine göre açımsar, yorumlar, sonra da yorumunu kodlayarak bir karşılık verir, bu da geribildirimdir. Geribildirim (feedback) iletilerin nasıl algılandığını, nasıl yorumlandığını bildireceği için iletişimde büyük önem taşımaktadır. Kaynak da geri gelen iletiyi, geribildirimi alır; kendi deneyimlerine göre açımsar, yorumlar ve yanıtını kodlayarak karşısındakine geri gönderir. İletişim artık iki yönlüdür.⁴⁷

⁴⁶ Usluata, s.33

⁴⁷ Usluata, s.33



Şekil 8: Schramm Modeli 3

2.5.7 Gerbner Modeli

George Gerbner'in 1956 yılında oluşturduğu modeli, Shannon ve Weaver'in modeline göre oldukça karışık olmasına rağmen, temel olarak onların modelini içerir. Bununla birlikte Shannon ve Weaver'in modelini iki açıdan ileriye taşır. İletiyi gerçeklikle ilişkilendirir, yani iletinin ne hakkında olduğunu gösterir, böylece bizim algı ve anlamla ilgili sorular üzerinde durmamıza imkan sağlar. İletişim sürecini iki ardışık boyuttan –algılama ya da alımlama boyutu ile aktarma ya da araçlar ve kontrol boyutu– oluşan bir süreç olarak görür.

Süreç, M (M bir insan ya da kamera ve mikrafon gibi bir makine olabilir) tarafından algılanan dışsal gerçeklikteki bir şeyle, bir olayla (O) başlar. M'nin O ile algılaması, algı O₁'dir. Bu, sürecin başlangıcındaki algısal boyuttur. O ve O₁ arasındaki ilişki seçim yapmayı içerir. , yani M'nin O'yü tüm karmaşıklığıyla algılaması mümkün

değildir. Eğer M bir makine ise, seçim makinenin mühendislik yapısı, fiziksel kapasitesi tarafından belirlenir. Ancak eğer M bir insan ise seçim daha karmaşıktır. İnsan algılaması, uyarıların basit bir alımlaması değil, bir etkileşim ya da müzakere sürecidir. Burada insanın dış uyarılarıyla içe dönük düşünme modellerini ya da kavramlarını eşleştirme çabası ortaya çıkar.⁴⁸

İkinci aşamada algı O1'in O hakkında bir sinyale dönüştürüldüğü, ya da Gerbner'in kodlamasıyla Bİ haline getirildiği andır. Bu bizim ileti olarak nitelendiğimiz şeydir, yani olay hakkındaki sinyal yada açıklamadır. Bu iletiyi temsil eden daire iki parçaya ayrılmıştır; B iletiyi bir sinyal olarak niteler, iletinin aldığı biçimdir. İ ise iletinin içeriğini niteler. Verili bir içeriğin ya da İ'nin birçok değişik biçimde aktarılabilmesi açıktır- burada seçilebilecek çok sayıda B vardır. Verili bir İ için en iyi B'yi bulmak iletişimcinin ciddi kaygılarından biridir. Seçilen B açıkça İ'nin sunumunu etkileyeceği için, Bİ'nin biraraya getirilmiş iki farklı alan değil bileşik bir kavram olduğunu unutmamak gerekir – biçim ile içerik arasındaki ilişki, dinamik ve etkileşimcidir.⁴⁹

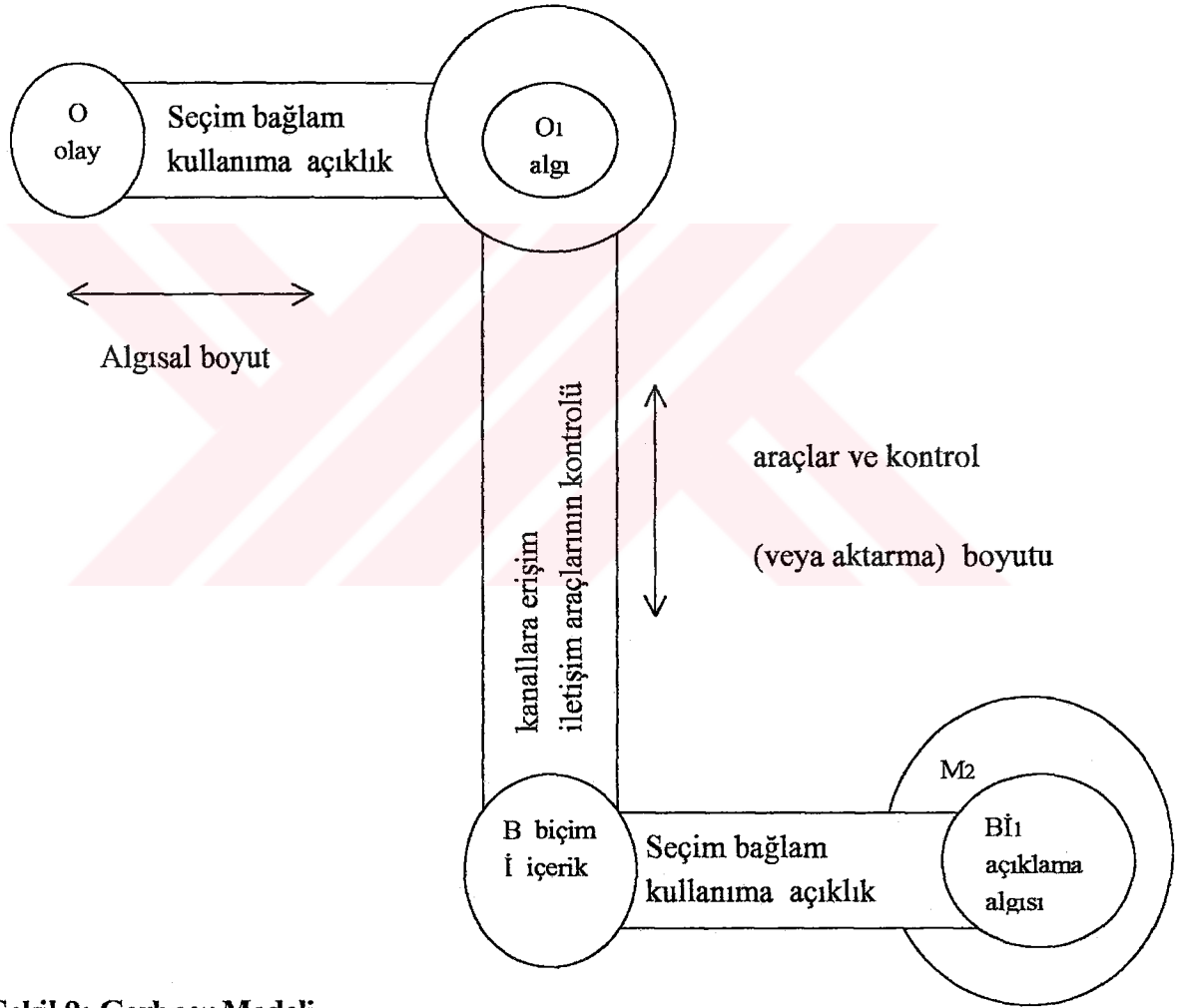
Gerbner İletişim Modeli'nde şu formülü sunuyor.

1. Birisi
2. bir olayı algılıyor
3. ve karşılık veriyor
4. bir ortamda
5. kimi araçlar aracılığında

⁴⁸ Fiske, s.45

⁴⁹ Fiske, s.46

6. eldeki malzemenin içeriğini
7. herhangi bir biçimde
8. ve durumda
9. kimi sonuçlarla
10. iletiyor.⁵⁰



Şekil 9: Gerbner Modeli

Dilin gerçekte, düşünceyle ilişkisi, temsil etmenin değişik biçimlerinin niteliği, biçimi içerikten ayrı saymanın getireceği sorunlar modelin tartışma konuları

⁵⁰ Usluata, s.34

arasındadır. Modelde medya aracılığında, kitle iletişiminde, objektifliğin, yansızlığın, tarafsızlığın güçlüğü ve habercilikteki sorunlar belirtiliyor.⁵¹

2.5.8 Katz ile Lazarsfeld Modeli

İletişimde tek aşamalı kuramın geçerliğinden kuşkulanan siyaset bilimci Elihu Katz ile Paul Lazarsfeld 1955 yılında kendi iletişim modellerini geliştirmişler; araştırmalarının sonucuna dayandırarak, kitle iletişim araçlarında verilen bilginin hedef kişi ya da kişilerde/alıcılarda beklenen etkiyi yapmadığını göstermek için, iletişimin iki aşamalı akış (kanaat önderliği ve kapıcı) kavramını sunmuşlardır.⁵²

Kaynak → İleti → Kitle iletişim araçları → Kanaat önderleri → Kamu

Şekil 10: Katz ile Lazarsfeld Modeli

İki aşamalı akış modeline göre enformasyon ve etki iki-adım sürecinden geçerek oluşur; yani kanaat önderinden grubun üyesine geçer. Kanaat önderi iletişimi grubun dünya görüşüne göre şekillendirerek-güvenilir kaynak olarak-etkide bulunur.⁵³ Ortak fikirler ve tutumlar kişiler arası ilişkilerle el ele gider. Bu ilişkiler kişilerin yüksek değer verdikleri ortak fikirlere karşı olan etkilere “direniş” teşvikiyle araya girerler. Kişiler dış bir etkiyle uyumlu olan kuralları paylaştıkları, ya da teklif edilen bir değişimi grup kuralları ile birleştirmeye niyetli oldukları zaman, kişiler arası ilişkiler değişimi kolaylaştırıcı olarak etki yapabilir. Kişisel ilişkinin etkisi formel kitle iletişim aracının etkisinden daha çoktur, çünkü formel araç “temsili” ve “dolaylı” yolla, yani söyledikleri ile etki ederler. Halk hem bu yolla hem de kontrol yoluyla etki edebilir; kişisel ilişkilerinin sonucu olarak birbirlerini çeşitli etkinliklere teşvik

⁵¹ Usluata, s.35

⁵² Usluata, s.35

⁵³ Erdoğan ve Alemdar, s.74

edebilirler. Böylece “etki” halkın iletişimlerinden öteye gider. Kişiler iki büyük etki alanına (söz ve kontrol), iletişim araçları ise sadece bir taneye sahiptir.⁵⁴

Kanaatler ve tutumlar çoğu kez yakın gruplar (aile, arkadaş) içinde oluşur ve desteklenir. Grup tarafından paylaşılan altında, kişilerin kanaatlerinin değişmesi bireyselden çok beraberce değişir. Önder, grup kanaatlerinin biçimlenmesinde stratejik unsurdur. Diğer üyelerin ne düşündüklerinin de farkındadır, üyeler arasında aracılık yapar ve bir çeşit genel grup “beynini” temsil eder. Katz ve Lazarsfeld, kişilerin birbirine etkisini sadece içinde yaşadıkları asıl gruplar tarafından belirlenmediğini, toplumun genel örgütsel yapısı içinde saptandığını kabul ederler.⁵⁵

“Kapıcılar”, kişiler arası iletişim sistemlerini “dışarıdaki bir şeye” bağlayan kişiler olarak nitelenir. Kapıcılığın anlamı bir kanalın stratejik bir kısmını kontrol etmektir. Bu kanal bilgi ya da mal akımı için olabilir. Denetim yoluyla bu kanaldan akanın gruba ulaşip ulaşmayacağı konusunda karar verir. Bir yazı işleri sorumlusu, bir yayımcı belli bir konuya yer verip diğerini basmamaya karar verebilir, fakat bunu yapmakla okuyucusunu otomatik olarak ne okumaya, ne de inanmaya zorlamaz. Dolayısıyla “kapıcı” etkili ya da etkisiz olabilir.⁵⁶

Kapıcı ve kanaat önderleri birbirinden ayrı bir kavramdır. Kapıcılar kitle iletişiminde gönderici araçtan önce, kanaat önderleri alıcı araçtan sonra yer alırlar. Her ikisi de etkinin sağlanmasında hem seçici, hem de yorumcu rolünü oynarlar. Oynadıkları rol bakımından temelde ikisi arasında bir fark yoktur. İkisi de aynı anda kanaat önderi ve kapıcıdır. Fark iletişim sürecinde tuttıkları yerde, dolayısıyla sahip oldukları farklı güçte ortaya çıkar. Kanaat önderleri izleyicilerle yüz yüze iletişim

⁵⁴ Erdoğan ve Alemdar, s.75

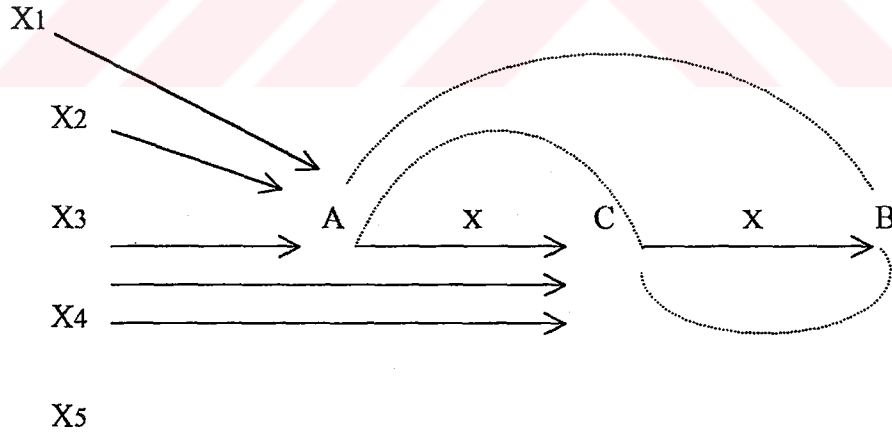
⁵⁵ Erdoğan ve Alemdar, s.75

⁵⁶ Erdoğan ve Alemdar, s.75

içindedir. Kapıcı ve izleyicilerin konumu farklıdır, bu farkı gönderici ve alıcı cihazlar gidermeye çalışırlar. Sonuç olarak kapıcı, “iletilci” ve izleyici “alıcı” rolü oynar. Kanaat önderleri “alıcının” iletiyi alıp iletilcinin istediği yönde (ya da aksi yönde) göstermesinde etken olan öğedir.⁵⁷

2.5.9 Westley-MacLean Modeli

Westley-MacLean, Newcomb’un ABX modelini başlangıç noktası olarak alır, süreci matematiksel modelde olduğu gibi çizgisel şekle dönüştürür ve önemli bir ek olarak gönderici ile alıcı arasına neyin nasıl aktarılacağına karar veren üçüncü öğeyi eklerler. Bu yeni öğe editör ve kanal görevini görür. Model kitle iletişiminde büyük çapta kullanılmaktadır. Bu modeldeki yeni öğe matematiksel modeldeki iletiyi taşıyan araçtır. Temel iletişim modeline göre gönderici iletmek istediği konuyu seçer, ileti olarak hazırlar ve alıcıya iletir; alıcı da maksatlı ya da maksatsız olarak göndericiye cevap verir.⁵⁸



Şekil 11: Westley - MacLean Modeli

Modeldeki X'ler işaretleri (sinyalleri) göstermektedir.

⁵⁷ Erdoğan, Alemdar, s.76

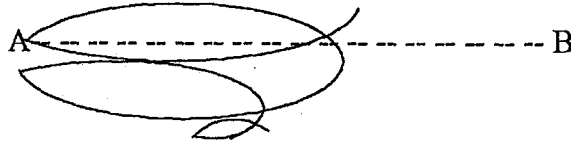
⁵⁸ Erdoğan ve Alemdar, s.72

Modele göre, bir kişi çevresinde bulunan çok sayıdaki işaretlerden birisini belirli bir zaman içinde , A, seçiyor ve yeni bir ileti, X –örneğin bir öykü, bir konuşma, bir reklam- oluşturuyor ve bunu ikinci kişiye, C'ye iletiyor. C çevredeki işaretleri bilmektedir ya da olayı anlamak için A'ya sorular sorarak geribeslenimle, bilgi edinip iletiyi yeniden oluşturmaktadır (X). Bu ileti son hedef kişiye, B'ye ulaşır; B de mektupla; telefonla vb. geribeslenim almak isteyebilir.

Westley-MacLean modeli hem kitle iletişimi hem de kişilerarası iletişim için geçerlidir. Model geribeslenim ya da geribildirim (feedback) kavramını genişletmiştir. Modeldeki iletiler de kendiliğinden olagelen olaylara ya da çevredeki bir nesneye ilişkindir; sözgelimi, yangın, kaza, sessizlik birisinin giyinişi vb. ileti olabilmektedir. Modeldeki A ile B iletişim kuranlar, C ise ne üzerine ve nasıl iletişim kurulacağını saptayandır. B'nin A ile C'ye bağımlılığı söz konusudur; model de bunu vurgulamaktadır.⁵⁹

2.5.10 Dance Modeli

Frank Dance 1967 yılında sarmal iletişim modeli teorisini ileri sürmüştür. Çizgisel modelden geribildirimi içererek dönüşümlü modele ulaşan iletişim modelini, yeniden başlangıç noktasına dönüldüğü için eleştirmiştir.



Şekil 12: Dance Modeli

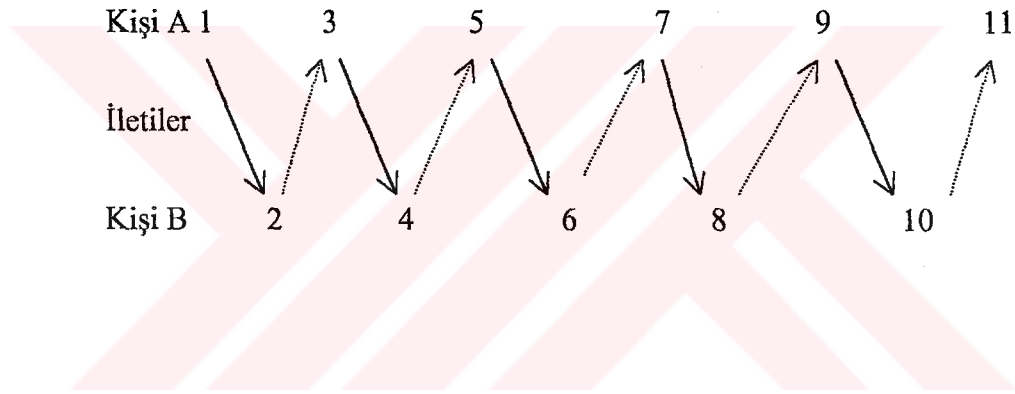
İletişim, Dance modeli'nde, karmaşık ve evrim içinde bir süreç olarak alınıyor; sürekli değişen bir şeyin incelendiğinin bilinmesi de duruma uyarlanılmasının

⁵⁹ Usluata, s.37

gerekliliğini getiriyor. Dance modeli'ne zaman kavramı eklenmiş ve her iletişim etkinliğinin bir önceki iletişim deneyimlerinin üzerine kurulduğu gösterilmiştir.⁶⁰

2.5.11 Watzlawick – Beavin – Jakson Modeli

1967 yılında Paul Watzlawick, Janet Beavin ve Don Jackson psikiyatri çalışmalarının ve terapinin temelinde iletişimin genel görünümünü sunmuşlardır. Bu model iletişimin bireyler arasında ileti alışverişini içeren bir süreç olduğunu vurgulamaktadır.⁶¹



Şekil 13: Watzlawick – Beavin – Jakson Modeli

Modele göre iletişim birbiri ardına sırayla kaynak ve hedef işlevi gören bireyler arasında süregiden bir etkinliktir.⁶²

2.5.12 Becker Modeli

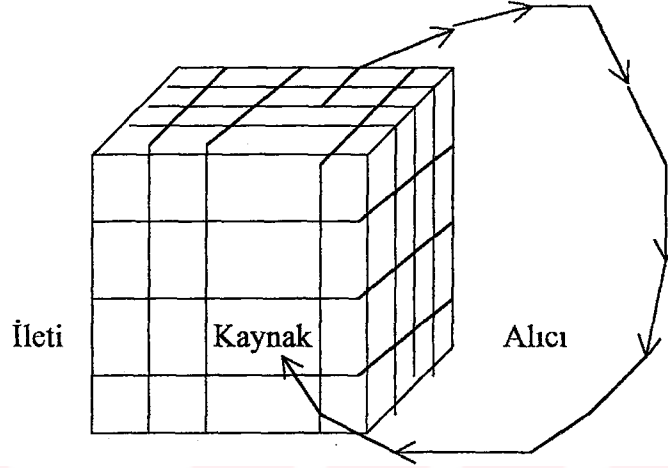
S.L.Becker 1968'de "Konuşma İletişimi" üzerine bir seminerde mozaik modelini ileri sürmüştür. İletilerin tek başlarına varolmadığı varsayımından yola çıkarak iletişim süreci modeline mozaik kavramını getirmiştir. Model iletişim etkinliklerinin

⁶⁰ Usluata, s.38

⁶¹ Usluata, s.38

⁶² Usluata, s.38

çeşitli toplumsal durumlardaki - önceki izlenimleri, önceki konuşmaları, yarı-unutulmuş yorumları içeren- ileti öğeleri arasında bağlantı kurduğunu öngörmektedir; başka bir deyişle, kaynak etkilerden oluşan bir mozaiktir.⁶³



Şekil 14: Becker Modeli

Mozaik küpünün katmanları bilgi katmanları karşılığdır; model iletişim süreçlerinin çok sayıdaki katmanlarının karmaşıklığını ve bilgi küpleri arasındaki iç ve dış etkileşimi göstermektedir.⁶⁴

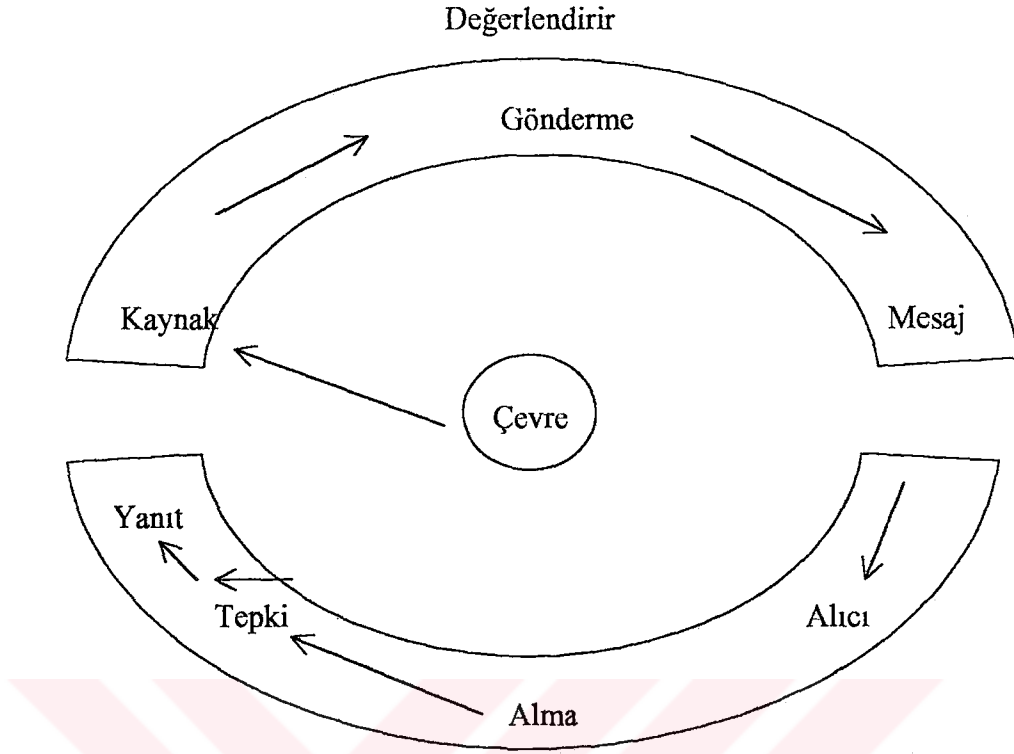
2.5.13 Andersch – Staats ve Boston Modeli

1969 yılında Andersch, Staats ve Boston çevresel etkenleri odaklayan iletişim modelini oluşturmuşlardır. Modelde öne sürülen görüşe göre Kaynak iletiler oluşturup anlamlarını değerlendirirken, hedef de aldığı iletileri yeniden değerlendirirken sürekli çevre ile etkileşim içindedirler.⁶⁵

⁶³ Usluata, s.39

⁶⁴ Usluata, s.39

⁶⁵ Usluata, s.39

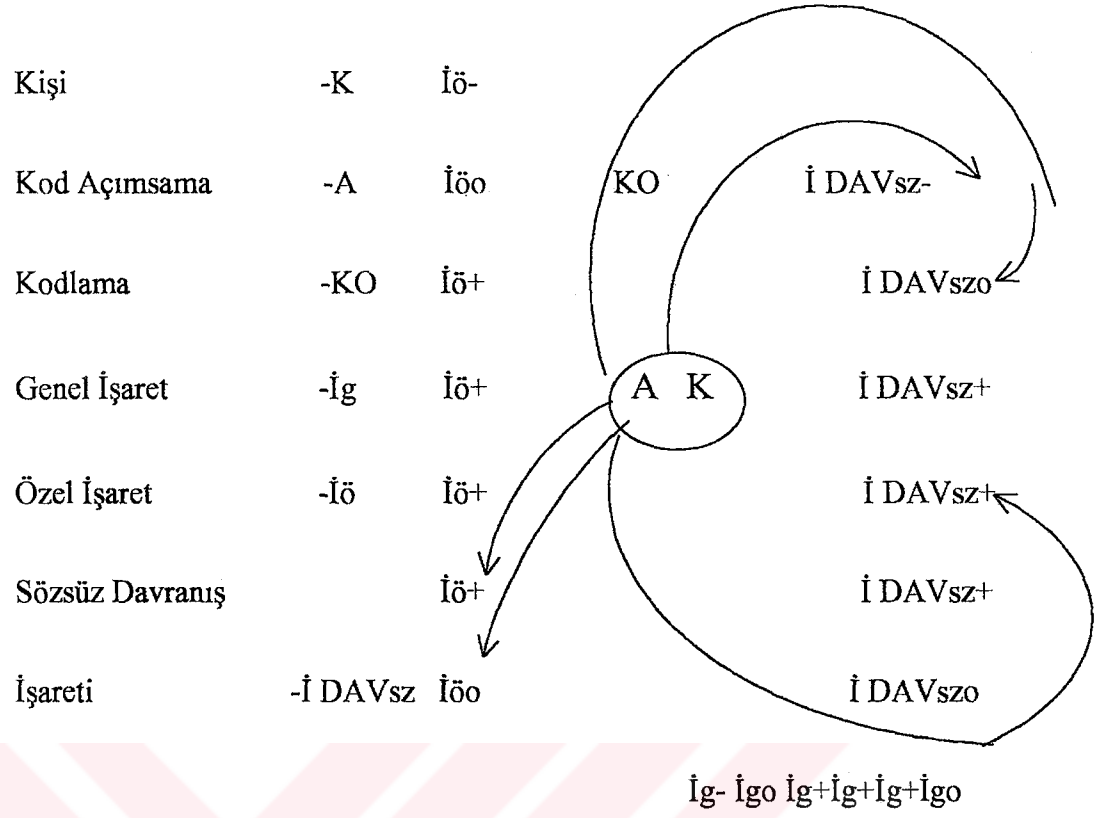


Şekil 15: Andersch – Staats - Boston Modeli

2.5.14 Barlund Modeli

C. Barlund 1970 yılında yazdığı bir makalesinde “kişi iletişiminin karmaşıklığını, inanılmaz güçlüğü” vurgulayan modelini oluşturmuştur. Barlund için iletişim hem anlamın bir evrimidir, hem de belirsizliğin azaltılmasını hedefler. Anlamı “alınan” değil de “yaratılan” diye vurgulayan anahtar işaretin, başlama işaretlerinin bulunduğunu savunmaktadır. Model bu işaretleri üç dizi ele almıştır: bunlar genel işaretler, özel işaretler ve davranış işaretleridirler. Genel işaretler fiziksel dünyadan gelen, doğal ile kişilerce oluşturulan, yapay işaretleri içermektedir. Verilen model kişinin kendisi ile içsel iletişimini göstermektedir.⁶⁶

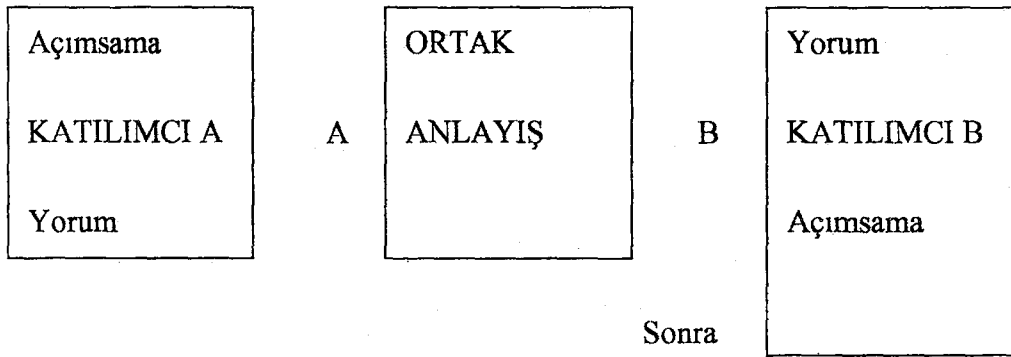
⁶⁶ Usluata, s.41



Şekil 16:Barlund Modeli

2.5.15 Rogers – Kincaid Modeli

Everett Rogers ile D.Lawrence Kincaid 1981 yılında Communication Networks (İletişim Ağları) adlı yapıtlarında iletişim sürecinin en yeni modellerinden birisini sunmuşlardır.



Şekil 17:Rogers - Kincaid Modeli

Bu modelde iletişim ortak bir anlayışa varmak üzere bireylerin bilgi yaratma ve birbirleriyle paylaşma sürecidir. Süreç değiş – tokuş edilen bilgiye anlam vermeyi içermektedir. Modelde iletişim “daha sonra, daha sonar” diye süre gider.⁶⁷

3. KİTLE İLETİŞİMİ

Bir kitlesel araçla, söz gelişi televizyon, gazeteler, duvar panoları veya sinemalarla dolaymlanan iletişim.

1940’ların başında Harold D.Laswell siyasal erk ve propaganda üstüne yaptığı çalışmalarda ilk kez “kitle iletişim” terimini kullanmıştır. Bu terimin amacı toplumun örgütlenmesini yöneten modern koşulları belirtmek ve siyasal karar alma süreçlerinde bürokrasilerde onların iletişim teknolojilerinin rolünü vurgulamaktı. Ayrıca bu, toplumsal fenomenlerin çözümlenmesinde iletişimin öneminin de tanınmasıydı.⁶⁸

McQuail’e göre kitle iletişimi uzmanlaşmış grupların, teknolojik araçları (basın, radyo, televizyon) kullanarak geniş, heterojen ve (coğrafya bakımından) dağınık izleyicilere simgesel içerikleri yayma tekniklerini, örgütlerini içerir.⁶⁹

Kitle iletişimi terimi kamuya, kitlelere yönelik ileti üretimi ve dağıtımının kurumsallaşmış biçimlerini anlatmaktadır; geniş ölçütte işlev gören kitle iletişimi büyük çapta iş bölümünü, basın, film, bant kaydı ve fotoğraf gibi karmaşık araçları içermektedir. Kendi içinde göreceli olarak az farklılaşmış bir topluluğa yönelik bilgi ve anlam aktarımı olarak tanımlanan, haber verme, eğitim, propaganda, reklam gibi çok değişik işlevler taşıyan, kitle iletişimi, iletinin bir ya da daha çok kitle iletişim araçları (gazete, radyo, televizyon, sinema, dergi ve kitap) aracılığında geniş ve bilinmeyen bir kitleye (dinleyici, izleyici, okuyucu kitesine) iletilmesidir. McQuail için kitle iletişimi

⁶⁷ Usluata, s.42

⁶⁸ Muflu, s. 211

içinde iletilerin üretildiği, seçildiği, gönderildiği, alındığı ve karşılık verildiği bir sistem, bir dizgedir. Birkaç kişinin büyük sayıdaki kişiler için ileti yaratması tanımı kitle iletişimini özetlemektedir.⁷⁰

Kitle iletişim araçları okuyucu ya da izleyici kitlesi ile iletişim kurduğunda bir süreç başlatılır. Kitle iletişimi sürecinde kaynak tek bir kişi değil, biçimsel bir örgüt ve/ ya da profesyonel iletişimcilerdir; ileti oluşturmak ise büyük ölçüde yatırımı gerektirir. İletiler standartlaşmış ve çoğaltılmış bir çalışma ürünü, değiş – tokuş değeri olan bir maldır. Kaynak ile hedef - kitle arasındaki ilişki çoğunluk tek – yönlüdür; etkileşim hemen hiç olmaz; aradaki fiziksel ve toplumsal uzaklığın yanı sıra kamu iletişimi olarak yansızlık özelliği taşıması da kişilik dışı ilişkiyi sağlar. Kaynağın hedef–kitle üzerinde biçimsel bir gücü bulunmasa da, kaynağın prestiji, uzmanlığı ve yetkesi vardır; hedef kitle ise büyük bir kitlenin parçasıdır, deneyimlerini başkalarıyla paylaşır ve belirli bir tepki gösterir. Kitle iletişimi bir kişi ile çok sayıda alıcının birden ve yaygın etkilenişini içerir; ancak tek örnek etkinin gerçekleşeceği düşünülemez.⁷¹

Kitle iletişimi süreci semiyotik, simgeler ve işaretleri içeren bir yaklaşımla bütünleştirildiğinde, kaynak konumundaki profesyonel iletişimciler iletilmek üzere anlamlı bir simge bulur ve simgeyi hedef kitlenin anlayabileceği biçime dönüştürür. Hedef kitle simgeyi algılar, geçmişte öğrenilmiş anlamlarla ilintiler kurarak yorumlar. Kitle iletişim araçları programlarının içeriği yapımcılarının simgesel anlamlarını yansıtır. Programlar yapılıp, iletildiğinde ise artık ayrı birer nesnedirler; yapımcının, izleyicinin ya da okuyucunun karşısına çıkan gerçeklerdirler. Kitle iletişim araçlarının sunumunda değişik yaşam biçimlerinin imgeleri hem yapımcılarının canlandığı

⁶⁹ Erdoğan ve Alemdar, s.173

⁷⁰ Usluata, s. 74

⁷¹ Usluata, s. 74

gerçekleri yansıtırlar, hem de bu verilerle karşılaşan kişileri bir biçimde uymaya zorlayan bir gerçeği oluştururlar.⁷²

3.1 Kitle İletişimi ile İletişim Arasındaki Fark

Kitle iletişiminde ilk farklılık kaynağın, tek bir kişi değil, bir kuruluş oluşudur. Buna kurumlaşmış kişilik de denir. Muhabirleri, redaktörleri, sermaye terkihi, bu sermaye terkihiin sağladığı toplumun belirli kesimleri ile olan bağlar ve yakınlıklar, kullanılan teknolojinin düzeyi, kurumun kendi içindeki meslek etik'inin ve tecimselleşmenin derecesi ile bu kurumlaşmış kişilik oluşur. Kurumlaşmış kişilik yalnızca gazetenin, radyo şebekesinin kendisi için söz konusu değildir. Aynı şekilde gazetenin yazarına ve muhabirine de kurumlaşmış kişilik kazandırır.

Yüz yüze iletişimde tek kişinin iletiyi kodlarken yaptığı simge seçimi, sentaks arama, oluşturma, iletişimde etkinlik arttırmak için kuramsal bilgilerden yararlanma gibi işleri kitle iletişiminde gazete, radyo ya da televizyon bir kuruluş olarak yapar. Kişinin karşısındaki kişiye neyi, nasıl ne zaman, ne gibi bir kanalla ileteceğini düşünmesi gibi, gazete, radyo istasyonu da dünyanın her yanından gelen haberleri, enformasyonu, yorumları, bilgileri toplar, tasnif eder, karşılaştırır, değerlendirir, seçimler, yeniden işler (gazetede çıkacak bir metin haline getirir) ve yayınlar.⁷³

Yüz yüze iletişim sürecinde bir iletiyi kodlayıp sözel olarak karşınızdakine ilettiğinizde onun ne yanıt verdiğini sözel olarak duyabileceğiniz gibi, mimiklerinden, jestlerinden hemen yakalarsınız. Kitle iletişiminde ise, bu destek – yankıyı (feedback)

⁷² Usluata, s. 75

⁷³ Oskay, s. 47

yakalamak çok zordur. Kitlenin homojen olmayışı da kitle iletişimindeki temel farklılıklardan biridir.⁷⁴

3.1.1 Kitle İletişimin Başlıca Özellikleri Şunlardır:

1. Kitle iletişiminin izlerkitleşi görece geniştir.
2. İzlerkitle çeşitli toplumsal kümelerden gelen ve değişik ve çeşitli niteliklere sahip insanlardan oluşan ayrı türden bir topluluktur;
3. İzlerkitle kimliksiz bir topluluktur, yani izlerkitle üyesi ve iletişimci genellikle birbirlerini kişisel olarak tanımazlar;
4. Kitle iletişimi kamusaldir, yani içeriği herkese açıktır;
5. Kitle iletişim araçları kaynaktan uzakta bulunan, birbirlerinden de ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir;
6. Kitle iletişimi karmaşık biçimsel kurumları gerektirir;
7. İletişimciyle izlerkitle arasındaki ilişki izlerkitlenin kişisel tanışıklığı olmayan, profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulur;
8. İletişim geri döndürülemezcesine tek yönlüdür ve izlerkitlenin anında yanıt verme olasılığını fiilen dışlamaktadır, böylelikle iletişim sisteminde göndericiyle alıcı arasında keskin bir kutuplaşma söz konusudur;
9. Kitle iletişim araçlarının ürünleri hem fiziksel anlamda, hem de bireye maliyetinin oldukça az olması nedeniyle parasal anlamda halkın çoğunluğu için kolayca elde edilebilirdir.

⁷⁴ Oskay, s. 49

Yeni iletişim teknolojileri kitle iletişiminin yukarıda belirtilen özelliklerinden bazılarını tartışmalı duruma sokmuştur. Bu tartışmalı durum, bugün kitle iletişimi ile diğer iletişim biçimleri arasındaki sınırın yeni teknolojiler tarafından belirsizleştirilmesinden kaynaklanmaktadır. Gerçekten de kablolu televizyon, ev bilgisayarları, amatör resim kayıt cihazları (VCR), uydu iletimi, elektronik habercilik ve posta, yayıncılığı, televizyonu, radyoyu ve bilgisayarları bir bilgisayar terminaliyle ortak erişime sunan hiper-medya, CD-ROM'lar, Yüksek Çözünürlüklü Televizyon (HDTV) gibi yeni iletişim araçları çeşitli iletişim biçimlerini birarada gerçekleştirmektedirler.⁷⁵

3.1.2 Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları; geniş kitleleri eğlendirmek, kitlelere bilgi veya mesaj ileterek onları aydınlatmak, yönlendirmek veya denetlemek gibi amaçlarla kullanılan televizyon, radyo, gazete, dergi gibi araçlardır.⁷⁶ Başka bir deyişle kitle iletişim araçları; iletiyi yığınlara ulaştıran araçlardır.⁷⁷ Kitle iletişim araçları çağcıl toplumda temel bir rol oynar duruma gelmişlerdir. Kitle iletişim araçları çok sayıdaki izleyiciye ulaşan, iletişimi sağlayan araçlardır –gazeteler, dergiler, televizyon, radyo, sinema, videolar, CD'ler ve öteki biçimler gibi. Kitle iletişim araçlarının yaşamlarımız üzerinde derin bir etkisi vardır. İletişim araçları yalnızca eğlendirmez; gündelik yaşamımızda kullandığımız bilginin büyük bölümünü sağlar ve bu bilgiyi biçimlendirir.⁷⁸

Kitle iletişim araçları iletişimin sanayileşmiş araçlarıdır. İletişim teknolojisi verilerinin üretilmesi, dağıtımı, çoğalması, saklanması, gösterilmesi ya da alımında yardımcı olan her türlü araç, kitle iletişim araçları kapsamında değerlendirilir. Kitle

⁷⁵ Mutlu, s. 212

⁷⁶ Demir ve Acar, s. 134

⁷⁷ Gezgin, s. 79

⁷⁸ Giddens, s. 421

iletişim araçları, istihdam sağlayan, mal ve hizmet üreten ve ilgili yan sanayileri besleyen, büyüyen ve değişen sanayilerdir; aynı zamanda kendi içlerinde kurumlar barındırır ve kurumu topluma ve diğer toplumsal kurumlara bağlayan kendi kural ve normlarını geliştirir.

Kitle iletişim araçları hem milli, hem de uluslar arası alanda giderek artan bir şekilde toplumsal hayatın sorunlarının sergilendiği bir alan açar. Sadece bireyler değil, toplumsal gerçekliğin belirleyici tanımları ve görüntüleridirler. Haberler ve eğlence ile ayrılması mümkün olmayan bir şekilde karışmış olarak değerleri ve normatif yarguları dile getirirler.⁷⁹

3.1.3 Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

Kitle iletişim araçlarının işlevleri ne yapmak için var olduklarını, gerçekte ne yaptıklarını, neyi amaçlar gördüklerini içermekte ve bu işlevler; (1) eğlendirici, (2) bilgilendirici, (3) kültürel, (4) toplumsal ve (5) siyasal işlevler genel başlıkları altında toplanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının başlık altlarındaki işlevleri de şöyle özetlenmektedir: (1) Toplumsal değişikliklerin getirdiği gerilimlerden uzaklaşmak için -eğlence programlarıyla, dizilerle- düş dünyası oluştururlar; (2) Çevrede olanlar üzerine -haber ve günün olayları programlarıyla- bilgilendirirler ve dünyanın coğrafya, politika ve toplumlar açısından görüntüsünün oluşmasına yardım ederler; (3) Toplumsal gerçekleri -kültür programlarıyla- yeniden kurarak, grup kimliğini oluşturur, kültürel sürekliliği sağlar, ayrıca toplumu değişikliğe de hazırlayabilirler; (4) Toplumdan, toplumsal gruplar arasındaki etkileşimlerden örnekler vererek toplumsallaşmayı sağlar, değişen çevre içinde anlama düzeyini ve uyarlanma becerilerini -örgün ve yaygın eğitimle- yükseltirler; ve (5) Siyasal olayları, konuları ve etkinlikleri sergileyerek

⁷⁹ Denis McQuail, Kitle İletişim Kuramı, Çev.A.Haluk Yüksel, 1.Baskı, Eskişehir, Kabele Sanat Merkezi, 1994, s.2

kamuoyu oluşturur; katılım için –geribildirime gerekli- iletişim kanallarını kullandırırılar.⁸⁰

Kitle iletişim araçlarının kültürel işlevleri kitle toplumlarında kültürün anonim sunum ve algı kalıplarına sokulması ve estetiğin gerilemesi şeklinde işlemektedir. Bu işleyiş, enformasyonun kültürü çoğaltma ve yayma fonksiyonlarıyla yakından ilgilidir. Başka bir deyişle kitle iletişim araçları, en başta kültürel ürünü ve etkinliği bir yayım malzemesi olarak görmekte ve özgün ortamından soyutlamaktadır.⁸¹

Kitle iletişim araçları halka yeni özlemler aşılıyarak empatik bireysel gelişmenin hızla toplumsal başarının önüne geçmesine neden olur. Bu da düş kırıklığı dediğimiz doyumsuzluğa yol açar.⁸²

Dallas Smyth'e göre kitle iletişim araçları tekelci kapitalist sistemin bir buluşudur. Bu araçların amacı bütün nüfus ve öteki örgütlerin önderliği için sorunlar, değerler ve politikalar “gündemini” oluşturmaktır. Bu araçlar izleyicileri kitle halinde üretirler ve reklamcılara satarlar. Bu izleyiciler kendilerine kitle halinde üretilmiş tüketim malları ve hizmetlerinin pazarlamasında çalışırlar ve tüketilirler (sivil satış çabası). İzleyicilerin üretimi, tüketimi ve çalışması olmaksızın tüketici mal ve hizmetlerin kitle halinde üretimi imkansızdır. Smyth kitle iletişim araçları endüstrisini reklam ve araştırma sanayisiyle birlikte “bilinç sanayisi” olarak adlandırır. Frankfurt okulu ise bunu “kültür endüstrisi” olarak tanımlar.⁸³

⁸⁰ Usluata, s.76

⁸¹ Nur Topçuoğlu, Basında Reklam ve Tüketim olgusu, 1.Baskı, Ankara, Vadi Yayınları, 1996, s.152

⁸² Nabi Avcı, Enformatik Cehalet, 1.Baskı, Ankara, Rehber Yayıncılık, 1990, s.193

3.1.4 Kitle İletişimi Öğeleri

Kitle iletişimi, kaynak olarak kitle iletişim kurumları, yapım kanalları/ürünlerin işlenişi, iletiler, hedef kitle ve etki olmak üzere beş öğeden oluşmaktadır.

3.1.4.1 Kaynak Olarak Kitle İletişim Kurumları

İletişim süreci iletilerin nereden başlayıp nereye gittiğine indirildiğinde, iletileri gönderen kaynaktır. Kitle iletişimi sürecinde hedef kitle ile –okuyucu ya da dinleyici ya da izleyicilerle- iletişim kurmak üzere iletileri biçimlendiren kaynak -kitle iletişim kurumları ve bu kurumlarda çalışan profesyonel kitle iletişimcileri olmak üzere- biçimsel bir örgüttür. Profesyonel kitle iletişimcileri diye sınıflandırılan yapımcılar, editörler, muhabirler ve benzerleri türde basın-yayın uğraşında çalışan kimseler aynı zamanda hedef kitle içinde okuyucu ya da izleyici olarak alıcı durumunda da bulunabilirler. Bu kitle iletişim kurumları bir yandan toplumdaki olaylara ya da görüşlere yanıt verirken, öte yandan da iletişimin oluşturucuları, başlatıcılarıdır.⁸⁴

3.1.4.2 Yapım Kanalları/ Ürünlerin İşlenişi

Kaynağın biçimlendirdiği iletinin hangi kanalla gönderileceği kitle iletişimi sürecinin bir başka aşamasıdır. Burada hangi araç aracılığında ne söylendiği önemlidir. Radyo için yapılan bir program televizyon için yapılandan değişik biçimde işlenir. İletin ele alınış ve işleniş biçimi de algılanışını etkiler. Temelde aynı olan bir ileti değişik biçimde ele alınıp ilendiğinde değişik anlamlar taşıyabilir, değişik biçimde algılanabilir.

Hızlı yayılış sonucu ileti çoğu kez izleyiciye anında iletilebilir, çünkü mekanik kitle iletişim araçları, elektronik aygıtlar kullanılmaktadır. Hareketli görüntü ve seslerde

⁸³ Erdoğan ve Alemdar, s.198

⁸⁴ Usluata, s.78

ileti bir kez duyulur ya da görülür; sonra gider. Televizyon, radyo ya da filmde hareket eden sesler ve imgeler olay yerinde bulunma, olayın kendi açısından izlenmesi olanağını sağlar; ancak ileti bir kez algılanır ve gider.

Yapımlardaki temel iletilerin ve anlamların aralıklarla yinelenmesi inanırlığı güçlendirme amacını güder; konular, dekor, geri plan düzenlemesi anlık iletişimde fark edilmeyi sağlayabilir; temsil eden tipler, örneklemeler belirli değer yargularını da birlikte getirir; kitle iletişim araçları ürünlerini hedef kitleye çekici “yıldız sunucular ya da kişilikler” aracılığında sunarlar. Bu yıldızlar tek örnek temsilciler olarak yapılandırılırlar ve ürün ile izleyiciler arasında ilişkiyi sağlarlar. Zamanla haberlerin, yarışmacıların, belgesellerin, tüketici köşelerinin sunucuları odadaki bir kişi olurlar. Bu “yıldız” sunucular kimi kez programın öyküsünü biçimlendirir, böylece de izleyicilerin kendi kararlarını kendilerinin özgürce vermeleri engellenir. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının yapımları gerçeklikleri, inanırlıkları açısından sorgulanabilirler.⁸⁵

Hedef kitle içinde yaşadığı toplumsal çevre ile dolaysız ilişkidir; ancak bu toplumsal çevreye ilişkin iletileri dolaylı bir biçimde, çoğunlukla da etkili kitle iletişim araçlarının sunucuları aracılığında alır. Burada önemli olan algıladıklarının ihtiyaçlarını ne ölçüde karşıladığıdır.⁸⁶

3.1.4.3 İletiler

Bir kitle iletişim aracının ürettiği yapının içerdiği anlamlar, vermek istediği iletilerdir; başka bir deyişle, herhangi bir iletişim örneğinde söylenenle, yazılanla ya da resimlenenle anlatılmak istenen iletidir. Bu bağlamda ileti bir çalışma ürünüdür. Ayrıca dinleyiciler ya da izleyiciler bir yandan birden çok ileti gönderen kitle iletişim

⁸⁵ Usluata, s. 79

⁸⁶ Usluata, s. 80

araçlarından bir yandan da ilişki içinde buldukları çevrelerinden çok sayıda ileti alırlar.

İletiler ne söyledikleri ve nasıl söyledikleriyle tanımlanırlar. Kitle iletişim sürecinin kişilere ve kişilerin inançlarına ilişkin düşünceleri iletiler aracılığında sürdürdüğü düşünülürse, sürecin temelinde anlamın yattığı anlaşılır. İletilerin kodlanması, anlamların iletilere yüklenişi anlayışı etkiler. Anlamlar, kişiler üzerine düşünceler, inançlar hem açık hem de gizli olabilir. Bu nedenle de kitle iletişim araçlarını, medyayı incelerken, anlamların nereden geldiklerinin, ne olduklarının, ne ölçüde belirli bir amaca hizmet ettiklerinin, nasıl malzeme yapıldıklarının, kişinin kendi düşüncesiyle nasıl bütünleştiğinin yanı sıra kitle iletişim araçlarında açıklıkla verilen bilginin ardındaki iletilerin, inançların ve değerlerin de anlaşılması gerekir.⁸⁷

3.1.4.4 Hedef Kitle

Kitle iletişim araçlarının hedef kitlesi küresel, global bir özellik taşımaktadır. Olağanüstü sayıdaki ve uzaklıktaki kişiler aynı ürünleri okumakta ya da izlemekteler. Bu okuyucu izleyici kitlesi iletilerin hem alıcısı durumundadırlar, hem de iletiler için, kimi kez dolaylı da olsa, para ödemektedirler. Kitle iletişimin hedeflediği kitlenin büyüklüğü de yapımcılara kazanç kaynağı oluşturur.

Hedef kitleye iletileri profesyonel iletişimciler ya da “kapı bekçileri” basın-yayın – film aracılığında sunar. Sunulan iletilerden hangilerini seçeceği hedef kitlenin yapısına bağlıdır. Hedef kitle, içinde bireysel davranan kişilerin bulunduğu, değişik kesimlerden gelen kişilerin oluşturduğu bir topluluktur. Kitle iletişimindeki “kitle” kavramı yalnızca çokluğu, büyüklüğü belirlemez izleyici ya da dinleyicilerin toplumsal

⁸⁷ Usluata, s. 80

yapısını da niteler. Toplumu oluşturan çok değişik kesimleri, değişik kökenden gelen kişilerin topluluğu kitle toplumunu oluşturmaktadır.

Belirli hedef kitleler tükettikleri ürünlere göre sınıflandırılabilirler. Değişik kitle iletişim araçlarının değişik alıcı ya da tüketici kitlesi vardır; dahası da bir kitle iletişim aracının değişik programlarının hedef kitleleri değişik olabilmektedir. Belirli dergilerin, gazetelerin, filmlerin okuyucuları ya da izleyicileri vardır; belirli türdeki bir yapının özel alıcıları vardır; ya da yaş, sınıf, cinsiyet, gelir düzeyi, yaşam biçimi ve benzeri türde etkenlere göre sınıflandırılan okuyucu / izleyici profili vardır.⁸⁸

Hedef kitle iletişimde etkindir; pasif, edilgen değildir. Öncelikle iletileri açımşarken, iletilerden anlam çıkarırken, algıırken etkinlik başlar. Kitle iletişim aracına geribildirim ise dolaylı verilir –sözgelimi, spor programını izledikten sonra spor yaparak ya da mektup göndererek, telefon ederek tepki gösterilebilir ya da yanıt verilebilir.⁸⁹

3.1.4.5 Etki

Kitle iletişiminin son süreci çıktılar, bir başka deyişle kişileri etkilemektir. İletişim kuran ile anlam paylaşımı izleyici/dinleyici ya da okuyucu durumundaki kişileri bir yönde değiştirir. Bu değişim küçük çapta ya da derinden olabilir. Sözgelimi, hava durumunu öğrenen bir kişi iletişim aracının verdiği bilgiyle davranabilir. Bir gazetenin karikatürü kişiyi bir anlık da olsa eğlendirebilir, okuduğu bir şiir kişiyi duygulandırabilir. Daha karmaşık düzeyde kitle iletişimi yeni simgeler ve anlamlar sunarak milyonlarca kişide anlam değişikliği oluşturabilir. Kitle iletişim araçları tek

⁸⁸ Usluata, s.81

⁸⁹ Usluata, s.82

yanlı yayın yaptığında kişilerin görüş ve düşüncelerini, duygularını yönlendirebilir; kişilerin tavır almalarını ve değişmelerini sağlayabilir.⁹⁰

Kitle iletişim araçlarının tutum, inanç ve değerleri dolaylı ya da dolaysız etkiledikleri varsayımıyla hedef kitlenin etkilenişine ilişkin çok sayıda araştırma yapılmıştır. Kitle iletişim araçlarının ne tür etkilediği: kısa süreli, uzun süreli etkiler; kültürel etkiler; sürekli izleyenleri duyarsız yaptığı kuramı; iki aşamalı etki – kitle iletişim araçlarının ardından, ikinci aşamada kamuoyu oluşturan önderlerin etkisi- ana başlıkları altında toplanabilir. Etki türleri ise tavır ile düşünce değişiklikleri; toplu ve kişisel tepkiler; gündem belirleme; toplumsallaşma; denetim; gerçeği tanımlama ve egemen ideolojinin sürdürülmesidir. Kitle iletişim araçları amaçlanan değişime, amaçlanmayan değişikliğe; önemsiz bir değişikliğe; değişikliği kolaylaştırmaya; varolanı pekiştirmeye; değişikliği önlemeye neden olabilirler.⁹¹

Kitle iletişim araçlarının toplum üzerine etkileri genelde şu başlıklar altında toplanabilir: (1) toplumsal değişikli oluşturup, bunların yayılmasını sağlayabilirler; (2) kamuyu ilgilendiren konuların önemlerini vurgulayabilirler; (3) niteliksiz müzik, oyun ve ortaya çıkardıkları kişiliklerle “popüler” kültür oluşturabilirler.⁹²

3.2 Kitle İletişimi Modelleri

3.2.1 White “Gate keeper” (Eşik Bekçisi) Modeli

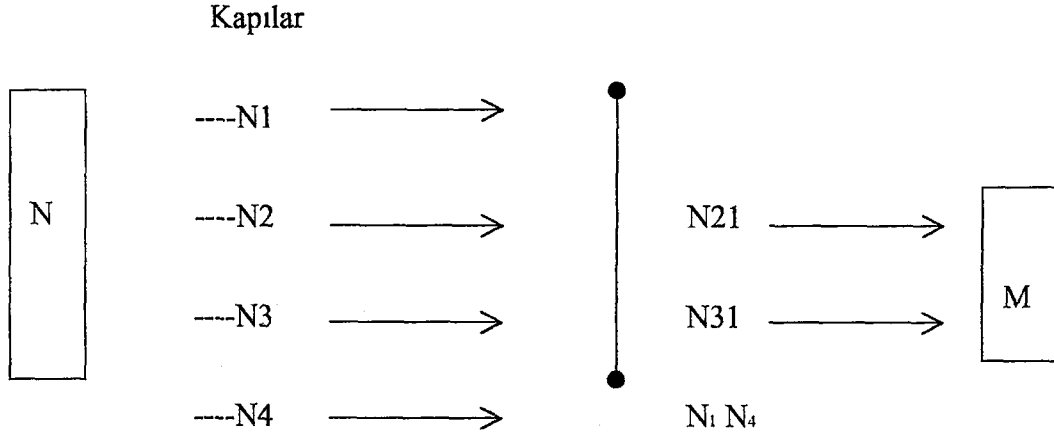
D.M.White 1950’de bir Amerikan yerel gazetesinde haberleri düzenleyen bir editörün çeşitli haber servislerinin gönderdiği haberler arasından basın için birkaçını

⁹⁰ Usluata, s.82

⁹¹ Usluata, s.83

⁹² Usluata, s.84

seçip diğer haberleri atmasını en önemli eşik bekliliği eylemi olarak nitelemiştir.⁹³



N:haber kaynağı, N1,2,3,4:haberler, N21,31:seçilen haberler, M:dinleyici,

N₁ N₄:atılan haber

Şekil 18: White “Gatekeeper” Modeli

İletişim kanallarında “kapı bölgeleri”nin bulunduğu ve haber seçme kararlarının buralarda verildiğini gösteren model bugün “Bekçilik” sürecinin çözümlenmesinde kullanılıyor.⁹⁴

3.2.2 Riley ile Riley Kitle İletişimi Modeli(Kitle İletişimine Sosyolojik Yaklaşım)

İlk iletişim modelleri; iletişimin toplumsal bir boşlukta yer alıp, çevre etkilerinden etkilenmediği gibi izlenim oluşturdular. Ancak zamanla, iletişimde bulunan insanın, toplumsal yapının bir parçası olduğu görüşü ağırlık kazanmaya başladı. John W.Riley ile Matilda White Riley’in (1959) “Kitle İletişimi ve Sosyal Sistem” adlı makaleleri sosyolojik anlayışa doğru önemli bir adım olarak kabul edilmektedir. Bu makalede Riley’lerin kitle iletişimine geleneksel bakışları, iletişim araştırmalarının pek

⁹³ Denis Mc Quail ve Sven Windahl, İletişim Modelleri, Çev. Mehmet Küçük Kurt, 1.Baskı, Ankara, İmaj Yayınları, 1993, s.145

⁹⁴ Usluata, s.85

çok sonucu yeterli bir şekilde açıklayamadıklarını belirtir ve “çalışma modeli” olarak adlandırdıkları modellerini açıklarlar.⁹⁵

Riley–Riley modelinin amacı, iletişimin, özellikle de kitle iletişiminin, toplumsal hayatın sürekliliğini sağlayan toplumsal sistemlerden biri olduğunu göstermek, çok sayıdaki iletiyi ve bu iletiler karşısında gösterilen bireysel tepkileri, bütünlük bir toplumsal yapı ve süreç içinde bir araya getirmek ve bunu işleyen bir modele oturtmaktır.⁹⁶

Riley ve Riley, geleneksel anlayışı şu şekilde tanımlarlar: Kaynak gönderdiği uyarıcı nitelikteki mesajlarla alıcıyı etkileme amaçındadır. Alıcı örgütsüz bir kitle içinde izole olmuştur ve genellikle de akılcı bir yolla iletilere nasıl tepki vereceğine karar verir. Araştırmacılar geleneksel olarak, iletişim sürecine etki etmeyen psikolojik süreçlerin öğelerine yer vermediklerinden gelişme kaydetmezler.

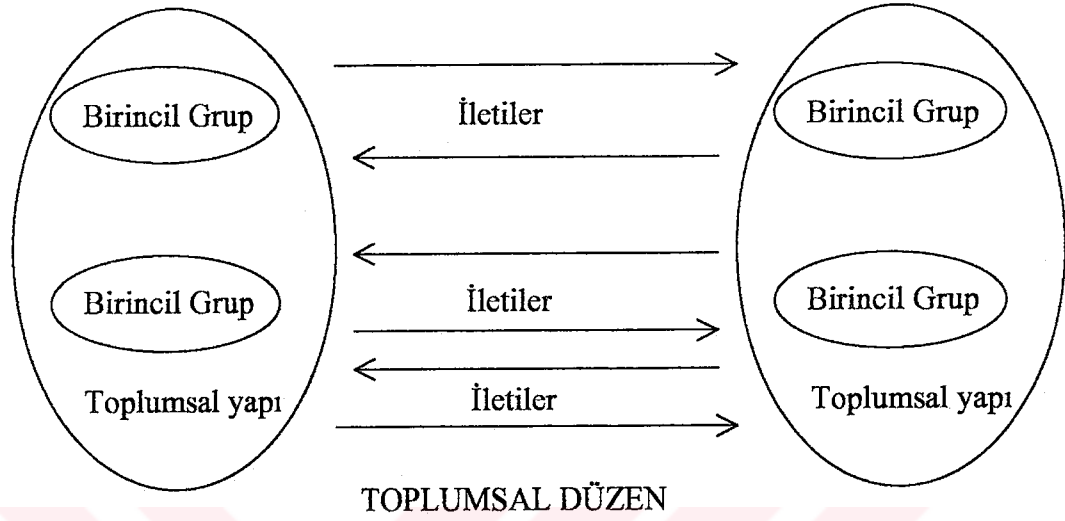
Riley ve Riley, iletişim süreci içindeki birincil gruplar ile referans gruplarının oynadığı role işaret ederler. Birincil gruplar üyelerinin arasındaki samimilik ve içten ilişkilerin olması özelliği ile öne çıkarlar. Aile birincil gruplara tipik bir örnektir.

Referans grubu ise, bireylerin tutumlarını, değerlerini ve davranışlarını tanımlamalarına yardım eder. Bireyin, grubun üyesi olması gerekmez, fakat, referans grubu normları, bireye yardımcı olacaktır. Bireyin içinde bulunduğu birincil gruplar, çoğu zaman referans grubu görevi de görürler. Birey, iletişim süreci içinde bir iletişimci, gönderici veya alıcı olarak birincil gruplardan etkilenir. Birey gönderici konumunda ise mesajı seçmesini ve şekillendirmesini; alıcı konumunda ise mesajı nasıl

⁹⁵ Mc Quail ve Windahl, s.47

⁹⁶ Avcı, İletişim Düşüncesinin Gelişimi, s.30

seçeceğine, kavrayacağına ve mesaja nasıl bir tepki göstereceğine, bu gruplar yardımcı olur.⁹⁷



Şekil 19: Riley ile Riley Kitle İletişim Modeli

Birincil gruplar toplumsal yaşamda boşlukta ve izole bir şekilde bulunmazlar. Riley-Riley, bu grupları, geniş bir sosyal yapının parçaları gibi kabul ederler. Buna bir örnek verecek olursak; okuldaki bir öğrenci genellikle sınıf içinde bir küçük arkadaş grubuna bağlıdır (birincil grup) ki, bu grup bir sınıfın, bu sınıf da bir bütün olan okulun (daha geniş sosyal yapısının) bir parçasıdır. Birincil gruplar birbirlerinin tutumlarını ve davranışlarını etkilerken, aynı zamanda kısmen de geniş toplumsal yapıdan etkilenirler. Bu ilişkinin tamamı ise grup içindeki bireyi dolaysız olarak etkiler. Bu geniş yapının içinde, ikincil grup olarak adlandırılan siyasi örgütler ve rehberlik edici birincil gruplarla aynı yönde hizmet eden gruplar da vardır.⁹⁸

Gönderici ve alıcı birbiriyle geri besleme mekanizmalarıyla ilişkili iki geniş yapının elemanları olarak tanımlanır. İletişim sistemi, toplumsal sistem ile

⁹⁷ Mc Quail ve Windahl, s.48

⁹⁸ Mc Quail ve Windahl, s.48

çevrenmiştir: Bu yapı içinde iletişim aktörleri, onları çevreleyen gruplar ve daha geniş yapılar burada yerini alır. Kitle iletişim süreci bu geniş sosyal süreci etkiler ve ondan da etkilenir. Bu durum iletişimi sosyolojik açıdan değerlendirme kolaylığı sağlar.

Model, kitle iletişimi kavramı ile varolan sosyolojik teoriler arasında bağlantı kurma açısından çok yararlı olmuştur. Model kitle iletişiminin diğer toplumsal süreçler gibi algılanması gerektiğine ve bu sürecin toplumsal yapıyı hem etkilediği, hem de bu yapıdan etkilendiğine dikkat çekmesinden dolayı çok önemlidir.

İletişimin etkilerinin önemi konusuna, farklı bir açıdan bakmamızı sağlaması açısından da model önem taşımaktadır. Mendelson (1963) Riley-Riley'in bu yeni bakış açısını; "Riley-Riley, kitle iletişim araçlarının bireyler ve gruplar üzerindeki etkilerinde rol oynayan diğer psikolojik etkenler üzerinde durmuşlardır." şeklinde özetler.⁹⁹

3.2.3 Galtung ve Ruge'un "Seçici Eşik Bekçiliği" Modeli

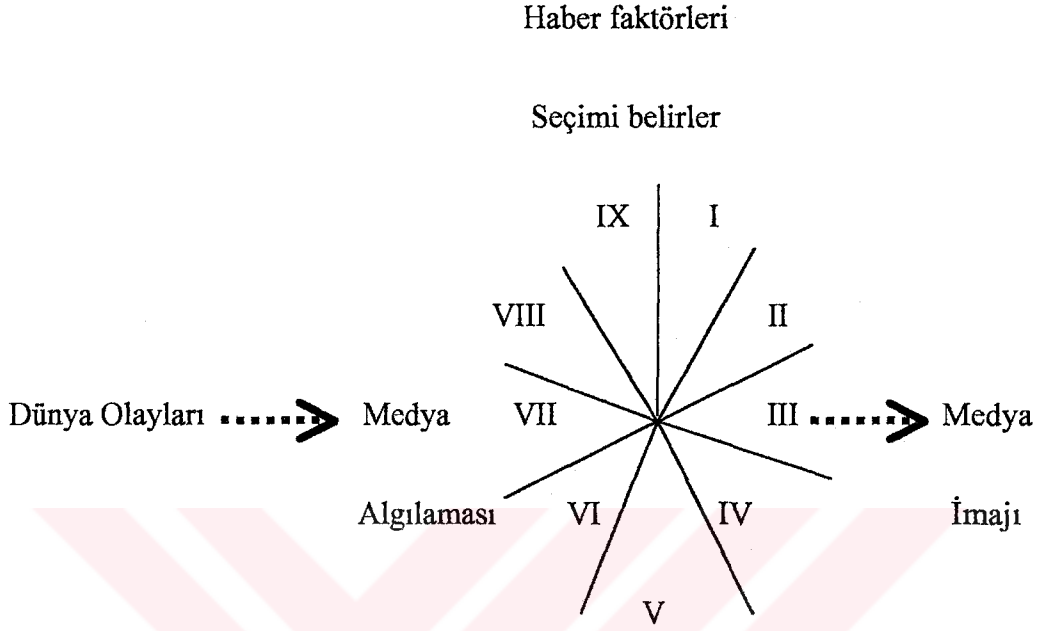
Modeldeki eşik bekçiliği kavramı, haber değeri olan olayların algılamasında başvuru olan haber ölçütleri aracılığı ile art arda giden seçme süreçlerini açıklamaktadır. Modelin en önemli özelliği ise, haber seçilirken veya dışlanırken başvuru olan ölçütlerle ilgilidir. Galtung ve Ruge probleme, haber konusu olayın temel özelliklerini tasvir ederek yaklaşır. Bu özellikler haberin seçilip alınma ve diğer eşiklerden geçme şansını etkilemektedir.¹⁰⁰

Model dünya olaylarının medya örgütleri tarafından medya imajlarına dönüştürülerek izleyicilere/okuyuculara aktarılma işlemini temsil eder. Modelin problemlere uygulanmasında birkaç temel varsayıma başvurulur. Bu varsayımlara göre,

⁹⁹ Mc Quail ve Windahl, s.49

¹⁰⁰ Mc Quail ve Windahl, s.152

haber faktörleri tek başlarına ya da bir araya gelerek olayların haber yapılmasını veya reddedilmesini sağlarlar.¹⁰¹



Şekil 20: Galtung ve Ruge'un "Seçici Eşik Bekçiliği" Modeli

Haber faktörleri şunlardır: (1) Zaman dilimi, (2) Yoğunluk ya da eşik değeri, (3) Açıklık/Belirsizliğin olmayışı, (4) Kültürel yakınlık veya ilişki, (5) Uyum, (6) Ansızın meydana gelme, (7) İletişim aracının ilgi alanı, (8) Kompozisyon ve (9) İleti aktarılan toplumun veya eşik bekçilerinin sosyokültürel değerleri haber seçimini etkilemektedir.¹⁰²

Model, temeli psikolojik olan kişisel algılamalarla ilgili önermelere dayandırılmıştır. Modelin aynı zamanda etkili olmasını da sağlayan önemli bir işaretime göre, eşik bekçiliği sürecinde haber içinde geçen olaylar, kişiler ve yerler hakkında imajlar üretilmekte ve genelde bu imajlar gerçeği yansıtmamaktadır. Model, haber

¹⁰¹ Mc Quail ve Windahl, s.153

¹⁰² Mc Quail ve Windahl, s.153-154

içeriği ile ilgili çalışmalarda yaygın bir biçimde kullanılmış ve ampirik bulgularla da önemli ölçüde desteklenmiştir.¹⁰³

3.2.4 McCombe ile Shaw Gündem Belirleme Modeli

McCombe ile Shaw 1976 yılında yayınlanan “Agenda setting and mass communication theory” başlıklı yazılarında iletişim araçlarında gündem belirleme modellerini sunmuşlardır.



Şekil 21: McCombe ile Shaw Gündem Belirleme Modeli

Model, X konusunun kitle iletişiminde işlenme oranının X konusunu kamunun algılayışı ile orantılı olduğunu, dinleyicilerin/izleyicilerin/okuyucuların tüm olayların yanı sıra her konunun ne ölçüde önemli olduğunu da kitle iletişim araçlarından

¹⁰³ Mc Quail ve Windahl, s.154-155

öğrendiğini göstermektedir. McCombe ile Shaw için kitle iletişim araçları dünyanın algılanışında çok etkilidirler; bilgi değişikliği de yapabilmektedirler.¹⁰⁴

Gündem kurma araştırmalarının çoğu seçim kampanyaları ile ilgilidir. Tipik bir modern seçim kampanyasında toplumun daimi problemlerine ve adayın kendi seçeceği belirli özel konulara karşı adayın aldığı tavır, pozisyonu belirterek aday “imajı”nı oluşturmak yaygın bir strateji haline gelmiştir. Teori seçmenlerin bir konunun önemli olduğuna ikna edilmeleri halinde, o konuda en donanımlı aday veya partiye oy verecekleri şeklindedir.¹⁰⁵

Model, izleyicinin kişisel gündemi üzerinde kitle iletişim araçlarının etkisinin doğrudan mı oluşacağı veya gündem kurma etkisinin kişiler arası etkileşim yoluyla olacağını beklemek gerektiği konusunu net olarak ortaya konulmaması noktasında eleştirilmiştir.¹⁰⁶

3.2.5 McQuail Etki Modeli

Kitle iletişim araçlarının etkilerine ilişkin, kuramsal ve araştırmalardaki gelişmeleri için McQuail, Golding’in yorumuna dayanarak bir model oluşturmuş ve amaçlanan ile amaçlanmayan, kısa-sürelili ile uzun-sürelinin aralarındaki ayrımları modeller dizisinde belirtmiştir.¹⁰⁷

Bireysel yanıt: Tutum, tavır ya da davranışı etkilemek için tasarlanmış iletilere karşılık olarak bireyin de değişme ya da değişmeye direnme sürecidir.

¹⁰⁴ Usluata, s. 87

¹⁰⁵ Mc Quail ve Windahl, s.92

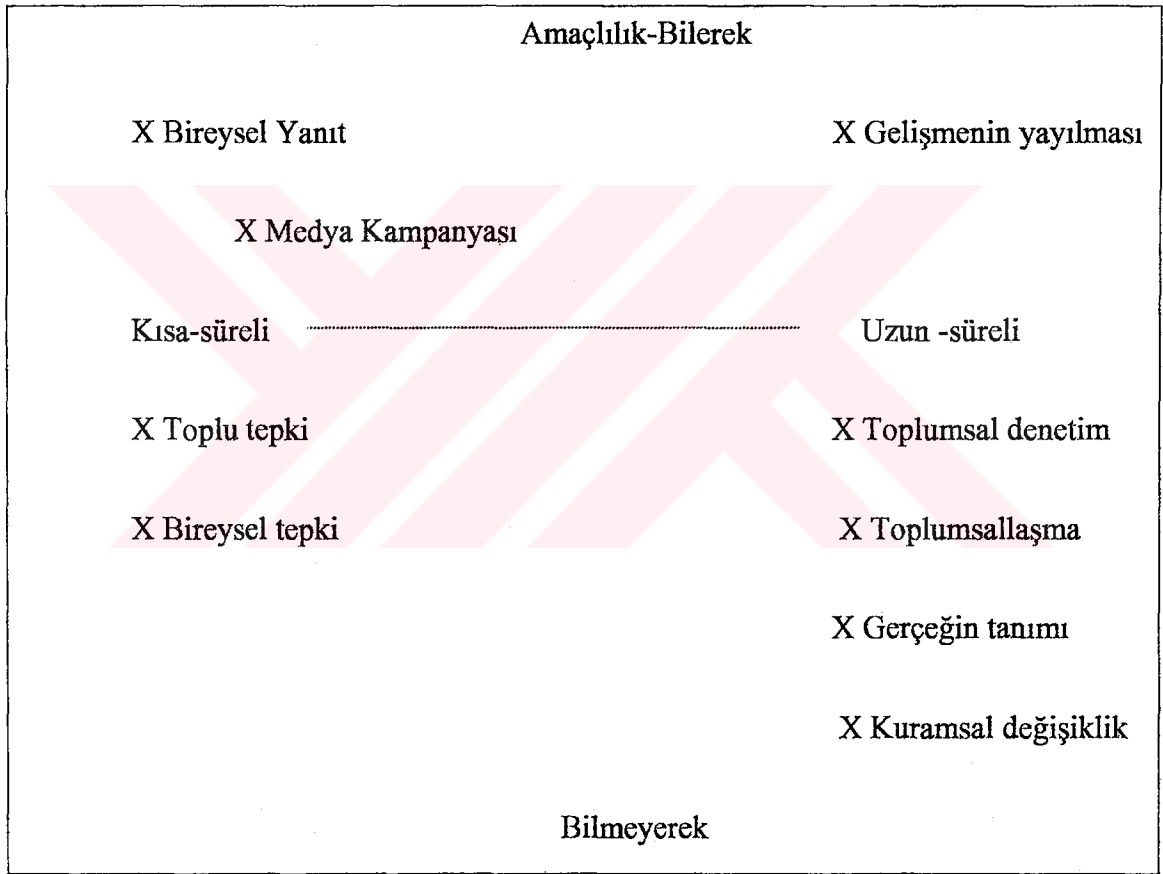
¹⁰⁶ Mc Quail ve Windahl, s.93

¹⁰⁷ Usluata, s.87

Bireysel tepki: Kitle iletişim araçları karşısında kişilerin beklenmedik, tasarlanmamış biçimde tepki göstermeleridir. Bu öykünme ya da öğrenme, kahramanlarla özdeşleşme türünde olabilir.

Tek bir ileti → Alıcı birey → Tepki

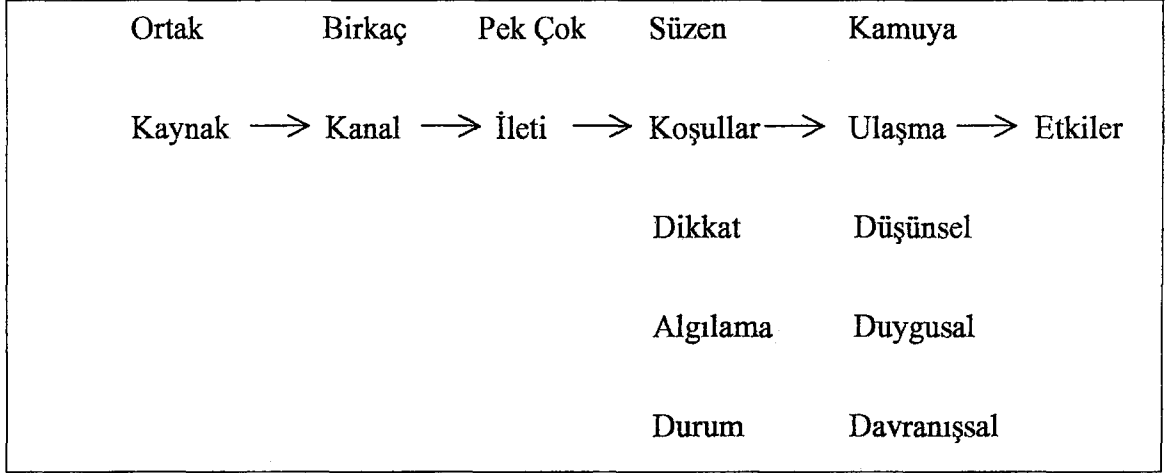
Kitle iletişim araçları, Medya Kampanyası: Belirli bir kitleyi bilgilendirmek ya da inandırmak amacıyla belirli sayıdaki kitle iletişim araçlarının kullanıldığı durumdur.



Şekil 22: McQuail Etki Modeli

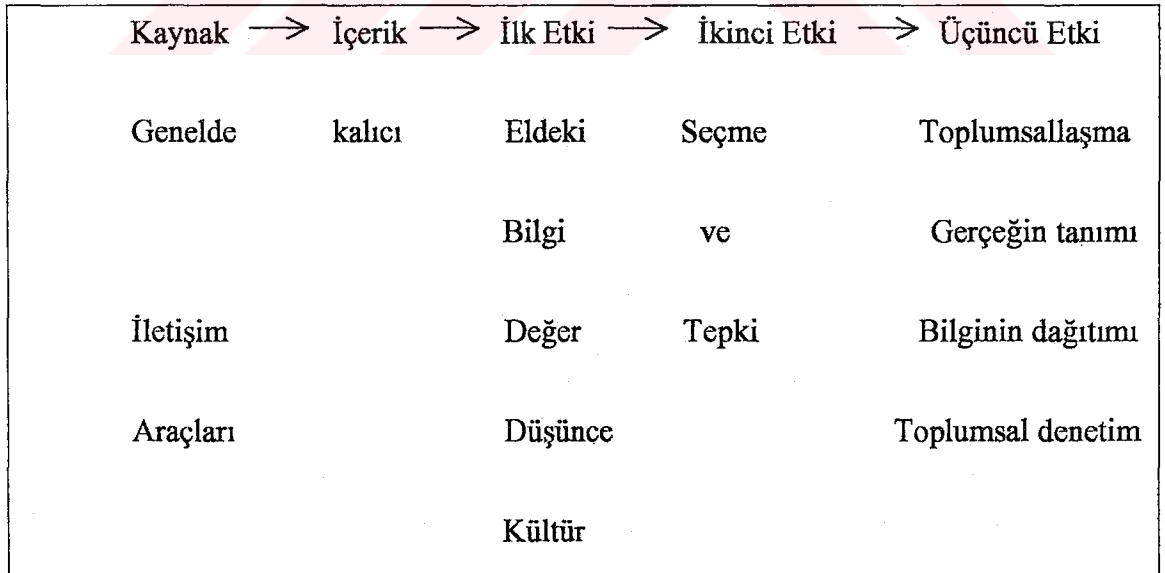
Toplu tepki: Pek çok kişinin birlikte, ortak eyleme girişimi, korkudan, kaygıdan kaynaklanan tepkilerdir. Gelişmenin yayılması: Uzun-sürelî gelişme için yeniliklerin planlı yayılmasıdır. Sağlık ve eğitim amaçlı programlar geliştirilmiştir.

Bilginin dağıtımı: Toplumsal ve değişik gruplar arasında kitle iletişim araçlarının etkinliği sonucu haberlerin ve bilginin yayılmasıdır.¹⁰⁸



Şekil 23: McQuail Toplu Tepki Modeli

Toplumsallaşma: Belirli toplumsal durumlarda yerleşik değerler ve beklenen davranışları öğrenmeye ve bunlara uyarlanmaya kitle iletişim araçlarının biçimsel olmayan katkısıdır.



Şekil 24: McQuail Uzun-Sürelî, Planlı ya da Plansız, Değişiklik Modeli

¹⁰⁸ Usluata, s.88

Toplumsal denetim: Burada kurulu düzene, varolan yetkeye uymanın sağlanması anlaşılmaktadır.¹⁰⁹

Gerçeğin Tanımı: Bilgi ve görüşe ilişkindir ve kitle iletişim araçlarında varolan gerçeğin tamamlanmamış bir görüntüsünden doğar.

Kurumsal değişiklik: Kitle iletişim araçlarının gelişimine var olan kurumların özellikle iletişim işlevlerinde uyarlanma sonucunda ortaya çıkar.¹¹⁰

3.2.6 Maletzke'nin Kitle İletişim Süreci Modeli

İletişim modellerinin çoğunda araştırmacılar, etkiler veya davranışları açıklamaya çalışmışlardır. Bu da kitle iletişim araştırmalarında problemlerin bir veya iki faktörle en iyi şekilde analiz edileceği gibi yanlış bir sonuca götürür. Alman bilim adamı Maletzke (1963) "Schema de Feldes der Massen Kommunikation" adlı çalışmasıyla konuya farklı bir bakış açısı ile yaklaşmıştır. Metodolojik ve bütünsel olarak kurulan bu model, kitle iletişimini, içinde çok sayıda faktörün bulunduğu; sosyo-psikolojik açıdan karmaşık bir süreç olarak gösterir.¹¹¹

Maletzke modelini, gönderici, ileti, kanal ve alıcı gibi temel öğelerin üzerine kurmuştur. Bununla birlikte kanal ve alıcı arasına iki öğe daha eklemiştir. Bunlar, kanaldan ya da alıcının kanal imajından doğan baskı ve zorlamadır. İlk aşamada kitle iletişim araçlarının farklılığı, alıcının da bu kitle iletişim aracına farklı şekilde adapte olmasını gerektirir. Kanalların farklı olanak ve sınırlılıklara sahip olduğunu dikkate aldığımızda, alıcının ne şekilde etkileneceği ve kanal içeriğinin oluşturacağı etkiler, farklı şekilde dikkate alınmaktadır. Bir tiyatro oyunu TV'de izlenirken başka ve radyoda dinlenirken başka şekilde algı ve etkiye sahip olur. McLuhan'ın "araç iletidir"

¹⁰⁹ Usluata, s.89

¹¹⁰ Usluata, s.89

sözü kanalın bu rolünü çok iyi bir şekilde tanımlamaktadır. Bu çerçevede Maletzke, kanalın şu özelliklerini ileri sürer:

- a) Alıcıda oluşması beklenen algılama tipi (izleyici, okuyucu...vb.)
- b) Alıcının zaman ve mekan bağlamında kanalla olan ilişkisinin derecesi
- c) Alıcının medya içeriğini aldığı toplumsal koşullar
- d) Olayın olduğu zaman ile olaya ait mesajın alındığı (tüketildiği) zaman arasındaki farklılık.¹¹²

Alıcının kanala ilişkin imajı, medya iletişiyile ilgili beklentiler doğurur. Bu durumun da, alıcının ileti seçimi, onu yaşama geçirmesi ve tepkide bulunmasında etkili olduğu varsayılmalıdır. Kanalın prestiji ve güvenilirliği, sahip olunan imaj üzerinde etkilidir.

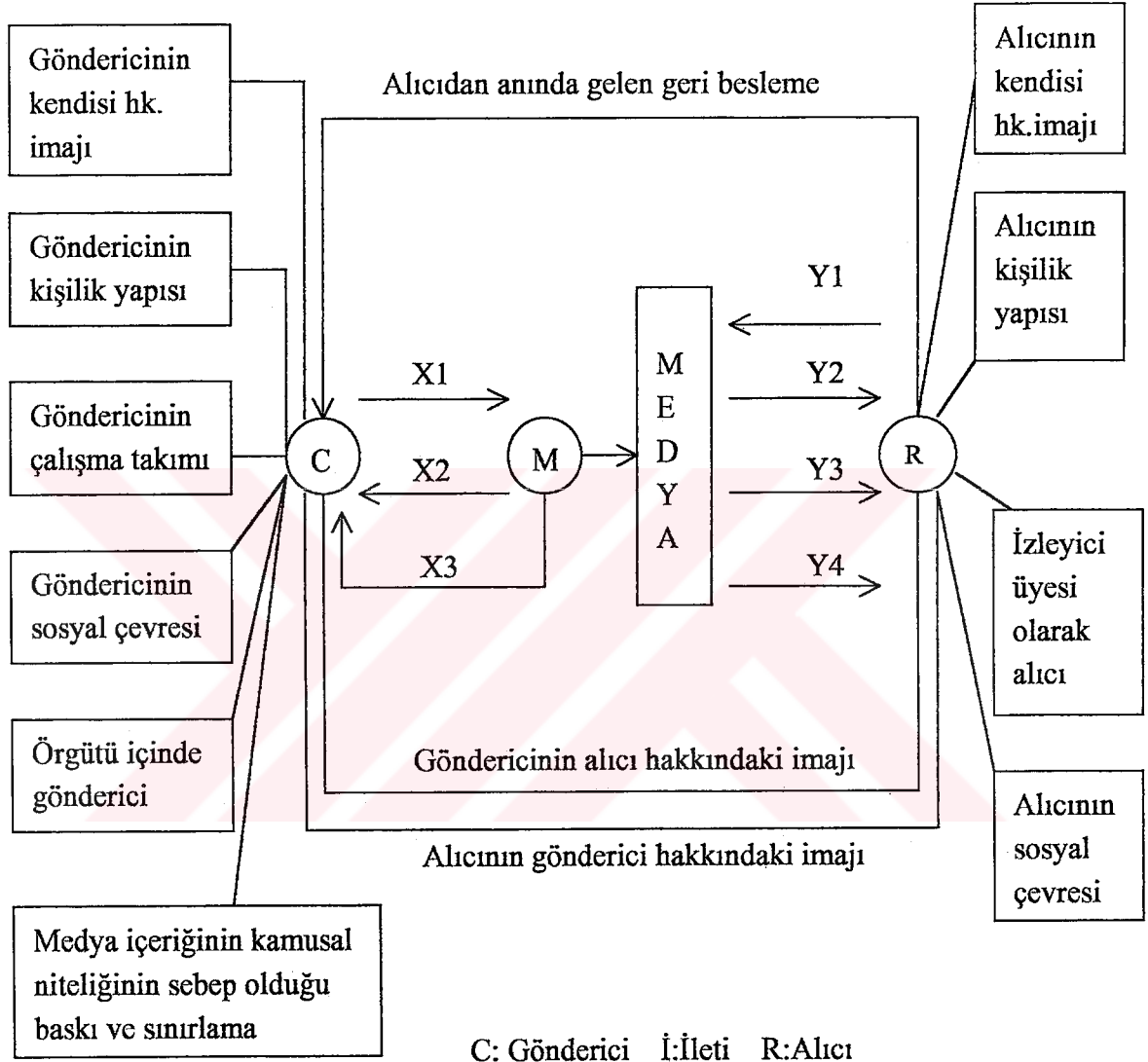
Seçme ve etki ile ilgili iki değişken, iletiyi alma sürecinde önemli birer bağımlı değişken veya sonuç olarak görülebilirler. Daha önce değindiğimiz kanal zorlaması ya da baskı alıcının kanalının sahip olduğu imajı gibi değişkenler de neden ya da bağımsız değişkenler olarak kabul edilebilir.

Alıcının kendini algılaması, rolleri, değerleri ve tutumları da ileti alınırken etki oluşturur. Sosyo-psikolojik araştırmalar, bireyin değerleriyle uyuşmayan bilgileri reddetme eğiliminde olduğunu göstermiştir. Alıcının kişilik yapısına bağlı olarak, bazı kişilik yapıları, diğerlerine oranla çok daha kolay etkilenmektedirler. Genellikle ifade edildiği gibi kendini gerçekleştirme sürecinin daha başlarında bulunan kişilik yapıları,

¹¹¹ Mc Quail ve Windahl, s.51

¹¹² Mc Quail ve Windahl, s.52

diğerlerine göre daha farklı bir alıcı konumunda olabilirler. Bu durumun kitle iletişim süreci için de geçerliliği söz konusudur. ¹¹³



X1:İçeriğın seçimi ve yapılanması, X2:İletiden gelen baskı veya sınırlama, X3:Medyadan gelen baskı ve sınırlama Y1:Medya içeriğinden seçme, Y2:İçeriğın etkisi, Y3: Medyadan gelen baskı ve sınırlama, Y4:Alıcının medya hakkındaki imajı

Şekil 25: Maletzke'nin Kitle İletişim Süreci Modeli

¹¹³ Mc Quail ve Windahl, s.52

Alıcının sosyal çevresi ve şartları; kişinin içinde yaşadığı topluluk ya da grupları da içine alan toplumdur. Grubun belirleyiciliği iletişim süreci üzerine araştırma yapan çok sayıda araştırmacı tarafından kanıtlanmıştır. Kişinin dahil olduğu gruba bağlılığı ne kadar yoğun ise; grubun değerlerine ters düşen iletilerin, o kişinin tutumlarını etkileme ihtimalinin de o kadar düşük olduğu görülmüştür.

Maletzke medya iletilerinin alıcıların yakın sosyal çevresinde bulunan kanaat önderi durumundaki kişiler aracılığıyla alıcılara ulaştığını belirtmektedir.¹¹⁴

Alıcı toplumun bir üyesidir; iletiyi alma konumu, kitle iletişiminde ve yüz yüze iletişimde olduğu gibi aynı değildir. Örgütsüz kitlenin bir üyesi olan alıcı birey, yüz yüze olduğu isteklere cevap verme veya kesin bir tepki verme zorunluluğunda değildir. İletiyi alma konumları, iletilerden nasıl etkilenileceğini belirleyebilir. Örneğin, çocuklar dramatik olan iletileri yaşlılarıyla veya anne ve babalarıyla farklı şekillerde etkilenirler.

Alıcının iletiyi seçerken ve hayata geçirirken konu ettiğimiz bağımlı değişkenler gibi, göndericiye ait değişkenlerden de söz edilebilir. Bunlar; göndericinin ileti seçimi ve iletiyi biçimlendirme şeklidir. Bu iki durum göndericinin iletme davranışı olarak tanımlanabilir.

Kitle iletişim sürecinde, ilke olarak göndericinin iletme davranışı olarak potansiyel iletilere ya da daha fazla malzemeye sahip olduğu kabul edilmektedir. Böyle durumlarda, gönderici, bütün malzeme içinden belli bir iletiyi seçer.¹¹⁵

Gönderici içeriğin cinsine göre iletinin düzenlenmesinde sınırlamalar yapar. Her araç, göndericinin sınırlarının ve imkanlarının özel bir bileşimini gösterir. Gönderici mesleki rolünün izin verdiği ölçüde kendi değerlerini ileri sürebilir, kendini

¹¹⁴ Mc Quail ve Windahl, s.53

¹¹⁵ Mc Quail ve Windahl, s.54

olayların bir yorumlayıcısı veya olayların bir aynası gibi görse de kendisinin gönderici olduğunun bilincindedir.

Maletzke, kişilik yapısının göndericinin davranışları üzerinde etkili olduğunu kabul etmekle birlikte diğer bağımlı değişkenlerin bu etkiyi azalttığını da ifade eder.

Göndericiler nadiren yalnız çalışırlar. Gönderici özgürlüğü, içinde çalıştığı grubun değerleri ve normlarıyla kesin bir derecede sınırlandırıldığı uzmanlarla birlikte çalışır. Göndericinin içinde bulunduğu kitle iletişim kurumları izledikleri politikalar, mülkiyet tipleri ve amaçlarının büyüklüklerine göre değişirler. Göndericinin ürünleri halk tarafından kontrole açıktır. Bu kontrol profesyonel kurumlar tarafından yapılır.¹¹⁶

Göndericinin sosyal çevresi, alıcının sosyal çevresi ile benzerlik gösterir. İletişim aracının içeriği deneme ve seçme şeklini etkiler, göndericinin kapıcılık görevi ve içeriğe biçim verme şekli sosyal çevresine bağlıdır. Gönderici iletiyi düzenlediğinde, göndericinin bir imajı alıcının zihninde oluşur. Gönderici için dinleyicinin memnuniyetini ifade eden geri besleme zayıf bir bağ oluşturur ve bu durum göndericinin etkisini azaltır. Kitle iletişim araçlarının tek yönlü olmasından dolayı geri besleme yoktur.¹¹⁷

Maletzke'nin çizdiği gönderici ve alıcı tiplmesi oldukça karmaşıktır. Gönderici ve alıcı işlevleri bir çok etkenin sonucu olarak gösterilmiştir. Bu karmaşıklık bize kitle iletişiminin sonuçlarını açıklamada ve öngöründe bulunmada niçin başarısız olduğunu açıklar.

Model sosyo-psikolojinin, kitle iletişimine olan ilgisini özetlemektedir. Model ayrıntılı bir şekilde, kitle iletişim sürecinin sosyo-psikolojik açıdan irdelenmesine, bir

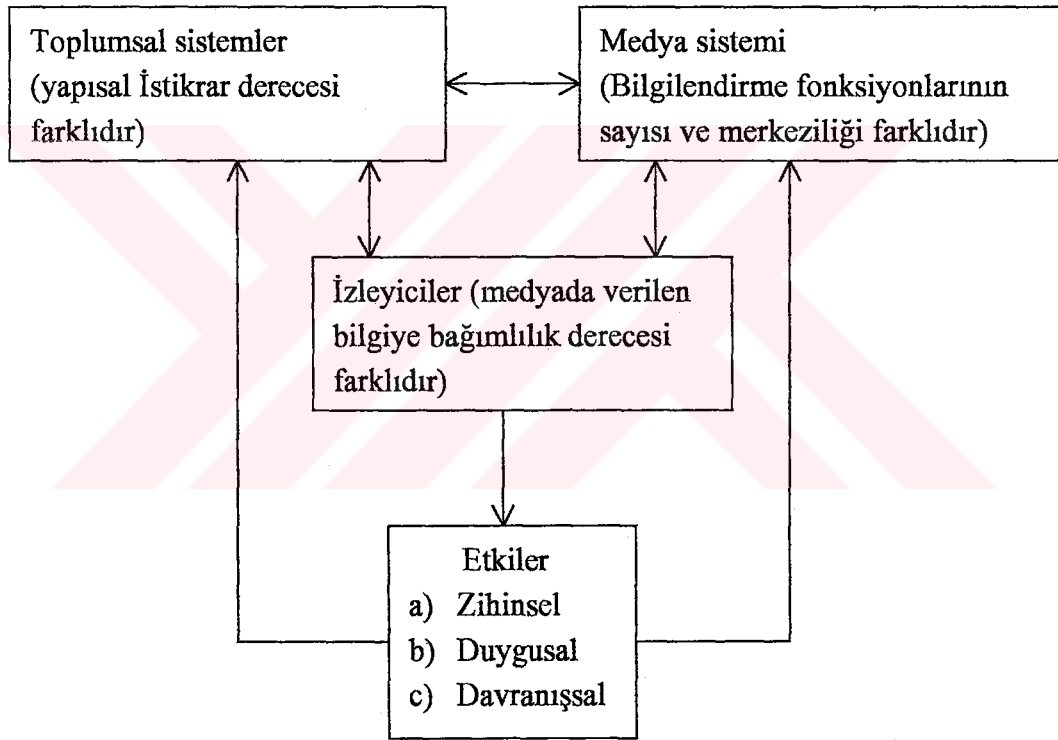
¹¹⁶ Mc Quail ve Windahl, s.55

¹¹⁷ Mc Quail ve Windahl, s.56-57

çok etkenin tartışılmasına imkan sağlar. Dolayısıyla, kitle iletişim sürecinin tanımlanması açısından oldukça önemlidir.¹¹⁸

3.2.7 Rokeach ve Defleur'un Bağımlılık Modeli

Ball-Rokeach ve Defleur (1976)'un tanımladığı bu model, kitle iletişim araçlarının etkilerinin ortaya çıkabilmesini toplumun yapısal koşullarına bağlar. Temel olarak bu durum; modern toplumun doğasıyla ilgili düşüncelerin özlerine sahip bir toplumsal yapı modelidir.¹¹⁹



Şekil 26: Rokeach ve Defleur'un Bağımlılık Modeli

Modelin sunduğu en önemli ve özgün düşünce, modern toplumlarda izleyici bireylerin, kitle iletişim araçları gibi haber kaynaklarından bilgi edinmek, toplumlarına uyum sağlayabilmek ve toplumlarında olan olayları öğrenmek için bağımlılık

¹¹⁸ Mc Quail ve Windahl, s.58

¹¹⁹ Mc Quail ve Windahl, s.95

duydıkları düşüncesindedir. Bu bağımlılık türü ve düşüncesi pek çok yapısal koşullara bağlıdır. Bu koşulların en önemlileri, öncelikle toplumun değişme, çatışma veya istikrarsızlık derecesi; ikinci olarak da; kitle iletişim araçlarının merkezi bilgi verme işlevini nasıl yerine getirdiğidir. Model sonuç olarak üç ana değişken arasındaki ilişkiyi gösterir ve bu üç değişkenin etkileşiminden doğan etkileri inceler. Bunlar şöyle özetlenebilir:

a) Zihinsel

Belirsizliğin ortaya çıkarılması ve çözümü

Tutum oluşturma

Gündem kurma

İnsanların inanç sistemlerinin gelişimi ve yayılması

Değerlerin açıklanması ve netleşmesi

b) Duygusal

Korku veya endişe oluşturma

Moral yükseltme veya azaltma

c) Davranışsal

Aktifleştirme veya pasifleştirme

Konu oluşturma ve konu çözümü

Hareket stratejisine ulaşma veya temin etme (siyasi gösteri)

Özverili davranışlara sebep olma (yardımseverlik)

Modeli yorumlarken, üç ana unsurun “izleyici”, “medya sistemi” ve “toplumsal sistemin” birbiriyle ilişkili olduğunu akıldan çıkarmamak gerekmektedir. Her unsur, etkilerin oluşum farklarına göre de değişim gösterebilirler.¹²⁰

Modelde toplumsal sistem, yine toplumun kararlılık derecesine göre değişmektedir. Bu temel sağlam oluşturulabileceği gibi bazı geçici krizler sırasında bozulabilmektedir. Böyle durumlarda tutumlar gözden geçirilebilir, yeni hedefler tanımlanabilir, eski değerler yeniden ele alınabilir ya da yenileri önerilebilir. Bunların tamamı bilgi edinme sürecini başlatır.¹²¹

İzleyici, toplumsal sistemle ve toplumsal değişikliklerle olan ilişkisine göre farklılaşır. Medyaya bilgi kaynağı olarak bağımlılıkta da farklar vardır. Toplumdaki elit grup medya üzerinde daha çok kontrole sahip olmakla birlikte diğer gruplara oranla daha az bağımlıdır. Kitle iletişim araçları nitelik, çeşitlilik, güvenilirlik ve otorite konularında farklılık gösterir. Aynı zamanda kitle iletişim araçları farklı seviyelerde farklı işlevleri vardır.¹²²

Model geniş bir etki olanağı sunar. Birey ve kişilik değişkenlerinden çok yapısal koşullara daha fazla önem verir. İzleyiciler üzerindeki etkilerin, toplumsal sistem ve kitle iletişim araçları üzerinde de değişikliğe yol açabileceği gerçeğini dikkate alır.¹²³

¹²⁰ Mc Quail ve Windahl, s.96

¹²¹ Mc Quail ve Windahl, s.97

¹²² Mc Quail ve Windahl, s.97

¹²³ Mc Quail ve Windahl, s.98

3.2.8 Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi

Frankfurt Okulu 1923'te Frankfurt'ta kurulan Toplumsal Araştırmalar Enstitüsünün radikal entellektellerinin ortak görüşlerini belirtmede kullanılır. Okul 1933'te Hitleri'nin egemenliği tamamen eline geçirmesiyle New York'a taşındı. Frankfurt Okulu kuramcılarının görüşü üç önemli tarihsel deneyden etkilenecek oluşmuştur. Birincisi, 1917 Rus devriminin Avrupa'ya yayılmamasının dş kırıklığı, ikincisi faşizmin yükselişi ve savaştan sonra bile baskı altında tutulmaları, ncs, İkinci Dünya Savaşından sonra batı kapitalist rejimlerinin görece istikrarı ve bu istikrarın ürettiği ideolojik değişimler.¹²⁴

Bu okula göre insanlar dilin yorumlayıcı (hermeneutic) dairesi içinde bağımlı kültürün tutsağıdır ve kitle iletişim araçları ve kitle eğlencesi, Adorno'nun deyimiyile "kültür endüstrisi", endüstrileşmiş kitlelerin bilincini köleleştirerek kitleleri karşı koymayı bile düşünmemeye sevk etti. Sermaye taraftarları sahiplenme yoluyla kültür örgütlerini denetlemekle birlikte popüler ürün üretme üzerinde de egemenlik kurdular.

Adorno ve Horkheimer tekelci kapitalizmdeki kültürü, "kitle kandırması olarak aydınlanma" şeklinde tanımlarlar. Tekel altında bütün kitle kültürü aynıdır. Sinemalar ve radyolar "sanat" olma iddiasını bırakıp "iş" olmanın gerçeğine uygun olarak ürettikleri ürünleri pazarlama ideolojisini de oluşturmuşlardır. Kültür endüstrisini teknolojik bakımdan açıklar, standartların tüketicisi gereksinimlerine dayanarak konduğunu ileri sürerler.¹²⁵

Marcuse'e göre kitle iletişim araçları eğlence ve enformasyon endüstrisinin ortaya koydukları tutum ve alışkanlıklar belli entelektüel ve duygusal tepkiler taşırlar. Bu tutum ve alışkanlıklar tüketicileri ürünler aracılığıyla üreticiye ve bütüne bağlarlar.

¹²⁴ Erdoğan ve Alemdar, s.215

Ürünler manipüle eder ve gerçek dışı olma durumuna karşı bağışıklığı olan sahte bir bilinç geliştirirler. Sonuçta tek yönlü bir düşünce ve davranış şekli ortaya çıkar.

Kitle iletişim araçlarının kullandığı dil kavramsal düşünceyi engeller. Kitle iletişim araçları dünyayı düşünme ya da düşünmeme şartlarını izleyici/okuyucu veya dinleyici için tanımlarlar.

Frankfurt Okulunun bir başka üyesi, Walter Benjamin'e göre, yeni kitle iletişim araçları manipüle edici olarak nitelenip atılmamalı, bunun yerine işçi sınıfının çıkarına göre görev yapacak bir şekle dönüştürülmelidir.¹²⁶

Frankfurt Okulu "kültür endüstrisi" hakkında yoğun çalışmalar yapmışlardır. "Kültür endüstrisi"nin kolaycı ve bir örnekleştirilmiş ürünleriyle birlikte yaygınlaşmasının, bireylerin eleştirel ve bağımsız düşünebilme yeteneklerini azalttığını ileri sürmüşlerdir. Ticarileşmenin etkisi altındaki sanatın giderek ortadan kalkacağını iddia etmişlerdir.¹²⁷

3.2.9 Innis ve McLuhan'ın Teknolojik Belirleyicilik Modeli

İletişim araçları konusunda etkili olmuş ilk kuramcılar, Kanadalı yazarlar Harold Innis ve Marshall McLuhan'dır. Innis, farklı iletişim araçlarının, toplumun birbirine karşıt biçimlerdeki örgütlenmesini büyük ölçüde etkilediğini ileri sürmüştür. Kimi iletişim araçları, uzun zaman dilimleri içinde kalıcıdır, ancak bunların mekan içinde taşınması güçtür. Örneğin, bazı eski uygarlıklarda bulunan hiyeroglifler için geçerlidir. Taş üzerine yazılanlar, uzun süre dayanır, ancak, kolayca taşınmaz. Bunlar uzak mesafeler arasında bağlantı sağlamak için kötü araçlardır. Bu yüzden, böyle bir iletişim biçimine bağımlı olan toplumlar gelişemez ve büyüyemez. İletişim, bir kişi ya

¹²⁵ Erdoğan ve Alemdar, s.216

¹²⁶ Erdoğan ve Alemdar, s.218

da gruptan bir başkasına, sözlü olarak ya da başka bir araç yoluyla bilgi aktarımına göndermede bulunur. Papirüs gibi hafif malzemeler, uzak mesafelere çok daha kolay taşınabilir, böylece de daha büyük toplumların oluşumuna imkan verir. Papirüs, örneğin, Romalıların, hükümetin denetimini uzak bölgelere kadar yayabildiği geniş bir imparatorluğu sürdürmelerine imkan sağlamıştır.¹²⁸

McLuhan, Innis'in düşüncelerini geliştirerek terimi özellikle çağcıl, sanayileşmiş ülkelerdeki iletişim araçlarına uygulamıştır. McLuhan'a göre "araç iletidir". Yani bir toplumda bulunan iletişim araçlarının niteliği, bu araçların ilettiği içerikten ya da iletiden, çok daha fazla toplumun yapısını etkiler. Örneğin televizyon, basılmış bir kitaptan çok farklı bir araçtır. Televizyon, elektrondur, görseldir ve akışkan görüntülerden oluşur. Televizyonun temel rol oynadığı bir toplum, gündelik yaşamının yalnızca matbaanın olduğu bir toplumdaki gündelik yaşamından çok farklı olduğu bir toplumdur. Dolayısıyla, televizyon haberleri her an milyonlarca insana küresel bilgiyi iletir. McLuhan, elektronik iletişim araçlarının küresel köy dediği şeyi -dünya üzerindeki insanların önemli haber olaylarının gerçekleşmesini görmeleri ve aynı olaylara birbiri ardına katılmaları- oluşturmaktadır.¹²⁹

3.2.10 Jürgen Habermas: Kamu Alanı

Habermas, Frankfurt Okulu'nun "kültür endüstrisi" üzerine olan temaların bir bölümünü sürdürmüş, ancak onları farklı bir biçimde geliştirmiştir. Habermas, iletişim araçlarının 18.yy.başlarından günümüze kadar olan gelişimini, 'kamu alanı'nın ortaya çıkışı -ve daha sonraki gerilemesini- izleyerek çözümlenmiştir. Kamu alanı, herkesin

¹²⁷ Giddens, s.402

¹²⁸ Giddens, s.401

¹²⁹ Giddens, s.402

ilgilendiği konuların tartışılabilirdiği ve düşüncelerin oluşturulduğu bir kamusal tartışma alanıdır.¹³⁰

Habermas'a göre kamu alanı, ilk olarak Londra, Paris ve öteki Avrupa kentlerindeki salonlar ve kafelerde ortaya çıkmıştır. İnsanlar bu salonlarda, gündemdeki konuları tartışmakta ve yeni yeni ortaya çıkmaya başlayan haber kağıtları ile gazeteleri bu tür tartışmaların araçları olarak kullanmaktaydılar. Politik tartışma, özel bir önem taşımaya başlamıştı. Nüfusun yalnızca küçük bir bölümü bu tartışmalara katılıyorsa da, Habermas bu salonların demokrasinin ilk dönemlerdeki gelişmeleri için yaşamsal bir önem taşıdığını belirtmektedir. Çünkü bu salonlar, politik sorunların kamu tartışmaları yoluyla çözülebileceği düşüncesini getirmiştir. Kamu alanı -en azından ilke olarak- bireylerin kamusal bir tartışma için bir forumda yer alan eşitler olarak bir araya gelmeleriyle ortaya çıkmaktadır.

Bununla birlikte, kamu alanındaki ilk gelişmelerin yarattığı umutlar, Habermas'a göre bütünüyle yerine gelmemiştir. Çağcıl toplumlardaki demokratik tartışma, kültür endüstrisinin ortaya çıkışı ile nefessiz kalmıştır. Kitle iletişim ve eğlence araçlarının gelişimi, kamu alanının büyük ölçüde bir aldatmacaya dönüşmesine yol açmıştır. 'Kamuoyu' artık, açık, akılcı tartışmalar yoluyla değil -reklamda olduğu gibi- yönlendirme ve denetleme yoluyla oluşmaktadır.¹³¹

3.2.11 Baudrillard: Üstgerçekliğin Dünyası

Baudrillard, çağcıl kitle iletişim araçlarının etkisinin, diğer bütün teknolojilerden son derece farklı ve onlardan çok daha derin olduğunu düşünmektedir. Kitle iletişim araçlarının, özellikle televizyon gibi elektronik araçların ortaya çıkışı,

¹³⁰ Giddens, s.402

¹³¹ Giddens, s.403

yaşamlarımızın doğasını dönüştürmüştür. Televizyon bize yalnızca dünyayı “sunmaz” gitgide içinde yaşadığımız dünyanın gerçekte ne olduğunu da tanımlar.

Baudrillard, kitle iletişim araçlarının her yerde olduğu bir dünyada gerçekte, insanların davranışlarıyla iletişim araçları görüntülerinin birbirine karıştığı yeni bir gerçeğin –üstgerçeğin- yaratıldığını ileri sürmektedir. Üstgerçeğin dünyası, benzerliklerden- anlamlarını yalnızca öteki görüntülerden alan, dolayısıyla da ‘dış gerçekte’ bir temeli olmayan görüntülerden- oluşmaktadır. Bugün, sürekli olarak televizyonda görünmeyen hiçbir lider seçimi kazanamaz: Liderin televizyon görüntüsü, çoğu izleyicinin bildiği “kişi” dir.¹³²

3.2.12 John Thompson: İletişim Araçları ve Çağcıl Toplum

John Thompson, iletişim araçları ile sanayi toplumlarının gelişimi arasındaki ilişkiye değinmiştir. Thompson, ilk baskı biçimlerinden elektronik iletişime kadar, iletişim araçlarının çağcıl kurumların gelişiminde merkezi bir yer tuttuğunu ileri sürmektedir. Thompson, çağcıl kitle iletişim araçlarının bizi eleştirel düşünceden yoksun bırakmadığını düşünmektedir; aslında, bu araçlar bize daha önce ulaşma şansımızın bulunmadığı pek çok bilgi biçimini sağlamaktadır.¹³³

Thompson’un iletişim araçları kuramı, üç tür etkileşimin birbirinden ayırt edilmesine bağlıdır. Bir davette konuşan insanlarınki gibi yüz yüze etkileşim, kişilerin ötekilerin söyledikleri şeylere anlam kazandırmak için kullanabilecekleri ipuçları açısından zengindir. Aracılı etkileşim, iletişim araçları teknolojisinin ayırıcı niteliği, zaman ve mekanda uzatılmasıdır –olağan yüz yüze etkileşim bağlamlarının çok ötesine uzanır. Aracılı etkileşim, insanlar arasında doğrudan doğruya gerçekleşir

¹³² Giddens, s.403-404

¹³³ Giddens, s. 404

örneğin iki kişinin telefonla konuşması gibi; ancak insanların yüz yüze oldukları durumdaki kadar değişik ipuçları söz konusu değildir.¹³⁴

Üçüncü bir etkileşim türü, aracılı yarı-etkileşimdir. Bu, kitle iletişim araçlarının yarattığı türden toplumsal ilişkilere göndermede bulunur. Böyle etkileşim, zaman ve mekanda uzatılır, ancak kişileri doğrudan birbirine bağlamaz: Bu yüzden de, 'yarı-etkileşim' terimi kullanılmaktadır. Daha önceki iki etkileşim türü, 'diyalog'tur: Kişiler birbirleriyle etkileşime doğrudan girerler. Aracılı yarı-etkileşim, 'monolog'tur.

Thompson'un üzerinde durduğu nokta, üçüncü etkileşim türünün diğer ikisine baskın çıkması değildir. Bunun yerine her üç türdeki etkileşimin de artık yaşamlarımıza karışmasıdır. Thompson'a göre, kitle iletişim araçları, yaşamımızdaki özel olan ile kamusal olan arasındaki dengeyi değiştirmiştir. Kamu alanına gelenler artık eskisinden çok daha fazladır ve bu da çoğu zaman tartışma ve anlaşmazlığa yol açar.¹³⁵

3.3 Sosyologların Gözlemlerine Dayanan Kitle İletişimi Kuramları

Sosyologların gözlemlerine dayanan kitle iletişimi kuramları çok değişik yaklaşımlar içermektedir. Sözelimi, kitle toplumu, sınıf ya da ideoloji egemenliği, kitle iletişim araçlarının kurumlara ve topluma etkisi, kitle iletişiminde çalışanlara uygulanan örgüt kuramı, dağıtım ve dinleyici seçim ve kullanım kuramları, toplumsallaşma kuramları, kitle iletişim araçlarının etkileri kuramları değişik alanlarda iletişim bilim adamlarının araştırmalarını dayandırdıkları temeli oluşturmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının toplumla ilişkisine dayanan kuramlar şöyle özetlenebilir;

¹³⁴ Giddens, s.405

3.3.1 Otoriter Kuram

Kitle iletişim araçlarını otoritenin görüşünün iletişimi olarak görür. Toplumda ortak bakış açısı oluşturmayı önerir. Kitle iletişim araçların yerleşik otoriteye bağlı olması, bu araçların egemen ya da yaygın siyasal ve ahlaksal değerlere karşı çıkmaması, denetim ve sansürün otoriteye bağlılık, siyasal ve ahlaksal değerlere bağlılık için kullanılması, otoriteye başkaldırının cezai sorumluluk getirmesi ve özel mülkiyetin bu şartlara uyma halinde kabul edilmesi otoriter kuramın temel prensipleridir.¹³⁶

3.3.2 Liberal (Özgürlükçü) Kuram

Kitle iletişim araçlarını herkesin her zaman her şeyi söyleyebileceği biçimde örgütlenmiş olarak görür. Tüm bu görüşlerin sonunda birbirini dengeleyeceğini önerir. Yayıncılık sektörünün her bireye açık olması, yayıncılığın meslek olarak seçiminde ön koşulun olmaması, yayınlar için istek dışı zorlama ve baskının yapılmaması, yasalarla sınırlandırılmış; özel yaşamın gizliliği, yurda ihanet, yurt güvenliği gibi “kutsal” konular dışında, yönetim ve yönetim unsurlarına yönelik karşı düşünce açıklama ve eleştirilerin suç kovuşturmasına konu olmaması, yayıncılıkta üçüncü kişilerin öndenetim ve sansür uygulama haklarının olmaması, yayınlanacak malzeme konusunda sınırlama getirilmemesi, olaya serbestçe ulaşma ve haberi, bilgiyi elde etme ve aktarma özgürlüğünün sağlanması liberal kuramın prensiplerindedir.¹³⁷

3.3.3 Toplumsal Sorumluluk Kuramı

Kitle iletişim araçlarının topluma sorumluluk duygusu taşıyarak, ideal bir yansızlık içinde çalıştığını savunur. Bu tür işleyiş çeşitli görüşleri sunacak ancak bir yerde, sözgelimi şiddeti yüreklendirmeyecek biçimde, çizgi çekecektir. Kitle iletişim

¹³⁵ Giddens, s.405

¹³⁶ Hayati Tüfekçioğlu, İletişim Sosyolojisine Başlangıç, 1.Baskı, İstanbul, Der Yayınevi, 1997, s. 61-62

¹³⁷ A.Raşit Kaya, Kitle İletişim Sistemleri, 1.Baskı, Ankara, Teori Yayınları, 1985, s. 43-44-45

araçlarının topluma karşı belirli görevleri bulunduğunu kabul edip, bunları yerine getirmesi; bu görevleri yerine getirirken gerçeklik, doğruluk, kesinlik, nesnellik ve dengelilik gibi vazgeçilmez ilkeler ve bunları sağlayacak mesleki “standartları geliştirmesi; yasalar ve kurallar çerçevesinde kendi işleyişlerini düzenlemekle birlikte, kamunun genel yararları doğrultusunda müdahale edilebileceğini kabul etmesi; içinde yer aldığı toplumun çeşitliliğini yansıtmak, değişik görüşlere yer vermek ve cevap hakkı tanımak gibi temel görevlerini yerine getirmek için çaba göstermesi; kültür ve sanatın yayılması için eğitici olması; sağlıklı ve demokratik bir düzen için suçu, şiddeti, kaosu teşvik edecek ve azınlıkları gücendirecek şeylerden uzak durma toplumsal sorumluluk kuramının prensiplerindedir.¹³⁸

3.3.4 Sosyalist (Totaliter) Kuram

Kitle iletişim araçlarını toplumsallaşma, kamuoyu yaratma ve eğitim için kullanılmasını ister. Kuram kitle iletişim araçlarının işçi sınıfının denetiminde bulunmasını önerir. Kitle iletişim araçlarının işçi sınıfına hizmet etmesi ve onların kontrolü altında bulunması; toplum için eğitim, sosyalleştirme, bilgilendirme, motivasyon, seferberlik gibi pozitif fonksiyonları yerine getirmesi; izleyicilerin ihtiyaç ve isteklerine duyarlı olması; toplumsal ve evrensel olguların nesnel değerlendirmesini sosyalist prensiplere göre yapması; toplumun, kendisine karşı yayınları ön denetim, sansür ve diğer yasal önlemlerle önlemeye ya da bunları yapanları cezalandırmaya hakkının olması, sosyalist kuramın prensiplerindedir.¹³⁹

3.3.5 Gelişmeci Kuram

Kitle iletişim araçlarının ulusal kültür ve dili geliştirmek üzere varolduğu görüşündedir. Bu kuram kitle iletişim araçlarının ulusal bir hedef çerçevesinde

¹³⁸ Hayati Tüfekçioğlu, s. 65-66

toplumsal ve eğitim açısından gelişme görevini yüklenmesini önerir. Kitle iletişim araçlarının gelişme hedeflerine ulaşabilmek için ulusal politikaların kendilerine yüklediği görevleri yerine getirmek için seferber edilmesi, ulusal değerlerin gelişmesi için ulusal kültüre ve dile iletişim araçlarında öncelikli yerin verilmesi, dayanışmanın gerçekleşmesi için kültürel, ekonomik ve siyasal yakınlık içinde olan diğer gelişme yolundaki ülkelerle ilgili haber ve bilgilere öncelik verilmesi gelişmeci kuramın prensiplerindedir.¹⁴⁰

3.3.6 Demokratik Katılımcı (Çoğulcu) Kuram

Merkezi, demokratik denetlemeyi önemseyen, azınlıkların vb. bireylerin kitle iletişim araçlarına ulaşma ve onları kullanma haklarını desteklemek üzere örgütlenmesini savunur. Kitle iletişim araçlarının izleyiciler için var olması, grupların ve yerel toplulukların kendi medyalarına sahip olması, iletişimin profesyonellere bırakılamayacak kadar önemli olması ve vatandaşların iletişim araçlarından hizmet görme hakkına sahip olmaları demokratik katılımcı kuramın prensiplerindedir.¹⁴¹

4. DİN

4.1 Din Kelimesinin Anlamları

Din; Arapçada deyn kökünden mastar veya isim olarak kabul edilir. Mana olarak ceza, mükafat, kaza, mülk, sultan, saltanat, hüküm, tedbir, hesap verme, itaat, ma'siyet, yol, adet, din sahibi gibi manalara gelmektedir.¹⁴² Fatiha suresinin 4. ayetindeki “Din gününün sahibi” ibaresinde geçen din kelimesi tefsirciler tarafından

¹³⁹ A.Raşit Kaya, s. 56-57-58

¹⁴⁰ A.Raşit Kaya, s. 59-60-61

¹⁴¹ Hayati Tüfekçioğlu, s. 72-73-74

¹⁴² İbrahim Mustafa, Hamid Abdulkadir, Ahmet Hasan ez-Zeyyat ve Muhammed Ali en-Neccar, El-Mu'cemu'l Vasit, 2.Baskı, Kahire, Çağrı Yayınları, 1980, s. 307

ceza ve mükafat manasına yorumlanmıştır.

Eski Yunanca'da din sözü "korku ile karışık sevgi ve saygı" manalarını taşımaktadır. Batı dillerinde din sözünün iki kökten geldiği ifade edilmektedir. 1.Çiçeron, İlahi Müessese adlı eserinde dinin "Religare" yani"bağlanmak" kökünden geldiğini bildirmektedir. Bu durumda, insanların din yoluyla Tanrı'ya ve birbirlerine bağlanmaları anlatılmaktadır. 2. Çiçeron, "Tanrı'nın Mahiyeti" adlı eserinde din sözcüğünün "Religere" kökünden 'bir işi tekrar tekrar ve dikkatlice yapmak" manasına geldiğini söyler.¹⁴³

Genellikle İslam Kelamcıları dini, "Allah tarafından vahiy yoluyla ve peygamberleri aracılığıyla va'z edilen vesaiklerini dünya ve ahirette saadet ve necata götüren, itikad ve amellerden mürekkep bir müessese" olarak tarif etmektedirler. Buna göre din:

1. Taraf-ı İlahi'den va'z olunmuş bir kanun-ı mübindir.
2. İnsanları, yaratılıştaki gaye ve hikmetten haberdar eder.
3. İnsanlara, hidayet ve saadet yollarını gösterir.
4. İnsanları –akıl sahiplerini- kendi ihtiyaçlarıyla bizatihi hayır olan işlere sevk eder.
5. Dinin vazı'ı hakikisi Cenab-ı Hak olup, menşei vahiy ve nübüvvettir.¹⁴⁴

Kavram ve müessese olarak din, aşkın varlığa bağlanma ve buna ait inancın gerektirdiği düşünce ve uygulamaların bütünüdür. Bir inanç, ibadet ve ahlak sistemidir. "Din tabiatüstü varlık ile ilgili bir takım işaretler, davranışlar, duygular ve dilin

¹⁴³ Ünver Günay, Din Sosyoloji, 1.Baskı, İstanbul, İnsan Yayınları, 2000, s. 193

bütünüdür.”¹⁴⁵ Geertz, dini şöyle tarif eder: “Din, insanlarda uzun süreli, geniş kapsamlı ve güçlü güdüler yerleştirmeye çalışan bir semboller sistemidir.”¹⁴⁶ T.Parson’a göre din: “Kainat, kainatta insanın yeri, insanın diğerleriyle ilişkisi, çevresi ve diğer insanlarla ilişkilere bağlı olarak arzu edilir olan ve olmayan şeyler hakkında geliştirilen ve gerçekleştirilen bir anlayıştır.”¹⁴⁷

Hegel’e göre “din, kendi özünden haberli ruhtur.” “Sonludan sonsuza yükselmektir.” Bergson’a göre “din, zekanın dağınıklığı ve çaresizliği karşısında tabiatın koruyucu tepkisi ve daha ileride hayatın bütününe bağlanma, hayat hamlesinin en derinidir.”¹⁴⁸

Psikologlara göre din bir “üst benlik olayı”dır. “Ferdî cemiyete bağlayan şahsiyet yapısının (kültürün) prejeksiyon mekanizması vasıtasıyla belirlediği bir ikincil kurumlardır.”¹⁴⁹

Sosyologlar ise dini toplumla açıklamışlardır. Sosyoloji dini şu şekilde tarif etmiştir: “Din, kutsal şeylere ait ve münakaşaları uygun olmayan inançları taşıyan ve bu inançlara bağlı olup değiştirilmesi caiz olmayan fiilleri yapan insanlardan meydana gelmiş manevî birliktir.” Otto ise dini; “kutsalın tecrübesi” olarak tanımlamıştır.¹⁵⁰

Din tarifleri temel bir kavram ve merkez bir mana etrafında toplanmıştır. “Ruhi olay (Tylor), Tabiatüstü güçlerle ilgili (Weber), Kutsal-kutsal dışı meselesi (Durkheim), Mantık üstü, esrarlı (Otto), En üstün gerçek kutsalın tecrübesi (Wach), Ayinle ilgili

¹⁴⁴ Günay, s. 194

¹⁴⁵ Yünni Sezen, Sosyoloji Açısından Din, 2.Baskı, İstanbul, MÜİF.Vakfı Yayınları, 1993, s. 21

¹⁴⁶ Günay, s. 197

¹⁴⁷ Sezen, s.21

¹⁴⁸ Zeki Arslantürk, M.Tayfun Amman, Sosyoloji, 1.Baskı, İstanbul, Kaknüs Yayınları, 2000, s.324

¹⁴⁹ Yünni Sezen, Sosyolojide ve Din Sosyolojisinde Temel Bilgiler ve Tartışmalar, 1.Baskı, İstanbul, MÜİF.Vakfı Yayınları, 1990, s. 169

¹⁵⁰ Sezen, 1993, s.36

adetler, bağıllık (Radcliffe-Brown), Tabiatüstü düzen, nihai gerçek, temel davranış (Parsons), Sosyal bütünleşme, topluma güç veren, duyguları onaylayan, aklileştiren ve destekleyen bir sistem (Davis), Kutsallık yerleşmiş beşeri hareket (Berger), İnsanüstü varlıklar (Bouquet), Sosyal bağın temeli (Nottingham), En üstün ilgi (Tillich), Nihai meseleler(Yinger), İnsanüstü varlık ve güçler (Firth), İnsanüstü faaliyetler (Goody), sembolik şekiller, varlığın nihai halleri (Bellah), İnsanüstü olaylar (Spiro), sembolik sistem (Geertz), Dünya görüşü (Luckman), Kararsızlığın, belirsizliğin azaltılması (Luhmann), Tecrübe üstü (Robertson), Tecrübe üstü, görünen ve görünmeyen dünya (Hill), Küll'ün yolu (Schmid), Ekstra tabiat, kriterler bütünü (Wilson), Sosyal bütünleşme fonksiyonu (Malinowski)" tariflerde ve izahlarda kullanılan merkez mana ve temel kavramlardan bir kısmıdır.¹⁵¹

Din bilimleri açısından bir şeyi "din" yapan hususlar şöyle sıralanmaktadır:

1. İnsanüstü yüce varlıklara inanç (Tanrı-tanrılar, melekler, cinler vb.)
2. Kutsal olanla olmayanı belirleyen hususlar
3. İbadet, dini ayin ve törenler
4. İlahi bir kaynağa dayandırılan kutsal kitaplar-metinler, şifahi gelenekler, ahlaki kanunnameler
5. Tabiatüstü, insanüstü kutsal varlıklarla ilgili dini duygular (korku, sır, güven, günahkarlık, tapınma, bağıllık, tevbe vb.)
6. İnsanüstü ile irtibat (vahiy, ilham, peygamber, dua, niyaz vb.)
7. Bir alem ve insan görüşü, hayat ve ölüm ötesi inancı

¹⁵¹ Sezen, s.22

8. Hayat nizamı

9. Cemaat

10. Orijinal bir muhteva taşınması, taklit olmaması

11. Siyasi gayelerle veya çıkar hesaplarıyla kurulmuş olmaması, saf ve temiz bir yapıya sahip bulunması özellikleri bir dinde olması gereken özelliklerdir.¹⁵²

Genellikle bir dinde şu elemanlar yer alır: Tanrı kavramı, inanç, ibadet, ahlak, kutsal kitap, vahiy-ilham, peygamber-kurucu ve cemaat. Genel olarak da din şöyle tanımlanır: İnanış ve davranış şekilleriyle insanlar arası ilişkileri düzenleyen ve insanların iyi işler yapmasını, barış ve huzur içinde, bir arada yaşamasını sağlayan genel kurallar bütünüdür.¹⁵³

Din için yapılan bütün bu tanımların ortak noktaları birleştirildiğinde “din, insanlara bir hayat tarzı sunan, onları belli bir dünya görüşü içinde toplayan kurum, bir değer biçme ve yaşama tarzı; yaratıcıya isteyerek bağlanma, birtakım şeyleri duyma, onlara inanma ve onlara uygun iradi faaliyette bulunma olgusu; aşkın varlıkla ona inanan insan arasındaki ilişkiden doğan tecrübenin inanan kişinin hayatındaki tezahürleri” olarak tanımlanabilir. Özetle din:

- a) Tabiatüstü nitelik taşır
- b) Mukaddestir
- c) Değişmezdir

¹⁵² Günay Tümer, Abdurrahman Küçük, Dinler Tarihi, 3.Baskı, Ankara, Ocak Yayınları, 1997, s. 7

¹⁵³ Tümer ve Küçük, s. 7

d) Gönülden bağlanmayı gerektirir.¹⁵⁴

4. 2 Dinin İşlevleri

Tarihin bütün devirlerinde ve bütün toplumlarda daima kendisiyle karşılaşılan evrensel bir olgu olan din, insanı hem içten hem dıştan kuşatan, onun düşünce ve davranışlarında kendini gösteren bir disiplindir. Kişi tarih boyunca kendisinin insan üstü bağları bulunduğunu, ihtiyaçları için onu aşan bir yüce kudrete yönelmesi gerektiğini düşünmüştür.

İnsanın yüce bir kudrete gönülden bağlanması onun gücüne güç katar: dua, niyaz, iltica insanı ulvileştirir. Allah sevgisi ve korkusu insana güçlü bir irade ve sağlam bir karakter kazandırır. Din fertleri mukaddes duygu, ortak bilinç ve vicdan etrafında birleştiren bir unsur olduğu gibi toplumları yükselten, onların gelişmesini sağlayan bir kurumdur. Din aynı zamanda ahlaki bir kurum olarak insanlara yön veren, kişiyi içten kuşatan ve yönlendiren bir disiplindir. Dinin zayıflaması ahlaki ve hukuki suçların artmasına, giderek anarşizme yol açar. Çünkü din olmayınca ahlak için yaptırım gücü kalmaz.

İnsanlık aleminin manevi ve zihni gelişmesinde dinin ne kadar geniş bir paya sahip olduğu medeniyet tarihi incelendiğinde hemen göze çarpmaktadır. İlahi vahyin peygamberler tarafından tebliğ edilmesiyle insanlar bir takım tutku ve alışkanlıklarından kurtularak daha asil ve daha yüce fikirlere yükselebilmişlerdir. İnsanoğlunu manevi ve ahlaki alanda şimdiki duruma ulaştıran gelişmeler dinle mümkün olabilmıştır.¹⁵⁵

Din, insan ruhunun en karanlık noktalarına girerek, bir hayat anlayışı, hayat neşesi ve mukavemet gücü verir. İnsan manen ve ruhen tatmin olabilmesi için ilahi bir

¹⁵⁴ Arslantürk ve Amman, s. 325

¹⁵⁵ Günay Tümer, "Din" ,İslam Ansiklopedisi, T.D.V.,I.Baskı, İstanbul, TDV.Yayımları 1994, 9.c. ,s. 317

varlığa dayanmak ihtiyacını tarihin her döneminde hissetmiştir. Akli ve kafası tabiatla ve tabiat hadiseleriyle bir ölçüde tatmin olsa bile, ruhu bunların gerisindeki hakiki sebep ile irtibat kurmadan edemez. Ziya Gökalp'in dediği gibi “İnsan ayağını yere basmadan duramaz, ruhunu da Allah'a dayandırmadan duramaz.” Çeşitli hadiseler karşısında bunalan, ümitsizliğe kapılan ve zaman zaman ölçüsünü ve dengesini kaybeden insan ruhuna bir destek, bir sığınak, bir teselli kaynağı arar. Bu yüzden dine muhtaçtır.¹⁵⁶

Dinler insana kendisi ve kainat hakkında bir görüş getirir. İnsan onlarda kendi mahiyeti ve kainattaki yeri hakkında bir bilgi şeması bulur; kendi başlangıcını ve sonunu görür. Böylece bir din insanın temel problemlerini belli bir açıdan izah eden bir sistemdir. Bazı dinler daha az, bazıları daha çok teferruatlı izah verir, ama hepsinin de zihnimizi meşgul eden en soyut metafizik problemlerden yaşanan hayata ait pratik davranış kurallarına kadar her konuda insanı aydınlatmayı hedef edinmiştir.¹⁵⁷

Hiçbir fikir, felsefe, ideoloji, dinin yerini tutamaz ve onun yaptığı tesiri yapamaz. Her ideoloji fikir safhasında kalır, ferdin sofrasına, yiyip içtiklerine, yatağına, alışverişine nüfuz edemez. Din ise, günlük işlere kadar girerek ferdi kuşatmıştır ve ona kuvvet kaynağı olmuştur. Bu kuşatıcı saha kendine has bir karakter taşır ve onu tahlil etmek tam olarak mümkün değildir. Nurettin Topçu'ya göre: “Dini olay mücerret tasavvurlardan ibaret değildir. O bütün hareketlerimizde, eşya ile temasımızda kendini göstermektedir.”¹⁵⁸

Toplum hayatının ürettiği değerlerde de din kendini gösterir. Mimari yapılar, estetik-plastik sanat eserleri ve edebi ürünlerde, kişi ve yer isimlerinde, örf adet ve

¹⁵⁶ Sezen, s. 73

¹⁵⁷ Erol Güngör, *İslamın Bugünkü Meseleleri*, 11.Baskı, İstanbul, Ötüken Neşriyat,1997, s. 97

¹⁵⁸ Sezen, s. 77

geleneklerde, hukuki, siyasi, sosyal, kültürel, askeri, iktisadi ve turistik alanlarda hep dini temeller, elemanlar, deyimler ve anlayışlar göze çarpar¹⁵⁹



¹⁵⁹ Tümer, s.318

5. DİN VE İLETİŞİM

Din ve iletişim, ilk insanla birlikte başlayan ve tarihi seyri içerisinde günümüze kadar ulaşan iki kavramdır. İletişim, ilahi metinlerde, ilk insanın yaratılış sonrası yaratıcısı ve düşmanı şeytan ile olan diyaloglarla başlamaktadır. İnsan türünün ilk atası olarak bilinen Hz.Adem, aynı zamanda bütün ilahi dinler tarafından ilk peygamber olarak kabul edilmektedir. Allah her kavme emir ve yasaklarını açıklamak üzere, kavminin lisanını konuşan, zamanının iletişim unsurlarını kullanan peygamberler göndermiştir. Peygamberlerin öncelikli görevleri, Allah tarafından almış oldukları ilahi mesajları insanlara apaçık ve en mükemmel şekilde iletmek olmuştur.

Tarihi seyri içerisinde din gelişen iletişim araçlarından faydalanmıştır. Kutsal metinler gelişen iletişim araçları ile insanlara iletilmiş ve hala da iletmeye devam etmektedir. İlahi dinlerin sonuncusu İslam'ın ilk inen Alak suresinde okuma ve yazma "yaratan Rabbin adıyla"¹⁶⁰ yapılması emredilerek ilahi mesajın alıcılara kesintisiz iletilmesi istenmiştir.

Dini iletişimin özü olan tebliğ kıyamete kadar kesintiye uğramaksızın devam edecektir. Her çağın teknik seviyesine göre iletişim araçları tebliğ vazifesini yerine getiren din adamları tarafından kullanılmıştır. Gutenberg tarafından icat edilen ilk baskı aracı ile yüz-yüze iletişimden aracılı iletişime geçen dini tebliğ, radyo, televizyon ve bilgisayarla birlikte aracılı-yarı iletişime geçerek çok büyük bir izleyici ve dinleyici kitlesine ulaştı. İnternetin sunduğu imkanlarla yüz yüze iletişim imkanları sanal ortama taşındı. Bu dönemde aracılı (sanal) yüz yüze iletişim ile tebliğ internet aracılığıyla sınırları olmayan bir coğrafya ve kitleye ulaşma imkanına kavuştu.

¹⁶⁰ Alak 1

Dini iletişim şekillerini sırasıyla yüz yüze(şifahi-sözel), yazılı, işitsel, görsel ve sanal olmak üzere incelemek yerinde olur.

5.1 Dini İletişim Şekilleri

5.1.1 Yüz Yüze İletişim (Şifahi-Sözel)

Yüz yüze iletişim, dini iletişimin öncelikli ve iletişim araçlarındaki her türlü gelişmeye rağmen değişmeyen temel unsurlarından biridir. Allah tarafından gönderilen vahiylerin Cebrail tarafından peygamberlere iletilme boyutu yüz yüze iletişime dayanır. Peygamberlerin almış oldukları mesajları anında muhataplarına iletmeleri de yüz yüze iletişimle gerçekleşmiştir. Peygamberlerin muhatapları da yüz yüze iletişim kuran, zaman ve mekanda uzayan birlikteliklerde bulunan cemiyet toplumlari olmuştur. Dini pratiklerin öğrenilmesi ve öğretilmesi yüz yüze iletişimle gerçekleşmiş ve gerçekleşmeye de devam edecektir. İbadetlerin toplu şekilde icra edilmesi, bayram, düğün, zafer, ölüm, keder vb. paylaşım sırasında da dini tebliğ yüz yüze iletişim ile oluşmaktadır. Dine ait şifahi iletilerin bir sonraki nesle aktarılması da, yüz yüze iletişim ortamlarında vuku bulmuştur.

Yüz yüze iletişim din kurumunun müntesipleri ile duygu, bilgi ve dini tecrübelerin paylaşım ve aktarımı, bireyin dini duygularının dinamizmini artırmak için gerekli eyleme yönelik organizasyonları hazırlama sırasında başvurduğu eşsiz bir yöntemdir.

Yüz yüze iletişim, dini iletilerin fert ve kitle üzerindeki etkisinin sürekli izlenebilmesi, bireyin dini hayatında kamil insan hedefine ulaşması, yanlış, yetersiz ve eksik anlayışların anında düzeltilmesi ve iletilerin algılandıktan sonra kaynağa geribildirim (feedback)'de bulunması açısından dini iletişimci tarafından her zaman tercih edilmiştir.

İletişim alanındaki bütün gelişmelere rağmen ibadet mekanlarında toplanan insanlar vaaz ve dini nasihatler dinleyerek yüz yüze iletişime devam etmektedirler. Dinlerin maşeri vicdanda ma'kes bulma arzusu ile toplumla olan birlikteliği yüz yüze iletişime devamlılık kazandırmış ve dini iletinin alıcısı olan insanın toplumsal boyutu da dini iletişim için yüz yüze iletişimi vazgeçilmez kılmıştır.

Yazının icadından önceki zaman diliminde tamamen yüz yüze iletişim ile gerçekleşen dini iletişim, yazı ile farklı bir yön kazanarak, yazılan metinlerin paylaşımı sırasında da devam etmiştir. İlk dönem dini metinlerin kaleme alınması ve tashihinin de yüz yüze iletişim ortamlarında gerçekleştiği görülmektedir.

Dini iletişimin geleneksel yapısını oluşturan yüz yüze iletişim, sözel(şifahi) ifadeye dayanmaktadır. Yahudiliğin kutsal kitabı Tora (Tevrat), yazılı ve sözlü olarak ikiye ayrılır. Sözlü Tora, yazılı Tora'nın açıklaması olarak nesilden nesile intikal etmiş ve Yahudilerce o olmaksızın yazılı Tora'nın anlaşılmasının mümkün olamayacağı kabul edilmiştir.¹⁶⁰ Hristiyanlığın kutsal kitabı İncil, ağızdan ağıza nakledilen sözlü geleneğin sonradan tespit edilmesi ile oluşturulmuştur.¹⁶² İslam'ın kutsal kitabı Kur'an-ı Kerim'in tespiti, peygamberin sözlü olarak aldığı vahyi, vahiy katiplerine iletmesi süreci olan sözel ifade-yüz yüze iletişim- ile başlamıştır. Bu süreç vahiy katipleri tarafından peygamberden alınan sözel ifadenin aynı anda yazılarak karar altına alınması ile neticelenmiştir.

Kur'an'ın sözlü aktarımı, İslam eğitiminin temel taşıdır. Kur'an'ı Kerim'in öğrenilmesi, öğretilmesi ve ezberlenmesi Müslümanlar tarafından amaç ve hedef olarak görülmüştür. Kur'an'ı ezberleme çocukların ilk dini eğitimlerinin başlangıcı olmuştur.

¹⁶⁰ Tümer-Küçük, s. 222

¹⁶² Tümer-Küçük, s. 288

Dini metinlerin sözel ifade kullanılarak açıklanması ve yorumlanması ile birlikte yeni dini bilim dalları oluşmuştur. Peygamberin sözlerinden oluşan hadis, ilahi metinlerin yorumlandığı tefsir, ibadet ve muamelelerin yer aldığı fıkıh, söz anlamına gelen akaide ait bilgilerin yer aldığı kelimeler ilmi yüz yüze iletişimin yapıldığı ilim meclislerinde ortaya çıkmıştır.

Dini iletişimin başlangıcını oluşturan yüz yüze iletişim, yazının kullanılıp sözel kültürün kayıt altına alınması ile birlikte yeni bir form kazanmıştır.

5.1.2 Yazılı İletişim

Yazıdan önce dini iletişimin çoğu “birlikte paylaşılan “zaman ve mekan” içinde olmuştur. İlk yazı sistemi, çivi yazısı, Mezopotamya’da M.Ö.3000 yıllarında Sümerler tarafından geliştirilmiştir. Yazı hakim sınıfların faaliyetlerinin, kölelerinin, ticaretlerinin, siyasal bilgilerin kaydedilmesi, ile birlikte dinsel ilişkilerinin kayıtları için de kullanılmıştır.¹⁶³

Yazılı dini iletişime ait en eski kaynaklar kutsal kitaplar ve onların çevresinde gelişen din bilimlerine ait yazma eserlerdir. Yahudiliğin peygamberi Hz. Musa’ya Sina Dağı’nda kavminin uyması gereken bütün kuralları ihtiva eden levhaların verildiği ve Hz. Musa’nın da levhalardaki hükümleri kavmine ilettiği (tebliğ ettiği) Kur’an-ı Kerim’de belirtilmektedir.¹⁶⁴ Hz. Musa’dan sonra kaleme alınan en eski kaynak olduğu tahmin edilen Yahvist metinler, M.Ö. 1000 yılları civarında; daha fazla teolojik meseleler üzerinde duran Elohist metinler de, M.Ö.800’ler de yazılmış olduğu belirtilmektedir.¹⁶⁵

¹⁶³ İrfan Erdoğan-Korkmaz Alemdar, Popüler Kültür ve İletişim, 1.Baskı, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1994, s. 154

¹⁶⁴ A’raf 138-141-142-145-160; Bakara 54; Taha 83-97

¹⁶⁵ Tümer, Küçük, s. 222

Hristiyanlığın kutsal kitabı İncil'in yazıya geçirilmesi Hz. İsa'dan sonra havariler tarafından gerçekleştirilmiştir. Eldeki İncillerde Hz. İsa'nın onları yazdırdığını belirten ifadeler rastlamak zordur.¹⁶⁶Havariler tarafından yazılan İnciller Hristiyanlığın ilk kaynaklarını oluşturmuşlardır. Son din İslam'ın kutsal kitabı Kur'an-ı Kerim'in ilk ayetlerinde okuma ve yazmanın önemi belirtilmiştir. Bununla birlikte Cebrail tarafından Hz. Muhammed'e iletilen vahiyler, vahiy katiplerince eksiksiz olarak yazılmıştır. Vahiy katipleri tarafından yazılan vahiyler, Hz. Ebubekir'in halifeliği zamanında bir kitap kapağı altında toplanmıştır. Hz. Osman'ın halifeliği döneminde de kitap halindeki Kur'an-ı Kerim çoğaltılarak uzak coğrafyalarda bulunan İslam topluluklarına gönderilmiştir.

İslam öncesi Türk toplumunun ilk yazılı eseri olan Göktürk Kitabelerinde ilahi gücün kuvvetle yaşatıldığı görülmektedir. Kültigin kitabesinde, Bilge Kağan, kendisinin kağan oluşunu öncelikle Tanrı'nın yardımına sonra da talihine borçlu olduğunu ifade ediyor. Kitabelerde Türk kağanları genellikle başarılarının arkasında olan ilahi güçle tanıtılır. Türk milletinin var olması da Tanrı'nın isteği ile olduğu belirtilmiştir. Bilge Kağan, Türk halkının milli bütünlüğünü korumasını, kutsal inancına olan bağlılıkla açıklamıştır.¹⁶⁷ Kitabelerde Türklerin eski inanışlarına ait olan ilahi kavramlarda yer almıştır. Çocukları koruyan iyilik tanrıçası olarak tanımlanan Umay; yeryüzünde yaşayan iyi ruhların bütünü olan Yer-Sub, Türklerin oturduğu Ötüken bölgesi olan Mukaddes Ötüken ve doğa üstü özellikte, insanlara güç ve kuvvet veren, onların hayatını şekillendiren, ebediyen var olan bir kutsiyete sahip olarak görülen Tanrı (Tengri) kitabelerde ilahi kavramlar olarak yer almaktadır.¹⁶⁸

¹⁶⁶ Tümer, Küçük, s.287

¹⁶⁷ Ali Öztürk, Ötüken Türk Kitabeleri, 1.Baskı, İstanbul, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları 1996, s.117-119-121

¹⁶⁸ Öztürk, s. 151-157

Kutsal kitapların yazımından sonraki dönemler ilahi metinlerin yorumlanması çerçevesinde oluşan din bilimlerinin yazıldığı ve dini bilginin sürekliliği için yazılan eserlerin çoğaltılması ile devam etmiştir.

Yeniden üretim sahasında dinsel konuların işlenmesi ve Tanrı imgesine adanmış dini materyallerin basımı dinlerin yayılmasında en önemli bir etken olmuştur.¹⁶⁹ Yazı, kağıt ve mürekkebin kullanımı ile gerçekleştirilen sınırlı yazılı dini iletişim, ilkel baskı teknikleri ve Gutenbergin mekanik baskı aleti matba ile daha geniş insan topluluklarına ulaşmıştır. Böylece yüz yüze iletişim ortamlarında bulunamayan kişi ve gruplara dini iletilerin aktarılması sağlanmıştır.

Matbaa ile birlikte insanlar kiliselerde yazmasını gördükleri İncilleri kendi dillerinde okuma imkanına kavuşmuşlardır. On beşinci yüzyılda Avrupa'da en çok okunan kitap bir dua kitabı olan Saatler Kitabı'dır. İlk İncil'de 1455'de yine Gutenberg tarafından basılmıştır.¹⁷⁰ Matbaa batı Hıristiyanlığında Protestan reformunu ortaya çıkarırken aynı zamanda da Katoliklerin de propaganda aleti olmuştur. Katolik kilisesi matbaa'yı kullanarak okunmasını yasakladığı kitapların listesini yayınlamıştır.¹⁷¹

İslam coğrafyasında ilk matbaa, İspanya'dan zorla göç ettirilen Museviler tarafından 1492'de İstanbul'da kurulmuştur. Daha sonra Ermeni ve Rum cemaati tarafından da matbaalar kurulmuştur. Bu matbaalarda dile ve zamanın bilimlerine ait eserlerle birlikte kutsal metin ve dua kitapları da basılmıştır.¹⁷²

¹⁶⁹ Raymond Williams, Kültür, Çev. Suavi Aydın, 1. Baskı, Ankara, İmge Kitabevi, 1993, s. 95

¹⁷⁰ Marshall McLuhan, Gutenberg Galaksisi, Çev. Gül Çağalı Güven, 1. Baskı, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2001, s. 155

¹⁷¹ Albert Labarre, Kitabın Tarihi, Çev. Galip Üstün, 1. Baskı, İstanbul, İletişim Yayınları 1994, s.

¹⁷² Selim Nüzhet Gerçek, Türk Matbaacılığı I Müteferrika Matbaası, 1. Baskı, İstanbul, Maarif Vekilliği Yayınları 1939, s. 27-28-29-30

1820'lerde Hindistan yarımadasında Müslüman reformist liderler risaleler basmaktaydılar. 1830'larda ilk İslami gazete piyasaya çıkıyordu. 1870'lerin sonlarında Kur'an ve dini kitap baskıları on binlere varan sayıda satılıyordu.¹⁷³

İlk Türk matbaası İbrahim Müteferrika tarafından 1727 Temmuz başlarında İstanbul'da kuruldu. İbrahim Müteferrika, matbaa kurma girişimini gerçekleştirmek amacı ile baskı sanatının yararlarını anlatan "Vesiletü't-tibâ'a" adlı layihasını hazırlayıp Damat İbrahim Paşa'ya sundu. Bu layihasında kitap çoğaltmanın yararlarını ve gerekçelerini açıkladıktan sonra kitap basmanın İslamiyete bir hizmet olacağını da belirtmiştir.¹⁷⁴ Ancak İbrahim Müteferrika tarafından dini kitap basılmaz ve basılan eserler de lügat, tarih, coğrafya, gramer ve usul bilgisini içeren 17 adet kitap ve dört adet haritadan ibarettir.¹⁷⁵

İbrahim Müteferrika'nın vefatından sonra, 1797 yılında Mühendishane-i Berri-i Hümayun bünyesinde Mühendishane matbaası ve 1803 yılında da Üsküdar Harem İskele Yokuşu'nun başında Boyacı Hanı'nda Üsküdar matbaası kurulur. İlk basılan dini nitelikli eserLER ise , 1825 yılında Üsküdar Matbaası'nda basılan Birgivi'nin Risale'si (İlmihal) ve Tercüme-i Şerh-i Siyeri'l Kebir'dir.¹⁷⁶

Günümüzde ise tüzel kişilik olan Milli Eğitim Bakanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı ve İlahiyat Fakülteleri bünyesinde dini eserler yayınlanmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde okullarda okutulan Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi ile

¹⁷³ Francis Robin, "Teknoloji ve Dini Değişme: Yazılı Yayının İslam Toplumuna Etkisi", Çev. Ali Köse, Bilgi ve Hikmet, İstanbul, Bahar-1994/6, s. 174

¹⁷⁴ Turgut Kut, Fatma Türe, Yazmadan Basmaya: Müteferrika, Mühendishane, Üsküdar, 1.Baskı, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996, s.5-6

¹⁷⁵ Kut-Türe, s.7-8

¹⁷⁶ Kut-Türe, s.9-10-11

İmam Hatip Liseleri için hazırlanan ve basılan kitaplar bulunmaktadır. Ayrıca Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde bulunan Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları tarafından “Şark İslam Klasikleri” başlığı altında dini eserler yayımlanmıştır. Diyanet İşleri Başkanlığı bünyesinde bulunan Türkiye Diyanet Vakfı tarafından İslam Ansiklopedisi'nin yazımı devam etmektedir. Ayrıca Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları tarafından, başta Kur'an-ı Kerim olmak üzere dini kaynak eserler yayımlanmaktadır. İlahiyat Fakülteleri bünyesinde kurulan yayınevlerinde ise, okutulan ders kitaplarının yazımı ve basımı ile birlikte, yapılan ilmi toplantı ve araştırmalar yayımlanmaktadır.

Özel kurum, kişi ve dini hizmet amaçlı kurulan vakıflar bünyesinde dini yayıncılık yapılmaktadır. Bu kurum ve kişiler tarafından başta Kur'an-ı Kerim olmak üzere, dini kaynakların tercümesi ve yayımı gerçekleştirilmiştir. Yapılan dini yayıncılık çalışmalarının bir kısmı insanlara dini en iyi şekilde iletme amacı taşırken, bir kısım çalışmalar ise ticari amaç taşımaktadırlar.

Kitap basımının dışında günlük gazete ve aylık dergilerde de dini içerikli bilgiler yer almaktadır. Gazetelerde yer alan bilgilerin bir kısmı, dini ve milli hassasiyete sahip gazeteler tarafından devamlı olarak yapılan dini içerikli, aydınlatıcı ve bilgilendirici yayınlardan oluşmaktadır. Diğer kısım dini içerikli yayınlar ise kutsal gece ve aylarda yapılan sınırlı yayınlardan ibarettir. Gazeteler tarafından promosyon olarak dini içerikli eserler de okuyuculara kupon karşılığında sunulmaktadır. Yakın zamana kadar gazetelerde yayımlanan dini içerikli bilgiler kutsal gece ve aylara yönelik standart yayınları içerirken, şimdilerde ise İlahiyat Fakültesi profesörleri tarafından, kendilerine ayrılan sayfa ve köşelerde düzenli olarak okuyucuyu bilgilendirilmektedir.

Dini ve milli hassasiyet taşıyan sivil toplum kuruluşları, Diyanet İşleri Başkanlığı ve İlahiyat Fakülteleri tarafından aylık dergiler yayımlanmaktadır. Bu dergilerde, ilmi araştırma, dini, milli ve kültürel, bilgilendirici yayınlar yapılmaktadır.

5.1.3 İşitsel İletişim (Sesli)

Radyonun 1895 yılında insanlığın hizmetine sunulması ile birlikte iletişim alanında aracılı yarı-etkileşim dönemi başlamıştır. Radyo ile iletiler kapsamı sınırsız potansiyel alıcılara sinyaller aracılığı ulaştırılmaya başladı. 1915’li yıllara gelindiğinde Paris’teki Eyfel Kulesi’nden yapılan radyo yayını Atlantik’in diğer kıyısından dinlenilmeye başlandı.

Radyonun yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte dini içerikli yayınlarda normal yayın akışı içerisinde yerini almaya başladı. Batıda İncil okumaları ile başlayan radyo yayınları, sonraki zamanlarda ayinlerin ve dini vaazların da yayınlandığı yayın saatlerinin satın alınması ve 1970’li yıllarda belirli dini grupların sahip olduğu ve işlettiği, kar getiren modern dini istasyonların kurulması ile dini iletişimin ve tebliğin sahasına radyo da giriyordu.¹⁷⁷

Türkiye’de ilk resmi radyo yayını 1927’de, radyolardan kitlelere yönelik ilk dini yayın ise 18 Ağustos 1950 tarihinde, çok partili hayatın seçimle iş başına gelen ilk hükümet tarafından başlatıldı.¹⁷⁸ Bu ilk yayın Kur’an-ı Kerim’in okunması ile sınırlı idi. Bu başlangıçtan kısa bir süre sonra da “Dini ve Ahlaki Muhasebeler” isimli yeni bir program başlatıldı. 19 Nisan 1953 tarihinden itibaren de bu dini sohbet programı Salı ve Perşembe olmak üzere haftada iki güne çıkarılıyordu. Bu programı sırasıyla 1957’de kandil gecelerinde mevlit yayınları; 1960’da sahur programları ve 1964’de de iftar programları yayınlanmaya başladı.¹⁷⁹

¹⁷⁷ Gregor T.Goethals, “Religious Broadcasting”, Encyclopedia of Religion, Ed.M.Eliade, Çev.Ali Coşkun I.Baskı, New York, MacMillan Press,1987, s.296-302 (Yayınlanmamış Çalışma)

¹⁷⁸ Mustafa Çetin Baydar, İslam, Radyo ve Televizyon, I.Baskı, Ankara, T.D.V.Yayınları, 1994, s. 11

¹⁷⁹ Baydar, s. 12

1970’li yıllar TRT radyolarında dini yayıncılığın atılım yılları oldu. Bu yıllarda açılan her yeni radyo postaları yayın akışı içinde kısa süreli de olsa bir “dini program” yer alıyordu. Dini musiki programlarının çoğalması ve özel Tasavvuf Musikisi gruplarının oluşması da 1970’li yıllarda olmuştur.

Günümüz radyoculuğunda (TRT) dini yayınlar nicelik olarak şu noktadır:

Yıllık Toplam Yayın Süresi:	146 saat, 50 dak.
Program Sayısı :	275
Haftada Yayın :	4Adet (104 dakika)
Kandiller :	5 Adet (7.5 saat)
İftar Programları :	30 Adet (20 saat)
Sahur Programları :	30 Adet (45 saat)
Bayramlar :	2 Adet (20 dakika) ¹⁸⁰

1990 yılların başlarında Türkiye’de özel radyoculuğun başlaması ile birlikte dini içeriklerle yayın yapan radyolarda yayın hayatına başladılar. Yayın akışları içinde Kur’an-ı Kerim tilaveti, tefsir, fıkhi problemlere fetva verilmesi, Hz. Muhammed’in hayatının anlatılması, ilahiler, dini içerikli özgün müzikler ve din adamlarının konuk edildiği dini sohbet programları gibi içeriklere yer verdiler.

İşitsel dini iletişim vasıtalarının bir başka türü ise sesli yayınlardır. Sesli yayınlar içerisinde; Kur’an-ı Kerim Hatm-i Şerifi, Kur’an öğretimi, Kur’an-ı Kerim’den Sureler, dini bilgiler, mevlid ve ilahiler, Türk Tasavvuf Musikisi, Kur’an-ı Kerim’in

¹⁸⁰ Baydar, s.12-13

Türkçe Açıklaması, Namaz Dua ve Sureleri, Hac Rehberi, İslam Kahramanlarının hayatlarının konu edildiği bant tiyatroları, din adamlarının vermiş oldukları vaazlar, Ezanın okunuşu gibi dini içerikler sunulmuştur. Bu sesli yayınlarla işitsel dini iletişim vasıtasıyla uzaktan eğitim imkanı sağlanmış ve muhatabın dini duyguları canlı tutulmaya çalışılmıştır.

5.1.4 Görsel İletişim

Aracılı yarı-etkileşimin gerçekleştirildiği iletişim araçlarından biri de görsel ve işitsel temaları birleştirerek sunan televizyondur. İlk kamu televizyon yayını 2 Kasım 1936'da Londra'daki BBC stüdyolarından yayınlanmıştır. 1940 yılların başında Avrupa'nın önde gelen ülkeleri ve Amerika'da ticari TV. yayınları yayın hayatına başladı.¹⁸¹ 1950'li yıllara gelindiğinde radyolarda yaygınlık kazanan dini içerikli yayınlar televizyonlara aktarılmaya başlandı. Televizyonda dini yayınların yayınlanmasıyla birlikte, din adamlarının muhatapları alıcısı açık olan geniş bir kitleye ulaştı. Din adamı elindeki kutsal metinden pasajlar aktarırken, kutsal metinler televizyon aracılığıyla evlerin içine kadar ulaşıyordu.

Türkiye'de televizyon yayını 1968 yılında başlamasına rağmen ilk dini yayın ancak 1975 yılında "İftara Doğru" programları ile gündeme gelmesi ile birlikte radyoda uygulanan dini yayın kalıpları televizyon için de uygulanmıştır. TRT'nin sahibi bulunduğu 5 program kanalından yaptığı gün başına toplam dini yayın, 33 dakikadır. Bu toplam rakamın kanal başına payı ise 6.5 dakika/gündür.¹⁸²

TRT'nin haftalık yayın akışı içinde; İnanç Dünyası, İnsan-İslam, Türk-İslam, İnsan-Ahlak, Kültür ve Diyanet Saati programları yer almaktadır.

¹⁸¹ Emir Turam, Medyanın Siyasi Hayata Etkileri, 1.Baskı, İstanbul, İrfan Yayıncılık, 1994, s.87-88

¹⁸² Baydar, s.13

Günümüz TRT'sindeki dini yayınların durumu:

Yıllık Toplam Yayın Süresi:	184 saat
Program Sayısı :	327 program
Haftalık Yayın :	5Adet (140 dakika)
Kandiller :	5 Adet (750 dakika)
İftar Programları :	30 Adet (20 saat)
Sahur Programları :	30 Adet (30 saat)
Bayramlar :	2 Adet (20 dakika) ¹⁸³

TRT'nin yanı sıra özel televizyon kanallarının bir çoğunda kandil, bayram ve ramazan ayına özel olmak üzere yayınlar yapılmaktadır. Bunun yanı sıra dini ve milli duygu ve düşünceye saygılı bir yayın ilkesini benimsemiş televizyon kanallarında günlük yayın akışı içerisinde, dini kanaat önderlerinin de katıldığı dini içerikli programlar yapılarak, dini iletiyi alan alıcıların bilinçlendirilmesi gerçekleştirilmektedir. Ülke geneline yayın yapan televizyon kanalları -reklam gelirlerini düzenleyen reytingi arttırma amaçlı- tartışma programlarının konularını, dini içerik taşıyan malzemenen seçerek, sahasında otorite din adamlarından oluşan konuklarla konuyu ele alıp değerlendirmektedirler. Televizyonun yanı sıra kayıt esasına dayalı video kasetlerde görsel iletişimi sağlayan unsurlardan olmuştur. Video kasetleri ile kişinin katılamadığı dini toplantı ve törene katılım veya yeniden aynı dini duyguları yaşama imkanı sunmuştur. Dini pratiklerin uygulama esasları, kutsal metinlerin öğrenilmesi, dini tecrübenin aktarımı, dini kişiliklerin yaşantılarından örnekler sunulması, ilahi ve dini

¹⁸³ Baydar, s.13

müziklerin dinlenilmeye imkan sağlaması, video kasetlerle kişinin dini hayatı canlı tutulmaktadır.

Sinema kurulduğu günden beri yapıtlarının içinde dini materyalleri kullanması ile birlikte tamamen dini içeriğe sahip olarak hazırlanmış filmler, dini tecrübe ve bilginin izleyiciye aktarılmasında kullanılmıştır. Çizgi filmlerle dini kişiliklerin örnek yaşantıları, dini tecrübe ve bilgi sunularak çocuklarda dini hayata yönelik ilk izlenimler oluşturulmaya başlandı.

Bilgisayarın doğuşu, kişisel bilgisayarların geliştirilmesi ve ardından Compact Diskin bilgisayar kullanıcılarının hizmetine sunulması ile görsel iletişim araçlarında gelişmeler yaşanmaya başlandı. Bu gelişmelerle birlikte dini içerikli bilgi ve materyaller CD'lere kaydedilerek bilgisayar ortamında dini bilgi ve pratiklerin öğrenilmesi imkanı sunuldu. Videoların CD ortamına aktarılması ile birlikte video kasetlerle sunulan hizmetler bilgisayar ve VCD'lerle sunulmaya başladı. Gazete ve dergiler tarafından dini içerik taşıyan film, çizgi film ve belgesel VCD'leri promosyon olarak dağıtılmaya başlandı.

Bilgisayarın hayatın her alanında kullanılması ile birlikte evlerimizde kullandığımız telefonların ceplerimize girerek iletişim alanında yeni bir dönem başladı. Zamanla artan cep telefonu servislerinin sunduğu hizmetlerin içine dini içerik de dahil oldu. İftar ve sahur vakitlerinin öğrenilmesi için servis sağlayıcıları tarafından bilgi mesaj hatları oluşturuldu. Mesaj servisleri kullanılarak, kandil ve bayramlarda cep telefonu kullanıcıları arasında kutlama mesajlarının dolaşması ile birlikte dini içerikli bilgiler ceplerimize ulaşmaya başladı. Cep telefonlarında kullanılan dini içerikli logo ve müziklerle de kullanıcılar dini yaşantılarındaki tercihlerini ifade etmektedirler.

5.1.5 Sanal İletişim (İnternet)

İnternet, dünya üzerinde irili ufaklı milyonlarca bilgisayarın fiber-optik kablolar, telekomünikasyon uyduları ve sıradan telefon hatlarıyla haberleşmesini sağlayan bilgisayar ağıdır. İnternet ile istenilen bilgiye hızla ulaşmak, ağdaki diğer bilgisayar sistemlerine mesajlar göndermek mümkün olabilmektedir. Araştırmamızın üçüncü bölümünde bu konuyu detaylı olarak inceleyeceğimiz için burada fazlaca üzerinde durmayacağız.



6. İNTERNET VE DİN

6.1 İnternet

İnternet, dünya üzerinde irili ufaklı milyonlarca bilgisayarın fiber-optik kablolar, telekomünikasyon uyduları ve sıradan telefon hatlarıyla haberleşmesini sağlayan bilgisayar ağıdır.

İnternetin ortaya çıkışı Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığının araştırma ve gelişme kolu olan “Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu”na (DARPA-Defence Advanced Research Project Agency) dayanır. 1969’da farklı farklı coğrafi bölgelerde bulunan bilim adamlarıyla araştırmacılar arasındaki askeri bilgi alışverişinin kolay bir yolunun bulunması amacıyla dört bilgisayar arasında ARPANET adında Paket Anahtarlama basit bir ağ oluşturuldu. ARPANET olası saldırı durumunda, tüm mesajlar için alternatif rotaların bulunabileceği protokolleri ve ‘ağların ağını’ düzenlemek üzere tasarlanmıştı.¹⁸⁴Bu ağ, ABD’deki üniversite ve araştırma kuruluşlarının değişik tipteki bilgisayarlarını da içererek büyüdü. 1973 yılında, ağ için bir protokol seti geliştirmek amacıyla Standford Üniversitesi’nde –daha sonra BBN’in ve University College, London’ın dahil olduğu bir internetworking projesi başlatıldı. 1978’e kadar ‘İletim Kontrol Protokolü’nün (TCP-Transmission Control Protocol) dört uyarlaması geliştirildi ve denendi. 1980’de bu küme sabitleşti ve ARPANET’e bağlı bilgisayarlar arasındaki iletişimi kolaylaştırdı. 1983’te tüm ARPANET kullanıcıları İletim Kontrol Protokolü/İnternet Protokolü (TCP/IP Transmission Control Protocol/İnternet Protocol) olarak bilinen yeni protokole geçiş yaptılar. O yıl TCP/IP,

¹⁸⁴ Allan Liska ve Ilana Grune, “Bir Post-Modern Kültür Olarak İnternet”, Çev. Doğan Bıçkı, Bilgi ve Toplum, İstanbul, 1999, Sayı:2, s. 24

ARPANET'i de içeren Savunma Bakanlığı İnterneti'nde kullanılmak üzere standartlaştırıldı.¹⁸⁵

1983 yılında ağın askeri birimleri MİLNET adıyla ayrı bir ağ olarak organize edildi ve MİLNET tamamen ARPANET'ten ayrıldı. 1984 yılında ise İngiltere kendi akademik şebekesi olan JANET'i kurdu. 1987'de Amerikan idari birimi olan Ulusal Fen Kurumu'nca, beş süper bilgisayar merkezi birbirine bağlanarak NSFNET' adında yeni bir ağ kuruldu. Daha sonra sistem, eğitimsel kolaylık, akademik araştırma, uluslar arası araştırma organizasyonu amaçlı kullanıma açıldı.¹⁸⁶ ARPANET 1990 Haziran'ında kullanımdan kaldırıldı. Yerini ABD, Avrupa, Japonya ve Pasifik ülkelerinde ticari ve hükümet işletimindeki omurgalar (backbone) aldı. ARPANET'in kaldırılmasına rağmen TCP/IP protokolü kullanılmaya devam ediyor.¹⁸⁷

Türkiye'nin, İnternet'e katılım başvurusu 1985'te yapıldı ve Nisan 1993'te de tam katılım gerçekleşti . İlk bağlantı ODTÜ'den gerçekleştirilmiştir. 64kbit/san hızında olan bu hat, çok uzun bir süre, tüm ülkenin tek çıkışı olmuş ve ilgili kişiler büyük bir özveriyle İnternet'i tüm Türkiye'de (öncelikle akademik ortamlarda) yaygınlaştırmaya çalışmışlardır. Ege Üniversitesi'nden olan bağlantı ise, 1994 başlarında, 64kbit/san. hızı ile gerçekleştirilmiştir. Ardından sırayla, Bilkent Üniversitesi (1995 Eylül), Boğaziçi Üniversitesi (1995 Kasım) ve İTÜ (1996 Şubat) bağlantıları gerçekleşmiştir. 1996 yılı Ağustos ayında da Turnet çalışmaya başlamıştır. Türkiye'de TR-NET (Türkiye İnternet Çalışma Grubu) TÜBİTAK ve ODTÜ'deki merkezlerinden İnternet servisi tüm Türkiye ye verilmektedir¹⁸⁸

¹⁸⁵ Kürşat Çağltay, Herkes İçin İnternet, 1.Baskı, Ankara, Tübitak Matbaası 1995, s. 1

¹⁸⁶ Liska ve Grune, s.24

¹⁸⁷ Çağltay, s.3

6.2 İnternet Kaynakları (Düzenleme Sistemleri)

İnternet kullanıcılarınca bilgiye ulaşmak için yaygın olarak kullanılan servisler (sistemler) şunlardır:

1. www
2. FTP (Dosya Transfer Protokolü)
3. E-mail (Elektronik Posta)
4. News (Haberler)
5. Discussion Lists (Tartışma Listeleri)
6. Telnet
7. Talk
8. IRC
9. Kütüphane Katologları
10. Gopher

6.2.1 WWW (World Wide Web)

Dünya ağı (World Wide Web), internetin en hızlı gelişen bölümüdür. Bu ağ üzerinde en uygun durumda bulunan tüm bilginin yaklaşık %30'una grafiksel bir ara yüzey (interface) sağlamaktadır. Dünya ağı öylesine büyümüş ve popüler hale gelmiştir ki, bir çok üniversite ve ticari hizmet sağlayıcı, insanların kendi bireyselliklerini ifade etmelerine yarayan kendi web sayfalarını oluşturma imkanını kullanıcılara

¹⁸⁸ Türkiye'de İnternet, (2003) <http://www.po.metu.edu.tr>. (21.03.2003)

sağlamışlardır.¹⁸⁹ WWW ortamında birbirine linkli objelerin iletilmesini sağlayan protokol ise Hyper Text Transfer Protocol (HTTP) olarak adlandırılmaktadır.

6.2.2 FTP (Dosya Transfer Protokolü)

Dosya Transfer Protokolü (FTP) bir veri yığınının bir uç aygıttan diğerine iletimi için kullanılmaktadır. Bir dosyayı FTP kullanarak başka bir TCP/IP ağı üzerindeki kullanıcıya yollamak için o ağıdaki bilgisayarda geçerli bir kullanıcı ismi ve şifresi gerekmektedir. İnternet 'anonim FTP' ye (anonymous FTP) destek vermekle birlikte bunu dosyayı yollamak için değil sadece okumak için verir. Bu durum, ağ üzerindeki her kullanıcıya postanın yollanmasını sağlayan SMTP yoluyla aşılabılır. Fakat SMTP sadece metin iletebildiği için diğer tip dosyalar gönderilmeden önce metin dosyasına çevrilmelidir. Daha sonra da alıcı tarafından tekrar eski haline çevrilir. Diğer taraftan elektronik postada kullanılan OSI X.400 standardı, kullanıcıya metin, grafik, teleks, faks, video, ve hatta ses yollamasına izin verir. Elektronik doküman değişimini (EDI-Electronic Document Interchange) de destekler. Ancak, bu uygulamalar diğer OSI uygulamaları gibi yeterli yaygınlığa ulaşmamıştır.

OSI FTAM (dosya transfer, erişim ve yönetim) protokolü TCP/IP'nin FTP'sinden daha işlevseldir. Görüntü (Virtual) dosya saklama yeteneği sağlamasına ek olarak, FTAM kullanıcısı, tüm dosya yerine dosyanın bir kısmını da gönderebilir.¹⁹⁰

6.2.3 Elektronik Posta

İnternet dünyanın en büyük elektronik posta (e-mail) ağıdır. Bugün yaygın olarak kullanılan elektronik posta sistemleri arasında büyük farklar vardır. Buna rağmen, İnternet, kullanıcılarına mesajları okuma, saklama, gönderme, sıraya sokma ve

¹⁸⁹ Liska ve Grune, s.26

¹⁹⁰ Çağıltay, s. 4

yanıtlama gibi çeşitli hizmetler vererek kullanıcılarının dünyanın dört bir tarafı ile haberleşmesini sağlamaktadır. İnternet'in ani popülerliğinin nedeni aslında elektronik posta servislerinde sunduğu artan etkileşimli bağlantıdır. İnternet'te kullanıcı kodu bulunan bir kişi diğer İnternet kullanıcılarıyla olduğu gibi, Compüserve, BITNET, MCI, Applelink ve benzer posta sistemleri kullanıcılarıyla da elektronik posta iletişimi kurabilir. Benzer şekilde bu sistemlerin kullanıcıları da İnternet'i kendi aralarında bir iletişim yolu olarak kullanabilirler.¹⁹¹

6.2.4 News (Haberler)

İnternet üzerindeki en yararlı kaynaklardan biri, çok sayıda konu içeren ilan tahtası sistemlerinin (BBS-Bulletin Board Systems) bir toplamı olan ağ haberleridir (Netnews). Haber grupları, bir ağaç yapısında düzenlenmiştir. Bu yapıdaki her bir kök bilim, sanat gibi ana bir konuya ayrılmıştır. Kökler de, her biri bir konu alanını belirleyen dallardan oluşur. Ağ haberleri UNIX tabanlı sistemlerde ortaya çıkmıştır. Pek çok yerel ilan tahtası da ağ haberlerine erişimi sağlamaktadır.

İnternet kullanıcıları bir listeye üye olarak istedikleri konuda bilgi alabilirler. Liste yöneticileri periyodik olarak listelerindeki üyelere toplanılan bilgi paketlerini yollarlar. Bu elektronik posta (e-mail) listelerinin çoğuna Usenet aracılığıyla ulaşılabilir. Usenet 3500'den fazla konuyu içeren haber gruplarının sunulduğu genel bir BBS yapısıdır.¹⁹²

6.2.5 Discussion Lists (Tartışma Listeleri)

Tartışma listeleri elektronik posta servislerine oranla daha profesyonel hizmet veren tartışma odaklı bilgi alış verişine imkan sunan servistir. Tartışma listelerine üye

¹⁹¹ Çağıltay, s.4

¹⁹² Çağıltay, s. 7

olarak belli bir grup içinde belli konular tartışılabilir. Tartışma gruplarında bir üyenin gönderdiği mesaj tüm üyelere otomatik olarak gönderilir. Her listenin düzenleyici sorumlusu vardır.¹⁹³

6.2.6 Internet Relay Chat (IRC)

İnternet Relay Chat (IRC) kullanıcıların birbirleriyle, gerçek zamanda telefonda benzer şekilde, kelimelerle, gerçekten konuşabildiği (klavye aracılığıyla), her çevrim içi kullanıcının girdisini konuya ilgisi olan ve konu başlığına ya da listesine üye olan diğer kullanıcılara yayımlayan bir konferans sistemidir. Liste güncel politik olaylar, profesyonel uğraşlar ya da haber paylaşımı gibi konularda odaklanabilir.¹⁹⁴

6.2.7 Telnet

TELNET ağ-bağımsız bir virtual terminal aracılığıyla kullanıcı koduna sahip olduğu uzak bir TCP/IP yetenekli bilgisayara bağlanabilmeyi sağlar. Kullanıcı uzak TCP/IP bilgisayarındaki standart bağlanma işlemlerini izler ve o bilgisayara ait komutları kullanabilmek için uzak işletim sisteminin karakteristiklerini bilmek zorundadır. TELNET uzak terminallerin bir ana bilgisayara bağlanmasını, bağlanılan bilgisayarın işletim sistemine sanki yerel bir terminal bağlanıyormuş gibi göstererek sağlar. Çoğu zaman TELNET full-duplex mod'da çalışır, yani aynı anda yollama ve alma yeteneği sağlar.

TELNET protokolünün kullanıcı ve server işlemleri kendi aralarında mantıksal bir sıra izlerler. Kullanıcı TELNET programı, kullanıcı ile server arasında bir

¹⁹³ Liska ve Grune, s.26

¹⁹⁴ Çağiltay, s. 8

passthrough gibi çalışarak veri iletimini sağlar. Makinanın rolüne ve gücüne göre, TELNET'in hem kullanıcı hem de server olarak kullanılması sağlanabilir.¹⁹⁵

6.2.8 Kütüphane Katalogları

Bugün, internet üzerinde 300'e yakın kütüphane katalogu bulunmaktadır. Bunlar arasında 100'den fazla koleksiyon, arşiv ve araştırma kütüphanesinin kataloglarını gösteren ve 40 milyondan fazla kaydı bulunan bir veri tabanına sahip Araştırma Kütüphaneleri Bilgi Ağı (RLIN) anılmaya değer bir örnektir. İnternet, Amerikan Kongresi Kütüphanesi'ne, Kolorado Üniversitesindeki 220,000 konu başlığına, Boston, Maine ve Harvard Üniversitesindeki kütüphane kataloglarına erişimi sağlamaktadır. ABD içinde istediği kitabın yerini belirleyen bir internet kullanıcısı kendi yerel kütüphanesinden Kütüphaneler arası Ödünç Alma Programı'nı kullanarak bu kitabı ödünç alabilir.

1992 başlarında, Carneige Mellon Camp üniversitesi, Amerika'da ilk elektronik kütüphane sistemlerinden birini kurdu. Sistem, bilgiyi tek bir ana bilgisayar yerine yerleşkeye dağılmış olan server'larda saklamaktadır. Sistem, fakülte ve öğrencilere, odalarından dışarı bile çıkmadan, üniversite kütüphanesinde bulunan dokümanları edinme olanağı sağlamaktadır. Üniversite internet'e bağlanarak bazı kolleksiyonlarının tüm dünyadaki kullanıcılara ulaşmasını olanaklı kılmaktadır.¹⁹⁶

6.2.9 Gopher

İnternet üzerinde araştırma yapmaya yarayan menü-tabanlı bir sistemdir. Buradaki düşünce, ağdaki müteakip bağlantılar için bir siteden diğerine yol açabileceğiniz kendi

¹⁹⁵ Çağltay, s. 7

¹⁹⁶ Çağltay, s. 5

gopher'ınızdan başlangıç yapmaktır.¹⁹⁷

6.3 İnternet'in İşlevleri

İnternet ile bir çok değişik amacı yerine getirmek mümkündür. İnternet'in en temel işlevi, bilgiye ulaşma, bilgininin kullanımı, haberleşme ve iletişimidir. İnternet üzerinden dünyanın dört bir tarafıyla hızlı ve ucuz bir şekilde iletişim kurabilir, dilediğiniz her konuda araştırma yapabilir, istediğiniz müzik, resim, bilgi ve programları bilgisayarınıza yükleyebilirsiniz. Yerinizden kalkmadan alışveriş yapabilir, müze ve sergileri gezebilir, müzik arşivlerine girebilirsiniz, farklı ülkelerden olan insanlarla her konuda yazılı ve sesli olarak tartışabilir, web kamera ile görüntünüzü gönderebilir ve mesajlarınızı az bir masrafla günün her anı dünyanın her yerine gönderebilirsiniz.

6.4 İnternet ve Din

İnternette yer alan dini içerikli siteler, internette sörf yapanları; dini bilgiler, dini organizasyonlar, inançlar, dinlerin sunduğu hizmetler, dini kitap ve makaleler, diğer dinlere ait gelenek ve inançları öğrenme ve o dinler haklarında detaylı bilgi edinmeye davet etmektedir. Aynı zamanda on-line dini siteler kilisedeki ekmek ve şarap ayinine, camideki namaza, dini törenlere, meditasyona, budist tapınaklarında uzlete çekilmeye davet etmektedirler.¹⁹⁸

İnternet kullanıcıları, kendi inançları hakkında bilgi arama, diğer inançlar hakkında bilgi arama, dini müzik ve ilahi indirme, dini sitelere üye olma, dini sitelerden bilgi indirme, kutsal gece ve bayramlarda mesaj gönderme, e-mail yoluyla dini bilgi alma ve verme, dini chat (sohbet) odalarına girme, dini içerikli oyunlar oynama, online

¹⁹⁷ Liska ve Grune, s.25

¹⁹⁸ Jeffrey K.Hadden, Douglas E.Cowan, Religion On The Internet: Research Prospects And Promises, 1.Baskı, Elsevier Science Press,New York, 2000, s. 9

ibadete katılma, dini tartışma odalarına üye olma vb. faaliyetlerle internetten faydalanmaktadırlar.¹⁹⁹

Dini iletişim, internet'le birlikte sınırsız kitleye ulaşma imkanına kavuştu. İnternet aracılığıyla adak kurban satın alma, fitre ve zekatınızı verme, namaz vakitlerini öğrenme, kutsal mekanları ziyaret, Kur'an-ı Kerim'in tefsirini okuma, dini kitap ve interaktif dini bilgi içeren CD'ler satın alma, e-posta yoluyla dini duygu paylaşımı, kanaat önderlerinin dini açıklama ve vaazlarını okuma ve dini konulardaki sorularına cevap arama vb. hizmetler sunulmaktadır.

The Pew Internet & American Life Project tarafından yapılan "Amerikalılar Online Olarak Dini Nasıl Takip Ediyorlar" başlıklı araştırmada, 2001 yılında 28 milyon Amerikalı'nın interneti dini ve ruhani bilgiler almak amacıyla kullandığı sonucu ortaya çıktı. ABD'li internet kullanıcılarının %25'i gibi bir orana karşılık gelen bu sonuç 2000 yılında %21 idi.

28 milyon Amerikalı dini ve manevi bilgi almak için internet kullanmaktadırlar. Bu kişiler "Din Sörfçüleri" olarak adlandırılmaktadırlar. İnternet kullanıcılarının %25'i dini ve manevi bilgilerini online olarak aldılar. İnternet, günde 3 milyon kişi tarafından dini ve manevi bilgi almak için kullanılmaktadır. İnsanların internette, kumar oynama, açık arttırma sitelerine girme, hisse ticareti yapma, telefon görüşmesi, online bankacılık vb. servislerden çok dini ve manevi bilgi sunan siteleri kullanmaları dikkat çekicidir.

11 Eylül terör saldırısı milyonlarca internet kullanıcılarını, internetteki dini yayın ve sitelere yönelmeye zorladı. Kendisini "Din sörfçüsü" olarak tanımlamayan internet

¹⁹⁹ Elena Larsen, Siber İnanç, "Amerikalılar Online Olarak Dini Nasıl Takip Ediyorlar" 23 Aralık 2001, www.pewinternet.org, s. 15

kullanıcılarının %41'i dua dileği amacıyla e-mail gönderdi ya da aldı. İnternet kullanıcılarının %23'ü İslam'la ilgili bilgi almak için online kaynaklar yöneldi. İnternet kullanıcılarının %7'si ise dini yardım derneklerine bağışta bulundu.

Din sörfçülerinin çoğunluğu interneti kiliseye ait bir kütüphane olarak kabul ediyor ve genel manevi bilgilerini buradan araştırıyorlar. Bununla birlikte kendi aralarında fikir alışverişinde ve dinsel destek de bulunurken diğer inançlara sahip kişilerle de diyaloga girmektedirler. Din sörfçülerinin % 67'si kendi dinleri ile ilgili sayfalarda araştırma yaptılar. Din sörfçülerinin % 50'si ise diğer inançlarla ilgili arama yaptılar. Din sörfçüleri dini bilgi istemekten çok manevi tavsiyelerde bulunmaktadır. Din sörfçülerinin % 21'i e-maillerle tavsiye alırken, % 35'i e-mail ile tavsiyede bulundu. Din sörfçülerinin % 38'i dini isteklerini iletmek için e-mail kullandılar. (Bu uygulama bir cemaate üye olanlarda daha yaygındır. Oran %42'ye %12 dir.)

Din sörfçüleri için internet, kendi dinlerini yüceltme, ibadet mekanlarını tanıtmaya ve öne çıkarmak için en uygun bir araçtır. Ayrıca herhangi bir inanca veya cemaate bağlı olmayanlara yardımcı olmak üzere internet kullanmaktadırlar. Din sörfçüleri başkalarının dini hayatlarını geliştirmek için web sitelerinin potansiyel olması konusunda iyimser olmakla beraber, internetin başkalarına kalıtsal ve kültürel kaynaklarla zarar verebileceği konusunda endişe etmektedirler.

Din sörfçülerinin % 15'i, kendi inançlarına ait sorumluluklarını yerine getirme için internet kullanırken, % 27'si ise internetin kendi manevi hayatlarını mütevazı seviyede geliştirdiğini ifade etmektedirler. Din sörfçülerinin % 35'i diğer kaynaklara göre internetin dini hayatlarında pozitif bir etkiye sahip olduğuna inanmaktadırlar.

Din sörfçüleri dini bağlılıkları yönünde diğer Amerikalılardan (konvansiyonel demokratlar) daha çok ön plana çıkmışlardır. İnançlarını çok ciddiye almakta ve online

araçları inanç bilgilerini genişletmek ve bağlılıklarını pekiştirmek için kullanmaktadırlar. Din sörfçülerinin % 81'i kendi dini inançlarının çok kuvvetli olduğunu açıklarken, buna karşın %61'i, Mart 2000 Gallup anketine göre dinin hayatlarında çok önemli olduğunu ifade etmektedirler. Din sörfçülerinin % 74'ü haftada en az bir kez din servislerine bağlanmaktadırlar. The General Survey Gallup ve The National Election Study gibi servislerin anketleri Amerikalıların %26 ve %39 arasında değişen değerdeki bir grubun her hafta düzenli olarak din servislerine bağlanmaktadırlar. Din sörfçülerinin % 86'sı günde en az bir kez dua veya meditasyon yapıyorlar. Tüm internet kullanıcılarının %54'ü sık sık dua ettiklerini, %23'ü ise her gün meditasyon yaptıklarını belirtmektedirler.

Din sörfçüleri, ruhsal veya dini kaynaklara internet aracılığıyla ulaşmanın daha kolay olduğunu ifade etmektedirler. Din sörfçülerinin % 64'ü internetin, diğer dini kaynak ve eğitici araçlara göre daha kolay erişim sağladığına inanıyorlar. Ankete katılanların yarısına yakını (%44) internetin diğer dua ve ibadet araçlarına göre daha kolay erişim sağladığına inanıyorlar. Herhangi bir dine inanç ve cemaate bağlı olmayanlar, kendi düşüncelerine uygun kişi ve cemaatlere ulaşmada internete güveniyorlar.²⁰⁰

İnternette, dinle ilgili olumlu hizmetler sunulurken aynı zamanda dinlerin yasaklamış olduğu içki, kumar, seks, pornografi, satanizm (şeytana ait gizemli bilgiler), büyü vb. kötü alışkanlık ve davranışların anlatıldığı siteler de yer almaktadır.

Satanizme bulaşmış olan gençlerin kendilerini toplumdan soyutladıkları ortamlardan biri de internettir. İnternete bağlanan bu gençler, aynı düşünceyi paylaştıkları kişilerle internet aracılığıyla iletişim kurup, akıllarının sınır tanımadığı

²⁰⁰ Larsen, s.1-5

sapık fantazilerini bu ortamlarda geliştirmektedirler. Zihinde yer eden sapık düşünceler, ve fikirler, zamanla inanç boşluğu içinde olan bu gençler için denemekten zevk alabilecekleri birer ideale dönüşmektedir. Dışlanmanın sonucunda başlayan süreç, Tanrı'ya isyan etme ve intihar ile sonuçlanmaktadır.²⁰¹

Online kumar, seks, pornografi vb. siteler dini inançları zayıf kimselerin dini duygularını olumsuz yönde etkilemekte ve toplumun genel ahlaki yapısına da zarar vermektedir. Dini duygu ve düşünceyi olumsuz yönde etkileyen internet sitelerinin, zararlarını azaltmak için, dini inanç ve düşünceye sahip kişi ve kurumlar tarafından, faydalı ve yararlı siteler oluşturulmuştur.

Dini bilgi ve uygulamaların tanıtımı ve internette yer alan zararlı sitelerin etkileri ile mücadele amacıyla dini grup, tüzel kişi ve kişilerle internet arasında gelişen ve süren bir ilişki söz konusudur. Bu amaçlar doğrultusunda internette milyonlarca site yer almaktadır. Hedef kitleye mesajını ulaştırma noktasında din, internetin sunduğu imkanları sonuna kadar kullanmaktadır. Din için internet; hakikatin ilan edildiği yeni bir forumdur.

6.5 İnternette Din

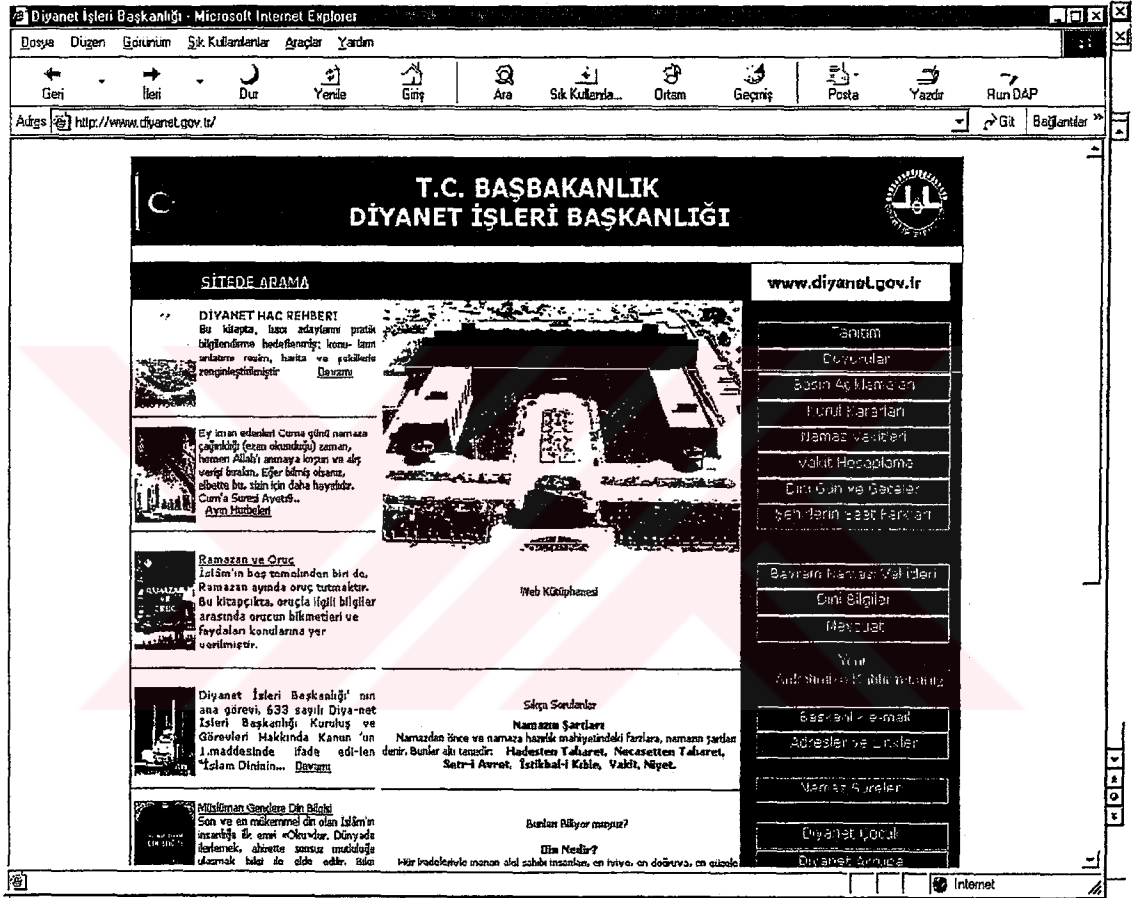
6.5.1 İnternette Yer Alan Resmi Kuruluşlar

6.5.1.1 Diyanet İşleri Başkanlığı

Diyanet İşleri Başkanlığına ait site www.diyamet.gov.tr adresinde hizmet vermektedir. Sitede Diyanet İşleri Başkanlığı'nın tanıtımı, başkanlık tarafından yapılmış basın açıklamaları, duyurular, başkanlığın kuruluşuna dair 633 sayılı kanun ve mevzuat, sıkça sorulan sorular ve cevapları, Aralık 2001 tarihinden itibaren camilerde okutulması tavsiye edilen hutbelerin listesi ve metni, Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından

²⁰¹ Yasin Kesen, Satanizm ve İnternet, www.Bilisimcumhuriyeti.com. 04.02.2002

yayımlanmış yayınların tanıtımı, Diyanet Hac Rehberi, resimlerle abdest ve namaz, namaz sureleri, dini bilgiler, başkanlık tarafından yapılmış olan toplantılar ve sonuç raporları, namaz vakitleri, namaz vakitlerini hesaplama, şehirlerin saat farklılıkları, dini gün ve geceler, ve bayram namazı vakitleri sitede yer almaktadır.



Şekil 27: Diyanet İşleri Başkanlığı Web Sayfası

Sitede iletişim ile ilgili olarak Diyanet İşleri Başkanlığının e-mail adresi yer almakla birlikte, değişikliklerden haberdar olmak isteyenlerin e-mail adresleri kayıt edilerek e-mail yoluyla bilgilendirme yapılmaktadır.²⁰²

²⁰² www.diyaret.gov.tr 02.04.2003

Sitede Kur'an-ı Kerim ve Türkçe Meali'nin yer aldığı bir link hizmete sunulmuştur. Kur'an-ı Kerim ve Türkçe Meali ile ilgili link aracılığıyla; surelerin Kur'an-ı Kerim sırasına göre dizilişi, surelerin Hz.Muhammed'e vahiy sırasına göre dizilişi, surelerin A'dan Z'ye alfabetik sıraya göre dizilişi, konu fihristi, konulara kolayca ulaşma için kelime arama, sure ve ayetleri numaralarına göre bulma ve ayetleri Kur'an-ı Kerim'in sayfalarına göre arama hizmeti sunulmaktadır.²⁰³

KUR'AN-I KERİM ve TÜRKÇE MEALİ - Microsoft Internet Explorer

Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım

Geni İleri Dur Yeriye Gözet Ara Sık Kullanılanlar Ortam Geçmiş Posta Yazdır Rız DAP

Adres: http://www.diyant.gov.tr/kuran/DEFAULT.ASP

T.C. BAŞBAKANLIK
DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI

**KUR'AN-I KERİM
VE TÜRKÇE MEALİ**

KUR'AN-I KERİM ve TÜRKÇE MEALİ - http://www.diyet

Kur'an'daki Sırasına Göre Süreler
Sürelerin Kur'an-ı Kerim sırasına göre dizilişine ulaşmak istiyorsanız...

İniş Sırasına Göre Süreler
Sürelerin Hz. Muhammed (S.A.V.)'e vahiy sırasına göre dizilişine ulaşmak istiyorsanız...

Alfabetik Sıraya Göre Süreler
Sürelerin A'dan Z'ye alfabetik sıraya göre dizilişine ulaşmak istiyorsanız...

Konu Fihristi
Kur'an-ı Kerim'de yer alan belli başlı konulara ulaşabileceğiniz liste...

Yardım
Sitemizi en iyi şekilde kullanmak ve aradığınız konulara kolay ulaşmak için...

Gelişmiş Arama
Konulara kolayca ulaşma için, aradığınız kelimeyi yazmanız yeterli.

Gerekli Programlar
Sitemizi en iyi şekilde kullanmak için sisteminizde olması gereken programlar...

E-posta Gönder
Sitemize ilgili görüş ve önerileriniz için...

Takdim

KOLAY ULAŞIM

KONU ARA
KONU

SÜRE ve AYETE GİR
SÜRE

AYET

KUR'AN-I KERİM SAYFASI
SAYFA

[Her hakkı saklıdır. T.C. Diyanet İşleri Başkanlığı © 2002]
En iyi 1024 x 768 çözünürlükte ve IE 6+ tarayıcılar ile görüntülenir.

Sayfa 3 Böl 1 3/4 | Bkl 6,4cm Sık 9 Sık 1 | KAY | DİM | SEC | LİY | WPPY | İY

Internet

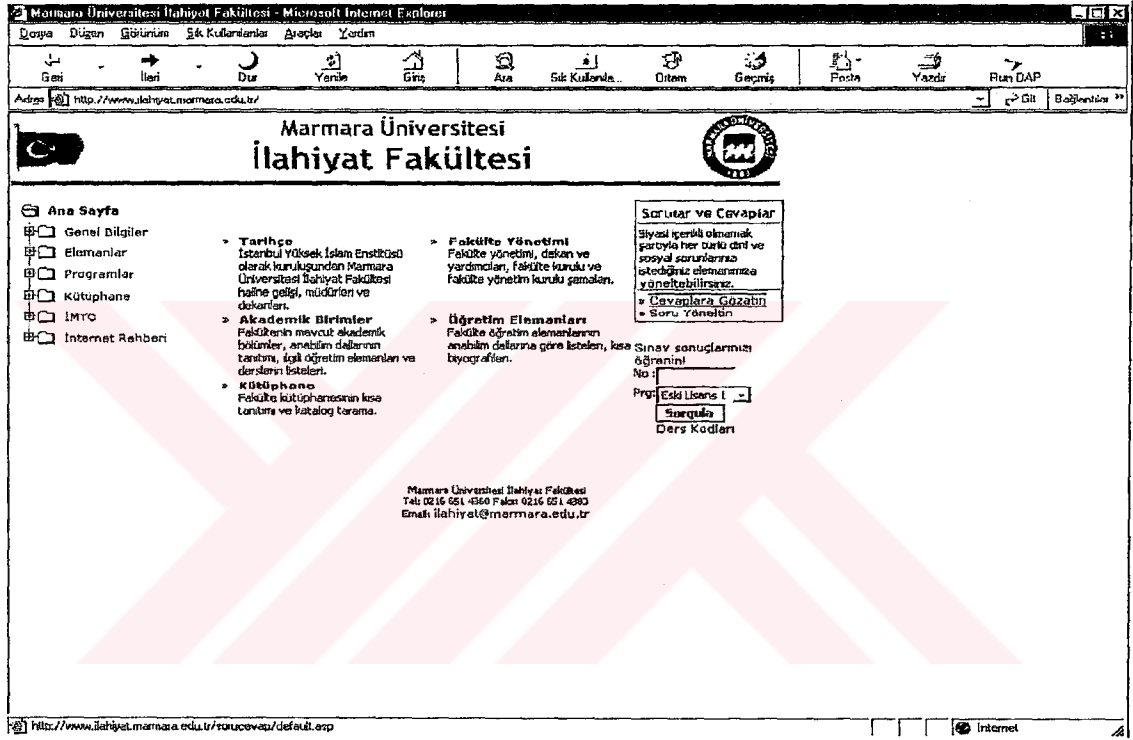
Şekil 28: Diyanet İşleri Başkanlığı; Kur'an-ı Kerim ve Türkçe Meali Web Sayfası

6.5.1.2 İlahiyat Fakülteleri

A. Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi

²⁰³ www.diyant.gov.tr/kuran/DEFAULT.ASP, 02.04.2003

Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, www.ilahiyat.marmara.edu.tr adresinde hizmet vermektedir. Sitede fakültenin tarihçesi, fakülte yönetimi, akademik birimlerin tanıtımı, okutulan derslerin listesi, akademik takvim, sınav takvimleri, fakülte öğretim elemanlarının tanıtımı, fakülte kütüphanesinin tanıtımı ve katalog tarama hizmetleri verilmektedir.



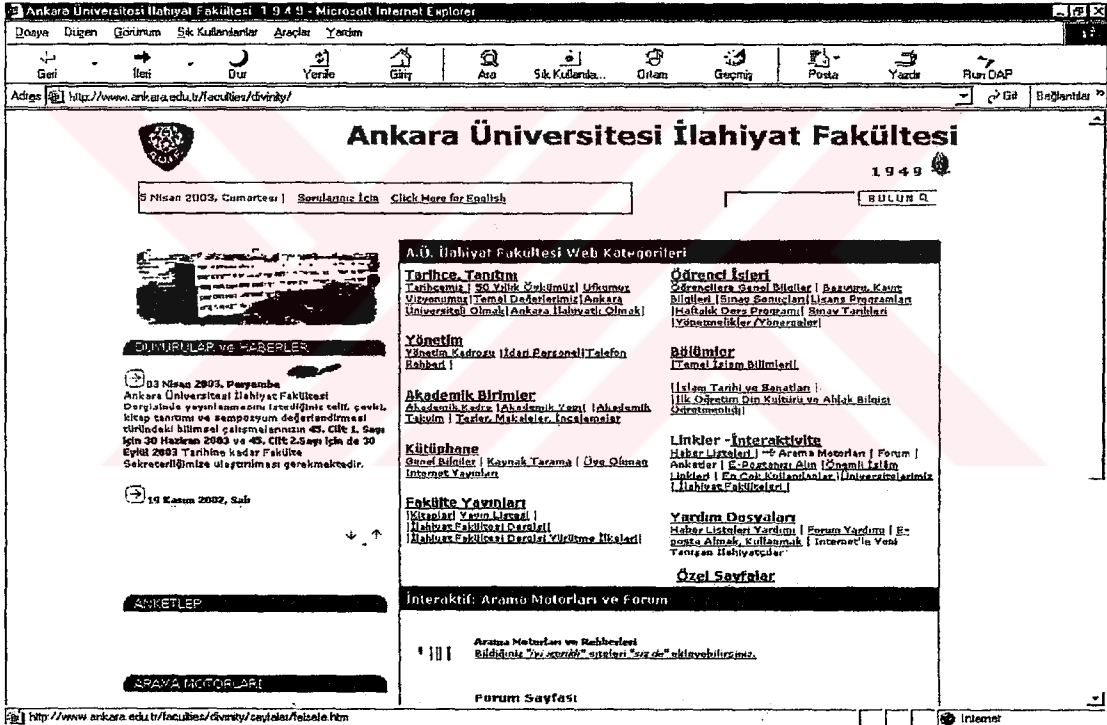
Şekil 29: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Web Sayfası

Sitede ayrıca öğrencilerin sınav sonuçlarını öğrendikleri link ve ziyaretçiler için sormak istedikleri soru ve cevaplarla ilgili bir link hizmet vermektedir.²⁰⁴

B. Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi

Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, www.ankara.edu.tr/faculties/divinity/ adresinde hizmet vermektedir. Sitede fakültenin tarihçesi ve tanıtımı, fakültenin temel

değerleri, öğrenci işleri hakkında genel bilgiler, haftalık ders programları, sınav tarihleri, yönetmelikler ve yönergeler, akademik birimler, fakülte yayınlarının tanıtımı, kütüphanenin tanıtımı ve katalog tarama, haber listeleri, arama motorları, forum, anket uygulama ve yapılan anket sonuçlarının yayımlanması, e-posta adres alımı, ilahiyat fakültelerinin web adresleri, önemli İslam linklerine erişim sunulmaktadır. Sitede ziyaretçilerin sorularının cevaplandırıldığı bir bölüm de bulunmaktadır. Site İngilizce olarak da hizmet vermektedir.²⁰⁵



Şekil 30: Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Web Sayfası

²⁰⁴ www.ilahiyat.marmara.edu.tr., 02.04.2003

²⁰⁵ www.ankara.edu.tr/faculties/divinity/, 05.04.2003

İmam Hatip Liselerine ait siteler genellikle öğrenciler ve mezunlar tarafından hazırlanmıştır. Okul tanıtımı, okulda yapılan faaliyetler hakkında bilgiler, dini bilgiler, Kur'an-ı Kerim'in tefsir ve mealleri, forumlar ve anketler, eğitim ile ilgili linkler, okulların bulunduğu il ve ilçenin tanıtımı, mezunlar arasında iletişim kurma amaçlı ziyaretçi defterleri, yıllıklar ve üniversiteyi kazanan öğrencilerin listesi sitelerde yer alan genel içerikler olarak göze çarpmaktadır.

6.5.2 Özel Kişi ve Kurumlar Tarafından Hazırlanmış Dini İçerikli Web Siteleri

6.5.2.1 Vakıflar

Genel olarak eğitim hizmeti, öğrencilere barınma imkanı sağlama ve kişilerin dini görev ve uygulamaları yerine getirirken kendilerine yardımcı olma amacıyla, dini ve milli hassasiyete sahip kişilerin oluşturduğu vakıflar tanıtımlarını ve hizmetlerini internette anlatarak vakıf ruhunu geniş kitlelere yaymaya çalışmaktadırlar.

A. Türkiye Diyanet Vakfı

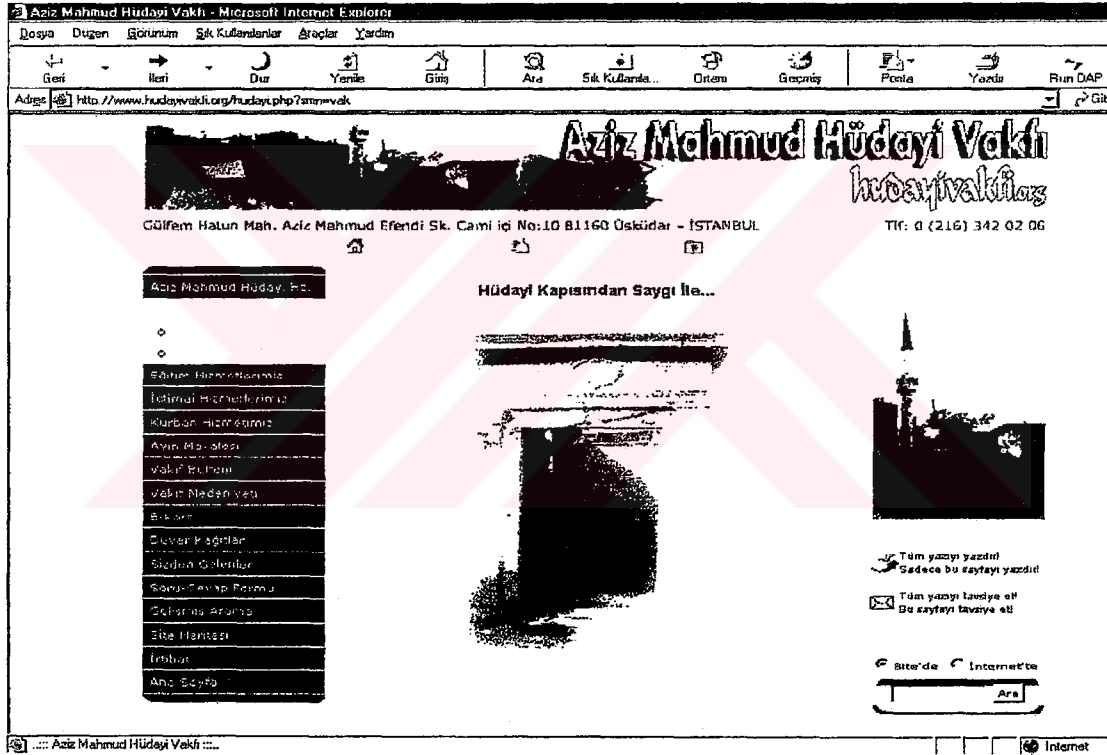
Türkiye Diyanet Vakfı, www.diyantevakfi.org.tr adresinde hizmet vermektedir. Sitede vakfın, kuruluş ve amacı, teşkilat şeması, faaliyetler, haber bülteni, vakfın düzenlediği fuar ve sergilerin tanıtımı, vakfın işlettiği kuruluşlar, basın açıklamaları, vakfın öğrenci yurtları, eğitim hizmetleri, öğrencilere verilen burslar, sesli ve görüntülü yayınlar hakkında bilgiler verilmektedir. Sitede kurban kesimi, Kur'an-ı Kerim meali, sesli hatmi şerif ve namaz vakitlerini öğrenme hizmetleri de sunulmaktadır.²⁰⁶

B. Aziz Mahmud Hüdayi Vakfı

Aziz Mahmut Hüdayi Vakfı'nın, www.hudayivakfi.org, adresinde hizmet veren sitede, Aziz Mahmud Hüdayi hakkında bilgi, vakfın kuruluş amacı, vakıf tüzüğü,

²⁰⁶ www.diyantevakfi.org.tr, 08.04.2003

eğitim hizmetleri, sosyal hizmetler, kurban hizmeti, vakıf bülteni, ayın makalesi, duvar kağıtları (bilgisayar ekran koruyucusu ve arka plan olarak kullanım amaçlı), e-kart hizmeti, soru-cevap formu gibi hizmetler verilmektedir. Ziyaretçiler için sizden gelenler bölümü ve sitede yayınlanan yazıların yazdırılmasına ve kaydedilmesine imkan sağlanmıştır. Sitede günün ayeti, günün hadisi ve sözü bölümleri ile ayet ve hadisler yayınlanmaktadır.²⁰⁷



Şekil 32:Aziz Mahmud Hüdayi Vakfı Web Sayfası

C. İslami Araştırmalar Vakfı (İSAV)

İslami Araştırmalar Vakfı, www.isav.org, adresinde hizmet veren sitesinde, vakfın tarihçesi, vakıf senedi, vakfın gayesi, faaliyetleri, yayınları, yeni yayınları,vakıf

duyuruları ve güncel konular başlıkları altında ziyaretçilere hizmet vermektedir. Siteyi ingilizce olarak da incelemek mümkündür.²⁰⁸

6.5.2.2 Yenibosna Kuba Camii

Yenibosna Kuba Camii imamı Mahmut Karakış'ın hazırladığı web sayfası www.kubacami.org/indexa.htm adresinde yayınlanmaktadır. Sitede namaz vakitleri, Peygamber Efendimiz (s.a.s)'in hayatı, tasavvufun tarihi gelişimi, Cumhuriyet dönemi İstanbul'u, güncel bilgiler, Necip Fazıl Kısakürek'ten Mehmet Akif Ersoy'un şiirlerine kadar yüzlerce başlık altında aranılan her türlü bilgiye erişmek mümkün. Sitenin "Camiye Sanal Ziyaret" bölümünde de camiden görüntüler sunuluyor. Ayrıca caminin değişik zamanlarda çekilmiş resimleri de "Resimlerle Kuba Camii" bölümünde sergileniyor. Hadis ve sünnet, Sünnetin dindeki yeri başlıklı makalelerle ziyaretçilere hadis ve sünnet bilgisi sunuluyor.

Peygamber (s.a.s.)'in veda hutbesi, güzel ahlakı, insanlığa getirdiği yenilikler, Peygamber Efendimiz (s.a.s.)'in şemali ve Resulullah'la ilgili değişik yazılar, kutsal emanetler başlıkları "Peygamber Efendimiz(s.a.v.)" bölümünde yer alıyor. Değişik konularda 93 adet makale ve günümüz İslam ülkelerinin bugünkü durumları da sitede detaylı olarak inceleniyor. 2001 ve 2003 yılları arasında verilen değişik konulardaki cuma hutbesine hem metin olarak ulaşılabilir, hem de bu hutbeler sesli olarak dinlenebilir. Kuba camii kürsüsünden yapılan Cuma sohbetleri sesli olarak sitede yer almaktadır.

²⁰⁷ www.hudayivakfi.org, 08.04.2003

²⁰⁸ www.isav.org, 10.04.2003

Mahmut Karakış'ın Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nde master tezi olarak hazırladığı "Alak Süresi Tefsiri" adlı eserin tam metni ve çeşitli konularda 93 makale sitede yayınlanmaktadır. İstanbul'un fethinden başlayan ve Osmanlı'dan Cumhuriyet'e kadar olan dönemi anlatan değişik yazılar, Mehmet Akif Ersoy ve Necip Fazıl Kısakürek'in şiirleri, Kur'an Ahlakı, Ramazan Damlaları, Kolaylık Dini İslam, İslam Müesseseleri ve Kur'an mucizeleri adlı kitaplar okunabilmektedir.

The screenshot shows the Kuba Camii Online website. The browser title is "Kuba Camii Sitesine Hoş Geldiniz... - Microsoft Internet Explorer". The address bar shows "http://www.kubacami.org/index.htm". The page content includes:

- Navigation:** Dosya, Düzen, Görünüm, Sık Kullanılanlar, Araçlar, Yardım.
- Search:** "Aradığınız kelimeyi yazınız" and "Ara" button.
- Basında Kubacami Online:** Peygamberimiz (s.a.v.), Ne Olur Gel Efendim..., Veda Hutbesi, Ahlak Vasıfları, Mühim ve Kur'an Emanetleri, Onun Ümmetinden Olu (Şerh).
- Makaleler:** Çeşitli konularda 93 adet ilginç makaleyi buradan okuyabilirsiniz...
- İslam Ülkeleri:** Bursalı Müslümanlara Yapılan Zulüm, Keşmiş'in Yırtın Yüzyıldık İlgali, Makedonya'da Türk Vahşeti, Fransız İlgali ve Tunus, İç Çatışmaların Ortasındaki Ülke: Somali, Unutulun Vatanı: Doğu Türkistan.
- Sinan'ın Köşesi:** İbretli Yazılar, Edebi Nükateler, Duvar Yazıları, Espri ve Fıkralar, Böyle Tadı Tarifi Duymadınız.
- Kitaplar:** Nispeti İmanlından Devrettiler.
- Soru ve Görüşleriniz:** "Sünnet, Kur'an'ın açıklayıcısı olduğu için Kur'an-ı Kerim'den hemen sonraki ikinci delildir. Kur'an, okunarı yahiy; sünnet, rivayet olunan yahiy; hadis ise, "rivayet edilen sünnet" demektir."
- Sünnetin Dindeki Yeri:** Kur'an'da sünnetin hukuki delili olduğunu gösteren ayetler bulunmaktadır. Bu sebeple sünnete ait her hangi bir delilin, mesela çelişki halinde olduğu sanılan bir ayetin zahiri korumak maksadıyla dikkate alınmaması, sünnetin deliliğini gösteren ayetlerin tamamının dikkate alınmaması anlamına gelir.
- Sitemin Aldığı Ödüller:** 2000 Yılı Hutbe Arşivi, 2001 Yılı Hutbe Arşivi, 2002 Yılı Hutbe Arşivi, 2003 Yılı Hutbe Arşivi.
- Resimlerde Kuba Camii:** Caminin değişik zamanlarda etrafını süsleyen resimlerini görmek için tıklayın...
- Sesli Vazalar:** Kuba Camii kürsüsünden yapılan cuma sohbetlerini dinlemek için tıklayın...
- Ne Aramıştınız:** Linkler bölümüne baktınız mı? Sitem için interneti alt.

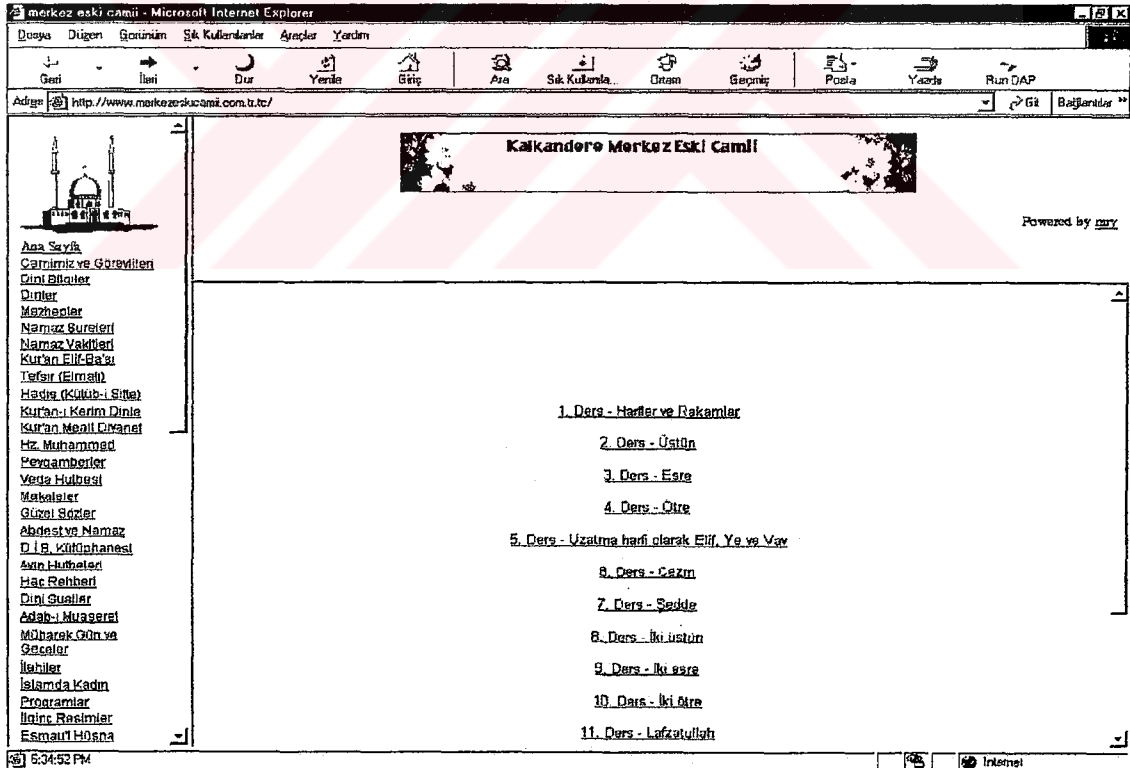
Şekil 33:Yenibosna Kuba Camii Web Sayfası

Siteden ilginç sitelere linklerle, 24 saat Kur'an dinleme imkanına ve ayrıca Kabe'den cuma hutbelerine, geçmiş Ramazanlarda kılınmış teravih namazlarına, bayram

namazlarına, Mescid-i Haram'dan ezanlara ulaşılabilir.²⁰⁹

6.5.2.3 Rize Kalkandere Merkez Eski Camii

Rize Kalkandere Merkez Eski Camii müezzini tarafından hazırlanan sitede cami ve görevlilerin tanıtımı, dini bilgiler, dinler, mezhepler ve namazda okunan sureler hakkında detaylı bilgiler veriliyor. Namaz vakitlerini gün ve şehir olarak öğrenme imkanı sunuluyor. Kur'an-ı Kerim öğrenmek için alfabe, Elmalı Hamdi Yazır'ın tefsiri, Kütüb-i Sitte, Veda Hutbesi, makaleler ve güzel sözlere ulaşma imkanı sağlanıyor. Kur'an-ı Kerim dinleme ve Kur'an-ı Kerim Meali için Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sayfasına bağlantı yapılmakta, Hz. Muhammed'in hayatı ve peygamberlerin hayatları ile ilgili detaylı bilgiler de sunulmaktadır.



Şekil 34: Rize Kalkandere Merkez Eski Camii Web Sayfası

²⁰⁹ www.kubacami.org/indexa.htm, 10.04.2003

Siteden D.İ.B. Kütüphanesi ile bağlantı kurma, ayın hutbelerini dinleme ve word döküman olarak alma imkanı sağlanmaktadır. Sorulan sorular cevaplandırılmakta, adab-ı muâşeret kuralları, mübarek gün ve geceler, ilahiler ve İslam'da kadın konuları hakkında açıklayıcı bilgiler verilmektedir.

Sitede Programlar başlığı altında; namaz vakitlerini öğrenme, resimli namaz hocası, kutsal beldelerden ezan dinleme, Kur'an-ı Kerim öğretimi, kibleyi gösteren pusula resimli-sesli arapça öğrenim programı ve Sevgili Peygamberimizin hayatı gibi programlar download edilerek kullanılabilir.

Dini filmler başlığı altında; İslam'a Davet:Çağrı, Kuruluş (Osmanlı'nın kuruluşunu anlatan 8 bölümlük dizi film), Fatih (Çizgi Film), Hızır Kuşu (Çizgi Film), İnci Adası (Çizgi Film) Kurdoğlu, Davud-i Tai Hz.'leri, Behlül Dana Hz.'leri, Aziz Mahmud Hüdayi Hz.'leri, Danimarkalı Gelin, Sahibini Arayan Madalya, Minyeli Abdullah, Yalnız Değilsiniz, Mümin ile Kafir ve Arayış gibi filmler download edilerek seyredilebilir

Siteden, Samanyolu, Hac, Kabe, hat yazıları ve çeşitli cami resimlerinden oluşan ekran koruyucuları ve arka planların download edilerek kullanılabilir. Eğitimle ilgili kullanılacak sözlük, matematik işlemleri çözmeye yönelik programlara yer verilmiştir. Site aracılığıyla sanal kütüphanelere erişim, kimlik no ve vergi no öğrenme imkanı sunulmaktadır. Site, www.merkezeskicamii.com.tr.tc adresinde yayınlanmaktadır.²¹⁰

6.5.2.4 İslami Sanat

İslami sanat net, yirmi dört saat açık bir dijital İslâm sanatları sergisidir. Sitede

²¹⁰ www.merkezeskicamii.com.tr.tc, 16.04.2003

çeşitli içeriklerde 2 ve 3 boyutlu grafikler yer almaktadır. Bunlar arasında, Allah Teâlâ ve Hz. Muhammed (s.a.v.)'in isimleri, besmeleler ve çeşitli dini cümleleri içeren çalışmalar vardır. Sitede aynı zamanda "Yüce Allah'ın 99 İsmi", klasik hüsn-ü hat eserleri sergisi, manzara resimleri ve bir de misafir sanatçı tanıtımına yer verilmektedir. Beğenilen eserlerin e-kart olarak gönderilebilmesine ve 3 boyutlu eserlerin duvar kağıdı olarak indirilmesine imkan tanınmaktadır. İslami sanat net, www.islamisanat.net adresinde yayınlanmaktadır.²¹¹

Özel kişiler tarafından hazırlanmış dini içerikli siteler; dini bilgi sunma, kitap listeleri verme, dini müzik indirme imkanı tanıma, diğer sitelerle link bağlantısı kurma, namaz vakitlerini öğrenme, değişik İslami duvar kağıtlarını indirme imkanı sunma vb. ortak özelliklere sahip siteler olarak değerlendirilebilir.

6.5.3 İnternette İbadet

6.5.3.1 Namaz Zamanı

“Namaz kılmayı öğrenmek için doğru yere geldiniz.” mesajı ile açılan sitede namaz hakkında aradığınız her şeye ulaşmak mümkün. Temel bilgiler bölümünde; İslam'da Namaz Nedir?, Nafile Namazlar, Kaza Namazı, Namazın Farzları, Namazın Sünnetleri, Namazın Vacipleri, Namaz Vakitleri, Namazı Neler Bozar?, Namazı Neler Bozamaz?, Sehih Secdesi, ve Teyemmüm'le ilgili detaylı bilgiler yer almaktadır.

Herkese Lazım bölümünde ise; Hz. Peygamberin Namazı, Sahabelerin Namazları, İslam Büyüklerinin Namazı, Namazın Esrarı, Namazda Tadil-i Erkan, Namazın Edebi, Kutuplarda Namaz, Namaz ve Sağlığımız, Namazı Terkin Dini Cezası, başlıklı konular ele alınıyor.

²¹¹ www.islamisanat.net, 14.04.2003

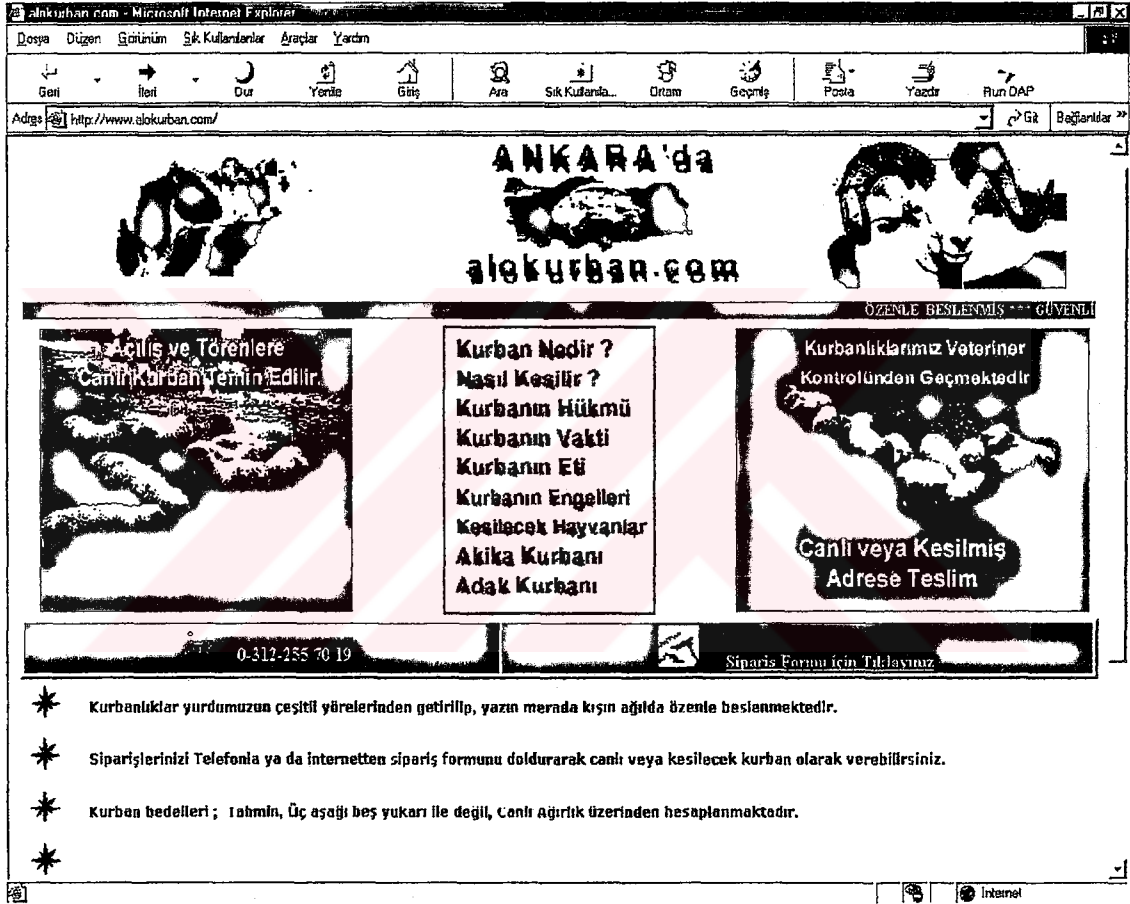
Bir Damla Gönül Suyu bölümünde, Mesnevi'de Namaz ve Namazda Huşu başlıklı yazılar, öykü kulübünde editörün derlediği güncel namaz öyküleri, namaz kılmayı öğrenmek isteyenler için görsel ve özet namaz kılavuzu, namaza nasıl başlanması gerektiği ile ilgili tavsiyeler, bayanların özel durumlarında nasıl ibadet edecekleri ile ilgili açıklamalar, hasta namazı, namazla ilgili ayet ve hadisler ve namaz duyguları sitede yer konu başlıkları olarak sunulmaktadır. Ayrıca sizden gelenler bölümünde ziyaretçilerin namazla ilgili duygularını aktarmaları istenmektedir.²¹²

Şekil 35: Namaz Zamani Web Sayfası

²¹² www.namazzamani.com, 20.04.2003

6.5.3.2 Kurban İbadeti

Kurban ile ilgili bütün bilgilerin yer aldığı sitede online sipariş alınmakta ve kesilen kurbanlar adrese teslim edilmektedir. Kurban kesiminin İslami kurallara uygun olarak yerine getirildiği de ayrıca belirtiliyor.²¹³



Şekil 36: Alo Kurban Web Sayfası

İnternette kurban ibadeti alo kurban sitesi ile sınırlı değil, Kurban bayramında, Mehmetçik Vakfı, Türk Hava Kurumu, Diyanet Vakfı, Aziz Mahmud Hüdayi Vakfı

²¹³ www.alokurban.com, 24.04.2003

gibi vakıflar, Gima ve Migros gibi büyük alışveriş merkezleri de canlı kurban satışı ve kesimi hizmeti sunarak kurban ibadetini sanal ortamda da eda ettiler.²¹⁴

The image shows a screenshot of a web browser displaying the 'Kurban 2003' page of the Turkish Air Force Charity (THK). The browser's address bar shows 'https://yaram.thk.org.tr/kurban2003.asp?q=7'. The page features a navigation menu on the left with options like 'ANA SAYFA', 'VEKALETEN KURBAN', 'ADAK KURBAN', 'BAĞIŞ', 'DESTEKLEYENLER', 'BANNERLARIMIZ', 'İLETİŞİM', and 'THK RESMİ VED SİTESİ'. Below the navigation menu are logos for 'MILLİ PİYANGO', 'TRT', and 'ada net'. The main content area is titled 'Kredi Kartı ile Bağış Formu' and contains a form with the following fields: 'Adı', 'Soyadı', 'Adres', 'Posta Kodu', 'Şehir', 'Ülke', 'Telefon 1', 'Telefon 2', 'Faks', 'Cep Tel', 'Doğum Tarihi' (with dropdowns for day, month, and year), 'Mevcekt', 'E-Mail', and 'Bağış Bedeli' (with a 'TL' symbol and a note: '(Tutarı virgüli ve nokta koymadan yazınız!.)'). A large red watermark is visible on the right side of the page.

Şekil 37: Türk Hava Kurumu Kurban 2003 Web Sayfası

Türk Hava Kurumu, kurban ibadetinin yanı sıra Ramazan ayında fitre ve zekat ibadetinin internet üzerinden kredi kartı ile ödenerek, yerine getirilmesine yardımcı oluyor.

²¹⁴ www.mehmetcik.org.tr, www.diyantvakfi.org.tr, www.hudayivakfi.org, www.kurban.thk.org.tr, www.gima.com.tr, www.kangurum.com.tr ,

6.5.4 Online ihtida

2000 yılında internet aracılığı ile tanışan Fatih Arslan ve Bolivyalı Cinthya Troche Ekim 2002'de Hatay'ın Dört Yol ilçesinde yapılan düğün ile evlendiler. Cinthya, internetteki tanışma sırasında Fatih'in Müslüman olduğunu öğrendikten sonra kendisine İslam'ı anlatmasını istiyor ve daha sonra da internette kelime-i şهادet getirerek Müslüman oldu. Sümeyye adını alan Cinthya, Türkiye'ye gelerek Fatih ile yüz yüze görüşme sonucunda evlenme kararı aldıklarını ifade etti.²¹⁵

Chat ortamlarında tanışarak İslam dini hakkında bilgi alanlar yine aynı ortamlarda kelime-i şهادet getirerek Müslüman oluyorlar. Bununla birlikte www.convertstoislam.org, adresinde yer alan site İslam dinine geçiş için gerekli tüm bilgileri kapsamaktadır. Müslüman olmak isteyen kimselere gerekli olan bilgileri sunuyorlar.

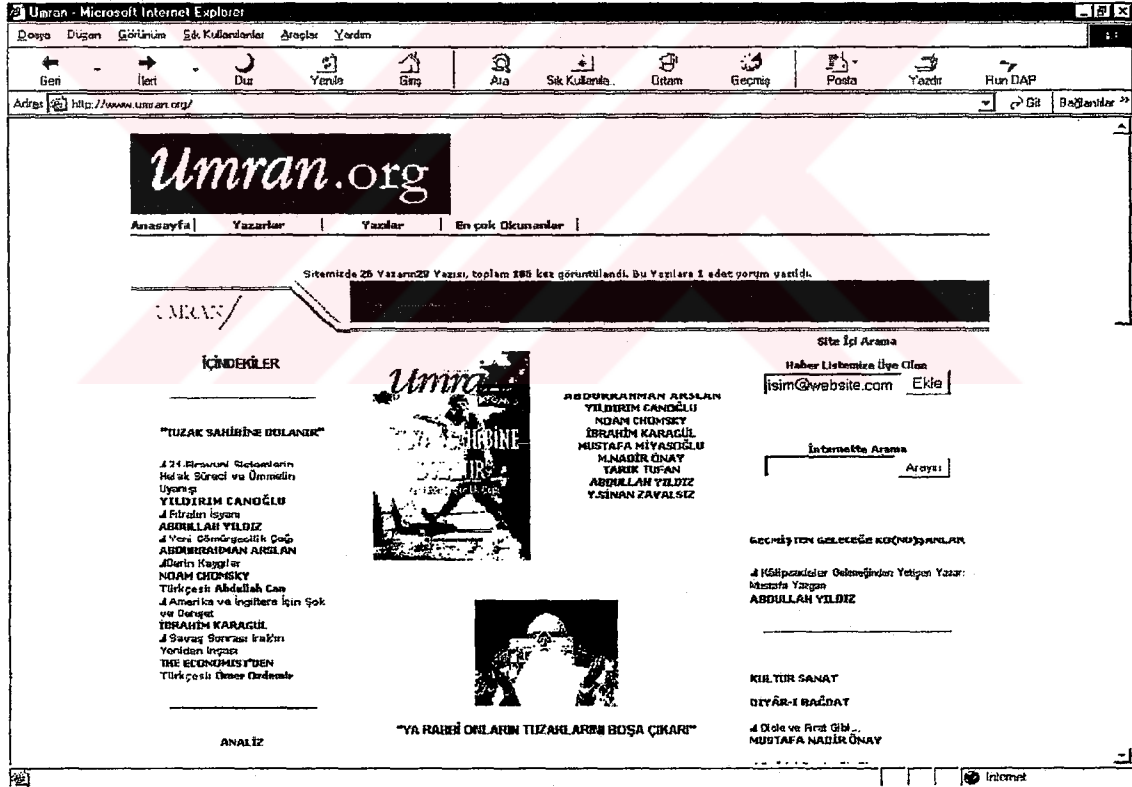
6.5.5 İslami E-Kartlar

Kutlama ve tebrik amaçlı hazırlanan e-kartlar elektronik posta (e-mail) olarak kişilerin posta adreslerine gönderilmektedir. Elektronik kartlarda ayet, hadis, dini içerikli mesaj, Kabe, Mescid-i Nebi, Mescidi Aksa ve çeşitli cami resimleri ve tabiattan manzaralar yer almaktadır. Elektronik kartlara kişi kendi kutlama mesajını yazabilir ya da sitede sunulan kart formlarını kullanarak kişisel e-kartını da oluşturabilir. Elektronik kartlar alıcı tarafından kaydedilebilir veya yazıcı aracılığıyla da yazdırılabilir. Elektronik kartlar, İslami içerikli sitelerde yer almakla birlikte yahoo ve amazon.com gibi büyük servis sağlayıcıları da her dine ait e-kartları ziyaretçilerin kullanımı için imkan sağlamaktadırlar.

²¹⁵ İbrahim Tok, Bolivyalı Cinthya 'Chat'te Tanıştığı Fatih'e, Sümeyye Olarak Gelin Geldi, Zaman Gazetesi, 22.10.2002

6.5.6 Elektronik Dergiler

Aylık olarak yayınlanan Umran, Semerkand, Sızıntı, Feyz ve Ses dergisi gibi İslami içeriklerle hazırlanan dergiler aynı zamanda internet aracılığıyla da okuyuculara ulaşmaktadır. Bununla birlikte Zikrullah ve Dervişan dergileri de sadece internette yayınlanmaktadır. Elektronik dergiler internette yeni sayılarını yayınlamakla birlikte geçmiş sayıların okunabilmesi için arşiv hizmeti de sunmakta, yayınlanan makale ve yazıların yazıcı aracılığıyla yazdırılmasına da imkan verilmektedir. Derginin yayınlandığı sitelerde dergi tarafından yayıma hazırlanmış olan kitap, kaset ve cd'ler satışa sunulmaktadır.²¹⁶



Şekil 38: Umran Dergisi Web Sayfası

²¹⁶ www.umran.org, www.semekand.com, www.ses.8m.net, www.feyzdergisi.com, www.sizinti.com.tr, www.redrival.com/dervisan, www.angelfire.com/ak4/zikrullah,30.04.2003

6.5.7 Elektronik Kitap ve Kütüphaneler

Dini içerikli kitaplar internet ortamında yayınlanmakta ve dini kurum ve kuruluşların kütüphanelerinden online kaynak kitap taraması yapılabilmektedir. İnternette yayınlanan kitapların içerisinde ilmi haller, Harun Yahya'nın eserleri, Risale-i Nurlar, Elmalı Hamdi Yazır'ın Hak Dini Kur'an Dili tefsiri, Kütüb-i Sitte, Buhari vb. kitaplar bulunmaktadır. Elektronik kitaplar internet ortamında okunabildiği gibi download edilerek bilgisayara da yüklenilmektedir. İnternet üzerinden kitap satışı da gerçekleştirilmektedir. Diyanet İşleri Başkanlığı Kütüphanesi, Türkiye Diyanet Vakfı İslami Araştırmalar Merkezi Kütüphanesi (İSAM) ve ilahiyat fakültelerinin kütüphanelerinden kaynak kitap taraması hizmeti de verilmektedir.²¹⁷

The screenshot shows the search interface of the İslam Araştırmaları Merkezi Kütüphanesi website. The browser window title is "İSLAM ARAŞTIRMALARI MERKEZİ KÜTÜPHANESİ - Microsoft Internet Explorer". The address bar shows "http://www.kutuphanesi.isam.org.tr/kutuphanesi.htm". The page header includes "İslam Araştırmaları Merkezi" and "İlahiyat Fak. Dergileri Makaleler Bibliyografyası". The main content area is titled "İSAM Kütüphanesi" and contains a search form with the following fields: "Yayın Türü:", "İçerik:", "Eserin Dili:", "Eser Adı:", "Yazar Adı:", "Konu Başlıkları:", "Yayın Yeri-Yayıncı:", "Dini Kayıt:", "Yayın Tarihi:", "Sınıflama:", "Demişbaş:", "İçindekiler:", and "İSBN-İCDN:". To the right of the form, there are radio buttons for "Araları (ve) ile bağla" and "Araları (VEYA) ile bağla", a "Sonuçları" dropdown menu set to "10", and a "Sıralama" dropdown menu. Below these are "Bul" and "Temizle" buttons. At the bottom of the form, there is a text box with the email address "kutuphanesi@isam.org.tr" and a note: "Sorgulamalarınızda noktalama işaretleri kullanmayınız." The footer of the page provides contact information: "v. Canköy, No: 40 Başbağbuçuk 81200 Üsküdar / İstanbul Tel: (216) 474 08 60 - Fax: (216) 474 08 71" and an "İnternet" icon.

Şekil 39: İslami Araştırmalar Merkezi Web Sayfası

²¹⁷ www.isam.org.tr, www.kitapyurdu.com, 10.05.2003

Internet Kitapçımız Kitapyurdu.com - arama - Microsoft Internet Explorer

Dosya Düzen Görünüm Ekl Kullandılar Araçlar Yardım

Geni İleri Dur Yende Giri Ara Sık Kullanılan Otom Geçmiş Posta Yazdır Run DAP

Adres http://www.kitapyurdu.com/arama/default.asp

sohbet-dergi
sohbet-e-kart
Ortaklık

lik Alışverişim Sıralama: Uygunluk

Puan Kataloğu Anahtar kelimeler: **din sosyolojisi** [Tekrar ara](#)

Detaylı aramayı kullanarak arama sonucunu kısıtlayabilirsiniz.

333 Adet ürün bulundu.

1-20/333

DETAYLI ARAMA

Kitapyurdu.com a üye olarak

- Üyelere özel hediyeler kazanabilirsiniz.
- alışverişlerinizi daha hızlı yapabilirsiniz.
- **indirimli konular da yeni çıkan kitapları her hafta düzenli olarak e-posta adresinizde görebilirsiniz.**
- **Hemen üye olun 100 puan kazanın**

Din Sosyolojisi İNSAN YAYINLARI [İncele Güncüle](#)
Yayın Yılı: 1998; 605 sayfa; 3.HAMUR; 14x21,5 cm; KARTON KAPAK; ISBN:9753742336; Dil: Türkçe
İste Fiyatı: ~~48.000.000 TL~~ **Kitapyurdu Fiyatı: 11.137.500 TL** Temin süresi: 6 gün, Puan: 22
[Bu Ürünü Listeye Ekle](#)

Din Sosyolojisi M.Ü. İLAHİYAT FAK. VAKFI [kollektif](#)
3.HAMUR; KARTON KAPAK; Dil: TÜRKÇE
SATIŞ YOK(TÜKENMİŞ)
Tekrar Satışa Çıkınca haberin olsun *

Din Sosyolojisi KUBBEALTI NEŞRİYAT [S. Karar](#)
136 sayfa; 3.HAMUR; 13,5x19,5 cm; KARTON KAPAK; Dil: Türkçe
SATIŞ YOK(TÜKENMİŞ)
Tekrar Satışa Çıkınca haberin olsun *

Din Sosyolojisi VADI YAYINLARI [kollektif](#)
352 sayfa; 3.HAMUR; 13,5x19,5 cm; KARTON KAPAK; ISBN:9757726486; Dil: Türkçe
İste Fiyatı: ~~48.000.000 TL~~ **Kitapyurdu Fiyatı: 7.800.000 TL** Temin süresi: 5 gün, Puan: 16
[Bu Ürünü Listeye Ekle](#)

Değişen Din Anlayışının Sosyolojik BİLGE YAYINLARI [Ercan Yıldırım](#)
Yayın Yılı: 1999; 160 sayfa; İTHAL; 13,5x21 cm; KARTON KAPAK; ISBN:9758364022; Dil: TÜRKÇE
İste Fiyatı: ~~6.500.000 TL~~ **Kitapyurdu Fiyatı: 4.350.000 TL** Temin süresi: 1 gün, Puan: 10
[Bu Ürünü Listeye Ekle](#)

28 Şubat Sürecinde Din Siyaset ve Laiklik [BİREY YAYINLARI](#) [Hızlı İncele](#)
264 sayfa; 3.HAMUR; 13,5x21 cm; KARTON KAPAK; ISBN:9758257250; Dil: Türkçe
İste Fiyatı: ~~6.500.000 TL~~ **Kitapyurdu Fiyatı: 3.281.250 TL** Temin süresi: 2 gün, Puan: 10
[Bu Ürünü Listeye Ekle](#)

3. Binyılda Yükselen Din İslam [ÇAĞRI YAYINLARI](#) [Murad Wilfried Hofmann](#)
Yayın Yılı: 2003; 347 sayfa; 3.HAMUR; 13,5x19,5 cm; KARTON KAPAK; ISBN:9754540597; Dil: TÜRKÇE

OTUKEN YAYINLARI %35 indirimli
KASTAS YAYINLARI %35 indirimli
KARE YAYINLARI %30 indirimli

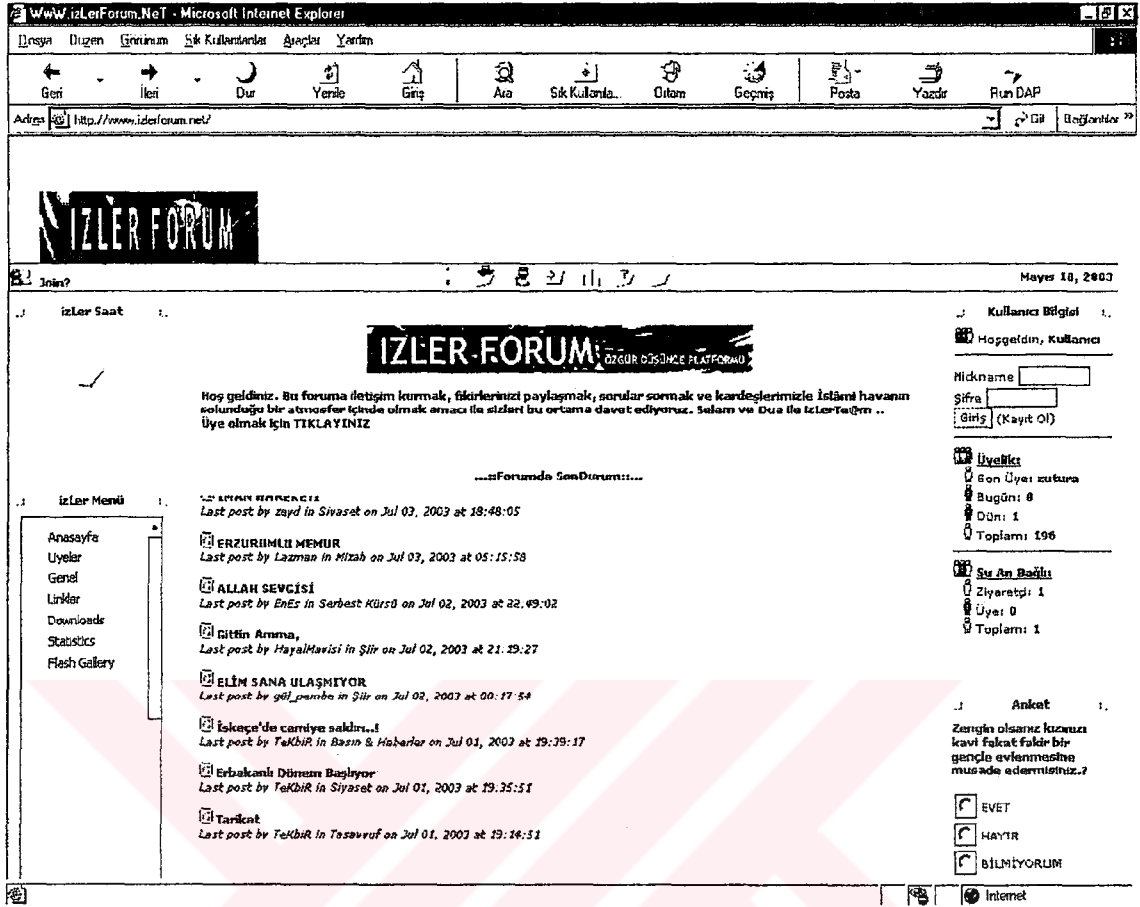
Ç gi ilm
Ömer Savfetin Bütün Hikayeleri 10 Kitap elana 3 Çeşit VCD Çeşit Film. Akıllı Ürünler, Buzak, Casper, Claudia, Harika, Me-Lan
KAMPANYALARI DETAYLI GÖRMEK İÇİN TIKLAYIN

Şekil 40: Kitap Yurdu Web Sayfası

6.5.8 Chat (Sohbet) Odaları

İslami nitelik taşıyan siteler ve internet servis sağlayıcılarının ana sayfalarından sohbet odalarına erişim sağlanmaktadır. İslami nitelikteki sohbet odalarında, dini nitelikteki değişik konular yoğun olarak işlenmektedir. İnternet servis sağlayıcılarının sohbet odaları ise dini sohbet etme isteğinde bulunan kişileri buluşturma işlevini yerine getirmektedir. Aynı zamanda dini konuların tartışıldığı forum sayfaları da mevcuttur.²¹⁸

²¹⁸ www.izlerforum.net, www.delikan.de, www.medine.org, www.islamicportal.de, www.tevhid.com, 18.05.2003



Şekil 41: İzler Forum Web Sayfası

6.5.9 Din Anlayışındaki Farklılıklara Dayalı Oluşumlara Ait Web Siteleri

Din farklı kişi ve çevreler tarafından farklı olarak anlaşılan bir olgudur. İnsanlar dini, içinde buldukları psikolojik, sosyal, kültürel ve ekonomik şartlar açısından değerlendirip anlamışlardır. Bu da dinin farklı kişiler tarafından farklı anlayış ve uygulama biçimlerinin oluşmasına yol açmıştır. Bu farklı anlayışların sonucunda ortaya çıkan mezhep, tarikat ve cemaatler de bilgilendirme, iletişim ve tanıtım amaçlı olmak üzere, internetin sunduğu imkanları kullanmaktadırlar.

Mezheplere ait sayfalarda mezhebin görüşleri, tarihçesi, mezhebin kurucuları ve önde gelen imamları hakkında geniş içerikli bilgiler sunulmaktadır. Mezhep

önderleri ve müntesiplerinin başından geçen üzücü olaylar sitelerde işlenerek üyelerin dinamizmi canlı tutulmaya çalışılmaktadır. Mezhebin yayıma hazırladığı kitap, kaset, cd vb. hizmetler tanıtılmakta ve yapılan organizasyonlar ilan edilerek katılımcılara duyurulmaktadır. Bazı siteler diğer mezheplere karşı hoşgörülü bir ifade tarzı kullanılırken bazı sitelerde de radikal bir söylem tercih edilmiştir.

Cemaatler ve tarikatlerin web sayfaları birbirleriyle benzerlikler göstermektedir. Cemaat ve tarikatın amaçları, tarihi gelişimi, yapmış oldukları hizmetlerin tanıtımı, liderlerin mesaj ve vaazlarının iletilmesi, kitap, kaset, cd.vb. yayınların tanıtımı ve satışı yapılmaktadır. Cemaat ve tarikata ait kuruluşlara ait linklerle sayfalar arası bağlantılar kurulmaktadır. Cemaat ve tarikatlere ait turizm ajentaları ile hac, umre ve alternatif tatil imkanlarının tanıtımı ve rezervasyonları yapılmaktadır. Sitelerde cemaat ve tarikat önderlerinin kitapları online olarak okunabilmekte ve yapılan tefsir, hadis vb. dini dersler de online video olarak izlenebilmektedir. Sitelerde e-mail listeleri oluşturularak site içi gelişmeler, cemaat ve tarikatlere ait organizasyonların duyurulması da gerçekleştirilmektedir.

Dinin farklı şekilde anlaşılması ve yorumlanması sosyal bütünleşmeye katkı sağladığı kadar zarar da verebilmekte, toplumsal gerilim ve çatışmalara da neden olabilmektedir. Bu çerçevede internete bakıldığında toplumdaki yaygın din anlayışından uzaklaşan ve dini farklı amaçlara alet edebilen düşüncelere de rastlanılmaktadır. Bu tür düşüncelerin yer aldığı sitelerde radikal bir söylem kullanılmaktadır. Cemaat ve tarikat önderlerinin yapmış oldukları hizmetler tenkit edilmekte ve din müntesiplerinin tasvip etmedikleri hareket ve davranışlar övülmektedir. Ayet ve hadisler radikal bir söylem içinde yorumlanarak inananlar aşırı hareket ve davranışlarda bulunmaya davet edilmektedirler. Amerika ve İsrail'e yönelik eleştiri ve hakaretlerle birlikte bu ülkelerin mallarının kullanılmaması çağrısı yapılmaktadır.

6.5.10 Diğer Din ve İnançlara Ait Web Siteleri

Diğer din ve inançlara ait siteler Hıristiyanlık, Yahudilik, Budizm, Bahai dini, Zen, Ateizm ve Satanizm vb. dinleri kapsamaktadır. Yahudilik dinine ait sitelerde; Yahudiliğin tarihçesi, kutsal kitapları, diaspora, gelenekler, kutsal mekanlar ve ibadet yerleri tanıtılmaktadır. Hıristiyanlığa ait sitelerin bir kısmı İncili, Hz. Meryem'i, Hz. İsa'yı, havarileri ve Hıristiyanlığı tanıtırken bir kısım siteler de misyonerlik faaliyetlerini internet ortamında sunmaktadırlar. Sitelerde kiliselerin adresleri ve ibadet saatleri belirtilmektedir. Misyonerlik amaçlı kurulan siteler bedava İncil dağıtımı, her günkü ayine davet ve propaganda amaçlı yayınlar yapmaktadırlar. Sitelerde misyoner pastörler aracılığıyla dua isteyenlere dua edilmekte, vaazlar yayınlanmakta ve e-mail yoluyla bilgi alışverişi de yapılmaktadır. Sitelerde kitap, kaset, cd tanıtımı ve dağıtımı yapılmaktadır.

İlahi dinlerin dışındaki dinlere ait sitelerde; dinin kurucusu, kutsal kitapları, dini gelenek ve kurallar, ibadet yerleri, dinin insanlara sunduğu ilkeler, din görevlileri, ibadetler ve ayinler tanıtılmaktadır. Dinin müntesipleri arasında iletişim kurma amaçlı e-mail listeleri oluşturulmaktadır. Dinlere ait materyaller internet aracılığıyla tanıtılıp satışı gerçekleştirilmektedir.

Ateizmle ilgili sitelerin bir kısmı ateizmi savunurken, diğer bir kısmı da ateizm karşıtlığı olarak kendi dinlerine yönelik yayınlar yer almaktadır. Ateizmi savunan sitelerde dini değerlerle alay etme, dini öğretileri çürütmek için çeşitli kişi ve yazılardan alıntılarla Tanrının yokluğunu ispat etme çabası göze çarpmaktadır. Ateizm karşıtı sitelerde Tanrının varlığı ilahi ve ilmi delillerle ispat edilmeye çalışılmaktadır. Satanizmle ilgili sayfalarda satanizmin değerleri, şeytanın olumlu tanıtımı, büyüler, satanist müzikler ve materyaller, satanist giyiniş ve davranış biçimleri yer almaktadır. Ateizme ait sitelerde olduğu gibi satanist sitelerde de dini değerlerle alay edilmekte ve

Tanrı kavramı inkar edilmektedir. Satanist sayfalarda e-mail grupları oluşturularak internet üzerinden bilgi ve mesaj alışverişi sürdürülmektedir.

7. SONUÇ

Yaratılıştta iletişim kurmaya programlanan insan, yaşamını devam ettirmek, gelişmeler karşısında tutum ve davranışlarını olumlu veya olumsuz olarak yönlendirebilmek için iletişime ihtiyaç duyar. İletişim bazen açlıkla mücadele etmek için bazen de ruhsal açlıkları doyumak için gerçekleştirilir. Din, ruhsal açlıkları beslerken gelişen ve değişen iletişim araçlarını kullanmakta sakınca görmez. İlk insanın gerçekleştirdiği yüz yüze iletişimle iletmeye başlayan dini mesajlar, yazı, baskı aletleri, radyo, kayıt cihazları, televizyon, bilgisayar ve en son olarak da internet ile de iletmeye devam etmiştir.

Bu araştırma, konu ile ilgili teorik bilgilerin sunulduğu kaynak taraması ve internette yer alan dini içerikli sitelerin incelenerek değerlendirildiği uygulamalı bölümden oluşmaktadır. Teorik kısımda, iletişim, kitle iletişimi, din, din ve iletişim ve internet ile ilgili yazılı kaynaklara ulaşılmış, ilgili bilgiler uygun başlıklar altında incelenmiştir. Araştırmanın uygulamalı kısmında dini içerikli Türkçe web siteleri; resmi, özel kurumlar ve kişisel siteler incelenmiştir.

Araştırmanın konu ile ilgili teorik bilgilerin sunulduğu kaynak taramasını içeren 'İlgili Kavramlar' bölümünde incelenen modeller ile dini iletişim şekilleri arasında şu tür ilişkiler görülmektedir. En eski ve sürekli olan yüz yüze, sesli ve görsel iletişim şekillerinde bir konuşmacının, konuşmasında dinleyicilere sunacağı tartışmanın oluşturması iletişimin inandırıcı olma (ikna etme) sanatına sahip olması, konuşmacının iletilerini (mesajlarını) alıcılarda (dinleyicilerde) istediği tepkileri oluşturmak üzere düzenlemesi yönüyle Aristo modeli kullanılmaktadır. Dinin kişi ve toplumların,

yaratılıŖta fitratlarına yerleŖtirilen değerlere uyma noktasında tutum, inanç ve davranıŖ bütünlüğü içerisinde olmalarını hedefler. Bu noktada din, kiŖi ve toplumları doğumdan ölüme kadar devam eden bir eğitime tabi tutar. Dinin kiŖi ve toplumları eğittiği bu süreçte; Newcomb Modelinin, toplumda ya da toplumsal iliŖkilerde kiŖilerin tutumları, inançları ve davranıŖları arasında uyum kurma gereksinimini öneren denge kuramını ve Berlo Modeli'ne göre de başarılı bir iletiŖimde Kaynak ile Alıcı'nın becerileri, tavırları, bilgileri ve içinde buldukları toplumsal düzen ve kültürlerinin birbirine uymasını iletiŖim Ŗekillerinin tamamında uygular.

Katz ile Lazarsfeld'in iki aŖamalı akıŖ modeline göre enformasyon ve etkinin kanaat önderinden grubun üyesine geçmesi, kanaat önderinin iletiŖimi grubun dünya görüşüne göre Ŗekillendirerek-güvenilir kaynak olarak-etkide bulunması, önderin, grup kanaatlerinin biçimlenmesinde stratejik unsur olması ve üyeler arasında aracılık yapıp, bir çeŖit genel grup "beynini" temsil etmesi dini cemaatler ve tarikatlerde uygulanan bir iletiŖim modeli olarak görölmektedir.

Riley-Riley modeline göre iletiŖimin, özellikle de kitle iletiŖiminin, toplumsal hayatın sürekliliğini sağlayan toplumsal sistemlerden biri olması, iletiŖim sisteminin, toplumsal sistem ile çevrelenmesi, kitle iletiŖim sürecinin geniŖ sosyal süreçleri etkilemesi ve ondan da etkilenmesi iletiŖimi sosyolojik açıdan değerlendirme kolaylığı saęlamıŖtır. Toplumsal kurumlardan olan dinin, bu süreç içerisinde iletilerini iletirken bireylerin tutumlarını, değerlerini ve davranıŖlarını tanımlamalarına yardım eden referans grubundan olması Riley-Riley modeli ile dini iletiŖim Ŗekilleri arasında doğrusal bir bağıntı oluŖturmaktadır.

Rokeach ve Defleur'un Bağımlılık Modeline göre; modern toplumlarda izleyici bireylerin, kitle iletiŖim araçları gibi haber kaynaklarından bilgi edinmeleri, toplumlarına uyum sağlayabilme ve toplumlarında olan olayları öğrenmek için

bağımlılık duymaları, dini iletilerin de kitle iletişim araçları ile izleyicilere aktarılmasını gerekli kılmıştır. Bu gerekliliğin çerçevesinde sesli, görsel ve sanal(internet) dini iletişim gerçekleştirilmektedir.

McLuhan'a göre aracın ileti özelliği taşıması; yani bir toplumda bulunan iletişim araçlarının niteliği, bu araçların ilettiği içerikten ya da iletiden, çok daha fazla toplumun yapısını etkilemesi ve bu araçlardan her an milyonlarca insana küresel bilgiyi iletilmesi dini iletişimde kitle iletişim araçlarının önemini arttırmıştır. Ve yine McLuhan'a göre, elektronik iletişim araçlarının küresel köy dediği şeyi –dünya üzerindeki insanların önemli haber olaylarının gerçekleşmesini görmeleri ve aynı olaylara birbiri ardına katılmaları- oluşturmasında dini iletişim, elektronik iletişim araçlarından faydalanmaktadır.

Thompson'un iletişim araçları kuramına göre, kişilerin ötekilerin söyledikleri şeylere anlam kazandırdıkları yüz yüze etkileşim, iletişim araçları teknolojisinin ayırıcı niteliğinde, zaman ve mekanda uzatılan ve olağan yüz yüze etkileşim bağlamlarının çok ötesine uzanan aracılı etkileşim ve kitle iletişim araçlarının oluşturduğu zaman ve mekanda uzatılan, ancak kişileri doğrudan birbirine bağlamayan: aracılı yarı-etkileşim ve bu üç tür etkileşimin insan yaşamında baskın olması; yüz yüze, sesli, görsel ve sanal dini iletişim şekillerinde de öne çıkmaktadır.

Son olarak sosyologların gözlemlerine dayanarak oluşturulan 'Toplumsal Sorumluluk Kuramı'na göre; kitle iletişim araçlarının topluma karşı sorumluluk duygusu taşıyarak, topluma karşı görevleri bulunduğunu kabul edip, bunları yerine getirmesi; dinin toplumu olgun bir yapıya kavuşturma amacı ile paralellik oluşturması da, dini iletilerin topluma iletilmesinde kitle iletişim araçlarının kullanılmasını gerekli kılmıştır.

Yüz yüze başlayıp, sesli, görsel ve sanal (internet) olarak devam eden dini iletişim gelişen ve değişen iletişim araçlarını dini iletileri iletmek üzere kullanmıştır. Nesilden nesile aktarılan dini metinler, söz olarak başladığı yolculuğunda önce harflerle yazıldı, baskı makinelerinde basıldı, radyo yayınları ile evlere sesini ulaştırdı, televizyon ile görüntüsünü izleyiciye aktardı, bilgisayar ile yazı ve sesini birleştirdi ve son olarak da internette bütün geçmişi ile birlikte muhataplarına ulaştı.

İnternetle birlikte dini iletiler, sınırsız bir kitleye iletildi ve iletmeye de devam edecektir. Dini bilgi ve dini hizmetlerin gerçekleştirilmesi için yardımcı bilgiler sunma veya dini bilgilerin yüz yüze alınabileceği kişi ve kurumlara yönlendirilmelerde internet, önemli bir iletişim işlevini yerine getirmektedir. Dini kurumlar tarafından gerçekleştirilen faaliyetler de internet aracılığıyla hızlı ve yaygın bir şekilde kitlelere ulaştırılmaktadır. Aynı zamanda yapılan dini toplantı, seminer ve konferansların metinlerine internet'in arşivleme hizmetini kullanarak ulaşmak mümkündür.

Dini bilgiye ulaşmada büyük imkanlar sunan internet aynı zamanda yanlış ve eksik bilgilerin yayılmasına da neden olmaktadır. Hatalı, tutarsız, dini kaynaklara ve literatüre aykırı, taraflı ve bütünlük arz etmeyen bilgi sunan siteler de bulunmaktadır. Resmi kurumlarca hazırlanan dini sitelerin nitelik ve niceliklerinin yetersizliği, dini bilgi içeren sitelerin kontrol edilememesi dini bilginin yanlış ve eksik iletilmesine sebep olmaktadır. Bu noktada Diyanet İşleri Başkanlığı, İlahiyat Fakülteleri, Müftülükler ve vakıfların web sayfalarının sınırları genişletilmeli, sunulan dini bilgiler de ilmihalle sınırlandırılmamalıdır. Dinin kaynak eserleri, internet ortamına aktarılarak, güvenilir ve hatasız bilgi sunulmalıdır.

İnternet, dinle ilgili olumlu hizmetlerin sunulmasına imkan sağlarken aynı zamanda dinlerin yasaklamış olduğu içki, kumar, seks, pornografi, satanizm, büyü gibi kötü alışkanlık ve davranışların anlatıldığı siteleri bireylere kontrolsüz ve kısıtlanmamış

bir şekilde iletir. İnternette dini bilgiye ulaşmak için kişi çaba gösterirken, seks, kumar ve pornografik içeriklere sahip site, bilgi ve görüntüler istenilmediği halde sunulmaktadır. Özel kişilerce hazırlanmış ve ücretsiz yayınlanan sitelerin içeriği ile birlikte seks, kumar ve pornografik içerikler, internet kullanıcılarına istek dışı iletilmektedir. Zararlı içerikler taşıyan sitelerin, kişilere istek dışı olarak sunulması, servis sağlayıcılarının yapacakları çalışmalar ile engellenmelidir.

Araştırmamızın başında oluşturduğumuz hipotezlerin incelenmesi sonucunda; din, iletişim alanındaki gelişen ve değişen iletişim araçlarını kullanarak iletilerini muhataplarına iletmekte ve iletişim araçları da, dini iletinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Din iletişim araçlarının sunduğu imkanları zamanına ve yerine göre değişik formlarda kullanmaktadır. Din gelişmiş iletişim araçlarını kullanırken diğer iletişim araç ve formlarının kullanımını da terk etmemektedir. İletilerini iletirken gereken tüm iletişim araçları ve formlarını kullanmaktadır. İnternet, bilgilenme, tanıtım, karşılıklı sohbet, bilgi alışverişi, kitap okuma, kaynak eserlere ulaşma, ibadet uygulamalarını öğrenme, dini soru ve problemlere cevap arama gibi konularda dini iletişimi sağlamaktadır. İnternetle, dini iletiler sınırsız kitleye hızlı bir şekilde iletilmiş ve internet hakikatin ilan edildiği yeni bir alan olmuştur.

İnternet kullanımının yaygınlaşması, internette sunulan dini bilgi ve hizmetlerin nitelik ve nicelik bakımından kaliteleşmesi ve geniş kitlelere ulaşmasını da sağlayacaktır. Din bireyi zararlı alışkanlık ve davranışlardan korumak, dini tanıtmak, dini bilgi ve uygulamaları geniş kitlelere ulaştırmak için internetin imkanlarını yaygın olarak kullanacaktır. İnternetle birlikte din yüz yüze (şifahi-sözel), sesli, görsel ve sanal iletişim şekillerini bir arada kullanma imkanına kavuşmuştur. Ve din için internet; hakikatin ilan edildiği yeni bir forumdur.



Ek 1. Dini İçerikli Web Siteleri Adresleri

Resmi Kurumlar

<http://www.diyamet.gov.tr>
<http://www.ilahiyat.marmara.edu.tr>
<http://www.ankara.edu.tr/faculties/divinity/>
<http://www.atauni.edu.tr/fakulteler/ilh.htm>
http://www.cumhuriyet.edu.tr/akademik/fak_ilahiyat/index.html
<http://www.firat.edu.tr/akademik/fakulteler/ilahiyat/index.html>
<http://www.ilahiyat.comu.edu.tr>
<http://www.dicle.edu.tr/dictur/akademik/fakulte/katilh.html>
<http://www.deu.edu.tr/deu/içerik/Displayer.jsp?Kod=29>
<http://www.ilahiyaterciyes.edu.tr>
<http://www.corilaf.gazi.edu.tr>
<http://www.harran.edu.tr/ilahiyat/index.htm>
<http://www.darende.inönü.edu.tr>
<http://www.istanbul.edu.tr/ilahiyat/index.htm>
<http://www.ksu.edu.tr/fakulte/ilahiyat/index.htm>
<http://www.ktu.edu.tr/ilahiyat/index.htm>
<http://www.omu.edu.tr/akad/ilh>
<http://www.ogu.edu.tr/a.ilahiyat.html>
<http://www.if.sakarya.edu.tr>
<http://www.karatay1.cc.selçuk.edu.tr/ilahiyat>
<http://www.20.uudağ.edu.tr/ilahiyat>
<http://www.yyu.edu.tr/if/ilahiyat.htm>

Özel Kişiler Tarafından Hazırlanan Siteler

<http://www.kuran.gen.tr/>
<http://www.qurantime.com/>
<http://www.angelfire.com/ak4/alperen2000>
<http://www.geocities.com/acarnd>
<http://www.myfreeoffice.com/whatisislam>
<http://www.seheryeli.4t.com>
<http://www.islam.org>
<http://www.cevap.cjb.net>

<http://bizbize.homepage.com>
<http://www.abdullahyon.8m.com>
<http://www.emurat.8m.com>
<http://www.ispartanur.cjb.net>
<http://www.minber.8k.com>
<http://islam.com>
<http://www.angelfire.com/ny/realityplus>
<http://www.m-fgulen.org/>
<http://www.spiritriders.com>
<http://www.ahmedbaki.com/turkce/>
<http://www.ismetefendi.org/>
<http://fecomp.sitemynet.com/>
<http://www.ibda-gundem.org/>
<http://gulzar.cjb.ne>
<http://www.expage.com/kuran>
<http://www.alevi.ch>
<http://www.aleviyol.com>
<http://www.afida.homestead.com/>
<http://www.geocities.com/houseofallah/default.htm>
<http://turkeyweb.8k.com>
<http://dinim.s5.com>
<http://www.sercanism.itgo.com>
<http://www.hakikateyolculuk.cjb.net>
<http://www.beyan.4t.com>
<http://www.hakikat.8k.com>
<http://www.muhammedakcay.8k.com>
<http://zen.zenyolu.com>
<http://users4.50megs.com/isamesih>
<http://www.geocities.com/ehlibeytyolu>
<http://alperen2000.cjb.net>
<http://www.geocities.com/yenihilal/Yenihilal.html?977069886200>
<http://www.islamrehberi.cjb.net>
<http://www.seyrisema.net>
<http://muselman.cjb.net>
<http://islamiyet.s5.com>
<http://guldeste.homestead.com>
<http://www.angelfire.com/la2/beyza/>
<http://www.islamisite.com/>
<http://www.damlalar.8m.com>

<http://peygamberler.8k.com>
<http://www.turkdervish.com>
<http://www.islamiyet.4mg.com>
<http://www.felah.8m.com>
<http://www.islamustundur.8m.com>
<http://barla.ikra.net>
<http://www.geocities.com/demetle/>
<http://www.hacegan.8k.com>
<http://come.to/islamnet>
<http://religion.iscool.net>
<http://islam100.cjb.net>
<http://dergah.8k.com>
<http://enesbinmalik.cjb.net>
<http://tevhidweb.cjb.net>
<http://www.kuran-i.homepage.com/>
<http://www.fbertan.homestead.com>
<http://www.freeyellow.com/members8/risaleinur>
<http://www.erdoganay.cjb.net>
<http://www.geocities.com/hicaz2000>
<http://www.ikra.net>
<http://islamyolu.tripod.com>
<http://kuran.tur.net>
<http://www.geocities.com/dinimislam/>
<http://darulerkam.8k.com>
<http://www.hakikat.com>
<http://esmaulhusna.50megs.com>
<http://tasavvuf.cjb.net>
<http://www.islam.com>
<http://keyfiyet.cjb.net>
<http://www.siyahnur.cjb.net/>
<http://kuran.homestead.com>
<http://bayraktarhakki.tripod.com>
<http://newage-tr.hypermart.net>
http://www.geocities.com/koc_bulent
<http://go.to/musulman>
<http://yahyaber.tripod.com>
<http://melihbaran.8m.com>
http://www.geocities.com/kayabilal_2000
<http://risale.da.ru>

<http://kainat.freesevers.com/>
<http://www.hat.8m.com>
<http://www.ibrahimkoc.netteyim.net>
<http://www.mustafaislamoglu.com>
<http://www.alevi.ch/main.htm>
<http://www.caferilik.com>
<http://www.artislamic.com>
<http://www.tasavvuf.4t.com>
<http://www.allahvesistemi.org/>
<http://www.kvg-bahn.de/karaca/turk/turk.htm>
<http://www.xxanadu.8m.com/>
<http://ahmetculfa.sitemynet.com>
<http://www.ilim.8m.net>
<http://home.tr.net/yavuzkapusuz>
<http://tahire.20m.com>
<http://www.twpc93.com>
<http://www.geocities.com/tanridanallaha/>
<http://www.ummah.org.uk/software/cyber/>
<http://www.geocities.com/SoHo/Easel/3809/indexee2.html>
<http://www.dervisan.8m.com>
<http://www.ilahimp3.de>
<http://ruyatabiri.cjb.net>
<http://islamdunyasi.8k.com>
<http://mukreminhoca.8m.com>
<http://www.ehlibeyt.f2s.com>
<http://www.geocities.com/abdullahyon>
<http://www.tomorhoca.com>
<http://www.angelfire.com/sk/vignette>
<http://cilehane.8m.com>
<http://www.ilim.8k.com>
<http://geocities.com/islamdaevlilik/>
<http://www.geocities.com/nkktr>
<http://seckince.virtualave.net>
<http://www.nesil.com.tr>
<http://kuran-i.homepage.com/>
<http://www.mucizeler.cjb.net>
<http://www.golge.4t.com>
<http://www.erdoganay.cjb.net/>
<http://benim.homepage.com>

<http://www.angelfire.com/ak4/dervishan>
<http://www.ashab.sevgisi.com>
<http://www.oshoturk.cjb.net>
<http://www.twpc93.com>
<http://www.teolog.cjb.net>
<http://abone.turk.net/ssadan>
<http://www.yalnizkurt.iwarp.com>
<http://www.geocities.com/eyupy>
<http://islam-tr.8m.com>
<http://www.emav.org>
<http://www10.ewebcity.com/hadis>
<http://www.mercan.netteyim.net>
<http://www.kolayweb.com/sonsevgili>
<http://www.usve.cjb.net>
<http://www.geocities.com/ehlidost6666/>
<http://members.tripod.de/salihdiri/index.htm>
<http://turkateist.cjb.net>
<http://www.angelfire.com/ky2/kayhan3/kayhan.htm>
<http://www.fortunecity.com/meltingpot/samoa/1307>
<http://www.maksut20.8m.com>
<http://www.acarnd.cjb.net>
<http://www.imdat.com/mevlana/default.htm>
<http://www.geocities.com/CapeCanaveral/Hall/5512/40hadis.htm>
<http://www.harunyahya.com/>
<http://geocities.com/islambuyukleri>
<http://www.varolus.teorisi.com/>
<http://www.islamvebilim.netteyim.net/>
<http://www.islaminsesi.net/>
<http://www.alimlerimiz.cjb.net/>
<http://www.mihlemder.dernegi.com/>
<http://www.iman.mekani.com/>
<http://www.gaziantepnur.cjb.net/>
<http://www.risale-inur.org/>
<http://geocities.com/kelamlar/>
<http://www.dasda.8m.com/>
<http://www.ehlisunnet.biz/>
<http://www.gudikler.tr.cx/>
<http://www.terminalcamii.20m.com/>
<http://www.hicretcamii.de/>

<http://www.besmele.net/>
<http://ahlalbaytlibrary.tripod.com/>
<http://ehlibeytkutuphanesi.tripod.com/>
<http://nehculbelaga.tripod.com/>
<http://www.geocities.com/islamveinsan/>
<http://www.redrival.com/dervisan/>
<http://www.manevihuzur.com/>
<http://www.geocities.com/erenkutlu2000/>
<http://www.kurannesli.org/>
<http://www.muritkefer.com/>
<http://www.kerbela.net/>
<http://www.altintas.com/muhammed/index.html>
<http://www.mevlutun.sayfasi.com/>
<http://www.ruhi-tedavi.com/>
<http://www.altintas.com/muhammed/>
<http://www.gerceksevda.cjb.net/>
<http://asrindahisi.sitemynet.com/index.htm>
<http://oruc.tr.gs/>
<http://www.ehlibeyt.dk/>
<http://www.yediuyurlar.com/>
<http://www.onlinequran.net/tur/index.htm>
<http://www.yaratici.com/>
<http://www.sorularlailamiyet.com/>
<http://f27.parsimony.net/forum66192/>
<http://www.saidnursi.de/>
<http://www.alewiten.com/>
<http://geocities.com/wankeragnostic/>
<http://www.kubacami.com/>
<http://beyinakademisi.sitemynet.com/>
<http://mehmedkose.sitemynet.com/>
<http://www.angelfire.com/ak4/dervisan/>
<http://www.muntezir.8k.com/>
<http://www.konnur.com/turk.asp>
<http://www.islam.com/>
<http://www.hacegan.net/>
<http://www.floryaint.s5.com/>
<http://www.ilahiyatclub.cjb.net/>
<http://islamtr.sitemynet.com/>
<http://www.ilim.org/>

<http://www.dinbilgisi.cjb.net/>
<http://mitglied.lycos.de/zikrullah/>
<http://islam.birdemet.net/>
<http://www.allahdostlari.com/>
<http://dunyadinleri.kolayweb.com>
<http://ensarsirdas.sitemynet.com>
<http://misak.8m.com/>
<http://www.seyyidmuhammed.de.vu/>
<http://www.kaybedenler-kulubu.cjb.net/>
<http://tekamul.ilkturk.org>
<http://65.122.110.233/webs/osm>
<http://tillo.8m.com/>
<http://www.ipek-yolu.com/site/>
<http://derindengelendalga.sitemynet.com/>
<http://www.aynalar.8m.com/>
<http://ilahiler.cjb.net/>
<http://www.huzurislamda.com.tr.tc/>
<http://www.besmele.com/>
<http://www.beyazlale.tk/>
<http://huseyin1024.sitemynet.com/>
<http://www.misak.8m.com/>
<http://www.kainat.8k.com/>
<http://floryaint.s5.com/>
<http://www.kuranokulu.com/>
<http://www.asyanur.com/>
<http://www.islamisohbet.com/>
<http://www.ibret.sayfasi.com/>
<http://www.islam-today.com>
<http://www.hakislam.net/>
<http://www.menzil.net/>
<http://www.nasihatler.com/>
<http://www.geocities.com/islambuyukleri/>
<http://www.nuradavet.i8.com/>
<http://www.otag.bz.tc/>
<http://mose61.sitemynet.com/>
<http://www.geocities.com/vuslatani/>
<http://www.beyazlale1.cjb.net/>
<http://www.geocities.com/hilfulfudul>
http://www.geocities.com/olusum_2000.geo

<http://www.imanimeseleler.com/>
<http://www.islaminsesi.8k.com>
<http://www.abiler.netteyim.net/>
<http://www.islamihayat.com/>
<http://www.islammerkezi.com/>
<http://www.devilanddevil.cjb.net>
<http://www.nur.oldum.com>
<http://www.hamim.sayfasi.com>
<http://www.humanizma.net>
<http://beyazleke.cjb.net/>
<http://www.barlanur.cjb.net/>
<http://www.geocities.com/ateizmvedin/>
<http://kurinc.sitemynet.com/>
<http://meteor500.sitemynet.com>
<http://www.geocities.com/temass/>
<http://mesutyuvarlak.kolayweb.com/>
<http://www.menzilnet.tr.cx/>
<http://www.ekremculfa.com/islam dini/>
<http://www.peygamberler.com.tr.tc/>
<http://www.geocities.com/katmerligul>
<http://www.islamustundur.com>
<http://din-egitimi.8m.com/>
<http://israisra.kolayweb.com/>
<http://www.seriati.net>
<http://www.onlineislam.com.tr.tc/>
<http://www.kuranikerim.com/>
<http://perdearkasi.8m.com/>
<http://www.muhammedmustafa.net/>
<http://www.islamyuz.linkleri.com/>
<http://drmkose.8k.com/>
<http://www.geocities.com/islamustun/>
<http://islamiyet.port5.com/>
<http://www.nurbahcesi.cjb.net/>
<http://sefa-i.kolayweb.com/>
<http://www.bizimsahife.com/>
<http://www.maronnet.com/>
<http://marmaratef.sitemynet.com/>
<http://www.talhatalha.com/>
<http://ahzab.trgold.net>

<http://islamik.cjb.net/>
<http://www.gercekler.iwarp.com/index.html>
<http://www.mesut%20yuvarlak.freewebspace.com/>
<http://www.muslimfaith.s5.com/>
<http://yakutum.sitemynet.com/>
<http://tanrinyolu.kolayweb.com/>
<http://yalniz-kuran.tripod.com/>
<http://drmkose.sitemynet.com/>
<http://hubyar.sitemynet.com/>
<http://www.teblig.mekani.com/>
<http://www.geocities.com/alibeyt/index.html>
<http://www.tevhid.i8.com/>
<http://www.sedanyum.8m.net/>
<http://www.fetih.beldesi.com/>
<http://www.enfal.de/>
<http://www.niyebusite.cjb.net/>
<http://www.meal.netteyim.net/>
<http://www.halvetisivasi.4t.com/>
<http://www.tanrinyolu.8m.com/>
<http://www.teblig.sayfasi.com/>
<http://islamvebilim.sitemynet.com/>
<http://www.diyonet-velbert.de/>
<http://kurban.8k.com/>
<http://www.islamisiteler.com/>
<http://www.islamtr.8k.com/>
<http://islamiyet571.sitemynet.com/>
<http://guzelislam.tripod.com/>
<http://www.sanalcihad.tr.cx/>
<http://halvetisivasi.4t.com/>
<http://ozkaynak.dostweb.com/>
<http://www.gul.hikayesi.com/>
<http://www.angelfire.com/ab6/karakartal/>
<http://571.cjb.net/>
<http://www.islamustundur.com/>
<http://kul7.tripod.com/>
http://kurtulus_islamda.sitemynet.com/
<http://www.571.cjb.net/>
<http://www.onlineislam.cjb.net/>
<http://www.sevgigrubu.cjb.net/>

<http://www.islamforum.net/>
<http://www.islamiyet.bulteni.com/>
<http://www.dinimislam.itgo.com/>
<http://islamodasi.sitemynet.com/>
<http://anadoludanesintiler.members.easyspace.com>
<http://www.misak.cjb.net/>
<http://www.isimler.s5.com/>
<http://www.candost.org/>
<http://filistindavasi.cjb.net/>
<http://geocities.com/ergene2001>
<http://www.kuranikerim.4t.com/>
<http://simurg.4t.com/>
<http://www.kitabvesunnetihya.8m.com/index2.htm>
<http://www.e-islam.8m.com/>
<http://website.lineone.net/~bursakilisesi/>
<http://www.mesnevi.8m.net>
<http://www.yeniarayislar.com>
<http://www.rangesevgisi.cjb.net/>
<http://www.menzil.beldesi.com/>
<http://www.yeniarayislar.com/>
<http://www.geocities.com/bireylem/>
<http://www.nurderyasi.8m.net>
<http://www.emir.com.tr/>
<http://www.belgeseller.net/yeni>
<http://www.kuranmucizeleri.com>
<http://inciler.8m.net>
<http://dehr2000.sitemynet.com>
<http://www.turkishpage.4t.com>
<http://www.hafizlar.cjb.net>
<http://www.gozaydin.net/8m>
<http://www.seyrisema.cjb.net/>
<http://www.alevigenclikdk.subnet.dk>
<http://www.benimsite.8m.com>
<http://www.ondokuz.gen.tr/>
<http://www.angelfire.com/al4/haydar/index.html>
<http://huccet.cjb.net>
<http://www.visal.efsanesi.com>
<http://ebekdemir.sitemynet.com>
<http://www26.brinkster.com/benefse/>

<http://www.ehad.8m.com>
<http://www.ilmihal.sayfasi.com>
<http://vahit81.sitemynet.com>
<http://www.ipek-yolu.com>
<http://www.vivo2000.org>
http://hanif_muslim.sitemynet.com
<http://www.muhacir.cjb.net>
<http://www.huzurislamda.8k.com>
<http://www.allahvesistemi.org>
<http://www.kubacami.org/>
<http://home.t-online.de/home/atib.kassel/>
<http://sukrugursoy.8m.com/islam.html>
<http://www.ahmedhulusi-kavramlar.org/>
<http://www.linkdunyasi.com/>
<http://serhat9.homestead.com/>
<http://tahire.20m.com/>
<http://www.hizmet-net.de/>
<http://www.inkilab.8m.com/>
<http://ehlidost.cjb.net/>
<http://www.esmaulhusna.com>
<http://members.tripod.com/anadoluculuk/>
<http://www.ehli-beyt.net/>
<http://www.geocities.com/dualar/>
<http://www.dervisan.8m.com/>
<http://www.israfil.org/>
<http://www.ikra.net/>
<http://www.hasbahca.net/>
<http://bilimarastirmavakfi.org>
<http://www.angelfire.com/ak4/alperen2000/>
<http://allame.webhostme.com>
<http://dak.dostweb.com>
<http://www.yenimesaj.com.tr/>
<http://www.yeniyorular.com.tr/>
<http://www.bilginet.com/>
<http://www.islam.gen.tr/>
<http://members.tripod.com/mehmetefe/>
<http://www.geocities.com/CapeCanaveral/Hall/5512/framekabe.htm>
<http://www.baho66619.8m.com/>
<http://www.medyatext.com/kuran>

<http://www.caferilik.com/>
<http://www.alperenler.com.tr>
<http://takva.spedia.net>
<http://www.afyuksef.com/tasavvuf.html>
<http://www.ehlibeyt.f2s.com/>
<http://www.dostunyeri.8m.com/>
<http://sahimuslim.homestead.com/>
<http://www.fatih-cami.com/>
<http://www.m-fgulen.org/>
<http://www.tasavvuf.com/>
<http://husonunyeri.8m.com/>
<http://dinfelsefesi.homestead.com/>
<http://www14.brinkster.com/kurandakidin1/forum.asp>
<http://islamiyet.s5.com/>
<http://www.turkarama.com/sayfam/islamisiite/>
<http://www.kurandakidin.com/>
<http://www.geocities.com/guvercinler/>
<http://www.geocities.com/ibnurrefik/>
<http://www.muhammadis.org/>
<http://angelfire.com/journal/Darvin>
<http://vurgun.webjump.com/>
<http://www.mihmandar.8m.com>
<http://www.irsad.com/>
<http://www.samsunlu.de/>
<http://home.t-online.de/home/sevde/>
http://mynt.net/islam_tr/
<http://www.kafkas.netteyim.net>
<http://www.sanalcihad.com/>
<http://benimsitemtop100.hypermart.net/>
<http://www.ahmedbaki.com/>
<http://www.athena1909.8m.com>
<http://www.alevi-cephesi.com>
<http://www.cesetweb.cjb.net>
http://www.geocities.com/hicaz2000/ezan_turkce.htm
<http://www.yunusemrebulut.8k.com>
<http://www.angelfire.com/ak4/alperen2000/umre2000>
<http://www.huzurislamda.net>
<http://www.miskininyeri.8m.com>
<http://www.seyfibozkus.cjb.net>

<http://www.alevilik.homepage.com/>
<http://birey.islam.tripod.com>
<http://www.islambol.homepage.com>
<http://www.erdogan.freehomepage.co>
<http://matrix.dostweb.com>
http://www.geocities.com/azad_22222
<http://www.vasfiye.8k.com>
<http://members.tripod.com/lutfi.has/>
<http://mucahidinsesi.cjb.net>
<http://www.nuryolu.com/>
<http://www.bahaitv.org>
<http://www.hacimurat.8k.com>
<http://solitus.com/userpages/ikra.islam.shtml>
<http://www.talaelbedru.cjb.net>
<http://angelfire.com/ab3/turisina/>
<http://www.zahiri.org>
<http://www.nurbaki.com>
<http://www.geocities.com/demetden>
<http://abone.turk.net/fatihozdemir>
<http://www.geocities.com/gariplers>
<http://www.suryanikadim.org>
<http://www.ahoyoz.8k.com>
<http://www.ahoyoz.8k.com/>
<http://islamisite.bizland.com>
<http://fecir.cjb.net>
<http://kotku.virtualave.net>
<http://dreamwater.com/donence>
<http://www.kolayweb.com/mucahid>
<http://www.tunahan.org>
<http://www.ismailbulut.bizland.com>
<http://direnis.cjb.net>
<http://www.hicret.cjb.net>
<http://www.redrival.com/mt1981/toplum/index.htm>
<http://isler.cjb.net/>
<http://omeraycan.cjb.net>
<http://zeynebiye.cjb.net>
<http://www.nav.to/salihesen>
<http://vahdet.com.tr>
<http://www.hakikat.net>

<http://altas.50megs.com>
<http://www.risale-inur.com.tr>
<http://www.diyagnet.gov.tr/kuran/DEFAULT.ASP>
<http://www.diyagnetvakfi.org.tr>
<http://www.feyzdergisi.com>
<http://www.gima.com.tr>
<http://www.hudayivakfi.org>
<http://www.isam.org.tr>
<http://www.isav.org>
<http://www.islamicportal.de>
<http://www.islamisanat.net>
<http://www.izlerforum.net>
<http://www.kangurum.com.tr>
<http://www.kitapyurdu.com>
<http://www.kubacami.org/indexa.htm>
<http://www.kurban.thk.org.tr>
<http://www.medicine.org>
<http://www.mehmetcik.org.tr>
<http://www.merkezeskicamii.com.tr.tc>
<http://www.namazzamani.com>
<http://www.semerkand.com>
<http://www.ses.8m.net>
<http://www.sizinti.com.tr>
<http://www.tevhid.com>
<http://www.umran.org>
<http://www.islamisite.com>
<http://www.huzuradogru.com>
<http://www.yeniasya.org.tr>
<http://www.Turkcekuran.com>
<http://www.muhammadis.org/>
<http://www.geocities.com/kurancevirisi/meal.html>
<http://www.kuranikerim.com>
<http://www.angelfire.com/dc/dayhan/>
<http://www.berrak.org/>
<http://www.cevap-veriyorum.com/>
<http://www.islammerkezi.com/>
<http://www.tevhidweb.net>
<http://www.bediuzzamanvakfi.org/>
<http://www.geocities.com/vaizismail/>

<http://abone.superonline.com/~user0303/alevi.htm>
<http://www.fetihbeldesi.bz.tc/anasayfa.htm>
<http://www.islamakademisi.com>
<http://www.kuran-sunnet.com>
<http://www.istemdergisi.com/>
<http://www.geocities.com/kurancevirisi/>
http://aakm_akca.sitemynet.com/
<http://www.meal.netteyim.net>
<http://www.cevaplar.org>
<http://www.geocities.com/selvahoca>
http://www.geocities.com/senol_gulgonul/quran/miras.html
http://www.geocities.com/senol_gulgonul/namaz/
<http://www.geocities.com/gonenlihoca>

Hıristiyanlık İle İlgili Siteler

<http://www.protestan.org>
<http://www.users4.50megs.com/isamesih>
<http://www.hestia.interpia98.net/~hyunc99/index.html>
<http://www.hestia.interpia98.net/~hyunc99>
<http://www.isageliyor.com>
<http://www.bayraktarhakki.tripod.com>
<http://www.incil.com>
<http://www.home.tr.net/yavuzkapusuz>
<http://www.twpc93.com>
<http://www.isamesih.org/kiliseler/antalya/>
<http://www.isamesih.org/kiliseler/sevgitoplulugu/>
<http://www.twpc93.com/>
<http://www.isamesihkilisesi.org/>
<http://www.bodrumkilisesi.tk/>
<http://www.kralkayra.cjb.net/>
<http://www.dua.tr.gs/>
<http://www.estopluluk.org/>
<http://www.oruc.tr.gs/>
<http://www.golgota.org/>
<http://www.kilisem.cjb.net/>
<http://www.isamesih.org/kiliseler/gungoren/>
<http://www.isamesih.org/kiliseler/dirisu/>

<http://www.bucahristiyantoplulugu.org/>
<http://www.isamesih.org/kiliseler/besiktas/>
<http://www.members.truepath.com/temur/isa.html>
<http://www.funet.fi/pub/doc/bible/html/turkish/>
<http://www.isamesih.org/>
<http://www.mujde.org/>
<http://www.suryanikadim.org>
<http://www.kilise.netfirms.com/>
<http://www.protestankilisesivakfi.org/>
<http://www.realchretien.com/>
<http://www.membres.lycos.fr/gursoy1964>
<http://www.kutsalkitap.isamesih.org/>
<http://www.website.lineone.net/~bursakilisesi/>
<http://www.ayiosyeorgioskilisesi.8m.com>
<http://www.umraniyepk.sitemynet.com>
<http://www.kutsalkitap.org/index.htm>

Chat (sohbet) Linkleri

<http://www.islamicportal.de>
<http://www.medine.org>
[http://www.tevhid.com,](http://www.tevhid.com)
<http://www.chat.arab.net/>
<http://www.churcnet.org.uk/webchat/>
<http://www.med.upenn.edu/bioetic/genetics/articles.html>
<http://www.hindunet.org/chat/>
<http://www.hippias.evansville.edu/>
<http://www.science-spirit.com/FRAMES/SARDframeset.html>
<http://www.zamba.com/BuddhasVillage/bvfrmosp>

KAYNAKÇA

Kıtaplar:

Avcı, Nabi. **İletişim Düşüncesinin Gelişimi, Eğitim-Öğretim Boyutlarıyla Bir Model Denemesi**, 1.Baskı, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1988

Avcı, Nabi. **Enformatik Cehalet**, 1.Baskı, Ankara, Rehber Yayıncılık,1990.

Arslantürk, Zeki ve Amman, M.Tayfun. **Sosyoloji, Kavramlar-Kurumlar-Süreçler-Teoriler**, 1.Baskı, İstanbul, Kaknüs Yayınları, 2000.

Baydar, Mustafa Çetin. **İslam, Radyo ve Televizyon**, 1.Baskı, Ankara, T.D.V.Yayınları 1994,

Çağiltay, Kürşat. **Herkes İçin İnternet**, 1.Baskı, Ankara, Tübitak Matbaası, 1995.

Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz. **İletişim ve Toplum –Kitle İletişim Kuramları Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar**, 1.Baskı, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1990.

Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz. **Popüler Kültür ve İletişim**, 1.Baskı, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1994.

Fiske, John. **İletişim Çalışmalarına Giriş**, 1.Baskı, Ankara, Ark Yayınevi, 1996

Gerçek, Selim Nüzhet. **Türk Matbaacılığı I Müteferrika Matbaası**, 1.Baskı,İstanbul, Maarif Vekilliği Yayınları,1939.

Giddens, Anthony. **Sosyoloji**, 1.Baskı, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2000.

Goethals, Gregor T. "**Religious Broadcasting**", Encyclopedia of Religion, Ed.M.Eliade, Çev.Ali Coşkun 1.Baskı, New York, MacMillan Press, 1987, s.296-302
(Yayınlanmamış Çalışma)

Günay, Ünver. **Din Sosyoloji**, 1.Baskı, İstanbul, İnsan Yayınları, 2000.

Güngör, Erol. **İslamın Bugünkü Meseleleri**, 11.Baskı, İstanbul, Ötüken Neşriyat, 1997.

- Hadden, Jeffrey K. ve Cowan, Douglas E., **Religion On The Internet: Research Prospects And Promises**, 1.Baskı, Elsevier Science Press, New York, 2000.
- Kaya, A.Raşit. **Kitle İletişim Sistemleri-Basın, Radyo ve Televizyon Yayınlarının Düzenlenmesi**, 1.Baskı, Ankara, Teori Yayınları, 1985.
- Kut, Turgut ve Türe, Fatma. **Yazmadan Basmaya: Müteferrika, Mühendishane, Üsküdar**,1.Baskı, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996.
- Labarre, Albert. **Kitabın Tarihi**, Çev.Galip Üstün, 1.Baskı, İstanbul, İletişim Yayınları, 1994.
- McLuhan, Marshall. **Gutenberg Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu**, Çev. Gül Çağalı Güven, 1.Baskı, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2001.
- McQuail, Denis. **Kitle İletişim Kuramı**, Çev.A.Haluk Yüksel, 1.Baskı, Eskişehir, Kıbele Sanat Merkezi Yayınları,1994.
- Mc Quail, Denis ve Windahl, Sven. **İletişim Modelleri**, Çev. Mehmet Küçük Kurt, 1.Baskı, Ankara, İmaj Yayınları, 1993.
- Oskay, Ünsal. **İletişimin ABC'si**, 1.Baskı, İstanbul, Simavi Yayınları, 1992.
- Öztürk, Ali. **Ötüken Türk Kitabeleri**, 1.Baskı, İstanbul, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, 1996.
- Sezen, Yümni. **Sosyolojide ve Din Sosyolojisinde Temel Bilgiler ve Tartışmalar**, 1.Baskı, İstanbul, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1990.
- Sezen, Yümni. **Sosyoloji Açısından Din-Dinin Sosyal Müesseseler Üzerindeki Tesirleri**, 2.Baskı, İstanbul, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları 1993
- Sözen, Edibe. **Medyatik Hafıza**, 1.Baskı, İstanbul, Timaş Yayınları, 1997.
- Topçuoğlu, Nur. **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu**, 1.Baskı, Ankara, Vadi Yayınları, 1996.
- Turam, Emir. **Medyanın Siyasi Hayata Etkileri**, 1.Baskı, İstanbul, İrfan Yayıncılık, 1994.

Tüfekçioğlu, Hayati. **İletişim Sosyolojisine Başlangıç**, 1.Baskı, Der Yayınevi, İstanbul, 1997.

Tümer, Günay ve Küçük, Abdurrahman. **Dinler Tarihi**, 3.Baskı, Ankara, Ocak Yayınları, 1997.

Usluata, Ayseli. **İletişim**, 1.Baskı, İstanbul, İletişim Yayınları,1994.

Williams, Raymond. **Kültür**, Çev.Suavi Aydın,1.Baskı, Ankara, İmge Kitabevi, 1993.

Sürekli Yayınlar:

Liska, Allan ve Grune, Ilana. **Bir Post-Modern Kültür Olarak İnternet**, Çev. Doğan Bıçkı, Bilgi ve Toplum, İstanbul, 1999, Sayı:2,

Francis Robin, **Teknoloji ve Dini Değişme: Yazılı Yayının İslam Toplumuna Etkisi**, Çev. Ali Köse, Bilgi ve Hikmet, İstanbul, Bahar-1994/6

Cogito, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, Kış 2002, Sayı: 30

Raporlar:

Elena Larsen, **Cyber Faith: How Americans Pursue Religion Online**, Washington, 2001

Gazete:

Zaman Gazetesi, 22.10.2002, s.2

Ansiklopedi ve Sözlük:

“Din”, İslam Ansiklopedisi, C.9. İstanbul, T.D.V.Yayınları, 1994.

Demir, Ömer ve Acar, Mustafa. **Sosyal Bilimler Sözlüğü**, 3.Baskı, Ankara, Vadi Yayınları, 1997.

Eren, Hasan., Gözaydın, Nevzat., Parlatır, İsmail.,Tekin, Talat ve Zülfikar, Hamza, **Türkçe Sözlük**, 1.Baskı, Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları,1988

Gezgin, Suat. **Basın Sözlüğü**, 1.Baskı, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1998.

Mustafa, İbrahim., Abdulkadir, Hamid., ez-Zeyyat, Ahmet Hasan ve en-Neccar
Muhammed Ali, **El-Mu'cemu'l Vasit**, 2.Baskı, Kahire, Çağrı Yayınları, 1980.

Mutlu, Erol. **İletişim Sözlüğü**, 2.Baskı, Ankara, Ark Yayınevi, 1995.

İnternet:

Kesen, Yasin. **Satanizm ve İnternet**, www.Bilisimcumhuriyeti.com. 04.02.2002

Türkiye'de İnternet, (2003) <http://www.po.metu.edu.tr>. 21.03.2003

www.alokurban.com, 24.04.2003

www.ankara.edu.tr/faculties/divinity/, 05.04.2003

www.delikan.de, 15.05.2003

www.diyamet.gov.tr 02.04.2003

www.diyamet.gov.tr/kuran/DEFAULT.ASP, 02.04.2003

www.diyanetvakfi.org.tr ,08.04.2003

www.feyzdergisi.com, 30.04.2003

www.gima.com.tr,

www.hudayivakfi.org, 08.04.2003

www.ilahiyat.marmara.edu.tr, 02.04.2003

www.kirklareliaihl.com

www.isam.org.tr, 10.05.2003

www.isav.org ,10.04.2003

www.islamicportal.de, 15.05.2003

www.islamisanat.net, 14.04.2003

www.izlerforum.net, 15.05.2003

www.kangurum.com.tr ,

www.kitapyurdu.com, 10.05.2003

www.kubacami.org/indexa.htm, 10.04.2003

www.kurban.thk.org.tr,

www.medine.org, 15.05.2003

www.mehmetcik.org.tr,

www.merkezeskicamii.com.tr.tc, 16.04.2003

www.namazzamani.com, 20.04.2003

www.semerkand.com, 30.04.2003

www.ses.8m.net, 30.04.2003

www.sizinfo.com.tr, 30.04.2003

www.tevhid.com, 15.05.2003

www.umran.org, 30.04.2003