

DİN HİZMETLERİNDE SUNUM*

PRESENTATION IN THE RELIGIOUS MINISTRY

Dr. Yusuf MACİT*

Özet

Din hizmetlerinin hedef kitleye sunumunda başarılı olabilmek için dikkat edilmesi gereken bazı hususlar vardır. İnsanların dini öğrenmedeki amaçlarına hizmet eden ve bunu pratiğe dönüştürmelerine katkı sağlayan sunumlar, kişileri motive etmede daha etkilidir. Bunun için hedefin amaç ve beklentileri ile mesaj arasındaki bağlantıları bulmak ve mesajı onlar üzerinde sempati uyuracak şekilde sunmak gerekir.

Bilgileri, duyguları, düşünceleri anlatmanın ve paylaşmanın en etkili yolu sözlü iletişimdir. Kur'ân bu yolla indirilmiş, Hz. Peygamberin sözleri de ilk önce sözlü iletişim yoluyla rivayet edilmiştir. İyi bir konuşmacı söylediği sözlerin anlamını mimik ve jestlerine yansıtmalıdır. Mesajın bilgilendirici bir üslupla sunumu, hedefin bilgi edinmesini, yanlış bilgilerini düzeltmesini ve eksik bilgilerini tamamlamasını temin eder. Mesajın ikna edici sunumuyla insanların dini tutum ve davranışlarında bir takım olumlu gelişmeler ve değişiklikler sağlamak mümkündür. Mesajın etkili sunumu için, “sen” dili yerine, “ben” dilini kullanmak daha isabetlidir.

İnsanlık tarihi boyunca peygamberlerle temsil edilen bu kutsi görevin, bugün de bilgilendirici, ikna edici ve duyguları motive edici yöntemlerle ve gayesine uygun bir şekilde sunulması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Din, İletişim, İkna, Sunum

Abstract

There are some certain matters to take into account at presentation of the religious service to the mass as the target. The presentations serving to the aims of human learning of the religion and making it a practiced one are somewhat more effective in motivating persons than any other methods could do. Therefore, we should find the relationships between the aims and expectations of the target and should present them the message such a manner that makes sympathy over them.

* Bu makale, Diyanet İşleri Başkanlığınca, (Ankara) Kızılcahamam'da 03-04 Kasım 2007 tarihinde “Din Hizmetlerinin Bugünü ve Geleceği” ana gündemiyle gerçekleştirilen I. Din Hizmetleri Sempozyumunda “Din Hizmetlerinde Sözlü ve Sözsüz İletişim” adıyla sunulan bildirinin bir kısmının genişletilmiş şeklidir.

* Dr., Samsun İl Müftülüğü İl Vaizi, ymacid@gmail.com

The best way to communicate the knowledge, feelings and thoughts is the verbal communication. Qur'an has been sent down by that way as well as the words of the prophet, first of all, were narrated by the verbal communication. A good speaker should reflect the meaning of what he had told about on his gestures and mimics. This kind of presentation provides with the completion of the shorted information and with correction of the wrong knowledge about it. It is possible to provide some developments and changes in religious attitudes and behaves. It is more convenient to use "the mode of I" rather than that of "You".

This sacred ministry which was represented by the prophets throughout the history must be presented as well as today by the informative, convictive and sensitive methods and by the convenient means proper to its aims.

Key Words: Religion, Communication, Conviction, Presentation

Giriş

Dini iletişim sözlü, sözsüz ve yazılı olarak gerçekleşir. Sözlü iletişimle bilgi, duygu ve düşünceler konuşularak, anlatılarak paylaşılır. Sözsüz iletişim, kişinin duygu ve düşüncelerini, isteklerini, karşısındakine bilinçli veya bilinçsiz, sözsüz olarak aktarmasıdır. Sözcüklerin kullanılmadığı bu iletişim biçimi, jestler, mimikler, oturuş, duruş gibi çeşitli tavırlarla beden dilini ortaya koyar. Sözsüz iletişim, susma, sesin rengi ve müziği, beden dili, mekân ve zaman özellikleri, renk ve giyim-kuşam kodlarını içerir. Beden dili jestlerle ve mimiklerle gerçekleşir. İyi bir konuşmacı söylediği sözlerin anlamını mimik ve jestlerine yansıtır.

İnsanlar, birbirleriyle sürekli iletişim içindedirler. İnsan, salt iletişim kurabilen değil, aynı zamanda iletişimin bütün türleri ve biçimleri ile "konuşabilen" bir varlıktır. O, basit bir iletişim sürecinde bile mesaj veren kaynak, geribildirim alan alıcı ve bazı durumlarda da bizzat kendisi mesajdır.¹

İslam, ilahi mesajın muhatapın vicdanını uyarıcı, bilinç alanını genişletici, duygularını harekete geçirici yöntemle sunulabilmesi için yerine göre duygulara, heyecanlara, yerine göre akla, bilgiye hitap edilmelisini ister. Etkili iletişim için, hikâyelerden, benzetmelerden, örneklerden ve karşılaştırmalardan faydalanmayı önerir. Zira bunlar, sunulan bilgiyi daha canlı hale getirir ve muhatapta, mesajı kabul etmesini sağlayacak şekilde istek uyandırır.

¹ Tanım ve değerlendirmeler için bakınız, Eren, Hasan vd., *Türkçe Sözlük*, TDK. Yay. Ankara, 1988, c.1, s. 696; Oktay, Mahmut, *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*, Der Yay. İstanbul, 1996, s. 15; Dökmen, Üstün, *İletişim Çatışmaları ve Empati*, Sistem Yay. İstanbul, 1999, s. 321; Cüceloğlu, Doğan, *Yeniden İnsan İnsana*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1999, s. 19-20; Evliyaoğlu, Gökhan, *İletişim Psikolojisi Psikolojik İletişim*, Türkiye Gazeteciler Sendikası Yay. İstanbul, 1987, s. 21.

Başlangıcını Hz. Peygamber'in yaptığı din hizmeti günümüzde diyanet ve ilahiyat mensupları, özellikle müftüler, vaizler, din dersi öğretmenleri, Kur'an Kursu öğreticileri, imam-hatipler ve müezzinler tarafından yerine getirilmektedir. Ayrıca sivil inisiyatifle din hizmeti sunanlar da vardır. Aslında bütün Müslümanlar bir taraftan din hizmeti alırken diğer taraftan da söz ve davranışlarıyla din hizmeti sunan kimse konumundadırlar.

Din hizmeti sunanların kemiyet olarak yeterli oldukları ortadadır. Ancak keyfiyet olarak yeterli oldukları söylenemez. Daha genel bir ifade ile "bilgilendirici iletişim", "ikna edici iletişim", "duygulandırıcı ve motive edici iletişim", mesajın "sen" ve "ben" dili ile sunumu gibi hususlar kavramsal dolayısıyla da düşünsel olarak din hizmeti sunanların gündeminde değildir. Ayrıca sözlü ve sözsüz iletişimin öneminin yeterince anlaşıldığı da söylenemez. Elbetteki, başlangıcından günümüze kadar elden ele, dilden dile, gönülden gönle aktarılan bir din hizmeti olagelmıştır. Fakat bu nesilden nesle süregelen uygulamaların özellikle insan psikolojisi, iletişim ve ikna psikolojisi ve benzeri bilimlerin gelişimine ve sosyal bilimlerin ortaya koyduğu veri ve yeniliklere paralel bir gelişme göstermediği de bir gerçektir. İşte bu yazının amacı ve çerçevesi yukarıda eksikliğini ifade ettiğimiz hususların kısmen de olsa ele alınması olacaktır.

I-Mesaj Sunumunda Sözlü İletişim

Sözlü iletişim; bilgi, duygu ve düşüncelerin konuşularak, anlatılarak paylaşılması sürecidir. Sözlü iletişimde konuşan kişilerin seslerinin tonu, ritmi, yükselip alçalması, monotonluğu, tınısı gibi özellikler duyguları aksettirir ve çoğu kez sözlerin anlamına ışık tutar.² Ayrıca sözlü iletişimde sözcükler söyleyene, dinleyene, iletişim ortamına, zamana, mekâna, ses tonuna ve vurgusuna, cümle içindeki yerine ve başka sözcüklerle bağlantısına göre anlam kazanır.³

Bilgileri, duyguları, düşünceleri anlatmanın ve paylaşmanın en etkili yolu olan sözlü iletişim, konuşma dili sayesinde gerçekleşmektedir. Bu, insanın en önemli özelliğidir ve iletişim sürecinde alternatif olmayan bir araçtır. Sözlü iletişim, yani konuşma dini iletişimde en etkili yoldur. Kur'an bu yolla indirilmiş ve yayılmıştır. Hz. Peygamberin sözleri de ilk önce sözlü iletişim yoluyla rivayet edilmiştir.

Kur'an'ın indirildiği dönemde sözlü iletişim altın çağını yaşamaktaydı. Kâhin, şair ve kıssacılar toplumu etkilemekte ve yönlendirmekteydi. Özellikle kıssacılar, panayırlarda, şölenlerde kitleler karşısında kısa anlatmakta ve

² Köknel, Özcan, *İnsanı Anlamak*, Altın Kitaplar Yay. İstanbul, 1997, s. 84; Zillioğlu, Merih, *İletişim Nedir?*, Cem Yay. İstanbul, 1993, s. 188, 189; Ros, J. Brun, *Hatiplik Sanatı*, Çev.: Nazife Müren, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1973, s. 46.

³ Köknel, a.g.e. s. 97.

kendilerini Kur'an'ın mesajına alternatif olarak göstermekteydiler. Buna karşılık söz sanatının en görkemli örneği olan Kur'an, insanlara bir benzerini meydana getirmeleri için çağrıda bulunmuş, âdetâ meydan okumuştur.⁴ Çağdaşları, sözün her türlüünü bilip söylemelerine rağmen, Kur'an'ın bir benzerini meydana getirip taklit etmekten aciz kalmışlar; söze sözle karşılık verememişlerdir. Kur'an'ın mucize oluşu karşısında çaresiz kalan bu insanlar, Kur'an'ı basit göstermek için Hz. Peygambere şair⁵, sihirbaz⁶, kâhin⁷ diye yakıştırmalarda bulunmuşlardı. Buna karşılık Allah (cc), peygamber de olsa bir insanın muhataplarının sözünden etkilenebileceğini ima ederek, Hz. Muhammed (as.)'i "Onların sözü seni üzmesin"⁸; "Sen onların dediklerine sabret..."⁹ diye teselli etmiştir.

Kur'an-ı Kerim sözün doğru¹⁰, güzel¹¹, yumuşak¹² ve ruhlara işleyecek şekilde tesirli¹³ olması gereği üzerinde durmuştur.¹⁴ Bu konuda Kur'an'ın, Firavun gibi ilahlık davasında bulunan büyük bir azgına bile, yumuşak söz söylenmesini tavsiye etmesi, dikkat çekicidir. Böylece, iletişimin yumuşak bir üslupla yapılması sayesinde Firavunun ibret alması, ya da yüce Allah'tan korkması umulmuştur.¹⁵ Hz. Musa (as) da, Firavuna gitmesi ve ilâhi mesajı iletmesi için görevlendirildiğinde, hazırlık yapmış ve: "Rabb'im benim göğsümü aç (risâlet görevini yüklenebilmesi için yüreğimi genişlet). Bana işimi kolaylaştır, dilimin düğümünü çöz ki, sözümü anlasınlar. Bana ailemden bir vezir ver; Kardeşim Hârun'u"¹⁶; "Kardeşim Hârun, o, dil bakımından benden daha güzel konuşur. Onu da benimle beraber, beni doğrulayan bir yardımcı olarak gönder. Zirâ ben, beni yalanlayacaklarından korkuyorum"¹⁷ diyerek dua etmiş; anormal tutum ve davranışlar sergilemekten çekinmeyen Firavunun karşısına cesaretle ve sözlü iletişimde güçlü olarak çıkmak istemiştir.¹⁸

Sözlü anlatımda cümlelerin düzgün kurulması, dilbilgisi kurallarına uygun ve anlaşılır olması iletişimi kolaylaştırır. Sözcüklerin hakkını vererek doğru

⁴ Bakara, 2/23-24.

⁵ Hâkka, 69/41.

⁶ Şuarâ, 26/185.

⁷ Hâkka, 69/42; Tûr, 52/29.

⁸ Yâsîn, 36/76.

⁹ Kaf, 50/39.

¹⁰ Nisâ, 4/9; Ahzab, 33/70.

¹¹ Bakara, 2/83; Nisâ, 4/8.

¹² Tâhâ, 20/44; İsrâ, 17/28.

¹³ Nisâ, 4/63.

¹⁴ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Çakan, İsmail Lütfi, *Hakkı Tavsiye Metod ve Vasıtaları*, Büşra Yay. İstanbul, 1992, s. 42-47.

¹⁵ Tâhâ, 20/43-44.

¹⁶ Tâhâ, 20/25-30.

¹⁷ Kasas, 28/34.

¹⁸ Daha geniş değerlendirmeler için bkz.: Macit, Yusuf, *İletişimde Model Olarak Hz. Muhammed*, Yeni Akademi Yay. İstanbul, 2006, s. 60-91.

seslendirme, konuşmanın etkisini, güzelliğini artırır. Diksiyon,¹⁹ konuşmanın temelidir. Eğitilmiş bir sesin güzel konuşmaya etkisi büyüktür. Eğitilmiş ses yardımıyla sözcükler daha doğru, etkili ve yerli yerinde kullanılır. Kelimelerin açık ve net olması, yutulmadan, anlaşılacak şekilde telaffuzu sağlar.²⁰ Kişisel üslup gelişir. Bilindiği gibi üslup; sözlü veya sözsüz anlatımda dile ait unsur ve imkânları, bilerek veya şuarsuzca tercih ediş ve kullanım farkından kaynaklanan kişisel tarzıdır.²¹ Bu açıdan dinin mesajı, konu ve üslup olarak konuşmacının ruhuyla, kişisel anlatım tarzıyla bütünleşmeli; sunduğu bilgiler tamamen kendine has bir üslupla gönül aynasından yansımalıdır. Zira konuşmacı, benliğine nüfuz etmeyen mesajına bizzat kendisi ilgisiz kalacak, dolayısıyla dinleyici de ilgisiz kalıp dinlemeyecektir.²²

II- Mesaj Sunumunda Sözsüz İletişim

Sözsüz iletişim, kişinin duygu ve düşüncelerini, isteklerini, karşısındakine bilinçli veya bilinçsiz, sözsüz olarak aktarmasıdır. Sözcüklerin kullanılmadığı bu iletişim biçimi, jestler, mimikler, oturuş, duruş gibi çeşitli tavırlarla beden dilini ortaya koyar. Sözsüz iletişim araçları, sözlü olanlar kadar kişinin kontrolünde olmadıklarından, onların yalan söyleme imkanları yoktur. Bu bakımdan beden dili ya sözlü dilin destekleyicisi olur ya da samimiyetsizliğini açığa vurur. Bu dil aynı zamanda saklanan duyguları da ortaya çıkarır. Nitekim bir iletişim sürecinde, ortalama olarak kelimelerin sözle ifadesinin % 10, ses tonunun % 30 ve beden dilinin % 60 rol oynadığı belirtilir.²³

¹⁹ Diksiyon, söz söylerken duygu ve düşünceleri doğru ve üslubuna uygun olarak anlatmak için sesin ahengini, söylenişini, mimik ve jestleri, alınacak tavırları yerinde ve güzel kullanma sanatıdır. Bkz.: Şenbay, Nüzhet, *Söz ve Diksiyon Sanatı*, Yapı Kredi Yay. İstanbul, 2006, s. 13.

²⁰ Bazı sözcüklerin yazılış ve seslendirilişlerinin birbirinden farklı olduğuna dikkat edilmelidir. Örneğin, Yazı dilinde “*söyleyecek*” yazılırken, konuşma dilinde “*söyliyecek*” diye ifade edilir. Yine yazı dilinde “*gelecek*” yazılırken, konuşma dilinde “*gelicek*” diye söylenir. Harflerde de değişiklik olabilmektedir. Sözelimi “a” ve “ğ” harfleri. “A” harfi, kalın-uzun-ince olarak okunabilir: Ela - alkol - lâlâ (ince); ak - dar - zar (kalın); cahil - sadık (uzun). “Ğ” harfinde de yazılışa rağmen okunuşunda değişiklik vardır: “Ğ” ler kendinden bir önceki harf kadar uzar, ama söylenmez; seslendirilmez: Sağnak-sa:nak, yoğurt-yo:urt, buğu - bu:u gibi. Konuyla ilgili farklı örnekler ve değerlendirmeler için bakınız, Çelik, Zakine Öztürk, *Sözlü Anlatım*, http://www.aof.edu.tr/kitap/IOLTP/2272/unite03'den_04.10.2007; Kaya, Derya, *Etkili İletişim Sunum Teknikleri ve Beden Dili*, http://www.enf.mu.edu.tr/ders_notlari/enf101/iletisim_ve_Sunum_Teknikleri.pdf, den 08.09.08.

²¹ Pierre Guiraud, “Üslup İlminin Vazifeleri,” Çev.: Topbaş, Eriman, *Türk Yurdu*, c. 12, sy.: 53, Ankara, 1992, s. 37; Aktaş, Şerif, *Edebiyatta Üslup ve Problemleri*, Akçağ Yay. Ankara, 1998, s. 39, 82-83.

²² Bu hususu özellikle hutbelerde görmekteyiz. Bir annenin kendi çocuğunu sevip, sahiplenerek himaye etmesi, başkasının çocuğunu sevip sahiplenmesiyle kıyaslanamayacağı gibi, bazı hatiplerin başka kalemlerce yazılan hutbelere gereken özeni göstermedikleri hutbeyi sunuşlarından açıkça anlaşılmaktadır.

²³ Doğan, Orhan, *Kişiler Arası İlişkiler*, Somgür Yay. Ankara, 2000, s. 73; Baltaş, Zuhâl-Baltaş, Acar, *Bedenin Dili*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2000, s. 30, 31.

Sözsüz iletişim, susma, sesin tonu ve müziği, beden dili, mekân ve zaman özellikleri, renk ve giyim-kuşam kodlarını içerir. Daha çok, ilişkilerin belirlenmesinde ve duyguların dile getirilmesinde rol oynar.²⁴

Bu özülü bilginin ardından ayrıntılara geçmeden önce özellikle söz ve ses unsuruyla ilgili birkaç ayete yer vermek istiyorum. Kur'ân, sesin içtenliği kadar tonuyla, âhengiyle, vurgusu ve konuşma aralığıyla, güzel bir üslupla olmasını ister. "...Güzel söz söyle"²⁵; "...Sesini de kıs. Çünkü seslerin en çirkini eşeklerin sesidir"²⁶ âyetleri, güzel bir üsluba sahip olmayı ve sesi güzel kullanmayı gerektirir. "...Andolsun ki, sen onları sözlerinin üslubundan da tanırısın..."²⁷ âyeti, gerçekte inanmamış olan ikiyüzlülerin, üsluplarından yani sözün söyleniş tarzı, edası, eğimi,²⁸ sözlerindeki tutarsızlık, alaycı konuşma ve münafıklığa ait imalardan²⁹ tanınabileceğini anlatır. Sese ait özellikler "...sakın onlara 'öf' deme, onları azarlama!..."³⁰ ayetinde açıkça görülebilir. Burada anne ve babaya yönelik tutum ve davranışlarda itici mimik ve jestlerin olmaması ve sözün kızgınlık, sinir ve öfke yansıtan azarlayıcı ve aşağılayıcı bir tonda söylenmemesi istenmektedir. "Rabb'ini, içinden yalvararak ve korkarak, yüksek olmayan bir sesle sabah akşam an, gafillerden olma!"³¹ âyeti de, duayı, insanın bütün samimiyetiyle, içinden nasıl geliyorsa, nağmelere, sun'îliklere, jestlere, feryatlara ve formüllere uymak zorunluluğu duymaksızın yapması gerektiğine³² işaret eder. Zira söz, birtakım mimik ve jestlerle, yapmacık feryatlarla desteklense bile, içtenlikten yoksunluğu gizleyemez. Bu ayetlerden de anlaşılacağı üzere Kur'an söz ve ses unsurunu güzelce resmetmektedir.

Susma, iletişim sürecinde değişik mesajları yansıtır. Sessizlik bireye düşüncelerini toplama, fikir üretme ve problem çözümü için zaman kazandırabilir. Sessizliği, iletişimin kesilmesi şeklinde anlamak uygun değildir.³³ Sessizlik hali öfkeyi, direnci, korkuyu, onaylamayı veya reddetmeyi yansıtmış olabilir. Bunların doğru algılanabilmesinde, iletişimin gerçekleştiği ortam ve taraflar arasındaki

²⁴ Zılloğlu, a.g.e. s. 217; Robertson, Arthur K., *Etkili Dinleme*, Çev.: E. Sabri Yarmalı, Hayat Yay. İstanbul, 1999, s. 135.

²⁵ İsrâ, 17/23.

²⁶ Lokman, 31/19.

²⁷ Muhammed, 47/30.

²⁸ Yazır, M. Hamdi, *Hak Dini Kur'an Dili*, Sad.: İsmail Karaçam vd., Feza Gazetecilik, İstanbul, c. 7, s. 148.

²⁹ Eren, Şadi, *Kur'an'da Teşbih ve Temsiller*, Işık Yay. İstanbul, 2001, s. 19.

³⁰ İsrâ, 17/23.

³¹ A'râf, 7/205.

³² Peker, Hüseyin, *Din Psikolojisi*, Samsun, 1993, s. 70.

³³ Myers, E. Gail- Myers, Michele T., *The Dynamics of Human Communication: A Laboratory Approach*, McGraw-Hill Book, New York, 1988, s. 145; Peygamberimiz sözsüz iletişimde, sessizlik ve susmayı etkin bir şekilde kullanmıştır. Dini konularda vahye dayanan Hz. Peygamber, eğer bir kimse gelip, bilmediği bir şeyi soracak olsa, ya susarak ya da kısaca "bilmiyorum" diyerek karşılık vermiştir. Abdullah b. Ömer (ra)'ın anlattığına göre Hz. Peygamber, mühim işler için konuştuğu gibi, bazı mühim işler için de susmaktaydı. (Bkz., Müslim, Lian, 4). Burada Hz. Peygamberin susmasının, (doğru yapılan davranışlara) onay verme anlamına geldiğini hatırlatmak isteriz. Ayrıca Hz. Peygamberin tebliğle ilgili tutum ve davranışları da hüküm ifade eden birer sünnettir. Kısaca Hz. Peygamber, dini sözlü olarak sunarken beden dilini de etkili bir şekilde kullanmıştır.

ilişkilerin özelliği; yüz yüze iletişim durumunda ise, yüz ifadeleri, mimikler, beden hareketleri ve jestler yardımcı olurlar.³⁴

Beden dili jestlerle ve mimiklerle gerçekleşir.³⁵ Yüz kaslarının bir anlamı ifade için ya da bir anlam oluşturmak için kullanımı mimikleri, yani yüz ifadesini; baş, el-kol, ayak-bacak hareketleri ya da bedenün tümünün kullanımı da jestleri oluşturur.³⁶ İyi bir konuşmacı söylediği sözlerin etkisini mimik ve jestleriyle artırır.³⁷

Yüz, insan bedeninin en anlamlı alanlarından biridir ve en belirgin yüz ifadeleri de evrenseldir. İnsanlar, dünyanın her yerinde duygusal durumlarını bunlarla açığa vururlar. Kızgınlık, korku, şaşkınlık, üzüntü, nefret ve sevinç gibi hisleri gösteren kas hareketleri bütün insanlarda aynıdır.³⁸ Baş, el-kol, ayak-bacak ve bedenün duruşundan oluşan jestler de, kişinin toplumsal konumu ve duyguları hakkında çok zengin bilgiler verirler.³⁹

Burada bazı jestleri örnek olarak vermek istiyorum:⁴⁰

Yüce Allah'tan veya gökyüzünden bahsederken sağ elin işaret parmağı uzatılıp kol dikey olarak kaldırılır.

Dinleyicilere söz yöneltilecekse, sağ elin işaret parmağı uzatılırken, kol da dinleyicilere doğru tutulur ve vücut hafifçe öne doğru eğilir.

Hz. Peygamber de veda hutbesinin sonunda “Ey İnsanlar! Yarın beni, sizden soracaklar, ne dersiniz!” diye sormuş, (Onun bu suali üzerine karşısındaki binlerce insan): “Yüce Allah'ın risaletini tebliğ ettin; elçilik vazifeni ifa ettin, bize vasiyet ve nasihatte bulundun!” diye şahadet ederiz demişlerdi. (Bunun üzerine Hz.

³⁴ Doğan, a.g.e. s. 76; Zillioğlu, a.g.e. s. 188.

³⁵ Hz. Peygamber, bakışlarını etkin bir şekilde kullanmış, örneğin sevindiği zaman gözlerini yumarak mutluluğunu ima etmiştir. (Tirmizî, Ebû İsa Muhammed b. İsa, *Şemâli Şerife*, Tercüme ve Şerh: Hüsamüddin Nakşibendi, Sad.: Mehmet Sadık Aydın, Hilal Yay. Ankara, ts., s. 250). Hz. Peygamber, karşılıklı iletişim içinde bulunduğu kişiye, sadece başını çevirmemiş, bütün vücuduyla yönelerek kendini muhâtabına vermiş, başka tarafa bakmamıştır. (Tirmizî, *Şemâil*, s. 23)

³⁶ Zillioğlu, a.g.e. s. 191. Daha geniş bilgi için bkz. Macit, a.g.e. s.108-134.

³⁷ Hz. Peygamber, bir hitâbesinde şöyle der: “Şanı Yüce Allah, kıyamet günü gökleri toplayıp dürer, sonra onları sağ eline alır: ‘Melik benim. Nerede cebbarlar, nerede kibirlenenler?’ der...” Olayı anlatan Abdullah b. Ömer, “Peygamber (as) bunları söylerken parmaklarını açıp kapamakta ve ‘Melik benim...’ der diye anlatmaktaydı. Minbere baktım da ta dibinden sarsılmaktaydı. Öyle ki, Hz. Peygamberle birlikte devrilecek zannettim” (Müslim, Münâfıkın, 24-25) demiştir. Hz. Peygamberin, yapılan bir işten yahut söylenen bir sözden memnun olup olmadığını yüzünden anlama imkânı olduğu gibi, sesinin tonu ve vurgusundan da öğrenme imkânı bulunmaktaydı. (Bkz., Tirmizî, *Şemâil*, s. 360).

³⁸ Schober, Otto, *Beden Dili*, Çev.: Süeda Özbirt, Arion Yay. İstanbul, 1999, s. 21.

³⁹ Zillioğlu, a.g.e. s. 199.

⁴⁰ Örnekler için bakınız, Şenbay, a.g.e. s. 57-58; Hz. Peygamber, bir şeye işaret edeceği zaman, sadece parmağıyla değil, bütün eliyle işaret etmekteydi. Bir şeye hayret ederse elini bulunduğu halden ters çevirmekteydi. Konuşurken ellerini jest olarak hareket ettirmekte, sol elinin avucu ile sağ elinin başparmağına vurmaktaydı. (Tirmizî, *Şemâil*, s. 250) Kaynaklarımız bunlardan başka Hz. Peygamberin ellerini işaret etmede de kullandığını göstermektedir. Nitekim, bir gün Hz. Peygamberin yanına saç sakalı dağınık olan biri gelmişti. Hz. Peygamber de eliyle adama işaret ederek saç ve sakalını düzelmesini istemişti. (Bkz, İmam Malik, Şaar, 7)

Peygamber (as) şehadet parmağını önce göğe doğru kaldırdı ve sonra da cemaat üzerine çevirip üç kere): “Şahit ol Ya Rab! Şahit ol Ya Rab! Şahit ol Ya Rab!” Buyurmuştu.⁴¹ Yine Hz. Peygamber, bir şeye işaret edeceği zaman, sadece parmağıyla değil, bütün eliyle işaret etmekteydi. Bir şeye hayret ederse elini bulunduğu halden ters çevirmekteydi. Konuşurken ellerini jest olarak hareket ettirmekte, sol elinin avucu ile sağ elinin başparmağına vurmaktaydı. Kaynaklarımız bunlardan başka Hz. Peygamberin ellerini işaret etmede de kullandığını göstermektedir. Nitekim, bir gün Hz. Peygamberin yanına saç sakalı dağınık olan biri gelmişti. Hz. Peygamber de eliyle adama işaret ederek saç ve sakalını düzeltmesini istemişti.⁴²

Bir şeyin tartılmasını veya karşılaştırmaları anlatmak için terazinin iki kefesinin hareketi taklit edilerek, iki el ile alçaltılıp yükseltilir.

Bir şey doğrulanırken veya yemin edilirken sağ el açık olarak göğsün üzerine konulur.

Büyük bir şey anlatılırken her iki kol yukarıya kaldırılarak birbirinden uzaklaştırılır.

Avuç işleri birbirine yaklaştırılarak darlık, uzaklaştırılarak genişlik anlatılır.

(Mimik ve jest birlikte) Eller gözlerle beraber yukarı doğru kaldırılırsa yükseklik, avuçlar ve bakışlar yere doğru uzanarak derinlik belirtilir.

Kişiler arası mesafe, içinde bulunulan ortam ve mekân da yani, bir mekânın fiziksel düzenleniş tarzı gibi özellikler de iletişimde etkili olmaktadır.⁴³ Göz göze, yüz yüze iletişim kurulabilmesi için insanların belirli bir alanda bulunması, aralarında algılamayı sağlayacak bir mesafenin olması gerekir. Mesafe, insanlar arası iletişimde, kişilerin birbirlerine verdikleri değeri, önemi gösteren en temel belirleyicidir. İnsanlar birbirleriyle ilişkilerini esas olarak dört bölgede düzenlerler ki, bunlar da mahrem alan, kişisel alan, sosyal alan ve genel alandır.⁴⁴

Zaman da, kişiler arası ilişkilerin başlangıcı-bitışı ve iletişim süresince verilen mesajların yönü ve içeriği üzerinde etkili olur. Bir yerde zamanında bulunmak veya bulunmamak, genelde ikili ilişkiye ve karşıdaki kişiye verilen önem açısından değerlendirilir. Zamanı iyi kullanmak etkin bir iletişim için gereklidir.⁴⁵

Giyim kuşamın rolü de, kişiler arası iletişimde izlenim oluşturmak için çok önemlidir. Kıyafetlerin seçimi, zevkler, kişilik ve tutumlar hakkında söz ve beden

⁴¹ Ayrıntılar ve kaynaklar için bakınız, Macit, a.g.e. s. 80.

⁴² Bkz, İmam Malik, Şaar, 7; Tirmizî, Şemâil, s. 250.

⁴³ Sillars, Stuart, İletişim, Çev.: Nüzhet Akın, MEB. Yay. Ankara, 1995, s. 76.

⁴⁴ Stewart, John - D'Angelo, Gary, Together: Communicating Interpersonally, Random House, New York, 1988, s. 176-7.

⁴⁵ Hiebert, G. Paul, Cultural Antropology, Baker Book, Grand Rapids, Michigan, 1983, s. 34-35.

kadar etkili olur.⁴⁶ Nitekim iyi görünümlü kişilere otomatik olarak yeteneklik, dürüstlük, incelik, zekilik gibi özellikler yüklenmektedir.⁴⁷

Renk de, iletişimin önemli bir aracıdır. Mesaj taşır. Anlaşılması, benimsenmesi kolay bir şifredir. Dil engelini aşan bir iletişim ve anlaşım, dolayısıyla da ikna silahıdır.⁴⁸

Buraya kadar mesaj sunumunda sözlü ve sözsüz iletişimin yeri ve önemi hakkında genel bilgiler vermeye çalıştık. Şimdi de mesajın sunumu ile ilgili değişik üsluplara değineceğiz ki, bunlar bilgilendirici, ikna edici, motive edici ve “ben”-“sen” dili sunumlardır.

III-Mesajın Bilgilendirici Sunumu

Mesajın bilgilendirici bir üslupla sunumu, hedefin bilgi edinmesini, yanlış bilgilerini düzeltmesini ve eksik bilgilerini tamamlamasını amaçlar. Bilgilendirici sunum, düşünceleri harekete geçirir, yeni düşünce kazandırır, mevcut bakış açısını gözden geçirmeyi ve sorgulamayı sağlar.

⁴⁶ Zılhoğlu, a.g.e. s. 217. James, Judi, *Beden Dili*, Çev.: Murat Sağlam, Alfa Yay. İstanbul, 1999, s. 17; Hz. Peygamber, giyim ve kuşamı etkili bir şekilde kullanmış; güzel giyinmesiyle içinde yaşadığı toplumda iyi izlenim oluşturmuştur. Zira giyilen kıyafetler, onların seçimine gösterilen özen, kişisel zevk ve tutumları yansıttığı kadar, hedef kitleye ne ölçüde değer verildiğini de göstermektedir. (Zılhoğlu, a.g.e. s. 217; James, a.g.e. s. 17) Hz. Peygamber, elbisesinin temiz ve düzenli olmasını, benzerlerini başkalarının da giyebilmesini arzulamış; ancak dikkat çekecek derecede iyi veya kötü olmamasına özen göstermiştir. Hz. Peygamber, yün, pamuk ve ketenden üretilen yöresel giysiler, hatta gayri müslimlerin imal ettiği, devlet başkanlarının hediye olarak gönderdiği elbiselerden giyinmiş; (İbn Kayyim, Muhammed b.Ebî bekr el- Cevziyye, *Zâdü'l-Meâd*, Çev. Şükrü Özen vd., İklim Yay. İstanbul, 1988, c. 1, s. 125-133) kendisine yabancı heyetler, elçiler geldiği zaman elbiselerinin en güzelini giymiş, giysilerini düzeltmiş, yanında bulunan arkadaşlarının da aynı şekilde giyinmelerini istemiştir. (Kettâni, Muhammed Abdülhayy, *Terâtübü'l-İdâriyye*, Çev. Ahmet Özel, İstanbul, 1990, c. 2, s. 209). Ayrıca arkadaşlarına: “Bulabilen bir kimse, iş elbisesinden başka, cuma gününe mahsus bir elbise giyinse” (Ebû Davud, Salat, 212) tavsiyesinde bulunmuştur. Arkadaşlarından böyle bir istekte bulunan Hz. Peygamberin kendisinin de özellikle Cuma ve Bayram günlerine ait özel giysisi olduğu düşünülebilir. Bu tutumuyla o, insanların yoğun olduğu zamanlarda, özellikle Cuma namazı için toplanılan mescide gelirken, boy abdestini emretmesiyle temizliğe önem verdiğini, ter vb. kokuların sebep olduğu hoş olmayan durumu bertaraf etmeye yöneldiğini düşünebiliriz.

⁴⁷ Hökelekli, Hayati, “Günümüz İletişim Teknikleri ve Dini İletişim” *Din Hizmetlerinde Yöntem ve Verimlilik*, DİB. Yay. ss. 205-232, Ankara, 2006, s. 217

⁴⁸ Türkkan, Reha Oğuz, *İkna ve Uzlaşma Sanatı*, Hayat Yay. İstanbul, 2000, s. 75; Hz. Peygamber, kumaşa alacasız, desensiz olanı beğenmiş, göze batıcı, rahatsız edici çığ renkleri tercih etmemiştir. En çok beyaz renkten hoşlanmış, ancak yeşil, kırmızı, siyah ve desenli renklerden imal edilmiş elbiseleri de giymiştir. (İbn Kayyim, a.g.e. c.1, s. 125-133; Kallek, Cengiz, “Cübbe” md., *DİA*. c. IIX, s. 103.) Hz. Peygamber’in karşılıklı iletişim ve etkileşimde bir mesaj olarak, herhangi bir rengi, özellikle “yeşil” ve “siyah” rengi telkin etmemiştir. Bu sebeple, renkler arasında bir ayırım yapılması ve günümüz iletişiminde olduğu gibi, değişik renklerin reklam ve propaganda amaçlı kullanılmış olması söz konusu değildir. Beyaz renge gelince; açık olması, temeli temizlik olan bir dinde, kirlerin hemen görülüp temizlenmesi; koyu renkler karşısında özellikle bazı ayetlerde bir sembol olarak geçmesi, tercih edilmesinde etkili olmuş olabilir. (Bakara, 2/187; Âl-i İmrân, 3/106-107; Saffât, 37/46; Kasas, 28/32; Ayrıca bkz. Kâmil, A. Abdülkadir, *İslâm'a Göre İnsan ve Birey*, Çev.: Cemal Arzu, Çeşme Yay. İstanbul, ts., s. 81-84; Cihan, Sadık, *Uydurma Hadislerin Doğuşu Siyasi ve Sosyo-Politik Olaylarla İlgisi*, Etüt Yay. Samsun, 1996, s. 162-165).

Kendisine gelen mesajın nedenini, niçinini bilmesi, kişiye kararlarını bilgiye dayanarak verebilme imkânı sağlar. Bilgi güçtür; bilen üstündür. Allah cc., önce kendisinin bilinmesini dilemiş; zatını isim ve sıfatlarıyla tanıtmıştır. Kur'ân, 23 sene gibi bir süreçte, ayet ayet, sure sure indirilmiştir. İlk inen ayetler: “Yaratan Rabb’in adıyla oku. O insanı alâktan (kan pıhtısı biçimini alan embriyodan) yarattı. Oku, Rabb’in en büyük kerem sahibidir. O (insana) kalemle (yazmayı) öğretti. İnsana bilmediğini öğretti”⁴⁹ olmuştur. Son inen ise: “Leş, kan, domuz eti, Allah’tan başkası adına boğazlanan, boğulmuş, vurul(arak öldürül)müş, yukarıdan düşmüş, boynuzlanmış veya canavar parçalayarak ölmüş olan hayvanlar-henüz canları çıkmadan kesmeniz hariç,- dikili taşlar (putlar) üzerine boğazlanan hayvanlar ve fal oklarıyla kısmet (şans) aramanız size haram kılındı. Bunlar fısıktır (insanı yoldan çıkararak kötü şeylerdir). Bugün artık inkâr edenler, sizin dininiz(i yok etmek)den umudu kesmişlerdir. Onlardan korkmayın, benden korkun! Bugün size, dininizi olgunlaştırdım, size nimetimi tamamladım ve size din olarak İslâm’ı beğendim. Kim aklıktan daralır, günaha istekle yönelmeden bunlardan yemek zorunda kalırsa ona günah yoktur. Çünkü Allah bağışlayan merhamet edendir”⁵⁰ ayeti olmuştur. İlk inen ayetler, daha çok Allah’ın varlığı ve birliği, peygamberlik kurumu ve ahiret hayatı gibi inanç konularında bilgi verirken, son inen ayetler, örnekte de açıkça görüldüğü üzere, pratiğe yönelik dini kurallar hakkında bilgi vermektedir.

Allah’tan aldığı mesajı insanlara iletme ve iletildiği mesajı yaşayarak öğretme gibi önemli bir misyonun sahibi olan Hz. Peygamber için Allah cc., “size ayetlerimizi okuması, sizi tertemiz hale getirmesi, size Kitap ve hikmeti ve bilmediğiniz nice şeyleri öğretmesi için sizden birini elçi gönderdik”⁵¹ buyurmuştur. Bizzat kendisi, “Ben muallim olarak gönderildim”⁵² buyuran Hz. Peygamber, hayatın her alanında, insanlara faydalı olduğunu düşündüğü şeyleri arkadaşlarına öğretmiş; detaylara kadar bilgilendirirken de “ben size, bir babanın evlâdına öğrettiği gibi öğretiyorum”⁵³ demiştir.⁵⁴

Bu tarz sunumla hedefin bilgi edinmesi, yanlış bilgilerini düzeltmesi ve eksik bilgilerini tamamlaması amaçlanırken mesajın gereğinden fazla bilgi ihtiva etmemesi gerekir. Zira mesajın fazla bilgi içermesi durumunda hedefin bunlardan bazılarını ve bir kısım ayrıntıları atlaması -ki bunlar en önemlileri de olabilir- kaçınılmazdır. Mesaj içeriği, tezi destekleyen bütün bilgileri iletme tarzında değil de, karşı tarafın alabileceği kadar bilgiyle sınırlı olmalı, ikna ve motivasyon

⁴⁹ Alâk, 96/1-5. (İlk emrin, “oku” olması ve “kalem”in bilgi aracı olarak dikkate sunulması, düşünmeye değerdir).

⁵⁰ Mâide, 5/3.

⁵¹ Bakara, 2/151

⁵² İbn Mâce, Mukaddime, 17.

⁵³ İbn Mâce, Tahâret, 16.

⁵⁴ Bilgilendirici iletişim hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Köylü, Mustafa, *Psiko-Sosyal Açından Dini İletişim*, Ankara Okulu Yay. Ankara, 2006, s. 154-155.

unsurları da içermelidir. Unutulmamalıdır ki, Mevlana'nın da değindiği gibi, ne kadar anlatılırsa anlatılsın, anlatılanlar ancak hedefin anladıkları kadardır.⁵⁵

IV-Mesajın İkna Edici Sunumu

İkna, iletişim psikolojisinde önemli bir yer tutar. Bilindiği gibi iletişim; iletişime katılan insanların mesajlarını birbirlerine ilettikleri ve bu iletileri anlamaya, yorumlamaya çalıştıkları bir süreçtir. İkna da, hedefin bir konuya inanmasını sağlamak olduğundan iletişimle iç içedir, iletişimin temel amaçlarından biridir. Başarılı bir ikna süreci, insanı iyi bir iletişimci yapar, insana güç ve güven verir, saygınlığını artırır.

Din hizmetlerinde mesajın ikna edici sunumuyla insanların inançları, değerleri, düşünceleri, dini tutum ve davranışlarında⁵⁶ bir takım olumlu gelişmeler ve değişiklikler sağlamak mümkündür. Bu tarz iletişimle mesaja hedef olan insanın aklına -iradesine de saygı duyularak,⁵⁷ - ikna edici delil ve yöntemlerle hitap edilir; yeni bir bakış açısı kazanması ve mevcut bilgilerini pekiştirmesi amaçlanır. Burada hedefin kendisine yöneltilen mesajı, aklın, kalben ve vicdanen kabullenmesi ve buna göre tutum ve davranış geliştirmesi söz konusudur. İkna, bir fikrin dayatılması değildir. Zira “dinde zorlama yoktur”;⁵⁸ zorlama ve iradeler üzerinde fiziki ve psikolojik baskı kurma samimiyetsiz bir kişiliği ortaya çıkarır ki bu, dinin hedeflediği mü'min tipi değildir. Dolayısıyla ikna, karşılıklı anlayış ve hoşgörü temelinde, iletişime katılanların birbirlerine saygularını yitirmeden karşılıklı fikir alış-verişinde buldukları bir diyalog süreci olmalıdır. Bu diyalog sürecinde, herkesi kendi konumu içinde kabul etmek ve saygı göstermek, samimi ve iyi niyetli olmak esastır. Mesajın ikna edici sunuluşuna örnek olarak Hz. Peygamberin uyguladığı şu diyalog yöntemini verebiliriz:

Eşinin doğurduğu siyah çocuğu, kendisinden olmadığı iddiasıyla reddetmek isteyen bir bedevî ile Hz. Peygamber arasında şöyle bir diyalog geçmiştir:

⁵⁵ İletişimci hedefindeki insanlara neyi, ne kadar anlattırsa anlatsın, anlattığı şeyin sadece muhatabın anladığı kadar olduğunu unutmamalıdır. (Bu konuda bir dostumuzun anlattığı anekdot oldukça ilginçtir: Bir ilaç firması, ülkenin güney bölgelerinde sivrisineğin yaygın olduğunu öğrenir. Elinde kalan zehirli ilaçları satabilmek için bir reklam filmi hazırlar ve bölge televizyonlarında yayınlatır. Sonuç hüsransız; reklam kampanyasına rağmen ilacı satamamıştır. Bölgeye gönderilen heyet araştırma yapar. Halkın verdiği cevap enteresandır: “Bizim bu bölgenin sivrisineği reklam filminde gördüğümüz sivrisinek kadar büyük değil” Niçin mi? Zira reklam firması, iyi dikkat çekeceği düşüncesiyle sivrisinekleri televizyon ekranını kapsayacak büyüklükte göstermiştir. Ancak, onların bu düşünce ve gayretleri muhatapları tarafından algılanmamış, dolayısıyla amaç da gerçekleşmemiştir).

⁵⁶ “Dini tutum, kişinin dinle ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını belirleme tarzıdır. Kişinin dine dair bilgi ve inançları (zihni unsur), dinin bütününden ya da herhangi bir esastan hoşlanması veya hoşlanmaması (duygu unsuru) ve dinle ilgili davranışları, yani lehte ve aleyhteki bir takım faaliyetleri (davranış unsuru) onun dini tutumunu oluşturur” Bkz. Peker, a.g.e. s. 88

⁵⁷ Musa as., Firavuna, “Kendini arındırmaya gönlün var mı?” (Naziât, 79/18) diyor; “Arın, temizlen” demiyor, ilahlık iddiasındaki bir kimseye mesajını iletirken onun iradesini dikkate alıyor.

⁵⁸ Bakara, 2/256

“Benim eşim siyah bir çocuk doğurdu. Ben bu çocuğu reddetmek istiyorum.”

“Senin develerin var mı?”

“Evet.”

“O develerin renkleri nasıldır?”

“Kırmızıdır.”

“Bunların içinde beyazı siyaha çalan boz deve var mı?”

“Evet, onların içinde boz renkli develer elbette vardır.”

“Öyleyse bu boz renklerin nereden geldiğini düşünüyorsun?”

“Ya Rasulallah bu soyunun damarındır, ona çekmiştir.”

“Belki bu oğlan da eski bir soy köküne çekmiştir (yani ona benzemiştir).”⁵⁹

Bu yaklaşımıyla Hz. Peygamber, bedevînin çocuğunu reddetmesine izin vermemiştir. Hz. Peygamber, burada, peygamberlik otoritesine dayanarak, “Hayır, ben yüce Allah’ın Elçisi olarak söylüyorum, bu senin çocuğundur” demeyip, bedevînin iradesine saygı göstermesi, onun anlayacağı dilden ve yaşadığı hayattan bir benzetme ile seviyesini de dikkate alıp konuşması, onu tecrübesinden faydalandırarak, ikna edici üslupla, âdeta sonucu bedevîye söyletmesi güzel bir örnektir. Bu aynı zamanda etkili iletişimde iknanın önemini ve nasıl yapılması gerektiğini yansıtmaları açısından da yol göstericidir.

İkna sürecinde mesajın; hedef, almaya hazır ve istekli olduğunda verilmesi de önemli bir iletişim prensibidir. Bu bir ipucu, bir soru, ilgi ya da onayı gösteren bir anlatım olabilir. Karşı tarafın sorusu ya da onaylayıcı bir cevabı, kendisine bilgi ve mesajın iletilmesi için bir paroladır; itiraz ya da karşıt bir anlatımda da yine iletişimin sürdürülebilme imkânı olabilir. Hedefin mesaj almaya hazır olduğu duruma örnek olarak şu hadiseyi verebiliriz: Bir bedevî ile Hz. Peygamber arasında şöyle bir diyalog gerçekleşmiştir:

“İslâm nedir?”

“Bir gün ve bir gecede beş vakit namaz kılmak.”

“Bu namazlardan başka yapmam gereken bir şey var mı?”

“Hayır, şayet fazladan kılmak istersen kılabilirsin. Bir de ramazan orucu var.”

“Üzerimde bundan başkası da olacak mı?”

“Hayır, istersen fazladan oruç tutabilirsin. Yalnız bir de zekât var.”

“Yapmam gereken daha başka bir şey var mı?”

⁵⁹ Buharî, İtisam, 12.

“Hayır, sadaka vermek istersen verebilirsin.”

Bu diyalogdan sonra Bedevi kalkıp giderken:

“Vallahi, bundan ne fazla, ne eksik bir şey yaparım” demiş, bunun üzerine Hz. Peygamber, “Eğer, dediği gibi sözünde durursa kurtuldu gitti,”⁶⁰ buyurmuştur. Peygamber as., mesajına açık ve kabule hazır olan bu kişinin, İslâmiyet hakkındaki sorularına cevabını, kısa ve özlü bilgiler şeklinde ve akılda tutmayı kolaylaştırıcı ve ikna edici bir teknikle vermiştir.

Hedefi ikna açısından mesajın ana fikrinin baştan özlü bir şekilde verilmesi de önemli bir iletişim prensibidir. Bununla muhatabın, “çok anlamlılıktan” doğabilecek tereddütlerinin giderilmesi amaçlanır. Çünkü hedef kitlenin parça parça sunulan bilgilerden kendince sonuç çıkarması yerine, verilecek mesajın özetinin baştan açık ve özlü bir şekilde vurgulanması daha iyi algılanmasına vesile olacaktır.⁶¹ Konunun yine aynı şekilde özetle bitirilmesi gerekir. Diğer taraftan insanların kişisel beklentileri ile mesajın hedefleri ve verilen bilgiler arasında bağlantı kurulması da önemli bir iletişim prensibidir. İnsanların dini öğrenmedeki amaçlarına hizmet eden ve bunu pratiğe dönüştürmelerine katkı sağlayan sunumların ikna sürecinde daha etkili olabileceği unutulmamalıdır.⁶² Burada yapılması gereken, hedefin amaç ve beklentileri ile mesaj arasındaki bağlantıları bulmak ve mesajı, hedefi ikna edecek bir teknikle ve sempati uyuracak bir yöntemle sunmaktır.

V-Mesajın Duygulanırıcı (Motive Edici) Sunumu

Dini duygu, dini konular karşısında kişide beliren duygudur. Birçok psikologa göre din duygusu, insanın tabiatına ve yaratılışına bağlı bir duygudur.⁶³ Kur'an, insanın yaratılış sürecinde Allah'ı bilme ve inanma gibi dini duyguyla donatıldığını belirterek onları motive ettiğine şu ayetleri örnek olarak verebiliriz: “Hakka yönelerek kendini Allah'ın insanlara yaratılıştaki verdiği dine ver. Zira Allah'ın yaratışında değişme yoktur; işte dosdoğru din budur, fakat insanların çoğu bilmezler.”; “Rabbin, insanoğlunun sulbünden soyunu alıp devam ettirmiş, onlara: ‘Ben sizin Rabbiniz değil miyim’ demiş ve buna kendilerini şahit tutmuştu. Onlar da: ‘Evet şahidiz’ demişlerdi. Bu, kıyamet günü, ‘Bizim bundan haberimiz yoktu’ dersiniz veya ‘Daha önce babalarımız Allah'a ortak koşmuşlardı, biz de onlardan sonra gelen bir soyuz, bizi, boşa çalışanların yaptıklarından ötürü yok eder misin?’ dersiniz diyedir.”⁶⁴

⁶⁰ Müslim, İman, 29; Buhârî, Zekât, 1.

⁶¹ Köylü, a.g.e. s. 123.

⁶² Bkz., Oskay, Ünsal, *İletişimin ABC'si*, Der Yay. İstanbul, 1999, s. 42.

⁶³ Peker, a.g.e. s. 64; Hökelekli, Hayati, *Din Psikolojisi*, Türkiye Diyanet Vakfı Yay. Ankara, 1993, s.138

⁶⁴ Rum, 30/30; Araf, 7/172-173.

Hz. Peygamber de fitrat hadisinde her çocuğun Allah'a inanmaya ve onun dinini kabule eğilimli olarak doğduğunu söyler.⁶⁵ Din hizmeti verenler, mesajlarını duygulandırıcı, motive edici bir yöntemle sunarak söz konusu dini duyguları uyarabilirler.

İnsanda tutum ve davranış değişikliğini gerçekleştirmede rol oynayan iki temel duygu vardır. Bunlar, ümit ve korku duygusudur.⁶⁶ İnanan insanlar bu iki güçlü motivin etkisi altındadırlar. Allah'tan ümit, inananları dinin istediği olumlu tutum ve davranışlara motive ederken, Allah'ın azabından korkmak, dinin yasakladığı olumsuz tutum ve davranışlardan kaçınmaya motive etmektedir. Nitekim Kur'an'ın mesajları da inananları iyi işlere yönlendirirken cennet motivini, kötülüklerden alıkoymak için de cehennem motivini kullanarak duyguları uyarılmaktadır. Cennet ümidi verene örnek olarak: “Rablerinden sakınanlara, Allah katından bir ikram olarak içlerinden ırmaklar akan, içinde temelli kalacakları cennetler vardır. Allah katındaki şeyler, iyi olanlar için daha hayırlıdır.”⁶⁷ ayetini; cehennemle tehdit edene de: “İnkâr edenlerin diyar diyar gezip refah içinde dolaşması sakın seni aldatmasın; az bir faydalanmadan sonra onların varacakları yer cehennemdir. O ne kötü duraktır.”⁶⁸ ayetini örnek olarak gösterebiliriz.

Kur'an, duyguları harekete geçirmede sadece ahirete yönelik motivleri değil, aynı zamanda dünyaya ait olanları da kullanır. Örneğin Kur'an, “Rabbimizden bağışlanma dileyin, çünkü O, günahları bağışlamada pek cömerttir. (O'ndan bağışlanma dileyin ki,) göğü sağanak sağanak üzerinize boşaltsın. Size bol bol mallar ve evlatlar versin, sizin için bağlar-bahçeler var etsin, sizin için nehirler akıtsın.”; “Eğer (inanmayanlar inansın diye İlahi bir kitapla) dağlar yürütülecek veya yeryüzü parça parça edilecek, ya da ölümler konuşturulacak olsaydı, bunlar ancak onunla olurdu! İnkâr edenler, bizzat yaptıkları işler, kurdukları düzenler ve sistemler sebebiyle bir takım musibetlerin başlarında patlamasından veya yurtlarının yakınına inmesinden kurtulamayacaklardır. Allah asla sözünden dönmez.”⁶⁹ ayetleriyle duyguları motive etmede bir denge koyar, ölçü gösterir. Tek taraflı olarak uyarılan korku duygusu, aşırı korkudan dolayı ümitsizliğe düşülmesi sebebiyle insan üzerinde etkisini kaybetmekte, öte taraftan sadece ümit duygusunun harekete geçirilmesi de insanda ilgisizliğe, gaflete ve aldanmaya sebep olmaktadır.⁷⁰

VI-Mesajın “Ben” Ve “Sen” Diliyle Sunumu

⁶⁵ Müslim, Kader, 6, 7.

⁶⁶ Dini duygular, korku, saygı, sevgi, sempati, hayranlık, şükretme, minnettarlık, bağlılık, güvenme, teslim olma ve sığınma gibi duygulardır. Bkz., Peker, a.g.e. s. 62

⁶⁷ Al-i İmran, 3/198.

⁶⁸ Al-i İmran, 3/196-197.

⁶⁹ Nuh, 71/10-12; Rad, 13/31; Meâl için bkz., Ünal, Ali, *Allah Kelâmı Kur'an-ı Kerim ve Açıklamalı Meali*, Define Yay. İstanbul, 2007

⁷⁰ Bkz., Necati, M. Osman, *Kur'an ve Psikoloji*, Çev.: Hayati Aydın, Fecr Yay. Ankara, 1998, s. 140-143.

İletişimde mesajların “Ben/Sen” veya bu paralelde, “Biz/Siz/Onlar” sözcükleriyle iletilmesi hem mesajın algılanmasında hem de duygular üzerinde etkilidir. Bunlardan günlük dilde en sık kullanılanlar, “Ben” ve “Sen” dili hitaplarıdır. Konuyu kısaca özetleyelim:⁷¹

“Ben” dili, konuşmalarda “sen” yerine “ben” kelimesinin kullanılması olarak ifade edilebilir. “Ben” dili, kişinin o anda karşılaştığı durum veya davranış karşısında, kişisel tepkisini, duygu ve düşüncelerini açıklayan bir ifade tarzıdır. “Ben” dili, hedefle ilgili duygu ve düşünceleri değil, kişisel duygu ve düşünceleri açıklarlar. Hedefi suçlayıcı ifadelerden uzaktır, sadece kendi kişisel duygu ve düşünceleri yansıtması sebebiyle iletişim sürecine olumlu katkı sağlar.

İletişimde “Sen” dili, hedefi suçlayıcıdır, davranıştan çok kişiliğe yöneldiğinden inciticidir, kırııcıdır; hedefi, verilmek istenen mesaja karşı direnmeye, savunucu iletişime iter. Burada birinin itham edildiği, diğerinin de kendini savunmaya çalıştığı, çatışmalı iletişim görüntüsü ortaya çıkar ki, bu durum, din hizmetleri açısından kolaylaştırmak, zorlaştırmamak; sevdirmek, müjdelemek, ama nefret ettirmemek gibi temel ve genel prensiplere ters düşer.

“Sen” dili mesajı, genelde kızgınlığın yansması olarak algılanması ve muhatapı yargılayan yorumlar taşınması sebebiyle iletişimi engelleyici özelliğe sahiptir. Muhatap, eleştirildiği ve yargılandığını düşündüğünde, “ama ben de” diyerek kendini savunmak ihtiyacı hisseder. Artık sunulan mesajın böyle bir kimse üzerinde etkili olması düşünülemez; zira iletişim, hedefin kendini savunmaya geçmesiyle amacından uzaklaşır.

Mesajın etkili sunumu için, “sen” dili yerine, “ben” dilini kullanmak daha isabetlidir. Örneğin hedefimiz, gıybet eden biri ise, kendisine, “Bak, sen onun gıybetini yapıyorsun” mesajını verdiğimizde, yargılanmaktan rahatsız olacak ve muhtemelen “Ama söylediklerim doğru, buna Allah da şahit, insanlar da, bu herkesin bildiği bir şey” vb. yaklaşımla kendini savunmaya geçecektir. Fakat mesajımızı, “Ben” dili ile verirsek, örneğin “Birinin arkasından böyle konuşulması beni rahatsız ediyor”⁷² dersek, muhatabımız yargılandığını hissedip kendini savunmaya geçmeyecek, muhtemelen bizi ve duygularımızı anlamaya çalışacaktır.⁷³ Dolayısıyla verilen mesaj amacına ulaşacaktır. “Ben” dilini kullanan Hz. İbrahim, muhatabına karşı saygılı davranarak, “Hastalığımda O'dur bana şifa veren”⁷⁴ demiş; hastalığı verenin kim olduğunu bildiği halde, “Allah beni hasta

⁷¹ Bkz., Sayım, Aynur, Ben ve Sen dili, <http://www.mcatürk.com>, 04.10.2007; (Ayrıca şu sitelere de bakılabilir: <http://www.abd-ana.com/bws/abdana/yb/dinleme.html>; <http://www.ogretmenlerforumu.com>; 04.10.2007)

⁷² Birinin taklidini yapan Hz. Aişe'ye Hz. Peygamber, “Bana dünyanın en kıymetli şeylerini verseler, ben yine de bir insanı hoşlanmayacağı bir şekilde taklit edip anmayı kesinlikle istemem” (Ebû Dâvûd, Edeb 35; Tirmizî, Kıyâmet 51) buyurmuş, “Ben” dilini kullanmıştır.

⁷³ Duyguların açıklanması çok önemlidir, çünkü inançlar, düşünce ve zevkler kişiden kişiye değişse de duygular bütün insanlarda aynıdır.

⁷⁴ Şuara, 26/80

eder, sonra da şifâ verir” dememiştir. Takdir edileceği üzere hastalık, görünürde hoşlanılacak bir şey değildir. Hoş olmayan bir fiili Allah'a isnat etmek de edebe aykırıdır. Dolayısıyla Hz. İbrahim, olumsuz gibi görülen hastalığı Allah'a değil de kendine isnat etmiş; şifayı da Allah'a bağlamıştır. Ayrıca Hz. Peygamberin, birini tenkit etmek istediğinde “ne oluyor ona, alını toprak olasıya!” diye söze başlaması; kendisine hoş olmayan bir söz ulaştığında “insanlara ne oluyor da şöyle, şöyle söylüyorlar?”⁷⁵ diyerek, böyle durumlarda “sen” dili yerine genel bir dil kullanması, hatalı olanları teşhir etmeyerek hem insanların onurunu koruması, hem de evrensel değerlere özen göstermesi dikkat çekicidir.

Burada ‘Ben’ dili kullanılırken, dünyanın sadece ‘Ben’den, ‘Ben’im bakış açım ve duygularımdan ibaret olmadığı bilinmeli; aynen ‘Ben’im duygularım gibi muhatabımın duygularının da önemli olduğu unutulmamalıdır.

Olumsuz tutum ve davranışlara yönelik mesajların, “sen” dili yerine “ben” dili ile iletilmesi, hedefin suçlandığını hissedip savunmaya geçerek öfkeyle karşılık vermesini önler ve konuşmaktan kaçınıp iletişimi kesmesini engeller. Size sözle saldırılmadığı sürece, rahatsızlığımı veya kızgınlığımı dile getiren biriyle anlaşmanız mümkündür.

Değerlendirme Ve Sonuç

İslam, ilahi mesajın muhatabın vicdanını uyarıcı, bilinç alanını genişletici, duygularını harekete geçirici yöntemle sunulmasını ister.⁷⁶ Bunu gerçekleştirebilmek için yerine göre duygulara ve heyecanlara, yerine göre de akla ve bilgiye hitap edilmelidir. Güzel konuşan ve iyi iletişim becerisine sahip kimseler, duygu ve akli birlikte devreye sokarlar. Hikâyelerden, benzetmelerden, örneklerden ve karşılaştırmalardan faydalanırlar. Bunlar, sunulan bilgiyi daha canlı hale getirir ve muhatapta, mesajı kabul etmesini sağlayacak şekilde istek uyandırır.

Sunumun etkinliği açısından mesaj, ana temasından sapmamalı, gereksiz ayrıntılarla dağıtılmamalı; ciddiyetini koruyan ama bıktırıcı ve yorucu olmayan, duyguları ihmal etmeyen,⁷⁷ tatlı ve sürükleyici bir üslupla sunulmalıdır. Bu süreçte

⁷⁵ Buharî, Edeb, 44; Ebû Davud, Edeb, 5.

⁷⁶ Bkz.: Hökelekli, a.g.m. s. 213

⁷⁷ Kur'an, en sert ve dehşetli söylemlerde bile duyguları ihmal etmemiştir. Bu noktada bir örnek olarak, “Ey iman edenler! Öldürme durumunda size kısas farz kılındı (binaenaleyh katilin de öldürülmesi gerekir) hüre karşı hür, köleye köle, kadına kadın (öldürülür). Ama kim kardeşi tarafından affedilirse, o zaman, affedenin münasip olanı yapması (uygun diyeti istemesi, affedilenin de) güzelce onu ödemesi gerekir. Bu, Rabbiniz tarafından bir hafifletme, bir merhamettir. Kim bundan sonra saldırmaya kalkarsa, artık onun için acı veren bir azap vardır” ayetini değerlendirebiliriz. Ayet, baştaki “Ey iman edenler!” hitabıyla “itaat”e yöneliyor! Sonra “أخيه” ahîhi” (kardeşi) ve “بِالْمَعْرُوفِ” bi'l-ma'rûf” (münasib olan) ve “بِإِحْسَانٍ” bi ihsân” (güzelce) tabirleriyle, katil (öldüren) tarafla ölü sahipleri arasındaki gerginliği yumuşatıp şefkat duygusunu harekete geçiriyor. “Bu, Rabbiniz tarafından bir hafifletme, bir merhamettir” cümlesindeki minnet duygusunun hemen ardından da en sonda yer alan tehdide geçiyor. Burada bir de ayetin konusunun kanlı bir mesele olmasına dikkat edilmelidir. Bu yaklaşımı diğer ahkâm ayetlerinde de görebiliriz. Ama hiçbir kanun kitabında bu rûhu bulamayız. Görüldüğü gibi Kur'an'da söz net, şeffaf ve yerli yerindedir, maksat dışı unsurlardan arındırılmıştır. Zihni yormaksızın

kullanılan dilin açık ve anlaşılır olmasına dikkat edilmeli⁷⁸ ve bilinmeyen terimlere yer verilmemelidir.⁷⁹ Zira günümüz insanı her gün onlarca olay hakkında sayısız mesaja hedef olmakta, bunlar hakkında değişik konuşmalar ve yorumlar duymaktadır. Bu ortamda sunulacak dîni mesajın etkinliği için mesajın çok kısa, çarpıcı, dikkat çekici⁸⁰ ve kolay akılda kalıcı olması gerekmektedir. Ayrıca mesaj, sürükleyici bir anlatımla ve aktüaliteden faydalanılan bir yorumla sunulmalıdır. Aksi takdirde mesajın anlaşılması zorlaşacak; belki de içerik çarpıtılarak yanlış algılanacaktır.

Hedefin, kaynaktan gelen mesajlar arasından istediklerini seçip alacağı, aldıklarını da kendi gerekçe ve gerçeklerine göre anlayıp kullanacağı unutulmamalıdır. Bu durumda, hedef kitleyi ikna etmek isteyen kimsenin işinin çok basit olduğu söylenemeyeceği gibi muhatapların da mesaja karşı açık ve korumasız olduğu söylenemez.

Soyut ve anlaşılması çok daha zihinsel çaba gerektiren sunumların itici olabileceği de unutulmamalıdır.⁸¹ Bu engeli aşmada kıssalar, verilen mesajın zihinlerde duyusal olarak görüntülenerek zihni yormadan daha iyi anlaşılmasına yardımcı olabilir; algılanması zor konuları kolay anlaşılır hale getirip akıllarda kalmasını sağlayabilirler. Üslup ve ifadeyi güzelleştiren kıssa, her seviyeden insanı da düşündürür. Tarihi kıssalar kadar, yaşanmış güncel güzel örnekler de mesajın benimsenmesinde etkileyici olmaktadır. Bu sebeple mesajın anlaşılmasını kolaylaştıran, hedef kitlede aşk ve şevk uyandıran örnek olaylar ve kıssalar, uygun dozda ve tekniği uygun olarak verilmelidir.

Din hizmeti sunan kimselerin konuşmaları, dinleyenlerden hiçbir kimsenin rahatsız olmayacağı bir üslupta olmalıdır. Hz. Peygamber, muhatap olarak kabul edip iletişimde bulunduğu, konuşup tartıştığı insanlardan hiçbir kimseye örneğin, “Sen münafıksın, sana yönelik tutumumuz da şudur” diye tavır almamış; bu

meramı anlatır. Sanki söz işitiyor değil de, bir ekrandan resim seyrediyor gibi gerçekleri gösterir. (Bakara, 2/178; Bkz., Draz, Muhammed A., *En Mühim Mesaj Kur'an*, Çev., Suat Yıldırım, Işık Yay. İzmir, 1994, s. 140-142)

⁷⁸ Hz. Peygamber konuşurken, bir kimse kelimeleri saymak istese sayabilirdi. O, tane tane konuşur, sözlerinin arasına fasıla koyar, hızlı hızlı konuşmazdı. Çoğu kere susup, gerekmedikçe konuşmayan Hz. Peygamber, bazen de iyice anlaşılması ve önemi kavranması için sözlerini üç kere tekrar ederdi. (Tirmizî, *Şemâil*, s. 248-250; Kandehlevî, M. Yusuf, *Hayâtü's-Sahâbe*, Çev.: Ahmet Meylânî, Divan Yay. İstanbul, 1980, c. 3, s. 262-264); Bu noktada politikacıların seçim kampanyalarındaki konuşmalarına da dikkat etmek gerekir. Değişik kesimden insanlara hitap ettikleri; kitleleri az bilgilendirirken, kısa, özlü ve anlaşılır cümlelerle daha çok ikna etmeye yöneldikleri görülür.

⁷⁹ “Biz, işi anlamak isteyen kimse için Kur'an'ın anlaşılmasını kolaylaştırdık; düşünen, ibret alan yok mu?” (Kamer, 17) ayeti, ilgilenenlerin Kur'an'dan istifade edebileceğine dikkat çekerken, açık ve anlaşılır bir dil kullanmanın önemini nazara verir. Kur'an'ın, indiği toplumun ana dilinde nazil oluşu da ana dilin ve bu dilde iletişimin önemini gösterir.

⁸⁰ Konuşmacının, konunun içeriğine göre, canlı ve somut örnekler vermesi, karşılaştırma yapması, yapılan araştırmalara, uzman görüşlerine ve istatistiksel bilgilere yer vermesi, mesajın kolay anlaşılmasını sağlayacaktır.

⁸¹ Bkz., Oskay, a.g.e. s. 19, 81.

kimselerin durumunu açığa vurmamış, ayırmacılık yapmayarak herkese eşit davranmıştır. Yine Hz. Peygamber, inkârcıları muhatap alırken onlarla medeni ilişkiler kurmuş; kendileriyle her zamanki gibi ölçülü, nezaketli, saygılı bir üslupla konuşmuştur. Nitekim daha sonraları, Müslüman olsun veya olmasın, hiçbir kimse Hz. Peygambere karşı “sen şöyle şöyle demiş, böyle yapmışın; kalbimiz kırılmıştı” şeklinde sitemde bulunmamıştır.⁸²

Takdir edileceği üzere din hizmeti sunanlar için en güzel örnek Hz. Peygamberdir. Hayatı boyunca onun mesajının özünü ve temelini oluşturan değişmez gerçek, sahih bir inanç ve sağlam bir iman konusu olmuştur. Bunun dışında söyleyeceklerini bu genel ve temel mesajının içine serpiştirmiştir.

Peygamberlerle temsil edilen bir hizmette amatörce davranışlara ve davranışlara yer olmayacağı açıktır. “Bu söze inanmayanların ardından üzülmek nerdeyse kendini mahvedeceksin!”⁸³ âyetinin muhatabının, “Ben de sizin gibi bir insanım”⁸⁴ diyen bir peygamber olduğu; insanlığı kendi ufkuna çıkarmak için her türlü sıkıntılara katlanarak kutsi hizmetini sürdürdüğü unutulmamalıdır. Buradan da anlaşılacağı üzere din hizmetlerinde peygamberane azim şarttır.

Zamanı iyi kullanmak, giyim-kuşamla iyi izlenim oluşturmak etkili iletişim için kaçınılmazdır. Bu konularda hassasiyet gösteren kişilere otomatik olarak yeteneklik, dürüstlük, incelik, zekilik gibi özellikler yüklenmektedir. Renk de, iletişimin önemli bir aracıdır. Dil engelini aşan bir iletişim ve anlaşım, dolayısıyla da ikna silahıdır.

İnsanların dini öğrenmedeki amaçlarına hizmet eden ve bunu pratiğe dönüştürmelerine katkı sağlayan sunumlar, kişileri motive etmede daha etkilidir. Bunun için hedefin amaç ve beklentileri ile mesaj arasındaki bağlantıları bulmak ve mesajı onlar üzerinde sempati uyuracak şekilde sunulmak gerekir. İslam, ilahi mesajın muhatabın vicdanını uyarıcı, bilinç alanını genişletici, duygularını harekete geçirici yöntemle sunulabilmesi için yerine göre duygulara, heyecanlara, yerine göre akla, bilgiye hitap edilmelisin ister. Etkili iletişim için, hikâyelerden, benzetmelerden, örneklerden ve karşılaştırmalardan faydalanmayı önerir. Zira bunlar, sunulan bilgiyi daha canlı hale getirir ve muhatapta, mesajı kabul etmesini sağlayacak şekilde istek uyandırır.

İkna, iletişim psikolojisinde önemli bir yer tutar ve iletişimin temel amaçları arasında yer alır. İkna, bir fikrin dayatılması değildir; karşılıklı anlayış ve hoşgörü temelinde, iletişime katılanların birbirlerine saygılarını yitirmeden karşılıklı fikir alış-verişinde buldukları bir diyalog sürecidir. Bu süreçte, herkesi kendi konumu içinde kabul etmek ve saygı göstermek, samimi ve iyi niyetli olmak esastır.

⁸² Benzer yorumlar için bkz., Canan, İbrahim, *Tebliğ Metotları I*, Nesil basım Yayın, İstanbul, 1998, s. 186-187.

⁸³ Kehf, 18/6

⁸⁴ Kehf, 18/110

Din duygusu, insanın tabiatına ve yaratılışına bağlı fitri bir duygudur. İnsanda tutum ve davranış değişikliği gerçekleştirmede rol oynayan iki temel duygu vardır. Bunlar, ümit ve korku duygusudur. İnanan insanlar bu iki güçlü motivin etkisi altındadırlar. Allah'tan ümit, inananları dinin istediği olumlu tutum ve davranışlara motive ederken, Allah'ın azabından korkmak, dinin yasakladığı olumsuz tutum ve davranışlardan kaçınmaya motive etmektedir.

Bilgi, düşünce ve duyguların günlük dilde en sık kullanılan, “Ben” ve “Sen” dili hitap sözcükleriyle iletilmesi hem mesajın algılanmasında hem de duygular üzerinde etkilidir. Ancak “Sen” dili, hedefi suçlayıcı, davranıştan çok kişiliğe yöneldiğinden incitici ve kırıcı olabilmektedir. Bu ise, din hizmetleri açısından kolaylaştırmak, zorlaştırmamak; sevdirmek, müjdelemek, ama nefret ettirmemek gibi temel ve genel prensiplere ters düşebilir. Bu noktada “sen” dili yerine, “ben” dilini kullanmak daha etkilidir. Ancak burada ‘Ben’im duygularım gibi muhababımın duygularının da aynı değerinde ve önemde olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA:

Kâmil, A. Abdülkadir, *İslâm'a Göre İnsan ve Birey*, Çev.: Cemal Arzu, Çeşme Yay. İstanbul, ts.

Aktaş, Şerif, *Edebiyatta Üslup ve Problemleri*, Akçağ Yay. Ankara, 1998.

Baltaş, Zuhâl- Baltaş, Acar, *Bedenin Dili*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2000.

Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail, *Sahih*, Çağrı Yay. İstanbul, 1992

Canan, İbrahim, *Tebliğ Metotları I*, Nesil basım Yayın, İstanbul, 1998.

Cihan, Sadık, *Uydurma Hadislerin Doğuşu Siyasi ve Sosyo-Politik Olaylarla İlgisi*, Etüt Yay. Samsun, 1996.

Cüceloğlu, Doğan, *Yeniden İnsan İnsana*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1999.

Çakan, İsmail Lütfi, *Hakkı Tavsiye Metod ve Vasıtaları*, Büşra Yay. İstanbul, 1992.

Çelik, Zakine Öztürk, *Sözlü Anlatım*,

<http://www.aof.edu.tr/kitap/IOLTP/2272/unite03'den 04.10.2007>.

Doğan, Orhan, *Kişiler Arası İlişkiler*, Somgür Yay. Ankara, 2000.

Dökmen, Üstün, *İletişim Çatışmaları ve Empati*, Sistem Yay. İstanbul, 1999.

Draz, Muhammed A., *En Mühim Mesaj Kur'an*, Çev.: Suat Yıldırım, Işık Yay. İzmir, 1994.

Ebû Davud, Süleyman b. Eş'as, *Sünen*, Çağrı Yay. İstanbul, 1992

Enes b. Malik, *Muvatta*, Çağrı Yay. İstanbul, 1992.

Eren, Hasan vd., *Türkçe Sözlük*, TDK. Yay. Ankara, 1988.

Eren, Şadi, *Kur'ân'da Teşbih ve Temsiller*, Işık Yay. İstanbul, 2001.

Evlıyaoğlu, Gökhan, *İletişim Psikolojisi Psikolojik İletişim*, Türkiye Gazeteciler Sendikası Yay. İstanbul, 1987.

Guiraud, Pierre, "Üslup İlminin Vazifeleri," Çev.: Eriman Topbaş, *Türk Yurdu*, c. 12, sy.: 53, Ankara, 1992.

Hiebert, G. Paul, *Cultural Antropology*, Baker Book, Grand Rapids, Michigan, 1983.

Hökelekli, Hayati, *Din Psikolojisi*, Türkiye Diyanet Vakfı Yay. Ankara, 1993.

_____, "Günümüz İletişim Teknikleri ve Dini İletişim" *Din Hizmetlerinde Yöntem ve Verimlilik*, DİB. Yay. ss. 205-232, Ankara, 2006.

<http://www.abd-ana.com/bws/abdana/yb/dinleme.html>;

<http://www.ogretmenlerforumu.com>; 04.10.2007

İbn Kayyim, Muhammed b.Ebî bekr el- Cevzîyye, *Zâdü'l-Meâd*, Çev.: Şükrü Özen vd., İklim Yay. İstanbul, 1988.

İbn Mace, Ebû Abdillah Muhammed b. Yezid, *Sünen*, Çağrı Yay. İstanbul, 1992

James, Judi, *Beden Dili*, Çev.: Murat Sağlam, Alfa Yay. İstanbul, 1999.

John Stewart-Gary D'Angelo, *Together: Communicating Interpersonally*, Random House, New York, 1988.

Kallek, Cengiz, "Cübbe", *DİA*. c. IIX, Türkiye Diyanet Vakfı Yay. İstanbul, 1993.

Kandehlevî, M. Yusuf, *Hayâtü's-Sahâbe*, Çev.: Ahmet Meylânî, Divan Yay. İstanbul, 1980

Kaya, Derya, *Etkili İletişim Sunum Teknikleri ve Beden Dili*,

http://www.enf.mu.edu.tr/ders_notlari/enf101/iletisim_ve_Sunum_Teknikleri.pdf, 08.09.08.

Kettânî, Muhammed Abdülhayy, *Terâtübü'l-İdâriyye*, Çev.: Ahmet Özel, İstanbul, 1990.

Köknel, Özcan, *İnsanı Anlamak*, Altın Kitaplar Yay. İstanbul, 1997.

Köylü, Mustafa, *Psiko-Sosyal Açıdan Dini İletişim*, Ankara Okulu Yay. Ankara, 2006.

Macit, Yusuf, *İletişimde Model Olarak Hz. Muhammed*, Yeni Akademi Yay. İstanbul, 2006.

Müslim, Ebû Hüseyin Müslim b. Haccac, *Sahih*, Çağrı Yay. İstanbul, 1992

- Myers, E. Gail – Myers, Michele T., *The Dynamics of Human Communication: A Laboratory Approach*, McGraw-Hill Book, New York, 1988.
- Necati, M. Osman, *Kur'ân ve Psikoloji*, Çev.: Hayati Aydın, Fecr Yay. Ankara, 1998.
- Oktay, Mahmut, *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*, Der Yay. İstanbul, 1996.
- Oskay, Ünsal, *İletişimin ABC'si*, Der Yay. İstanbul, 1999.
- Peker, Hüseyin, *Din Psikolojisi*, Samsun, 1993.
- Robertson, Arthur K., *Etkili Dinleme*, Çev.: E. Sabri Yarmalı, Hayat Yay. İstanbul, 1999.
- Ros, J. Brun, *Hatiplik Sanatı*, Çev.: Nazife Müren, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1973, s. 46.
- Sayım, Aynur, *Ben ve Sen Dili*, <http://www.mcatürk.com>, 04.10.2007.
- Schober, Otto, *Beden Dili*, Çev.: Süeda Özbirt, Arıon Yay. İstanbul, 1999.
- Sillars, Stuart, *İletişim*, Çev.: Nüzhet Akın, MEB., Yay. Ankara, 1995.
- Şenbay, Nüzhet, *Söz ve Diksiyon Sanatı*, Yapı Kredi Yay. İstanbul, 2006.
- Tirmizî, Ebû İsa Muhammed b. İsa, *Sünen*, Çağrı Yay. İstanbul, 1981.
- _____, *Şemâili Şerife*, Tercüme ve Şerh: Hüsamüddin Nakşibendi, Sad.: Mehmet Sadık Aydın, Hilal Yay. Ankara, ts.
- Türkkkan, Reha Oğuz, *İkna ve Uzlaşma Sanatı*, Hayat Yay. İstanbul, 2000.
- Ünal, Ali, *Allah Kelâmı Kur'an-ı Kerim ve Açıklamalı Meali*, Define Yay. İstanbul, 2007
- Yazır, M. Hamdi, *Hak Dini Kur'an Dili*, Sad.: İsmail Karaçam vd., Feza Gazetecilik, İstanbul, ts.
- Zıllıoğlu, Merih, *İletişim Nedir?* Cem Yay. İstanbul, 1993.