

DİYANET

İlmi Dergi Cilt : 38 • Sayı : 4 • Ekim - Kasım - Aralık 2002



DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI
Dini Yayınlar Dairesi Başkanlığı

Üç Ayda Bir Yayınlanır

ISSN 1300-8498 Diyanet İlmi Dergi, Ankara : Diyanet İşleri Başkanlığı 1971-

- Sünnetin ve Sosyal Psikolojinin Verileri Işığında -
İSLAMÎ İLETİŞİMDE METODİK ESASLAR

Doç. Dr. Osman GÜNER

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

İlâhiyat Fakültesi Öğretim Üyesi

GİRİŞ

Tarih boyunca beşer hayatına yön vermiş her siyasi, felsefi ya da dinî sistemin, mesajını geniş halk kitlelerine yayma gibi bir hedefinin varlığı bilinmektedir. Başlangıçta mesajı ister yerel isterse evrensel nitelikli olsun her sistemin hedefi, zamanla geniş toplum kesimlerine doğru bir açılım göstermek olmuştur. Hz. İsa'dan başlayıp "yeryüzündeki bütün insanlara bir uyarıcı ve rahmet olarak gönderilen"⁽¹⁾ Hz. Muhammed'e varıncaya kadar gelmiş geçmiş bütün peygamberler için de durum aynıdır.

Bununla birlikte böyle bir hedefin gerçekleştirilmesi için toplum fertleriyle güçlü ve etkileyici bir iletişim kurmak gerektiği de ortadadır. Zira toplumsal lider ya da düşünürler, kitlelere mesajlarını ulaştırabildikleri ölçüde hayatiyet kazanmışlardır. Geçmişten günümüze dünyayı yöneten tanınmış devlet adamları, filozoflar ve dinî liderler insiyakî, fakat çoğu zaman kesin bilgi sahibi oldukları ve buna göre iletişim kurduklarından, haklı olarak tarihin ve günümüzün unutulmaz simaları olmuşlardır. Dolayısıyla düşünce, inanç ya da mesajlarını sistemli, metodik ve insanın doğasına ve psikolojisine uygun bir şekilde sunan lider ya da sistemler geniş kitlelere yayılma imkanı bulmuş; diğerleri ise tarihsel olmaktan kurtulamamıştır.

Bu makalede amacımız, iletişimde/davette İslamî olgular ile sosyal psikoloji ilminin verilerini birlikte mütalaa ederek, modern çağın söylemleriyle İslamî mesajları etkin bir biçimde sunma metodolojisine katkıda bulunmaktır. Bir başka ifadeyle, İslam'a davette dikkate alınması gereken metodik esasları, sosyal psikologların belirlediği unsurlar çerçevesinde tek tek ele alıp Sünnetin verileri ışığında değerlendirerek, deyim yerindeyse sünnetin verileriyle sosyal psikolojinin verileri arasında bir senteze giderek incelemektir. Dolayısıyla bu araştırmanın sonunda, XIV asır önce

⁽¹⁾ En'âm, 6/19; Furkân, 25/1; Yûsuf, 12/104; Sâd, 38/87; Enbiyâ, 21/107; Sebe', 34/28; A'râf, 7/158.

Hız Muhammed'in İslâm'a davet maksadıyla kullandığı yöntemlerin, günümüz sosyal psikologlarının kitleler üzerinde yaptıkları araştırmalar sonrasında elde ettikleri bulgular ve ortaya koydukları metotlarla çakıştığı ya da örtüştüğü yönleri tespit etmektedir. Bu amaçla makale, esas itibarıyla iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, İslâmî iletişime ilişkin kavramlar ve önemi ele alınırken; ikinci bölümde ise, İslâmî davetinin metodik esasları incelenmektedir.

A) Kavramlar

Gerek sosyal psikolojide, gerekse İslâmî ilimlerde "İslâmî iletişim" ya da "İslâm'a davet" konusuyla alakalı bir çok kavramın kullanıldığı görülmüştür. Bunlar arasında "iletişim, etkileyici iletişim ve propaganda" gibi sosyal-psikologlarca ve "davet, tebliğ, irşâd, vaaz ve nasihat" gibi de İslâm bilginlerince kullanılan kavramlar yer almaktadır. Kavramlar arasındaki benzerlikleri tespit etmek ve mukayese yapabilmek için bunları kısaca tanımlamak yerinde olacaktır.

"İletişim" kelimesi sözlükte, "haberleşme, iletişim ve bilgi alışverişi"⁽²⁾, sosyal psikolojide ise, "davranış değişikliği meydana getirmek üzere fikir, bilgi, haber, tutum, duygu ve becerilerin paylaşılması" anlamına gelmektedir.⁽³⁾ Bu anlamda iletişimin, insanlarda mevcut inanç, fikir ve davranışları değiştirmek, pekiştirmek yahut yenilemek amacıyla kullanılan bir vasıta olduğu görülmektedir.

"Etkileyici İletişim" ise, "ferdin ya da tümüyle toplumun düşünce ve davranışlarını etkilemek amacıyla yönelik tek yönlü iletişim yahut bilgi alışverişi" demektir.⁽⁴⁾ Sözlükte "bir öğretiyi, düşünceyi ya da inancı başkalarına tanıtır benimsenme ve yayma amacıyla yapılan sözlü, yazılı ve görsel eylem" diye tanımlanan⁽⁵⁾ "Propaganda" kelimesi ise, günlük dilde daha çok 'insanları kandırmak' şeklinde olumsuz bir anlam taşımaktadır. Kavram olarak etkileyici iletişim, propagandanın daha geniş bir muhtevaya sahiptir.⁽⁶⁾

Arapça kökenli bir kelime olan "Davet" (الدعوة) ise, lügatte "çağırarak, seslenmek, adlandırmak, dua veya beddua etmek, ziyafete çağırarak, propaganda yapmak" gibi anlamlara gelir.⁽⁷⁾ İslâmî bir terim olarak davet "insanları İslâm'a, Allah'ın birliğine çağırarak, insanlara İslâm'ı anlatarak benimsetmeye çalışmak, iyiliği emredip kötülükten vazgeçirmek için çaba sarf etmek"⁽⁸⁾ demektir.

Kuran'da, "İslâm'a, imana, Allah yoluna, Allah'ın Kitabı'na, hakka, hayra, kurtuluşa, hayat kaynağına ve esenliğe çağrı" gibi manalara gelen⁽⁹⁾ 'davet', toplumda İslâmî inanç, değer, norm ve davranışların kabul edilip uygulanmasını sağlamayı hedef alan bir aksiyondur. Dolayısıyla hedef kitle olarak hem gayr-i müslimleri hem de Müslümanları kapsamına almaktadır.

(2) Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, Ankara, 1983, I/572.

(3) Kamuran Çilenti, *Eğitim Teknolojisi ve Öğretim*, Ankara, 1981, s. 43.

(4) Çiğdem Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, İstanbul, 1988, s. 164.

(5) Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, II/975.

(6) Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s. 163-4.

(7) İbn Manzûr, *Lisânu'l-Arab*, Bulak, trz., XVI/281-2.

(8) Fahreddin er-Râzî, *Mefâtihu'l-Gayb*, İstanbul, 1308, III/20.

(9) Saff, 61/7; Hadîd, 57/8; Nahl, 16/125; Âl-i İmrân, 3/23; Ra'd, 13/14; Âl-i İmrân, 3/104; Mümin, 40/41; Enfâl, 8/24; Muhammed, 47/35; davetin Kur'an'daki kullanımları hakkında ayrıca bkz. Râgib el-İsfehâni, *el-Müfredât ft Garibi'l-Kur'ân*, Mısır, 1970, s.171-2.

Davetle kelime anlamları farklı olmakla birlikte, kavram olarak amaç ve uygulamada benzer yahut özdeş olan başka kelimeler de vardır. Bunlardan "tebliğ" (التبليغ) ilahî mesajları insanlara ulaştırmak" demektir. Nitekim Kuran'da: "**Ey Peygamber, Rabb'inden sana indirileni tebliğ et**"⁽¹⁰⁾ ayetinde görüldüğü gibi, tebliğ, peygamberlerin en başta gelen görevlerinden biridir.⁽¹¹⁾ Kuran'da, "hidayet, doğruluk, doğru iş, doğru yol ve olgunluk çağı" gibi anlamlara gelen⁽¹²⁾ "irşâd" (الإرشاد) ise, "insanlara doğru yolu göstermek ve iyiliğe sevk etmek"⁽¹³⁾ demektir. "İrşâd eden, hidayete vesile olan yahut rehberlik eden" anlamında da mürşid⁽¹⁴⁾ kelimesi kullanılmaktadır. Dolayısıyla irşâd, davetin eş anlamlısı yahut bir başka ifadesidir. Lügatte, "öğüt vermek, nasihat etmek, hatırlatmak, uyarmak ve sakındırmak" manasına gelen⁽¹⁵⁾ "vaaz" (الوعظ) ise, bir kavram olarak "yapılan işlerin muhtemel sonuçlarını anlatarak uyarmak, insanların kalplerini yumuşatarak iyiliğe özendirme, dünya ve ahiretle ilgili görevlerini bildirmek" şeklinde tanımlanmaktadır.⁽¹⁶⁾ Davet ya da İslâmî iletişimle yakından alakalı bir diğer kavram da "nasihat" (النصيحة) tir. Sözlükte "öğüt" anlamına gelen bu kelime, "insanların kalplerini yumuşatacak şekilde uygun bir dille, onlara dünyevî ve uhrevî görevleri öğretmek"⁽¹⁷⁾ demektir. Kuran'da, "öğüt vermek, tavsiye etmek, insanların iyiliğini istemek, Allah ve Resulüne samimiyetle bağlanmak"⁽¹⁸⁾, hadislerde ise, "samimi ve iyi niyetli olmak"⁽¹⁹⁾ gibi anlamlara gelir.

İslâmî literatürde tebliğ, irşâd, vaaz, nasihat, inzâr (uyarma) ve tebşîr (müjdeleme) gibi kavramlarla amaç ve muhteva birliğine sahip 'davet' kavramının, sosyal psikolojide iletişim, etkileyici iletişim ya da propaganda gibi kavramlarla karşılandığını görüyoruz. İslâm'a davet ya da İslâmî iletişim, yalnızca belli bir kesimi değil, bütün insanları hedef almış genele hitap eden bir aksiyondur. Bu nedenle amacı, İslâm'ı kabul etmiş olanlar için, İslâmî tutum ve prensiplerin geliştirilmesi yahut pekiştirilmesini sağlamak; henüz Müslüman olmayanlar için de, İslâm inancını ve prensiplerini en etkin ve en ikna edici yöntemlerle benimsetmeye çalışmaktır.

B) Davetin/İslâmî İletişimin Önemi:

Kuran-ı Kerim'de çeşitli vesilelerle Hz. Muhammed'in (s.a.s.) risaletinin bütün insanlığı kapsadığı⁽²⁰⁾ ve getirdiği dinin de Allah katında yegane geçerli din olduğu açıkça belirtilmiştir.⁽²¹⁾ Yine Kuran'da Hz. Peygamber'in insanlara dini zorla benim-

(10) Mâide, 5/67.

(11) Ahzâb, 33/39; A'râf, 7/67; Âl-i İmrân, 3/20; Nahl, 16/82; Müslim, Talak, 29; Tirmizî, Tefsîr, 66; *Ibn Mâce*, Mukaddime, 17.

(12) Bakara, 2/256; Enbiyâ, 21/51; A'râf, 7/146; Nisâ, 4/6; Hûd, 11/78.

(13) İbn Manzûr, *Lisânu'l-Arab*, IV/156; Murtaza ez-Zebîdî, *Tâcu'l-Arûs*, Beyrut, 1966, II/352.

(14) Kehf, 8/17.

(15) Asım Efendi, *Kâmus Tercümesi*, İstanbul, 1504-5, III/178.

(16) Beyza Bilgin, *Eğitim Bilimi ve Din Eğitimi*, Ankara, 1990, s.104; M. Faruk Bayraktar, *Türkiye'de Vâizlik (Tarihçesi ve Problemleri)*, İstanbul, 1997, s.17; İ. Lütfi Çakan, *Dinî Hitâbet*, İstanbul, 1998, s.59.

(17) Ömer Nasuhi Bilmen, "Vaaz ve Vâizler", Sebilü'r-Reşad Der., 23/589.

(18) Kasas, 28/20; Yûsuf, 12/14; Tevbe, 9/91.

(19) *Buhârî*, İmân, 42; *Müslim*, İmân, 229; *Ebü Dâvud*, Edeb, 67.

(20) En'âm, 6/19; Furkân, 25/1; Yûsuf, 12/104; Sâd, 38/87; Enbiyâ, 21/107; Sebe', 34/28; A'râf, 7/158.

(21) Âl-i İmrân, 3/19, 85.

setmek gibi bir görevinin olmadığı⁽²²⁾, görevinin ancak davet, irşâd ve tebliğden ibaret olduğu⁽²³⁾ ve esasen temel bir prensip olarak dinde zorlamanın olamayacağı, gerçek olanla olmayanın birbirinden ayrıldığı⁽²⁴⁾, sonuçta iman edip etmemenin tamamen insanların kendi istek ve arzularına bırakıldığı açıkça vurgulanmaktadır.⁽²⁵⁾

Bununla birlikte Kuran'da Hz. Peygamber'in bir davetçi ve uyarıcı olduğu şöyle ifade edilmektedir: "**Ey Peygamber, biz seni hakikaten bir şahit, bir müjdeci, bir uyarıcı ve Allah'ın izniyle O'na bir davetçi ve nur saçan bir kandil olarak gönderdik.**"⁽²⁶⁾ İslamî prensiplerin öğrenilmesi ve tatbik edilmesiyle gerçek huzurun sağlanmış olacağı, Kuran'ın pek çok ayetiyle bildirilmiştir.⁽²⁷⁾ Ancak dinî esasların kendiliğinden bilinmesinin ve insanlar arasında yayılmasının söz konusu olamayacağı da tartışılmaz bir gerçektir.

İnsanlar tabiatları gereği, her zaman irşâda, öğüt ve nasihate muhtaçtırlar.⁽²⁸⁾ Dinin içerdiği esaslar insanlara gereği gibi anlatılmazsa, din zamanla unutulur. Bunun neticesi olarak da cehalet ve sapıklık yaygınlaşır, felaketler çoğalır, fert ve toplumun huzuru ortadan kalkar. Bunun önüne ancak dinî duyguların ve iyi meziyetlerin yaşanması ve yaşatılmasıyla geçilebilir. Toplumu meydana getiren fertler sağlam bir inanç yapısına sahip buldukları takdirde ancak, huzursuzluk ve bunalım yerini mutluluk ve huzura terk eder. Bu nedenle bütün peygamberler davetle görevlendirilmişler ve insanları hak dine davet etmişlerdir.⁽²⁹⁾

Allah yoluna davet etmek, İslâm dininin hayatıdır, zira din, davetle gelişip davetle hayatietini sürdürmektedir. İnsan aklının bütün özelliklerini bilen yüce Yaratıcı, insanın hidayete ulaşması, dünya ve ahiret saadetini elde etmesi için yalnızca aklın yeterli olmadığını bildiğinden, hakkı ve doğru yolu kutsal kitaplar vasıtasıyla göstermiştir. Yüce Allah bu kitapların içeriğini de peygamberleri kanalıyla insanlara bildirmiştir. Peygamberler için davetçilik ya da dinî iletişim vasfı kaçınılmaz bir özelliktir. "...Biz peygamber göndermedikçe azap edici değiliz..."⁽³⁰⁾ ayeti de bu vasfın nedenli önemli bir vasıf olduğunu açıkça ifade etmektedir. İnsan aklının en önemli fonksiyonu, risalet kanalıyla gelen ilahi emirleri almasıdır. Bu ilahî buyrukların hedefi, akla hitap etmek, onu uyarmak, yönlendirmek ve zararlı etkilerden kurtarmaya çalışmaktır. İşte insanlara mutluluk yollarını açan ve Allah tarafından ilahî bir ihsan olarak gönderilen prensipler ancak davet yoluyla, bir iletişim süreci sonrasında toplum fertlerine ulaştırılabilir. Davet olmadan, kendiliğinden bu ilahî prensiplerin yayılması imkansızdır.

Dinî olsun ya da olmasın her türlü inanç ve düşünce varlığını davete borçludur. Nitekim Hz. Peygamber'in 23 yıllık risaleti boyunca İslamiyet'in yayılması için kat-

(22) Gâşiye, 88/22; Yûnus, 10/99.

(23) Âl-i İmrân, 3/20; Mâide, 5/92,99; Şûrâ, 42/48.

(24) Bakara, 2/256.

(25) Kehf, 18/29.

(26) Ahzâb, 33/45-46; bkz. Fetih, 48/8; Furkân, 25/56; En'âm, 6/19.

(27) bkz. Yunus, 10/62-64.

(28) Zariyat, 51/55; A'lâ, 87/9-10.

(29) Şevki Saka, *Kuran-ı Kerim'de İslam'a Davet Metodu*, Ankara, trz., s.28.

(30) İsra, 17/15.

landığı mücadele dolu yaşantısı, savaşları ve gece-gündüz demeden göstermiş olduğu olağanüstü gayret ve çabası, davetin ne kadar önem taşıdığını açıkça göstermektedir. Bu nedenle İslâm'ın yayılması ve prensiplerinin uygulanmasında öncelikli faktör, başta Hz. Muhammed olmak üzere Müslümanlar tarafından özenle yürütülen davet faaliyetleri olduğundan, İslâm dinine "davet dini" (دين الدعوة) denilmiş ve bu görev Müslümanların aslı görevlerinden biri sayılmıştır.⁽³¹⁾ Dolayısıyla toplumsal yönü bulunan her türlü inanç ve düşüncenin etkinliğini sürdürebilmesi için davet ya da iletişime şiddetle ihtiyacı vardır.

Davet görevinin Müslümanlar için zorunlu toplumsal bir görev olduğu, Kuran ve hadislerde çok bariz bir şekilde dile getirilmektedir. Nitekim Kuran'da: "**Sizler, insanlar için çıkarılmış en hayırlı ümmetsiniz. İyiliği emreder, kötülükten vazgeçirmeye çalışırsınız...**"⁽³²⁾ ve "**Sizden bir topluluk bulunsun ki (onlar insanları) hayra çağırırsınlar, iyiliği emretsinler ve kötülükten sakındırmaya çalışsınlar. İşte kurtuluşa erenler yalnız onlardır**"⁽³³⁾ buyurulmaktadır. İnsanlara doğru yolu gösterme görevinin önemini Hz. Peygamber (s.a.s.) de bazı hadislerinde dile getirmiştir. Nitekim o, Hayber savaşında sancağı Hz. Ali'ye vererek ona şu tavsiyede bulunmuştu: "*Sessizce onların yanlarına kadar git ve sonra onları İslâm'a davet et! Kendilerine gerekli olan ilahî hakları da onlara söyle! Allah'a yemin ederim ki, Allah'ın senin vasıtanla bir kimseye hidayet vermesi, kırmızı develere sahip olmandan çok daha hayırlıdır.*"⁽³⁴⁾ Yine bir başka hadisinde: "*Bir kimse doğru yola davet ederse, ona tâbi olanların sevabı kadar sevap verilir. Bununla birlikte tâbi olanların sevabından da bir şey eksilmez. Her kim de sapıklığa davet ederse, kendisine uyanların günahı kadar günah verilir. Bununla birlikte ona uyanların günahından da hiçbir şey eksilmez*"⁽³⁵⁾ buyurmaktadır.

Bu ayet ve hadislerden⁽³⁶⁾ de anlaşılıyor ki, insanları dinin emir ve yasaklarına çağırmak çok şerefli ve gerekli bir görevdir. Aynı zamanda bu göreve teşvik edilmekte ve bunu yerine getirenlerin büyük bir mükâfata nail olacakları belirtilmektedir.

C) Davette Metodik Esaslar

"*Usûlsüz vusûl olmaz*" prensibi gereğince, İslâmî iletişimin etkin bir şekilde yerine getirilebilmesi için, belli bir metot ve yöntemin izlenmesi gerektiğinde hiç kuşku yoktur. "Herhangi bir gayeye ulaşmak için tutulan doğruluğu ve güvenilirliği denemiş, en kısa yoldan sonuca götüren, mantıklı hareket tarzı" diye tanımlanan metot⁽³⁷⁾ her ilmin temelini teşkil ettiği gibi, İslâmî iletişimin de temelini oluşturur. Des-

(31) Mustafa Çağrıncı, "Da'vet", TDV, İslam Ansiklopedisi, IX/16.

(32) Âl-i İmrân, 3/110; bkz. Tevbe, 9/71, 112.

(33) Âl-i İmrân, 3/104; bkz. Fussilet, 41/33

(34) *Buhârî*, Cihâd, 102, 143; Meğâzî, 38; *Müslim*, Fedâilü's-Sahâbe, 35; *Ahmed b. Hanbel*, V/238, 333.

(35) *Müslim*, İlim, 16; Zikr, 1; *Ebü Dâvud*, Sünnet, 6; *Tirmizî*, İlim, 15; *Sevâbu'l-Kur'ân*, 14; *İbn Mâce*, Mukaddime, 14; *Dârimî*, Fedâilü'l-Kur'ân, 1.

(36) Diğer hadisler için bkz. *Müslim*, İmân, 78, 80; *İbn Mâce*, Fiten, 12, 20; *Ahmed b. Hanbel*, V/458, 461.

(37) Orhan Hançerlioğlu, *Felsefe Ansiklopedisi (Kavramlar ve Akımlar)*, İstanbul, 1979, IV/151; Osman Pazarlı, *Din Eğitim ve Öğretiminde Genel Metotlar*, İstanbul, 1967, s. 4-5; Ahmet Önkal, *Rasûlullah'ın İslam'a Davet Metodu*, Konya, 1984, s. 26.

cartes'in dediği gibi, "metotsuz kimse, tıpkı yolunu kaybetmiş kaptan misali, üstünden geçtiği hazineyi görmeden diyar diyar dolaşıp hazine arayan kimse gibidir."⁽³⁸⁾

Buradan hareketle diyebiliriz ki, davette metot, davetin varlığının bina edildiği ayrılmaz bir parçasıdır. Davete konu olan mesajın yüceliği, davetin kitlelere yayılması için yeterli ve yegane faktör değildir. Metotsuz ya da etkileyici iletişimin temel ilkelerinden yoksun bir davetin, mesajı insanlara aktarmada yetersiz kalacağı, sosyal psikologların yaptığı araştırmalarca da ortaya konulmuştur. Dolayısıyla günümüzde İslamî iletişimin ya da davetin amacına ulaşabilmesi için İslâm'ın temel kaynakları çerçevesinde sosyal psikoloji ilminin tespit ettiği metodik esasların dikkate alınması gerektiği son derece açıktır.

Esasen İslâm'ın temel kaynağı olan Kuran'da da davette metodik esasları dikkate almak gerektiği son derece açık bir şekilde ifade edilmiştir: "(Ey Muhammed!) **Rabb'inin yoluna hikmetle, güzel öğütle davet et! Onlarla en güzel şekilde mücadele et!...**"⁽³⁹⁾ "**İçlerinde zulmedenleri hariç, Ehl-i Kitapla en güzel şekilde mücadele edin!...**"⁽⁴⁰⁾ "**İlâhî bir lütuf sayesinde sen onlara yumuşak davrandın; eğer kaba ve katı yürekli olsaydın, etrafından dağılır giderlerdi**"⁽⁴¹⁾ ve "(Ey Resûlüm!) **De ki: 'İşte bu benim yolumdur. (İnsanları) basiret üzere Allah'a davet ediyorum. Ben ve bana tabi olanlar da böyleyiz...**"⁽⁴²⁾ Peygamber (s.a.s.) de daveti sırasında sözleri, davranışları ve yaşantısıyla Müslümanlara rehberlik ve öncülük etmiş, kısa zamanda uyguladığı tutarlı, makul, sistemli, gerçekçi ve insanın ruh dünyasına uygun metodik esaslar sayesinde kitleleri peşinden sürüklediği büyük bir başarıya imza atmıştır.⁽⁴³⁾

Sosyal psikologlara göre iletişim ya da davetin üç önemli amaç ve fonksiyonu vardır. Bunlar: a) muhataba yeni bir inanç ya da davranış kazandırmak, b) muhatapta var olan bir düşünce yahut davranışı pekiştirmek, c) muhatabın mevcut bir kanaatini yahut tutumunu değiştirmektir. Bu hedeflerden ilk ikisini gerçekleştirmek üçüncüye nispetle daha kolaydır. Yeterince dinî inanç ve tutumlardan yoksun bir muhataba dinî esasları kabullendirmek veya mevcut dinî bir düşünceyi geliştirmek her ne kadar güç olsa da, yerleşmiş dinî bir düşünceyi değiştirmek kadar zor değildir. Zira bu kimse diğerlerine göre, kendisinde var olan bu düşünceyi değiştirmemek için büyük bir direnç gösterecektir. Diğerlerinin ise bu etkiye direnç göstermesi için o kadar büyük bir neden yoktur.⁽⁴⁴⁾

İletişim/davet, insanlar veya toplumlar arasında sözlü, yazılı ve simgesel araçlarla duygu, düşünce ve tutum alışverişini sağlayan bir etkileşim sürecidir. Bir başka deyişle, iletişime konu olan mesajların iletişimci/davetçi tarafından muhataplara aynı hedef kitleye çeşitli kanallarla aktarılması sürecidir. Buna göre bir iletişim süre-

(38) Pazarlı, *Genel Metotlar*, s. 4-5.

(39) Nahl, 16/125.

(40) Ankebût, 29/46.

(41) Âl-i İmrân, 3/159.

(42) Yûsuf, 12/108.

(43) Bkz. Önkal, *Davet Metodu*, s. 45 vd.

(44) Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s. 165.

cinde: iletişimci/davetçi, mesaj ve muhatap/hedef kitle olmak üzere üç temel unsur etkin rol oynamaktadır. Bu temel unsurların dışında, iletişimde kullanılan araç ve ortamın da bu süreçte önemi büyüktür. Bu unsurların niteliklerinin istenilen düzeyde olup olmaması, iletişimin etkinliğini sağlamada ya da bir başka ifadeyle davette arzu edilen başarıyı elde etmede önemli bir rolü bulunmaktadır. Şimdi sırasıyla bu unsurları ve niteliklerini incelemeye geçebiliriz.

1) İletişimci/Davetçinin Nitelikleri:

Davetçi, daveti başlatan, mesajları davetin muhatabı olan kimselere aktaran kişidir. Bir başka ifadeyle, insanları Allah yoluna çağıran, iyiliğe teşvik eden ve kötülükten uzaklaştırmaya çalışan kimsedir. İslâmî iletişim sürecinin en temel unsurudur. Geçmişten günümüze başta peygamberler ve özellikle Hz. Peygamber ve Müslümanların böyle bir görevle yükümlü oldukları gerek Kur'an'ın gerekse sünnetin nasslarından açıkça anlaşılmaktadır. Nitekim Kuran'da Hz. Peygamber (s.a.s.)'in davetçi yönüne işaret edilerek: "**Ey Peygamber! Rabbinden sana indirilene tebliğ et, eğer etmezsen O'nun elçiliğini yapmamış olursun. Allah seni insanlardan korur.**"⁽⁴⁵⁾ buyurulmaktadır.

Davetçinin davet görevini en etkin ve en başarılı bir şekilde yürütebilmesi için kendisinde bir takım vasıfların bulunması gerektiği açıktır. Sosyal psikologlar, insanın fizikî, psikolojik ve sosyal durumlarını çeşitli bilimsel yöntemlerle inceleyerek, bir iletişim süreci boyunca oluşan etkileri, tepkileri, tutum değişikliklerini ve etkileşim boyutlarını dikkate alarak iletişimci/davetçide bulunması gereken nitelikler arasında "inanılabilirlik, güvenilirlik, uzmanlık, saygınlık ve sevilme" gibi hususiyetleri tespit etmişlerdir.⁽⁴⁶⁾ Buna göre, bir davetçi ne kadar inanılır, güvenilir, uzman, saygın ve sevilen bir kişi ise, sunduğu mesajların etkisi de o ölçüde kalıcı olmaktadır. Bu genel niteliklerin yanında, bir İslâm davetçisinde bulunması gereken vasıflara ayrıca iman ve ahlaklılık gibi nitelikleri de ilave etmeliyiz. Bu özellikleri kısaca şu şekilde izah edebiliriz:

a) İnançlı ve Azimli Olmak:

İman, her Müslüman'ın öncelikle sahip olması gereken bir hususiyettir. İslâm'da her şey imanla başlar. Davetin başlama noktası da imandır. Davetçi insanları iman etmeye çağıran kimsedir. Dolayısıyla başkalarını iman etmeye çağıran kimsenin, öncelikle kendisinin tam ve sağlam bir inanca sahip olması gerekir. Aksi halde bir kimsenin inanmadığı esaslara başkalarını çağırması kadar anlamsız ve etkiden yoksun bir tutum olamaz.

Bununla birlikte davetçi, görevini yaparken çeşitli zorluk ve sıkıntılarla karşı karşıya kalacaktır. Geçmişten günümüze İslâm'ın koyduğu esaslar, getirdiği hayat nizamını ve uyguladığı prensipler karşısında inananlara baskı yapan, zulmeden ve dışmanca bir tavır takınan insan grupları her dönemde var olmuştur. Nitekim Hz. Adem'den itibaren bütün peygamberler ve davetçiler çeşitli eziyetlere ve sıkıntılara maruz kal-

⁽⁴⁵⁾ Maide, 5/67; ayrıca bkz. Ahzâb, 33/45-46; Fetih, 48/8; Furkân, 25/56; En'âm, 6/19; İ-i İmran, 3/104.

⁽⁴⁶⁾ J. L. Freedman-D. O. Sears - J. M. Carsmith, *Sosyal Psikoloji*, (çev. Ali Dönmez), İstanbul, 1989, s. 296-301; Kağıtçıbaşı, İnsan ve İnsanlar, s. 168-173; Mevlüt Kaya, *Din Eğitiminde İletişim*, Samsun, 1998, s.78-83.

muşlardır. Bu durum Kuran'da: "(Ey Muhammed!) Senden önceki peygamberler de yalanlanmıştı da, onlar Allah'ın yardımı kendilerine gelinceye kadar yalanlandıkları ve eziyet olundukları şeylere sabretmişlerdi..."⁽⁴⁷⁾ "O halde sen de azim (ve irade) sahibi peygamberlerin sabrettikleri gibi sabret!"⁽⁴⁸⁾

Hız. Peygamber de başlangıçta kendisine inanmayan kavminin sözlü ve fiilî saldırılarına maruz kalmış ve bunlara güçlü imanı sayesinde sabırla ve azimle karşı koymuştu. Nitekim müşrikler uydurdukları çeşitli yalan ve iftiralarla onun davetine engel olmak istiyorlar ve Kuran'ın ifadesiyle: 'O delidir, yalancıdır, sihirbaz ve şairdir, getirdikleri insan sözünden başka bir şey değildir' diyorlardı.⁽⁴⁹⁾ Yine: "İnkarcılar: 'Bu (Kur'an) yalandan başka bir şey değildir; o (Muhammed) onu uydurdu, başka bir topluluk da kendisine yardım etti' dediler de kesin bir haksızlık ve iftiraya vardılar."⁽⁵⁰⁾ Bu sözlü saldırılar zamanla fiilî saldırı ve eziyetlere dönüşmüştü. Hız. Peygamber, Mekkelilere yönelttiği davetin büyük bir direnç ve tepkiyle karşılanması üzerine, Sakîf kabilesini İslâm'a davet etmek üzere Tâîfe gitmişti. Orada kendisine akraba olan üç kabile reisiyle ayrı ayrı görüşmüş, her üçü de ona karşı çok kötü davranarak derhal Tâîfi terk etmesini istemişler; bununla da kalmayıp ayak takımını onun peşine takarak taşlatmışlar ve ona hakaret etmişlerdi. Her yanı yara bere içinde kalan Peygamber (s.a.s), burada da sabır ve metanetin en güzel örneğini göstererek Allah'a şöyle niyazda bulunmuştu:

"Allahım! Güçsüz ve çaresiz kaldığımı ve insanlar arasında hor ve hakir görüldüğümü yalnızca Sana arz ve şikayet ederim. Ey merhametlilerin en yücesi! Herkesin hor görüp de dalına bindiği, çaresizlerin Rabbi! Sensin benim Rabbim!..."⁽⁵¹⁾

Yine ashaptan Habbab b. Eret, bir gün Hız. Peygamber'e gelerek: "Ey Allah'ın Resûlü! Çektiğimiz işkence ve sıkıntılardan kurtulmamız için Allah'a dua etmeyecek misin?" diye sormuştu. Bunun üzerine Peygamber (s.a.s.) onu şu sözleriyle teselliye çalışmış ve sabretmelerinin gereğini vurgulamıştı:

"Sizden önceki ümmetler içerisinde öyle kimseler vardı ki, demir taraklarla bütün derileri ve etleri soyulup kazanır, testere ile tepesinden ikiye bölünürdü de bu işkenceler yine de onları dinlerinden döndürmezdi. Allah elbette dinini tamamlayacak ve üstün kılacaktır."⁽⁵²⁾

İşte davetçinin bu zorluklara katlanabilmesi ancak, sahip olduğu sağlam ve sarsılmaz imanı sayesinde mümkün olabilmektedir. O halde davetçi yada İslâmî iletişimci öncelikle Allah'a olan inancını ve bağlılığını her zaman zinde tutmalıdır. Davetçi böyle bir inanca sahip olduğu sürece, davette şartlar ne kadar ağır ve tepki ne

(47) En'am, 6/34.

(48) Ahkâf, 46/35.

(49) Kalem, 68/51; Hicr, 15/6; Şuarâ, 26/27; Saffât, 37/36; Duhân, 44/14; Tûr, 52/29; Tekvir, 81/22; Müddessir, 74/ 24-25.

(50) Furkan, 25/4.

(51) İbn Hişam, *es-Sîretü'n-Nebeviyye*, Mısır, 1936, II/61-2.

(52) *Buhârî*, Menâkıb, 25; Medîne, 2, 10; İkrâh, 1; *Müslim*, Birr, 53; *Ebü Dâvud*, Cihâd, 97; ayrıca Hız. Peygamber döneminde yaşanan bu tür işkence ve sıkıntı örnekleri hakkında daha fazla bilgi için bkz. Saka, *Davet Metodu*, s. 60-63; Abdülkerim Zeydan, *İslâm Davetinin Esasları*, İstanbul, 1988, II/77-78.

kadar yoğun olursa olsun, zorluklar karşısında gevşeklik ve zayıflık alâmeti göstermeyecek, inandığı esaslara davet etmeyi vazgeçilmez bir görev bilecektir. Peygamberlerin ve özellikle Hz. Peygamber'in yaptığı gibi, sıkıntılar karşısında Allah'a yönelerek teselliyi yalnızca O'nda bulacaktır. Nitekim Kur'an'da, böyle bir durumla karşı karşıya kalan kimse için: "...Her kim Allah'a güvenirse, O (nun yardımını) ona yeter."⁽⁵³⁾ buyurulmaktadır. Bir başka ayette de: "İnsanlar onlara: 'Düşmanlarınız size karşı bir ordu topladılar, onlardan korkun', dediler de, bu onların imanlarını artırdı ve: 'Allah bize yeter, O ne güzel vekildir' dediler."⁽⁵⁴⁾

b) Davetçinin İnanılır Olması:

Davetçinin inanılabilirliğinden maksat, davetindeki "uzmanlık ve güvenilirlik" derecesidir. Sosyal psikologlar, günümüzde çeşitli insan grupları üzerinde yapmış oldukları araştırmalarında, inanılabilirlik düzeyi yüksek olan iletişimcilerin, düşük olanlara oranla daha fazla etkileyici olduğunu ve muhatapta daha fazla tutum değişikliğine yol açtığını ortaya koymuşlardır.⁽⁵⁵⁾

Uzmanlık derecesi, davetçinin bilgi ve anlayış gücüyle yakından alakalıdır. Davetçinin uzman ve bilgili bir kimse olması, davetin temel şartlarından biridir. Zira bilgi ve anlayıştan yoksun bir kimsenin davet görevini yerine getirebilmesi imkansızdır. Nitekim Kuran'da: "İnananların hepsi toptan sefere çıkacak değillerdir. Her gruptan bir topluluk dini iyice öğrenmek ve döndüklerinde kavimlerini uyarmak için geri kalsa ya!"⁽⁵⁶⁾ ayeti, bunun bir zorunluluk olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla davetçinin, öncelikle İslâmî ilimlerden zorunlu olarak bilinmesi gereken iman, ibadet, ahlak ve muamelat gibi konulara yeterince vakıf olması gerekir. Aksi halde bu gibi hususlar bilinmeden yapılacak davet, faydadan çok zarar getirecektir.

Davetçinin uzmanlık düzeyi, yalnızca dinî ilimlerle sınırlı kalmamalı, aynı zamanda insanın psikolojik, sosyal ve kültürel yönlerini konu edinen ilmî gelişmelere de açık olmalıdır. Bu alanda son yıllarda önemli gelişmeler kaydetmiş olan psikoloji, sosyoloji ve sosyal psikoloji gibi modern ilimlerin verilerine vakıf olmalıdır. Sahasında yeterince bilgi birikimine sahip uzman kişiler, toplumda saygın bir kişilik kazanacaklar ve dolayısıyla insanlara sundukları mesajlarda daha etkili bir konuma sahip olacaklardır.

Davetçinin inanılabilirliği ve etkinliği büyük ölçüde 'güvenilirlik derecesi' ile de doğru orantılıdır. Sosyal psikologlarca, uzmanlığı ne olursa olsun, insanlara güven telkin eden kişiliklerin, güven telkin etmeyen kimselere oranla daha etkileyici bir iletişime sahip oldukları belirtilmektedir.⁽⁵⁷⁾ Buna göre davetçinin samimi olması, özülle sözünün bir olması, sunduğu mesajlarda menfaat kaygısı taşımaması gerekir. Davetçinin sunduğu mesaj, kendine bir çıkar sağlamak yerine, aleyhine bir durum arz ediyorsa, ya da fedakarlık gerektiren bir durumda önce kendisi fedakârlık ediyorsa,

(53) Talâk, 65/3.

(54) Âl-i İmran, 3/173.

(55) Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 296.

(56) Tevbe, 9/122.

(57) Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 297; Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s. 170.

sunduğu mesajın muhatap üzerindeki etki ve ikna gücü daha fazla olacaktır. Yine muhataplar, mesajın kendilerini etkilemek amacıyla planlı bir şekilde değil de, olağan bir şekilde sunulduğu kanaatinde iseler, daha fazla etkileneceklerdir. Sunulan mesajda muhatapı etkileme niyetinin sezilmesi ya da davetçinin kendi görüşünü değiştirmeye çalıştığının algılanması da inanılabilirliği önemli ölçüde olumsuz yönde etkileyecektir.⁽⁵⁸⁾

Kuran'da, tebliğle görevlendirilen peygamberlerin kendi toplumları içerisinde seçilmiş, saygın bireyler olarak gönderilmeleri,⁽⁵⁹⁾ davete önce kendi yakınlarından başlamaları,⁽⁶⁰⁾ davette hiçbir karşılık beklememeleri⁽⁶¹⁾, fedakârlık gerektiren zorlu görevlerde önce kendilerinin fedakârlık ve diğergamlık göstermeleri ve her ortamda büyük bir samimiyetle davet görevini yerine getirmelerine sık sık temas edilmektedir.

Hz. Muhammed (s.a.s.)' de peygamber olarak gönderilmeden önce, yaşadığı toplumda "*el-emîn*" (güvenilir) bir kimse olarak tanınırdı.⁽⁶²⁾ Bu özelliğinden dolayı o, kendisine inanmasalar da toplumda her kesimden insana büyük bir güven telkin ederdi. Mekkeliler, hiç beklemedikleri bir anda peygamberlik göreviyle karşısına çıkınca, onu bu davetinden vazgeçirmek için mal, mülk, makam, mevki ve şöhret gibi reddedilemeyecek dünyevî menfaatler teklif etmişlerdi. O ise, onların bu tekliflerini davette maddî kaygısının bulunmadığını belirterek kesin bir dille reddetmişti.⁽⁶³⁾ Kuran'da onun fedakâr tutumu: "**Andolsun içinizden, sıkıntıya uğramanız kendisine çok ağır gelen, size pek düşkün, mü'minlere karşı son derece şefkatli ve merhametli bir elçi gelmiştir**"⁽⁶⁴⁾ şeklinde dile getirilmektedir. Peygamber (s.a.s.) toplumda yasak kıldığı zorlu hükümleri de, önce kendi yakınlarından başlayarak uygulamaya koyardı. Veda Haccı'nda yaptığı meşhur konuşmasında bu tutumunu şöyle dile getirmişti: "*Câhiliye dönemi faizi kaldırılmıştır. Kaldırdığım ilk faiz, Abdulmuttalib'in oğlu (amcam) Abbas'ın faizidir. Kan davaları da kaldırılmıştır. Kaldırdığım ilk kan davası da (amcazadem) Rebia b. Hâris'in kan davasıdır.*"⁽⁶⁵⁾

Bunlar gösteriyor ki, Peygamberin (s.a.s.), kendisine inanmayanlara karşı davetini yöneltirken, vahye dayalı bilgilerle donatılmış bilgili, uzman ve saygın bir kişilik sahibi, özü sözüne uygun, menfaat kaygısından uzak, kendi zararını isteyecek kadar fedakar, güvenilir ve dolayısıyla 'inanılabilirliği güçlü' bir davetçi olması, onu başarılı kılan en önemli faktörlerden biri olmuştur.

c) Davetçinin Sevilmesi:

İnsanın doğası, kendisiyle benzer görüşleri paylaşan insanları sevme ve sevdiği insanlarla da aynı görüşü benimseme yönünde güçlü bir eğilime sahiptir. Sosyal psi-

(58) Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 298-299.

(59) Rûm, 30/47; Bakara, 2/151; A'râf, 7/59; Hûd, 11/25; Neml, 27/45.

(60) En'âm, 6/74; Şuarâ; 26/214; Nûh, 71/1-5.

(61) Şuarâ, 26/109, 127, 145, 164, 180; Yâsîn, 36/21.

(62) İbn Hişâm, *es-Sîre*, I/186-188.

(63) Muhammed Hamidullah, *İslâm Peygamberi*, İstanbul, 1980, I/109-111.

(64) Tevbe, 9/128.

(65) *Müslim*, Hacc, 194; *Tirmizî*, Fiten, 2; *Tefsîr*, 2.

kologlar, insanların sevilen ve beğenilen bir iletişimciyle özdeşleşmeye ve onu taklit etmeye çalıştıklarını, dolayısıyla tutumlarını, zevklerini ve davranış biçimlerini kolaylıkla değiştirebildiklerini belirtmektedirler. Hatta bu tür bir iletişimcinin görüşleri için ortaya koyduğu mantık bile çoğu zaman önemsiz sayılmaktadır.⁽⁶⁶⁾ Zira bu kimse sevilen bir kişilik olduğu için, adeta onu memnun etmek istercesine görüşlerini yargılamadan kabul etme eğilimi ağır basmaktadır.⁽⁶⁷⁾

'Benzerlik' faktörü, sevmenin en önemli temellerinden biridir. Bu nedenle insanların, kendilerinden farklı olanlara oranla, benzer yönleri bulunanları daha fazla sevdikleri ve etkilendikleri görülmektedir. Millî, dinî, ekonomik ve ideolojik benzerlikler arttıkça, buna paralel olarak sevgi ve etkileşim de artacaktır. Bu tür benzerliklerle etkileşim arasında doğrusal bir ilişki mevcuttur.⁽⁶⁸⁾

Tarih boyunca insanlığın hidayeti için gönderilen peygamberler de toplum içerisinde seçkin ve sevgiye layık şahsiyetler olmuşlardır. İtici, sert, haşın ve sevgiden yoksun tutum ve davranışlardan tümüyle uzak kalmışlardır. Nitekim Kuran'da Hz. İbrahim'den: "**İbrahim, gerçekten yumuşak huylu, yüreği yanık ve kendisini tamamen Allah'a vermiş bir zattı**"⁽⁶⁹⁾ diye bahsedilmektedir.

Hz. Peygamberin de ashâbi tarafından olağanüstü bir şekilde sevilmesi, onu davetinde başarıya ulaştıran önemli bir faktör olmuştur. Sunduğu mesajlara, verdiği emir ve yasaklara hiç tereddütsüz uyulmasını, ona karşı insanların gönlünde oluşan sevgi ve bağlılık duygusuyla izah etmek mümkündür. Zira Allah ve Peygamber sevgisi, Kuran ve sünnette bir inanç esası olarak kabul edilmiş ve Müslümanların onları her şeyden daha çok sevmeleri gerektiği belirtilmiştir. Nitekim Kuran'da: "**İnsanlardan bazıları Allah'ın dışında bir takım eş ve ortaklar edinirler ve onları Allah'ı sever gibi severler. İman edenler ise en çok Allah'ı severler**"⁽⁷⁰⁾ ifadesinde, Allah'tan başkasını Allah'ı sever gibi sevmek şirk sayılmıştır. Bir başka ayette de: "**De ki: 'Eğer babalarınız, oğullarınız, kardeşleriniz, eşleriniz, hısım akrabanız, kazandığınız mallar, düşmesinden korktuğunuz ticaret ve hoşlandığınız meskenler, size Allah'tan, Resûlünden ve Allah yolunda cihat etmekten daha sevgili ise, artık Allah'ın emri gelinceye kadar bekleyin. Allah fâsiklar topluluğunu hidayete erdirmez**"⁽⁷¹⁾ ve "**Peygamber, mü'minler için kendi canlarından ileridir**"⁽⁷²⁾ buyurularak, Allah ve Peygamber sevgisinin hiçbir sevgiyle kıyaslanmayacak derecede üstün olması gerektiği vurgulanmıştır. Peygamber (s.a.s.) da: "*Hiç biriniz ben kendisine, babasından, evladından ve bütün insanlardan daha sevgili olmadıkça iman etmiş olmaz*"⁽⁷³⁾ şeklindeki sözleriyle inanana bu motivasyonu kazandırmak istemiştir. Bu nasırlar gereğince ashap tarafından bir davetçi olarak Peygambere (s.a.s.) karşı duyulan sevgi ve bağlılığın, onların/ muhataplarının duygu, düşünce, inanç ve tutumlarını yönlendirmede nedenli etkileyiçi bir faktör olduğu açıkça anlaşılmaktadır.

(66) Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 299 -300.

(67) Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s. 172.

(68) Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 300.

(69) Hûd, 11/75.

(70) Bakara, 2/165.

(71) Raşit Küçük, *Sevgi Medeniyeti*, Ankara, 1991, s.164.

(72) Ahzâb, 33/57; ayrıca bkz.Tevbe, 9/61-62.

(73) *Buhârî*, İmân, 8; *Müslim*, İmân,70; *Nesâî*, İmân,19; *Ibn Mâce*, Mukaddime,9; *Dârimî*, Rikâk, 29.

Bununla beraber Peygamberin (s.a.s.), Mekke'deki Arap toplumuyla ulusal, yöresel, geleneksel ve kültürel yönden -sosyal psikologların deyimiyle- 'benzerlikler' taşıması, davetin öncelikle bu topluma yöneltilmesi açısından önemli bir faktör olmuştur. Peygamberin (s.a.s.) Mekke'de yetiştikten sonra, nübüvvetini orada ilan edip yakınlarını İslâm'a davet etmeden ve peygamberliğini kabul edenler son derece sınırlı olduğu halde ölümle burun buruna gelmeden Medine'ye hicret etmemesinin oldukça önemli bir sosyolojik nedeni vardı. İbn Haldun'un da yer aldığı bir grup İslâm bilgini bunu izah ederken, davete muhatap olan Arap toplumuyla davetçi/Hz. Muhammed (s.a.s.) arasındaki asabiyet bağının davetteki etkin rolü ve önemi üzerinde durmaktadır.⁽⁷⁴⁾ Bu, ilk kez sunulan bir davette "fiilî güç ve kudretin (asabiyetin)" yani "benzerlik" faktörünün kullanılması ya da dikkate alınması anlamına gelmektedir. İşte Peygamber (s.a.s.) bu tutumuyla, yeni bir iddiayla ortaya çıktığı sırada davetinin öncelikle kendi toplumunda kök salması gerektiği bilinciyle 'benzerlik' faktörünü kullanmayı amaçlamıştır.

2) Mesajın Nitelikleri:

Davetin etkinliği, şüphesiz davetin içeriği yani sunulan mesaj ile de çok yakından ilgilidir. Mesaj, davetçinin muhatapla paylaşmak istediği duygu, düşünce ve davranışların sözlü, sözsüz ya da yazılı bir anlatımla muhataba ulaşmasını sağlayan sembollerdir.⁽⁷⁵⁾ Dolayısıyla mesaj, iletişimcinin semboller aracılığıyla muhataba aktardığı anlamlar bütünü olmaktadır. İslamî iletişimde ise mesaj, muhataba ya da hedef kitleye ulaştırılmak istenen İslamî prensipler, inanç esasları, dünya görüşü veya herhangi bir İslamî davranış tarzından ibarettir. Kısaca davete konu olan muhtevaya mesaj diyebiliriz.

Şüphesiz mesajın sistemli ve ilkelerine uygun bir şekilde sunulması, muhatap üzerindeki etkinliğini artıracaktır. Davetçinin sunduğu mesajın muhatap tarafından algılanabilmesi için, tupki davetçide olduğu gibi, mesajda da bir takım niteliklerin bulunması kaçınılmazdır. Bunlardan bazıları şunlardır:

a) Mesajın Dili ve Üslubu:

Kullanılan dil ve üslup, mesajda etkinliği önemli ölçüde artıran bir faktördür. Muhatabın bilgisi, görgüsü, sosyal, kültürel ve psikolojik durumu dil ve üslubun seçiminde dikkate alınması gereken önemli unsurlardır. Zira iletişimi engelleyen en önemli faktörlerden biri, muhatabın kullanılan dil ve üslubu anlayamaması yahut algılayamamasıdır. Bu nedenle anlatımda etkinliği artıracak dile ilişkin tüm modern kural ve yöntemlerin dikkate alınması gerekir.

Davetçi, muhataba iletmek istediği bir düşünce yahut tutumu, öncelikle ses, söz, hareket, jest, mimik, şekil vb. sembollerin kullanıldığı bir mesaj haline getirmelidir. Bu semboller, muhatabın anlayabileceği türden seçilmelidir. Muhatap kendisiyle iletişim kuran kişinin sözlü mesajlarını dikkate aldığı gibi, eli, kolu, yüzü ve bedeniyle yaptığı jest ve mimiklerden oluşan sözsüz mesajlarını da ilgiyle izler. Karşı karşıya kurulan bir iletişimde hem sözlü hem de sözsüz mesajlar aynı anda kullanılır. Bu tür konuşmalarda mesaj alışverişinin ancak küçük bir bölümünü sözlü mesajlar oluşturu-

⁽⁷⁴⁾ İbn Haldun, *el-Mukaddime*, Beyrut, 1984, s.145; Şah Veliyyullah ed-Dihlevî, *Huccetullahi'l-Bâliğa*, Beyrut, trz., 1/249; Fazlur Rahman, *İslam*, (trc. M. Aydın - M. Dağ), Ankara, 1992, s. 28.

⁽⁷⁵⁾ Akif Ergin, *Öğretim Teknolojisi, İletişim*, Ankara, 1995, s. 62; Kaya, *Din Eğitimi İletişim*, s. 85.

zur; yüz ifadeleri, el-kol hareketleri, bedeninin durumu ve sesin yükselip alçalmasıyla gönderilen sözsüz mesajlar ise, iletişimde kullanılan mesajların büyük bir bölümünü içermektedir.⁽⁷⁶⁾

Davetçinin sözlü iletişimde de dikkate alması gereken önemli hususlar vardır. Bunlardan en önemlisi, anlatımın dinleyiciye hitap hissini taşımasıdır. Yani dinleyici, konuşmacının aklından ve kalbinden geçen bir sözün aklına ve kalbine hitap ettiğini hissetmelidir. Bu, gerçek samimiyet hissidir.⁽⁷⁷⁾ Bununla birlikte konuşma esnasında önemli sözcükler üzerine vurgu yapılması, ses tonunun yükseltilip alçaltılması, kelimelerin yerine göre uzatılıp kısaltılması, önemli bir vurgu yapıldıktan sonra söze bir müddet ara verilmesi gibi prensiplere⁽⁷⁸⁾ itina gösterilmesi gerekir.

Bütün peygamberler gibi⁽⁷⁹⁾ Hz. Peygamber de birlikte yaşadığı toplumun dilini fevkalade iyi biliyordu; hatta o, diğer peygamberlerden farklı olarak kendisine 'cevâmi'u'l-kelîm'⁽⁸⁰⁾ (az ve özlü sözler söyleyebilme) kabiliyetinin verildiğinden bahsetmektedir.⁽⁸¹⁾ O, bu özelliğinin bir gereği olarak insanlara hitap ederken oldukça fahiş bir dil kullanır; konuşmaları son derece açık seçik, eksiksiz ve kısa olurdu. Nitekim Câhîz, Peygamber'in (s.a.s.) bu özelliğini şöyle tasvir etmektedir: "Onun sözleri, az harflerle çok anlamlar ifade eden, yapmacık ve zorlama tavrılardan uzak sözlerdir. Dili kullanırken uzatılması gereken yerde uzatmış, kısa ve öz olması gereken yerde de çok veciz ifadeler kullanmıştır. Konuşmaları, hikmet mirasına dayanan isimle donatılmış sözlerden oluşmaktadır. Söyledikleri bizzat Allah tarafından teyit edilmiş ve beyan konusunda başarılı kılınmıştır. Allah onun sözlerine muhabbet katmış ve onları kabule şayan kılmıştır. O heybetle tatlılığı, özlü ifade ile güzel anlatımı birlikte sunmuştur..."⁽⁸²⁾ Hz. Aîşe de, Peygamberin (s.a.s.), dinleyen herkesin rahatlıkla anlayabileceği kadar yavaş konuştuğunu, hatta kelimelerini saymak isteyenlerin bile sayabildiğini, rasgele konuşmadığını, kelime ve cümlelerini özenle seçtiğini ifade etmektedir.⁽⁸³⁾ Ashaptan Hz. Ebû Bekir, onun konuşmalarındaki fesahat ve belagata büyük bir hayranlık duyanlardandı. Bir gün bu duygusunu açığa vurarak Peygambere (s.a.s.): "Ey Allah'ın Elçisi, ben Araplar arasında çok gezdim, dolaştım, pek çok ediple karşılaştım; fakat senden daha edibine rastlamadım. Seni kim eğitti?" diye sormuş, Peygamber (s.a.s.) da: "*Beni Rabbim terbiye etti ve ne güzel eğitti*" diye karşılık vermişti.⁽⁸⁴⁾

(76) Doğan Cüceloğlu, *İnsan İnsana*, Altın Kitaplar Yay., 1979, s.155.

(77) Dale Carnegie, *Söz Söylemek ve İş Başarmak Sanatı*, (çev. Ömer Rıza Doğrul), İstanbul, 1983, s.147.

(78) Carnegie, *Söz Söylemek*, s.154-160.

(79) İbrahim, 14/4: "Biz her peygamberi, (kendilerine indirileni) açıklasın diye, mutlaka kendi kavminin dili ile gönderdik."

(80) 'Cevâmiu'l-kelîm' terimiyle, Hz. Peygamberin az sözle çok mana ifade eden veciz sözler söyleyebilme niteliği kastedilmektedir. O, kendisine verilen bu fesahat ve belagat kabiliyeti sayesinde manaların derinliğine kolaylıkla nüfuz edebilmekte, kendisine ilham edilen konuları hikmetli ve veciz sözlerle kısaca ortaya koyabilmektedir. (Yaşar Kandemir, "Cevâmiu'l-Kelîm", TDV. İslam Ansiklopedisi, VII/440.)

(81) *Buhârî*, Cihâd, 122; Ta'bîr, 22; I'tisâm, 1; *Müslim*, Mesâcid, 5-8; Eşribe, 71.

(82) Ebû Osman el-Câhîz, *el-Beyân ve't-Tebyîn*, (thk. A. Hârûn), Beyrut, 1978, II/17.

(83) *Buhârî*, Menâkıb, 20; *Müslim*, Zühd, 70; *Ebû Davud*, İlim, 7; Edeb, 21.

(84) İsmail b. Muhammed el-Aclûnî, *Keşfu'l-Hafâ ve Müzîlül-İlbâs*, Beyrut, 1351, I/70. Benzer bir rivayet, Hz. Ali'den de nakledilmektedir. Buna göre Hz. Ali: "Ey Allah'ın Elçisi, biz aynı dedenin torunlarıyız; ancak görüyorum ki, Arap boylarıyla konuşurken benden farklı bir dil kullanıyorsun" deyince, Peygamber (s.a.s.): "أدبني ربي فأحسن تأديبي" "(Rabbim beni eğitti (dil ve edebiyat bakımından yetiştirdi) ve bunu ne güzel yaptı.)" buyurmuştu. Bkz. *Ahmed b. Hanbel*, IV/158.

Hız. Peygamber ses, söz, hareket, jest ve mimikleriyle sembolleştirdiği mesajlarını muhatabın seviyesine ve anlayışına uygun bir şekilde takdim ederdi. Hitap ettiğinde muhatabın durumu ve konunun mahiyetine göre sesinin yükseltilmesi ve alçaltılmasına itina gösterirdi. Kalabalık bir topluluğa hitap ederken sesini daha iyi duyurabilmek için yüksek bir yere çıkıp ayağa kalkması⁽⁸⁵⁾ ve arka safta yer alan kadınların yanına kadar gitmesi⁽⁸⁶⁾ hep bu amaca matuf uygulamalardır. Kuran okurken bazı ayetlerde sesini yükseltip bazen de alçalttığı gibi⁽⁸⁷⁾ konuşurken de konunun önemini vurgulamak için ses ayarlamasına özen gösterirdi.⁽⁸⁸⁾

Peygamber (s.a.s.), ifade etmek istediği düşünce ve hissiyatını jest ve mimikleriyle de destekler ve dolayısıyla muhatabın konuyu daha iyi kavramasını sağlardı. Nitekim, "Mü'min, mü'min için birbirine kenetlenmiş bir bina gibidir" derken parmaklarını kenetlemiş,⁽⁸⁹⁾ Muaz b. Cebel'e hitap ederken dilini eliyle tutarak: "İşte bunu iyi muhafaza et" diye tavsiyede bulunmuş⁽⁹⁰⁾ ve minberde konuşurken asâsıyla minbere vurarak: "Bu Taybe'dir (Medine şehridir), Taybe. Dikkat edin bunu size anlatmıştım"⁽⁹¹⁾ diye uyarmıştır. Bunlar onun muhataba mesajını kavratmak için yerinde ve zamanında yaptığı jest örnekleridir.⁽⁹²⁾ O, hoşlandığı yahut öfkelenildiği davranışlar karşısında da yüzünde oluşan mimikleriyle tepkisini ifade ederdi. Ashaptan Ka'b b. Mâlik'in ifadesine göre, Peygamber (s.a.s.) sevindiğinde yüzü nurlanır, sanki bir ay parçası gibi olurdu.⁽⁹³⁾ Öfkelenildiğinde ise yüzü ateş parçası gibi kıpkırmızı kesilirdi. Bazen minberde konuşurken gözleri kızarır, sesi yükselir, sinirleri gerilirdi. Nitekim cehennemden bahsedip Allah'a sığınmış, hoşlanmadığı bir şey yüzüne yaklaştırılmışçasına yüzünü başka bir yöne çevirmişti. Bunu birkaç kez tekrarladıktan sonra: "Yarım hurmayla da olsa kendinizi ateşten kurtarmaya bakın"⁽⁹⁴⁾ diye ikaz etmişti. Bu ve benzer uygulamalar da⁽⁹⁵⁾ gösteriyor ki, Peygamber (s.a.s.) birlikte yaşadığı topluma mesajlarını aktarırken sözlü ve sözsüz iletişim yöntemlerini, hitap ettiği kesimin tüm sosyal, kültürel ve psikolojik eğilimlerini dikkate alarak uygulamış ve neticede mevcut toplumsal yapıyı etkileyerek kendi değer yargılarını bu kitle üzerinde etkin kılabilme başarısını gösterebilmiştir.

a) Mesajın Muhtevası:

Davetin etkinliği açısından mesajın dili ve üslubu ne kadar önemli ise, mesajın içeriğinin muhatabın benimsediği görüşlerden ne kadar farklı olup olmadığı, anlamda aksi görüşlere yer vermenin gerekip gerekmediği yahut muhatap üzerinde duy-

(85) *Ebû Davud*, Menâsik, 51; Muhammed İbn Sa'd, *et-Tabakâtu'l-Kübrâ*, Beyrut, 1968, I/252.

(86) *Buhârî*, İlim, 32; *Müslim*, Salâtu'l-İdeyn, 2.

(87) *Tirmizî*, Teîsir, 23.

(88) Bkz. *Müslim*, Zekât, 108; *Salâtu'l-Münâfikîn*, 24-25; *Buhârî*, İlim, 28; *Muvatta*, Sıyâm, 9, 193-4.

(89) *Buhârî*, Salât, 88.

(90) *Tirmizî*, İmân, 8.

(91) *Müslim*, Fiten, 119.

(92) Başka Örnekler için bkz. Ahmet L.Kazancı, *Peygamber Efendimizin Hitabeti*, İstanbul, 1995, s. 64-67.

(93) *Buhârî*, Meğâzi, 79.

(94) *Buhârî*, Edeb, 34; bkz. *Müslim*, Cum'a, 43; *Hudûd*, 9; *Tirmizî*, Kader, 1.

(95) Bkz. Kazancı, *Peygamber Efendimizin Hitabeti*, s. 1 48-153.

gusal mesajlar mı yoksa mantıkî mesajlar mı, öğüt ve nasihat içerikli olanlar mı yoksa tartışma içerikli olanlar mı daha etkindir gibi konular da oldukça önemlidir. Sosyal psikologların mesajın muhtevasını tespit ederken özellikle bu söz konusu hususlar üzerinde gözlemlerini yoğunlaştırdıkları görülmektedir. Bu noktalara kısaca temas etmek istiyoruz.

i. Mesajda Görüş Farklılıkları:

Bir iletişimci tarafından sunulan mesajın içeriğiyle muhatabın görüşlerinin birbirinden farklı olup olmaması, mesajın etkinliğini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyen bir husustur. Yapılan araştırmalar gösteriyor ki, iletişimde ortaya konulan görüş ile dinleyicinin tutumu arasındaki fark ne kadar büyük ise, ortaya çıkan tutarsızlık da o kadar büyük olacaktır. Dolayısıyla bu tutarsızlığı gidermek için dinleyicide oluşması gereken tutum değişimi de o kadar büyük olması gerekecektir. Yani, söz konusu iki tutum arasındaki fark ne kadar çoksa, o farkı kapatmak için o kadar fazla tutum değişimi gerekmektedir.⁽⁹⁶⁾

Konuyu bir başka açıdan ifade etmek gerekirse, davette öne sürülen görüşle, dinleyicinin görüşü birbirine yakın yahut ortak bir görüş ise, burada tutarsızlık söz konusu olmadığından tutum değişimini gerektirecek herhangi bir sebep de yoktur. Zira sosyal psikologlara göre en ideal iletişim, hatip ile muhatabın veya davetçi ile hedef kitlenin ortak ideal ve düşüncelere sahip olması, aynı arzu ve istikamette bulunması durumunda gerçekleşmektedir.⁽⁹⁷⁾ Bu bağlamda Hz. Peygamber ile sahabe arasındaki iletişimi, ideal iletişime örnek olarak gösterebiliriz. Zira yüce Allah'ın kendisine tevdi ettiği tebliğ görevini hakkıyla yerine getirebilmek için - Kur'an'ın ifadesiyle - adeta kendisini helak edercesine olağanüstü bir gayretle çalışıp çabalayan Peygamberi s.a.s.),⁽⁹⁸⁾ emsali görülmemiş bir şevk ve istekle izleyen ve hatta onun meclisinde konuşulanları 'sanki başlarına birer kuş konmuşçasına sükunetle takip ettikleri'⁽⁹⁹⁾ belirtilen sahabe arasında geçen iletişim, elbette ideal bir iletişim olacaktır. Peygamber (s.a.s.) ile sahabe arasında tamamen ortak arzu ve isteklere dayalı olarak gerçekleşen bu iletişim, sadece özel olarak tertip edilen meclislere has bir durum değil, aksine hayatın tabii seyri içerisinde, evde, yolda, çarşıda, pazarda, hazarda ve seferde her halükarda devam etmişti.⁽¹⁰⁰⁾

• Ancak mesajda bu türden ortak bir arzu değil de, orta derecede bir farklılık söz konusu ise, kişinin tutumunu değiştirmesi için önemli bir zorlama var demektir ve tutarsızlık yaratan bu farkın giderilmesi gerekir. Ancak aradaki fark daha da arttıkça, gittikçe artan bir tutum değişimi gerektiğinden, bu kadar tutum değişiminin meydana gelmesi güçleşecek ve buna karşılık davete karşı daha güçlü bir direniş ortaya çıkacaktır. Dolayısıyla tutum değişiminde de bir azalma görülecektir.⁽¹⁰¹⁾

Buna göre, dinleyicinin görüşü ile mesajın içeriği arasında orta derecede bir fark olduğunda, dinleyicide çok daha belirgin bir tutum değişimi gözlenmektedir. Ancak

⁽⁹⁶⁾ Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s.304; Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s.175.

⁽⁹⁷⁾ Özcan Başkan, *Bildirişim, İnsan Dili ve Ötesi*, İstanbul, 1988, s. 21-62.

⁽⁹⁸⁾ Kehf, 18/6; Şuarâ, 26/3.

⁽⁹⁹⁾ *Buhârî*, Cihad, 37; *Ebû Davud*, Tıbb, 1; *Sünnet*, 24; *Nesâî*, Cenâiz, 81.

⁽¹⁰⁰⁾ Muhammed Ebû Zehv, *el-Hadîs ve'l-Muhaddisîn*, Beyrut, 1984, s. 51.

⁽¹⁰¹⁾ Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s.175.

bu tutum değişiminin meydana geldiği noktayı, daha çok davetçinin inanırlılığı tayin etmektedir. Şöyle ki, mesaj inanırlılığı çok yüksek bir kaynaktan geliyorsa, muhatabın görüşünden çok farklı bile olsa, tutum değişimi yaratabilecektir. Buna karşılık, inanırlılığı düşük bir davetçinin, muhatabın görüşünden az da olsa farklı bir mesajı, muhatap tarafından fazla dikkate alınmayacaktır.⁽¹⁰²⁾

ii. Mesajın Tek ya da Çift Yönlü Olması:

Mesajın içeriğini belirlemede etkin olan bir başka önemli özellik ise, mesajın tek ya da çift yönlü olmasıdır. Mesajın tek yönlü olmasından maksat, mesajda yalnızca ileri sürülen görüşün açıklanması, aksi bir düşünceye yer verilmemesidir. Çift yönlü mesajda ise açıklanmak istenen görüşle birlikte karşıt görüşten de bahsedilmesi ve çoğu kez karşıt görüşün çürütülmeye çalışılması söz konusudur.⁽¹⁰³⁾

Burada şöyle bir soru ortaya çıkmaktadır: Acaba davetçi sadece kendi görüşünü mü ileri sürmeli, yoksa karşıt görüşe de konuşmasında yer vermeli mi? Sözelimi, İslâm'ın dünya görüşünden bahseden bir konuşmacı, İslâm'ın insana bakışından bahsederken, diğer sistemlerin insana bakışından da bahsetmeli mi yoksa yalnızca İslâm'ın görüşüyle mi yetinmeli? Nitekim bazı konuşmacılar ele aldıkları konularda kendi görüşleriyle birlikte karşıt görüşe de yer verirken, bazıları da yalnızca kendi görüşleriyle yetinirler. Acaba bunlardan hangisi doğru ve dinleyici üzerinde daha fazla etkilidir?

Bu konuda yapılan bir çok araştırma, genellikle çift yönlü sunulan mesajların dinleyici üzerinde daha fazla etkili olduğunu göstermiştir. Zira kendi görüşlerinin yanında karşıt görüşün iddialarına da yer veren bir mesaj, dinleyici tarafından daha az propaganda gibi algılanacaktır. Özellikle konu basit ve iyi bilinen bir konu ise ve dinleyici baştan iletişimciyle aynı fikirde değilse, karşıt görüşe dair iddialardan haberdar demektir. Bu durumda iletişimci bunlardan hiç bahsetmediğinde, gerçeği bile bile saklıyor ve objektif davranmıyor görünümü verecek, dolayısıyla güvenilirliğini yitirecektir.

O halde, dinleyicinin başta davetçiyle aynı fikirde olup olmaması ve konu hakkındaki genel bilgisi, burada etkileşime girmektedir. Burada etkileşime giren diğer bir özellik de, zeka ve eğitim düzeyidir. Dinleyicilerin zeka ve eğitim düzeyi ne kadar yüksek ise, çift yönlü mesajın etkisi, tek yönlü davete oranla daha yüksek olacaktır. Zira eğitim ve zeka düzeyi arttıkça, bir konunun çeşitli yönlerini bilmek ya da tahmin etmek olasılığı da artacak, dolayısıyla o konuyu sadece bir tek yönden ele alan bir iletişimci, güvenilir ve objektif görülmeyle reddedilecektir.

Bununla birlikte, tek yönlü mesajın bazı durumlarda çift yönlü mesajdan daha etkili olduğu da görülmüştür. Bu durumlarda, bundan önce söz konusu edilen durumdan çok daha farklı şartlar söz konusudur. Yani eğitim ve zeka düzeyi düşük ya da bilgisi dar olan dinleyici kesimine bir konunun iki ya da daha fazla yönünü vermek, onların zihinlerini karıştırabilir. Özellikle konu karmaşık ve iyi bilinmeyen bir konu ise, bu olasılık daha da artacaktır.⁽¹⁰⁴⁾ Sözelimi, kırsal kesimde eğitim düzeyi düşük

(102) Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 306.

(103) Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s. 179.

(104) A.e, s.180.

bir köy camiinde, Allah'ın sıfatları, kader ve kaza gibi kelimâ konularda ileri sürülen birbirinden farklı görüşlerin aktarılması, o kimseler için yarar yerine zarar getirecek, belki de onları o konularda inanç zaafına götürecektir. İşte bu gibi durumlarda tek yönlü davet hedef üzerinde daha etkili olacak ve amaca daha kolaylıkla ulaşılacaktır.

Kuran'ın da bu yöntemi dikkate alıp kullandığını görmekteyiz. Kuran, muhatabın inancını tenkit etmeden ve zayıf yönlerini ortaya koymadan önce, onun görüşlerini ortaya koymuş ve eleştirilerine delilleriyle birlikte daha sonra yer vermiştir. Nitekim Yahudi ve Hıristiyanların önce iddialarına değinmiş, daha sonra da eleştirilerine geçmiştir: **"Yahudiler: 'Uzeyr Allah'ın oğludur' dediler. Hıristiyanlar da: 'Mesih Allah'ın oğludur' dediler. Bu onların ağızlarıyla geveledikleri sözlerdir... Hahamlarını ve rahiplerini Allah'ın dışında Rabler edindiler. Meryem oğlu Mesih'i de. Oysa kendilerine yalnızca tek olan Allah'a ibadet etmeleri emredilmişti. O'ndan başka tanrı yoktur. O, onların ortak koştuklarından münezzehtir."**⁽¹⁰⁵⁾

Aynı şekilde Peygamberin (s.a.s.) de, farklı görüşlere sahip muhataplarına karşı çift yönlü iletişim tekniğini kullanarak hitap ettiği görülmektedir. Tayy kabilesine mensup Hıristiyan bir kişi olan Adıyy b. Hâtem, henüz İslâm'a girmeden Peygamberin (s.a.s.) huzuruna gelmiş ve aralarında şu konuşma geçmişti. Hz. Peygamber ona demişti ki: *"Senin neden Müslüman olmadığını biliyorum. Şimdi sen kendi kendine diyorsun ki, 'Bu dine girenler, insanların mal ve mevki itibariyle en zayıf olanları ve toplumdaki tecrit edilmiş güçsüz kimselerdir.' Allah'a yemin ederim ki, çok kısa bir zaman sonra bu dinin mensupları arasında mal öylesine çoğalacak ki, almak isteyen bile bulunmayacak. Yine senin bu dine girmene engel olan bir başka neden de, Müslümanların sayısının az, düşmanların sayısının çok olduğunu görmendir"* dedi ve: *"Ey Adıyy, sen Hîre'yi bilir misin?"* diye sordu. Adıyy: "Görmedim, fakat duydum" diye cevap verdi. Peygamber (s.a.s.): *"Allah'a yemin ederim ki, bu din mutlaka tamamlanacak ve işte o zaman bir kadın (hiçbir şeyden korkmadan) tek başına Hîre'den kalkıp Kâ'be'ye kadar gelecektir. Herhalde şu an güç ve saltanatın başkalarında olduğunu görmene de, senin bu dine girmene engel oluyor. Fakat and olsun ki, pek yakın bir zamanda bizzat sen Babil'in beyaz saraylarının fethedildiğini duyacaksın"*⁽¹⁰⁶⁾ diyerek, önce muhatabın muhtemel duygu ve düşüncelerine, his ve tereddütlerine temas etmiş ve kendisine İslâm'ı daha sonra tebliğ etmiştir.

O halde tek ya da çift yönlü davetten hangisinin dinleyici üzerinde daha etkili olacağı, davet konusunun niteliği, davetçinin saygınlığı ve çeşitli dinleyici özelliklerinin etkileşimine bağlı olmaktadır.

iii. Mesajın Duygusal ya da Akli Olması:

Mesajın içeriğinin duygusal veya mantıksal olup olmaması da dikkate alınması gereken önemli bir unsurdur. Yani bir davetçi, duygusal bir şekilde mi konuşuyorsa dinleyici üzerinde daha etkili olur, yoksa mantıkî konuşuyorsa mı? Bu konuya kesin bir cevap

⁽¹⁰⁵⁾ Tevbe, 9/30-31.

⁽¹⁰⁶⁾ Ahmed b. Hanbel, IV/257; Buhârî, Menâkıb, 25.

bülmak zordür, zira tamamen duygusal ya da tamamen mantıksal davet genellikle kullanılmamaktadır. Çoğu kez, aynı konuşma içerisinde hem duyguya hem de akla dayalı unsurlar bir arada görülmektedir.

İnsanlık tarihi boyunca, insan topluluklarının bazen ortak bazen de toplumlara ve fertlere göre değişen bir takım temel özellikleri ve karakterleri olmuştur. Geçmişten günümüze toplumlara hitap eden liderler, devlet adamları, hatipler ve peygamberler kitleleri ayakta tutan bu dinî, siyasî ve toplumsal his ve karakterleri daima dikkate almışlardır. Kitleleri en çok etkileyen unsur, onların his ve duygularına hitap edilmesidir. Halkın eskiden beri taşıdığı duygu ve düşünceleri dile getirip bunları önemseyerek bir bağ kurma ya çalışmak, insanlar üzerinde fevkalade önemli bir nüfuzun oluşmasına neden olmaktadır.

Ancak burada önemli olan, mesajın içeriğinin dinleyiciyle ne kadar alakalı olduğu, ona ne kadar yakın olduğudur. İnsanlar ancak ilgilendikleri konularda duygusal olabilirler. O halde, sunulan mesaj da ancak, dinleyiciyle bir yakınlığı varsa duygusal olabilir, aksi halde duygusallık dinleyici tarafından garip bir eda ile karşılanacaktır.⁽¹⁰⁷⁾ Nitekim bir davetçi, Müslüman topluluğa Hz. Muhammed'in (s.a.s.) ahlakî niteliklerini anlatırken duygusal olması durumunda dinleyiciler üzerinde etkili olması mümkündür, ancak Firavun, Nemrut, Ebû Leheb veya Ebû Cehil gibi olumsuz karakterlerden bahsederken duygusallaşırsa, bu tutum, dinleyiciler tarafından son derece tuhaf ve anlamsız karşılanacağı gibi, etkiden de uzak olacaktır.

iv. Mesajın Korku ya da Ümit Verici Olması:

Sosyal psikologların yaptığı araştırmalara göre, mesajın korku uyandırıcı olması, muhatap üzerinde etkili olmanın en doğal yollarından biridir. Bir annenin çocuğuna, yalnız başına caddeyi geçmesi durumunda arabaların altında ezileceğini söylemesi; bir politikacının seçmenlere, rakip adayı seçmeleri halinde ülkede tüm dengelerin bozulacağı, insanların aç ve açık kalacağı, uygarlığın yok olacağı uyarısında bulunması veya dinî liderlerin toplumları manevî bir ceza ve lanetlenme ile ikaz etmeleri şeklindeki yöntemlerin temelinde bu anlayışın yattığını görmek mümkündür. Modern araştırmalar da, korku uyandırmanın muhatapın tutum ve davranış değişimini kolaylaştırdığını ve olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Hatta korkutulan şeyleri 'düşündürmenin' bile, bazı koşullar altında tutum değişikliğini artırdığı görülmüştür.⁽¹⁰⁸⁾ Ancak bununla birlikte çok fazla korku uyandırmak, mesajla muhatap arasında kopukluğa da neden olabilmektedir. Bu tür bir yaklaşım, muhatapın bir şey yapmasına engel olacak kadar şaşırtabilmekte ya da tehlikeyi görmezlikten gelip mesajın reddedilmesine bile götürebilmektedir. Fakat öyle görünüyor ki, korku uyandırıcı mesajlar, tutum değişiminde korku uyandırmayan ya da çok az korku uyandıran mesajlara göre daha etkileyici olmaktadır.⁽¹⁰⁹⁾

Hz. Peygamber de insanlara mesajlarını aktarırken böyle bir yöntemi dikkate almış, fakat onun yöntemi yalnızca korkutmak ve ikaz etmek şeklinde tek taraflı olmamış; aynı zamanda Allah'ın nimetlerini müjdelemek ve sevindirmek suretiyle, korku

⁽¹⁰⁷⁾ Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s.183.

⁽¹⁰⁸⁾ Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 311; ayrıca bkz. Cüceloğlu, *İnsan ve Davranışı*, İstanbul, 1991, s. 290.

⁽¹⁰⁹⁾ A.e., s. 312; Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s.184.

ile ümit arasını dengelemek şeklinde çift yönlü bir iletişim olmuştur. Onun bu metodu, Kuran'ın kendisine öngördüğü bir metottur. Nitekim Kuran'da, Peygamberin (s.a.s.) hem 'müjdecî', hem de 'uyarıcı' olarak gönderilmiş bir Elçi olduğu açıkça vurgulanmaktadır.⁽¹¹⁰⁾ Yine Kuran, bir taraftan cehennem sahnelerini tasvir ederek insanları korkuyla uyarırken, diğer taraftan da cennet nimetlerinden bahsederek onları ümitlendirmektedir. Dolayısıyla Kur'an'da, cehennem azabının korkunçluğunun yanında, cennet nimetlerinin çokluğu da çok canlı bir şekilde gözler önüne serilmek suretiyle, bu gerçekler karşısında insanlar düşünmeye sevk edilmektedir.⁽¹¹¹⁾ İslâmî ilimlerde 'terğîb ve terhîb' diye kavramlaşmış olan bu çift yönlü 'korkutma ve müjdeleme' metodu, Hz. Peygamber tarafından bizzat uygulanmıştır. Rivayete göre, Peygamber'in (s.a.s.), Hayber seferi sonrasında ganimet malları henüz taksim edilmeden onlardan bir hırka kapmış olan kölesi, düşman tarafından atılan bir okla vefat etmişti. İnsanların, onun hakkında: 'şehit oldu, mübarek olsun' demeleri üzerine o: "*Hayır!... Allah'a yemin olsun ki, onun Hayber seferinde ganimetten aşırılmış olduğu şu hırka, şuan üzerinde alev alev yanmaktadır*" buyurmuştu. Bunun üzerine herkesi bir korku almış ve bu sırada bir adam çıkıp bir kaç pabuç tasması getirerek kendisinin de taksim edilmeyen ganimetten onları aldığını belirtmişti. Peygamber (s.a.s.): "*Bakın, bunlar da ateşten pabuç tasmalarıdır*" diyerek insanları cehennem ateşiyle ikaz etmiştir.⁽¹¹²⁾

Peygamber (s.a.s.)'in davetinde, bu tür 'terhîb' nitelikli yani 'korku uyandırıcı' mesajlar yanında, 'terğîb' içerikli yani 'müjdeleyici' mesajlara da yer vermiştir. Nitekim Mekkelilerce daveti tümüyle engellenen Hz. Peygamber, Medine'ye hicret etmek için ikinci Akabe biatini gerçekleştirir. Bu esnada Medineli Müslümanlar, onu tıpkı canlarını, evlatlarını ve ailelerini korudukları gibi koruyacaklarına dair söz verirler. Daha sonra onlardan biri çıkarak bu fedakârlık karşısında kendilerine ne vaat edildiğini sorar. Peygamber (s.a.s.) hiç tereddüt etmeden: "*Cennet!*" diye karşılık verir.⁽¹¹³⁾

Görülüyor ki, İslâmî iletişimde öngörülen ve insanları, verilen mesajın gereklerini uymaya teşvik etmek amacıyla, cehennem ateşiyle korkutma ve cennet nimetleriyle müjdeleme şeklindeki yöntem, Peygamber'den (s.a.s.) günümüze değin İslâm davetçileri tarafından kullanılan ve İslâmî mesajların muhatap üzerindeki etkinliğini önemli ölçüde artıran bir yöntemdir.

3) Muhatap/Hedef Kitlenin Özellikleri:

İdeal bir iletişim için iletişimci ve mesajın niteliklerinin yanında, iletişimcinin mesajı yönelttiği hedef/alıcı ya da muhatabın niteliklerinin de önemli rolü vardır. Muhatap, bir konuşmayı dinleyen, bir görüntüyü izleyen veya yazılı bir metni okuyan kişi ya da kişiler olabilir. Muhatap olan bu kişi ya da kişiler, davetçinin sembollere dönüştürdüğü sözlü, yazılı veya görsel mesajlara olumlu ya da olumsuz bir tepkiyle karşılık vereceklerdir. Muhatabın tepkisi, mesajın içeriği hakkındaki ön bilgisi ve tutumu, sosyo-kültürel durumu, sosyal statüsü ve saygınlığı, mensup olduğu grup-

⁽¹¹⁰⁾ Bakara, 2/119; Mâide, 5/19; A'râf, 7/188; Hûd, 11/2 vd.

⁽¹¹¹⁾ Seyyid Kutub, *Kuran'da Kıyamet Sahneleri*, (çev. Süleyman Ateş), İstanbul, trz., s. 49-50.

⁽¹¹²⁾ *Müslim*, İman, 183; Buhârî, Meğâzi, 38; *Ebü Dâvud*, Cihâd, 133; *Nesâî*, Eymân, 38; *Muvatta'*, Cihâd, 25.

⁽¹¹³⁾ İbn Hişâm, *es-Sîretü'n-Nebeviyye*, II/84-89. Peygamber'in (s.a.s.) mesajlarında kullandığı bu tür teşvik ve uyarı örnekleri için bkz. Zeydan, *İslam Davetinin Esasları*, II/193-4; Kazancı, *Peygamber Efendimizin Hitabeti*, s. 250-2.

lar, alışkanlıkları, anlama ve yorumlama yeteneği, ilgi ve ihtiyaçlarıyla yakından alakalıdır.⁽¹¹⁴⁾ Zira insan olması dolayısıyla mesaja muhatap olanlar, mutlaka sahip oldukları bu niteliklerin ve içinde buldukları bu psiko-sosyal motiflerin etkisi altında kalacaklardır. Davetçi/iletişimci bu tür etkenleri dikkate alarak muhatap üzerinde etki yaratacak tutum ve davranışlarda bulunmalı ve davetini buna göre yönlendirmelidir.

Burada muhatabın niteliklerine geçmeden önce, muhatabın kendisine yöneltilen bir mesaj karşısında ne tür bir tepki ya da direnç göstereceği konusuna temas etmek gerekir. Sosyal psikologların tespitlerine göre, muhatap muhtemelen ya mesajı baştan reddetme, ya sunulan görüşü çürütme, ya kaynağı kötüleme, ya savunma mekanizmalarını kullanma ya da mesajı çarpıtma şeklinde farklı tutumlar geliştirerek mesaj karşısında direnmeye çalışacaktır. Bunlar içerisinde 'mesajı reddetmek', muhatabın sıkça başvurduğu bir yöntemdir. Buna göre muhatap, hiçbir nedene dayanmaksızın ve hiçbir şeye cevap verme gereksinimi hissetmeksizin yalnızca kabul etmediğini belirtebilir.⁽¹¹⁵⁾ Muhatap 'sunulan görüşü çürütme' yoluna da başvurabilir. Bu durumda mesaja karşı çıkarak, kendi konumunu güçlendirecek deliller ortaya koyabilir ve genel olarak iletişimin etkisini zayıflatmak amacıyla elinden geleni yapabilir.⁽¹¹⁶⁾ Ayrıca muhatap, kendi görüşlerinden farklı bir düşünceyle karşılaştığında içinde bulunduğu tutarsızlığı gidermek ve gerilimden kurtulmak amacıyla, kaynağın güvenilir ve inanılır olmadığını belirterek 'kaynağı kötüleme' yolunu da deneyebilir.⁽¹¹⁷⁾ Bunun dışında muhatap, 'iletişimi çarpıtmak' ve yanlış algılamak veya mevcut çelişkiyi aklıleştirip mantıksallaştırarak sınırlandırmak ve inkar etmek suretiyle çelişkiyi giderme ve görüş ayrılıklarını azaltma yoluna da başvurabilir.⁽¹¹⁸⁾

Nitekim Hz. Peygamber peygamberliğini açıkladığı zaman, onun ilk muhatapları olan Mekkeliler de mesajlarına karşı aynı tavırları sergilemişlerdi. Mekke'de az sayıda bir grup insanın dışında, büyük bir çoğunluk onun davetini inkar etmişler ve ona karşı güçlü bir engel oluşturmuşlardı. Bu yeni din insanların inanç, adet ve geleneklerinde köklü değişiklikler yapmayı hedefliyordu. Bu nedenle aralarında, onun mesajlarını peşinen reddedenler bulunduğu gibi, onu yalancılıkla itham edip sunduğu mesajların asılsız ve ilahî nitelikli olmadığını iddia edenler de vardı: "**Andolsun onların çoğu hakkında o söz gerçek oldu; artık onlar inanmazlar...**" "**Uyarsan da uyarman da onlar için birdir, artık inanmazlar**"⁽¹¹⁹⁾, "**Hakikaten o kafirler Kur'an'ı işittiklerinde, az daha seni gözleriyle kaydıracaklardı ve bir de 'o delidir' diyorlardı. Halbuki o, ancak alemler için bir uyarıdır.**"⁽¹²⁰⁾ İçlerinde onun mesajını çarpıtmak isteyenler ve çürütmeye çalışanlar da vardı: "**Kafirler: 'Bu ancak onun uydurduğu bir yalandır. Başkaları da ona yardım etmektedir'** dediler

⁽¹¹⁴⁾ Kaya, *Din Eğitiminde İletişim*, s. 98.

⁽¹¹⁵⁾ Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 295.

⁽¹¹⁶⁾ A.e., s. 292; Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s. 166.

⁽¹¹⁷⁾ Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 293.

⁽¹¹⁸⁾ A.e., s. 294; Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s.167.

⁽¹¹⁹⁾ Yâsîn, 36/7-10; bkz. Bakara, 2/6.

⁽¹²⁰⁾ Kalem, 68/51-52; bkz. Hicr, 15/6-7; Hûd, 11/54.

de kesin bir yalan ve iftiraya vardılar. Bir de: **‘Bunlar öncekilerin masallarındır. Onları başkasına yazdırmış da sabah akşam kendisine okunuyor’ dediler.**⁽¹²¹⁾ Öyle anlaşılıyor ki, insanlar ilk kez karşılaştıkları görüşler karşısında düştikleri gerilim ve çelişkilerini gidermek amacıyla günümüzde olduğu gibi geçmişte de aynı tavrı ortaya koymuşlardır.

Davete muhatap olan kimselerin özellikleri, davete karşı gösterilecek tepkinin önemli belirleyicileridir. Bu özellikler, temelde mesaja ya da davetçiye güvenme eğilimini, davete karşı çıkabilme yeteneğini, bir tutumu değiştirmeme güdüsünü ve kişinin kendi görüşüne olan güvenini etkilemektedir. Bu özellikleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

a) Taahhüt (Bağlanma):

İletişimde ‘bağlanma’dan maksat, muhatabın bir düşünceye ya da bir tutuma olan bağlılık derecesidir. Bu bağlılık ne kadar kuvvetli ise, tutum değişimi de o kadar güç olacaktır, yani davetin etkisi o kadar azalacaktır. Bağlılığın gücünü etkileyen en önemli etken ise, kişinin benimsediği tutum doğrultusunda davranışlarda bulunması ve bunu diğer insanlara da açıklamış olmasıdır. Ayrıca bir düşüncenin özgürce seçilmiş olması da, ona olan bağlılığı daha da artırmaktadır.⁽¹²²⁾ Nitekim kendi inançlarına çok sıkı bir şekilde bağlı olan farklı bir din mensubuna karşı yapılan davetin etkisi, bağlılığı oranında zayıf kalacaktır. Ancak inançlarında şüphe içerisinde olan birine karşı yapılan davet ise nispeten daha etkili olacaktır. Bu arada Hz. Peygamber’in davetine karşı Mekkeli müşriklerin gösterdikleri katı ve inatçı direnişi de, ‘atalarının dinine olana bağlılıklarının bir neticesi’ olarak yorumlamak mümkündür: **“Onlara: ‘Allah’ın indirdiğine uyun!’ denildiğinde, ‘Hayır, biz atalarımızı neyin üzerinde bulmuşsak ona uyarız’ dediler. Peki, ya ataları bir şey düşünmeyen, doğru yolu bulamayan kimseler idiyse (ne olacak)?”**⁽¹²³⁾

b) Kendine Güven:

Genellikle kendine güveni fazla olan insanlar, kendine güveni az olanlara göre etkileyici iletişimden daha az etkilenmektedirler. Bir örnekle belirtmek gerekirse, davete muhatap olan Ahmet, kendine güvenen bir kimse iken, Mehmet’in ise kendine güveni azdır. Acaba bu davette hangisi daha kolay ikna olabilir? Bu konuda yapılan bir çok araştırmanın ortak bulgusu, kendine güveni az olan kişilerin daha kolay ikna olduğu şeklindedir. Demek ki, bir dinleyici grubunda bu kişilik özelliğinin yüksek düzeyde bulunması, o gruba sunulan davetin etkinliğini azaltacaktır. Bu durum, kendine özgüveni yüksek kişilerin kendi görüş ve tutumlarını değerli bulduğundan; kendine özgüveni zayıf kişiliklerin ise kendi düşünce ve tutumlarına yeterince değer vermediklerinden kaynaklanmaktadır.⁽¹²⁴⁾

(121) Furkân, 25/4-5; bkz. En’âm, 6/25.

(122) Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 313-4; Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s. 186-7.

(123) Bakara, 2/170. Arap müşriklerinin, atalarının inançlarına olan güçlü bağlılıklarını dile getiren diğer ayetler için bkz. Mâide, 5/104; A’râf, 7/28, 95; Yûnus, 10/78; Enbiyâ, 21/53; Şuarâ, 26/74; Lokman, 31/21; Zuhruf, 43/22, 23.

(124) Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s.188.

c) Saygınlık:

Kişinin toplum içindeki saygınlığı yani toplumdaki konumu, onun başkaları tarafından ne kadar etkilenebileceğini tayin edici bir faktördür. Saygınlığı yüksek kişiler, düşük olanlara nispetle daha zor tutum değiştirmektedirler. Zira saygın bir kimse, iletişimcinin kendisine sunduğu görüşü ancak inceleyip eleştirdikten sonra kabul ya da reddedecektir. Yapılan araştırmalara göre, basit ve yeterince savunulmayan mesajlar, saygınlığı düşük kişilerde daha çok tutum değişimine neden olurken, karmaşık ancak iyi savunulan mesajların saygınlığı yüksek kimselerde daha etkili olduğu görülmektedir.⁽¹²⁵⁾

Hız. Peygamber'in Mekke'de risaletini ilk açıkladığı ve davetine ilk başladığı sıralarda da, ona karşı en fazla tepki ve direnç gösterenler, Mekke'nin ileri gelen, nüfuzlu insanlarıydı. Onun davetine tabi olanlar ise, toplumda saygınlığı düşük ya da köle statüsünde olan kimselerdi.⁽¹²⁶⁾ Mekke'nin ileri gelen bu eşraf takımı, kendileri gibi saygın kimselerin, sıradan insanların inandığı gibi Hız. Muhammed'e (s.a.s.) iman edemeyeceklerini belirtmişlerdi. Nitekim müşriklerin ileri gelenlerinden Nadr b. Hâris, Peygamber'in (s.a.s.) sözlerini dinledikten sonra: "Muhammed'in bu söyledikleri, öncekilerin efsanelerinden başka bir şey değil" karşılığını vermişti.⁽¹²⁷⁾ Kur'an da, Medine'de münafıkların benzer bir yaklaşımla İslâm davetine karşı tavır aldıklarını belirtmektedir: "**Onlara: İnsanların iman ettiği gibi siz de iman edin, denildiği vakit 'Biz hiç, sefihlerin (akılsız ve ahmak kişilerin) iman ettikleri gibi iman eder miyiz!' derler. Biliniz ki, sefihler ancak kendileridir, fakat bunu bilmezler** (veya bilmezlikten gelirler)"⁽¹²⁸⁾ Münafıklar bu sözleriyle, davetin kendilerine yöneltmesi konusunda eşitliğe razı olmuyorlar ve kendilerini diğerlerinden farklı, üstün, aydın ve akıllı bir sınıf olarak görüyorlardı.⁽¹²⁹⁾

d) Zeka ve Eğitim Düzeyi:

Zeka ve eğitim düzeyinin iletişim esnasındaki etkinliği konusunda bir dizi araştırma yapılmış, fakat bu araştırmalar kesin bir sonuç ortaya koymamıştır. Bununla birlikte, muhatabın özellikleriyle iletişimin niteliği arasında yine de bir etkileşimin olduğu varsayılmıştır. Buna göre, tutarsız, mantıksız ve basit öncüllere dayalı bir iletişim karşısında, zeka ve eğitim düzeyi yüksek olan kimselerin yeterince zeki ve eğitimli olmayanlara oranla daha az etkilendikleri anlaşılmaktadır. Zira zeki ve eğitimli insanlar diğerlerine göre, iletişimde var olan mantıksal tutarsızlıkları daha kolay fark edeceklerdir. Aynı şekilde zeki ve eğitimli kimselerin, yeterince zeki ve eğitimli olmayanlara göre, tutarlı, mantıklı ya da karmaşık iletişimden daha fazla etkilene-

⁽¹²⁵⁾ Ayşe Can Baysal, *Sosyal Psikoloji*, İstanbul, 1989, s.197.

⁽¹²⁶⁾ Hız. Peygamber, Doğu Roma imparatoru Heraklius'u İslâm'a davet etmek amacıyla bir mektup göndermişti. İmparator mektupta yazılanların doğruluğunu araştırmak için o sırada ticaret amacıyla orada bulunan Ebû Süfyan'a Peygamber (s.a.s.) hakkında bazı sorular sormuştu. Bu sorulardan biri de, Peygamber'e tabi olanların eşraftan mı yoksa zayıflardan mı olduğu şeklindeydi. Buna Ebû Süfyan: "İnsanların zayıflarından" diye karşılık vermişti. Bkz. *Buhârî*, Bed'u'l-Vahy, 6; Cihâd, 76,106; *Müslim*, Cihâd, 74; *Ahmed b. Hanbel*, I/262.

⁽¹²⁷⁾ İbn Hişâm, *es-Sîre*, I/383.

⁽¹²⁸⁾ Bakara, 2/13.

⁽¹²⁹⁾ M. Hamdi Yazır, *Hak Dini Kur'an Dili*, (Sad. İ. Karaçam vd.), İstanbul, trz., I/212.

bilecekleri de söylenebilir. Bunun nedenini, bu tür bir iletişimin zeka ve eğitim düzeyi düşük olan muhataplara ulaşamamış yani onların bunu anlayamamış olmaları şeklinde izah etmek mümkündür.⁽¹³⁰⁾

Bu yaklaşım, Hz. Peygamber tarafından da tebliğ esnasında dikkate alınmıştır. O hitap ettiği kimselerin zekâ, muhakeme, bilgi ve kültürel düzeylerini mutlaka dikkate almıştır. Bu nedenle ashabını: "*Herkese seviyesine göre davranın*"⁽¹³¹⁾ diye ikaz etmiş ve ayrıca "*Bize, insanlara akıllarının erdiği kadar konuşmak emredildi*"⁽¹³²⁾ şeklindeki ifadeleriyle de, muhatapı tanımaya ve onların seviyesine göre hitap etmeye teşvik etmiştir. Dolayısıyla o, muhatapın durumuna göre uzun, kısa, basit veya edebî bir ifade tarzını seçer, maksadını muhatapın anlayabileceği bir üslupla anlatırdı. Nitekim Benî Fezâre kabilesinden bir adam ona gelerek karısının siyah bir çocuk doğurduğunu ve bu çocuğun kendisine ait olamayacağını söyler. Peygamber (s.a.s.) ona develeri olup olmadığını ve hangi renkte olduklarını sorar. Adamın 'develerim kırmızı' demesi üzerine: "*İçlerinde boz renkli olan var mı?*" diye sorar. Ondan 'evet var' cevabını aldıktan sonra: "*Peki bu boz renkli deve nereden geldi?*" diye sorar. Adamın: 'Herhalde damarına çekmiştir' demesi üzerine: "*Peki bu (çocuk) da soyuna çekmiş olamaz mı?*" diye karşılık verir ve anlayabileceği bir dille onu ikna etmeye çalışır.⁽¹³³⁾ Yine o, ashaptan Muaz b. Cebel'i Yemen'e Ehl-i Kitap bir toplumu İslâm'a davet etmek üzere gönderirken, şu tavsiyede bulunmuştu: "*Sen Ehl-i Kitap olan bir topluluğa gidiyorsun. Onlara vardığında önce onları Allah'tan başka ilah olmadığı ve Muhammed'in (s.a.s.) de Allah'ın Elçisi olduğunu kabule davet et. Bunu kabul ederlerse daha sonra onlara Allah'ın günde beş vakit namazı farz kaldığını bildir...*"⁽¹³⁴⁾ diye sözlerine devam eder. Görülüyor ki, Peygamber'in (s.a.s.) insanlar arası iletişimde dikkate aldığı bu yaklaşımları, sosyal psikologların günümüz şartlarında insan grupları üzerinde yaptıkları araştırmalar sonrasında elde ettikleri bulgularla metodik açıdan örtüşmektedir.

d) Cinsiyet Farkı:

Kadınların mı, yoksa erkeklerin mi daha kolay ikna oldukları konusunda yapılan araştırmalar gösteriyor ki, kadınlar telkine daha yatkın oldukları için daha kolay etkilenebilmektedirler. Günümüzdeki araştırmalar da, kadınların genellikle erkeklerden daha kolay ikna edilebildiğini ve sosyal etkiye daha fazla uyum gösterdiklerini

⁽¹³⁰⁾ Freedman, *Sosyal Psikoloji*, s. 319; Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s. 188-9.

⁽¹³¹⁾ *Ebû Davud*, Edeb, 22.

⁽¹³²⁾ Aclânî, *Keşfu'l-Haflâ*, 1/196. Bu rivayet, her ne kadar senet yönünden zayıf görülmüş ve tenkit edilmiş ise de, Peygamberin (s.a.s.) uyguladığı hitabet tarzına uygun düştüğü için metni açısından tenkit edilecek her hangi bir durum mevcut değildir. Ayrıca Hz. Ali'ye ait olduğu bildirilen: "Sizler Allah ve Resulünün tekizip edilmesini istemiyorsanız, insanlara anlayabilecekleri şeyler söyleyin" (*Buhârî*, İlim, 49) sözü ile İbn Mesûd'a ait: "Bir topluluğa akıllarının kavrayamayacağı bir Söz söylersen, bil ki, onlardan bir kısmının fitneye düşmesine sebep olursun" (*Müslim*, Mukaddime, 3) şeklindeki sözler, bu rivayeti manâ yönünden desteklemektedir.

⁽¹³³⁾ *Buhârî*, Talâk, 26; Edeb, 95; *Müslim*, Liân, 18; *Ebû Davud*, Talâk, 28; *Tirmizî*, Velâ, 4; *Nesâî*, Bey'a, 11.

⁽¹³⁴⁾ *Buhârî*, Zekât, 41, 63; *Meğâzî*, 60; *Tevhîd*, 1; *Müslim*, İman, 29, 31.

ortaya koymaktadır. Araştırmacılar bu sonucun, kadınlara has doğal bir özellikten mi yoksa toplumsal etkenlerden mi kaynaklandığı konusunu araştırmışlar ve bu araştırmaya göre, kadının her ne kadar erkeğe göre daha duygusal bir yaratılışa sahip olduğu şeklindeki doğal özelliğinin rolü yadsınamamış olsa da, bunda daha çok kadına toplumsal açıdan tayin edilen rolün etkin olduğu belirlenmiştir. Zira toplum, kadının erkekten daha yumuşak başlı, daha az iddiacı olmasını beklerken, buna karşılık bir erkeğin fikrinde direnmesi ve ısrarcı olmasını daha olağan karşılamaktadır.⁽¹³⁵⁾ Dolayısıyla bu sonuçlar, toplumdan topluma, kültürden kültüre ve kişiden kişiye değişkenlik arz edebilmektedir.

4) İletişim Ortamı ve Araçlarının Özellikleri:

İletişim sürecini şu ya da bu şekilde etkileyebilecek niteliklere sahip kişi, nesne ve olayların tümüne iletişim ortamı denir. Her iletişim mutlaka böyle bir ortam ve bağlam içinde oluşur. İletişim sürecinin oluşumu ve tutum değişimindeki etkinliği açısından iletişimin sunulduğu ortamın büyük önemi vardır. Sözelimi, herkesin yanında aynı rahatlıkla konuşamadığımız hepimizin malumudur. Sırf bu yüzden bizce önemli şeyleri söylemeden önce çevremize şöyle bir göz atar ve kimlerin bulunduğunu görmek isteriz. Yine iletişimde bulunduğumuz ortamın durumu, salonun sıcak ya da soğuk, büyük ya da küçük olması, binanın konut, işyeri, okul ya da bir tören mahalli olması gibi nitelikler konuşmamızı biz farkında olsak da olmasak da etkilemektedir. Tüm bunlar, iletişimde ortamın nedenli önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

İletişim ortamının bir de sosyo-kültürel yönü vardır. Bu yönüyle baktığımızda, toplumsal hayatta önemli sayılan değerler açısından karşımızdaki kişiyle nasıl bir çerçevede ilişki kuracağımıza karar veririz. Örneğin daha önceden tanıdığımız bir yakınımızın hanımıyla konuşurken "yenge" diye hitap etmemiz, bizim toplumsal değerlerin etkisi altında kaldığımızı göstermektedir. Yine karşımızdaki kişinin yaşı, mesleği ve öğrenim durumu da ona nasıl hitap etmemiz gerektiğini belirlemektedir.⁽¹³⁶⁾

Ayrıca iletişim ortamının fiziksel özelliğiyle ilgili olarak yapılan araştırmalara göre, kapalı ortamlarda yapılan iletişim, açık alanlarda yapılan iletişime göre daha etkili olmaktadır. Günümüzde örgün ve yaygın din eğitimi alanında kullanılan sınıflar, camiler ve evler, hem fiziksel hem de psikolojik açıdan ideal bir iletişim için uygun ortamlardır. Bu ortamlar gürültü ve karmaşadan uzak düzenli ve kontrolü mümkün ortamlar olmakla birlikte, aynı zamanda yüz yüze eğitim yapıldığından muhataplar da mesajı almaya hazır durumda bulunmaktadırlar.⁽¹³⁷⁾

Hz. Peygamber de topluma mesajlarını aktarırken ortamsal faktörleri dikkate almış ve ideal bir iletişim ortamını sağlamaya çalışmıştır. Nitekim bu amaçla önce kendi evinde daha sonra da sahabeden Erkam b. Ebi'l-Erkam'ın evinde gizlice İslamî prensiplerin öğretildiği ve Kur'an okunduğu ilim meclisleri kurmuştur. Bu meclisler-

⁽¹³⁵⁾ Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, s. 189-90.

⁽¹³⁶⁾ Cüceloğlu, *İnsan İnsana*, s. 276.

⁽¹³⁷⁾ Kaya, *Din Eğitiminde İletişim*, s. 103.

de dinleyicilerin az olduğu sohbet ortamlarında daha çok oturarak konuşmayı tercih etmiş ve kendisine sorulan sorulara bu ortamda daha içtenlikle cevaplar vermiştir.⁽¹³⁸⁾ Dinleyicilerin sayısının çoğaldığı ve önemli açıklamalarda bulunacağı ortamlarda ise ayağa kalkarak konuşmuştur.⁽¹³⁹⁾ Hatta bu amaçla konuşmalarını halka daha iyi duyurabilmek için üzerine çıkıp da konuşma yapacağı bir minber yaptırmıştır.⁽¹⁴⁰⁾

Peygamber (s.a.s.) ashabını daha iyi bir ortamda eğitebilmek amacıyla Mescid-i Nebî'de, özellikle namazlardan sonra ilim halkaları oluşturmuştu. Ayrıca belli gün ve saatlerde vaaz ve irşatta bulunmak suretiyle bu tür faaliyetleri yaygınlaştırmak da istemiştir. Peygamber (s.a.s.) bu toplantılara katılmayan kadınların, kendileri için de belli bir gün tahsis etmesini istemeleri üzerine, onların bu isteklerini yerine getirmek amacıyla haftanın bir gününü onlara ayırmıştı.⁽¹⁴¹⁾ Bununla birlikte sahabeden pek çok kadın, erkekler gibi mescide gelip Peygamber'i (s.a.s.) dinler ve özellikle Bayram namazı gibi genele hitap eden merasimlere katılırlardı. Peygamber (s.a.s.) böyle bir ortamda önce ön saftaki erkeklerle, daha sonra da kadınların bulunduğu arka saflara geçerek onlara hitap ederdi.⁽¹⁴²⁾ Dolayısıyla Hz. Peygamber iletişiminde sosyo-kültürel şartların ve ortamın dikkate alınması gerektiği prensibine büyük ölçüde riayet etmişlerdir.

İletişimde araç ise, mesajın muhataba iletilmesini sağlayan kanal ve yöntemlerdir. Bir başka ifadeyle, davetçinin zihnindeki bir bilgi, duygu ya da bir tutumu ifade eden sembollerin muhataba iletilmesini sağlayan yöntem ve tekniklere araç diyebiliriz.⁽¹⁴³⁾ Modern iletişimdeki bu araç ve yöntemler, E. Dale tarafından "yaşantı kolonisi" adı verilen bir modelle açıklanmaktadır. Bu model şu temel öğrenme ilkelerine dayanır: a) Öğrenme sürecine katılan duyu organları ne kadar fazla ise, öğrenme o kadar iyi gerçekleşir ve bilgiler o kadar geç unutulur; b) En iyi öğrenilen şeyler bizzat yapılarak ve yaşanılarak öğrenilenlerdir; c) Öğrenilenlerin çoğu gözle görülerek öğrenilir; d) En iyi öğretim somuttan soyuta, basitten karmaşığa doğru giden öğretimdir.⁽¹⁴⁴⁾

İletişimin insanlar üzerindeki etkisi, kullanılan iletişim araç ve yöntemlerine göre değişkenlik arz etmektedir. Dolayısıyla iletişimin etkili olabilmesinde araç seçiminin önemli bir yeri vardır. İletişim eylemi, iletişimci ile muhatap arasında doğrudan yani "sözlü" olarak yapılabilirdiği gibi, dolaylı olarak yani "sözsüz" ve yazılı olarak da yapılabilir. İletişimin sözlü ya da sözsüz oluşuna göre kullanılan araç ve teknikler de değişmektedir.⁽¹⁴⁵⁾

"Sözlü iletişim"de ulaştırılmak istenen mesajlar, muhatapla bizzat yüz yüze görüşerek, görüş ve düşünceler kelimelere dönüştürülerek aktarılır. Sözlü iletişimin etki-

(138) *Müslim*, Rüyâ, 23; *Nesai*, Sehv, 99.

(139) *Ebû Dâvud*, Akdiye, 15.

(140) *Buhârî*, Cuma, 26.

(141) *Buhârî*, İlim, 36.

(142) *Buhârî*, İdeyn, 7,16, 18-19; *Nikah*, 124; *Libas*, 31; *Müslim*, İdeyn, 2-4.

(143) Çilenti, *Eğitim Teknolojisi*, s. 44.

(144) A.e., s. 56-7.

(145) Kaya, *Din Eğitiminde İletişim*, s. 95.

li olabilmesi için, iletişimcinin sesiyle birlikte sözsüz iletişim tekniklerini, jest ve mimiklerini koordineli olarak kullanmalıdır. Ayrıca iletişimci, konuşma öncesinde kendisini ve konusunu iyi hazırlamalı, konuşma esnasında konuşma hızını iyi ayarlamalı, dinleyicilerle yüz yüze olmalı ve onlarla göz temasında bulunmalıdır. Yüz yüze yapılan iletişimin, sözsüz ya da kitle iletişim araçlarıyla yapılan iletişimden daha etkili olduğu, yapılan araştırmalardan anlaşılmaktadır.⁽¹⁴⁶⁾

"Sözsüz iletişim" ise, bedenini oluşturduğu işaretlerle gerçekleşen iletişimdir. Bu tür iletişimde mesajlar muhataba, konuşma dışındaki bir takım jestler, mimikler, el-kol hareketleri ya da muhatapla yüz yüze gelmeden karşılıklı yazışma yoluyla yani kısaca beden diliyle ulaştırılır. Esasen yazılı iletişimi hariç tutacak olursak, bir iletişim sürecinde hem sözlü hem de sözsüz mesajlar aynı anda kullanılır. Yüz ifadeleri, el-kol hareketleri, bedenini durumu ve sesin yükseltilip alçaltılması yoluyla aktarılan mesajlar, iletişim esnasında kullanılan mesajların büyük bir bölümünü oluşturmaktadır.⁽¹⁴⁷⁾ Bu durum, karşılıklı görüşmelerde sözsüz iletişimin yani beden dilinin ne kadar önemli ve zorunlu olduğunu göstermektedir. Araştırmalar, sözsüz iletişimin sözlü iletişime göre daha etkili olduğunu, düşünceleri değilse de duyguları daha kolaylıkla aktardığını, belirsizlik derecesinin daha yüksek ve çift anlamlı bir iletişim olduğunu ortaya koymaktadır.⁽¹⁴⁸⁾

Daha önce mesajın üslubundan bahsederken de değindiğimiz gibi, Hz. Peygamber de topluma mesajlarını aktarırken sözlü, sözsüz ve yazılı iletişim vasıtalarını kullanmıştır. Muhataplara hitap ederken canlı ve yaşayarak, hareketleriyle dikkat çekerek, sorular sorarak, manevi alemle irtibat kurarak, bazen duraklayıp bazen de tekrar ederek ve kimi zaman da yazışmalar yaparak hitap etmesi, sözlü, sözsüz ve yazılı iletişim tekniklerini son derece isabetle kullandığını göstermektedir.

Nitekim bir gün genç bir kimse mescide gelerek, Peygamber'den (s.a.s.) zina etmek için izin istedi. Bunu duyan sahabiler büyük bir hiddetle gencin üzerine yürüyerek onu Peygamberden (s.a.s.) uzaklaştırmak istediler. Peygamber (s.a.s.) onları sakinleştirdikten sonra gence yaklaşarak: "*Bu arzu ettiğin şeyin kendi anana yapılmasını ister misin?*" diye sordu. Genç: "Hayır istemem" dedi. Peygamber (s.a.s.): "*İnsanlar da böyledir, onlar da tıpkı senin gibi analarıyla, kızlarıyla zina edilmesini istemezler*" buyurarak onu tahkir etmek yerine güzel bir üslupla ikna yolunu seçmiştir.⁽¹⁴⁹⁾ Bazen de tekrarlamak suretiyle mesajına vurgu yapardı. Bir gün kendisine gelip: "Ey Allah'ın Elçisi, kime iyilikte bulunmamı tavsiye edersin?" diye soran bir sahabe: "*Anana, anana, anana (iyilikte bulunmamı tavsiye ederim)*"⁽¹⁵⁰⁾ diye üç kez tekrar etmesi de vermek istediği mesajı vurgulayarak ifade ettiğini göstermektedir. Sözü kalpiere iyice sindirmek için hitap ederken durakladığı ve sukut ettiği de görülür. Peygamber'in (s.a.s.) Vedâ hutbesini dinleyenler, yıllar sonra bu hutbeyi nak-

⁽¹⁴⁶⁾ Baysal, *Sosyal Psikoloji*, s.172, 196.

⁽¹⁴⁷⁾ Cüceloğlu, *İnsan İnsana*, s.155.

⁽¹⁴⁸⁾ A.e., s.157-60.

⁽¹⁴⁹⁾ Ahmed b. Hanbel, V/256.

⁽¹⁵⁰⁾ Tirmizî, Birr, 1; Daavât, 85.

lederken onun: "Bu hangi şehirdir? Bu hangi aydır? Bu hangi gündür?" sorularının akabinde bir müddet sükût ettiğini belirtmeden geçememişler ve "O kadar ki, bu sükût sonrasında sanki biz o şehre başka bir isim verecek zannettik" demişlerdi.⁽¹⁵¹⁾

Öğretimin canlı olması da, gönüllerde yer etmesinin önemli bir şartıdır.⁽¹⁵²⁾ Bu nedenle filmlerin iyi bir öğretim aracı olduğu görülmüştür. Hatibin de hitabet esasında konuyla ilgili tablolardan, haritalardan ve projeksiyon aletlerinden yararlanması, hiç kuşku yok ki başarısının artmasını sağlayacak önemli bir etken olacaktır. Zira bu tür bir yöntemle yapılan iletişim, yalnızca kulağa değil, aynı zamanda göze de hitap etmektedir.⁽¹⁵³⁾ Peygamber (s.a.s.) da canlı iletişime önem vermiştir. Bir gün minberde parmağındaki altın yüzüğü çıkararak cemaata göstermiş ve: "*Bu yüzüğü daha önceden takıyordum*" deyip yüzüğün kaşını elinin iç kısmına getirerek çıkarıp attıktan sonra: "*Vallahi bir daha onu ebediyen takmayacağım*"⁽¹⁵⁴⁾ demişti. Yine bir gün herkesin görebileceği kadar yüksek olan minber üzerinde namaz kılmış ve bitirdikten sonra da insanlara hitaben şöyle demişti: "*Ey insanlar, bunu ancak örnek olarak görmeniz ve öğrenmeniz için yaptım.*"⁽¹⁵⁵⁾

Peygamber (s.a.s.) bizzat görüşüp konuşma imkanı bulamadığı toplumsal sorumluluk taşıyan insanlara mesajlarını, elçiler gönderip yazışmalar yapmak suretiyle aktarırdı. Nitekim bu amaçla ashabın içerisinde bilgisi, hitabeti, ikna gücü, idrak kabiliyeti yüksek liyakatli kimseleri elçi olarak seçip onlarla birlikte komşu ülkelerin devlet başkanlarına İslâm'a davet mektupları göndermiştir.⁽¹⁵⁶⁾ Peygamber (s.a.s.), bu mektuplarında muhataplarının dinî ve kültürel kabullerini dikkate alarak onlarla ortak noktalarda mesajlar verme eğilimi içerisinde olmuştur. Bu amaçla, devrin Hıristiyan hükümdarlarından Necâşi, Kayser ve Mukavkıs'a göndermiş olduğu davet mektuplarında önce onları İslâm'a davet etmiş daha sonra da Kur'an'da geçen şu ayeti mektubuna ilave etmiştir: "*Ey Kitap ehli, bizim ve sizin aranızda eşit olan bir kelimeye gelin: 'Yalnızca Allah'a tapalım. O'na hiç bir şeyi ortak koşmayalım. Allah'tan başka tanrılar edinmeyelim.'* Eğer yüz çevirirlerse, '*Şahit olun, biz Müslümanlarız*' deyin."⁽¹⁵⁷⁾

Dolayısıyla Hz. Peygamber, Allah'ın kendisine emrettiği ve yükümlü kıldığı "**hikmetle ve güzel öğütle insanları Rabb'inin yoluna davet**"⁽¹⁵⁸⁾ görevini, kullandığı sözlü, sözsüz ve yazılı iletişim yöntemleri sayesinde başarıyla yerine getirmiş ve çok kısa bir zaman içerisinde köklü bir medeniyetin temellerini inşa etmiştir.

(151) *Buhârî*, İlim, 9, 49; *Ebû Dâvud*, *Ebvâbu'r-Rukû'*, 34; *Tirmizî*, Tefsîr, 35.

(152) Horbert Sorenson, *Eğitim Psikolojisi*, (çev. Guiten Yazgan), İstanbul, 1975, s. 412.

(153) R. Randolph Karch Edvard C. Estabrooke, *250 Öğretim Tekniği*, (çev. İbrahim Paro-İbrahim Yurt), İstanbul, 1963, s. 55 vd.

(154) *Buhârî*, Eymân, 6; *Müslim*, Libâs, 53.

(155) *Buhârî*, Cuma, 26; *Müslim*, Mesâcid, 44.

(156) Osman Güner, *Resûlüllah'ın Ehl-i Kitapla Münasebetleri*, Ankara, 1997, s. 310.

(157) Âl-i İmrân, 3/64. Bu mektup metinleri için bkz. *Buhârî*, *Bed'ü'l-Vahy*, 1; *Cihâd*, 98; *Müslim*, *Cihâd*, 74; *Hamidullah*, *Mecmûau'l-Vesâiki's-Siyâsiyye*, Kahire, 1941, s. 35; *Hz. Peygamber'in Altı Orijinal Diplomatik Mektubu*, (çev. Mehmet Yazgan), İstanbul, 1990, s.112.

(158) *Nahl*, 16/125.

SONUÇ

Dinî ya da düşünsel alanda insanlığı yönlendirme misyonuna sahip lider ve düşünürler, toplum kesimlerine düşüncelerini aktarırken belli bir yöntem izlemişlerdir. Bu yöntem ne kadar metodik esaslara dayanıyorsa, o kadar başarılı olma şansına sahiptir. Yaşadığımız çağda insanlar arası iletişim sorunlarını uzmanlık konusu edinmiş olan sosyal psikologların yaptıkları araştırmalar gösteriyor ki, iletişimde başarılı olmanın sırrı, metodik esasları benimseyip uygulamaktan geçmektedir. Buna göre gerek dinî gerekse gayr-i dinî bir iletişim sürecinde nitelikleri yönünden dikkate alınması gereken bazı unsurlar mevcuttur. Bu unsurları iletişimci/davetçi, iletişimcinin vermek istediği mesaj, mesajın sunulduğu hedef kitle/muhataplar, iletişim/davet ortamı ve iletişim/davet vasıtaları diye sıralamak mümkündür. İletişimde arzulanan başarıya ulaşabilmek için bu unsurların özelliklerinin istenilen düzeyde olması gerekir.

İslamî iletişim ya da İslâm'a davette başarılı olmanın yolu da, Hz. Peygamber'in yaptığı gibi, söz konusu metodik ilkelerin gereklerini yerine getirmekten geçmektedir. Buna göre öncelikle davetçinin, Descartes'ın deyimiyle, 'yolunu kaybetmiş bir kaptan durumuna düşmemesi' için, savunduğu mesajlara samimiyetle bağlı, inançlı ve kararlı olmanın yanında, sevilen, beğenilen, sahasında uzman ve güvenilir bir kimse olması gerekir. Bununla birlikte davete konu olan mesaj da, dil ve üslup yönünden anlaşılır ve algılanabilir, akla ve kalbe hitap hissini taşıyıcı bir niteliğe sahip olmalıdır. Mesajın içeriğini tespit ederken muhatabın görüşleriyle uyum içerisinde olup olmadığı, karşıt görüşlere yer verilip verilmediği, ne kadar duygusal ya da akli olduğu, ne kadar korkutucu ya da ne kadar müjdeleyici olduğu gibi hususlara dikkat edilmelidir. Muhatap ya da hedef kitle açısından ise, öncelikle nitelikleri itibarıyla bu kesimin mesaj karşısında ne tür bir tepki ya da direnç gösterecekleri dikkate alınmalı ve sahip oldukları düşünceye ne kadar bağlı oldukları, kendilerine ne kadar güven duydukları, saygınlıklarının, zeka ve eğitimlerinin hangi düzeyde olduğu göz önüne alınmalıdır. Ayrıca davet ortamının da fiziksel ve psikolojik açıdan uygun olup olmadığı gözetilmeli ve davette, şartlar gereğince sözlü, sözsüz ve yazılı iletişim vasıtalarının temel esaslarına riayet edilmelidir.

