

Din Hizmetlerinde İLETİŞİM VE TEBLİĞ

EDİTÖR

Prof. Dr. Hasan Kâmil YILMAZ

Dr. Öğr. Üyesi Faruk KANGER

İstanbul, 2021



ENSAR NEŞRİYAT TİC. A.Ş.

© Eserin her türlü basım hakkı anlaşmalı olarak Ensar Neşriyat'a aittir.

ISBN: 978-625-8490-47-3

Sertifika No: 50201

Kitabın Adı

Din Hizmetlerinde
İletişim ve Tebliğ

Yayın Yönetmeni

Hüseyin KADER
Adem SAYDAN

Editör

Prof. Dr. Hasan Kâmil YILMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Faruk KANGER

Kapak Tasarım

Halil YILMAZ

Baskı - Cilt

Matsis Matbaa Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.
Tevfikbey Mah. Dr. Ali Demir Cad. No: 51 Sefaköy-İstanbul
Tel: 0212 624 21 11 pbx Faks: 0212 624 21 17
Sertifika No: 40421

Bu kitap İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Din Hizmetlerinde İletişim ve Tebliğ adlı Tezli ve Tezsiz Yüksek Lisans Programı Müfredatına uygun olarak hazırlanmıştır.

1. Basım

Aralık 2021 / 1.000 adet basılmıştır.

İletişim

Ensar Neşriyat Tic. A.Ş.
Düğmeciler Mah. Karasüleyman Tekke Sok. No: 7 Eyüpsultan / İstanbul
Tel: (0212) 491 19 03 - 04 Faks: (0212) 438 42 04
www.ensar nesriyat.com.tr siparis@ensar nesriyat.com.tr

TEBLİĞ VE DAVETTE ETKİLİ İLETİŞİM

Prof. Dr. Ahmet Koç*

Tebliğ, dini bir terim olarak, vahyin mesajlarını insanlara ulaştırmak, iletmek, nakletmek, duyurmak, insanları bu mesajlar hakkında bilgilendirmek demektir. Davet ise, insanları Allah'ın birliğine çağırmak ve dini insanlara anlatarak benimsetmeye çalışmaktır.

Tebliğ ve davet kavramlarını, dini insanlara öğretme faaliyeti içinde yer almaları bakımından birbirinden ayırmak güçtür. Bununla birlikte tebliğin, daveti de içine alan daha genel bir anlam alanı olduğu söylenebilir. Bu ilişki içerisinde davet, çeşitli araç ve yöntemler kullanarak, mesajın benimsetilmesi ve davranışa dönüştürülmesi için gösterilen daha özel bir çabayı ifade eder. Bu anlamda tebşir, inzar, tezkir, nasihat, irşad, telkin, mücadele vb. kavramları da davetin içinde saymak mümkündür.

Tebliğ ve davetin amacı, anlaşılabilir mesajlar göndermek suretiyle muhataba yeni bir bilgi, inanç, tutum ve davranış kazandırmak veya muhatapta var olan bir bilgi, inanç, tutum ve davranışı pekiştirmek ya da muhatabın mevcut ilgi, inanç, tutum ve davranışını değiştirmektir. Bunlar, ancak belli iletişim süreçlerinden sonra gerçekleşebilir. O halde tebliğ ve davet sıradan bir ulaştırma ve çağrı değil, kontrollü bir öğretim ve iletişim faaliyetidir. Bir başka deyişle, iletişimde bulunmadan tebliğ ve davet mümkün değildir.

Tebliğ ve davet görevi yapan kişinin etkililik derecesi, hedef kitlesiyle iletişim kurmada gösterdiği beceri düzeyi ile ölçülür. Buradan hareketle bu yazıda iletişimin ne olduğu ve iletişim sürecinin nasıl işlediği ana hatlarıyla açıklandıktan sonra, tebliğ ve davette iletişim sürecini oluşturan unsurların süreçteki rolleri ve etkileri, süreci etkileyen iletişim engelleri ile tebliğ ve davette etkili iletişimin temel ilkeleri üzerinde durulacaktır.

* İstanbul 29 Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi.

1. İLETİŞİM NEDİR? İLETİŞİM SÜRECİ NASIL İŞLEMEKTEDİR?

İletişim, kullanıldığı alanlara ve amaçlara göre farklı anlamlar kazansa da² genel tanımıyla; *bilgi, duygu, düşünce, beceri, kanı, tutum ve davranışların çeşitli yollarla başkalarıyla paylaşılması ve alışverişidir.*

Buradaki ‘alışveriş’ sözcüğünden de anlaşılacağı gibi, iletişimde akışın çift yönlü olması beklenir.³ Bir bilgi kaynağından tek yönlü bilgi iletimi, iletişim değil enformasyondur. İletişimde, karşılıklı bir paylaşım ve etkileşim olmalıdır. Öte yandan iletişimin gerçekleşmesi için, etkileşimde bulunan kişilerin aynı ya da benzer simgelere sahip olmaları ve bu simgelerin her iki taraf için aynı anlamları ifade etmesi gerekir.⁴ Bu açıdan bakıldığında *iletişim; anlamları bireyler arasında ortak kılma işlemidir, anlamak ve anlaşılmaktır*, denilebilir.

İletişimin gerçekleşebilmesi için ‘kaynak’, ‘mesaj’, ‘kanal’, ‘alıcı’, ‘geri bildirim’ ve ‘ortam’ gibi unsurların bulunması gerekir.

İletişimde **kaynak**, bir kişiye veya gruba birtakım kanallar aracılığıyla bir mesaj gönderen, böylece iletişim sürecini başlatan ve iletişim sürecinin işleyişinden birinci derecede sorumlu olan unsurdur.

Bir kişi, grup, kurum, toplum ya da kitle iletişim aracı ‘kaynak’ olabilir. İnsanlar arasında yüz yüze veya aracılı her iletişim durumunda mesajları düzenleyip alıcıya aktaran, gönderen kişi ‘kaynak’tır. Bir konuşmada konuşmacı, eserde yazar, şiirde şair, kitle iletişim sürecinde ise yayının veya mesajın üretimine katkıda bulunan kişi veya grup ‘kaynak’tır.

İletişimin diğer bir unsuru ‘mesaj’dır. **Mesaj**, kaynak tarafından alıcıya gönderilen sözlü, sözsüz ya da yazılı işaretlerdir, simgelerdir. Kaynak tarafından alıcıya gönderilen ve alıcı için anlamlı gelecek şekilde kodlanmış bilgi, düşünce, duygu, kanı vb. şeylerin hepsi birer mesajdır.

İletişimde önemli bir unsur da ‘kanal’dır. **Kanal**, iletişim sürecinde, mesajın kaynaktan alıcıya ulaşmasını sağlayan fizik ya da teknik yollar, imkânlar, araç ve gereçlerdir. Mesajın kaynaktan alıcıya ulaşmasını sağlayan tüm kanallara ‘*iletişim araçları*’ denilmektedir. Bu anlamda yüz, vücut, ses, yazı, şekil, fotoğraf, resim daha çok kişiler arası iletişimde; kitap, televizyon, radyo, film, gazete, dergi vb. araçlar da kitle iletişiminde kullanılan araçlardır.

2 Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, (Ankara: 1994), 98; Stuart Sillars, *İletişim*, çev. N. Akın, (Ankara: 1995), 1; İrfan Erdoğan, *İletişimi Anlamak*, (Ankara: 2005), 23-43; Orhan Gökçe, *İletişim Bilimi*, (Ankara: 2006), 5-8; Merih Zillioğlu, *İletişim Nedir?*, (İstanbul: 2007), 22-24.

3 Üstün Dökmen, *İletişim Çatışmaları ve Empati*, (Ankara: 2004), 20.

4 Ünsal Oskay, *İletişimin ABC’si*, (İstanbul: 1999), 42.

Mesajın hedefi olması bakımından iletişimin etkililiğini belirleyen önemli unsurlardan biri de 'alıcı'dır. **Alıcı**, iletişim sürecinde kaynağın gönderdiği mesaja muhatap olan unsurdur. Alıcı; dinleyen, okuyan, izleyen kişi, grup ya da toplum olabilir. Bu anlamda bir konuşmada dinleyici, sınıfta öğrenci, mektup, kitap, gazete ve dergide okuyucu, televizyonda izleyici, iletişim sürecinde alıcı konumunda olabilir.

Görüldüğü gibi kaynak, mesaj, kanal ve alıcı iletişimde temel unsurlardır. Ancak iletişim sürecinin tamamlanması ve etkili bir biçimde sürdürülebilmesi için bunların yanı sıra iki önemli unsurun daha dikkate alınması gerekir ki bunlar da 'geri bildirim' ve 'ortam'dır.

Bir iletişim terimi olarak **geri bildirim**, alıcının kaynağın mesajına verdiği tepkilerdir. Kişiler arası iletişimde sözlü tepkiler yanında susma, el kol hareketleri, kaş göz hareketleri, baş sallama, yüzünü dönme vb. sözsüz tepkiler, jest ve mimikler de geri bildirim araçlarıdır. *Geri bildirim* anlamında; dönüt, aydınlatıcı yankı, geri besleme, besleyici yankı gibi terimler de kullanılmaktadır.

Geri bildirim, kaynağın, mesajını alıcının ihtiyaçlarına ve tepkilerine uygun hale getirmesine yardımcı olur. Ayrıca alıcının, iletişime katıldığını gösterir. Geri bildirim, iletişim sürecinde rolleri sürekli değiştirmektedir. Bu nedenle geri bildirim, sadece alıcının kaynağa verdiği tepkilerden ibaret değildir. Alıcı durumunda olan, geri bildirim verdiğinde kaynağa bir mesaj göndermek suretiyle kendisi kaynak durumuna geçmekte, kaynak ise alıcı durumuna geçmektedir. Eğer süreç böyle işlemiyorsa, geri bildirim yoksa veya etkin değilse yani kaynak, alıcıdan gelen geri bildirimleri dikkatle izleyip bunları değerlendirmiyorsa, mesajını buna göre yeniden düzenleme yoluna gitmiyorsa orada sağlıklı bir iletişimden söz edilemez.

Geri bildirim, olumlu da olumsuz da olsa kaynağa iletişimin etkileri konusunda önemli ipuçları verir. Olumlu geri bildirim kaynağın bu iletişimde bulunmakla amaçladığı etkiye ulaştığını bildirir. Olumsuz geri bildirim ise kaynağın alıcı üzerinde amaçlanan etkiyi sağlayamadığını gösterir.

İletişim sürecindeki diğer önemli bir unsur da **ortam**dır. İletişim sürecini etkileyebilecek nitelikleri olan ve iletişim durumu içinde bulunan kişi, nesne ve olayların tümüne **iletişim ortamı** denir.

İletişim ortamı, gerçekleştiği şartlara göre değişken olan etkenleri içerir. Bu etkenler fiziksel ve psikolojik olabilir. Bu açıdan bakıldığında, iletişimde bulunanların yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, sosyal statüsü ve rolü, giyim kuşamı, konuşma biçimi, kendini yorgun veya gergin hissetmesi gibi özellikleri iletişim sürecini etkiler. Keza, iletişim sürecinde, ortamla ilgili birtakım değerler, normlar ve beklen-

tiler vardır. İletişim sürecinde her şey bu değerler, normlar ve beklentiler etrafında yorumlanmaktadır. Dolayısıyla iletişimde bulunanların bunların farkında olması ve mesajlarını, tutum ve davranışlarını bunlara uygun olarak sunmaları büyük önem taşımaktadır.

Kişiler arası mesafe, içinde bulunulan ortamın fiziksel düzenleniş tarzı, zaman ve mekân koşulları da yine iletişim sürecini etkileyen önemli faktörlerdir.⁵ Nitekim zamanın uygunluğu, mekânın büyüklük ve biçimi, ısı, ışık, hava, renk, kapasite, mesajlar dışındaki uyarıcıların durumu, sessizlik, çevrenin kalabalık veya tenha oluşu, kaynakla hedef arasındaki mekânsal mesafe, iletişimin ayaküstü veya keyifli bir mekânda oturarak gerçekleşmesi vb. durumlar da iletişim sürecini etkiler.

Burada kısaca, 'kodlama' ve 'kod açma' dan da bahsetmek gerekir. Yukarıda ifade edildiği gibi iletişim süreci kaynak ile başlar. Kaynak, mesajın kodlayıcısı ve alıcının geri bildirimde bulunmasını bekleyen taraftır. Kaynak, mesajlarını kodlarken, öncelikle alıcının özelliklerine, iletişim ortamına ve kendi amaçlarına uygun kanal/araç ve simge sistemini yani kodunu seçer. '**Kod**', mesajın işaret haline dönüşmesinde kullanılan simgeler ve bunlar arasındaki ilişkileri düzenleyen kuralların tümünü ifade eder. Bu süreçte bilginin, düşüncenin duygunun iletilmeye uygun, hazır bir mesaj haline getirilmesine, bir başka deyişle mesajın iletişim kanalının özelliklerine uygun olarak fiziksel olarak iletilebilecek ve alıcı tarafından algılanabilecek biçimde simgelere dönüştürülmesine *kodlama* denir.

'**Kodlama**', basit bir el hareketinden, karmaşık bir matematik formülüne kadar çok geniş bir alanı kapsayabilir. Kaynak, bazı durumlarda tek bir kod kullanır, bazılarında ise bilinçli ya da bilinçsiz birden çok kod kullanır. Kaynak, yüz ifadelerini, ses tonunu, el ve kol hareketlerini, mesajların anlamlarını açmak, pekiştirmek ya da tamamlamak için kullanabileceği gibi, farkında olmadan kendisini ele verecek biçimde de kullanabilir. Kodlama, mesajı gönderen kişinin bilgi ve deneyimlerinin bir yansıması olduğu gibi mesajın gönderileceği ortamın şartlarıyla da ilgilidir. İnsanların arkadaşlarıyla olan günlük konuşmaları, resmi toplantı konuşmaları veya teknik bir konudaki konuşmalar hep ortama bağlı değişik kodlama yol ve yöntemlerini gerektirir.

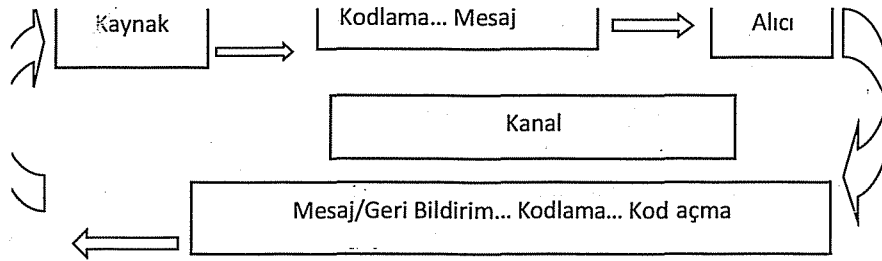
Kodlama kadar '**kod açma**' da iletişim sürecinin işleyişini etkileyen önemli bir faktördür. Kod açma, kaynak tarafından kodlanarak gönderilen mesajın, alıcı tarafından çözümlenme ve anlamlı simgelere dönüştürülmesi ve yorumlanması sürecine denir.⁶ İletişim sürecinde mesajlar, ancak kod açma yoluyla, kâğıt üzerin-

5 Sillars, *İletişim*, 76.

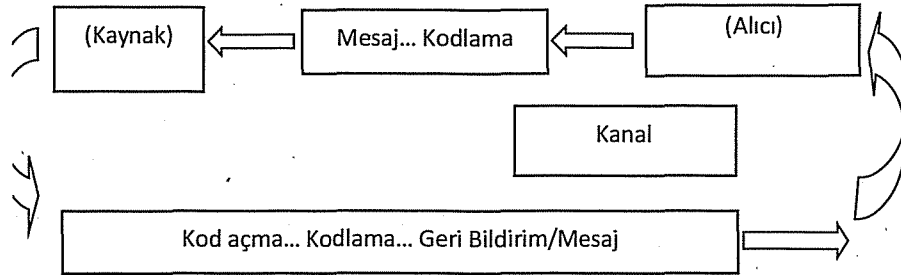
6 Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, 135-136.

deki anlamsız işaretler, ya da bir takım ses ve görüntü sinyalleri olmaktan çıkıp, anlam kazanırlar.

Kodlama kaynak, kod açma ise alıcı tarafından yapılır. Kod açmanın sağlıklı işlemesi, yani kaynağın gönderdiği mesajların anlamlı simgelere dönüştürülmesi ve kaynağın gönderdiği anlamda algılanması da önemli ölçüde kodlamanın kalitesine bağlıdır.



Şekil 1: İletişim sürecinin işleyişi



Şekil 2: Geri bildirim sonrası iletişim süreci

Bu açıklamalar ve şekiller ışığında iletişim sürecinin işleyişini özetlemek gerekirse, Kaynak; bilgi, duygu, düşünce, kanı vb. mesajlarını bilgi ve deneyimine ve ortam şartlarına uygun olarak aynı zamanda alıcı tarafından algılanabilir ve anlaşılabilir işaretlere dönüştürür, kodlar ve kodladığı mesajları, belirlediği kanal veya kanallar aracılığıyla alıcıya gönderir, alıcı da mesajları algılar, anlamlı simgelere dönüştürerek kod açar, yorumlar ve tepkilerini sözlü veya sözsüz olarak kodlayıp kaynağa geribildirim verir. (Şekil 2).

Alıcının, kaynağın mesajına geri bildirim vermesiyle iletişim sürecinde yer alan unsurlar yer değiştirirler. Yeni durumda alıcı, kaynak; kaynak ise alıcı rolüne girmiş olur (Şekil 3). Bu durumda eski kaynak, alıcının geri bildirimle verdiği

mesajın kod açımını gerçekleştirip yorumladıktan sonra, yeni mesajını bunları dikkate alarak düzenleyip tekrar alıcıya gönderir.

Geri bildirime göre düzenlenen yeni mesajın alıcıya gönderilmesiyle birlikte Şekil 2'deki akış yeniden başlar ve bu karşılıklı etkileşim ve işleyiş, iletişim sürdüğü müddetçe iletişim amaçlarını gerçekleştirme doğrultusunda devam eder. Etkileşimin olduğu her yerde iletişim, iletişimin olduğu her yerde de etkileşim sürüp gider.

2. TEBLİĞ VE DAVETTE İLETİŞİM SÜRECİNİ ETKİLEYEN UNSURLAR

Dinî kaynaklar açısından bakıldığında iletişimin çok boyutlu bir olgu olduğu dikkat çekmektedir. İletişimde 'mutlak kaynak' Allah'tır. Allah, yer, gök ve ikisi arasında olan fiziki varlıklarla, melek, cin, şeytan gibi manevi varlıklarla, insanla ve diğer canlılarla, kısaca maddi-manevi, görünen-görünmeyen, canlı-cansız bütün varlıklarla iletişim kurmuştur. Allah'ın farklı kategorilerde olan çeşitli varlıklarla iletişimi Kur'an-ı Kerim'de pek çok ayette etkileyici sahnelerle yer almaktadır.⁷

İletişimin insanı merkeze alan boyutu, ilk insan ve ilk peygamber Hz. Âdem'le başlar. Hz. Âdem, ilk peygamber olarak Allah'tan aldığı ilahi mesajları insanlara ulaştırmakla, iletişimin insana uzanan boyutunu başlatmıştır.

Tarihî süreçte insanlar gerçeklerden koptukça, Allah peygamberler görevlendirmek ve ilahi kitaplar göndermek suretiyle insanla iletişimini sürdürmüştür. İnsanların yanlışlarını düzeltme ve onları hak ve hakikate yönlendirme noktasında insanlığın rehberleri peygamberler olmuştur.

Peygamberlerin sonuncusu Hz. Muhammed (as)'dir. Tebliğ, bütün peygamberlerin olduğu gibi Hz. Muhammed'in de temel görevidir. Temel görevi tebliğ olmakla beraber, tebliğin çeşitli formlarını kuşatıcı olarak Allah'ın talimatlarına uymak, bunları bizzat yaşamak ve insanlara öğretmek de bu görevin gereğidir. Böylece O'nun dinle ilgili söylediği her söz, gösterdiği her davranış tebliğin canlı modeli olmuştur. İnansın-inanmasın ya da inanır gibi görünsün Hz. Peygamber'in davetinin muhatabı bütün insanlıktır.

Allah, Hz. Peygamber'in yolunda olanları da gücü ve imkânları nispetinde daveti sürdürmekle sorumlu tutmuştur.⁸ Peygamberler vasıtasıyla insanlığa ulaştı-

7 Ayrıntılı bilgi için bk. Toshihiko Izutsu, *Kur'an'da Allah ve İnsan*, çev. S. Ateş, (İstanbul: ts.), 168 vd.; Bayraktar Bayraktar, *Din ve İletişim*, (İstanbul: 2009), 17 vd.; Mustafa Köylü, *Psiko-Sosyal Açından Dinî İletişim*, (Ankara: 2003), 101 vd.; Abdurrahman Kasapoğlu, *Kur'an-ı Kerim ve İletişim*, (Malatya: 2008), 189 vd.

8 Yusuf 12/108; Mü'min 40/14.

rılmış ve öğretilmiş olan ilahi mesajların her dönemde o dönemin şartlarına uygun olarak yeniden insanlara ulaştırılması ve öğretilmesi peygamberlerden sonra onların yolunda olanlara düşmektedir.

Tebliğ ve davet; muhtevası, amaçları, hedef kitlesi, kaynağın sahip olması gereken genel ve özel alan yeterlikleri, dinin doğasından kaynaklanan duyarlılık ve sorumluluklar, idealler ve hedefler bakımından özgün bir alandır ve çok yönlü bir faaliyettir.

Hz. Peygamberin, temel görevinin tebliğ olduğu dikkate alınırsa *davet*, *ta-lim*, *terbiye*, *tebyin*, *tezkiye*, *vaaz*, *irşad* gibi eğitim-öğretimle ilgili pek çok kavramın tebliğin farklı boyutları ve tebliğe muhatap olan kişinin durumuna göre uygulanan farklı yolları olduğu söylenebilir. Bu bağlamda müftü, vaiz, din görevlisi, öğretmen, yazar vb. din eğitimcilerinin hedef kitlede dinî tutum ve davranışlar geliştirmeye veya var olanları pekiştirme ya da değiştirmeye çalışırken yaptıkları iş de esas itibarıyla tebliğ ve davettir. Bu maksatla iletişimde bulunanlar sadece mesajı hedef kitleye iletmekle kalmayıp, aynı zamanda da iletilen mesajın anlaşılmasını ve benimsenmesini sağlamakla sorumludur. Böylesine ulvi ve ağır bir vazife, bilgi ve beceri isteyen bir '*uzmanlık*' öte yandan da '*samimiyet*' ve '*zarafet*' gibi bazı nitelikler ve yeterlikler gerektirmektedir.

Tebliğ ve davette beklenen neticeyi alabilmek için 'kaynak'la birlikte diğer pek çok unsurun da rolü vardır. Bu nedenle tebliğ ve davet sürecinde bu unsurların her birinin ayrı ayrı incelenmesi ve değerlendirilmesi gerekir:

2.1. Tebliğ ve Davette 'Kaynak'

Kaynak konumundaki kişi, tebliğ ve davet sürecinde diğer unsurların yöneticisi ve kontrol edicisi durumundadır. Kaynağın değerleri, inançları, özgüven düzeyi, iletişim konusuna ilgi durumu, alıcıya ilişkin tutumları, kendini ve alıcıyı hangi toplumsal rol ve statü ilişkisi içinde gördüğü, ruhsal durumu ve ortam şartları iletişim sürecini etkiler.

Kaynağın kendisi, hedef kitlesi, ileteceği konu ve iletişim ortamı hakkındaki bilgisi arttıkça iletişimin etkisi de artar. O halde tebliğ ve davette etkili bir iletişim için kaynak, önce kendini, sonra da hedef kitlesini ve iletişim ortamını iyi tanımalıdır. Peki, kaynağın kendini tanıması ne demektir? Hedef kitle analizi nasıl yapılır? İletişim ortamını olumlu-olumsuz etkileyen şartlar nelerdir? Şimdi sırasıyla bu sorular açıklanacaktır.

A. Kaynak, Kendini Tanımalıdır

“Başkalarını bilen kimse bilgili, kendini bilen kimse akıllıdır” denilmiştir. Kendini tanıma, bireyin kendisiyle, düşünce ve duygularıyla ilişki kurması, kendinde olup biten duygusal ve düşünsel süreçlerle ilgili bir anlayışa kavuşmasıdır.⁹ Kişiler arası iletişim süreci, öncelikle kişinin kendisiyle kurduğu iletişime ve buna bağlı olarak oluşturduğu anlamlara göre şekillenmektedir. Kişinin kendini nasıl ve nerede gördüğü, ne şekilde değer verdiği, içsel iletişimle doğrudan ilgilidir.

İçsel iletişim, kişinin kendini anlayıp kavraması, algılaması ile oluşmaktadır. Kişilerin çeşitli durumlarda olaylara ve kişilere ilişkin yorumlamalarında ve anlamlandırmalarında içsel haritaları yol gösterici olmaktadır. Kişinin içsel haritası içinde, kendine ait geçmiş deneyimleri, fikirleri, değerleri bulunmaktadır. Kişi, tüm iletişim olaylarını buna bağlı olarak değerlendirir. İçsel haritalar, her seferinde diğer insanların göstermiş olduğu reaksiyonlarla yeniden şekillenir. Bununla birlikte kişi ancak kendi ile iletişim kurduğu zaman kendinin farkına varabilir.¹⁰

Muhammed İkbal, konunun önemini şöyle ifade etmektedir: “*Kendini tanı! Kendine hükmeden kimse, dünyayı kendi emrine alır.*”¹¹ Kendini tanımanın, kendini bilmenin birçok boyutu vardır. Kaynağın kendini tanıması; bir yandan fiziksel, duygusal, zihinsel, ahlakî ve sosyal kişilik özelliklerinin, bir yandan yapmış olduğu işle ilgili görev ve sorumluluklarının, bir yandan da güçlü yönlerinin, zaaflarının, yeterliliklerinin ve yetersizliklerinin farkında olması demektir.

‘*Kendinin farkında olma*’, bireysel kontrolü sağladığı için önemli bir yetektir. Kendi kendisiyle yüzleşemeyen, otokontrol sağlayamayan kişiler başkalarıyla sağlıklı iletişim kuramazlar. Bir insanın kendini ve çevresini algılayış tarzı onun genel tutumunu ve davranışını büyük ölçüde etkilemektedir. Bireyin tutum ve davranışlarının temelinde *benlik tasarımı* yani kendini değerlendirme yatmaktadır. Son yıllarda kişiliği etkileyen güçlü bir faktör olarak ‘benlik’ kavramı üzerinde önemle durulmaktadır.

Benlik, içimizde kendimizi gözetleyen, yargılayan, değerlendiren ve davranışlarımızı düzene koyup yöneten bir güçtür. *Ben kimim? Kişilik özelliklerim nelerdir? Neler yapabilirim? Yeterliklerim nelerdir? Benim için neler değerlidir? Hayatın anlamı nedir? Hayattan beklentilerim nelerdir? Varlık âlemindeki yerim neresidir?* şeklindeki sorulara verilen cevaplar benliğin çeşitli yönlerini ifade eder.

9 Doğan Cüceloğlu, *Yeniden İnsan İnsana*, (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2007), 94.

10 Demet Gürüz - Ayşen Temel Eğinli, *İletişim Becerileri*, (Ankara: 2008), 3.

11 Muhammed İkbal, *İslami Benliğin İcyüzü*, çev. A. Yüksel, (İstanbul: 1986), 67, 69.

Görüldüğü gibi benlik; bireyin özellikleri, yetenekleri, değer yargıları, emelleri ve ideallerine ilişkin kanılarının dinamik bir örüntüsüdür. Kişinin kendisiyle barışık olması, benlik tasarımı, özellikle *ideal benlik* ile gerçek yaşantıları arasında iyi bir ahenk ve tutarlılık olmasıyla mümkündür. Gerçek benlik, bireyin sahip olduğu özellikler, ideal benlik ise sahip olmak istediği özelliklerdir. Kişiler, ideal benliklerini gerçekleştirme durumlarına göre yüksek veya düşük benlik saygısına sahip olurlar. Ayrıca çevre etkileşimi, sosyal statü, toplumsal kabul, aile ve arkadaş ortamı ve bireyin bedensel imajı benlik saygısının düşük veya yüksek olmasını etkiler

Bir insan, benlik tasarımına ne kadar uygun davranabilirse kendini o kadar rahat hisseder, ideal benliğine ne kadar ters düşen yaşantıların etkisinde kalırsa o kadar huzuru kaçır ve kaygılanır. Kendi değer yargıları ve ideallerine uygun davranmak, insanın kendisine olan saygısını, güvenini ve mutluluğunu artırır.¹²

İnsanları iyiye, güzele çağırarak ve onların huzurlu ve mutlu bir hayat sürmesine rehberlik etmek için uğraşan bir davetçinin etkili bir iletişim için sahip olması gereken pek çok özellik sıralanabilir. Burada oldukça kapsayıcı olan şu temel nitelikler üzerinde durulacaktır:

a. Güvenilirlik

'Güven vermek önemlidir. Güven duymak önemlidir. Ancak duyulan güveni boşa çıkarmamak daha da önemlidir.' Tebliğ ve davet yapan kaynağın, hedef kitlelerinde olumlu davranış değişikliği meydana getirebilmesi '*emin/güvenilir*' bir kişi olmasına bağlıdır. Araştırmalar, bir iletişim kaynağının, konusunda ne kadar bilgili olursa olsun, güven vermediği takdirde, alıcı üstünde fazla bir etkisinin olmadığını göstermektedir.¹³

Kaynağın güvenilirliğini ilk planda şunlar sağlar:

- Dürüst ve iyi niyetli amaçlar taşıması
- Konuyu açık seçik ortaya koyması
- Konuşulan, tartışılan konuda yeterli bilgi birikimine sahip olması
- Konuyu dostça ve içten anlatması, duygu ve düşüncelerini etkili biçimde açıklaması
- İlettiği mesajlarda kullandığı kaynakların, kanıtların ve verilerin sağlam olması

¹² Feriha Baymur, *Genel Psikoloji*, (İstanbul: İnkılâp Kitabevi, ts.), 267-269.

¹³ J. L. Freedman vd., *Sosyal Psikoloji*, çev. A. Dönmez, (Ankara: 1993), 351; Çiğdem Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, (İstanbul: 1988), 170.

- Çoğunluğun ya da yakın arkadaş/dost çevresinin kaynağın güvenilirliğini ifade etmesi

- Sürekli olarak geri bildirim yoluyla kendi kendini denetleyebilmesi

- Alıcılara göre iletişim biçiminde ve yönteminde değişiklikler yapabilmesi.¹⁴

Sıdk (doğruluk) ve *emanet* (güvenilirlik), ilahi dinleri insanlara tebliğ eden bütün peygamberlerin ortak sıfatlarından biridir.¹⁵ Peygamberimiz Hz. Muhammed'in en belirgin kişilik özelliği de doğruluk ve güvenilirlik olmuştur,¹⁶ risaletten önce de sonra da '*Muhammedü'l-Emîn*' olarak anılmıştır. Kur'an hem ondan hem de onun yolunda olanlardan dosdoğru olmalarını istemiştir.¹⁷

Demek oluyor ki, tebliğ ve davette kaynağın mesajına, alıcıların 'evet' demesi için, kaynağın güvenilir olması ön şarttır. İletişimde güvenilirliği sağlayan iki temel nitelik vardır: *Uzmanlık* ve *samimiyet*.

1) Uzmanlık

İnsanlar dinî meselelerde konuşan bir kişinin, uzman ve yetkin olup-olmadığını bilme ve ona göre sözlerine itibar edip-etmeme hususunda tavır belirleme ihtiyacı duyarlar. Çünkü kimse benimsediği düşüncesini, anlayışını ve tutumunu değiştirmek istemez; değiştirebilmesi için de kendisine yeni mesajlar veren kişinin sözlerine güvenilen, inanılan, uzman ve yetkin birisi olmasını bekler.¹⁸

Bundan dolayıdır ki, bir konuşmadan önce kaynağın dinleyicilere tanıtılması, konuşmacının kariyerinden söz edilmesi, uzmanlık alanının belirtilmesi ve o alandaki önemli çalışmalarına işaret edilmesi, alıcılara güven vermek ve sürecin verimli işlenmesini sağlar.

Öğrenim düzeyi ve kariyer sahibi olmak uzmanlık için önemli bir ölçüdür. Kaynağın öğrenim düzeyi yükseldikçe hedef kitleyi etkileme ve ikna etme ihtimali de yükselir. Uzmanlık, daha genel bir anlamda '*saygınlık/itibar*' olarak da ifade edilmektedir.¹⁹

Tebliğ ve davet faaliyetlerinde uzmanlığın göstergeleri; sağlam bir *alan bilgisi*, iletişim ve öğretme sürecini yönetecek *formasyon bilgi ve becerisi* ile zengin bir *genel kültürdür*. Bunlarla kastedilen nedir? Bunları şöyle açıklayabiliriz:

14 Özcan Köknel, *İnsanı Anlamak*, (İstanbul: Altın Kitaplar, 1994), 387.

15 Şuarâ 26/106, 124, 142, 161, 177; A'râf 7/65-68; Neml 27/39; Duhân 44/17-18.

16 En'âm 6/1, 33; Müslim, "İman", 89; Örnekler için bk. Ahmet Lütfi Kazancı, *Peygamber Efendimizin Hitabeti*, (İstanbul: 1997), 115 vd.

17 Hûd 11/112; Şûrâ 42/15.

18 Suat Cebeci, *Öğrenme ve Öğretme Süreçlerinde Dinî İletişim*, (İstanbul: 2003), 172.

19 Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, 168, 172.

a. Alan bilgisi

Uzmanlık veya saygınlık her şeyden önce kişinin alanında derinlemesine bilgi, beceri ve deneyim sahibi olmasına bağlıdır.

Dini iletişimde bulunanların hem dini ve onun hükümlerini bunlardan habersiz olanlara *'tebliğ etme'*, hem de dinin mensuplarını *'irşad etme'* gibi çift yönlü bir görevi vardır. Dini doğru tebliğ etmek ve öğretmek için her şeyden önce doğru ve yeterli bilgiye sahip olmak gerekir. Ancak bilgi sınırsızdır ve bilgi edinme vasıtaları sürekli artmaktadır. İnsan ömrü ise sınırlıdır. İnsanın bilgisi arttıkça, bilmedikleri ve bilmek istedikleri de buna paralel olarak artmaktadır. *"Her bilen üstünde bir bilen vardır"*²⁰ ayeti bu hususa dikkat çekmektedir. *'Âlim; bilmediklerinin bildiklerinden çok olduğunu bilendir'* denilmiştir. Bunun için Kur'an, Hz. Peygamber'den sürekli gelişim içinde olmasını istemektedir.²¹ Hz. Peygamber de: *"Allah'ım bilgimin faydasını görmemi nasip et, bana faydalı olan şeyleri öğret ve ilmimi arttır"* diye dua etmiştir.²²

Hiçbir durumda bilenlerle bilmeyenlerin bir olmadığına dikkat çeken Kur'an²³, bilgi sahibi olunmayan bir konuda insanları yönlendirmenin ağır sorumluluğuna da vurgu yapmaktadır.²⁴

Günümüzde bilgi kanallarının çoğalması, bilgiye ulaşmanın kolaylaşması ve öğrenim imkânlarının artması ile bilgi ve kültür düzeyi yükselen muhatapları etkileyebilmek bilgiye dayalı otoriteyi daha önemli kılmaktadır.

Bu nedenle dinî insanlara öğretme, onlara dinî danışmanlık yapma ve hedef kitlelerinin dinî bilgi, tutum ve davranış yönünden gelişmesine rehberlik etme görevini yürütenler, *alan bilgisi* bağlamında, başta *Kur'an-ı Kerim* olmak üzere, *tefsir, hadis, fıkah, tasavvuf, kelam, İslam tarihi, dinler tarihi, yaşayan dünya dinleri, mezhepler tarihi ve güncel dinî akımlar* gibi vazifenin gerektirdiği alanlarda en azından temel düzeyde bilgi sahibi olmalıdır.

b. İletişim/Öğretme Bilgi ve Becerisi

Tebliğ ve davet yapanların sağlam ve zengin bir din bilgisi yanında, bu bilgileri *kime, niçin, ne kadar, nasıl* öğreteceği ile ilgili bir iletişim ve öğretme bilgi ve becerisine sahip olmaları gerekmektedir.

20 Yusuf 12/76.

21 Tâhâ 20/114.

22 Tirmizî, "Daavât", 128; İbn Mâce, "Duâ", 2.

23 Zümer 39/9.

24 İsra 17/36.

İletişim sürecinde kaynak, mesajı hedefe gönderdiğinde ve bunu sözle gerçekleştirdiğinde, *iyi söyleyiş, sözcük zenginliği, iyi cümle kuruluşu, uyumlu söz dizimi, gerekli ve uygun sözcüklerin seçilişi* gibi hususlar iletişim becerisinde önemli öğelerdir. Bunun dışında, mesajlar herhangi bir iletişim aracı yoluyla verildiğinde de *uygun aracın seçimi, seçilen araca uygun şekilde mesajın kodlanması, yine mesajların yapısına dikkat edilmesi* de kaynakla ilgili iletişim becerisi kapsamında ele alınmaktadır.

Tebliğ ve davet vazifesi yapanlar *iletişim ve öğretme bilgi/becerisi* bağlamında; *gelişim psikolojisi, öğrenme psikolojisi, sosyal psikoloji, iletişim psikolojisi, eğitim sosyolojisi, öğretim yöntem ve teknikleri, dinî danışmanlık ve rehberlik, eğitim ve bilişim teknolojileri* gibi alanlarda yeterli bilgi ve beceriye sahip olmak durumundadır.

c. Genel Kültür

“Öğrenmek, akıntıya karşı yüzmek gibidir. İlerleyemediğiniz takdirde geri-
lersiniz.” Genel kültür, kaynağın kendi alanı dışında sahip olduğu ‘birikim’ anlamına gelmektedir. Tebliğ ve davette kaynaktan beklenen sadece belli bir alanda uzmanlık bilgisine sahip olması değil, aynı zamanda insanı, olayları, toplumu ve dünyayı ilgilendiren temel meselelerde bilgi sahibi olması, bunları takip etmesi, sorunların farkında olması ve bunlara çözümler üretebilmesidir.

Bu bakımdan dinî iletişimde kaynak, bulunduğu noktada kalmamalı içinde yaşadığı toplumun hayat tarzını, kültürel özelliklerini, değer yargılarını, beklentilerini, sorunlarını yakından izlemeli, iletişim sürecini, eğitim-öğretim ortamlarını bunlara uygun olarak düzenlemeyebilmek için sürekli olarak kendini yenilemeli ve geliştirmelidir. “İki günü eşit olan ziyandadır” ilkesini düstur edinmeli ve bilginin böylesine hızlı aktığı bir çağda iki günü değil iki saatinin aynı kalmaması için her an yeni bilgiler elde etme çabasında olmalıdır.

Din, insanlıkla yaşıt, son derece geniş bir alandır. İnsanlıkla yaşıt bir alanda sorumluluk üstlenenlerin insanlığın bütün tarihsel süreçlerinden haberdar olması, onu bugüne taşıması ve yarına götürebilmesini gerektirir. Bunu yapabilmek için de sürekli okumak, aktüaliteyi takip etmek, ülkede ve dünyada neler olup bittiğinin farkında olmak gerekmektedir.

O halde tebliğ ve davet vazifesi yapan birisi, ‘beşikten mezara’/hayat boyu öğrenme anlayışını bütün varlığıyla benimsemeli; bu bağlamda özel alan bilgisini, iletişim bilgi ve becerisini ve genel kültürünü zenginleştirmeli, yaptığı işle ilgili gelişmeleri günü gününe takip ederek kendini yenilemelidir.

Tebliğ ve davet vazifesi yapanlar genel kültür bağlamında da *tarih, coğrafya, psikoloji, sosyoloji, antropoloji, edebiyat ve felsefe* gibi alanlarda bilgi sahibi olmalıdır. Bunların yanı sıra yaş ve seviyelerine göre muhataplarının ilgi alanlarından, mesela gençler söz konusu olduğunda onların ilgi duydukları *spor, sinema, tiyatro, müzik, medya* gibi konulardan da az çok haberdar olmalıdır. İmkanlar ölçüsünde *hat, ebru, şiir* gibi bazı hobileri olması ise kaynağın, hedef kitlesi üzerindeki etkisini arttıran başka bir faktördür.

2) Samimiyet

Tebliğ ve davet vazifesi yapanlar için *uzmanlık* kadar, hatta etki bakımından ondan daha güçlü olan nitelik, *samimiyettir*. Alanında uzman olduğu halde, hedef kitlesi tarafından samimi bulunmayan bir kaynağın, dinî iletişimde etkili olması beklenemez.

Samimiyet; niyette, sözde, iradede, gayrette ve eylemde ortaya çıkar. Samimiyet asıl itibariyle; söylenmesi veya yapılması gerekeni, gerektiği yerde söylemek ve yapmak, insanların takdir ve kınamasına göre gerçeği değiştirmemektir. Bilgisi olmayan bir konuda bilmediğini açıkça ifade etmek, söyledikleriyle yaptıkları uyumlu olmak, yaptığı işten kişisel çıkar beklentisi içinde olmamak da samimiyetin gereğidir. Kaynağın dürüst ve tarafsız olması, iletişimde para, makam, mevki, şöhrat vb. elde etme amacı taşıyamaması da samimiyetle ilgilidir.

Dinin öğretilmesi, her şeyden önce manevi sorumluluğu olan bir görevdir. “Sizden, hayra çağıran, iyiliği emreden ve kötülükten meneden bir topluluk bulunsun. İşte kurtuluşa erenler onlardır.”²⁵ Tebliğ ve davetin maddi kazanç sağlayan herhangi bir iş gibi görülmesi, hem bu görevin layıkıyla yerine getirilmesi için insanı motive eden önemli bir gücün kaybedilmesi hem de ulaşılması umulan manevi kazancın yitirilmesi anlamına gelir.

Allah’ın Hz. Peygamber’e öğrettiği bir dua var ki, bu tamamen samimiyetle ilgilidir: “*De ki: Ey Rabbim, (girişeceğim her işe) doğruluk ve içtenlikle girmemi; (bırakacağım her işten de) doğruluk ve içtenlikle çıkmamı sağla ve bana katından destekleyici bir güç, bir tutamak bahset!*”²⁶

Uzmanlığı ne denli güçlü olursa olsun, alıcıların kaynağın niyetine güvenmesi tutum değişimi açısından önemlidir. Yapılan araştırmalar, bir bilgi kaynağının güvenilir olarak algılanıp algılanmayacağının niyet unsuruna bağlı olduğunu göstermektedir.²⁷

25 Âl-i İmran 3/104.

26 İsra 17/80.

27 Gürüz - Eğinli, *İletişim Becerileri*, 104.

‘Kaynak’ için samimiyetin dışa yansıyan en güçlü boyutunun sözlerinden çok yaptıklarının, konuştuklarından çok tutum ve davranışlarının olduğu unutulmamalıdır. İletişim dilinde *kendine geri-iletim* terimiyle açıklanan husus çok önemlidir. Kişinin kendi gönderdiği mesajı, kendinin alması sürecine *kendine geri-iletim* denilmektedir. Kur’an-ı Kerim’deki şu ayet, kendine geri-iletimin bir tanımı niteliğindedir; “*Kur’an’ı okuyup durduğunuz halde insanlara iyiliği emredip de kendinizi unutup musunuz? Hiç düşünmüyor musunuz?*”²⁸ Öyleyse dinî iletişimde kaynak, öğretim konusu olan şeye başta kendisi inanmalı, söylediklerini yapmalı, tutum ve davranışlarıyla hedef kitlesi için iyi bir model olmalıdır.

b. Zarafet

İletişim sürecinde hedef kitlede beklenen etkinin meydana getirilmesi ya da tepkilerin yönlendirilmesi çok karmaşık süreçlerin doğru çözümlenmesine bağlıdır. Yukarıda kaynağın ‘güvenilir’ olmasının önemi üzerinde duruldu. Kaynak, güvenilir olduğu kadar zarif de olmalıdır. Nitekim güvenilir olmasına rağmen tebliğ ve davette başarılı olamayan çok kişi vardır. Kaynağın zarafeti tutum değişikliğini etkileyen önemli bir faktördür.

Zarafet; incelik, kibarlık, duyarlılık, hoş sözlülük demektir. Zarafetin zıddı hoyratlık ve kabalıktır. Tebliğ ve davet vazifesi yapanlar sözlü-sözsüz bütün tutum ve davranışında zarif olmalıdır. Âdâb-ı muâşeretî herkesten daha iyi bilmeli, görgü kurallarına herkesten daha fazla özen göstermelidir.

Zarafet; insanın hem dış görünüşü hem de kişilik özellikleriyle ilgilidir. Kaynağın kişisel bakımı, beden ve kıyafet temizliği ve düzeni, güler yüzlü, sempatik, esprili, cana yakın, hoşgörülü, sabırlı, sevecen, alçak gönüllü, sırdaş ve dost olması hep zarafetin içindedir.

İnsanlar, kendileri ile ortak noktaları daha çok olanları daha fazla benimseme ve sevmeye eğilimindedirler. Mesajın, kendilerine benzeyen bir kaynaktan gelmesi durumunda alıcılarda daha fazla dinî tutum değişikliği olmaktadır. Bu yüzden kaynağın, alıcılar tarafından kendilerinden biri olarak görülmesi, iletişim sürecinin etkililiğini artırır. Bu anlamda Kur’an’ın, Hz. Peygamber’i takdimi dikkat çekicidir: “*Andolsun size kendi içinizden öyle bir peygamber geldi ki, sıkıntıya düşmeniz ona çok ağır gelir, üstünüze titrer, inananlara karşı gayet merhametli ve şefkatlidir.*”²⁹

Burada Hz. Peygamber, hedef kitlesine “*kendi içinizden*” diye tanıtılıyor. O, inananların her türlü problemlerini açabildikleri ve güvendikleri muallimleri

28 Bakara 2/44; Sâf 61/2, 3.

29 Tevbe 9/128.

olup çoğunlukla onlarla beraberdi ve seviyelerine göre her biriyle yakından ilgileniyordu. Hz. Ali'nin bildirdiğine göre, Peygamber efendimiz, çevresindekilere öylesine zarif davranırdı ki, *onunla bir arada bulunan kimselerin hepsi de Hz. Peygamber'in yanında en değerli kişinin kendisi olduğunu sanır, onu yakın bir dost olarak görürdü.*³⁰

Bütün bu hususlar göz önüne alındığında tebliğ ve davet yapan kimselerin iyi görünümlü, bakımlı, hoş ve sevecen tavırlı, güler yüzlü, dost canlı olması ölçüsünde, mesajlarının insanlar tarafından daha kolay kabul edileceğine şüphe yoktur.

Tebliğ ve davette amaç muhatabı etkilemektir. Bunun için tebliğ ve davetçi *imkânsız mümkün, mümkünü kolay, kolayı da zarif ve zevkli yapmanın yollarını bulmak durumundadır.*

B. Kaynak, Hedef Kitlesini Tanımaktır

Dinî iletişimde amaç, hedef kitlenin dini öğrenmelerine, dinî hayat tarzını benimsemelerine ya da dinî anlayışlarını geliştirmelerine rehberlik etmek ve onlara istenen yönde dinî anlayış, tutum ve davranışlar kazandırmaktır. Bu amacı gerçekleştirebilmenin ilk şartı da hiç kuşkusuz hedef kitleyi çeşitli özellikleriyle analiz etmek ve tanımaktır.

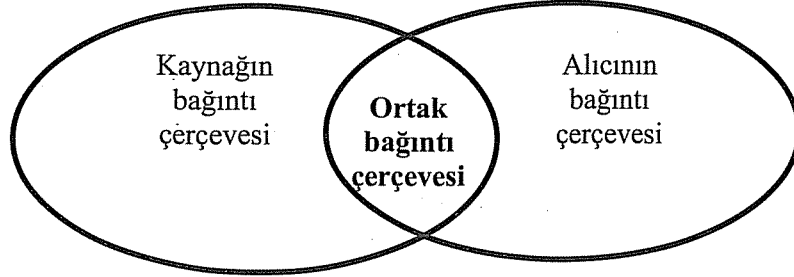
Kaynağın iletişimi başlatmadan ve alıcıya göndereceği mesajları yollamadan önce alıcı hakkındaki gerekli bilgileri toplamasına iletişim dilinde **ileri bildirim** denir.³¹ İleri bildirim yerine *toplayıcı yankı, ileri besleme* de kullanılmaktadır. İleri bildirim, iletişim sürecinin etkili olması açısından çok önemlidir. Kaynak, alıcının niteliklerini ve *'bağıntı (referans) çerçevesi'*ni bilmezse, mesajları gerektiği gibi kodlayamaz, bu da iletişimin amaçlarına ulaşmasını engelleyebilir.

Bağıntı çerçevesi, kişinin gerçekleri algılayış ve değerlendiriş biçimiyle ilgili bir kavramdır. Bir bireyin sahip olduğu tüm bilgi yükü ve tecrübe alanıdır. Geçmiş yaşantılar, bilgi düzeyi, inanç, değer ve tutumlar, o anki ruhsal özellikler, rol ve statü durumu, buna bağlı beklentiler, grup normları, zaman ve mekân koşulları vb. etkenler hep bağıntı çerçevesiyle ilgilidir.³² Kaynakla alıcının bağıntı çerçevelerinin kesişme alanı ne kadar genişse ve bu alan ne kadar çok ortak bilgi birimini içeriyorsa iletişim o kadar etkili olacaktır.

30 Ebû İsa Muhammed et-Tirmizî, *eş-Şemâilü'l Muhammediyye*, thk. S. İmran, (Kahire: 1996), 204; bk., Abdulfettah Ebu Gudde, *Hz. Muhammed ve Öğretim Metodları*, çev. E. Yıldırım, (İstanbul: 1998), 39.

31 Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, 97.

32 Zılhoğlu, *İletişim Nedir?*, 196-197.



Şekil 3: Ortak bağıntı çerçevesi

Tebliğ ve davette etkili bir iletişim için, iletişim sürecinde muhatap olduğumuz kişilerin görüş açılarını, hayatı nasıl algıladıklarını, iç ve dış dünyalarını nasıl anlamlandırdıklarını öğrenmemiz, fark etmemiz gerekir. Bunun için de karşımızdaki kişileri dinlemeli, anlamalıyız. Hatta bir an için olay ve olguları onun gözüyle görüp, onun bakış açısıyla yorumlamalıyız. Bir başka ifadeyle “karşımızdakinin frekansına girip hissettiklerini hissetmeliyiz.”³³ Bu tür iletişime “*empatik iletişim*” denilmektedir.

Empati, genel çizgileriyle; “*Bir kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak olaylara onun bakış açısıyla bakması, o kişinin duygularını ve düşüncelerini doğru olarak anlaması, hissetmesi ve bu durumu ona iletmesi süreci*” olarak tanımlanmaktadır.³⁴ Empati becerisine sahip bireyler, başkalarının bakış açılarını kavrayabilen, iyi bir dinleyici olmalarının yanı sıra, dile getirilemeyen duyguları da sezebilen, ne zaman ve ne kadar konuşmaları gerektiğini bilen ve kendilerini başkalarının yerine koyarak, onları anlayabilen bireylerdir.

Bir insanın karşısındakinin ne hissettiğini o anda yaşayabilme ve ona bu hususta hak verebilme yeteneğine sahip olması, sağlıklı iletişim için çok önemlidir.³⁵ Birçok insanın ortak derdi anlaşılammaktır. İnsan, genellikle karşısındakini anlamaktan çok, anlaşılmayı bekler. Oysa anlaşılmayı beklemek iletişimi zorlaştırır. İletişimi kolaylaştıran, anlaşılmayı beklemek değil, anlamaya çalışmaktır.

Tebliğ ve davette empati kurma becerisine sahip bir kaynak, sadece kendi inançlarını, değerlerini, duygu ve düşüncelerini paylaşımlarla değil, böyle olmayanlarla da empati kurabilecek, böylece kendisinden farklı olanları ötekileştirip yok etmeye çalışmayacaktır. Bunun yerine kendini ötekinin yerine koyarak anlamaya çalışacak, herkesin kendisi gibi inanması ve düşünmesinin mümkün olma-

33 Murat Tunalı, *Başarılı ve Güzel Konuşma Sanatı*, (İstanbul: 2007), 117.

34 Dökmen, *İletişim Çatışmaları ve Empati*, 135.

35 H. Hale Küntüçen, “Etkili İletişim”, *Genel İletişim*, (Ankara: 2007), 58.

dığını³⁶ görecek ve çatışmadan, bir arada yaşayabilme kültürünün oluşmasına da rehberlik edecektir.

C. Kaynak, Ortamı Tanınmalıdır

İletişim ortamının gerek büyüklük, renk, ısı, ışık, temizlik, düzen, yoğunluk, gürültü, araç-gereç vb. fiziksel özellikleri, gerekse ortama hâkim olan usul, adab, kural ve anlayışlar, karşılıklı beklentiler ve ilişkiler, atmosfer, zaman vb. sosyo-psikolojik özellikleri iletişim sürecini etkilemektedir.

Dinî iletişimde kaynağın bu özelliklerin farkında olması ve gerekli tedbirleri alması çok önemlidir. Diğer bütün şartlar ve imkânlar iyi olsa bile eğer iletişim ortamı bu sayılan hususlar bakımından olumsuz özellikler taşıyorsa istenen verimin alınması ve amaca ulaşılması mümkün değildir.

2.2. Tebliğ ve Davette ‘Mesaj’

Tebliğ ve davette mesaj, öncelikle *Kur'an-ı Kerim* ve onun anlaşılmasını kolaylaştıran ve uygulaması olan ‘*Sünnet*’, sonra da bunlara dayanılarak üretilmiş ve genel kabul görmüş *sağlam bilgiler*dir.

Tebliğ ve davet vazifesi yapanların bu hususun farkında olması çok önemlidir. Dinî iletişimde bulunanların verdiği mesajlar herhangi bir iletişim sürecindeki mesajlardan farklıdır ve sorumluluğu büyüktür. Nitekim Hz. Peygamber için de olsa Kur'an, bu hususa etkileyici bir üslupla dikkat çekmektedir: “*Şimdi o (peygamber), sözlerinden, bir kısmını bize isnat etmeye kalkışsaydı onu sağ elinden yakalardık ve şah damarını keserdik ve hiçbiriniz onu koruyamazdı!*”³⁷

Tebliğ ve davet vazifesi yapan kişi, iletişim sürecinde hedef kitlesine kendi anlayışını değil, ilahi mesajları iletecek, onu öğretecektir. Bu çerçevede kaynak, her şeyden önce ilahi mesajları kendisi doğru anlamalıdır.

Dini iletişimde kaynak, kendi özel deneyimlerinin, önyargılarının, duygularının, özlem ve hayallerinin etkisiyle oluşturduğu kanaatlerini alıcılara din olarak sunamaz. Kendi düşünceleri ve kanaatleriyle din adına verdiği mesajları mutlaka birbirlerinden ayırmalıdır. Kendi yorumundan bahsediyorsa, bu tür görüşlerini; ‘benim anladığıma göre’, ‘benim düşünceme göre’, ‘benim kanaatime göre’ gibi ifadelerle mutlaka açıklamalıdır. Neticede dini iletişimde mesajlar;

- Sağlam ve güvenilir kaynaklara dayanmalıdır
- Açık, net ve anlaşılır olmalıdır
- Kademeli biçimde düzenlenmelidir

36 Bk. Maide 5/48; Nahl 16/93; Yunus 10/99; İsrâ 17/84.

37 Hakka 69/44-47.

- *Amaca uygun olmalıdır*
- *Kaynağa uygun (kaynağın yeterli olduğu konularda) olmalıdır*
- *Muhataba uygun olmalıdır*
- *Ortama uygun olmalıdır*
- *Hayatî olmalıdır*
- *Güncel olmalıdır*
- *Zamanında, yerinde ve yeterince verilmelidir*

Kısaca iletilecek mesajın alıcının dikkatini çekmesi, mesajın alıcının ihtiyaçlarına seslenebilmesi, mesajın kodlarının gönderen kaynak kadar alıcı tarafından da bilinmesi, eğer iletilecek mesajın içeriği alıcı için yeni bir bilgi niteliği taşıyorsa hedefin alışık olduğu deneyimlerine uygun şekilde aktarılması, zor bir konuya hazırlayıcı iletişim sürecinden geçirilmesi ve algı düzeyinin yükseltilecek aktarılması, buna rağmen kırılamayan dirençlerin de olabileceğinin, özellikle temel nitelikteki değerlere doğrudan saldırılmaması gerektiğinin bilinmesi büyük önem taşımaktadır.³⁸ Bu arada, sözsüz iletişim öğelerinin de tebliğ ve davette çok önemli mesajlar taşıdığı ve bunların yerli yerinde kullanılması gerektiği unutulmamalıdır.

2.3. Tebliğ ve Davette 'Kanal'

Tebliğ ve davette etkili bir iletişim için gerekli olan ön şartlardan biri de mesajı, alıcıya kolay ulaştıracak en uygun kanalın, en etkili iletişim aracının seçilmesidir.

İletişimde hangi kanalın seçileceğini; iletişimin amaçları, kaynağın yeterlikleri, mesajın niteliği, alıcının özellikleri ve ortam şartları gibi pek çok faktör etkilemektedir. İletişimin etkililiğini sağlamak için mesajın gücünü arttırmak, bunun için de çoklu kanallar kullanmak, alıcının birden fazla duyu organına hitap etmek gerekir.

İnsanoğlunun en eski ve bilinçli eylemi olan '*konusma*'; bilgi, duygu, düşünce ve dileklerin karşdakine sözle iletilme işidir. İnsanlar gündelik hayatlarının büyük bir kısmını konuşarak ya da dinleyerek geçirirler. Bu açıdan konuşma dili olarak da adlandırılan sözlü iletişim, insanlar için temel ve birincil iletişim kurma yoludur. Bu nedenle, sözlü dini iletişimde etkili olabilmek için nelere dikkat edilmesi gerektiği üzerinde de durmak gerekir.

38 Oskay, *İletişimin ABC'si*, 36-41.

A. Sözlü Dini İletişim

Genel bir ifadeyle, konuşma dili aracılığıyla gerçekleştirilen iletişime ‘sözlü iletişim’ denir. Konferans, seminer ve bildiri gibi bilimsel konuşmalar yanında, kürsüde vaaz, minberde hutbe, sınıf ortamında ders, düğün, cenaze, mevlid, kutlama ve açılış gibi çeşitli merasim ve meclislerde, kısaca dini tebliğ ve davet için uygun olan her ortamda sözlü dinî iletişim yapılabilir.

Sözlü dinî iletişim sürecinde kaynağın kullanacağı temel iletişim kanalı konuşmadır. Konuşma; *ses*, *telaffuz*, *konuşma dinamiği*, *sözcük hazinesi* ve *üslup* gibi çeşitli etmenlerden oluşmaktadır.³⁹ Etkili bir konuşma için öncelikle konuşmayı etkileyen bu faktörlerin bilinmesi ve bunların konuşmadaki rolünün farkında olunması gerekir.

Konuşmanın önemli etmenlerinden biri olan ses, sadece sözcükleri değil, konuşmacının tutumunu, duygularını, konuya hâkimiyetini ve kendine güven durumunu da yansıtır. Normal tempoyla, sakin bir şekilde konuşan kişi kontrollü ve sağduyulu olduğu izlenimi uyandırır. Buna karşılık bağırarak ve iğneleyici tarzda konuşan birisi ise sinirli ve kontrolden çıkmış izlenimi verir.⁴⁰

Sözcüklere anlam kazandırmak için ses tonu yerine göre değiştirilir. Sesin yüksekliği bazen duygusal yoğunluğun, bazen doğruluğun, bazen de cehaletin göstergesi olabilir. Bunların hepsi konuşanın kişiliğine, ortama ve bağlama göre değişebilir. Mesela yumuşak konuşma hem zayıflığın hem de güçlülüğün ifadesi olabilir. Saygın insanların yumuşak ve yavaş tempolu bir ses tonu ile konuşması güçlülüğe, zayıf insanların yumuşak ve ağır konuşması etkisizliğe, yaptırım gücünün azlığına delalet eder.⁴¹

Konuşurken dinleyicilerin kulağını tırmalamayacak, aynı zamanda da rahatlıkla duyulabilecek bir ses tonu ile konuşmaya da özen gösterilmelidir. Ses tonunun konuya uygun dalgalanmalar içermesine de dikkat etmelidir. Etkili konuşmacılar, anlamı güçlendirmek ve kullandıkları sözcüklere canlılık kazandırmak amacıyla seslerini yerine göre alçaltır, yükseltirler. Mesela, coşku genellikle yüksek perdeden bir sesle aktarılırken, hüznü titreyimli bir tonla ifade edilir. Ses hacminde, tonunda değişiklik yapmadan yapılan konuşmalar monotondur, dinleyiciyi sıkar, dikkati, ilgiyi dağıtır. Burada ses sisteminin konuşmadaki önemini de unutmamak gerekir.

39 Ahmet Haluk Yüksel, “İletişim Kavramı”, *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla İlişkiler*, ed. C. Tosun, (Eskişehir: AÜ. Yayınları, 2003), 33 vd.

40 Sillars, *İletişim*, 79.

41 Ken Cooper, *Sözsüz İletişim*, çev. T. Yalkı, (İstanbul: 1989), 216-221.

Sözel iletişimde nefes denetimi de iyi yapılmalıdır. Konuşma öncesinde birkaç defa derin nefes almak, konuşma esnasında da zaman zaman durarak nefes almak konuşmacıyı rahatlatacaktır.

Sözel iletişimde telaffuz da çok önemlidir. Sözcükleri rahat ve doğru bir biçimde telaffuz edemeyen konuşmacının etkili olması söz konusu değildir.

Kaynağı konuşmaya yönelten duygu, düşünce ve isteğin neliği ve niteliği olarak açıklanan '*konusma dinamiği*' de konuşma sürecini etkiler. Buna '*niyet*' de diyebiliriz. Konuşmaya samimi bir niyet ve içten gelen bir istekle yönelmek gerekir.

Konuşmacının temel malzemesi sözcüklerdir. Bu nedenle konuşmayla ilgili yeterli sözcük hazinesine sahip olmayan kişilerin etkili bir konuşma yapmaları zordur. Bununla birlikte sözlü iletişimde sözcüklerin; söyleyene, dinleyene, iletişim ortamına, zamana, mekâna, ses tonuna ve vurgusuna, cümle içindeki yerine ve başka sözcüklerle bağlantısına göre anlam kazanacağı unutulmamalıdır.⁴²

Konuşmanın önemli bir yönünü de üslup oluşturur. '*Üslûb-u beyan, aynıyle insan*' sözünde bu hususa dikkat çekilmektedir. Bir insanın kişiliği, karakteri, değeri konuşmasına ve konuşmasında tercih ettiği üslûba, ifade tarzına yansır. Bu yüzden söylenen sözler kadar bunları söyleme biçimi de önemlidir.

Keza ortamın fiziksel ve teknik özellikleri, gürültüye yol açan dış etkiler, dinleyici sayısı ile dinleyicilerin konuşmacıyla mesafesi de konuşmayı etkiler. Dinleyici sayısı arttıkça resmiyet artar, konuşmacı ile dinleyici arasındaki mesafe arttıkça, aralarındaki etkileşim azalır.

Başarılı bir konuşma için⁴³ konuşmanın amacı belirlenmeli, anlaşılır bir dil kullanılmalı, can alıcı sözcükler ve ifadeler tekrar edilmeli, geri bildirimler izlenmeli, karşı tarafa üstünlük kurma çabası olmamalı, konuşmanın amacına uygun seyredip etmediği kontrol edilmelidir.

Dinî iletişimde kaynak, yeterli bilgi, beceri ve sunum yapma imkânına sahip olduğu bir konuda konuşmalı, bununla birlikte iyi bir hazırlık yapmalı ve konuşmasını amaca uygun olarak anlamlı bir diziliş içerisinde, muhatabın anlayacağı biçimde, aynı zamanda da gönül alıcı bir üslup içerisinde sunmalıdır.

42 Köknel, *İnsanı Anlamak*, 97.

43 Tunalı, *Başarılı ve Güzel Konuşma Sanatı*, 118.

Allah'ın Hz. Peygamber'e; "... Onların içlerine işleyecek güzel söz söyle!"⁴⁴ buyruğu ve Peygamber efendimizin; "güzel sözde büyüleyici bir güç vardır"⁴⁵ ve "güzel söz sadakadır"⁴⁶ ifadeleri, dinî iletişimde dil ve üslubun önemine işarettir.

Kur'an-ı Kerim, iletişim aracı olarak dilin açık ve anlaşılır olması üzerinde önemle durmakta, her peygamberin kendi kavminin diliyle gönderildiğine dikkat çekmektedir.⁴⁷

Kur'an, dinî iletişimde kullanılacak dilin hedef kitlede iyi duygular oluşturacak şekilde güzel olmasını da istemektedir. Dilin güzelliği, hem lafız, hem mana, hem de üslupla ilgilidir. Lafızdaki güzellik, edebiyat ve belâğattaki inceliklere uygunluktur. Manadaki güzellik, muhtevanın amaca uygunluğu ve muhatabı tatmin etmesidir. Üsluptaki güzellik ise, ortama ve bağlama uygun zarif tutum ve davranışlardır. Sözün güzelliği ve ahengi yanında sesin güzelliği ve etkileyciliği, ses-söz arasındaki uyum da kuşkusuz önemlidir.

Kendisi de bizzat '*Kavl-i Fasl*'⁴⁸ yani Hakkı batıldan, doğruyu yanlıştan ayıran bir söz olan Kur'an-ı Kerim, dinî iletişimde etkili söz çeşitlerine dikkat çekmektedir: *Kavl-i Ma'rûf* (güzel, yapıcı söz), *Kavl-i Meysûr* (gönül alıcı, teselli edici, yumuşak söz), *Kavl-i Belîğ* (müessir, etkili söz), *Kavl-i Sedîd* (doğru, sağlam söz), *Kavl-i Leyyin* (yumuşak, tatlı söz), *Kavl-i Kerîm* (nazik, saygılı söz) ve *Kavlu'l-Mü'minîn* (inananların sözü)⁴⁹.

Bu genel bilgilerden sonra sözlü dinî iletişim/etkili konuşma için kaynağın göz önünde bulundurulması gereken hususları konuşmanın safhalarına göre inceleyelim:

a. Hazırlık

"Kendinize güven duymanın en iyi yolu, hakkında gerçekten konuşmak istediğiniz konu üzerinde, başarısızlıkla neticelenmesine hiçbir fırsat vermeyecek tarzda iyi hazırlanmaktır."

Konuşmanın en önemli safhası hazırlıktır. Hazırlık safhasında; konuşmanın amacı, konuşma süresi, konuşma yapılacak mekân ve ortam şartları daima göz önünde bulundurulmalıdır. Bununla birlikte konuşmanın hazırlık ve daha sonraki

44 Nisâ 4/63.

45 Buhârî, "Tıp", 51; Müslim, "Cuma", 47; Ebû Dâvûd, "Edeb", 86, 87, Tirmizî, "Birr", 79.

46 Buhârî, "Edeb", 34, "Cihad", 128; Müslim, "Zekât", 56.

47 İbrahim 14/4.

48 Târik 86/13.

49 Bk. Ahmet Koç, "Dinî İletişim Bağlamında Kur'an'da "Kavl" (Söz) Çeşitleri", *Diyanet İlmî Dergi* 44/4 (2008), 29-50.

safhalarında asıl yönlendirici etken hedef kitlenin demografik ve psikolojik özellikleri olacaktır.

Dinî iletişimde, temel kaynakların *Kur'an-ı Kerim* ve *Sünnet* başta olmak üzere bunların yorumlanmasına ve anlaşılmasına katkı sağlayan temel eserler olduğuna yukarıda işaret edilmişti. Muhtevayı zenginleştirmek ve mesajın anlaşılmasına yardımcı olmak için *peygamberimiz başta olmak üzere bütün peygamberlerin hayatlarından örnekler, din büyüklerinin ve tarihî şahsiyetlerin model davranışları, hikmetli sözler, şiirler, kıssalar, hikâyeler, nükteler, temsiller, tasvirler, atasözleri, deyimler, halk deyişleri, güncel örnek olaylar, bilimsel veriler, istatistikler, ibretli anılar, yaşanılmış tecrübeler* vb. malzemelerden de yararlanılacaktır.

Konuşma için malzeme toplanırken konunun özelliği, hedef kitlenin nitelikleri ve iletişim ortamının fizikî, teknik ve psikolojik şartları daima dikkate alınmalıdır. Alıcıların gösterebileceği muhtemel tepkiler, sorabileceği sorular da hazırlık aşamasında göz önünde bulundurulmalıdır.

Tefrikaya, ihtilafa, fitneye, dedikoduya, yanlış anlamaya, siyasî ve ideolojik mesajlara, kısaca maksadı aşan yorumlara müsait olan malzemelere konuşmada yer verilmemelidir. Dinî ve ilmî ölçülere uymayan, akl-ı selime ve mantığa aykırı söz, fikir ve görüşlerden de uzak durulmalıdır.

Bazı sözlerin hadis diye meşhur olması, dillerde dolaşması hatta bazı kitaplarda geçmiş olması, bunları kullanmak için yeterli sayılmamalıdır. Hadisler güvenilir kaynaklardan alınmalıdır. Bununla birlikte ayet ve hadislerin seçimine de ayrıca özen gösterilmelidir. Sadece ilmî ortamlarda müzakere edilebilecek ayet ve hadislere, her seviyeden dinleyicinin bulunduğu ortamlarda yer verilmemelidir.

Konuşma için dikkatle seçilmiş ayet ve hadislerle ilgili birkaç muteber kaynaktan yorum, görüş ve değerlendirmeler gözden geçirilmeli yorum ve kanaat türünden fikirler, ifadeler, açıklamalar, sözler vb. alıntılar ayet ve hadis metinlerinden ayrılmalıdır.

Konuşmada kullanılacak malzemeler belirlendikten sonra hazırlık safhasının son ve en önemli evresi planlamadır. “*Her konuşma, bir seyahattir. Seyahatin belli bir planı olmalıdır. Nereden başlayacağını bilmeyen yolcu, olduğu yerde kalır.*”⁵⁰

Planlamada; konu, amaç, ana hatlarıyla muhteva, kullanılacak iletişim yöntemleri, kaynaklar, araç-gereçler, hedef kitlenin durumu, konuşmanın yapılacağı

50 Bk. Dale Carnegie, *Söz Söylemek ve İş Başarmak Sanatı*, çev. Ö. R. Doğrul, İstanbul: Günlük Ticaret Gazetesi Neşriyatı, 1983), 75.

yer, mekânın fizikî ve teknik özellikleri, ortamın usul ve kuralları, konuşmanın yapılacağı vakit ve süre daima göz önünde bulundurulmalıdır.

b. Sunum

Konuşmanın sunumundaki başarı, büyük ölçüde ‘hazırlık’ safhasında gösterilen çabaya bağlıdır. Kaynağın, iyi bir hazırlık yapması kadar konuşma için istekli olması ve acil çözüm bekleyen bir sorunu olmaması da önemlidir.

Konuşma, genellikle ‘giriş’, ‘gelişme’ ve ‘sonuç’ olmak üzere birbiriyle ilişkili üç bölüm halinde sunulur.

1) Giriş

Giriş, iletişim açısından konuşmanın en etkili bölümüdür. Dinleyiciler, konuşmacı hakkında ilk izlenimlerini konuşmanın giriş bölümünde edinirler ve bu izlenimler konuşma boyunca etkisini sürdürür. Özellikle dinleyicileriyle ilk defa karşı karşıya gelen bir konuşmacının, onlara vereceği ilk izlenimler çok daha anlamlıdır.

Bu bağlamda konuşmacının giyim kuşamı, temizlik ve bakımı, kürsüye yönelişi, kürsüdeki duruşu, kısaca sözlü veya sözsüz bütün mesajları hatta konuşmaya vaktinde başlayıp başlamaması, mekânın ve kürsünün teknik ve fizikî şartlar açısından konuşmaya uygun ve hazır olup olmaması iletişim sürecini etkiler.

Konuşmacının dinleyicileriyle yüz yüze iletişimi ve göz teması kurması önemlidir. Göz teması, konuşmacıyı dinleyicilere yakınlaştırır. Bu nedenle konuşmacının konuşma yaparken dinleyicileri görebilecek ve dinleyicilerin tamamı tarafından görülebilecek bir noktada olması gerekir.

Eğer bir kürsüden konuşmak zorunda değilse konuşmacı sahnenin birkaç metre karelik alanını dinleyicilerin oturma düzenine göre hareket ederek kullanabilir. Bu arada dinleyicilerin de dağınık olarak değil toplu halde oturmalarına dikkat edilmelidir.

Dinî bir konuşmada resmi tutum ve davranışlar hoş karşılanmaz. Bu nedenle konuşurken dinleyicilerle sanki karşılıklı konuşuyormuş gibi sıcak, içten ve canlı olmalıdır. Samimi bir ortamda, bilhassa benzer özellikteki dinleyicilerden oluşan gruba yapılan bir salon konuşmasında kaynağın zaman zaman dinleyicilerin arasında gezinmesi ve bütün dinleyicilere ulaşmada dengeli ve eşit olması dikkati ve ilgiyi daha da artırır.

Konuşmacının giriş bölümünde yapması gereken en önemli şey, dinleyicilerin dikkat ve ilgisini çekmektir. Bunun için de yapılacak konuşmanın yararlarına ve lüzumuna dinleyicileri ikna etmek, konuyla ilgili yeterli bilgi ve tecrübeye

sahip olduğunu hissettirerek onlara güven vermek, konuşmanın içeriği hakkında çerçeve bilgi vermek, kısaca onları motive etmektir.

Eğer işlenecek konu, hedef kitlenin gündeminde olan, ihtiyaç duyduğu, merak ettiği bir konu ise böyle bir konuya zaten doğal olarak istekli olur, bu konuyu dinlemeye, öğrenmeye hazırdır. Bu durumda yapılması gereken, konuşma konusunun önemini vurguladıktan ve ana hatlarıyla muhtevaya işaret ettikten sonra, plan çerçevesinde sunuma geçmektir.

Bazen de işlenecek konu çok önemli olduğu halde hedef kitle bunun farkında olmayabilir. Bu durumda, hedef kitlenin yapay olarak motive edilmesi gerekir. Bunun için de hedef kitleye, konunun önemi, niçin seçildiği ve muhtevada nelerin olduğu yanında bunları öğrenmenin dinleyicilere neler kazandıracağı, hangi ihtiyaçlarını karşılayacağı, hangi sorunlarına nasıl çözüm sağlayacağı açıklanmalıdır.

Bu arada konuyla ilişkili çarpıcı bir soru, önemli bir kaynaktan veya dinleyicilerin sevdiği bir şahıstan kısa bir alıntı, ilginç bir olay, bir espri, bir şiir, anlamlı bir vecize veya güncel bir hadiseye yer vererek konuşmaya başlamak ilgiyi ve dikkati arttırabilir.

Keza, günlük hayatta karşılaştıkları ve çoğunlukla sorun yaşadıkları hususlarda dinleyicilere bazı sorular yönelmek ve bu soruların cevabını konuşmanın akışı içerisinde bulacaklarını belirtmek de ilgi ve dikkat sağlamak için yararlı bir yol olabilir.

Kısaca ifade etmek gerekirse giriş bölümünde konuşmacı, dinleyicilerde olumlu izlenimler oluşturmali, dikkat, ilgi, merak ve istek uyandırarak onları iletişime hazırlamalıdır.

2) Gelişme

Gelişme bölümünde, konuşmanın amacına uygun olarak muhtevanın etkili biçimde sunumu için gerekli olan etkinliklere yer verilir.

Gelişme bölümü, konuşmanın süre ve muhteva olarak en yoğun kısmıdır. Konuşmanın giriş kısmında sağlanan olumlu izlenimlerin, ilgi ve dikkatin konuşma boyunca sürdürülebilmesi ve amaca ulaşılması kolay değildir. Burada konuşmacının kişiliği yanında mesleğiyle ilgili bilgi, beceri ve deneyimi ve konuşma için yapmış olduğu hazırlık büyük önem taşımaktadır. Gelişme bölümünde, başlıklar arası bağlantılar için '*geçişler*' ve anlatılanların toparlanması için '*ara özet noktaları*' belirlenmiş olmalıdır.

Konuşmada uyulması gereken ve konuşmacıya rehberlik edecek birtakım kurallar vardır. Bunlar ilkesel düzeyde şöyle sıralanabilir:

Plana bağılı kalınmalı, konuşma esnasında zihne gelen çağrışımlar karşısında dikkatli ve seçici davranılmalıdır. Konunun akışını bozacak veya konuyla ilgisiz çağrışımlara kulak asmamalıdır.

Verilen bilgiler, güvenilir kaynaklara ve kanıtlara dayanmalı, tutarlı ve ikna edici olmalı, zamanında, yerinde ve yeterince verilmelidir.

Mesajlar, yaşanan hayatla ilişkilendirilmeli ve dinleyicilerde yaşantıya dönüştürebilecek şekilde düzenlenmelidir.

Mesajların topluma fayda ve zararının ne olacağı iyi hesap edilmeli, topluma yararı olmayacak, aksine gerilime ve başka olumsuzluklara neden olabilecek mesajlardan uzak durulmalıdır.

Etkili bir iletişim aracı olabilmesi için dilin her şeyden önce kaynak ve hedef kitle arasında ortak anlamlar taşıması şarttır. Bu nedenle konuşmacı, gerek sözlü gerekse sözsüz mesajlara yüklediği anlam ile dinleyicilerin ondan anladığı anlamın aynı olduğundan emin olmalı, değilse gerekli açıklamalarla bunu sağlamalıdır.

Mesajlar, hem alıcıların her şeyi bildiği varsayılarak dikkatli ve bilinçli, hem de hiçbir şey bilmediği varsayılarak açık ve yalın biçimde düzenlenmelidir.

Soyut ve aşına olunmayan sözcük, kavram, ifade ve terimler içinde bulunduğu bağlama ve konuma uygun olarak açıklanmalıdır. Ortak bir kavram zemini oluşturmak için gerekiyorsa tanımlar, konunun başında verilmelidir.

Dinleyiciler için karışık, şaşırtıcı, belirsiz, alakasız gibi gelen hususlar anında aydınlatılmalıdır. Sözcüklerin taşıdığı anlamlar zihinde canlandırılabilirdiği oranda anlaşılma ihtimali yükselir ve dolayısıyla konuya ilgi artar. Somut örnekler, konuşmada verilmek istenen anlamı, mesajı iletmede en büyük yardımcılarıdır. Bu nedenle, ele alınan bir konu, *Ne? Nasıl? Niçin?* gibi sorulara cevap verecek biçimde açıklanmalı, bilinmeyenler bilinenler ile karşılaştırılmalı ve örneklerle dinleyicilerin anlayabileceği hale getirilmelidir.

Meseleler öğretim ilkelerine uygun olarak 'bilinenden bilinmeyene', 'kolaydan zora', 'basitten karmaşığa', 'somuttan soyuta', 'yakından uzağa' tedrici bir düzen içerisinde sunulmalı aynı zamanda 'bütünlük' içinde olmalıdır.

Dinleyicilerin kişiliklerine ve haklarına saygı gösterilmelidir. İsim zikretmekten, kaba ve kırıcı ifadelerden, maksadı aşan söz ve davranışlardan ve muhatapları yargılamaktan kaçınılmalıdır. Eğer kaynağın mesajları, yargılayıcı ve de-

gerlendirici ise veya öyle algılanırsa hedefte savunma tepkisi oluşturur⁵¹, bu durum dinleyicilerin iletişime kapanmasına yol açar.

Son yıllarda yapılan araştırma sonuçları, insanları güdülemede, övülme ve ödüllendirmenin, yerilme ve cezalandırmadan daha etkili olduğunu ortaya koymaktadır.⁵² Buna göre hedef kitle, dinin istediği davranışlara güdülenirken müjdeleme ve teşvik öne çıkarılmalı, ancak Kur'an ve Sünnet'te görüldüğü gibi dinin istediği davranışlara direnen ya da yasakladığı davranışları yapmakta ısrar edenler için korku ve sakındırma da dengeleyici motifler olarak kullanılmalıdır.

Burada dikkat edilmesi gereken bir diğer husus ise, motive etme amacıyla da olsa abartılı yaklaşımlarla insanları boş umutlara veya asılsız korkulara sevk etmemektir. Mesela, küçük bir iyilik yapan birisi için '*kurtulmuştur, cennettedir!*' ya da basit bir hata yapan için '*mahvolmuştur, cehennemdedir!*' türünden yaklaşımların her ikisi de dinî iletişim için uygun değildir.

Hangi gerekçe ile olursa olsun hedef kitleyi rencide edecek ifadelerden de sakınılmalıdır. Mesela, '*oruç tutmayanın bayram namazında işi ne?*', '*sadece bayramlarda yahut Cuma'da ya da Ramazan'da mı müslüman olduğunuz aklınıza geliyor?*', '*hem namaz kıl, hem kumarhaneye git veya içki iç! Böyle müslümanlık olur mu?*' gibi sözler sarf etmek küçük düşürücü beyanlarda bulunmak dinî iletişimde yapılan hatalardır.

Bunun yerine dinî mesajların, samimi, dinî heyecan verici, yapıcı, uyarıcı, düşündürücü, öğretici, müjdeleyici, dinî yasaklardan ve ahlâka aykırı davranışlardan sakındırıcı ve yanlış inançları düzeltici şekilde olmasına özen gösterilmelidir.

Konuşma zengin materyalle desteklenmelidir. Kıssalar, darb-ı meseller, kıyaslar, teşbihler, tasvirler, özlü sözler, nükteler, deyişler, şiirler, kıssalar, hikâyeler vb. sözlü malzemelerin yanı sıra sözsüz iletişim öğeleri ve görsel malzemeler de dinî konuşmalarda etkili bir şekilde kullanılmalıdır.

Bunların kullanılmasında, verilmek istenen asıl mesaj öne çıkarılmalı, muhtevayı çekici hale getirelim derken, dinî konuşma adabına uymayan ya da asıl mevzudan ve amaçtan uzaklaşacak ve mesajları gölgede bırakacak şekilde konuşmayı hikâye, fıkra vb. malzemelere boğmamalıdır.

Sunum, mümkün olduğunca kısa, açık, net ve yalın bir dille olmalıdır. Konuşmada '*İstanbul Türkçesi*' ile konuşmak tercih edilmelidir. Bununla birlikte iletişimde asıl amacın dinleyicilerin mesajları rahat bir biçimde anlamalarını sağlamak olduğu da hatırdan çıkarılmamalıdır. Bu bakımdan daha iyi anlaşılacak ve

51 Zıllıoğlu, *İletişim Nedir?*, 239.

52 Baymur, *Genel Psikoloji*, 187.

daha sıcak bir iletişim ortamı oluşturacaksa özellikle küçük yerlerde mahallî şiveye de zaman zaman yer vermekte bir mahzur olmasa gerektir. Ancak her durumda dinî konuşmanın vakarına yakışmayacak tavırlardan ve argo ifadelerden kaçınmak gerekir.

Dinî kavramların kendi bağlamındaki özel anlamlarına, bilhassa din dilini biçimlendiren Kur'an terminolojisine de dikkat edilmelidir. Mesela, havf, huşu, ittika, takva, tevekkül, sabır, tevazu, müsamaha vb. kavramlar, dinî kaynaklarda yüklendikleri özel anlamlarıyla verilmelidir.

Karşılığı herkes tarafından tam ve doğru olarak bilinmeyen 'vacip, sünnet, mekruh, mübah, müstehab, câiz' vb. hüküm ifade eden terimler de yerinde ve anlaşılır biçimde kullanılmalıdır. 'Kâfir, müşrik, zındık, münafık, fâsık, mürted vb.' sıfatlar ise rastgele kullanılmamalı, özellikle de birilerini kast, ima ve ihsas edici olmamalıdır.

Din dilinin kullanımında '*İslam'a göre...*', '*Kur'an'a göre...*' şeklinde başlayan yargı ifadeleri de önemli sorunlara yol açabilmektedir. Çünkü bu şekilde başlayan ifadelerden sonra gelen açıklamalar genellikle beşerî yorumlarla doludur. Bu yüzden bir mesele değerlendirilirken burada şahsî görüş, açıklama ve yorumlar ile ayet ve hadis metinleri ya da o konuda başkalarının yapmış oldukları açıklama ve yorumlar birbirinden ayrılmalıdır.

Konuşmacı, konuşma sırasında hedef kitleden gelen her çeşit geri bildirimi dikkate almalı, gerekiyorsa mesajlarını yeniden düzenlemelidir. Mesela, eğer aldığı geri bildirimler mesajın anlaşılmadığına dair ise mesajını açıklamalı, verilen mesajdan hoşlanılmadığına dair ise meseleye açıklık getirmeli, dikkatlerin dağıldığına dair ise dikkati toplayacak tedbirler almalıdır.

Dinleyicilerin dağılan dikkatlerini toplamak ve ilgilerini canlı tutmak için konuşmanın uygun bir yerinde konu ile ilgili bir soru sormak ya da meseleyi soru haline getirmek veya konuyla ilgili bir nükte, kısa bir hikâye vb. iyi bir yoldur. Dinleyicilerin dikkatinin dağılmış olduğu fark edildiğinde konuşmayı kesmek ve kısa bir süre susmak, arkasından etkili bir girişle konuya devam etmek de dikkatlerin toplanmasını sağlayacak bir tekniktir.

'Gelişme' bölümünde hedef kitlenin durumu, muhtevanın yoğunluğu, süre vb. şartlara göre birkaç defa 'ara özet' yapılmalıdır. 'Buraya kadar şunlar üzerinde durduk, şunları söyledik...' şeklinde önemli konular özetle ve ana hatlarıyla kısaca verilir. Bu özetler ara geçişlerde, yani bir başlık yahut bir mevzu tamamlanıp diğerine geçerken olmalıdır.

Önemli bir mesajı vermeden önce ve verdikten sonra kısa bir duraklama ve susma da yine mesajın etkisini arttırır. Keza, iyi anlaşılması için önemli kısımların tekrar edilmesi de gerekir. Tekrar ne kadar çok olursa, unutmaya o kadar azalacaktır. Öte yandan tekrar, mesajların yanlış anlaşılmasını önleyecektir.

Mesajların tekrarı, ikna sürecinde de çok etkili olmaktadır. Öncelikle aynı mesajı birkaç defa tekrar etmek, bireye ulaşmış olma şansını arttırmakta, onun dikkatinin mesaja odaklanmasını ve mesajın daha iyi kodlanmış olma ihtimalini yükseltmektedir.⁵³

3) Sonuç ve Değerlendirme

Konuşmanın ‘sonuç’ bölümüne gelince, bu bölüm konuşmacıya verilen son şanstır. “*Her şeyin iyisi, iyi bitendir*” denilmiştir. En son söylenen söz, en çok hatırlanacak söz olmalıdır. Ancak sözü uzatmak, dinleyicide bıkkınlık oluşturacağı ve bütün mesajları silebileceği için konuşman mutlaka planlanan vakitte bitirilmesi gerektiği unutulmamalıdır.

Dinleyicilerin ilgisinin en yoğun olduğu anlar, konuşmanın başı ve sonudur. Konuya başlarken ne öğrenileceği hakkında verilen ‘genel şema’ ile bitirirken verilen ‘özetler’ öğrenmeyi kolaylaştırır. Bir öğrenme konusunun başında ve sonunda verilen öğeler, ortadakilerden daha iyi hatırlanır.⁵⁴

O halde konuşmanın ‘sonuç’ bölümü iyi değerlendirilmelidir. O kadar ki, konuşmanın sadece ‘sonuç’ bölümünde bulunan birisi, öncesini dinlememiş olsa bile o konuşmada sunulan içerikle ilgili bilinmesi gereken temel hususları öğrenmiş, önemini kavramış ve gereğini yerine getirecek bir istek duymuş olmalıdır. Bu amaçla sonuç bölümünde konuşma ana hatlarıyla özetlenmeli, önemli noktalar yeniden ifade edilip vurgulanmalı ve günlük hayatla ilişkilendirilerek hedef kitle, mesajları almaya tekrar motive edilmelidir.

‘Sonuç’ bölümünde, konuşma çarpıcı bir ifadeyle bitirilebilir. Bu, konunun ana fikrini açıklayan bir ayet, bir hadis, önemli bir kişiden bir söz, öğüt, alıntı, nükte, mini bir kıssa vb. olabilir.

Netice olarak, konuşmanın sonunda; sunulan konularda bir şeyler bildiğini zannedenlerin, daha öğrenmeleri gereken çok şey olduğunu anlamış olmaları, bazı şeyleri bilmediklerini kabul edenlerin de ihtiyaç duydukları bilgileri bulmuş olmaları umulur.

Konuşma ile ilgili bir başka önemli husus da “*değerlendirme*” yani yapılan konuşmanın başarı durumunu ölçmek, dinleyiciler üzerinde etkisini tespit etmek-

53 Judith Lazar, *İletişim Bilimi*, çev. C. Anık, (Ankara: 2001), 69.

54 Kamuran Çilenti, *Eğitim Teknolojisi ve Öğretim*, (Ankara: 1988), 37-38.

tir. Yapılan bir işte gelişme kaydedebilmek için diğer faktörler yanında o işle ilgili yapılacak objektif değerlendirmeler de büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, özellikle genç konuşmacıların en azından tecrübe kazanıncaya kadar, konuşmalarını bir cihaza kaydetmeleri ve daha sonra bu kayıtları dinlemeleri çok yararlı olacaktır. Öte yandan gerek konuşma süresince gerekse konuşmadan sonra dinleyicilerin tepkileri izlenmelidir. Hatta konuşmacı, performansını test etmek için dinleyiciler arasından seçeceği bazı kişilere, fazla uzun olmayan bir değerlendirme formu da doldurabilir. Bu formda kendisinin çeşitli yönleriyle performansını ölçen sorulara ve her bir soruya karşılık performans puanlarına yer verilebilir. Konuşmacı, bütün bu değerlendirmeler neticesinde elde ettiği verileri çözümleyerek daha sonraki konuşmalarda dikkate alır ve kendini geliştirmeye çalışır.

B. Sözsüz Dini İletişim

Beden diliyle gerçekleştirilen iletişime 'sözsüz iletişim' denilmektedir. Sözsüz iletişim, söz veya sözcük gerektirmeyen jestler, mimikler ve göz teması gibi faktörlerle kurulur. Sözlü iletişimde sesle ilgili vokal sistemimiz, sözsüz iletişimde ise yüzümüz ve bedenimiz 'gönderici' olarak görev yapar.

Bir sınıflandırmaya göre, dört türlü sözsüz iletişim biçimi vardır.⁵⁵

- 1) Mekân kullanımı
- 2) Vücut hareketleri
- 3) Duruş ve göz hareketleri
- 4) Sözcüklerin vurgulu, heyecanlı ve renkli kullanımı

Buna göre sözsüz iletişim iki insan arasındaki mesafeyle başlar, duruş, oturuş, dokunuş, giyim kuşam, aksesuar, koku, vokalizasyon ve sesin niteliği, yüz ve bedeninin biçimi, selam, mimik, jest, hareket gibi pek çok öğeden oluşan geniş bir yelpaze içinde sürdürülür.⁵⁶

"Konuşurken hiçbir şey söylemeyebilirsiniz; fakat susarken, asla!" ifadesi, sözsüz iletişim öğelerinin çeşitliliğini ve gücünü ortaya koymaktadır. Etkili bir dinî iletişim için sözlü iletişim öğeleri kadar, sözsüz iletişim öğelerinin de tebliğ ve davetçi tarafından bilinmesi ve başarılı bir biçimde kullanılması gerekmektedir. Sözsüz iletişimin, *duyguları etkili olarak aktarma, iletişimsizliği imkânsız kılma, insanlar arasındaki ilişkileri tanımlama ve belirleme, sözel içerik hakkında bilgi*

55 Bk. Hasan Tutar - M. Kemal Yılmaz, *Genel İletişim Kavramlar ve Modeller*, (Ankara: Seçkin Yay., 2010, 60-68.

56 Köknel, *İnsanı Anlamak*, 52.

verme, güvenilir mesajlar sağlama ve kültüre göre biçimlenme gibi kendine has bazı özellikleri vardır.⁵⁷

Kişiler arası iletişimde, sözlü iletişimle birlikte etkin olan *susma, sesin rengi ve müziği, beden dili, mekân ve zaman özellikleri, renk ve giyim kuşam kodlarını* içeren sözsüz iletişim de son derece önemlidir.⁵⁸ İletişimde sözcükler bilgi aktarımı görevi yaparken; eller, kollar, yüz hatları, bakışlar, sesin tonu, ritmi, yükselip alçalması, monotonluğu, tınısı, araya konan mesafe, giyim kuşam özellikleri, vücudun duruşu ise duyguları aktaran sözsüz iletişim öğeleridir.⁵⁹

Araştırmalar, yüz yüze bir iletişim yapılandırılmasında ortalama olarak sözcüklerin %10, ses tonunun %30'luk rolüne karşılık, beden dilinin %60'lık baskın bir rolü olduğunu ortaya koymaktadır.⁶⁰ Bu oranlar, iletişim ortamının özelliklerine göre az-çok değişebilirse de beden dilinin iletişimdeki rolünün farklı biçimde yüksek olduğunu göstermek için yeterlidir.⁶¹

"*Beden dili, ilk dilimizdir. Anadilimiz, ikinci dilimizdir.*" Bedenle iletilen mesajlar, farkında olarak veya olmayarak kişinin içinde bulunduğu ruh halini ve hisleri anlatan belirtilerdir.⁶² İnsanlar çeşitli şekillerde ilişkiye girdiklerinde öncelikle beden dili kullanır ve birbirlerini beden dili mesajlarını çözümleyerek anlamaya çalışırlar.

Tebliğ ve davette, sözsüz iletişimin sözlü iletişimden çok daha etkili ve netice veren bir iletişim biçimi olduğu unutulmamalıdır. Dinin nihai amacı güzel ahlakıdır. Bilindiği gibi Hz. Peygamber, her dönemde geçerli olacak "*mekârim-i ahlâkı*", bir başka deyişle Kur'an ahlakını gerçekleştirmek için gönderilmiş⁶³, hayatı boyunca bunun için çalışmış ve sonuçta bunu yaşayarak ortaya koymuştur.⁶⁴ O, 23 yıllık risalet vazifesi boyunca muhataplarını tutum ve davranışlarıyla, "üsve-i hasene"⁶⁵ kişiliğiyle etkilemiştir.

İnsan bedeninin en dikkat çeken yeri yüz ise, yüzde en çok dikkat çeken de gözlerdir. Gözler, iletişimde başlı başına bir mesaj kaynağıdır.⁶⁶ İletişimde gözler

57 Zılhoğlu, *İletişimi Nedir?*, 159-162.

58 Zılhoğlu, *İletişim Nedir?*, 187

59 Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, 95-98; Sillars, *İletişim*, 77.

60 Cooper, *Sözsüz İletişim*, 21.

61 Allan Pease, *Beden Dili*, çev. Y. Özben, (İstanbul: 1997), 10.

62 Otto Schober, *Beden Dili*, çev. S. Özbirt, (İstanbul: 1999), 21.

63 Kalem 68/4; İmam Mâlik, *Husnü'l-Hulk*, 8.

64 Müslim, *Salâtü'l-Müsafirîn*, 139.

65 Ahzab 33/21.

66 Sillars, *İletişim*, 61; Zühal Baltaş - Acar Baltaş, *Bedenin Dili*, (İstanbul: 1998), 26; Dökmen, *İletişim Çalışmaları ve Empati*, 34 vd.

sayesinde, yani karşılıklı bakışmayla mesaj alışverişi gerçekleşir. Bu nedenle dinî iletişimde konuşmacı, rahatsız etmeyecek ölçüde ve mümkün olduğunca dinleyicilerle göz iletişimini canlı tutmalı, konuşma esnasında gözlerini bütün dinleyiciler üzerinde gezdirmelidir. Konuşmacının yüzü daima konuştuğu kişilere dönük olmalı, eğer bir gruba konuşuyorsa mümkün olduğunca çok kişiye cephesini açık tutmalıdır.

Göz iletişimi sözsüz geri bildirim işlevi de gördüğü için, dinleyicilerinin yüzlerine bakarak konuşan bir hatip, dinleyicilerden gelecek onay, ret, soru, kuşku, sıkıntı, huzursuzluk vb. belirtileri izleyerek önemli mesajlar alır ve bunları değerlendirir.

Dış görünüm, giyim kuşam, tanımadığımız birisi hakkında ilk izlenimlerin oluşmasında önemli bir faktördür. Çünkü dış görünüm ve giyim kuşamın verdiği ilk izlenimler daha sonraki iletişimi etkilemekte ve yönlendirebilmektedir.

H. Peygamber'e kılık kıyafet güzelliğinin kibirden sayılıp sayılmadığı sorulduğunda: "*Allah güzeldir, güzeli sever*"⁶⁷ buyurmuştur. Kılık kıyafete gösterilen özen, kişisel zevk ve tutumları yansıttığı kadar, hedef kitleye verilen değeri de gösterir.

Dinî iletişimde bulunanlar kılık kıyafet seçiminde rol ve statülerine uygun olarak toplumun hassasiyetlerini ve genel kabullerini de dikkate almalı, gösterişe ve aşırılığa kaçmadan sade, temiz ve uyumlu giyinmelidirler. Kişisel bakım, temizlik bilhassa saç, el, yüz ve ağız bakımına da özen göstermelidirler. '*Çevremizden göreceğimiz itibar ve saygı, kendimize gösterdiğimiz özen kadardır.*'

Sözsüz iletişimin önemli bir unsuru da '*dokunma*'dır. İnsanlar arasında yakınlık ve sevgi duyguları, dokunma davranışlarıyla dile getirilir. Dokunma, bütün canlılara rahatlık ve güven verir; sözcük ve ifadelerden daha çok iletişim sağlar. Elimizi birisinin omzuna ya da koluna koymak '*seni görüyorum*', '*seninle birlikte duyumsuyorum*', '*sana dikkat ediyorum*' demenin bir yoludur.⁶⁸ Dokunma, bilhassa aynı cinsiyetten olanlara, yaşça daha küçük olanlara, statü bakımından daha alta olanlara karşı iletişimde olumlu mesajlar vermektedir.

Dinî iletişim sadece konuşma dili ya da beden diliyle yapılan bir iş değil aynı zamanda gönül diliyle yapılan zarif bir iştir, yerine göre gönül diliyle söyleşebilmeyi gerektirir. Gönül dilinin temel ilkeleri; samimiyet, tevazu, önyargısızlık gibi üstün hasletlerdir. Bu dil, insanlığın fitrat dilidir... Gönül dili, iletişimde en geniş ve en kapsamlı basamaktır. Eğer sözlerimiz, kalbimizin en derin kıvrımların-

67 Müslim, "İman", 147; İbn Mâce, "Dua", 10.

68 Leo Buscaglia, *Sevgi*, çev. N. Ebcioğlu, (İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 1989), 101.

dan çıkıp geliyorsa, yüreğimizi ortaya koyarak iletişim kuruyorsak, bütün bunları en başta yüzümüz ve gözlerimiz olmak üzere bedenimize doğru yansıtabiliyorsak, işte o zaman etki alanımız karşı tarafın kulağından yüreğine kadar uzanır. Böylelikle iletişim, gönülden gerçekleşmiş olur.⁶⁹

‘Yaratılanı yaratandan ötürü sevme’ anlayışının hâkim olduğu gönül dilinde sükûtun esrarlı bir anlamı vardır. Mevlana’nın: ‘Şimdi ben sana dilsiz-dudaksız (gönül diliyle) yeniden yeniye eski sırlar söyleyeceğim, dinle!’⁷⁰ şeklinde ifade ettiği gönül dili de bu anlamda harften ve sestten azade bir hâlin terennümüdür.

C. Yazılı Dini İletişim

İletişim aracı olarak kullanılan dil; ‘sözlü’, ‘sözsüz’ ve ‘yazılı’ olarak farklı biçimlerde ifade edilmektedir. Her ikisinde de dilin kullanılması nedeniyle, sözlü iletişim ile yazılı iletişimi aynı kategoride ele alanlar olduğu gibi, yazılı iletişimde simgelerin göze hitap etmesinden dolayı yazılı iletişimi sözsüz iletişim içinde ele alanlar da bulunmaktadır.

Hiçbir yazı sistemi, konuşulan dilin bütün özelliklerini tam olarak yansıtmaz. Mesela konuştuğumuz dilde hecelerin tonu ve söyleyiş şiddeti vardır. Konuşmada söyleyiş tarzı ile el yüz hareketleri, vücut hareketleri önemli rol oynar. Bunları yazıda gösterme imkânı yoktur.⁷¹

Sözlü anlatış, yazılı bir metinden genellikle daha tesirlidir. Yazarın eserini, ancak ehli olanlar anlar ve takdir eder; oysa hatibin soluyuşu, duruşu, bakışı ve jestleri en az bilgili insanda bile bir takdir ve sempati hissi uyandırır.

Yazanla okuyan ayrı, konuşanla dinleyen aynı çevrede bulunur. Bir yazılı metni okuyan okuyucu genellikle yalnız, rahat ve dalgınlıktan uzaktır. Konuşmacıyı dinleyen birisi ise yalnız değildir. Bir başkası tarafından meşgul edilebilir. Dikkatinin bir noktaya çekilmesi ve dikkatinin dağılması mümkündür.⁷²

Sözlü iletişimin bazı avantajlarına karşılık yazı da insanoğlunun en büyük buluşlarından biridir. Yazı, bilgiyi biriktirmekte, en güvenilir biçimde saklamakta ve ihtiyaç duyulduğunda geri vermektedir. Yazılı metin, içeriğin yeniden üretimiyile isteğe bağlı olarak çoğaltılabilmektedir. Kişilerin kendilerinin bizzat gidemeyeceği yerlere yazıyla mesajlar gönderebilme imkânı, resmi yazışmaların artması, iletişim açısından önemli bir birikim oluşturmaktadır.⁷³

69 Ertuğrul Yaman, “İletişimde Gönül Dili”, *Diyanet Aylık Dergi* 243, 17-20.

70 Mevlana, *Mesnevi*, çev. V. İzbudak, (İstanbul: 1990), 3/384.

71 Mustafa Özkan, *İnsan İletişim ve Dil*, (İstanbul: 3F Yayınevi, 2008), 25.

72 Hamdi Akverdi, *Hitabet Sanatı Teknik ve Psikolojisi*, (Ankara: 1937), 68.

73 Lazar, *İletişim Bilimi*, 82.

Yazılı iletişim; kitaplar, mektuplar, makaleler, gazeteler, dergiler, notlar, raporlar, basın bildirileri ile el yazısı veya bilgisayar ve diğer iletişim ağıları gibi elektronik ve yazılı ortamlarla gönderilen her türlü yazılı iletileri ifade eder. Yazılı iletişim, bir toplumun gözü, kulağı ve hafızasıdır.

Yazılı iletişim, sadece içinde bulunduğumuz andaki iletişimi sağlamakla kalmaz aynı zamanda geçmişe erişimimizi sağlar, geçmişin analizini yapmamızı ve buradan hareketle geleceğe yönelik projeksiyonlar yapmamıza imkân sunar.

Yazılı iletişim, sözlü iletişime göre zahmetli ve zaman alıcı bir işlem olsa da birey ve toplum açısından çok önemli işlevler yerine getirir. Toplumsal ve kurumsal hafızayı sürekli kılan ve böylece toplum üyelerinin birbirleri ile olan iletişimini ve ilişkilerini kolaylaştıran yazılı iletişimdir.

Yazılı iletişim, sözlü iletişime göre biraz gecikmeli olarak kurulur. Çünkü yazılı iletişimde mesajın alınması ve algılanması, yorumlanması ve bunun sonucunda tepki verilmesi, yüz yüze iletişimde olduğu gibi şimdi ve burada değil, daha çok zamana yayılır.⁷⁴

Yazılı iletişimin en önemli zaaflarından biri hedefin karşımızda olmamasıdır. Hedefin karşımızda olmaması mesajımızı daha etkili hale getirecek tonlama, perdeleme gibi sesin kazandırdığı duygu gücünden ve jest ve mimiklerin verdiği beden dili gücünden mahrum olmamıza, aynı zamanda da hedefin mesajlara verdiği geri bildirimini anında alma ve ona göre mesajı yeniden düzenleme imkânını kaybetmemize yol açmaktadır.

İnsanın kendi kendisiyle iletişimde bulunabilmesi açısından da yazı önemli bir imkândır. Kaydedilmiş notlarını okuyan kişi kendi düşüncelerini gözden geçirebilir ve böylece mesajını yeniden düzenleme imkânı bulur.⁷⁵

Burada yazılı iletişimde kaynak konumunda olan '*muharrir*' ile sözlü iletişimde kaynak konumunda olan '*hatip*' arasında kurulan şu ilginç benzetme konuyu daha anlaşılır hale getirmektedir.⁷⁶

Muharrir (Yazar); mücevherini rahat rahat ve uzun uzadıya yonttuktan, perdeladıktan sonra vitrinde teşhir eden bir kuyumcuya, *hatip* ise; yol üstündeki açık dükkanının içinde müşterilerinin ve seyircilerinin gözü önünde, kızgın demirine, örsünün üstünde kıvılcımlar saçarak şekil veren bir demirciye benzer. Yazarın hünere, hatibin enerjisine hayran oluruz.

74 Gökçe, *İletişim Bilimi*, 51.

75 Zılhoğlu, *İletişim Nedir?*, 152.

76 Akverdi, *Hitabet Sanatı Teknik ve Psikolojisi*, 68.

Yazılı iletişimin olumlu ve olumsuz yönlerine işaret ettikten sonra yazılı tebliğ ve davet yapacak kişilerin dikkat etmesi gereken hususları da şöyle sıralayabiliriz:

Dinle ilgili yazılı iletişimde bulunacak yazar, her şeyden evvel yazacağı konuda yeterli olmalıdır. Yazılı mesajlar, sadece yaşanan zamana değil, gelecek zamanlara da intikal edecektir. Ehliyet ve liyakati olmayan kişilerin dinî konularda yazılar yazması, telafisi mümkün olmayan yanlışlıklara ve sorunlara yol açabilmektedir.

Bu durum dikkate alındıktan sonra dinî bir konuda yazılı iletişimde bulunmak isteyen bir kaynağın yapacağı şey, yazının konusunu, hedef kitlesini ve amacını zihninde netleştirmek ve planlamaya buradan başlamaktır. Bu çerçevede kendine şu soruları sormalıdır:

1. *'Niçin yazıyorum? Bu metni yazmaktan maksadım ne?'* Burada, amacın belirlenmesi, yazma ihtiyacının nedeninin farkında olunması sağlanacaktır.
2. *'Bu yazıyı kimler için yazıyorum? Bunu kimler okuyacak?'* Burada, hedef kitlenin tanınması sağlanacaktır.
3. *'Mesajlarım neler olmalı? Muhtevayı nasıl oluşturmaliyim?'* Burada, belirlenen amaca ve hedef kitleye uygun içerik oluşturulması sağlanacaktır.
4. *'Yazı hedef kitle açısından anlaşılır nitelikte mi?'* Burada, mesajların mümkün olduğunca açık ve anlaşılır olmasına özen gösterilecektir.
5. *'Bu yazının oluşumunda nelerden yararlanmalıyım?'* Burada, mesajların dayandığı kaynakların sağlam ve güvenilir olması sağlanacaktır.
6. *'Yazıyla ilgili geri bildirimleri nasıl alabilirim?'* Burada, amaca ulaşıp ulaşılmadığı tespit edilecek ve daha sonraki yazılar için veri toplama amacıyla neler yapılabileceği belirlenmiş olacaktır.

Yazar, hedef kitlesinin karşısında olmadığını ve metin hakkında onlara sözlü bir açıklama yapma imkânı bulunmadığını bilerek onların kolaylıkla anlayabileceği bir dil ve üslup kullanmalıdır. Buna rağmen yazı tamamlandığında, yayınlamadan önce, evvela konunun uzmanları tarafından okunup değerlendirilmesi, sonra da hedef kitle olabilecek bazı kişiler tarafından okunup amaca uygun olarak anlaşılıp anlaşılmadığı, kodların doğru çözümlenip çözümlenmediği ile ilgili geri bildirimlerin alınması çok yararlı olacaktır.

Yazılı dini iletişimde kaynakla ilgili önemli problemlerden birisi yazılı mesajların daha çok kitleye ulaşmasından dolayı zaman zaman hedef kitlesinin dışında çevrelerin de değerlendirmeleri ile karşı karşıya kalacağını düşünerek

amacından uzaklaşabilmesidir. Bundan dolayı kaynak, hedef kitlesine ve amacına kilitlenmeli ve mesajlarını bu çerçevede düzenlemelidir. Yazıyı oluştururken de sık sık hedef kitlesi ile empati kurmalı, kendisinin ne istediğinden daha çok onların ne beklediğini, kendisinin ne anlatmak istediğinden çok onların ne anlayacağını, kendisinin ne hissettiğinden daha çok onların ne hissedeceğini hesaba katmalıdır.

2.4. Tebliğ ve Davette 'Alıcı'

"Ne kadar bilersen bil, anlatabileceklerin karşındakinin anlayabileceği kaddardır."

Tebliğ ve davette iletişimin en önemli unsurlarından biri, hatta sebebi alıcıdır. Tebliğ ve davette muhatap; çocuk, genç, yetişkin, yaşlı, erkek-kadın, zengin-fakir, amir-memur, inanan-inanmayan her kesimden ve her düzeyden bütün insanlardır. Muhatap kitlesi bu kadar karmaşık ve birbirinden farklı başka bir faaliyet azdır.

Tebliğ ve davette aktif olan kaynak olsa da bu durum alıcını pasif olduğunu göstermez. Etkin bir iletişim için 'kaynak' kadar, alıcının da sorumlulukları vardır.

Alıcının dini iletişimde en önemli sorumluluğu, gönderilen mesajı, gönderildiği gibi ve gönderiliş amacına uygun olarak algılayıp, sonra da mesaja geri bildirim vermektir. *"Bir güzel söz söyleme sanatı varsa, bir de güzel dinleme ve anlama sanatı vardır."* Yani iletişim sürecinde etkili ve güzel konuşma teknikleri kadar, etkili dinleme tekniklerinin de bilinmesine ihtiyaç vardır.

Dinleme, iletişim sürecinde çok önemli olmasına ve iletişimi doğrudan etkilemesine rağmen, dinlemenin zorluğundan olsa gerektir ki, insanların çoğu aslında dinlemedikleri halde zaman zaman dinliyormuş gibi görünürler. Bir bilgeye sormuşlar: *"Bir insanın akıllı olduğunu nereden anlarsınız?"* *"Konuşmasından"* demiş. *"Ya hiç konuşmaz da hep dinlerse?"* diye sorunca da: *"O kadar akıllı insan yoktur ki!"* diye cevap vermiş.

Alıcının dini iletişime istekli olması da önemlidir. Eğer alıcı kaynağın gönderdiği mesaja karşı kayıtsız ise iletişim gerçekleşmeyecektir. Bu nedenle alıcının öncelikle dini iletişime motive edilmesi, mesajı almaya hazır hale getirilmesi gerekir.

Dini iletişimde alıcının mesajlara karşı 'seçici olmaması' da diğer önemli bir sorumluluğudur. Dini mesajları objektif ve önyargısız almayan kişilerle iletişimde yol almak kolay değildir.

Dini iletişimde alıcı kadar kaynağın da iyi bir dinleyici olması gerekir. Tebliğ ve davet vazifesi içerisinde *dini danışmanlık ve rehberlik, manevi destek* gibi

çok boyutlu alanlar da bulunmaktadır. Bu nedenle muhatabı dinlemeden, anlamadan sorunu, beklentiyi ve ihtiyacı tespit etmeden ona rehberlik etmek mümkün olmaz.

2.5. Tebliğ ve Davette ‘Geribildirim’

Geri bildirim, iletişim sürecinde tarafların kendilerini ve birbirlerini biçimlendirmede kullanabilecekleri önemli bir araç olduğuna göre süreç içerisinde her vesileyle kullanılmalı ve değerlendirilmelidir.

Tebliğ ve davet sürecinde geribildirim şu amaçlarla ve şu aşamalarda kullanılabilir:

1) *Hedef kitlenin ihtiyaçlarını ve belli bir konu için hazır bulunuşluk durumlarını tespit etmek.*

Hedef kitle, hangi konularda bilgilendirilmeli? Hangi konularda motive edilmeli? Hangi tutum ve davranışları kazanmalı? Bu ve benzeri soruların cevaplandırılması ve bir durum tespiti yapılabilmesi için önce hedef kitleye ilişkin sağlıklı gözlemler ve görüşmeler yapılmalı, geri bildirimler alınmalıdır. Bu aşamada alınan geri bildirimler, dinî iletişim sürecinin hazırlık ve planlanmasını yönlendirecektir.

2) *Sürecin işleyişini izlemek ve etkililik derecesini ve eksiklikleri görmek.*

Süreç planlanan biçimde işliyor mu? Hedef kitle, amaçlanan doğrultuda sürece katılıyor mu? Beklenen tepkileri gösteriyor mu? Davranışlarında istenen yönde biçimlenme oluyor mu? Bu sorulara anlamlı cevaplar verilebilmesi kaynağın iletişim becerisine bağlıdır. Kaynak, iletişim devam ederken hedef kitle ile sürekli göz teması kurmalı, ortamı iyi gözlemlemelidir. Eğer her şey planlandığı gibi gidiyorsa, geri bildirimler olumlu ise; mesaj alınmıştır, algılanmıştır, doğru bir biçimde yorumlanmıştır ve dinleyiciler gelecek yeni mesajlara hazırdır anlamlarına gelir. Ama olumsuz geri bildirimler varsa sorunun neyle alakalı olduğu belirlenmeli ve çözümü yoluna gidilmelidir. Bu safhada alınan geri bildirimler, sürecin denetlenmesini ve anında gerekli tedbirlerin alınmasını sağlayacaktır.

3) *Amaçlara ulaşıp ulaşılmadığını ya da hangi düzeyde ulaşıldığını belirlemek.*

Hedef kitle belirlenen davranışları kazandı mı? Ne ölçüde kazandı? İstenen düzeyde kazanmadı ise, sorun nereden kaynaklanmaktadır? Bunların çözümüne yönelik neler yapılabilir? Bu gibi sorulara yönelik alınan geri bildirimler, sürecin değerlendirilmesini sağlayacak ve sonraki etkinlikler için yol gösterici olacaktır.

Geri bildirim yukarıda da işaret edildiği gibi dini iletişime başlamadan önce (planlama), iletişim esnasında (denetleme) ve iletişimin sonunda (değerlendirme) olmak üzere sürecin farklı aşamalarında yapılabilir.

Geri bildirim, sadece alıcılardan kaynağa doğru değil, aynı zamanda kaynaktan alıcıya doğru da olabilir. Dinî iletişimde kaynak, hedef kitlesine yapıcı geri bildirimler vermeye özen göstermelidir. Geri bildirim, muhatabın kişiliğine saygı gösterildiğinde, muhatabı daha iyiye daha güzele ve doğruya yönlendirme amacıyla kullanıldığında yararlı ve yapıcıdır. Alay etme, hakaret etme, küçük düşürme, kızma, bağırıp çağırma, kırma, incitme vb. olumsuz tavırların yapıcı geri bildirimle ilgisi yoktur.

Tebliğ ve davette asıl gaye, yanlış tutum ve davranışları ortaya çıkarmak değil, doğru tutum ve davranışların ne olduğunun gösterilmesidir. Bir başka ifadeyle muhatapla baştan hasımlaşmak değil, ortak noktalardan hareketle iletişim koridoru açmaktır. Bunun için de evvela muhatabın olumlu davranışlarını öne çıkarmak, eksiklerini, hata ve yanlışlarını sonraya tehir etmek uygun olacaktır.

3. TEBLİĞ VE DAVETTE 'İLETİŞİM ENGELLERİ'

"Ne söylediğiniz önemlidir. Nasıl söylediğiniz daha önemlidir. Ama en önemlisi, karşınızdakinin, söylediğinizden ne anladığıdır."

İletişimde; düşündüğümüz, söylemek istediğimiz ya da söylediğimizi sandığımız ile, gerçekte söylediğimiz; muhatabımızın da duymak istediği ile duyduğu, anlamak istediği ya da anladığını sandığı ile, anladığı arasında farklılıklar bulunabilmektedir.

İşte bu farklılıkların oluşmasında rol oynayan, bir başka deyişle mesajın verilmesini ve alınmasını olumsuz yönde etkileyen ya da tam ve etkin iletişimin gerçekleşmesini perdeleyen bütün faktörlere *iletişim engeli* denir.

Kişiler arası iletişim engelleri, genel çerçevede psikolojik, semantik ve statü engelleri olmak üzere gruplandırılabilir.

Psikolojik engeller; kaynak ile alıcının görüş çerçeveleri, duygu ve heyecanları, yargı ve saplantılarıyla ilgilidir.

Semantik engeller; konuşma dilindeki karışıklık ya da inceliklerin sebep olduğu fark ve anlaşmazlıklarla ilgilidir.

Statü engelleri ise; kaynak ve alıcının sosyal ve formel statüleri, akademik ve mesleki gelişme farklılıklarıyla ilgilidir.

Bunları biraz daha açarak söylemek gerekirse iletişim engellerini şöyle sıralayabiliriz: Algılama farklılıkları, dildeki farklılıklar, kültürel farklılıklar, statü farklılığı, gürültü, duygusal reaksiyonlar, sözlü ve sözsüz iletişim arasındaki uyumsuzluk, güvensizlik, ağdalı ifadeler, duygu dünyasını ayarlayamamak, yetersiz geri bildirim, eksik pekiştirme, karmaşık ve aşırı teknik bir dil, sözleri davranışlarla desteklememek, yüz yüze iletişim kurma imkânı bulamamak, iletişimde farklı ve yetersiz kanal kullanmak.

Tebliğ ve davet sürecinde etkin iletişimi engelleyen faktörleri; kaynak, alıcı ve ortam engelleri etrafında incelemek uygun olacaktır:

Kaynak ve alıcının her biri ile ilgili iletişim engellerine geçmeden önce, iletişim sürecinde her ikisinin karşılıklı etkisiyle ortaya çıkan iletişim engellerine dikkat çekmekte yarar vardır. Çünkü diğer iletişim engellerinin çoğu bu engellerle ilişkilidir.

Kaynak ve alıcı arasında *kişisel farklılıklar ve ortak yaşantı alanlarının azlığı*, kaynak ve alıcının *iletişime girme amaçlarını tam olarak algılayamamaları*, birbirlerine *güvenmemeleri*, aralarında *karşılıklı sevgi ve saygı olmaması*, *fizyolojik veya psikolojik problemleri olması*, *alışkanlıklar ve kanıksama* dini iletişim sürecinde önemli engellerdir.

Bu ön bilgidен sonra, iletişimde alıcı, kaynak ve ortamla ilgili iletişim engellerini ayrı ayrı ele alabiliriz:

3.1. 'Kaynak' ile İlgili İletişim Engelleri

Tebliğ ve davette kaynağa ilişkin iletişim engelleri; *Bilgi yetersizliği, ilgi yetersizliği, liyakat ve temsil yetersizliğidir.*

Daha açık bir ifadeyle bunları şu başlıklar altında sıralayabiliriz:

1. *Olumsuz kişilik özellikleri*
2. *Hedef kitleyi iyi tanımamak*
3. *Yeterli bilgiye ve beceriye sahip olmamak*

Tebliğ ve davette içerik kadar, onun kim tarafından söylendiği de önemlidir. İnsanlar kendilerine ne söylendiği kadar, kimin söylediğine de dikkat ederler. Tebliğ ve davette maddi, dünyevi menfaatleri öne çıkaran, söyledikleriyle yaptıkları birbirine uymayan, ülfet etmeyen ve kendisiyle ülfet edilmeyen, itici, sert, kaba ve kırıcı, sorunları çözmek yerine sürekli güçlük çıkaran, saygın ve güvenilir bulunmayan, dinleyicilerin kişiliklerine ve haklarına saygı göstermeyen bir kaynak, hedef kitlesinde istenen yönde bir değişme ve gelişme sağlayamaz.

Kaynağın kişiliği ile ilgili olarak karşılaşılan bir diğer engel de utangaç, çekingen, mahcup, içine kapanık ve aşırı heyecanlı olmasıdır. Bazen bu durum fobi derecesine varabilmektedir.

İletişimde beden dili mesajlarının konuşma dilinden çok daha etkili olduğu hatırlanır ve kişilik özelliklerinin de bir bakıma güçlü beden dili mesajları anlamına geldiği düşünülürse tebliğ ve davette kişiliğin ne kadar önemli olduğu kendiliğinden anlaşılmış olur.

Tebliğ ve davette kaynağın, iletişim ahlâkına ilişkin en önemli sorumluluklarından biri, sunum yapacağı konuda mümkün olduğunca en üst düzeyde bilgi sahibi olmasıdır. Sağlam bilgiler yanında söz söyleme, zengin kelime hazinesi, uyumlu söz dizimi ve dinî terminolojiyi muhatapların anlayacağı biçimde kullanma becerisine de sahip olmaları gerekir.

Kaynak, hedefle paylaşmak istediği düşünce, bilgi, haber, duygu ya da tutumu hedefin anlayacağı bir biçimde iletmezse bu bir iletişim engeli oluşturur. Örnek ve açıklamalara yer vermeden sunumu yalnızca sözlü sözcüklere bağlamak (*verbalizm*), bir iletişim engelidir. Sürekli olarak sözcüklerle anlatılan bir konu bir süre sonra dinleyenlerin dikkatinin kaybolmasına yol açar.⁷⁷

Alıcının bilgi düzeyinin, anlama kapasitesinin, algı hızının, ilgi ve ihtiyaçlarının dikkate alınmaması, alışılmamış ifadelerin, uygun düşmeyen misallerin ve kıyasların kullanılması, anlaşılması kolay olmayan *Jargon*, eski deyim, terkip vs.nin kullanılması, sözcüklerin yerinde kullanılmaması, diksiyon hataları, sesin rengi ve müziği, dil bilgisi, hitabet, beden dili ve araç-gereç gibi konulardaki yetersizlikler de sunuma ilişkin iletişim engeli oluşturmaktadır.

Etkili iletişim, kaynağın gönderdiği mesajın, niteliği bozulmadan alıcıya ulaşması ve kaynakla alıcı için aynı anlamı taşımasıyla gerçekleşir. Konfüçyüs'e izafe edilen şu söz mesajın kodlanmasında ve algılanmasında anlam birliğinin önemini ortaya koymaktadır: "*Bana dünyanın yönetimini bir günlüğüne verselerdi, ilk yapacağım iş kelimelerin anlamlarını sabitleştirmek olurdu; çünkü her çatışmanın arkasında kelimelere verilen farklı anlamlar yatmaktadır.*"

3.2. 'Alıcı' ile İlgili İletişim Engelleri

Hız. Peygamber'in şu hadisi, dinî mesaja muhatap olma ve ona verdikleri tepkiler bakımından alıcıların farklılıklarına işaret etmektedir:

"Allah'ın benimle gönderdiği ilim ve hidayet misali, bir araziye düşen yağmur gibidir. Bu yağmur; Bir araziye düşer ki, o arazinin tabiatı güzeldir, suyu kabul eder, bol bitki ve ot yetiştirir. Bir başka araziye de düşer ki bu arazi münbit

⁷⁷ Çilenti, *Eğitim Teknolojisi ve Öğretim*, 145.

değildir, ot bitirmez, ama suyu tutar. Onun tuttuğu su ile Allah, insanları yararlandırır; bu sudan kendileri içerler, hayvanlarını sularlar ve ziraat yaparlar. Diğer bir araziye daha düşer ki bu, ne su tutar ne ot bitirir. Allah'ın dinini anlayıp da Allah'ın benimle gönderdiğinden faydalanan ve bunu bilip başkasına bildiren kimseye karşı, başını kaldırmayan ve Allah'ın benimle gönderdiği hidayetini kabul etmeyen kimse böyledir.”⁷⁸

Bu hadisten de anlaşılacağı gibi, dinî iletişim sürecinde kaynak bütün olumlu niteliklere sahip olsa da her zaman beklediği sonucu alamayabilir. Hz. Peygamber'in tebliğinde de muhatapların hepsinde beklenen yönde değişme ve gelişme olmamıştır. Hz. Peygamber, bu konuda birtakım sıkıntılar yaşamış, tebliğine kayıtsız kalanlar için çok üzülmüş, hatta bu tutumundan dolayı Kur'an-ı Kerim'de bir yandan uyarılmış öte yandan da teselli edilmiştir.⁷⁹

Bir Arap bilgesine ait olduğu söylenen şu söz de öğreten-öğrenen bağlamında insanların farklı farklı olduklarını ortaya koymaktadır: “Dört çeşit insan vardır: Bilir, bildiğini de bilir: O, âlimdir, ona tabi olun. Bilir, fakat bildiğini bilmez: O, uykudadır, onu uyandırın. Bilmez, bilmediğini de bilmez: O, ahmaktır, ondan uzak durun. Bilmez ama bilmediğini bilir: O, öğrenmeye muhtaçtır, ona öğretin.”

Bu özdeyişte de ifade edildiği gibi, iletişimde en zor muhatap, bilmeyen değil, bilmediği halde bunun farkında olmayan, bilmediğini kabul etmeyen bir başka deyişle bildiğini sanan ve bunda ısrarcı olan kişilerdir.

Dinî iletişimde alıcıdan kaynaklanan pek çok engel olabilir. Alıcıya bağlı olarak karşımıza çıkan dinî iletişim engellerini şöyle sıralamak mümkündür:

- Bilgi eksikliği, dinleme ve algılama yetersizliği
- Yorgunluk, uykusuzluk, zihin dağınıklığı gibi nedenlerle oluşan dikkat kopması
- Konuşmacı ile aynı zihinsel süreci takip edememekten doğan dikkat teklemesi
- Konuşmanın, özel alanlarına denk düşen noktaları üzerinde yoğunlaşarak konuşmanın akışını, bütünlüğünü kaybetme
- Aslında dinlemediği halde dinliyormuş görünmeye çalışma, görülmüşte dinleme
- Konuşmacıya takılıp, konuşmanın muhtevası ile ilgilenmeme

78 Buhârî, “İlim”, 20; Müslim, “Fedâil”, 15.

79 Tâhâ 20/1-3; Şuarâ 26/1-6.

- Uyarıcıların bir kısmına ağırlık verip, bir kısmını önemsememek suretiyle birçok önemli mesajı kaçırmak, *algıda seçicilik*.

- Konuşmacının kendilerine havale ettiği *örtülü anlamları doğru yorumlamama*.

- Önyargılardan kaynaklanan *saplantılı dinleme*.

Bütün bunların ötesinde bir gerçek daha var ki, iletişime muhatap olan her bireyin kendine has bir düşünce dünyası vardır. Bundan dolayı da mesajı herkes kendine göre dinler, algılar ve yorumlar.

Düşüncelerimiz, duygularımızı ve davranışlarımızı yönlendirir. Düşüncelerimiz iki ana gruba ayrılabilir: Birinci gruptaki düşüncelerimiz gerçekçi ve akılcıdır. İkinci gruptakiler ise gerçekçi ve akılcı değildir, değişmeye dirençlidir. İletişim kurmada engel teşkil eden ve kurulduğunda da kopukluk ve anlaşmazlıklara neden olan, ikinci grubu oluşturan '*kalıplaşmış düşüncelerdir*'. Kalıplaşmış düşüncelerden bazıları şunlardır:

- Bir durum veya hususiyetin, her yerde herkes için aynı ve değişmez olduğunu kabul etmek şeklinde ortaya çıkan '*aşırı genelleme*'.

- 'Ya siyah ya beyaz' 'ya hep ya hiç' yaklaşımıyla hareket edip, gri tonlara yer vermeden uç noktalarda olma, olayları ve kişileri uçlara taşıma biçiminde tezahür eden '*kutuplaştırma*'.

- Kendisiyle ilgisi olmadığı halde, kişinin meseleleri hep kendisiyle ilişkilendirmesi, alınganlık göstermesi ve kendini sorumlu tutarak üzerine alınması biçiminde gerçekleşen '*kişiselleştirme*'.

- 'Meli-malı' şeklindeki birtakım kuralların asla değişmeyeceğini düşünmeyi ifade eden '*mutlakçılık*'.

- Değişime direnme veya aşırı uyumlu olma biçiminde ortaya çıkan '*keşkecilik*'.

- Bir bütün içindeki bir eksikliği bütüne yansıtma biçiminde sonuçlanan '*toptancılık*'.⁸⁰

Kalıplaşmış düşünceler, 'önyargılı' ve 'sabit fikirli' tutumlara götürür. Bunlar da dinî iletişimde mesajı almayı ve algılamayı zorlaştıran engellerin başında gelir. Kur'an-ı Kerim, dinî mesajları iletişim amacına uygun olarak almayı ve algılamayı engelleyen ya da en azından sınırlandıran faktörler içerisinde; 'gelenekler', 'atalar dini', 'taklit', 'zan', 'taassup' ve 'hevâ' üzerinde de ısrarla durmaktadır.⁸¹

80 Dökmen, *İletişim Çatışmaları ve Empati*, 85-97.

81 Necm 53/23, 28; En'âm 6/119; Câsiye 45/24; Zuhuruf 43/23; Bakara 2/170.

Tebliğ ve davette alıcıyla ilgili iletişim engelleri genellikle tercih hatasından, yani insanın *günübirlük menfaatleri, ebedi olana tercih etmesinden*, bu da hevâsından kaynaklanmaktadır. Kur'an-ı Kerim, kendi menfaatini her şeyin üstünde gören, tutku ve ihtiraslarının peşine düşenlerin doğru anlama ve algılama yetisini kaybedeceklerine ve hakikati göremeyeceklerine dikkat çekmektedir.⁸²

Burada 'gelenek' ile kastedilen elbette dinin onayladığı, ya da dinden neş'et edip asırların birikimi olan toplumsal yapı taşları değil; dine rağmen toplumda yerleşmiş, din gibi algılanmış hatta dinî değerleri ve ölçüleri bir şekilde aşmış olan, filtre edilmemiş anlayışlar, yaklaşımlar, tutum ve davranışlardır. Bu tür geleneklere, hurafelere, bid'atlara bulaşmış, sağlam bilgi temeline dayanmayan anlayışlar geçmişte olduğu gibi günümüzde de önemli dinî iletişim engelleridir.

3.3. 'Ortam' ile İlgili İletişim Engelleri

İletişim ortamıyla ilgili engelleri; Fiziksel-teknolojik engeller ve sosyo-psikolojik engeller şeklinde ikiye ayırmak mümkündür.

Fiziksel-teknolojik engeller; Aşırı sıcak veya soğuk hava, yüksek nem, kötü ışık düzeni, koltuk veya sandalyelerin uygun ölçülerde ve rahatlıkta olmaması, gürültülü çevre, mikrofondaki bir arıza, gözü rahatsız eden renk ve desenlerden oluşan çevre, sürekli giriş-çıkışlar, dikkat dağıtacak görsel nesneler gibi çevresel faktörlerden kaynaklanır

Sosyo-psikolojik engeller ise; İletişim sürecine katılan tarafların dargınlık ve anlaşmazlıklarından, mesajları yanlış yorumlamalarından, inanç, önyargı veya görüş farklılıklarından kaynaklanır. Sosyo-psikolojik engeller, insanın daha çok içsel yaşantılarıyla ilgili olduğu için son derece karmaşık ve ortadan kaldırılması fiziksel-teknolojik engellere göre daha zordur.

Bu açıklamalardan da anlaşılacağı gibi alıcı ve çevresel faktörleri organize eden kişilerin önemli sorumlulukları olsa da dini iletişim engellerinde asıl sorumluluk 'kaynak'la ilgilidir. Bu nedenle kaynak, kendisiyle ilgili engellerin farkında olup bunları ortadan kaldırmaya çalışacağı gibi, hedef kitleyle ilgili engelleri de en aza indirmenin yollarını aramalı, kısaca iletişim ortamını ve sürecinin lideri olmalıdır.

4. TEBLİĞ VE DAVETTE 'İLETİŞİM İLKELERİ'

Tebliğ ve davette iletişim süreci çeşitli boyutlarıyla incelendi. Bu bölümde ise yukarıdaki bilgiler ışığında tebliğ ve davette etkili bir iletişim için gerekli olan temel ilkeler üzerinde durulacaktır. Bunları şöyle sıralayabiliriz:

82 Rûm 30/29; Kasas, 28/50; Muhammed 47/14,16.

4.1. Niyet, Tutum ve Davranışlar Samimi Olmalıdır

Hız. Peygamber, amellerin niyetlere göre değer kazanacağını; herkesin niyeti ne ise eline geçecek olanın da o olacağını bildirmiştir.⁸³ Allah katında makbul olan işler, onun rızası esas alınarak yapılanlardır. Allah rızası gözetilmeden yapılan işlerin insan için bir hayrı olmayacağı, bizzat Kur'an'ın beyanıdır.⁸⁴

Tebliğ ve davette niyetimiz, insanlara faydalı olmak suretiyle Allah'ın rızasını kazanmaktır. Bu vazifeyi yerine getirmeye çalışanlar, giriştiği her teşebbüste, yaptığı her işte, bütün çaba ve gayretlerinde 'ibadet' niyeti ve bilinci taşımalıdır.

Niyette başlayan bu samimiyet, tebliğ ve davetin bütün aşamalarına yansımalıdır. Bu vazifeyi samimiyetle yapan kişiler büyük bir iç huzuru yaşar, insanların teveccühüne saygı ve sevgisine mazhar olur ama aynı zamanda da ağır meşakkatler yaşayabilir.

İnsanların göstereceği teveccühler karşısında gurura kapılmadan istikamet üzere yola devam edebilmek, ya da meşakkatler karşısında sabır, sebat ve tahammül gösterebilmek ancak niyette, tutum ve davranışlarda samimi olmakla mümkündür.

Tebliğ ve davet görevi yapanlar, *akl-ı selim*, *zevk-i selim* ve *kalb-i selim* sahibi olmalıdır.⁸⁵ Bunun için de görünen ve görünmeyen dünyasını ıslah etmeye çalışmalı ve sonuçta sağlam ve örnek bir kişilik sergilemelidir.

4.2. Muhataba Değer Verilmelidir

Eğer kendilerine önemli biri oldukları hissettirilseydi pek çok kişinin hayatı değişebilirdi. Tebliğ ve davette muhatabımız, her şeyden önce insandır. Muhammed İkbal'in ifade ettiği gibi; "*İnsanın makamı semadan yüksektir. Terbiyenin aslı, insana hürmet göstermektir.*"⁸⁶ İnansın- inanmasın, inancı ne olursa olsun her cins, yaş ve seviyeden insan tebliğ ve davetin muhatabıdır.

İnsan; aklı, duyguları, yetenekleri, zaafı, ihtirasları, idealleri, ihtiyaçları ile kompleks bir varlıktır. Bu kompleks yapı içerisinde bedenî, fikrî, duygusal, iradî bütün eğilimleri birbirini etkilemektedir. Bu yüzden muhatabımızı bütün yönleriyle ele almak, yansıttığı kişiliği kabul etmek durumundayız.

Karşımızdaki insanın beğenmediğimiz ve eleştirdiğimiz yönleri olabilir. Bunu ona kabul ettirmenin ve onda değişiklik meydana getirmenin yolu, onun

⁸³ Buhârî, "Bed'ül-Vahy", 1; Müslim, "İmare", 155.

⁸⁴ Bakara 2/264; Mâûn 107/74-6; Hûd 11/15-16 vd.

⁸⁵ Abdurrahman Çetin, *Hitabet ve İrşad, Din Hizmetlerinde İletişim ve Güzel Konuşma*, (Bursa: Emin Yay., 2008), 297.

⁸⁶ Muhammed İkbal, *Câvidnâme*, çev. A. Schimmel, (Ankara: 1989).

olumsuz yönlerini eleştirmek değil, olumlu özelliklerini fark etmek ve bu özellikleri öne çıkararak ona yaklaşmaktır.

Yönetim ve liderlik üzerine çalışmalar yapmış bir araştırmacı şu tespitlerde bulunuyor: “İnsanların yanlışlarını görmek kolaydır. Bunun için yapmanız gereken tek şey, onların yanlış yapmalarını beklemek, sonra da hatalarını yüzlerine vurarak akıllı görünmektir (*suçüstü tepkisi*). Bunda bir şey yoktur, bunu herkes yapabilir. Zor, ama yapılması gereken ise; insanları doğru şeyler yaparken yakalamaktır, yani onların yaptıkları doğruları görmektir (*aferin tepkisi*). Doğruyu yakalamak, yanlış yakalamaktan çok daha zordur. Çünkü sabır ve kişisel kontrol gerektirir. Dolayısıyla, insanların yaptıkları şeyler hakkındaki olumlu duygularınızı paylaşın, iyi işlere devam etmeleri için onları yüreklendirin.”

İletişim sürecinde muhataba ismiyle hitap etmek, ona değer vermektir ve oldukça etkileyicidir. Çalışmaları ilgiyle izlenen bir iletişim uzmanı bu konuda şöyle diyor: “Başkalarının isimlerini daima aklınızda tutunuz. İnsanlara isimleriyle hitap ediniz. *Bir kimsenin ismi kendisi için dünyanın en tatlı ve en önemli sesidir.* Bir kimsenin ismini hatırlayıp onu kolayca söylerseniz ona en büyük iltifatı yapmış olursunuz.”⁸⁷

Olumlu davranış yapan kişiyi açıklamak, takdir etmek, ya da normal durumlarda kişiye ismiyle hitap etmek ne kadar etkileyici ve ona değer vermekle ilgiliyse, olumsuz davranışlarda bulunan kişiyi teşhir etmemek, ismini ya da tanımlanabilecek bir özelliğini insanların huzurunda açıklamamak da yine ona değer vermekle ilgilidir.

Hz. Peygamber’in bütün hayatı boyunca öncelikli eğitim ilkesi ‘*muhataba-bireye görelik*’ olmuştur. İnsanların, insan olma yönüyle birbirlerine benzer pek çok ortak özellikleri olmakla beraber; dış görünüşleri, fizyolojik yapıları, zekâları, tavırları, mizaçları, duyguları ve kişilik özellikleri bakımından sayısız ayrılıkları ve her bir insana mahsus özgün ‘*kendilik*’ gerçeği vardır. “*De ki: Herkes kendi yapısına (şâkile) göre davranmaktadır.*”⁸⁸ Ayette geçen ‘şâkile’; yaratılıştan gelen seciye, tabiat, adet, hulk, cibilliyet, hal ve mizaç olarak açıklanmıştır.⁸⁹

“*Herkese, yaratılışına uygun şeyler kolaylaştırılmıştır.*”⁹⁰ Dinî iletişimde bireysel özelliklerini de dikkate alarak muhataplarımıza anlayacakları dille ve üs-

87 Dale Carnegie, *Dost Kazanma Sanatı*, çev. Z. Meşe, (İstanbul: Hayat Yayınları, 1998), 67, 70, 89.

88 İsra 17/84.

89 Râğıb İsfahânî, *el-Müfredât fi Garibi'l-Kur'ân*, (İstanbul: 1986), 390; Elmalılı M. Hamdi Yazır, *Hak Dini Kur'an Dili*, (İstanbul: Eser Neşriyat, ts.), 3196.

90 Müslim, “Kader”, 9.

lupla hitap etmek, ihtiyaç ve beklentilerine uygun mesajlar vermek, statülerine uygun davranmak son derece önemlidir.

Hedef kitle ile ortak noktaların öne çıkartılması, ülfet ve ünsiyet yollarının aranması da yine muhatabı önemsemenin ona değer vermenin bir göstergesidir. Ayrılıkları, farklılıkları, zıtlıkları öne çıkararak dinî iletişimde yol almak mümkün değildir. Çünkü bu durumda muhatap, alıcı konumundan çıkıp savunmaya geçecek ve bir süre sonra iletişime kapanarak mesajlarımızı reddedecektir.

4.3. Motifler Yerinde ve Yeterince Kullanılmalıdır

Tebliğ ve davet, insanların dinî duygu, düşünce ve davranışlarında belli değişme ve gelişmeler sağlamaya yarayan planlı bir etkinliktir. Mesajların etkili olması için daima insan fitratını göz önünde bulundurmak gerekir. İnsan fitratı, iyiye yönelmek ve kötünden uzaklaşmak için motivasyon ister.

Amaçlanan davranışların benimsenmesi, içten gelerek yapılması ve kalıcı olması için hangi motiflerin kime, ne zaman, nerede ve nasıl kullanılacağına iyi bilinmesi gerekir. Aksi takdirde davranışın yapılmasını sağlayan motif ortadan kalktığında davranış da ortadan kalkacaktır.

Dinî iletişimde 'sevgi' motifi etkin olmalıdır. Sevmeye ve sevilmenin iletişimde doğrudan motive edici bir etkisi vardır. İletişim kaynağının sevilen bir kimse olması başlı başına önemli bir etkidir.

Yerinde ve ayarında kullanıldığında 'sevgi' yanında 'korku' da dinî iletişimde etkili bir motiftir. Korku, bir kişiyi bir şeye inandırmaya çalışmanın en doğal yollarından biri olmuştur.

Araştırmalar çoğu koşullar altında korku uyandırmanın iletişimin etkililiğini arttırdığını göstermektedir. Fakat çok fazla korkunun iletişim kopukluğuna yol açabileceği de unutulmamalıdır. Birini çok fazla korkutmak onu bir şey yapamayacak şekilde şaşkınlatabileceği gibi tehlikeyi görmezden gelip kaynağı reddetmesine de neden olabilir. Böylesi durumlar dışında 'korku uyandırıcı iletişim' tutum değiştirmede 'hiç korku uyandırmayan' iletişimlerden daha etkilidir.⁹¹

Burada şunu belirtmek gerekir ki, dinî iletişimde korku motiflerinin kullanılmasında muhatabın durumu çok önemlidir. Henüz mükellefiyet çağına erişmemiş, dinen sorumlu olmayan, *Yalan nedir? Ceza nedir? Suç ve günah nedir? Niçin bunların karşılığında bir ceza verilmesi gerekir? Bu cezaları kim verir? Nasıl verilir?* vb. soruları ve bunların cevaplarını ve suç ve ceza ilişkisini kavrama olgunluğuna gelmemiş bir çocukla iletişimde korku uyandırıcı motiflere yer veril-

91 Freedman vd., *Sosyal Psikoloji*, 368; Gürüz - Eğinli, *İletişim Becerileri*, 125.

memelidir.⁹² Çünkü çocukluk, korkuların ve kaygıların yoğun olduğu bir dönemdir. Bu nedenle çocuklukta 'sevgi merkezli iletişim' esas olmalıdır. Sevgi merkezli iletişimde sabır, hoşgörü, güven, paylaşma ve rehberlik edici denetim önemlidir. Sevgi merkezli iletişim, denge esasına dayanır. Dolayısıyla denetimden uzak aşırı serbest tutumlar kadar, aşırı müdahaleci, baskıcı, korku ve kaygı verici ya da aşırı korumacı tutumlardan da kaçınılmalıdır.

'Ergenlik' döneminden itibaren, zihinsel ve duygusal gelişimde alınan mesafeye bağlı olarak uygun dozlarda korku uyandıracak ve bireye sorumluluğunu hatırlatacak motiflerden yararlanılabilir.

Yetişkinlik dönemindekiler için, ölçülü olmak kaydıyla korkuya yer verilmesi, bilhassa günahlardan kaçındırma hususunda uyarıcı olurken; yaşlılık dönemindekiler için Allah'ın rahmet ve mağfiretine ağırlık verilmesi daha huzur verici bir yaklaşım olacaktır.

Bu ayrıntılar önemli olmakla birlikte insanların genellikle 'umut' ve 'korku' arasında dengeli bir yaklaşımdan etkilendiği bilinmektedir. İnsan, umut ettiği şeyleri sever, korkularından ise uzaklaşmak ister.

İslam'ın, kendi doğrularını insanlara anlatmak için, muhatabın vicdanını uyarıcı, bilinç alanını genişletici, duygu ve güdülerini harekete geçirici yollara, otoritenin gücüne dayalı yöntemlerden daha fazla başvurduğu görülmektedir. Nitekim Allah, insanlara yalnızca buyurmaz; yerine göre bilgi verir, hakikati tanıtır ve insan zihnini aydınlatır; söz verir, vaatlerde bulunur; uyarır ve korkutur, müjdeliler ve teşvik eder; kişinin vicdanına seslenir, minnettarlık ve ahlak duygusunu uyarır; sevgi ve rahmetini gösterir, uyarılarda bulunur; kişinin kendisi hakkında olumlu ve olumsuz duygular uyandırarak motive eder.⁹³

Kur'an ve Sünnet çerçevesinde meseleye yaklaştığımızda umut-korku, teşbir-inzar, terğib-terhib, vaad-vaîd gibi zıt motiflerin her ikisinin de ama yerinde ve yeterince bir denge içerisinde muhataba ve şartlara göre kullanıldığını görmekteyiz.

Allah'ın güzel isimleri (*Esmâü'l-Hüsna*) olarak bilinen doksan dokuz ismi içinde hem cemâli hem de celâli temsil eden isimler vardır. Ancak gafûr, kerîm, muîd, vehhâb, vedûd, raûf, halîm, selâm, rahmân, rahîm gibi cemâli temsil edenlerin oranı, kakhâr, cebbâr, muntakim gibi celâli temsil edenlerden çok fazladır.

92 Halis Ayhan, *Din Eğitimi ve Öğretimi*, (Ankara: 1985), 112.

93 Hayati Hökelekli, "Günümüz İletişim teknikleri ve Dinî İletişim" *Diyanet İlmî Dergi* 42/1, (Ankara: 2006), 47.

Nitekim Allah'ın rahmetinin her şeyi kuşattığı, rahmetinin gazabını geçtiği, kendi yüce zatına rahmeti yazmış olduğu da Kur'an'ın beyanıdır.⁹⁴

Keza Hz. Peygamber, insanların başlarına gelecek haberleri onlara ulaştırırken, yerine göre 'beşîr' yerine göre 'nezîr' konumundadır⁹⁵ ve her iki yönüyle de insanları doğru ve güzele çağırma, yanlış ve kötünden uzaklaştırma gayretindedir. Ancak onun Kur'an'da; '*âlemlere rahmet*' olarak gönderildiği⁹⁶, sadece Allah'a mahsus olan *raûf* ve *rahîm* sıfatlarıyla tavsif edildiği⁹⁷ de dikkatlerden kaçmamalıdır.

Demek oluyor ki tebliğ ve davette aslolan, olumlu motiflere ağırlık vermektir. Bununla birlikte muhataba, konuya, ortama ve şartlara göre, eğer korku motifleri kullanılacaksa o zaman bu vazifeyi yapan kişinin sunuş tarzında, öfke ve kızgınlıktan eser olmamalı, tam aksine sevdiği birisini bir yanlışla, kötü bir akıbeta düşmekten alıkoyma ya da uzaklaştırma niyetini ve samimiyetini yansıtan şefkat ve merhamet duyguları sunuma hâkim olmalıdır.

Kur'an-ı Kerim'de, dinin hükümlerinin muhataplara sunulmasında motiflerin dengeli bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Muhataplar, bir yandan hoşlarına gidecek çeşitli dünyevi ve uhrevi ödüllere müjdelenerek güzel davranışlara, faziletin yaygınlaşmasına teşvik edilirken, diğer yandan yanlışta ısrar edenler için, onları böyle davranmaya sevk eden sebepler üzerinde durularak, bunların terk edilmesi için sakındırılmakta ve çeşitli inzar ve ikna yolları denenmektedir.

Burada davet yollarını genel çerçevede sunan şu ayete dikkat çekmek istiyoruz: "*Rabbinin yoluna hikmetle ve mev'ıza-i hasene ile çağır ve onlarla en güzel, en inandırıcı yöntemlerle mücadele et.*"⁹⁸

Bu ayette davet usulleri olarak; '*hikmet*', '*mev'ıza-i hasene*' ve '*mücadele*' gibi üç yoldan söz edilmektedir.

'*Hikmet*', kullanıldığı yere göre farklı anlamlar ihtiva eden zengin bir kavramdır. Yukarıdaki ayette ise '*hikmet*'in bizzat '*Kur'an*' olduğunu ifade edenler olduğu gibi⁹⁹, 'gerçeği açıklayan, şüpheyi gideren sahih ve sağlam sözler, yakîni bir inanç oluşturmak için sarf edilen kesin deliller, bilgi ve belgeler' olduğunu

94 En'âm 6/12, 54; A'raf 7/156.

95 Ahzab 33/45-47; Fetih 48/8.

96 Enbiya 21/107.

97 Tevbe 9/128.

98 Nahl 16/125.

99 Taberî, *Câmiu'l-Beyân an Te'vîl-i Âyi'l-Kur'ân*, (Beyrut: 1988), 14/194.

söyleyenler de olmuş ve ayette geçen 'hikmetle davet'in; *bilgili ve kültürlü kişileri ve hakikate talip fikir adamlarını kapsadığı* belirtilmiştir.¹⁰⁰

Tebliğ ve davette 'hikmet'i; *muhabatın seviyesine ve anlayış düzeyine uygun, akli ve vicdanı harekete geçiren, ikna ve tatmin edici, ölçülü ve dengeli bilimsel bir yaklaşım ve söylem* olarak anlamak mümkündür ki bu durumda hikmetle davet, sağlam bilgi ve belge, yeterli beceri, samimi uygulama ve objektif değerlendirme gerektiren üst düzey bir davet yoludur denilebilir.

Ayette geçen '*mev'iza-i hasene*' için de: 'Allah'ın varlığını ortaya koyan ve Kur'an'da zikredilen güzel öğütler ve ibarelerdir' denilmiştir.¹⁰¹ Kur'an'da geçen tezekkür, tefekkür, tedebbür, tebşîr, inzâr, nasihat, ayet, ibret, temsil gibi kavramlar da öğüt almanın vasıtalarıdır. Bütün peygamberler, insanları dine davet ederken öğüt yolunu kullanmışlardır.¹⁰² '*Mev'iza-i hasene*'den maksadın, kalbi yumuşatacak söz¹⁰³, açık ve ikna edici, ibret verici konuşmalar olduğunu söyleyenler de olmuş ve bu davet yolunun *daha çok halk tabakasına etkili olacağı* belirtilmiştir.¹⁰⁴

Kur'an-ı Kerim, öğütün herkese tesir etmeyeceğini bildirmekte, öğretün tesir edeceği kişileri de açıklamaktadır: Buna göre öğüt; Allah'a inanıp ona gereği gibi saygı duyanlar, onun azabından sakınanlar, yalnız ona kulluk edip yalnız ona yönelenler, kalpleri açık olanlar, uyanık bir zihinle çağrıya kulak verenler içindir.¹⁰⁵ Bunlar o kimselerdir ki, kendilerine öğüt verildiği zaman derin bir hayranlık ve saygıyla secdeye kapanırlar; Rablerinin sınırsız ihtişamını hamd ile yüceltirler ve asla büyüklük taslamazlar. Yataklarından geceleri kalkarak korku ve umut içinde Rablerine dua ederler ve kendilerine verilen rızıklardan hayır için harcarlar.¹⁰⁶

Kur'an-ı Kerim, inkâra şartlanmış kimseler için öğüdün pek faydası olmayacağına dikkat çekmektedir.¹⁰⁷ Buna rağmen öğüt yolunun hep açık tutulmasının nedeni, inkârcıların mazeretlerinin kalmaması, bu görevle yükümlü olanların Allah katında sorumluluklarını yerine getirmiş olmaları ve hakikate dönüş yolunda ihtimali hep göz önünde bulundurma endişesidir.¹⁰⁸

100 Cârullah Zemahşerî, *el-Keşşâf*, (Daru'l-Fikr, ts.), 3/435; Fahrüddin Râzî, *Tefsîru'l-Kebîr*, (Beyrut: 1999), 7/287.

101 Taberî, *Câmiu'l-Beyân*, 24/194.

102 A'râf 7/62, 68, 79, 93.

103 Asım Efendi, *Kâmus Tercemesi*, (İstanbul: 1305), 3/178.

104 Râzî, *Tefsîru'l-Kebîr*, 7/287; S. M. Âlûsî, *Ruhu'l-Meânî*, (Beyrut: 1987), 7/254.

105 Âl-i İmrân 3/128; Nûr 24/34; Hûd 11/120; Bakara 2/232; A'lâ 87/9-10; Kâf 50/45; Zâriyât 51/54-55; Enbiya 21/84; Mü'min 40/13; Kâf 50/37.

106 Secde 32 /15-16.

107 Şuarâ 26/136; Müddessir 74/32; Saffât 37/13.

108 A'râf 7/164.

Yukarıda verilen ayette geçen ‘*cedel*’ ise, bir konu üzerinde hasımları cevap vermekten aciz bırakmak ve onları mağlup etmek amacıyla sağlam deliller sunarak tartışmaktır, denilmiş ve daha ziyade *inançsız ve dine karşı olanlara karşı kullanılacak bir yöntem olduğu* belirtilmiştir.¹⁰⁹

Yaratılış bakımından tartışmacı bir özelliğe sahip olan insanın şüphe ve itirazları, direnme ve saldırıları karşısında dinin hakikatlerini en güzel bir biçimde sunmak, hak ve hakikatleri savunmak, gerçeğin ortaya çıkmasına vesile olmak, muhatabın olumlu yönde etkilenmesini sağlamak amacıyla mücadele edilmesi bütün peygamberlerin ve onların izinden gidenlerin yeri geldikçe kullandıkları bir usul olmuştur. Bununla birlikte Kur’an-ı Kerim’de, sonuç vermeyecek batıl münakaşa ve mücadelelerden kaçınılmasına ve şu tür insanlarla yapılacak tartışmaların fayda vermeyeceğine dikkat çekilmiştir:

Herhangi bir bilgiye, bir doğru yol öğretisine ve ışık saçan bir ilâhî kitaba sahip olmaksızın Allah hakkında, Allah’ın ayetleri ve açık buyrukları üzerinde tartışanlar,¹¹⁰ asılsız iddialarla hakkı hükümsüz kılmaya kalkışan ve O’nun mesajlarıyla alay edenler,¹¹¹ sağlam deliller ve mucizeler karşısında bile zihinsel yeteneklerini kullanamayacak kadar hakkı inkâra şartlanmış olanlar,¹¹² Hakkında hiç bilgisi¹¹³ ve hiçbir delili bulunmayan ve sadece geleneklere dayanarak tartışanlar,¹¹⁴ Hak ortaya çıkmış iken hâlâ şahsî fikrinde direnenler,¹¹⁵ İndirilen vahiy ile doğru-eğri belli olduktan sonra aklın kavrama sınırlarını aşan konularda tartışanlar.¹¹⁶

Mücadele ister bir davet, isterse savunma yöntemi olsun Kur’an, dinî iletişimde bulunacaklara en güzel bir biçimde mücadelenin ilkelerini de göstermektedir.¹¹⁷ Bu ilkeler şöyle sıralanabilir:

Yapılan fikri münakaşalarda mesajın net olarak ortaya konulması ve bunun sağlam delillerle desteklenmesi tartışmada ana prensiptir.¹¹⁸ Kesin delillere rağmen hâlâ hakkı kabul etmemekte direnenlerle tartışmak beyhûdedir.¹¹⁹ Bu nedenle ileri sürülen delili çürütecek daha güçlü bir delil getirirmeden, sırf inatçılıktan, kibirden,

109 Râzî, *Tefsîru’l-Kebîr*, 7/287.

110 Hac 22/3, 8; Lokman 31/20; Mü’min 40/35, 56, 69; En’âm 6/121.

111 Kehf 18/56; Mü’min 40/5.

112 En’âm 6/25.

113 Âl-i İmrân 3/66.

114 A’râf 7/71.

115 Enfâl 8/6.

116 Şûrâ 42/16-18.

117 Ayrıntılı bilgi için bk. Yusuf Şevki Yavuz, *Kur’an-ı Kerim’de Tefekkür ve Tartışma Metodu*, (Bursa: 1983), 118-182.

118 Enbiya 21/24; Âl-i İmrân 3/36; Mü’minûn 23/117; Duhân 44/19.

119 En’âm 6/7, 25, 111; Hicr 15/14-15.

kavgacı bir tutumla hakkı inkâr etmekten kaynaklanan itirazlara karşı tartışmayı sürdürmenin faydası yoktur. Hatta bu noktada tartışmayı kesmek daha uygundur.¹²⁰ Muhatabın niyetinin, gerçeğin ortaya çıkması olmadığı anlaşıldığında mücadele gereksiz olduğu gibi, bu tür insanlarla aynı mecliste bile bulunulmamalıdır.¹²¹ Tartışmalarda dosdoğru ve adil olarak Allah'a sığınmak, ondan yardım dilemek, O'nu hamd ile tesbih etmek, tevekkül, istiğfar gibi manevî desteklerin, bir başka deyişle kulluk bilincinin diri tutulması.¹²²

Kısaca etmek gerekirse; Aklî ve bilimsel delilleri içeren *hikmet*, daha çok zekâ ve öğrenim seviyesi yüksek, bilgili ve kültürlü kişiler için, güzel öğüt ve nasihatleri içeren, kolay anlaşılır, sık tekrarlarla ve somut örneklerle dayalı, kıssa ve hikâyelerle zenginleştirilmiş *mev'ıza*, halk tabakası için, tartışmayı ve müzakereyi içeren *cedel ise*, dine karşı olanlar için etkili olacak dinî iletişim yöntemleridir, denilebilir.

4.4. Yumuşak Olunmalıdır

Yumuşak davranmanın insan fitratına en uygun yol olduğuna ve muhatap kim olursa olsun hepsini etkilediğine şüphe yoktur. Kırmadan, incitmeden, soğutmadan muhataplarına doğru dinî bilgiler ve doğru davranışlar kazandırmak tebliğ ve davetçinin temel görevidir.

Kur'an'da, inançsızlığın, kibirliliğin ve katılığın uç örneklerinden biri olan Firavun'a gönderilen Hz. Musa ve kardeşi Hz. Harun'a da onunla iletişimlerinde yumuşak olmaları öğütlenmektedir: "*İkiniz birlikte doğruca Firavun'a gidin; çünkü o gerçekten her türlü ölçüyü aşmış bulunuyor! Ama onunla yumuşak bir dille konuşun ki, o zaman belki aklını başına toplar yahut korkar, ürperir, biraz çekinir.*"¹²³

Tebliğ ve davette gönül kazanmanın en etkili yollarından biri yumuşak olmaktır. Peygamber efendimiz her işte yumuşak davranılması gerektiğine işaret etmektedir: "*Rıfk (yumuşaklık), bulunduğu işi güzelleştirir, rıfkın kaldırılması ise o şeyi çirkinleştirir.*"¹²⁴ "*Allah refiktir (kullarına lütuf edip kolaylık ihsan eder, güçlerinin üstünde görev yüklemeyiz), bütün işlerde rıfk ile muamele edilmesini se-*

120 Mü'min 40/60; Zührûf 43/58; Âl-i İmrân 3/20; Hac 22/68-69.

121 En'âm 6/68; Nisâ 4/140.

122 Şûrâ 42/15; Neml 28/59; Müzzemmil 73/6-9; Hac 22/67-68.

123 Tâhâ 20/43-44

124 Müslim, "Birr", 78; Ebû Dâvûd, "Cihad", 1.

ver ve sert davranmakla vermediğini (başarıyı ve sevabı) yumuşak davranmakla verir"¹²⁵, "*Yumuşak davranamayan kimse, bütün hayırlardan mahrum kalır*"¹²⁶,

Yukarıdaki ayet ve hadislerden de anlaşılacağı gibi, tebliğ ve davetçi, muhataplarına öncelikle yumuşak davranmalı, rıfk ile muamele etmelidirler. Muhataba karşı kırıcı ve incitici olmak, onu aşağılamak, azarlamak önemli bir dinî iletişim engelidir. Hangi nedenle olursa olsun bu tür yaklaşımlarla dinî iletişimde başarılı olmak mümkün değildir.

4.5. Kolaylık ve Tedricilik Öne Çıkarılmalıdır

Kur'an-ı Kerim, insanın zayıf yaratıldığına dikkat çeker. Bu zayıf yaratılışından dolayı insan zorluğa ve sıkıntıya gelemeyiz, gücünün üstündeki tekliflere direnir. Kur'an bir yandan insanın bu özelliğine vurgu yaparken bir yandan da dini iletişimde bulunanları uyarır:

"Allah yüklerinizi hafifletmek ister; zira insan zayıf yaratılmıştır"¹²⁷
"Allah kimseye gücünün üstünde bir şey teklif etmez."¹²⁸ **"Allah sizin için kolaylık diler, zorluk çekmenizi istemez."**¹²⁹ **"Allah size herhangi bir güçlük çıkarmak istemez."**¹³⁰ **"Dinde zorlama yoktur..."**¹³¹

Bu ayetler, kendi bağlamlarında incelendiğinde, dinin emir ve yasaklarına uyma ve onları yaşama konusunda insan fıtratına uygun yolların gösterildiği, insanın iyiye, doğruya ve güzele ulaşmasına rehberlik edildiği görülmektedir.

H. Peygamber, ashabını insanlara dini öğretmek, bir işte liderlik, önderlik etmek üzere görevlendirdiği zaman, onlardan ilk olarak şu ilkeye uymalarını istemiştir: *"Kolaylaştırın, zorlaştırmayın! Müjdeleyin, nefret ettirmeyin!"*¹³²

H. Peygamber, dini yaşama konusunda da: *"Şüphesiz din kolaylıktır. Kim bu dini güçleştirirse, din onu mağlup eder. Siz ona yakın olanı yapınız, mutedil olunuz"*, *"Nerede yumuşaklık ve kolaylık varsa, orada güzellik vardır. Kolaylığın bulunmadığı her şey çirkindir"* buyurmuş¹³³, H. Aişe'nin bildirdiğine göre de iki

¹²⁵ Buhârî, "İstıtabe", 4; Müslim, "Selam", 10; İbn Mâce, "Edeb", 9.

¹²⁶ Müslim, "Birr", 74-76. Ayrıca bk. Ebû Dâvûd, "Edeb", 10; Tirmizî, "Birr", 67.

¹²⁷ Nisa 4/28.

¹²⁸ Bakara 2/286.

¹²⁹ Bakara 2/185.

¹³⁰ Maide 5/6.

¹³¹ Bakara 2/256.

¹³² Buhârî, "İlim", 11, "Edeb", 80; Müslim, "Cihad", 6-7.

¹³³ Müslim, "Birr", 78; Ebû Dâvûd, "Edeb", 10; Buhârî, "İman", 29; Nesâî, "İman", 18.

şeyden birisini seçmek durumunda kaldığında, günah olmadığı müddetçe hep kolay olanını tercih etmiştir.¹³⁴

H. Peygamber'in iletişimde "*kolaylık*" ilkesi, sadece mesajlara olumlu geri bildirim verenleri müjdelerken değil, mesaja direnenleri uyarırken de öne çıkarmaktadır.¹³⁵

Tebliğ ve davetçi, öğrenmenin kolaylaştırıcısı olmalıdır. Kolaylık, tedricilik ilkesi ile yakından ilişkilidir. Tedric; derece derece, azar azar, aşama aşama ilerlemek demektir. Aslında kâinattaki her şeyin doğal işleyişinde bir tedricilik söz konusudur. İnsanın eğitilmesi ve kemali de birdenbire değil yavaş yavaş ve belli bir düzen içerisinde mümkün olabilmektedir. Aksi tutum fitrata aykırıdır.

Dinî iletişimde, öğretim konusu olan şeylerin ve sorumlulukların belli bir sıraya, bir programa ve muhatabın hazır oluşuna göre aşamalı olarak verilmesi çok önemlidir. Dinî iletişimde iyiye teşvik edilirken de kötünden şakındırılırken de tedriciliğe riayet edilmelidir.

Kur'an toptan ve bir anda değil 23 yıl gibi uzun bir zamanda ihtiyaçlara göre, muhatabın kalbine iyice yerleşmesi için peyderpey, tedricen indirilmiştir.¹³⁶ Kur'an'ın indirilişi ve H. Peygamber'in tebliği sürecinde öncelikle muhatabın iman etmesi için ona yaradılış gerçeği, varoluş bilgisi verilerek, insanın varlık âlemi içerisindeki yeri, nereden gelip nereye gittiği, dünyada bulunuş amacı, ölüm ve hayatın hakikati hakkında farkındalık oluşturulmuştur. Sorumluluklar, emirler ve yasaklar bu safhadan sonra yine tedrici olarak verilmiştir.

Uzun yılların birikimi olan ve tiryakilik oluşturan alışkanlıklardan biri olan 'içkinin yasaklanması' hususunda Kur'an bize örnek bir yol sunmaktadır: İçki hakkında son hüküm verilmeden, yasak getirilmeden önce bazı aşamalardan geçilmiştir. Ayetlerin iniş sırasına göre; öncelikle içki hakkında bilgilendirmeler yapılmış, sonra üzerinde düşünülmesi için faydası ve zararından söz edilmiş, faydası var gibi görünüyor olsa da aslında zararının çok daha büyük olduğuna dikkat çekilmiş sonra da içkili halde ibadet edilemeyeceği açıklanmıştır.¹³⁷ Bu süreçte, toplumda içkinin açtığı bir takım üzücü hadiseler gözlenmiş ve adeta içkinin yasaklanması arzu edilir hale gelmiş, içki hakkında kesin yasağı ifade eden ayetler de ancak bu hazır oluştan sonra gelmiştir.¹³⁸

134 Buhârî, "Menâkıb", 23, "Edeb", 80; Müslim, "Fedâil", 77-78.

135 Meryem 19/96-97.

136 Furkan 25/32; İsrâ 17/106.

137 Nahl 16/67; Bakara 2/219; Nisa 4/43.

138 Maide 5/90-91.

Hız. Peygamber'in de tedricilik ilkesini uygulamasıyla ilgili pek çok örnek vardır. İnsanların ruhunda infial uyandırmamak, bilakis dinin kolaylığını anlatarak ve göstererek psikolojik etki sağlayabilmek için tedrice riayet ederek kolaylaştırma ilkesinden hareket etmek gerekir.¹³⁹ Dinî iletişimde mesajlar, ihtiyaçlar ve şartlar göz önünde bulundurularak esastan teferruata, kolaydan zora, basitten mürekkebe, somuttan soyuta, bilinenden bilinmeyene, yakından uzağa doğru azar azar, kademeli, aşamalı bir şekilde verilmeli, öğretim programları da buna uygun hazırlanmalıdır.

Tedriciliğin özü, muhatabı bir sonraki safhaya hazırlamaktır. Adeta bir binanın inşası gibi önce öğretilecek olanların daha sonra öğretileceklerin temelini oluşturması, onların öğretilmesini kolaylaştırması için gerekli zihinsel ve psikolojik şartları oluşturup bireyi hazır hale getirmektir.

4.6. Sabırlı, Azimli, Hoşgörülü ve Umutlu Olunmalıdır

*"... Elbette her güçlkle birlikte bir kolaylık vardır: Şüphesiz, her güçlkle birlikte bir kolaylık! O halde bir işi bitirince, hemen başka bir işe koyul ve yalnızca Rabbine yönel!"*¹⁴⁰

İnsan bir faaliyete giriştiğinde, semeresini hemen görmek ister. Bunu göremediği takdirde umutsuzluğa ve karamsarlığa düşebilir. Hedef kitlenin dinî tutum ve davranışlarında değişimler ve gelişmeler meydana getirme amacıyla yapılan tebliğ ve davet faaliyetinde bu amaca ulaşmak bir süreç gerektirmekte, bazen de mümkün olmamaktadır. Bu meşakkatli süreçte yaşanan zorluklara tahammül göstermek ya da istenen amaçlara ulaşamadığında şevk ve iştiağı kaybetmemek için sabırlı, hoşgörülü ve umutlu olmak çok önemlidir.

İnsan, meşakkatlere direnerek olgunlaşır. Mevlana'nın ifadesiyle; *"Gül, güzel kokuyu, dikene katlandığı, onunla hoş geçindiği için kazandı. Dikenin sayesinde dünyaya güzellikler ve hoş kokular sunma imkânına kavuştu."*¹⁴¹

Diğer canlılara göre insan, fiziksel gelişimi bakımından olduğu kadar, ruhsal gelişimi bakımından da uzun zamanda olgunlaşabilen bir varlıktır. Ayrıca bütün insanlar bu süreçte tamamen aynı özellikler de göstermezler. Tebliğ ve davete muhatap olan kişiler algılamada, öğrenme durumlarında, geri bildirimlerinde farklılık göstermektedir. Bu durum herkesin bireysel özelliklerini dikkate almayı gerektirmekte, doğal olarak da onun eğitimini zorlaştırmaktadır.

¹³⁹ Ahmet Önköl, *Resulullah'ın İslâm'a Davet Metodu*, (Konya: Hibaş Yayınları, 1983), 158.

¹⁴⁰ İnşirah 94/5-8.

¹⁴¹ Mevlana, *Mesnevi*, 6/114.

Herkesin seviyesine, ihtiyacına ve beklentisine göre hareket etmek, uygun strateji, yöntem ve teknikler kullanmak bu hususlarda bilgi ve beceri gerektirdiği kadar azimli ve sabırlı olmayı da gerektirmektedir.

Bunların dışında bazen de kasıtlı olarak itiraza, alaya, hakarete maruz kalmak söz konusudur. Kur'an'da bu hususa dikkat çekilirken Hz. Peygamber'in görevi esnasında karşılaşacağı zorluklara azim ve kararlılıkla sabretmesi istenmiştir:

“O halde sen de azim sahibi elçilerin sabrettikleri gibi sabret...”¹⁴² **“Sabret, Allah'ın vaadi gerçektir”**¹⁴³ **“İnsanların (senin aleyhinde) söyleyebileceği her şeye sabırla katlan ve onlardan uygun şekilde uzaklaş”**¹⁴⁴ **“Sabret, sonuna kadar dayan: çünkü Allah iyilik yapanların hak ettiği karşılığı hiç bir şekilde zayi etmez!”**¹⁴⁵

Tebliğ ve davete muhatap olan herkes mesajlara aynı ilgiyi, aynı dikkati ve aynı duyarlılığı göstermemektedir. Bu durum Allah'ın elçilerinin tebliğine, davetine muhatap olanlar için de böyle olmuştur. Peygamber efendimiz de bu konuda ciddi sıkıntılar yaşamış, mesajına olumlu karşılık vermeyenler için çok üzülmüştür. Ancak Allah onu bu tutumundan dolayı uyarmış, aynı zamanda da teselli etmiştir. Bu konuya yer veren ayetlerde sorunun kaynak ve mesajda değil, alıcıda olduğuna vurgu yapılmış ve alıcının ‘saplantılı dinleme’ psikolojisine dikkat çekilmiştir:

“... (İnsanların bir kısmı, ulaştırdığın mesaja) inanmıyorlar diye (üzüntüden) neredeyse kendini tüketeceksin. Eğer dileseydik onların üzerine gökten bir mucize indirirdik de onun karşısında boyunları bükülür, hemen baş eğerdiler. Rahman'dan onlara ne zaman hatırlatıcı, uyarıcı bir mesaj gelse, mutlaka ondan yüz çevirirler...”¹⁴⁶

“Eğer onları doğru yola çağırırsanız işitmezler, onları sana bakar gibi görürsün, fakat görmezler.”¹⁴⁷ **“Gerçek şu ki, sen ölümlere işittiremezsin, sırt çevirip uzaklaşan sağırlara da işittiremezsin bu çağırıcı.”**¹⁴⁸

“Biz onlara melekler göndermiş olsaydık ve ölümler kendileriyle konuşmuş olsaydı ve (hakikati kanıtlayabilecek) her şeyi karşılıklarına çıkarıp önle-

142 Ahkâf 46/35.

143 Rûm 30/60.

144 Müzzemmil 73/10.

145 Hûd 11/115.

146 Şuarâ 26/3-6.

147 A'raf 7/198.

148 Neml 27/80.

rinde bir araya toplamış olsaydık (bile), Allah dilemediği sürece yine inanzlardı. Fakat onların çoğu bu gerçeği bilmezler.”¹⁴⁹

Bu ve benzeri ayetler, alıcıdan kaynaklanan iletişim engellerine dikkat çekerek tebliğ ve davetçiye moral ve umut vermektedir. Bazı insanlar vardır ki, biyolojik kulakları duyar da can kulakları duymaz. Baş gözleri görür de gönül gözleri görmez ve iletişime kapanırlar. Bu nedenledir ki, Hz. Peygamber’in üzüldüğünü, gönlünün daraldığını gösteren ayetlerde¹⁵⁰ onun ve onun yolundan gidenlerin görevinin sadece *tebliğ* ve *davet* olduğuna vurgu yapılmaktadır.¹⁵¹

Doğru yapıldığında yücelmeye karşı gelmeyecek olan insan fitratı, genelde iyiye ve güzele meyillidir. Bununla birlikte fitratın tezahürünü engelleyen perdeler tarafından kuşatılmış olanlar, dinî mesajlara direnmekte hatta onlara karşı mücadele vermektedirler. Tebliğ ve davet vazifesi yapanlar bunun bilincinde olmalı, bu tür direnmelerin umut kırıcı olmasına, bezginliğe yol açmasına izin vermemelidir.

Peygamberler de dahil hiç kimse başkasını doğru yola iletme konusunda zorlayıcı, daha önemlisi de yetkili ve imtiyazlı değildir. Kur’an, Hz. Peygamber’e hitaben, dini anlatmak ve öğretmekle görevli olanlara açık mesajlar vermektedir:

“İnsanları hidayete erdirmek senin işin değil, zira ancak Allah, dileğini hidayete erdirir.”¹⁵², “Gerçek şu ki, sen her sevdiğini doğru yola yöneltemezsin; fakat Allah’tır, (yönelmek) isteyen doğru yola yönelten. Ve yine O’dur, doğru yola girecek olanları en iyi bilen.”¹⁵³

Kur’an-ı Kerim, Allah’ın dilemesi halinde yeryüzündekilerin hepsinin inacağını bildirirken, inanmaları için insanları zorlamanın Peygamber’e düşmeyeceğini¹⁵⁴, onun sadece, mesajı tebliğ etmekle sorumlu olduğunu ısrarla tekrarlamaktadır.¹⁵⁵

Demek oluyor ki tebliğ ve davette, bütün muhataplarda istenen değişikliğin gerçekleşmesini beklemek doğru da değildir mümkün de. Zira yapıp ettiklerinden sorumlu olmaları için bireye seçme özgürlüğü tanınmıştır¹⁵⁶.

149 En’âm 6/111

150 Yâsîn 36/76; Neml 27/70; Hicr 15/97; En’âm 6/33; Yunus 10/65; Nahl 16/127.

151 Cin 72/23; Yusuf 12/108; Aynı konuyla ilgili bk. Âl-i İmrân 3/20; Mâide 5/92, 99; Ra’d 13/40; Nahl 16/82; Ankebût 29/18; Şûrâ 42/48; Teğâbün 64/12; Nahl 16/125; Ra’d 13/36; Hacc 22/67; Ahzab 33/46.

152 Bakara 2/272.

153 Kasas 28/56; Bk. ayrıca, En’âm 6/34; Ahkaf 46/35; Şûrâ 42/48; Gâşiye 88/21-22; Kalem 68/48; Kâf 50/39; Yunus 10/108-109; Mü’min 40/55; Rûm 31/60.

154 Yunus 10/43, 99-100; En’âm 6/125, 133, 149; Nisâ 4/20; Gâşiye 88/22; Zuhurf 43/40; Şûrâ 42/48.

155 Mâide 5/99; Cin 72/23; Nahl 16/35.

156 A’râf 7/6-7.

Bu bağlamda dinî mesajlara muhatap olanlar için irade ve tercih özgürlüğüne sahip olmak, sorumluluğun gereğidir. Yani, dinî iletişimde kaynağın mesajı iletme sorumluluğu kadar, alıcının da dinleme sorumluluğu vardır.

Dinî iletişimin kaynağa yüklediği ağır sorumluluğun gerekleri ancak sabırla yerine getirilebilir. Bu bağlamda ‘sabır’; olumsuzlukları olduğu gibi kabul etmek değil, bunları ortadan kaldırmak için dirençli olmak, çaba göstermek, amaca ulaşmak için alternatifler geliştirebilmek, farklı yöntemler uygulayabilmek ve bu yolda yaşanan zorluklara göğüs gerebilmektir. Bütün çabalara rağmen amaca ulaşamadığı takdirde de yeni girişimler için gerekli olan umudu ve heyecanı kaybetmemektir.

Dinî iletişimde hoşgörü olmak da önemli bir ilkedir. Hoşgörü; şiddetin, zorluğun ve zorbalığın olmadığı bir tahammül hali, bir ruh disiplini ki başkalarının haklarına, düşüncelerine, kendini ifade etmesine saygı göstermeyi gerektirir. Hoşgörü ve bağışlayıcı olabilmek için her şeyden önce, kişi özeleştiri yapmalı, başkalarının kusurlarını araştırmaktan, kötü zandan, önyargılardan uzak durmalı ve sabırlı olmalıdır.

‘Hoşgörü’, yanlış yok saymak, kayıtsız kalmak, boş vermek değil, bilakis yanlış, muhatabı kırmadan, incitmeden ortadan kaldırılmanın zarif yoludur.

Çevremizde hoş görecekt çok şey varsa, eğitilecek çok şey var demektir. Hoşgörü, bir terbiye şekli, bir sorun çözme ve aşma tekniğidir. Mutlu olma, mutlu etme ve insan kazanma yoludur. Öğrenmeyi hızlandırmaya yönelik bir isteklendirme tekniğidir. Toplumsal hayatın, hatta insan olmanın gereğidir. Sağlıklı insan ilişkilerinin en önemli şartlarından biridir.¹⁵⁷

Hız. Peygamber’in konuya ilişkin pek çok model davranışı içerisinde sadece şu uygulaması bile meseleyi açıklamaya kafidir:

Hız. Peygamber ve sahabilerinin Mescid-i Nebevi’de bulundukları bir sırada bir bedevi mescidin bir köşesine küçük abdestini yapmaya başladı. Onun beklenmedik bu durumu karşısında sahabilerden bir kısmı kızarak ona engel olmak istedi. Peygamberimiz: “*Adamı rahat bırakın, işini bitirsin!*” buyurdu. Sonra da: “*Gidin bir kova su getirip idrarın üzerine dökün ve orayı temizleyin*” dedi. Denilen yapıldı. Peygamberimiz, bedeviye müdahale etmek isteyenlere: “*Siz kolaylık göstermek için gönderildiniz. Zorluk çıkarmak için değil*” buyurdu. Daha sonra peygamberimiz o bedeviyi yanına çağırdı ve ona şöyle dedi: “... Mescitler Allah’ın evleridir.

157 Selami Sönmez, “İnsan, Hayat ve Hoşgörü”, ed. A. Solak, *İnsan İlişkileri ve İletişim*, (Ankara: 2006), 292, 328.

Burada Allah zikredilir, namaz kılınır, buraya bevledilmez.” Bunun üzerine bedevi gidip abdestini alıp geldi...”¹⁵⁸

Peygamberimizin bu hoşgörülü tutumu, bedeviyi öylesine etkilemiştir ki, başından geçen bu olayla ilgili şöyle diyecektir:

“Anam babam ona feda olsun, o gün o davranışından dolayı Resûlullah beni ne azarladı ne de bana kötü bir söz söyledi. Beni sadece uyardı ve: ‘Mescitlere abdest bozulmaz. Buralar, Allah’ı zikretmek ve namaz kılmak için yapılmıştır’ dedi.”¹⁵⁹

Tebliğ ve davet vazifesi yapanlar, olayları çok yönlü değerlendirmeli, hedef kitlesinin inanç, değer ve tutumlarına hoşgörüyle yaklaşmalı, açık fikirli, esnek ve uyarlayıcı olmalıdır. Kendi doğrularını tek doğru olarak gören ve sunan, kendisinininkinden farklı görüşlere, fikir, değer ve tutumlara karşı önyargılı davrananlar dini iletişiminde başarılı olamazlar.

Bütün bunlar aynı zamanda insana saygının gereğidir. Çocuklar, tecrübe eksikliğinden ve öğrenecek çok şeyleri olduğundan dolayı, yetişkinler ve bilhassa yaşlılar ise katılaşmış tutumlara, önyargılara sahip olduklarından dolayı hoşgörüye muhtaçtır. Çocuklarda sağlıklı kişilik gelişimi, yetişkinlerde ve yaşlılarda ise tutum ve davranış değişikliği ancak kendilerine gösterilecek hoşgörülü yaklaşımlarla mümkün olabilir.

4.7. Sevgi, Merhamet, İyilik ve Af Yolu Tutulmalıdır

Sevgi, kolların her zaman açık oluşudur. Kollarını kapatanlar, kendilerinin dışında tutacak hiçbir şey kalmadığını görürler. Sevgi, öğrenilen bir duyumsamadır. İnsanların çoğu sanki sevgiyi öğrenmemiş gibi davranmayı sürdürür. Oysa sevgi, çoğu kez insanın içinde tüm güzellikleriyle çiçek açmak üzere esrarlı bir anı bekler. Bazıları bunu ömürlerinin sonuna kadar beklerler.¹⁶⁰

Araştırmalar, kaynağın sevilen, hoş bir kimse olmasının iletişimin etkili olmasında önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Sevilen bir kaynak, muhatapları daha fazla etkilemekte ve istenen yönde tutum değişmesine katkı sağlamaktadır. Sevilen kaynağın tutumlarının özdeşim kurma ve model alınma yoluyla benimsenmesi söz konusudur.¹⁶¹

Sevilmek için önce sevmek gerekir. Sevenler daha çok sevilir. Sevmek; ilgilenmektir, muhatabına karşı duyarlı olmaktır. Eğer bir kişi hakkındaki tek bildi-

158 Buhârî, “Vudû”, 57; Müslim, “Tahâret”, 100; Ebû Dâvûd, “Tahâret”, 136.

159 Ebû Dâvûd, “Tahâret”, 78; Hz. Peygamberin hoşgörüsüne dair başka örnekler için bk. Buhârî, “Libas”, 18; Müslim, “Fedâil”, 54; Tirmizî, “Birr”, 69; Ebû Dâvûd, “Edeb”, 1.

160 Buscaglia, *Sevgi*, 55, 92.

161 Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, 173; Mevlüt Kaya, *Din Eğitiminde İletişim ve Dinî Tutum*, (Samsun: 1998), 81.

ğimiz, bizi sevdiğiye onu sevme eğilimindeyiz demektir. “*Sevmeyenler, yaşamayanlardır. Onlar ölü ruhlardır. Her an taze hayat fışkıran tarlanın üstüne atılmış kuru kütüklerdir.*”¹⁶²

Sevgi, pasif bir duygu değil, bir aksiyondur. Sevginin aktif özelliği, almak değil vermektir. Seven insan bir başkasına, kendinden verir, sahip olduğu en değerli şeyinden, hayatından verir. Vermek, karşıdaki insanı da ‘verici’ yapar. Kısaca, sevgi, sevgi üreten bir güçtür.¹⁶³

Güler yüzlü ve sempatik olmak dini iletişimde çok önemli bir ilkedir. “Gülümseyen bir yüz, bir kalbin kapısını herhangi bir anahtarın bir kapıyı açmasından daha çabuk açar. Gülümsemeye en muhtaç kişi, başkalarına verecek tebessümü olmayandır. Gülümseyiniz! Bir insanın yüzünde taşıdığı ifade, sırtında taşıdığı giysiden daha önemlidir. Gülümsemenin hiç masrafı yoktur ve insana birçok şey kazandırabilir. Bir saniyede meydana gelir ve hafızalarda uzun süre yaşayabilir.

Sevilen biri olmak istiyorsanız, iyi bir dinleyici olun, karşınızdakini dinlemeyi bilin ve ona kendisinden bahsetme fırsatı verin.”¹⁶⁴

Sevgi, özen ve bakım ister. Sevginin bileşenleri; ‘ilgi’, ‘sorumluluk’, ‘saygı’ ve ‘tanımak’tır. Sevgi, sevilenin hayatına ve gelişimine yönelik aktif ilgidir. İlginin bulunmadığı yerde sevgi yoktur. Sevgi, sevdiğine karşı sorumluluk almayı, onun ihtiyaçlarına duyarlı olmayı, ihtiyaçlarını karşılamaya hazır olmayı gerektirir. Bir insanı tanımaksızın ona saygı duymak mümkün değildir. O halde sevmek için tanımak da gerekir.¹⁶⁵

Sevgiyi, ona en layık olana yoğunlaştırmak ve en layık olana giden yolda O’na en yakın olana, Hz. Peygamber’e tabi olarak ortaya koymak gerekir.¹⁶⁶ Bu sevgidir ki inanan insana bir gaye, bir ideal tayin eder. Tebliğ ve davet vazifesi yapanlar, yaptıkları işin ağırlığını, gaye ve ideallerine ulaşmalarının önündeki engelleri ve zorlukları bu sevgi ile aşarlar. Sevgi, beraberinde merhameti getirir. Kişi merhamet ettikçe merhamete nail olur ve bu merhamet onun, sabırlı, affedici, bağışlayıcı, hoşgörülü, kolaylaştırıcı ve daha nice güzel haslete sahip olmasının kaynağı olur.

162 Nurettin Topçu, *Var Olmak*, (İstanbul: 2006), 21.

163 Erich Fromm, *Sevme Sanatı*, çev. S. Budak, (Ankara: 1993), 25.

164 Carnegie, *Dost Kazanma Sanatı*, 39, 65, 76, 79.

165 Fromm, *Sevme Sanatı*, 28-33.

166 Âl-i İmrân 3/31.

Allah, Hz. Peygamber'den insanların kusurlarını güzellikle ve olgunlukla karşılamasını, hiddet ve nefretten uzak durmasını, yumuşak ve hoşgörülü davranmasını ve inananlara kol kanat germesini, merhamet etmesini istemektedir.¹⁶⁷

Bundan dolayıdır ki merhamet, Hz. Peygamberin iletişimde temel ilkelerden biri olmuştur kendi yolundan gelenleri de bu konuda ikaz etmiştir: *"Merhamet etmeyene merhamet olunmaz"*¹⁶⁸, *"İnsanlara merhamet etmeyene Allah rahmet etmez."*¹⁶⁹

Keza Kur'an, Hz. Peygamber'in şahsında tebliğ ve davetçilere iyilik ve af yolunu tutmalarını da öğütlemekte ve böyle bir tutumun düşmanlıkları dostluklara tebdil edeceğini bildirmektedir.¹⁷⁰

Ancak, iyilik ve af yolunu tutmak, affedici olmak kolay değildir. Güçlü olan zayıfı, haklı olan haksızı, mağdur olan suçluyu affetmek durumundadır. Affetmek durumunda olan kişi bir şekilde maddi veya manevi sıkıntıya maruz kalmıştır ve buna karşılık bazı hakları ve yapabileceği şeyler vardır. Hal böyle iken, affedebilmek kuşkusuz ki bir erdemdir. Bunun için de sabırlı olmak, hoşgörülü olmak, şefkat ve merhametli olmak gerekir. Şu ayetler bu konuya işaret etmektedir:

*"Kötülüğe karşı iyilik gösterme olgunluğuna ancak sabredenler kavuşturulur, buna ancak hayırdan büyük bir pay sahibi olan kavuşturulur."*¹⁷¹

*"Kim yapılan eziyetlere sabreder, yapılan kötülöklere de intikam almayıp affetme yolunu tutarsa, şüphesiz bu hareketi yapılmaya değer işlerdendir."*¹⁷²

Bu mesajlara muhatap olan ve ilahi eğitimden geçen Hz. Peygamber de: *"Allah kötölüğü kötölökle yok etmez, ancak iyilikle yok eder"*¹⁷³ *"Kardeşini güler yüze karşılamak şeklinde dahi olsa iyilikten hiçbir şeyi küçümseme"*¹⁷⁴ buyurmak suretiyle bütün tutum ve davranışlarda iyiliğı tavsiye etmiştir.

Tebliğ ve davetçiler iyilik ve af yolunu tutmalı, kin ve intikamdan uzak durmalıdır. Bunu sağlayacak olan da yine şefkat ve merhamettir. Şefkat ve merhamet; kalpleri yumuşatan, kin ve nefretin yerine sevgiyi ve bağışlamayı ikame eden en

167 Hier 15/85-86.

168 Buhârî, "Edeb", 18, 27; Müslim, "Fedâil", 65.

169 Buhârî, "Tevhid", 2; Müslim, "Fedâil", 66.

170 Fussilet 41/34.

171 Fussilet 41/35; bk. Kasas 28/54.

172 Şûrâ 42/43.

173 Ahmed b. Hanbel, *Müsned*, 1/387.

174 Müslim, "Birr", 144; Ebû Dâvûd, "Libas", 24.

güçlü duygulardır. İnsanlara şefkat ve merhamet duymak ve buna uygun davranmak Kur'an ve sünnetin istediği husustur.¹⁷⁵

*“Merhamet hiçbir şeyin kendisi değil, su gibi, toprak gibi, hava, ateş gibi her şeyin temelidir. Merhamet, duyguların sultanıdır. Merhamet olmadan af olmaz. Affedebilmek için merhametli olmak lazımdır. Merhametin olmadığı yerde kin ve zulüm tezahür eder. Âlem merhamet üzerine kuruludur. Toprağa, tohuma, hatta kire, lekeye karşı suyun ihsanı bile merhametin eseridir. Merhametin kuracağı iklimde, iynin ölü bitkileri dirilir, kötünün diri bitkileri ölür.”*¹⁷⁶

İletişimde doğrular ve güzellikler öne çıkarılmalıdır. İnsanların hatalarını görmek yerine iyi yönlerini görmeli ve işe oradan başlamalıdır.

*“Sen, affedici ol, iyiliği emret ve kendini bilmezlere aldırma.”*¹⁷⁷ ayetindeki emir, elbette Hz. Peygamber'in yolunda olan, onun görevini farklı boyutlarda yerine getirmeye gayret eden bütün müslümanlar içindir.

Ayetin, peygamberimiz tarafından algılanış ve uygulanışına baktığımızda pek çok sahne geliyor gözlerimizin önüne. Hz. Peygamber, eşi Hz. Aişe'ye iftira atanları, amcası Hz. Hamza'yı şehit eden Vahşi'yi, Hayber'de kendisini zehirlemeye kalkışan Yahudi kadını, Bedir Savaşı sonrasında kendisini öldürmeye gelen Kureyş elçisini ve daha nicelerini affetmiştir. Onun kendi nefesine karşı olan her türlü kötülüğü affettiği, bu hususta asla kin gütmeyeceği, öç almak gibi bir huyunun olmadığı; buna karşılık sadece Allah'a ve onun dinine karşı bir hürmetsizlik yapıldığında müsamaha göstermediği, bu durumda da yine itidali elden bırakmadığı malumdur.

Görüldüğü gibi dinî iletişim sürecinde yapıcı olan ve sonuca götüren hep olumlu duygular olmuştur. Ortama sevgi, şefkat, merhamet, af ve iyilik hâkim olduğunda muhatap daha çok etkilenmekte ve mesajlara olumlu geri bildirim verme ihtimali yükselmektedir.

4.8. Denge/Orta Yol Gözetilmelidir

Tebliğ ve davette ana ilke dengedir. Burada 'denge' ile kastettiğimiz; *muavazene, uyum, ahenk, kıvam, insaf, adalet, istikrar, insicam, tutarlılık*, kısaca 'orta yol'dur.

Denge, bir şeyin yaratılış amacına uygun olması, hikmetin gereğinden daha fazla veya daha eksik olmamasıdır. Dengeli olmak, aşırılıklardan, ifrat ve tefritten

¹⁷⁵ Bakara 2/157, 178, 218; Âl-i İmrân 3/8, 107, 157; Nisa 4/96, 175; En'âm 6/147, 154, 157; İsrâ 17/24, 27, 82, 87; Buhârî, “Edeb”, 17, 18; Müslim, “Tevbe”, 4; Ebû Dâvûd, “Edeb”, 66; Tirmizî, “Birr ve's-Sıla”, 16.

¹⁷⁶ Necip Fazıl Kısakürek, *Reis Bey*, (İstanbul: 1990), 126-127.

¹⁷⁷ A'râf 7/198-199

sakınmak, inançta tutum ve davranışta ölçülü olmak, her şeyi yerli yerinde ve yeterince yapmaktır.¹⁷⁸

İslâm, dengeli yaşamayı istemektedir. Bunun için tebliğ ve davetçiler her türlü aşırılıktan kaçınmalı, kendi hayatında olduğu gibi insanlara sunduğu dinî mesajlarda da dengeyi gözetmeli, uç noktalardan uzak bir biçimde dinin istediği ‘orta yol’u izlemelidir.

Dinin insanı ulaştırmak istediği “*sırât-ı müstakîm*” (dosdoğru ve adil yol) hedefi, ancak denge prensibinin sağlıklı işlemesiyle mümkündür. Aşırılıklardan, geriliklerden kaçınmak, dengeli ve uyumlu olmak, herkesin/her şeyin hakkını hak ettiği ölçüde vermek, istikamet üzere olmanın gereğidir. Evrendeki her şey dengeli ve ölçülüdür ve öyle olduğu için varlığını sürdürebilmektedir.

İslam anlayışında insan dünyaya tertemiz bir yaratılışla, zengin bir fitratla ama iyiliğe ve kötülüğe yönelme istidadı ve iradesi ile gelmiştir. İnsanın fitratında olan eğilimlerin hiçbiri lüzumsuz, gayesiz ve hedefsiz değildir ve hepsi insanın bir bütün olarak gelişmesi ve dengeye ulaşması içindir. İnsanın parçalanmışlığa tahammülü yoktur. İstikamet çizgisinden sapma, insanı varoluş düzeninden, yaratılış gayesinden uzaklaştırır.

Yaratıldığı maddenin zayıflığına karşı, Allah’ın ruhundan izler taşıması ile oluşan zıtların ahengi, insanın fizyolojik, zihinsel ve psikolojik yapısında hep karşımıza çıkmaktadır. İnsan, bir yandan basit bir yandan ilahi bir varlıktır. Güçlü ve zayıf, sınırlı ve sınırsız, korku dolu ve yürekli. İlerler, geriler, kusursuzluğu arar, kusursuzluktan korkar. Hem ödektir hem kahramanı. Tüm bu zıtlar, aslında bir bütünsellik içindedir.¹⁷⁹

İnsanın fitratına zıt kuvvetlerin birlikte kodlanmış olması beşer ve kul olarak eğitime ve eğitimeye müsait ve muhtaç kılınmasının ve yapıp ettiklerinden sorumlu olmanın gereğidir. Nitekim Kur’an’da bu husustaki ayetlerin birinde şöyle buyrulmaktadır: “*İnsan benliğini düşün ve onun nasıl (yaratılış) amacına uygun şekillendirildiğini ve nasıl ahlaki zaafılarla olduğu kadar (fücür) Allah’a karşı sorumluluk bilinciyle de (takva) donatıldığını!*”

Yukarıdaki ayette ifade edildiği gibi, Kur’an’ın ifadesiyle takvaya ve fücra meyilli yaratılmış insan, zıt kutuplar arasında dengeyi yakaladığında meleklerin secde edeceği bir yüceliğe,¹⁸⁰ fitratta yerleşmiş olan gerçeklerin farkında olmayıp,

178 İsra 17/15; Furkan 25/67; Bakara 2/143

179 Abraham Maslow, *İnsan Olmanın Psikolojisi*, çev. Okhan Gündüz, (İstanbul: Kuraldışı Yayınları, 2001), 186.

180 A’raf 7/11; Hicr 15/28-31.

dengeyi tek taraflı bozduğunda ise şaşkınlığa düşerek alçalmaya ve dağılmaya¹⁸¹ açık bir çizgi üzerinde oldukça çetin bir mücadele vermekte ve ne yazık ki, çoğu için bu mücadele hüsrarla bitmektedir.¹⁸²

İnsanın zaafı ve yeteneklerini en iyi bilen, onu yaratan Allah'tır ve Allah insanın yaratılışına uygun biçimde eğitilmesini istemektedir. Bu çerçevede, tebliğ ve davetten beklenen; fitrata yönelmek, fitratı örselemeden, insanın eğilimlerini, yaratılış amacına uygun olarak, yönlendirmek ve bireyin dengeli bir kişilik geliştirmesine rehberlik etmektir.

İslam Dini, insanın dengeli bir hayat yaşamasını temin edecek ilkelerden oluşmaktadır. İslam'ın bütün öğretileri, hükümleri, emirleri ve yasakları insanın dengeli yaşaması ve bütün sapmalara, yan çizmelere karşı istikamet üzere yol alabilmesi içindir. Hal böyle olunca tebliğ ve davet vazifesini ifa edenler de insana dengeli ve ölçülü yaşamının yollarını öğretecek, bu konuda ona rehberlik edecektir.

Dinin öğretilmesinin, günümüz şartlarına ve ihtiyaçlarına uygun biçimde sunulmasının amacı, muhataplara yol göstermek ve sorunlara çözüm yolları üretmektir. Bu nedenle tebliğ ve davet vazifesi yürütenler insanlarla dinî iletişimde bulunurken, dini sunarken, insanların dini doğru anlamalarını, hayatlarını anlamlı ve değerli kılacak ve bir düzene koyacak biçimde kolaylıkla yaşamalarını sağlayacak bir anlayışla sunmalıdırlar. Bir başka deyişle din, sorun üreten, hayatı zorlaştıran değil, tam aksine hayatı anlamlandıran, tanzim eden, bunalımlara ve sorunlara çözüm getiren ve hayatı kolaylaştıran değerler bütünü olarak takdim edilmelidir.

Hz. Peygamber'in; *"Dosdoğru olun, siz bütüne güç yetirip, her şeyi yerine getiremezsiniz"*¹⁸³ buyruğu, hayatın bütün alanlarında dengeli ve ölçülü yaşamayı, istikrarı, bilinçli olmayı ama aynı zamanda haddi aşacak tutum ve davranışlardan sakınmayı ifade etmektedir. Bunun içindir ki, *Allah'ın en çok hoşlandığı amel, az da olsa devamlı olanıdır.*¹⁸⁴

Kur'an, insanı biyolojik ve psikolojik özellikleriyle, bedenî ve ruhî ihtiyaçlarıyla, kafası ve kalbiyle, üstünlükleri ve zaafılarıyla ihtiyaç ve beklentileriyle bir bütün olarak ele alır. İslâm eğitiminde, insanın bütün yetenekleri ve eğilimleri birlikte değerlendirilerek kişide sağlam bir şahsiyet oluşturma hedefi vardır. Bu, herhangi bir konuda iç çatışmaya veya psiko-sosyal bir ikileme düşmeyen ve ruhsal bir rahatsızlığa da maruz kalmayan, sağlam şahsiyettir. Nefsin isteklerinin yok sa-

181 A'râf 7/179; Furkan 25/44.

182 Asr 103/1-3.

183 Muvatta, "Tahâret", 36; İbn Mâce, "Tahâret", 4.

184 Buhârî, "İman", 32; Müslim, "Müsafrîn", 216.

yılması veya reddi değil, Allah inancının gerekleriyle uyumlu bir şekilde, sapkınlık ve azgınlığa düşmeden karşılanması esastır.

İnsanın yaratılışında var olan zıt güçlerin ve eğilimlerin aslında denge için olduğuna işaret etmiştik. Nitekim İslam düşünürleri zıt güçlerin denge haline “*fazilet*” (erdem) demişlerdir. Tebliğ ve davet bu anlamda, şahsiyette dengeye ulaşmış bireylerin yetişmesine rehberlik etmiş olacaktır. Sonuçta, Gazali’nin belirttiği gibi aklın fazileti *hikmet*, öfkenin fazileti *şecaat*, şehvetin fazileti *iffet* olacaktır. Her bir kuvvetin kendi sınırını zorlamadan olması gereken yerde bulunması, yaratılış gayesine uygun hareket etmesiyle de ‘adalet’ (denge) gerçekleşecek; kibir vakara, zillet tevazua, israf cömertliğe, cimrilik tasarrufa, kıskançlık gıptaya, inat sebata, acelecilik gayrete, kin merhamete, nefret sevgiye ve daha nice olumsuz gibi görünen özellikler fazilete, erdeme dönüşmüş olacaktır.

Görüldüğü gibi inançta, ibadette, duygu ve düşüncelerde, tutum ve davranışlarda kısaca insanın bütün ilişkilerinde denge esastır. Bu bakımdan tebliğ ve davette, kim olursa olsun bütün muhatapların neticede bir insan olduğu ve onun bütün yönleriyle değerlendirilmesi gerektiği unutulmamalı, her türlü aşırılıktan uzak olarak, denge prensibi esas alınmalıdır.

Mesajlar, muhteva, beklentiler, kullanılacak yöntem ve teknikler, araç gereçler ve en önemlisi de ilişkiler ve disiplin anlayışı hep bu hakikat çerçevesinde şekillenmelidir.

KAYNAKÇA

- İbn Hanbel, Ahmed. *Müsnedu Ahmed İbn Hanbel*. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Akverdi, Hamdi. *Hitabet Sanatı Teknik ve Psikolojisi*. Ankara: Ulus Basımevi, 1937.
- Âlûsî, Seyyid Mahmud. *Rûhu 'l-Meân*. Beyrut: 1987.
- Efendi, Asım. *Kâmus Tercemesi*. İstanbul: 1305.
- Ayhan, Halis. *Din Eğitimi ve Öğretimi*, DİB Yayınları, Ankara: 1985.
- Baltaş, Zühal - Baltas, Acar. *Bedenin Dili*. İstanbul: 1998.
- Baymur, Feriha. *Genel Psikoloji*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 9. Basım, ts.
- Blanchard, Ken. *Olumlu İlişkilerin Gücü*. Çev. F. C. Akbaş. İstanbul: Kariyer Yayıncılık, 2002.
- Buhârî, Muhammed B. İsmail. *Sahîhu 'l-Buhârî*, İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Buscaglia, Leo. *Sevgi*. Çev. N. Ebcioğlu. İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 2. Basım, 1989.
- Carnegie, Dale. *Dost Kazanma Sanatı*. Çev. Z. Meşe. İstanbul: Hayat Yayınları, 1998.
- Carnegie, Dale. *Söz Söylemek ve İş Başarmak Sanatı*. Çev. Ö. R. Doğrul. İstanbul: Günlük Ticaret Gazetesi Neşriyatı, 1983.
- Cebeci, Suat. *Öğrenme ve Öğretme Süreçlerinde Dinî İletişim*. İstanbul: İz Yayıncılık, 2003.
- Cooper, Ken. *Sözsüz İletişim*. Çev. T. Yalkı. İstanbul: İlgi Yayıncılık, 1989.
- Cüceloğlu, Doğan. *Yeniden İnsan İnsana*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 37. Basım, 2007.
- Çetin, Abdurrahman. *Hitabet ve İrşad, Din Hizmetlerinde İletişim ve Güzel Konuşma*. Bursa: Emin Yayınları, 2008.
- Çilenti, Kamuran. *Eğitim Teknolojisi ve Öğretim*. Ankara: 1988.
- Dökmen, Üstün. *İletişim Çatışmaları ve Empati*. Ankara: Sistem Yayıncılık, 29. Basım, 2004.
- Ebû Dâvûd, Süleyman b. el-Eş'as. *Sünenü Ebî Dâvûd*. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Ebû Gudde, Abdulfettah. *H. Muhammed ve Öğretim Metodları*. Çev. E. Yıldırım. İstanbul: Umran Yayınları, 1998.

- Erdoğan, İrfan. *İletişimi Anlamak*. Ankara: Erk Yayınları, 2. Basım, 2005.
- Fiske, John. *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev. S. İrfan. Ankara: Ark Yayınları, 1996.
- Freedman, J. L. vd. *Sosyal Psikoloji*. Çev. A. Dönmez. Ankara: 1993.
- Fromm, Erich. *Sevme Sanatı*. Çev. S. Budak. Ankara: Öteki Yayınları, 2. Basım, 1993.
- Gökçe, Orhan. *İletişim Bilimi*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2006.
- Gürüz, Demet – Eğinli, Aysen Temel. *İletişim Becerileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2008.
- Hökelekli, Hayati. “Günümüz İletişim Teknikleri ve Dinî İletişim”. *Diyanet İlmi Dergi* 42/1 (2006).
- Izutsu, Toshihiko. *Kur'an'da Allah ve İnsan*. Çev. S. Ateş. İstanbul: Yeni Ufuklar Neşriyat, ts.
- İbn-i Mâce, Muhammed b. Yezid. *Sünenü İbn-i Mâce*. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- İkbal, Muhammed. *Câvidnâme*. Çev. A. Schimmel. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 1989.
- İkbal, Muhammed. *İslami Benliğin İçyüzü*. Çev. A. Yüksel. İstanbul: Fıtrat Yayınları, 1986.
- İsfahânî, Râğıb. *el-Müfredât fî Garîbi'l-Kur'an*. İstanbul: 1986.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem. *İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş*. İstanbul: 7. Basım, 1988.
- Kaya, Mevlüt. *Din Eğitiminde İletişim ve Dinî Tutum*. Samsun: Etüt Yayınları, 1998.
- Kasapoğlu, Abdurrahman. *Kur'an-ı Kerim ve İletişim*. Malatya: Mengüceli Yayınları, 2. Basım, 2008.
- Kazancı, Ahmet Lütfi. *Peygamber Efendimizin Hitabeti*. İstanbul: Marifet Yayınları, 1997.
- Kısakürek, Necip Fazıl. *Reis Bey*. İstanbul: Büyük Doğu Yayınları, 3. Basım, 1990.
- Koç, Ahmet. “Dinî İletişim Bağlamında Kur'an'da ‘Kavl’ (Söz) Çeşitleri”. *Diyanet İlmi Dergi* 44/4 (2008).
- Köknel, Özcan. *İnsanı Anlamak*. İstanbul: Altın Kitaplar, 5. Basım, 1994.

- Köylü, Mustafa. *Psiko-Sosyal Açıdan Dinî İletişim*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları, 2003.
- Künüçen, H. Hale. “Etkili İletişim”. *Genel İletişim*. Ed. U. Demiray. Ankara: Pegem Yayıncılık, 2. Basım, 2007.
- Lazar, Judith. *İletişim Bilimi*. Çev. C. Anık. Ankara: Vadi Yayınları, 2001.
- Malik, İbn Enes. *el-Muvatta*. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Maslow, Abraham. *İnsan Olmanın Psikolojisi*. Çev. O. Gündüz. İstanbul: Kuraldışı Yayınları, 2001.
- Mevlana. *Mesnevi*. Çev. V. İzbudak. İstanbul: MEB Yayınları, 1990.
- Mutlu, Erol. *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınları, 1994.
- Müslim, İbn Haccâc. *Sahîhu Müslim*. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Nesâî, Ahmed b. Şuayb. *Sünenü'n-Nesâî*. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Önkâl, Ahmet. *Resulullah'ın İslâm'a Davet Metodu*. Konya: Hibaş Yayınları, 2. Basım, 1983.
- Oskay, Ünsal. *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Der Yayınları, 1999.
- Özkan, Mustafa. *İnsan İletişim ve Dil*. İstanbul: 3F Yayınevi, 2008.
- Pease, Allan. *Beden Dili*. Çev. Y. Özben. İstanbul: Rota Yayıncılık, 1997.
- Râzî, Fahrüddin. *Tefsiru'l-Kebîr*. Beyrut: 1999.
- Sönmez, Selami. “İnsan, Hayat ve Hoşgörü”. *İnsan İlişkileri ve İletişim*. Ed. A. Solak. Ankara: Hegem Yayınları, 2006.
- Schober, Otto. *Beden Dili*. Çev. S. Özbirt. İstanbul: Arion Yayınları, 1999.
- Sıllars, Stuart. *İletişim*. Çev. N. Akın. Ankara: MEB Yayınları, 1995.
- Taberî, Muhammed b. Cerîr. *Câmiu'l-Beyân An Te'vîl-İ Âyi'l-Kur'ân*. Beyrut: 1988.
- Tirmizî, Ebû İsa Muhammed. *Eş-Şemâilü'l Muhammediyye*. Thk. S. İmran. Kahire: Daru'l-Hadis, 1996.
- Tirmizî, Ebû İsa Muhammed. *Sünenü't-Tirmizî*. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Topçu, Nurettin. *Var Olmak*. Haz. E. Elverdi – İ. Kara. İstanbul: Dergah Yayınları, 5. Basım, 2006.
- Tunalı, Murat. *Başarılı ve Güzel Konuşma Sanatı*. İstanbul: 2007.
- Tutar, Hasan - Yılmaz, M. Kemal. *Genel İletişim Kavramlar ve Modeller*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 7. Basım, 2010.

- Yaman, Ertuğrul. "İletişimde Gönül Dili". *Diyanet Aylık Dergi* 243 (Mart 2011).
- Yavuz, Yusuf Şevki. *Kur'an-ı Kerim'de Tefekkür ve Tartışma Metodu*. Bursa: 1983.
- Yazır, Elmalılı M. Hamdi. *Hak Dini Kur'an Dili*. İstanbul: Eser Neşriyat ve Dağıtım, ts.
- Yüksel, Ahmet Haluk. "İletişim Kavramı". *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halk-la İlişkiler*. Ed. Cemal Tosun. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2003.
- Zemahşerî, Cârullah. *el-Keşşâf*. Daru'l-Fıkr, ts.
- Zılhoğlu, Merih. *İletişim Nedir?*. İstanbul: Cem Yayınevi, 3. Basım, 2007.