

# I. DİN HİZMETLERİ SEMPOZYUMU

(3-4 KASIM 2007)

CİLT 1

Diyaret İşleri Başkanlığı Yayınları: 763  
İlmi Eserler: 124

•  
*I. Din Hizmetleri Sempozyumu*

•  
Editör: Dr. Mehmet BULUT

•  
Grafik-Tasarım: Cevdet DOĞAN

•  
Baskı: Türkiye Diyanet Vakfı Yayın Matbaacılık ve Ticaret İşletmesi  
Ostim Ömek Sanayi Sitesi 1. Cad. 358. Sk. No: 11 06370 Yenimahalle/ANKARA

•  
Kasım 2008, ANKARA

•  
2008-06-Y-0003-763

ISBN 978-975-19-4374-3 (tk. No)

978-975-19-4376-7 (1. c)

•  
© Diyanet İşleri Başkanlığı

•  
İletişim Adresi

Eskişehir Yolu 9. Km. Çankaya/ANKARA  
Tel: 0312 295 72 94 – Faks: 0312 284 72 88  
diniyayinlar@diyanet.gov.tr

## Cami Hutbelerinde Etkili İletişim Sağlama Amacıyla Retorik Figürlerinden Yararlanma



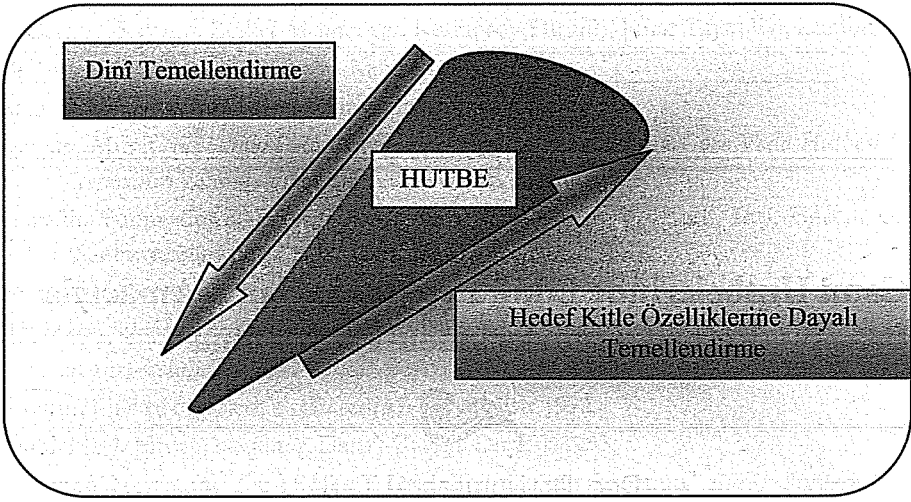
Doç. Dr. Nurullah ALTAŞ\*

Giriş Yerine: Hutbe ibadet mi, Eğitim Aracı mı, İletişim Aracı mı?

Hutbeler, İslâm dünyasında yüzyıllardan beri cami içinde gerçekleştirilen önemli dinî ritüellerden biridir. Her hafta Cuma günü ve yılda iki kez bayram namazlarında cami etrafındaki tüm müslümanlara seslenme imkânı veren hutbeler, her şeyden önce dinî bir temele sahiptir. Dolayısıyla hutbenin tanımlanmasında ve yapısının oluşturulmasında dinî kaynaklara dayanmak gerekir. Bu anlamda hutbeler üzerinde konuşup ve değerlendirmeler yaparken Hz. Peygamber'in uygulamalarını ve yönlendirmelerini görmezden gelmek mümkün değildir. Dolayısıyla hutbe olgusuna şekil kazandıran tarihî birikimi de yorumlarımızda kullanmak bir zorunluluktur. Hutbenin dinî mahiyetini ortaya koyan çalışmalar, söz konusu yorumların sağlıklı yapılabilmesi için bir gerekliliktir.

Bununla birlikte hutbe, bir hedef kitle önünde gerçekleştirilir. Hiçbir hatip, kendi tecrübesini artırmak için ayna karşısına geçmediği sürece boş salonlara veya camiye konuşmaz. Onu dinleyen bir topluluk veya cemaati vardır. Dolayısıyla hutbelerin, seslenilen topluluğu da dikkate alması gerekir. Hutbelerin şekil ve içeriğinin seslenilen topluluğu merkeze alarak biçimlendirilmesi zorunluluk olarak karşımıza çıkar. Bu tebliğ, hutbelerin hedef kitle merkezli tanımlanmasında yeni bir yaklaşıma temel teşkil edecek ilkeler ortaya koyma amacını merkeze alarak hazırlanmıştır. Bu çerçevede tebliğ, hutbelerle ilgili yeni bir yaklaşım oluşturabilmek için gerekli temel ilkeleri müzakereye açacaktır.

\* Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğretim Üyesi.

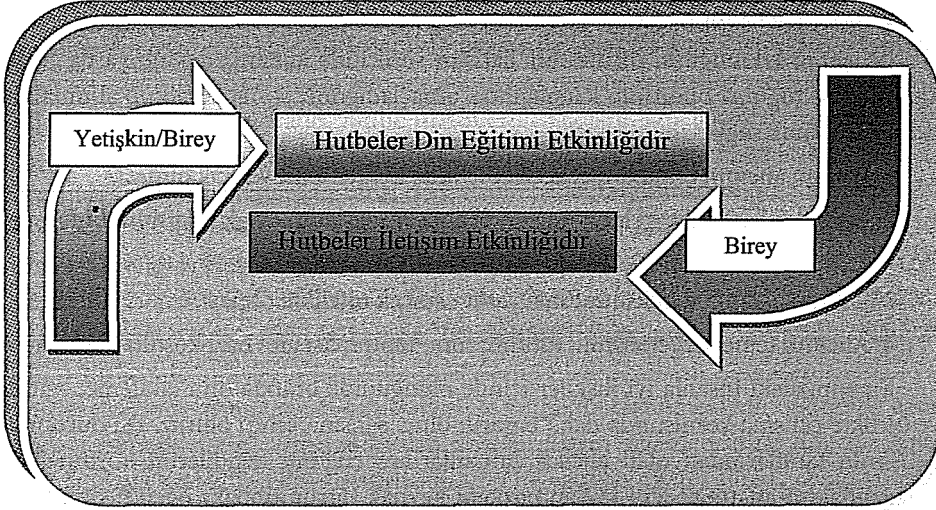


**Şekil 1. Hutbelerin biçimlendirmesini etkileyen faktörler**

Hedef kitle açısından bakıldığı zaman hutbelere, farklı bakış açılarına dayalı farklı çerçeveler çizilir. Bu çerçevelerden ilki hutbeleri yaygın din öğretimi aracı olarak görmek ve eğitsel açıdan değerlendirmektir. Bu yaklaşımı temsil edenlerden Doğan, yaygın din eğitiminin, her yaş ve cinsiyette ve farklı eğitim düzeyinde insanları hedeflediğini belirler. Bu şekilde hutbelerin de hedef kitlesini din konusunda bilgi sahibi kılmak ve onlara dinin pratiklerinin usulüne uygun olarak yerine getirilmesini öğretmek, bilgi eksikliklerini gidermek, yeni bilgilerle takviye etmek ve İslâm'ın öngördüğü vasıflara sahip insan yetiştirmek amaçlarına yönelik olarak düzenlendiğini söyler. Doğan bu amaçlar çerçevesinde hutbeleri bir yaygın din eğitimi etkinliği olarak değerlendirir.<sup>1</sup> Doğan, bu değerlendirmesini Cumhuriyet öncesi dönemi de kapsayacak şekilde geniş tutar. Bununla birlikte hutbelerin tarih içindeki gelişim safhalarının incelenmesi yoluyla daha geniş değerlendirmelere de ihtiyaç bulunduğunu vurgular. Hutbeleri, bir cami içi eğitim etkinliği olarak gören Tosun, bu ibadeti yetişkinlerin din eğitimi başlığı altında değerlendirmektedir.<sup>2</sup> Bu çerçevede Tosun, hutbeler de içinde olmak üzere diğer yetişkin din eğitimi etkinliklerinde amaçların belirlenmesi, muhteva tespiti ve eğitim yöntemlerinde sorunlar bulunduğu dikkat çekmektedir.

<sup>1</sup> Recai Doğan, "Cumhuriyet Öncesi Dönemde Yaygın Din Eğitimi Açısından Hutbeler", *Dini Araştırmalar*, Cilt: 1, Sayı: 2, Eylül-Aralık 1998, s. 8.

<sup>2</sup> Cemal Tosun, *Din Eğitimi Bilimine Giriş*, Pegem-A Yayıncılık, Ankara 2005, s. 195.



**Şekil 2. Hutbelere, hedef kitlenin özelliklerine göre temel yaklaşım biçimleri**

Bir kavrama yüklediğiniz anlam, size bir çerçeve çizer ve ilgili disiplinlere dayalı olarak da belirli görevler ortaya çıkarır. Eğer hutbeleri bir eğitim etkinliği olarak değerlendirirsek, genel amaçlardan özel amaçlara kadar belirli hedefleri önümüze koymamız, bu hedefleri gerçekleştirecek içeriği belirlememiz ve bu içeriği, hedefleri gerçekleştirmek üzere belirli yöntem ve teknolojileri kullanarak etkinleştirmemiz beklenmektedir. İçeriğin sunulmasından sonra da amaçların gerçekleşme düzeylerini belirlemek üzere değerlendirme yapmamız gerekir. Böyle bir yaklaşımla hutbeler için hangi eğitim unsurlarının kullanılabilir olacağı üzerinde uzun boylu düşünmek gerekecektir. Her şeyden önce hutbelerin hedef kitlesinin farklı yaş gruplarından oluşması, bu kitlelerin ön öğrenmeleri hakkında bilgi sahibi olmanın zorluğu, aynı “öğretim” sürecinde farklı düzeylere ilişkin farklı amaçların belirlenmesi zorunluluğu ve hepsinden önemlisi eğitimdeki ölçme ve değerlendirme yöntemlerini kullanamama problemi hutbeleri bir eğitim formunda algılamamızı güçleştirmektedir.

Hâlbuki hutbeyi, bir iletişim aracı olarak görmek, etkililiği ve etkinliğini sağlama da çözümler üretmemizi kolaylaştıracaktır.

### İletişim, İkna Edici İletişim ve Retorik

Toplumsal bir varlık olarak insan, pek çok nedenlerden dolayı sürekli bir iletişim içerisinde. Bilgi vermek, bilgi almak, yardım istemek, söz vermek kendi duygu ve düşüncelerini anlatmak ya da başkasının duygu ve düşüncelerini öğrenmeye çalışmak suretiyle belli bir yapı ve düzen içerisinde iletişim kurar. Toplumun içinde yaşayan insanın kendisini ve çevresini daha iyi tanımasına ve başkaları ile uyumlu ilişkiler gerçekleştirmek için etkileşim kurabilme, yaşayan ve artık yaşamayan kişilerin miras olarak bıraktıkları bilgilerden yararlanılmasına yardım eden özel bir becerisi vardır.

İşte bu beceri iletişimdir.

İletişimin etkinliğinin ölçütü, bir iletişim sürecinde karşımızdakine ya da hedef kitleye yönelttiğimiz bildirinin karşılığında, amaçladığımız sonucun alınıp alınmamasıdır. Bu etkinin sağlanabilmesi için;

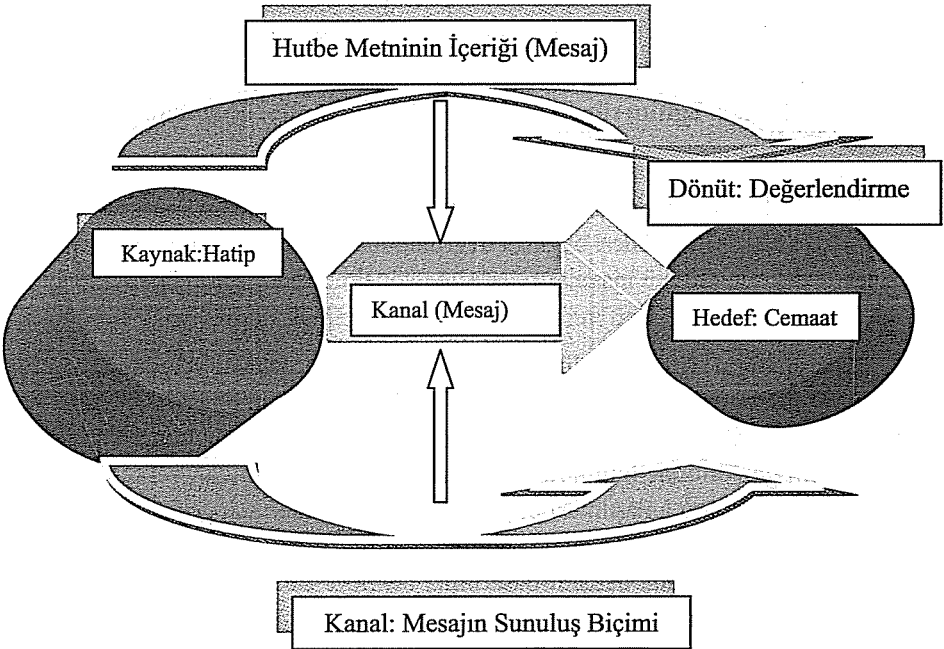
1. İletinin alıcının dikkatini çekecek biçimde kodlanması ve açık olması,
2. İletiyi kodlayan simgeler konusunda alıcı ve vericinin ortak bilgisinin bulunması,
3. İletinin alıcının gereksinmesine yanıt verecek nitelikte olması,
4. Alıcının temel değerlerinin, tutumlarının tanınması gibi bazı koşulları vardır.<sup>3</sup>

Karşımızdaki insanla iyi ilişkiler içinde olduğumuz oranda onu etkileme, eğitme ve birlikte çalışma konusunda daha başarılı olma şansına sahip oluruz. Bu durumda, iletişimin taraflarından olan alıcılar zamanlarının çoğunu kendilerini korumak ve karşısındakini atlatmak için kullanmazken; kaynak durumundaki ögenin de rolden role geçmesine, sert davranmasına ve insanüstü kişiliklere bürünmesine gerek kalmaz. İdeal bir hatip rol yapmayı bırakıp olduğu gibi davranan, daha erişilebilir olandır. Cami ortamında din görevlisi-cemaat arasında etkin iletişimin kurulması bu iki taraf arasında özel bir ilişkinin, güvene dayalı sağlam bir bağın kurulmasına bağlıdır. Bu ilişki içinde her iki taraf da birbirlerinin bireysel alanlarına ve ihtiyaçlarına saygı göstermek, karşılıklı güven ortamının gelişmesini sağlamak için gerekli şartları hazırlamak zorundadır. Dolayısıyla hutbeler açısından baktığımız zaman kitaplardan alınan, müftülük ve Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından gönderilen hazır hutbe metinleri bir anlamda bu karşılıklı güvenin oluşturulması açısından problem unsurudur. Zira her ne kadar metinden aktarılan bir mesaj bulunsa bile mesajın doğrudan din görevlisi ile ilişkisi kesilmekte, bu tür bir yöntemde mesajın kaynağı bir kurum veya başka birey/bireyler olarak ortaya çıkmaktadır. Etkin iletişimin diğer şartlarına bakıldığı zaman alıcı veya hedefle ilişkili olduğu görülür. Hedefle kaynağın ortak özelliklere sahip olması (ortak yaşantı alanı), mesajın hedefin dikkatini çekecek biçimde kodlanması ve açık, anlaşılır olması, mesajın hedefin ihtiyaçlarına cevap verici nitelikte olması ve hedefin temel değer ve tutumlarının bilinmesi gibi şartlar, hutbelerin iletişim aracı olarak bakıldığı zaman kesinlikle *yerele nitelikte* olmasını gerektirmektedir.

İletişim, bir bakışa göre insanların birbirlerini etkileme ve birbirlerinden etkilenme yoludur. İletişim sürecinin amacına odaklanarak yapılan bu gibi tanımlarda iletişimin temel işlevinin “hedef üzerinde belirli bir etki yaratmak” olduğu vurgulanmaktadır. Diğer bir deyişle, iletişimde varılmak istenen nokta, hedef kitlede kaynağın amacına hizmet edecek bir etki yaratmaktır. Bu nedenle *sosyal etki ve ikna, hem kuramsal hem de uygulamalı iletişim çalışmaları içinde en çok ilgi gören konuların başında gelmektedir.*

<sup>3</sup> Thomas Gordon, *Etkili Öğretmenlik Eğitimi*, Çev. Birsen Özkan, Sistem Yayıncılık, İstanbul 1996, s. 16.

İletişimin etkilemeye ve insan davranışlarını manipüle etmeye dayalı tanımlamasından hareket ettiğimizde hutbelerin amacı, insanların davranışlarını dinin emir ve yasakları doğrultusunda manipüle etmek, inanç esaslarını benimsetmektir. Burada iletişimin kaynağı olan hatip, hutbe metinlerini iletişim kanalı olarak kullanacak ve manipüleyi amaçlayan mesajı iletişimin hedefi olan cemaate ulaştıracaktır. İletişim sürecinde önemli unsurlardan birisi de mesajın hedef tarafından doğru anlaşılıp anlaşılmadığını belirleyecek olan geri bildirimlerin hedeften alınmasıdır. Eğitim sürecindeki değerlendirme aşamasından farklı olarak iletişime ilişkin geri bildirimlerin farklı araştırma yöntem ve tekniklerini kullanarak belirlenen örneklemeler üzerinde yapılan araştırmalardan elde edilen bulgularla belirlenme imkânının bulunmasıdır. Hâlbuki eğitim sürecinde bireylerin öğrenme düzeylerinin belirlenmesi, tüm aşamalarda aynı bireyler üzerinde uygulanan başarı testleri ile mümkün olabilmektedir. Eğitimde başarının ölçülmesi, eğitim sürecine katılan tüm bireylerin değerlendirme sürecine katılması ile daha sağlıklı nitelik kazanmaktadır. Öte yandan eğitim süreci, çoklu yöntem ve teknikleri birlikte kullanmaya ve amaçların gerçekleştirilmesi için bu yöntem ve teknikleri etkili kullanmaya daha uygundur. Eğitim ortamını belirlemede de öğreticiler, amaçların niteliklerine göre daha özgür davranma imkânına sahiptir.



Şekil 3. İletişim unsurları açısından hutbeler

Eğitim Sürecinin Özellikleri	Hutbelerde Uygulanma İmkânı
✓ Eğitimin genel amaçlarının belirlenmesi	Belirli dönemler için uygulanabilir
✓ Konunun amaçlarının hedef kitlenin gelişimsel özelliklerine göre belirlenmesi	Hedef kitle homojen olmadığı için uygulanması zordur.
✓ Öğrencilerin konu ile ilgili ön öğrenmelerinin belirlenmesi amacıyla ön test geliştirilmesi ve uygulanması	Ön-test ve son testte bulunan bireylerin aynı olması gerektiğinden ve cami ortamı göz önüne alındığında imkânsızdır.
✓ Amaçları gerçekleştirmeye yönelik içeriğin belirlenmesi	Belirlenmiş amaçlara göre içerik oluşturmak mümkündür.
✓ Amaçlara ulaşabilmek için gerekli öğretim yöntem ve tekniklerinin seçimi	Cami ortamı içinde çoklu öğretim yöntem ve tekniklerini kullanmak imkânı yoktur. Sadece sözel iletişime dayalı yöntem kullanılabilir. Geleneksel öğretim yöntemlerinden bile yararlanma imkânı bulunmamaktadır.
✓ İçeriğin sunulmasında kullanılacak öğretim araç ve gereçlerinin belirlenmesi, geliştirilmesi ve uyarlanması	Cami ortamı içinde ve hutbenin geleneksel formu çerçevesinde farklı görsel öğretim teknolojilerinden yararlanma imkânı bulunmamaktadır.
✓ Amaçlara ulaşma düzeyinin belirlenebilmesi için ölçme ve değerlendirme araçlarının geliştirilmesi ve son test uygulanması	Ölçme-değerlendirme araçlarının geliştirilmesi mümkündür; ama öğrenme düzeylerinin belirlenmesi ve son test uygulanması mümkün değildir.

**Şekil 4. Eğitim süreci özelliklerinin gözlenmesi açısından hutbeler**

Günlük hayatta da görülebileceği gibi, iletişimin gerçekleştiği pek çok durumda insanlar ya birisini verdikleri bilginin doğruluğuna veya davranışını değiştirmeye ikna etmeye çalışırlar. Çünkü insanların iletişime yönelmesinde “ikna” önemli ve ortak bir nedendir.

İkna kavramı Türkçe sözlüklerde “kanaat ettirme, kanaat verebilme; kandırma, razı etme; inandırma” anlamlarına gelir. İletişim süreçlerinin başarı ve başarısızlığını genelde ikna edip edemediğimize göre değerlendiririz. Aslında temel iletişim süreci unsurlarını göz önünde bulundurduğumuzda kaynak tarafından verilen mesajın hedef tarafından doğru anlaşılması başarılı bir iletişim anlamına gelir. Ancak genellikle iletişime geçtiğimiz insanların tutumlarını değiştirme amaçlı olarak iknaya çalışır ve ikna gücümüz oranında iletişim başarılarımızı ölçmeye çalışırız. Bunun da sebebi ikna edici iletişim biçiminin bireyler arası ilişkilerde yoğun biçimde kullanılıyor olmasıdır.

İkna kavramını iletişim bilimciler farklı şekillerde tanımlarlar. Brembeck ve Howell’e göre ikna, önceden belirlenmiş sonuçlara ulaşmak amacıyla, bilinçli olarak, insan güdülerinin manipülasyonu yoluyla düşünce ve eylemlerin değiştirilmesi girişimidir. Aynı bilim adamları iknayı çok daha yalın bir ifadeyle tanımlama yoluna



giderler ve ikna için “bireylerin seçimlerini etkileme amaçlı iletişim” şeklinde bir tanım yaparlar.<sup>4</sup> Reardon ise kavramı, “ikna çabası içinde olan bireyin, çeşitli duygusal ve bilişsel teknikler yoluyla bir başka bireyin belirli bir davranış, inanç ya da tutumu benimsemesine rehberlik etmek” şeklinde tanımlar. Raven ve Haley ise iknayı, dıştan bir etkiyle bireylerin biliş, tutum ya da davranışlarında değişiklik yaratılması şeklinde tanımlarlar.<sup>5</sup> Bu ve benzeri tanımların ortak noktalarından yola çıkarak iknayı kısaca, kaynak kişi ya da kişilerin, hedefin belirli bir inanç, görüş ve düşüncelere karşı olumlu bir tutum oluşturmalarını ya da var olan tutumunu değiştirmesini sağlama yönündeki çabası olarak tanımlayabiliriz.

Aristo'nun edebiyatla ilgili eserleri, şiir ve belâgatın mantığını ve doğru hareket etme metotlarını vermektedir. Zaten İslâm mantıkçılarının “burhan, cedel, hitâbet, şiir ve safsatata”dan oluşan beş sanatı kıyasın uygulama yeri olarak görmeleri,<sup>6</sup> şiir ve hitâbet (belâgat)'in mantıkta iç içe olduğunu gösterir. Bir bilim dalındaki usuller ve kavramlar mantık ilmi vasıtasıyla konulur ve genel sonuçlara ulaşılır. İslâmî ilimlerdeki usûl, kavram ve bunların tarifleri mantık ilmine göre yapılmıştır. İslâm ilim adamlarının tasnifi daha önce “Yedi özgür sanat (Septem artes liberales)” kavramı altında yapılmıştır ve bu kavram, antikçağ okul ve eğitim dünyasında öğretilen çeşitli bilim ve sanat alanlarını belirtir. Daha sonra ortaçağ felsefesinde de skolâstik okullarda öğretilen bölümler olmuştur. Bahsedilen yedi özgür sanat ve bilim alanları şunlardır: İlk olarak *Trivium* denilen *Üçlü Grup*, yani; gramer, diyalektik ve retorik gelmektedir. İkinci olarak da *Quadrium* denilen *Dörtlü Grup* gelmektedir. Bunlar da aritmetik, geometri, müzik ve astronomi'den meydana gelmektedir. Bu alanların öğretimini öne çıkaran okullar, düşünce tarihinde etkili olan akımlara ve gelişmelere etki etmiştir.

Aristo'nun klasikleşmiş çalışması “Rhetoric”, ikna edici iletişim üzerine ilk önemli çalışma olarak kabul görmektedir. Aristo, yıllar önce, bilimsel olarak günümüzde yeni ortaya konan ve kanıtlanmış birçok önemli bilgiyi kaleme almış, iknada “konuşmacının kişiliğinin”, “hedefin özelliklerinin” ve “konuşmanın özelliklerinin” mesajın ikna gücü üzerindeki etkilerinden söz etmiştir.

İletişim çalışmalarında ikna ile ilgili temel bilgi birikimi büyük oranda Allport'un “bireyin, düşünce, duygu ve davranışlarının, diğerlerini etkileyiş ve diğerlerinden etkileniş biçimini anlama ve açıklama çabası” olarak tanımladığı Sosyal Psikoloji'den gelmektedir. Çağdaş ikna çalışmalarının kökü Carl Hovland ve arkadaşlarının Yale İletişim Araştırmaları projesi kapsamında 1950'lerde propaganda teknikleri üzerine yürüttükleri çalışmalara dayanmaktadır.

Tutumların öğrenme yoluyla kazanıldığını savunan Hovland, buradan hareketle

<sup>4</sup> Andaç Demirtaş, “Temel İkna Teknikleri”, *İletişim*, 2004-19, s. 74.

<sup>5</sup> Agy.

<sup>6</sup> Necati Öner, *Klasik Mantık*, s. 171.

ikna çalışmalarını Öğrenme Kuramı'na dayanarak yürütür, öğrenerek kazanıldığına göre tutumların yine aynı yolla, öğrenme yoluyla değiştirilebileceğine inanır. Savaş sırasında orduda grup ruhunun uyandırılması, takım çalışmasının yöreklendirilmesi, askerlerde düşmana karşı kin ve nefret duygularının uyandırılarak savaşıma yönelik bir güdülenmenin oluşturulması amacıyla çeşitli araştırmalar yürütülür.

Savaştan sonra Yale Üniversitesi'nde Yale İletişim Araştırmaları Programını kuran Hovland ve arkadaşları, iknanın gerçekleşmesi için tek bir uyarıcının ya da tek bir öğenin yeterli olmadığını, iletişim sürecinin tüm aşama ve öğelerinin tutum değişiminin gerçekleşmesi üzerinde etkili olduğunu öne sürmüşlerdir. Bu yönde kapsamlı araştırmalara girişen Hovland ve arkadaşlarının yaklaşımı "Mesaj Öğrenme Yaklaşımı" (Message-Learning Approach) olarak adlandırılmaktadır.

Hovland ve arkadaşlarının çalışmalarının öncülüğünde, Bilişsel Tepki Yaklaşımı (Cognitive-Response Approach (Chaiken, 1987), Ayrıntılı İnceleme Olasılığı Modeli (Elaboration-likelihood model (Petty ve Cacioppo, 1986), Geçişirme-Vurgulama Modeli (Intensify/downplay model) (Rank, 1976) gibi iknaya ilişkin birçok farklı kuramsal yaklaşım geliştirilmiştir ve günümüzde de, bu yaklaşımların da etkileriyle, konuya yepyeni bakış açıları ve açılımlar kazandırılmaktadır.<sup>7</sup>

Gerek iş yaşamında, gerekse günlük yaşamda bilinçli ya da bilinçsizce birçok farklı ikna tekniği kullanırız. İkna edici olabilmek için elimizdeki bilgiyi ve kanıtları iyi yapılandırmalı, örgütlemeli, kontrol değişkenlerini dikkate almalı, aynı zamanda dış görünüşümüze, konuşma tarzımıza ve beden dilimize kadar kendimizle ve iletişim bağlamıyla ilgili birçok faktörü de göz önünde bulundurmalıyız.

İknaya giden yolun, birçok temel kuramsal yaklaşımda da vurgulandığı gibi, iletişim sürecinin öğelerini mesaja uygun bir şekilde manipüle etmek olduğu açıktır. Bu bakış açısıyla, "temel ikna teknikleri" dendiği zaman akla, ikna sürecini kolaylaştırdığı ve hızlandırdığı bilinen belli başlı bazı kaynak, mesaj, araç, kanal ve hedefle ilgili değişkenler gelebilir (örneğin, kaynağın güvenilirliğinin artırılması, mesajın kanıt içermesi gibi).

### Retorik Niçin İkna Edici İletişimle İlişkilidir?

Retorik, kısaca ikna etmek ve inandırmak amacıyla etkili ve iyi konuşma sanatı olarak tanımlanır. Bu tebliğde söz konusu edilecek olan, Yeni Retorik'in Nouvelle Rhétorique; (New Rhetoric) karşısı olan Eski Retorik'tir. Buna "Klasik Retorik" de denilmektedir. Yeni retorik'in Saussure'ü diyebileceğimiz Ch. Perelman ve Olbrecchts-Tyteca ile başlayan 20. yüzyılın ikinci yarısını dolduran dönem, "Yeni Retorik Dönemi" olarak tanımlanır. Bu konu ile ilgili çalışmalar ve araştırmalar hâlen devam etmektedir.

Eski retorik bazen elokans (éloquence) terimi ile de karşımıza çıkmaktadır. Bu

<sup>7</sup> Demirtaş, s. 75.

terimlerin birbirlerinin yerine kullanıldığını görmekteyiz. Araştırmadan, derinliğine incelemeden birisinin diğerinin eş anlamlısı olduğunu söyleyenler vardır. Gerçekte durum böyle değildir. Aralarında bir ilişki vardır, fakat biri diğerinin eş anlamlısı değildir.<sup>8</sup>

Retorik, kurallarla ilgilidir, elokans ise bu kuralların uygulanmasıdır, onun pratiğidir. Pellissier, elokansın bir inandırma yeteneği olduğunu; bir sanat olmadığını, doğal bir yetenek olduğunu söyler. Elokansın retorikten önce var olduğunu, retorik daha sonra doğduğunu iddia eder. Retorik teorisi olduğu fikrindedir. Nasıl gramer dilden sonra doğmuşsa retorik de elokansın sonra doğmuştur. Dile göre gramer, şiire göre nazım sanatı ne ise, retorik de elokansa göre odur.<sup>9</sup> Elokansın uygulanması, inandırma ile akılla, hoş gitme, hayal gücü ve heyecana getirme ile gerçekleşir. Bu uygulamaların hepsi bireyleri ikna etmeye götürür. Akılta hitap ederken heyecanlandırmanın, hayal gücünü kullanarak eğlendirmenin ikna etme sanatı olduğunu hep hatırlamak gereklidir.

Tebliğimizde kullanacağımız figür (Fr. figure; İng. figure) kelimesi, bir şeye uygun bir şekil vermek, biçim vermek anlamına gelen fingo kelimesinden gelir. Yunanlılar bunu, form, şekil, biçim, zahiri görünüş, süs anlamında kullanırlardı. Hitabet sanatında ve edebiyatta figürler basit ve özellikle kurallı konuşmadan farklı olan söz tarzlarıdır. Figürler ya bir kelimeyi esas anlamı dışında kullanma ile ya terimlerde ve düşüncelerde bir yapı değişikliğine veya düzenlemeye giderek ortaya çıkar; bu şekilde ifadeye daha fazla cazibe, asalet, canlılık ve enerji kazandırma yoluna gidilir. Örneğin, “biraz ümit” ifadesi yerine “bir ümit ışığı” dediğimiz zaman bir figür kullanmış oluruz.

*Tebliğimizin amacı*, figürlerin kullanımı ile ilgili ders verici ayrıntılara girmek değildir. Ancak hutbelerin giderek merkez teşkilatından gönderilen ve primitif nitelikteki eğitim aracı kalitesine bile ulaşmayan bilgi notlarına dönüşümünün ve etkisizleşmesinin önüne geçmeyi amaçlayan, etki alanını açıcı açılımlar sağlamaktır.

### Sonuç Yerine: Retorik Figürlerin Hutbelerde Kullanımı

Hutbelerle ilgili yapılan araştırmalarda hutbe metinlerinin giderek monotonlaştığı ve merkezden yazılı gelen metinlerin hutbelerin etki gücünü yitirmesine sebep olduğu belirlenmektedir.<sup>10</sup> Dini iletişim aracı olarak hutbelerin bu etki gücünün artırılması ve ikna edici iletişim biçimine dayalı tasarımı ise retorik figürlerin daha fazla kullanılmasını gerekli kılmaktadır. Bu yeni yönelim hutbelerin formunda da birtakım değişikliklerin yapılması zorunluluğunu karşımıza çıkarır.

<sup>8</sup> Ali Ak, *Retorik Figürleri*, <http://www.ege-edebiyat.org/modules.php?name=zNews&file=article&sid=180>; 01.10.2007, s.1

<sup>9</sup> Ak, 2.

<sup>10</sup> Kasım Kocaman, *Dini İletişimde Hutbe*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, SÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya 2006, s. 110-111.

Her şeyden önce hutbenin geleneksel bilgi notu özelliğinden vazgeçilmesi gerekmektedir. Bilgi notu formu, hutbelerde kullanılan argümanların daha formel olmasını gerektirmektedir. Bu form gereği âyet ve hadisler kaynaklardan aynen alınmalı, kullanılan anekdot ve diğer alıntılar orijinal anlatımla örtüşmelidir. Kullandığınız şiir ve benzeri edebî metinlerde ise açıklama yapma imkânı sınırlıdır. Halbuki hutbelerde retorik figürlerden yararlanma yolunu seçtiğiniz zaman öncelikli olarak âyet ve hadislerde olay merkezli örneklerden daha yoğun yararlanmak gerekecektir. Öte yandan kaynaktan alınan âyet, hadis veya diğer anlatımlar, hatibin kendi anlatımına, anlamın amacından uzaklaşmadan adapte edilecektir.

Kur'an-ı Kerim'in kendi dönemindeki Arap edebiyatının en üst örneklerini bile gölgede bırakan belağat ve fesahatı, O'nun mucize bir eser olduğunun delilleri arasında kabul edilir. Şiir ve edebiyatta çok ileri durumda bulunan Araplara bu anlamda Kur'an meydan okuyarak, bu kitabın insan eseri olduğu iddiasında olanların onun bir küçük benzerini yerine getirmelerini istemiştir: *"Eğer doğru iseler onun benzeri bir söz getirsinler."*<sup>11</sup>, *"Yoksa Kur'an'ı kendisi uydurdu mu diyorlar? De ki: Eğer doğru iseniz Allah'tan başka çağırabildiklerinizi (yardıma) çağırın da sizde onun gibi uydurulmuş on sure getirin."*<sup>12</sup>, *"Yoksa onu uydurdu mu diyorlar. De ki, eğer sizler doğru iseniz Allah'tan başka gücünüzün yettiklerini çağırın da (hep beraber) onun benzeri bir sûre getirin."*<sup>13</sup> *"Eğer kulumuza indirdiklerimizden herhangi bir şüpheye düşüyorsanız haydi onun benzeri bir sûre getirin, eğer iddianızda doğru iseniz Allah'tan gayri şahitlerinizi (yardımcılarınızı) de çağırın."*<sup>14</sup>

Bundan dolayı Kur'an'ın çeşitli konuları açıklarken kullandığı örnekler, birer muhteşem retorik figürdür. Aynı şekilde Hz. Muhammed de içinde yaşadığı toplumda Arap dilini en iyi kullananlardan birisiydi ve O, anlaşılabilirliğin ötesinde retorik figürlerden sıklıkla yararlanarak konuşurdu. Kur'an'da kullanılan bazı retorik figürlerinden örnekler verebiliriz:

*"Peki, inkâr ederseniz, çocukları ihtiyarlatacak o günden (kıyamet gününden) kendinizi nasıl kurtaracaksınız?"*<sup>15</sup> Âyet, kıyamet gününde insanların karşılaşacağı sıkıntılar sebebiyle "çocukları ihtiyarlatacak gün" benzetmesini kullanmaktadır. Bu kullanımda düşünceye berraklık kazandıran komparezon (teşbih) figürü gözlenmektedir.

*"Nefeslendiği zaman o sabaha ki!"*<sup>16</sup> Âyette tan yerinin ağarması sabahın nefeslenmesi olarak ifade edilmiştir ve burada bir olgunun çok canlı tasvirini sağlayan hipotipoz (canlı tasvir) figürünün kullanımı söz konusudur.

*"İşte bunlar, âhirete karşılık dünya hayatını satın alanlardır; bundan dolayı azap-*

<sup>11</sup> Tûr, 52/34.

<sup>12</sup> Hûd, 11/13.

<sup>13</sup> Yûnus, 10/38.

<sup>14</sup> Bakara, 2/23.

<sup>15</sup> Müzzemmil, 73/17.

<sup>16</sup> Tekvir, 81/18.

ları hafifletilmez ve kendilerine yardım edilmez.”<sup>17</sup> “Her insan ölümü tadacaktır. Kıyamet günü, ecirleriniz size mutlaka ödenecektir. Ateşten uzaklaştırılıp cennete sokulan kimse artık kurtulmuştur. Dünya hayatı, zaten, sadece aldatıcı bir geçinmeden ibarettir.”<sup>18</sup> Âhiret hayatına karşılık dünya hayatının satın alınmasında bir teşbih, ölümün tadılmasında ise bir paradoks figürünün kullanımı gözlenir.

Bu örneklere dünya hayatının tıpkı gökten indirilen bir suya benzetilerek geçiciliğine vurgu yapılması, Kur’an’dan söz edilirken “ana kitap” benzetmesinin kullanılması, anne babaya iyilikte şefkat kanatlarını germekten söz edilmesi, ölü iken diriltme ifadesinin dalâlette iken hidayet verme anlamında kullanılması, “toplucu Allah’ın ipine yapışın” denilerek Allah’a güven ve teslimiyetin vurgulanması, kadın ve erkeğin birbiri ile ilişkinin elbise metaforu ile açıklanması gibi örnekler de eklenebilir.

Hz. Peygamber’in konuşmalarında da retorik figürlerinin kullanımını gözlemek mümkündür. Cennetin annelerin ayağı altında olduğunu söyleyerek annenin değerinin vurgulanması, insanın değerinin altın ve gümüşe benzetilerek ortaya konması insanların eşitliğinin tarak dişlerine benzetilerek açıklanması, kadının duygusal hassaslığının ege kemiği metaforu ile açıklanması, yalan yere yemin etmenin sonucunun toplumsal çöküş olduğunun yurtların harabeye dönmesi metaforu ile ortaya konması gibi onlarca örnek belirlemek mümkündür. Nitekim Kur’an’daki retorik figürlerden bazıları bağımsız çalışmalara konu edilmiştir. Aynı şekilde Hz. Peygamber’in hadislerinde kullandığı metaforlarda ayrı çalışmalarda analiz edilmiştir.<sup>19</sup>

Kur’an ve Hz. Peygamber’in konuşmalarındaki retorik figürleri belirleme bu tebliğin amacını ve sınırlarını hayli aşmak anlamına gelir. Benim burada vurgulamak istediğim, Kur’an ve onu açıklayan Hz. Peygamber, mesajlarını yalın bir şekilde vermekle birlikte çoğunlukla hedef kitlenin yaşantılarından seçme figürlerden yararlanarak etki alanını da genişletmeyi seçmişlerdir.

Cami hutbelerinin icrasında hatiplerimizin düşünceye berraklık kazandırmak amacıyla, antitez, portre, canlı tasvir, teşbih, mukayese ve paradokslardan yararlanma imkânı bulunmaktadır. Aynı şekilde düşünceye kuvvet kazandırmak amacıyla da zaaf-ı suri (hafifletme), tedric, mübalağa ve komünikasyonlardan yararlanılabilir. Yine tutkularla ilgili düşünce figürleri, kelime figürleri ve kelimenin anlamını dönüştüren mecazlar (troplar) kullanılarak daha etkili bir iletişim gerçekleştirilebilir.

<sup>17</sup> Bakara, 2/86.

<sup>18</sup> Âl-i İmrân, 3/185.

<sup>19</sup> Bu konularda yapılan bazı araştırmalar için bk. Mualla Selçuk, *The Use of Metaphorical Language in Islamic Education, Faith and Fiction*, “Interdisciplinary Studies on the Interplay between Metaphor and Religion”, Ed. Benjamin Biebuyck, Rene Dirven, John Ries, 99-114, (1998); Recai Doğan, *Metaphorical Expressions in the Prophet Muhammad’s Hadith*, “Religions and Discourse Metaphor, Canon and Community Jewish, Christian and Islamic Approaches,” (eds) Ralph Bisschops-James Francis, Peter Lang AG, European Academic Publishers, Bern 1999, s.162-179. Ali Kızıllırmak, *Kur’an’da Hakikat ve Mecaz*, AÜSBE, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara 1996.

dür. Bu figürlerin kullanımı, âyet ve hadislerin Kur'an meâllerinde veya hadis çevirilerinde verildiği şekliyle değil de anlamı kaybetmemek kaydıyla yeniden düzenlenmelerini gerekli kılmaktadır. Benzer şekilde hitabede kullanılan örnek olayların da alıcıların yaşantı alanlarına yönelik olarak ve daha canlı bir şekilde sunumu zorunluluğunu karşımıza çıkarmaktadır. Hutbelerde başlıca türlerine örnekler verdiğim bu figürlerden yararlanma, belki de çoktandır ihmal edilen duyuşsal amaçları da göz önünde bulundurmaya beraberinde getirebilecektir.

Bu anlamda hutbelerin bir dinî iletişim aracı olduğu varsayımından hareket edildiği zaman yapılması gerekenleri maddeler halinde şu şekilde ortaya koymak mümkündür:

1. Hutbelerin standart metinler olarak hazırlanmasından kesinlikle vazgeçilmelidir. Diyanet İşleri Başkanlığı, hutbe ve vaazlar yoluyla ulaşılması beklenen genel amaçları belirlemeli ve bu genel amaçları sağlayabileceği düşünülen konu ve konu açılımlarını ortaya koymalıdır. Amaçlar ve konular her yıl yeniden gözden geçirilerek geliştirilmelidir.

2. Belirlenen konulara ilişkin bilişsel temeli ortaya koyan çerçeve metinler Diyanet İşleri Başkanlığı veya müftülükler tarafından oluşturulmalıdır. Hatiplerin hitabelerini bu çerçeve metinleri esas alarak gerçekleştirmeleri teşvik edilmelidir.

3. Etkili bir hitabetin ancak topluluk karşısında ortaya çıkacağı unutulmamalı, hatiplerin hizmet içi eğitimlerinde yazma yerine ikna edici konuşma becerisi üzerine yoğunlaşılmalıdır.

4. İmam-hatiplerin, bu çerçeve metinleri kullanarak ve kendi cemaatlerinin ön öğrenmelerini, hazır bulunuşluklarını, ilgi ve ihtiyaçlarını gözeterak hutbeleri irticalen sunmalarını sağlayacak beceriyi kazanmaları amacıyla hizmet içi kurslardan geçirilmelidir. Bu kursların içeriğinde mutlaka retorik ve retorik figürlerin kullanımı yer almalıdır. Seminerler, imam-hatiplerin bu teorik bilgileri pratiğe aktarmalarını sağlayıcı uygulama etkinlikleri ile desteklenmelidir.

5. Etkili iletişimin önemli unsurlarından birisinin de değerlendirme veya dönüt alma olduğu ihmal edilmemelidir. Dönütlerin alınması birinci aşamada imam-hatiplerin yerinde ve kendi cemaati üzerinden haftalık, aylık ve yıllık olarak yarı standart formlar aracılığı ile yapılmalıdır. İkinci aşamada ise hutbelerdeki mesajın anlaşılabilirliği ile davranışları değiştirme düzeyleri yapılandırılmış ve süreç içinde standardize edilmiş ölçme araçları ile üçer aylık periyotlar halinde belirlenen örneklemeler üzerinde izlenmelidir. Bu izleme, vaazları da kapsayacak şekilde Diyanet İşleri Başkanlığı'nda kurulacak bir birim aracılığı ile gerçekleştirilmelidir.