

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

DİNİ İLETİŞİMDE HUTBE

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kasım KOCAMAN

**Enstitü Anabilim Dalı: Felsefe ve Din Bilimleri
Enstitü Bilim Dalı : Din Eğitimi**

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Sezai KÜÇÜK

MAYIS – 2006

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

DİNİ İLETİŞİMDE HUTBE

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kasım KOCAMAN

**Enstitü Anabilim Dalı: Felsefe ve Din Bilimleri
Enstitü Bilim Dalı : Din Eğitimi**

Bu tez 26/06/2006 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Recep KAYMAKCAN

Yrd. Doç. Dr. Sezai KÜÇÜK

Doç. Dr. Abdülvahit İMAMOĞLU

Jüri Başkan

Jüri Üyesi

Jüri Üyesi

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Kasım KOCAMAN

26. 06. 2006

ÖNSÖZ

İnsanlar arası iletişimin ve etkileşimin gerçekleştirildiği alanların başında din gelmektedir. İletişim açısından dini ele aldığımızda, adı yeni yeni konulmaya başlansa da haddizatında ilk insan ve ilk Peygamber Hz. Âdem ile fiili olarak başlayan ve Hz. Muhammed ile zirve noktasına erişen dini iletişim kavramı karşımıza çıkmaktadır. İslamiyet nokta-i nazarından ise dini iletişimin en etkili şekillerinden biri ise hutbedir.

Hutbenin geçmişten günümüze önemini koruyan, vazgeçilmez bir dini iletişim vasıtası olması, onun geniş kitlelere dini ve dini ilkeler ışığı altında ele alınan konuların iletilmesinde ve davranışlara yön vermesinde bilgilendirici, ikna edici ve motivasyon sağlayıcı etkisi olmasındandır. Müslümanlarca ifası farz olan yani yerine getirilmesi dinen zorunlu olan cuma namazının ayrılmaz bir parçası olarak hutbe sayesinde, dini mesajların iletilmesi için büyük bir fırsat yakalanmış ve değerlendirilmesi gereken önemli bir imkân elde edilmiş olur.

Bu çalışmamızda, iletişim, dini iletişim ve bu bağlamda hutbe ile hutbenin fonksiyonel unsurları üzerinde durulmak istenmiştir. Çalışma iki bölüm de değerlendirilmiş ve giriş bölümünde araştırmanın problemi, amacı, önemi, sınırlılıkları, yöntemi belirtilerek daha çok metodoloji bilgisi verilmiştir.

Birinci bölümde; iletişimin tarifi, unsurları, çeşitleri, becerileri ve engelleri ile dini iletişimin mahiyeti, ilgili kavramlar, dini iletişimde bulunma zorunluluğu, unsurları ve faaliyetleri şekilleri ele alınmıştır. İkinci bölümde ise; esas konumuzun muhtevası verilerek, araştırmamızın sınırları çerçevesinde dini iletişimde hutbe ve unsurları ana hatlarıyla değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmanın oluşmasında emeği geçen başta danışman hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Sezai KÜÇÜK bey'e ve katkılarından dolayı hocam Doç. Dr. Recep KAYMAKCAN beyefendiye, ayrıca desteğini esirgemeyen eşime teşekkürü bir borç bilirim.

Kasım KOCAMAN
26.06.2007

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iv
ÖZET	v
SUMMARY.....	vi
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1: İLETİŞİM VE DİNİ İLETİŞİM.....	6
1.1. İLETİŞİM.....	6
1.1.1. İletişimin Tanımı.....	6
1.1.2. İletişimin Unsurları.....	8
1.1.2.1. Kaynak.....	9
1.1.2.2. İleti (Mesaj).....	10
1.1.2.3. Kanal.....	11
1.1.2.4. Hedef.....	11
1.1.2.5. Ortam.....	13
1.1.3. İletişim Çeşitleri.....	13
1.1.3.1. Sözel İletişim.....	14
1.1.3.2. Sözsüz İletişim.....	17
1.1.3.3. Sözsüz İletişim Araçları.....	18
1.1.4. İletişim Becerileri.....	21
1.1.5. İletişim Engelleri.....	24
1.2. DİNİ İLETİŞİM.....	26
1.2.1. Dini İletişimin Mahiyeti.....	26
1.2.2. Dini İletişimle İlgili Kavramlar.....	39
1.2.3. Dini İletişimde Bulunma Zorunluluğu.....	31
1.2.4. Dini İletişimin Unsurları.....	32
1.2.4.1. Dini İletişimde Kaynak.....	32
1.2.4.1.1. Kaynağın Güvenilirliği.....	33
1.2.4.1.2. Kaynağın İnanırlığı.....	33
1.2.4.1.3. Kaynağın Mesleki Bilgisi.....	34
1.2.4.1.4. Kaynağın Saygınlığı.....	35
1.2.4.1.5. Kaynağın Eğitim Formasyonu.....	38
1.2.4.1.6. Kaynağın İletişim Bilgi ve Becerileri.....	39
1.2.4.1.7. Kaynağın Genel Kültür Bilgisi.....	40

1.2.4.2. Dini İletişimde Mesaj.....	41
1.2.4.3. Dini İletişimde Kanal.....	43
1.2.4.4. Dini İletişimde Alıcı.....	48
1.2.4.4.1. Fiziki Özellikler.....	49
1.2.4.4.2. Sosyal Özellikler.....	49
1.2.4.4.3. Psikolojik Özellikler.....	53
1.2.5. Dini İletişim Faaliyetleri.....	53

BÖLÜM 2: DİNİ İLETİŞİMDE HUTBE VE UNSURLARI.....55

2.1. Dini İletişim Vasıtası Olarak Hutbenin Harici Şartları.....	56
2.1.1. Hutbenin Gerçekleştirildiği Zaman: Cuma Günü.....	56
2.1.2. Hutbenin Gerçekleştirildiği Mekân: Cami.....	58
2.2. Dini İletişim Vasıtası Olarak Hutbenin Dâhili Unsurları.....	60
2.2.1. Hutbede Kaynak: İmam-Hatip.....	60
2.2.1.1. İmam-Hatip'in Tarihi Süreçteki Fonksiyonları.....	62
2.2.1.2. İmam-Hatiplerde Bulunması Gereken Özellikler.....	63
2.2.1.2.1. Bilgili Olmak.....	64
2.2.1.2.2. Samimi Olmak.....	65
2.2.1.2.3. Şevk Ve Heyecan Sahibi Olmak.....	65
2.2.1.2.4. İletişim Kurabilecek Olgunluğa Sahip Olmak.....	66
2.2.1.2.5. Konuşma Tekniğini Bilmek.....	66
2.2.1.2.6. Kıyafetin Uygun ve Vücutun Bakımlı Olması.....	68
2.2.2. Hutbede Mesaj.....	69
2.2.2.1. Hutbede Konu (1927- 2005 Örneği).....	70
2.2.2.2. Hutbede İçerik.....	88
2.2.2.3. Hutbenin Süresi.....	89
2.2.3. Hutbede Kanal.....	90
2.2.3.1. Hutbede Sözel Dil.....	91
2.2.3.2. Hutbede Beden Dili.....	95
2.2.4. Hutbede Hedef Kitle: Cemaat.....	100
2.2.4.1. Cemaatin İhtiyaçları.....	102
2.2.4.2. Cemaatin Sorumluluğu.....	104
2.2.4.2.1. Hutbe Öncesindeki Sorumluluğu.....	105
2.2.4.2.2. Hutbe Esnasındaki Sorumluluğu.....	107

SONUÇ VE ÖNERİLER	109
KAYNAKÇA.....	115
ÖZGEÇMİŞ	124

KISALTMALAR

AKMB	: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı
AÜ	: Ankara Üniversitesi
AÜAF	: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi
AÜİF	: Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi
bs.	: Basım, baskı
c.	: Cilt
çev.	: Çeviren
DİA	: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi
DİB	: Diyanet İşleri Başkanlığı
diğ.	: diğerleri
H.z.	: Hazreti
İFAV	: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı
İSAM	: İslam Araştırmaları Merkezi
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
sav	: Sallallahu Aleyhi Vesellem
s.	: Sayfa
sy.	: Sayı
TDV	: Türkiye Diyanet Vakfı
trc.	: Tercüme, tercüme eden
ts.	: Tarihsiz
TTK	: Türk Tarih Kurumu
TTV	: Tarih ve Tabiat Vakfı

Tezin Başlığı: Dini İletişimde Hutbe	
Tezin Yazarı: Kasım Kocaman	Danışman: Yrd. Doç. Dr. Sezai KÜÇÜK
Kabul Tarihi: 26 Haziran 2006	Sayfa Sayısı: VII (ön kısım) + 124 (tez)
Anabilim Dalı: Felsefe ve Din Bilimleri	Bilim Dalı: Din Eğitimi
<p>İletişim, bir kaynaktan, bir hedefe çeşitli kanallar yoluyla yöneltilen bilgi, duygu, düşünce ve tutum şeklindeki mesajların transferini ifade eden ve bu mesajların hedef tarafından algılanıp, neticesinde de yeni bir tutum ve davranış edinmeyi, var olan olumlu tutum ve davranışları pekiştirmeyi, olumsuz olanları değiştirmeyi amaçlayan bir etkileşim ve paylaşım sürecidir. Din alanında ise bu belirtilenler dini iletişimi ifade etmektedir. Dini iletişimin yapıldığı faaliyetlerin başında ise hutbe gelmektedir. Hutbenin, dini mesajların geniş halk kitlelerine etkin ve başarılı bir şekilde iletilmesinde gereğince değerlendirilmediği yapılan çalışmalar ortaya koymuştur. Ancak İletişim ve dini iletişim ekseninde hutbenin başlı başını bir çalışmaya konu olmadığı da görülmektedir.</p> <p>Bu bağlamda çalışmanın konusu, dini iletişim faaliyeti olarak hutbenin gerçekleştirildiği zaman ve mekân, kaynak kişisi İmam-Hatip, mesaj, kanal ve hedef kitle çerçevesinde, iletişim ekseni şekillenmiştir.</p> <p>Bu konuların araştırılmasında kaynak taramasının yanında kısmen de olsa şahsi gözlemlerimiz dikkate alınmıştır. Kaynak tarama yöntemiyle iletişim, dini iletişim, sosyal psikoloji, din eğitimi gibi sosyal disiplinler ile başta hadis olmak üzere diğer temel İslam bilimleri kaynaklarından da istifade edilmiştir.</p> <p>Kitlelere dini mesajların iletiminde, hutbenin kutsal bir zamanda ve mekânda etkin bir dini iletişim faaliyeti olması için kaynak kişi konumundaki İmam-Hatibin mesleki bilgiye, ahlaki vasıflara, eğitim formasyonuna, genel kültür bilgisine ve iletişim tekniklerini uygulama becerisine sahip olması gerekir. Bu gün hutbe konularını İmam-Hatiple belirlememektedir. Bu konuda onların, olabildiğince edilgenlikten kurtarılması faydalı olacaktır. Hutbe konularının zamana göre içeriklerinin yenilenmesi gerekir. Nitekim 1927 ve 2005 yılı hutbeleri bunu göstermektedir. Ancak bu yıllardaki hutbe konularında Diyanetin misyonu gereği siyasi ve muamelatla ilgili konulara hiç yer verilmemiştir. İtakad ve ibadetle ilgili konuların azlığı ise dikkat çekmektedir. Ahlaki ve sosyal içerikli hutbelerin sayısı bir hayli fazladır. Bu arada 2005 yılındaki hutbelerin yaklaşık yarısı önemli gün, gece, hafta ve aylara güncelliği sağlanmaya çalışılan hutbelerdir. 1927 yılında ise Cumhuriyetin ilk yılları olması hasebiyle muhtevalarının çalışma, kazanma ve kalkınmayla ilişkilendirildiği hutbelerin sayısı oldukça fazladır. Hutbede mesajın tespit ve şekillendirilmesinde, hedef kitlenin bireysel, psiko-sosyal, kültürel ve coğrafi özellikleri dikkate alınarak, probleme/ihtiyaca yönelik, cemaat odaklı bir yaklaşımın benimsenmesi, etkin iletişim açısından önemlidir. Hutbenin kağıttan okunması mecburi kılınmıştır. Hutbenin sunulmasında sözlü ve sözsüz iletişim kanallarına, özellikle sesin ve beden dilinin kullanımına ağırlık verilerek, hutbeyi kağıttan okumanın dezavantajları da dikkate alınarak, gerçek bir iletişimin sağlanması için kılavuzlu konuşma yöntemi denenebilir. Hutbeyle gerçekleştirilecek dini mesaj iletiminde, imam-hatibin iletişim becerisi, hutbe konusunun cemaatin özellikleri ve problemlerine göre belirlenmesi ve içerik kazandırılması kadar, cemaatin de etkin dinleme ve algılama başarısını göstermesi gerekir. Dolayısıyla verimli ve başarılı bir iletişim gerçekleştirilmesi bakımından cemaatin de yerine getirmesi gereken sorumluluklarının olduğu göz ardı edilmemelidir.</p>	
Anahtar Kelimeler: İletişim, Dini İletişim, Hutbe	

Title of Thesis: Khutbe in the Religious Communication

Author: Kasım Kocaman

Supervisor: Asist. Prof. Dr. Sezai KÜÇÜK

Date: 26 June 2006

Nu. of pages: VII (pre text) + 124 (main body)

Department: Philosophy and Religion Sciences **Subfield:** Religious Education

The communication is an interaction and share process that expresses the transmission of a message via several ways such as information, feeling, thinking and attitude from a source to an aim, that allow to acquiring new attitudes and behaviours as a result of the perception of the messages by the receivers, that aims at strengthening the negative ones. In religious area, the transmission of religious feeling, thoughts and behaviours is expressing the religious communication, and the khutbe comes at the first place in the means of religious communication. It is wished that the khutbe becomes an efficient communication action. However, the studies made had brought up that the khutbe is not communicated to a wide population mass efficiently and successfully. It is also remarked that in the axial of communication and religious communication, the khutbe is not a matter in itself.

In the context, the subject of the study indicates the religious value of the place and time of the realisation of the khutbe considered as a religious communication and their importance according to the communication. Besides, the study refers to the qualities of the source of the khutbe or in other words the imam, necessary to have an efficient communication; the historical evolution of the khutbe subjects that are the messages of the khutbe, the matters to be taken into consideration during the determination and content of the khutbe subjects; the contribution of the body language additionally to the presentation of the khutbe in the communication of the message. It is also refers to the qualities, needs and responsibilities of the crowd (religious community) to have a productive khutbe.

During the researches of these matters, our personal observations, even partial, were also taken into consideration to the scanning of the sources. Via the method of social disciplines such as religious education, social psychology, religious communication, communication and other sources of fundamental Islamic science such as hadith were also used.

During the transmission of the religious messages to the receiver masses, the imam has to own ethic and Professional qualities, education formation and general culture knowledge as well as skills of communication technique applications to have an efficient religious communication of the khutbe in a place and time sacred. Beside, the determination of the subject and matter of the khutbe by the imam will be beneficial to save it from its passivity. Furthermore, in the determination and figuration of the message of the khutbe, the appropriation of an approach focused on the crowd directed towards the problem/need by taking into consideration the individual, psycho-social, cultural and geographic characteristics, is important for active communication. By taking into consideration the communication way verbal or not, especially concentration on the use of the voice and the body, and the disadvantages in reading the khutbe from the paper, it is possible to try the guide speaking system to have a real communication during the khutbe. The communication skill of the imam, the determination of the subject of the khutbe according to the problem and the characteristic of the crowd as well as its content, the success of an active listening and perception of the crowd must be showed during the transmission of the religious message realised via the khutbe. Consequently, to have a productive and successful communication, you should not undervalue the fact that the crowd has also some responsibilities to perform.

Keywords: Communication, Religious Communication, Khutbe

GİRİŞ

Araştırmanın Problemi

İnsanlar, istek ve ihtiyaçlarını, duygu ve düşüncelerini, acı ve üzüntülerini, bilgi ve becerilerini iletişim yoluyla birbirlerine iletmekte ve birbirleriyle paylaşmaktadır. Bilgi, duygu, tutum ve davranışlar olarak nitelendirebileceğimiz mesajların, değişik şekil ve faaliyetlerle, siyasi, ekonomik ve dini pek çok sahada insanlar arasında aktarılması söz konusudur. Dini sahada gerçekleştirilen iletişim de dini iletişimi ifade etmektedir. Etkin iletişimin sağlanması için iletişimle ilgili bilgi, yetenek ve kabiliyetlerin, siyasetten ekonomiye, sanattan hukuka kadar birçok toplumsal ilişkide olduğu kadar dini sahada da verimli kullanılması önemli bir husustur. Din, hayatımızın ayrılmaz bir parçası olduğuna göre dine dair bilgi, duygu, düşünce, tutum ve davranışların iletilmesi aileden okula, kitle iletişim araçlarından dini mekânlara kadar farklı ortamlarda değişik faaliyet türleri şeklinde gerçekleştirilmektedir.

Dini mesajların iletilmesi ve paylaşılması sürecinin, yoğun bir şekilde yaşandığı dini mekân denilince akla hiç kuşkusuz camiler gelmektedir. Camilerde vaaz, hutbe, cami dersleri ve yaz kursları gibi dini iletişim faaliyetleri ve hizmetleri sürdürülmektedir.

Dini iletişimin gerçekleştirildiği faaliyetler arasında, dini mesajların cami merkezli olarak, geniş bir kitleye ulaştırma imkânını sağlayanların başında ise hutbe gelmektedir. Hutbeyle etkin bir dini mesaj ulaştırmanın gerçekleştirilmesi arzu edilir bir tutumdur. Ne var ki yaygın din eğitimi alanda yapılan çalışmalarda, her ne kadar merkezlerinde hutbe yer almasa da, hutbelerle ilgili olumlu değerlendirmelerin yapılmadığı görülmektedir. Nitekim din görevlileriyle ilgili yapılan bir çalışmada, hem imamların bizzat kendilerinin hem de cemaatin, hutbeler konusundaki mesleki başarının beklenen seviyede olmadığı belirtmeleri dikkat çekicidir (Buyrukçu, 1995). Din görevlileriyle ilgili yapılan bir çalışmada da, din görevlilerinin, genellikle müftülükler tarafından okunmasını istedikleri hutbeleri cemaatleri açısından pek faydalı bulmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka araştırmanın sonucunda da imamların, okunan hutbelerin çoğunlukla Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından hazırlanan hutbeler olduğunu ve bu hutbelerinde birçok eleştiriye maruz kaldıklarını belirtmişlerdir. Yine bir çalışmada

halkın yani cemaatin, hutbelerin günün ihtiyaç ve şartlarına uygun konulardan seçilmesini istedikleri ortaya çıkmıştır. Bir araştırmada da cemaatin hutbelerden pek tatmin olmadıkları ve imamların iyi bir hitabete sahip olmaları gerektiğini ifade ettikleri tespitine varılmıştır. İmamların, cemaatle ilişkilerinde iletişim teknikleri konusunda bazı bilgi eksikliklerinin olduğu, hutbelerin hazırlanış ve sunuş yöntemlerinin yeterli olmadığı, bunun sebebinin, hutbelerin müftülük ve Diyanet tarafından mahallin istekleri dikkate alınmadan hazırlanmasından olduğu, bir diğer çalışmada ortaya konulmuştur (Köylü, 2000:228–233).

2005 yılında yapılan bir çalışmada da hem din görevlilerin hem de vatandaşların okunan hutbelerden memnun olmadığı saptanmıştır. Hutbe konularının ilgi çekici olmaması, hutbeleri uzun olması ve hatibin sunum yetersizliği gibi hususlarda din görevlileri; hutbelerin gereksiz ve bilinen konulardan oluştuğu şeklinde gibi % 63'lük bir vatandaş kitlesi tarafından da eleştirilmiştir (Yılmaz, 2005). Aynı yıl yapılan bir başka çalışmada hutbe konularının vatandaşların ilgisini çekmediği, hutbelerin kısmen faydalı bulunduğu gibi sonuçlara ulaşılmıştır (Çekin, 2005).

Görüldüğü gibi hutbeler hususunda olumlu bulgulara ulaşılmadığı farklı araştırmalar neticesinde ortaya konulmuştur. Bunların başında hutbenin iletiminde kaynak kişi konumundaki İmam-Hatiplerin mesleki ve iletişim konusunda bilgi eksikliği gelmektedir. Cemaatlerini en iyi tanıyabilecek, onların istek ve ihtiyaçlarını bilebilecek olan İmam-Hatipler tarafından hazırlanmayan, hutbelerin cemaat tarafından yararlı bulunmadığı ve eleştiriye maruz kaldıkları saptanmıştır. Ayrıca İmam-Hatiplerin hitabet tekniklerini veya iletişim becerileri yönünden yetersiz oldukları söz konusudur. Bu ve benzeri sonuçlara yaygın din eğitimi sahasında yapılan ve konusu başlı başına hutbe olmayan araştırmalar neticesinde ulaşılmıştır.

İletişim eksenli bir çalışmaya hutbenin konu olduğu görülmemektedir. Oysa hutbe aynı zamanda iletişim alanı olarak bir dini iletişim faaliyetidir. Bizler bu noktayı göz önünde bulundurarak, iletişim ve dini iletişim bağlamında hutbenin, özellikle Hz. Peygamber dönemindeki pratikler ile bu günkü uygulamalara da atıflar yaparak hutbenin unsurlarını bir problem olarak, temel kaynaklar ile iletişim ve dini iletişim sahasındaki çalışmalar ışığı altında başlı başına değerlendirilmesi gerektiğini düşünüyoruz.

Bu bağlamda hutbenin irad olunduğu zamanın dini değeri ve bunun iletişim açısından önemi, yine hutbenin icra edildiği mekân olarak caminin tarihi gelişimi ve fonksiyonlarını; bir din iletişimcisi olarak İmam-Hatiplerin sahip olması gerek vasıfları ve İmam-Hatipliğin tarihi gelişimini; hutbede mesajın mahiyetini; Hz. Peygamberden günümüze hutbede genel olarak hangi konulara yer verildiğini ve bunun tarihi gelişimini; hutbe konusunun belirlenmesinde nelerin göz önünde bulundurulması gerektiği işlenmeye çalışılmıştır.

Ayrıca hutbede kullanılan iletişim kanallarının etkin iletişim açısından değerlendirilmesi ve hutbenin hedef kitlesinin mahiyeti incelenmeye tabi tutulmuştur. Bunların yanı sıra hutbede mesaja muhatap olan hedef kitlenin/cemaatin sorumluluklarının belirlenmesine gidilmiştir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmayla, iletişim ve dini iletişim ekseninde hutbenin kaynak kişisi, konusu, konu içeriği, alıcısı ile hutbenin sunulduğu zaman ve mekân bakımından ortamının, otantik bilgi ve belgeler ile modern iletişim yaklaşımları açısından değerlendirmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda hutbenin etkin ve verimli bir dini iletişim faaliyeti olma noktasında katkı sağlamak ta hedeflenmiştir. Zira hutbenin dini duygu, dini düşünce ve dini bilgilerin diğer bir deyişle dini mesajların geniş bir halk kitlesine ulaştırılmasındaki etkinliği çok fazladır. Bunu gerçek anlamda iletişim bakımından etkinliğe dönüştürmek, hutbeyi oluşturan unsurların verimli ve başarılı bir şekilde iletişim sürecinde değerlendirilmesiyle olacaktır.

Hatta hutbede işlenen konuların Avrupa Birliği diplomatları tarafından dahi izlendiğini görmekteyiz (Zaman Gazetesi, 26 Mart 2005). Dolayısıyla böyle bir etkin dini iletişim faaliyetinin iletişim açısından ele alınması faydalı olacağı düşüncesindeyiz. Hutbenin merkeze alınmak suretiyle, iletişim bağlamında yapılan çalışmaların olmaması, bizce bu araştırmayı önemli kılmaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmamızda hutbeyle ilgili temel kaynaklar ile yakın zamanda yapılmış iletişim ve dini iletişim sahasında yapılmış araştırmalara dayalı olarak kaynak tarama yöntemi çerçevesinde bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır.

Önce iletişimle ilgili kaynaklara ulaşılarak, birinci bölümün ilk kısmında iletişim kavramı, iletişimin unsurları, iletişim becerileri ve iletişim engelleri genel hatlarıyla irdelenmiştir. Hutbede kullanılan yöntemin anlatım (takrir) ve bununda kâğıttan okuma şeklinde gerçekleştirildiği gerçeğinden hareketle, bir iletişim çeşidi olarak sözsüz iletişim ve unsurlarına kısmen daha fazla yer verilmeye çalışılmıştır.

Yine birinci bölümün ikinci kısmında iletişimin yaşandığı alanlardan en önemlilerinden biri olarak kabul ettiğimiz dini iletişim, geniş bir şekilde ele alınmıştır. Bu bağlamda dini iletişimle ilgili kaynaklar temel alınmak suretiyle, dini iletişimin mahiyeti, kavramları, dini iletişimde bulunma zorunluluğu, unsurları ve dini iletişim faaliyetleri irdelenmiştir. Birinci bölümde iletişim ve dini iletişimin geniş bir biçimde değerlendirilmesiyle, iletişim açısından hutbenin ve unsurlarının incelenmesine zemim oluşturulmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde tarihi kaynaklar ve iletişim ile dini iletişimde yapılan çalışmalarla birlikte hutbenin gerçekleştiği zaman ve mekân olarak cuma günü ve cami kapsamında Cuma gününün dini önemi ve bunun iletişim açısından değerinden, yine caminin Müslümanlar için önemi ve geçmişten günümüze genel olarak camilerde icra delen faaliyet alanlarına değinilmiştir. Cuma günü ve cami iletişim sureci göz önünde bulundurularak hutbenin harici şartları başlığı altında sınıflandırılmıştır.

Tarihi gelişimi, fonksiyonları ile sahip olması gereken özellikler açısından kaynak kişi konumundaki imam-Hatibin durumu değerlendirilmiştir. Konusu, içeriği ve irat edilme süre bakımından hutbede mesajdan bahsedilmiştir. Hz. Peygamber zamanından özellikle Osmanlının son zamanları ile Cumhuriyet döneminde hazırlanan ilk Türkçe hutbe kitabındaki hutbeler (1927) ve geçen sene (2005) hazırlanmış hutbe konularına ve muhtevalarına, hutbe konularının zamana göre nasıl değiştiği anlamak açısından daha fazla incelemeye tabi tutulmuştur.

Sözel dilin yani kelimelerin ve beden dilinin (ses tonlanması ve vücut hareketleri) bağlamında hutbenin sunulmasını ifade eden kanal konusu ele alınırken, bilhassa beden dilinin kullanılması noktasında Hz. Peygamberin uygulamalarından örnekler verilmeye çalışılmıştır.

Özellikleri, ihtiyaçları ve hutbe öncesi ve sonrasında yerine getirmeleri gereken sorumlulukları çerçevesinde hedef kitle/cemaat incelenmeye çalışılmıştır. Bu sayılan hutbenin kaynağı, mesajı, kanalı ve hedef kitlesi de iletişim süreci işleyişi düşünülerek dâhili (içsel) temel unsurlar olarak değerlendirilip, ele alınmıştır.

BÖLÜM 1: İLETİŞİM VE DİNİ İLETİŞİM

1.1. İLETİŞİM

1.1.1. İletişimin Tanımı

Bütün varlık türlerini içine alan organizmalar için anlamlı olan ve böylelikle onların davranışlarını etkileyen mesajlardan oluşan, elektrik mühendisliğinden biyolojiye, antropolojiden siyaset bilimine, psikolojiden eğitime daha pek çok ilmi disiplinde yeri ve önemi olan ancak daha çok insanların kendi aralarındaki bilgi alış verişini veya bilgi paylaşımını ifade etmek için kullanılan iletişim nedir?

Bir tanıma göre iletişim, bir kaynaktan, bir hedefe yöneltilen, tutum ve davranış değiştirme amacını taşıyan, her türlü etki gayesini içeren bir haberleşme faaliyeti olarak karşımıza çıkmaktadır (Kağıtçıbaşı, 1999:175).

Burada konumuza açılım kazandıracağını düşünerek farklı kaynaklardaki, değişik iletişim tanımlarını vermekte fayda görüyoruz.

İletişim katılanların, bilgi/sembol üreterek birbirlerine aktardıkları (ilettikleri) ve bu iletilenleri anlamaya ve yorumlamaya çalıştıkları bir anlamlandırma sürecidir (Dökmen, 2002:19).

İletişim, iki kişi veya kişilerin sürekli bir mesaj alışverişi şeklinde, konuşanın mesaj gönderdiği, dinleyenin bu mesaja tepkide bulunduğu; bu tepkiye bir cevabın verildiği, bu cevabın karşılığının alındığı böylece sürüp giden psiko-sosyal bir etkileşim sürecidir (Cüceloğlu, 2004:13,23).

İletişim, insanlara ait, sembollerin kullanıldığı cevap gerektiren karşılıklı bir oluşumdur. Buna göre iletişim insanlarla ilgili bir oluşumu, karşılıklı (yüz yüze) bir etkileşimi, anlık gelip geçici olmayan karşılıklı devam eden bir süreci, jest, mimik, beden dili, kelimeler gibi sembollerini ifade eden bir kavramdır (Şirin, 2003:104-105).

Bir başka tanımda da iletişim kısaca şöyle ifade edilmiştir. “İletişim anlamın transferidir.” (Uluser; 2003:59).

Anlamın transferi de duygu, düşünce ve bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması şeklinde olur. Aktarma sürecinde mesajı veren kişi ile alan kişi arasında psiko-sosyal bir ilişki söz konusudur (Baltaş ve Baltaş, 2004:34-35).

İletişim belli bir süreç yapısına sahiptir. İletiler (mesajlar), kaynak (verici)den çıkar, belli oluklar (kanal) vasıtasıyla hedefe (alıcı) ulaşır. İletiyi alan hedefte bazı değişiklikler ve buna bağlı olarak da bir takım değişiklikler oluşur. Bu asamadan sonra, ilk iletiyi gönderen kaynağın daha sonra göndereceği iletileri düzenlemekte yararlanacağı, alıcıdan kaynağa bir yansıma (tepki) yollanır. Bu durum iletişim olgusunun yapısında bir süreç niteliğinin varlığına işaret eder (Yüksel, 2003:3).

Bu sürecin verimliliği, etkileyici iletişimi doğurur. Etkileyici iletişim hususunda da iki tez ortaya konulmuştur. Bunlardan birincisi “mesajı öğrenme tezi”dir ki bu çerçevede davranışçı yaklaşım, etkileyici iletişimi, öğrenme kuramı merkezinde, tutum öğrenme ya da yeniden öğrenme (tutum değiştirme) süreci olarak değerlendirmiştir. Bu tutum değiştirme sürecinde kendi içinde birkaç süreçten oluşur: gönderilen mesaja dikkat etmek; mesajı anlamak; mesajı kabul etmek. Burada her sürecin oluşumu, kendinden önceki sürecin gerçekleşmesine bağlıdır. Ne var ki mesaja dikkatimizi vermemiz ve anlamamız onun kabul edileceği anlamına gelmez, daha başka faktörler de mesajın kabullenilmesini etkiler (Kağıtçıbaşı, 1999:176).

Etkileyici iletişimdeki tutum değiştirme sürecinde şu dört faktör önemlidir. a- mesajın kaynağına ait özellikler, b- iletiyle (mesaj) ilgili özellikler, c- hedef (alıcı)e ait özellikler, d- ortama ait özellikler. Temelde bir kişi veya grup (kaynak), bir mesajı, belli bir ortamda bir başka kişi veya grup (alıcı)un tutumunu değiştirmek amacıyla nasıl iletiyor? Kısaca kim, neyi, kime ve nasıl iletiyor?

Etkileyici iletişim karşısında insanların tutumlarını neden değiştirdikleri sorusuna cevap arama gayreti, ikinci tez olan “bilişsel tepki tezini” doğurmuştur. Bu tezde kişi (alıcı) ikna sürecinde aktif rol alan biri olarak kabul edilmiştir. İkna etmeninde biri “merkezi” diğeri de “çevresel” olmak üzere iki yolu vardır. Eğer kişi (alıcı, hedef), mesaj (ileti)ı dinleme ve mesaj hakkında düşünme yolunu seçiyorsa ikna, merkezi yoldan gerçekleşir. Bu durumun tersine kişi (alıcı, hedef), mesaj üzerinde düşünmek istemiyor veya her hangi bir nedenden ötürü düşünemiyorsa konunun ilgisini çekmemesi gibi, ikna çevresel yoldan gerçekleşir. Bu ikna sürecinde çok az zihni (bilişsel) gayret sarf edilir ve tutum

değişikliği mesajı sunanın prestiji, güvenilirliği, hoş gider olması veya mesajın sunulma şekli v.b. çevresel şartlara bağlıdır (Kağıtçıbaşı, 1999:178-179). Kısaca neyin denildiği değil, kimin nasıl dediği önemlidir. Toplumumuzda daha çok etkileyici iletişim sürecinde çevresel şartlara bağlı ikna yolunun etkili olduğunu söyleyebiliriz.

İletişim bir sosyal etki olgusu olarak kaynak, mesaj (ileti), hedef ve ortam ana unsurlarından oluşur. Bunların her birinin özellikleri hem ayrı ayrı hem de birbirleriyle etkileşim içinde iletişimin etkinlik derecesini belirlerler (Kağıtçıbaşı, 1999:183).

“İletişimin ana amacı anlayarak kavramak” (Batlaş ve Baltaş, 2004:20) olmakla birlikte, ayrıca dinleyicide yeni bir tutum geliştirmek veya hedef kişi veya kitlede var olan tutumun şiddetini artırmak yahut da alıcı (hedef)nın sahip olduğu tutumu değiştirmek gibi gayelerini de saymamız mümkündür (Kağıtçıbaşı, 1999:180).

1.1.2. İletişimin Unsurları

İletişim esnasında nakledilen mesajın, kişinin psiko-sosyal yaşantılarından oluştuğu; kişilerin birbirlerine bilinçli veya bilinçsiz olarak iletmek istedikleri duygu, bilgi ve düşüncelerini aktardıkları, bir süreci kapsayan iletişim sisteminde kaynak, ileti (mesaj), hedef ve ortam ana unsurları yer almaktadır (Kağıtçıbaşı, 1999:183). Bir başkan kaynakta da iletişimin dört ögesi ileten, iletilen, ileti ve oluk (kanal/iletiş biçimi) şeklinde sıralanmıştır (Selçuk, 2002:110). Biz bu iki ayrımı göz önünde bulundurarak iletişimi unsurlarını kaynak, ileti, kanal, hedef ve ortam başlıkları altında değinmeye çalıştık.

1.1.2.1. Kaynak

İletişim sürecinde, iletişimi başlatma konumundaki kişiye denir. Bu kişiye verici de denilmektedir. Çünkü o, herhangi bir durumda diğer insanlara bilgi, düşünce ve duygularını hatta yaşantılarını aktarma girişiminde bulunur (Baltaş ve Baltaş, 2004:27).

Kaynak kişiye verici denilmesinin yanı sıra ileten, konuşmacı, raportör, satıcı (Açıkgöz, 2004:63) ve gönderici (Cüceloğlu, 2004:72) gibi isimler de verilmektedir.

Kaynak konumundaki kişinin, etkileyici bir iletişim kurabilmesi için iletişim sürecinde yer alan iletişim becerilerini göstermesi gerekir. İletişim sözle gerçekleşiyorsa iyi söyleyiş, sözcük zenginliği, iyi cümle kurulması, uyumlu söz dizimi, gerekli ve uygun

sözcüklerin seçilmesi gerekir (Yüksel, 2003:7). Ayrıca sözsüz iletişimi ifade eden jest, mimik ve diğer beden hareketlerinden oluşan vücut dilini de kullanma becerisini gösterebilen verici, yoğun ve etkin bir biçimde alıcının daha çok duyusuna ulaşabilir. Çünkü bir iletişimin oluşturulmasında kelimelerin % 10, ses tonunun % 30 ve beden dilinin % 60 rol oynadığı saptanmıştır (Baltaş ve Baltaş, 2004:31).

Başarılı bir iletişim sürecinin başlatılması ve sonuçlandırılmasında kaynağa ait özelliklerin dikkate alınması gerekir. Kaynakla ilgili özellikleri ise şöyle sıralamamız mümkündür.

a- İnanırlılık: Yapılan araştırmalar inanılır kaynaktan gönderilen mesajların hedef kişi üzerinde daha fazla tesir yaptığını, tutum ve davranış değişimine neden olduğunu ortaya koymuştur. İnanırlılık özellikle iki faktörle ilintilidir. Bunlarda uzmanlık veya saygınlık (prestij) ve güvenilirliktir (Kağıtcıbaşı, 1999:184).

a.a. Uzmanlık veya Saygınlık (prestij): Kaynağın bilgi birikimi ve deneyiminin yoğun olduğu konularda iletişimde bulunması onun saygınlığını artıracığı gibi etkili bir iletişim kurmasına da imkan verecektir. Çünkü yüksek saygınlığı olan kaynaktan gönderilen ileti (mesaj) daha kolay kabul edilmektedir. Kaynağın saygınlığı ne kadar yüksekse inanırlılığı da o kadar çok olacaktır. Bu da kaynağın bilgi ve deneyim sahibi olduğu konularla ilgili iletişim kurma sürecinde yaşanır. (Yüksel, 2003:7)

a.b. Güvenirlik: Kaynak kişi iletişim kurduğu konuda ne kadar uzman olursa olsun güvenilir olma özelliğine sahip değilse etkileyici bir iletişimin sağlanması imkansız gibidir. İletişim kuran kaynak, çıkarıcı bir iletişim yapmazsa ve de iletişimden kişisel çıkar sağlamadığı dinleyici (hedef, alıcı) tarafından düşünülürse, bu hal iletişimin etkisini artırır (Kağıtcıbaşı, 1999:186-187).

b. Sevilen ve Beğenilen Olma: İletişim konusunda teknik bilgiler ve beceriler lüzumlu olmakla birlikte tek başlarına yeterli değildirler. İletişim bilgi ve becerilerinin geri planında gönül zenginliği, sevgi, anlayış, hoşgörü, nezaket, kibarlık ve diğer güzel ahlak özellikleri olması gerekir. Bu bağlamda “İnsan iletişimi, hem kafa hem de gönül zenginliği ister: Biri olmadan diğerinin etkinliği yoktur” ifadesi çok dikkat çekicidir (Cüceloğlu, 2004:15).

İletişim becerilerine ve gönül zenginliği, sevgi ve hoşgörü gibi diğer ince duygulara haiz olup bunları iletişim öncesinde, esnasında ve sonrasında yansıtmak, kaynak kişinin sevilmesini ve hoşça gidilmesini sağlar. Hatta sevilen bir kişi olmak, kendi başına bir etken olabilmektedir.

Etkin iletişimin sağlanıp sağlanmamasında, kaynağın zihni, ruhi ve fiziki durumu gözden geçirilmelidir. Bunları genel hatlarıyla şöyle sıralayabiliriz. Kaynağın eğitilmiş veya eğitimsiz, içten veya yapmacık, güvenilir veya güvenilmez, inanılır veya inanılmaz, geçmiş ve şimdiki, öznelci veya nesnelci, araştırmacı veya yorumcu, nevi şahsına münhasırlığı, yalancı, ilkesiz, çıkarıcı, ahlaki zayıflık, zihni ve kişilik zafiyeti, disiplinli ve uzman olup olmadığı gibi hususiyetler kaynak tarafından başlatılan iletişim sürecinde iletilen mesajın, alıcı(hedef) yönünden anlamlı bulunup davranış değiştirici ve tutum pekiştirici olarak kabul edilmesinde önemli rol oynamaktadır (Açıköz, 2005:32).

1.1.2.2. İleti (Mesaj)

İletişim sürekli bir mesaj alış verişini ifade eder. Burada iletenin, ne söylediğine dikkatimizi çeviriyoruz. Bu söylene de mesaj denir. Mesaj kaynağın sahip olduğu muhtevanın bir süreçten geçmiş halidir (Cüceloğlu, 2004:70).

Kaynaktaki mesajın muhtevası, duygusal ve akli olabilir. İletişim konusu, dinleyiciye ne kadar yakınsa, ona daha ilgi çekici gelir. Genellikle aynı iletişim içinde duygusal ve akli taraflar bir arada görülse de insanlar ilgi duydukları konularda daha duygusal olurlar (Kağıtcıbaşı, 1999:198-200).

Mesajlar sözlü olabildiği gibi el kol hareketleri, yüz ifadeleri gibi vücut hareketleri şeklinde sözsüz mesajlarda olabilir. Sözsüz mesajlar (aynı zamanda mimikler gibi kanallar) duygusal konuları, sözlü mesajlar (aynı zamanda kelime gibi kanallar) da akli konuları daha iyi, dolaysız ve etkili bir biçimde ifade ederler (Cüceloğlu, 2004:69-70).

Mesaj (ileti)la ilgili iki husus dikkati çekmektedir. Mesajın dili ve mesajın içeriğidir.

Mesajın dilinden anladığımız sadece konuşulan dil değildir. İnsanlara anlamlı gelen ve iletinin ulaştırılmasında yararlanılan her hangi bir koddur. Türkçe gibi diller kod olduğu gibi bunun dışındaki jest ve mimikler gibi beden hareketleri de birer koddur. Mesajın kod dili hususunda dikkat edilmesi gereken şey kod dilinin, “etkin ve sağlıklı anlamda

bir iletişimin gerçekleşmesi için, ileti (mesaj) dilinin hem kaynak hem de alıcı açısından net ve anlaşılır bir yapı taşıması”dır (Yüksel, 2003:8-9).

Mesajın iletişimde, işlenecek düşünce, duygu ve bilgilerin kısacası muhtevanın seçilmesi ve de mesajın muhtevasının nasıl işleneceği önemli bir husustur. Mesaj açık ve seçik bir şekilde seçilip, iletilmesi istenen hedefin özelliklerine göre anlaşılır hale getirilmesi gerekir. Hedef (alıcı)in içtimai ve iktisadi konumu, eğitim seviyesi, mensubu olduğu cemaat ve cemiyetin yapısı, örf ve ananevi değerler karşısındaki tutumu ve diğer özellikleri dikkate alınarak hazırlanan mesajın yer aldığı iletişim sürecinin başarıya ulaştırılması kaçınılmazdır (Yüksel, 2003:8-11).

1.1.2.3. Kanal

İletişimde iletiyi/mesajı kaynaktan alıcıya/hedefe götüren unsura kanal denir. Kanal aynı zamanda oluk ve araç olarak da isimlendirilmektedir. Kaynağın mesajının alıcıya (hedefe) ulaşması için, diğer söylemle iletiyi kaynaktan alıp, paylaşması istenene iletebilmek için mutlaka bir kanala (oluğa) ihtiyaç vardır (Yüksel, 2002:11).

İletişim kanallarını kişiler arası iletişim kanalları (araçları) ve kitle iletişim kanalları (araçları) olarak sınıflandırmak mümkündür. Kişiler arası iletişim kanalları kaynak ile hedefin yüz yüze gelmesi durumunda, söz, yazı, resim, fotoğraf, hareket bağlamında; kitle iletişim kanalları, kaynak tarafından kodlanan bir iletinin, televizyon, radyo, film vb. gibi kitle iletişim araçları bağlamında söz konusudur. Ayrıca iletişim kanallarını beş duyu (görme, duyma, dokunma, tatma, koku alma) uzuvlarına göre sınıflandırılmaktadır. Alıcı, kod açmayı beş duyusunu kullanarak gerçekleştirir. Bu bağlamda iletişim sürecinde anılan kanallardan ne kadar çoğu kullanılırsa, iletişim o derece etkili olur. Bütün bu sınıflandırmaların noktasında kanal, bir iletinin kaynaktan alıcıya ulaşmasını sağlayan araç (Yüksel, 2002:11-12); iletilen mesajı kaynaktan hedefe ulaştıran ileti biçimi (oluk) veya yoldur (Selçuk, 2002:111).

1.1.2.4. Hedef

İletişim sürecinde alıcı konumunda olan, vericinin (hedefin) kodladığı anlamı, alıp çözen ve değerlendiren, iletişim birimine veya kitlesine hedef denir (Baltaş ve Baltaş, 2004:28).

Etkili ve istenen seviyede iletişimin meydana gelmesi için hedefin sosyal konumu, düşünce yapısı, inanç ve tutumları, ekonomik seviyesi, ilgi ve ihtiyaçlarının bilinmesi ve de göz önünde bulundurulması gerekir. Bunları bilmek kaynağa iletişim sürecinde yapılması gereken değişiklikleri yapma fırsatı verdiği gibi verimli bir iletişim sürecinin başarıya ulaşma ihtimalini de artırır.

İletişim sürecindeki tesirleri bakımından hedefin bazı özelliklerini belirtmekte fayda vardır.

a. Bağlanma (taahhüt): Hedefin herhangi bir tutuma veya inanca çok kuvvetli bir şekilde bağlanması, iletişim neticesinde umulan davranış değiştirmeyi doğurmayabilir. Kesin inançlı insanlarla iletişime girmek zor olduğu gibi büyük bir ihtimalle de böyle kişileri tavırlarından vazgeçirmekte mümkün olmamaktadır. Tabi burada kaynağın güvenilir ve inanırlığını da dikkate almak gerekir.

b. Kendine Güven: Hedefin kendine güvenen kişilik özelliğine sahip olması, iletişimin başarısını etkileyecektir. Kendine güveni yüksek olan kişi kendi inanç ve tutumuna ters gelecek bir mesajı reddetme veya dikkate almama eğiliminde olacaktır.

d. Zeka ve Eğitim: Zeka ve eğitim düzeyi yüksek olan kişiler, tutarsız, mantıksız veya basit iletişimden, zeka ve eğitim seviyesi düşük olan kimselerden daha az etkilenmektedirler. Burada iletişim sürecinin kaliteli olması önemli bir faktördür. Eğitimli insanlar iletişimin içeriği ne olursa olsun iletişimin mantıki yapısına önem verebilmektedirler.

e. Cinsiyet Farkı: Yapılan araştırmalar kadınların erkeklere nazaran iletişimden daha fazla etkilendiklerini ortaya koymakla birlikte yapılan araştırmaların erkekler tarafından yapılmasının ve toplumsal beklentilerin böyle bir sonucu doğurduğuna dair görüşler de ileri sürülmektedir.

f. Yaş: Yapılan bir araştırmaya göre iletişim süreci sonunda en fazla tutum ve davranış değişikliği, 18-25 yaşları, bunun arkasından da 25-36 yaşları arasındaki kişilerde görülmüştür. 37-83 yaş grubundaki kişilerde anlamlı bir tutum değişikliği görülmemiştir (Kağıtçıbaşı, 1999:202-209).

1.1.2.5. Ortam

Her iletişim bir ortam içinde oluşur. Bu ortamın psikolojik, sosyolojik ve fiziki özellikleri gönderilen mesajın yorumlanmasını büyük ölçüde etkilemektedir. İletişim ortamını birkaç alt başlıkta incelememiz mümkündür.

a. Kişilere Bağlı Özellikler: Kişilerin yaş, cinsiyet ve sosyal mevki bakımından ne tür ilişki içersinde oldukları iletişimi önemli derecede etkilemektedir. İnsanlar sayılan özelliklere göre birbirlerine hitap ederler. İletişimin türü içeriğin, yani kullanılan kelimelerin anlamını tanımlar. Sosyal mevki ve yaş gibi özellikler kimin, kiminle, nerede ve nasıl konuşması gerektiği noktasında önemli olabilmektedir.

b. Sosyal Özellikler: İletişim belirli bir sosyal ortam içersinde yer alır ve bu ortamla ilgili pek çok sosyal norm, değer ve beklenti bulunmaktadır. Kaynaktan gönderilen mesaj algılanırken, etkili bir iletişimin oluşması için alıcının iletişimin oluş sosyal ortama göre cevap vermesi beklenir. Bunun gerçekleşmesi kaynağın, alıcının beklentilere uygun mesajları göndermesiyle mümkün olur. Mesajların niteliği de sosyal ortama göre şekillenir.

c. Fiziksel Özellikler: İletişimin gerçekleştiği oda, salon, sınıf, büro, cami gibi mekanların büyüklüğü ve şekli, rengi, aydınlatma derecesi, ısısı, sessiz veya tenha olması, buralarda gerçekleştirilen iletişime tesir eder (Cüceloğlu, 2004:50-62).

Görüldüğü gibi iletişim sürecinde, iletişimin gerçekleştiği mekânın fiziksel ve de bu mekânın bulunduğu mahallin kişilere bağlı ferdi ile sosyal özellikleri, mesaj alış verişini ve iletişimin verimli olup olmamasını etkilemektedir.

1.1.3. İletişim Çeşitleri

İletişim, iletişime katılanların sayısı ve gerçekleşme biçimi temel alınarak sınıflandırılmakta olup katılanların sayısına göre de iç iletişim, kişiler arası iletişim, grup iletişimi kitle iletişimi ve kültürel iletişim şeklinde bir ayrıma gidilmektedir (Dökmen, 2002: 21; Yüksel, 2003:19). Gerçekleşme şekline göre ise sözel ve sözsüz iletişim biçiminde ele alınmaktadır. Sözlü iletişim daha çok konuşma olarak veya yazı, resim, grafik, karikatür vb. yazılı biçimde gerçekleşir. Sözsüz iletişim yüz kaslarını, baş,

el, kol, ayak ve bedeni ifade eden mimik ve jestleri, renk ve giysileri kullanmakla oluşur (Yüksel, 2003:19).

Biz burada çalışmamızın seyrini de göz önümde bulundurarak kişiler arası iletişimin kapsamında değerlendirebileceğimiz sözlü ve sözsüz iletişimden ayrıntılı bir şekilde bahsetmek istiyoruz. Konuya başlamadan önce “kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu ve gönderici ve alıcı arasında zaman ve mekan birliğinin bulunduğu sosyal etkileşimli iletişimlere” (Dökmen, 2002:23-24) kişiler arası iletişim denildiğini belirtmekte fayda vardır. Ayrıca iletişim, sosyal iletişim, sosyal etkileşim ve kişiler arası iletişim terimlerinin bazen eş anlamlı kullanıldığını da belirtmek faydalı olacaktır (Dökmen, 2002:23).

Ayrıca uygulandığı alanlar göre iletişimde; askeri, siyasi, akademik, hukuki ve dini iletişim gibi bir ayrıma gitmekte mümkündür (Yüzendağ, 1964) .

1.1.3.1. Sözel İletişim

Bu iletişim türü ile daha çok konulma şeklinde gerçekleşen sözlü ve yazı, resim, grafik vb. vasıtalarla gerçekleşen yazılı iletişim kastedilmektedir.

Sözlü iletişimde konuşmanın payı büyüktür. Konuşma insanın, insani ilişkilerini sürdürdüğü en önemli ve en fazla ihtiyaç duyduğu ve istifade ettiği dil faaliyetidir. İnsanlar arası iletişim, büyük ölçüde konuşma vasıtasıyla gerçekleşir. Dolayısıyla konuşma, duygu ve düşüncelerin dil yoluyla aktarılmasıdır.

Konuşmanın iletişimdeki yeri dikkate alındığında, doğru, düzgün ve güzel konuşmanın önemi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Duygu ve düşüncelerin dil kurallarına uygun, doğru ve etkili bir biçimde anlatılması gerekir.

Konuşmanın etkileyici olması için, konuşurken sözcüklerin seçimi ve düzeni anlamına gelen ve konuşmak için sesi ve söyleyiş tarzını doğru ve etkileyici bir biçimde kullanmanın kastedildiği diksiyona diğer bir ifadeyle “söz söyleme sanatına” vurgu yapmak gerekir (Aktaş ve Gündüz, 2004: 257-260).

Bir konuşmada kim, kime, neyi söylediği önemli olduğu kadar nasıl söylediği yani konuşma tarzı da önemlidir. Söylenen söz kadar söyleyiş şekli de kıymet arz eder. Hatip gerektiğinde sesinin tonunu yükseltmeli, inişler çıkışlar yapabilmelidir. Aynı ses tonuyla

konusmasını sürdüren konuşmacının hitabındaki sözleri sanki işitilmez olur. Bunun yanında konuşmacı sesini doğal haliyle kullanarak yapmacık bir üsluptan kendisini kurtarmalıdır. Önemli kelimelere ve bazı hecelere vurgu yapmak, kelimelerin ölçülerini değiştirmek ve önemli fikirlerden önce veya sonra duraksamak, aynı şekilde kişiye konuşmasında tabilik kazandıracaktır. Bütün bunların ötesinde konuşmacının (kaynak/hatip) kalbini sözüne katması, asıl tabiliği kendiliğinden getirecek bir husustur (Carnegie, 1993:130-145).

Kaynak kişi veya hatip, konuşmasını daha etkileyici ve dinleyiciler üzerinde tesirli kılmak için söyleyeceklerini kendi duygu, düşünce ve fikirleri haline getirmelidir. Yani konuşma derinden düşünülerek içselleştirilmelidir. Özellikle başkalarına ait düşünceler, fikir ve görüşler hatip/konuşmacı tarafından benimsenip özümsemeden aktarılmaya kalkılırsa arzulanan sonucun elde edilme ihtimali düşük olacaktır. Zira hatip/kaynak başkasının ne düşündüğünü değil, kendisinin ne düşündüğünü söylemeli, sözüne kendi şahsiyetini katmalıdır (Carnegie, 1993: 31-35).

Konuşma yada anlatım tek kişiye karşı olabildiği gibi gerçekten zor olabilen ve tecrübe isteyen topluluk önünde de olur. Topluluk huzurunda yapılan konuşmalar, üstesinden gelmenin zaman ve uygulama isteyeceği bir tedirginlik ve korku yaratır. Bunun içinde öncelikle konuşma yapılacak konu üzerinde iyi bir çalışma yapılmalı, gerekli kaynaklardan bilgiler toplanma ve iyi bir üslupla sunulmaya hazır hale getirilmelidir.

Burada topluluk önünde yapılan konuşma yöntemlerinden kısaca bahsetmenin faydalı olacağını düşünüyoruz.

a. Doğaçlama (irticali) Şeklinde Yapılan Konuşma: Bu tür konuşmayı yapabilmek için iyi bir bilgi birikimine sahip hatip olmak gerekir. Bu durumda insanın unutmaya özelliğine sahip olduğunu “hafızayı beşer nisyan ile maluldür” vecizesi çok güzel bir biçimde ifade etmektedir.

b. Okuyarak Yapılan Konuşma: Bu tip konuşma dinleyici üzerinde en az etkisi olan konuşma biçimidir. Nitekim bu tür konuşmaya veya insanlara hitap etme biçimine “kâğıttan okuma” denilmiştir. Bununla birlikte herhangi bir hazır metni okumak zorunda olan kişi daha önceden metni çok okumalı ve sözcükleri kendi kelimeleri ve cümleleri haline getirebilecek bir “okuma-konuşma” bütünlüğüne ulaşmalıdır.

c. Ezbere Yapılan Konuşma: Bu tür konuşma hem metnin ezberlenmesi açısından zor hem de ağızdan çıkan kelimelere tabilik kazandırılması ayrı bir meseledir. Konuşma yapacak kişi kelimelerin anlamlarını kavrayıp kendi benliğinde yoğurmalı ve dinleyicilere anlamlı bir iletişim transferi sağlayabilmelidir.

d. Kılavuzla Yapılan Konuşma: Bu konuşma biçimi konu ve paragraf başlıklarının ve de önemli görülen kavram ve cümlelerin anlaşılır bir biçimde notlara yazılıp dikkati çekmeyecek şekilde yararlanılmak suretiyle yapılan konuşma türüdür (Gürzap, 2001:140-145). Konuşmanın hazırlanan notlardan okunması faydalı olduğu kadar bazı olumsuz yanları da vardır. Notlar, hazırlanan konuşmaya ilginin neredeyse yarı yarıya düşmesine, konuşmacı ile dinleyiciler arasındaki samimiyetin azalmasına hatta suni bir havanın oluşmasına ve bu durum da konuşmacının kendine güvenmediğini ve yeter derecede bilgisinin olmadığını düşündürür (Carnegie, 1993:61-64).

Sözel iletişimi oluşturan ikinci bir unsurda yazılı iletişimdir. Buda yazı, resim, grafik vb. vasıtalarla gerçekleşir. İnsanların duygu, düşüce ve heyecanlarını kısaca ruhlarının ve zihinlerinin ürettiği değerleri kalıcı hale getirmeleri yazıyla mümkün olmuştur. Yazılı iletişimin kalıcı olması, yazılı metnin olabildiğince kusursuz düzeyde olmasıyla gerçekleşir. Bunun için yazılı anlatımın (iletişimin) temel unsurlarına dikkat etmek lazımdır. Bunlarda imla, cümle yapısı ve noktalamayla ilgili kurallardır. İmladan maksat bir dildeki seslerin, harflerin, hecelerinin, kelimelerin ve cümlelerin belirlenen kurallar çerçevesinde doğru yazılmasıdır. Dilin yazılı ifadesinde olduğu kadar sözlü ifadesinde de anlama ve anlatmaya destek sağlayan yazı işaretleri olan noktalama işaretleri önemli vazifeler ifa eder. Bunların yazılı ve sözlü anlatımda etkinlikleri çok fazladır. Bunlar sayesinde konuşmacı nefesini kontrol etme ve daha iyi kullanma fırsatını bulur (Ağca, 2001:201-204).

Yazılı anlatımında kişinin başarılı olabilmesi için anadilini doğru ve güzel kullanmalı, hangi konuda, kimin için, ne kadar yazacağını ve ne tür malzemedden faydalanacağını bilmelidir. Bunlara dikkat etmekle beraber metnin oluşturulmasında ve kelimelerin diziliminde şahsi üslubun kullanılmasına da riayet edilmelidir. Yazılı anlatımın meydana getirilmesinde iyi bir gözlemci olmaya, çok okumaya ve hepsinden önemlisi zihni faaliyetlerimizi geliştiren ve yeni bilgilerin elde edilmesine imkân sağlayan düşünmeye

gerekli itinanın gösterilmesi gerekir. Zira bunlar yazılı ve hatta sözlü anlatımın alt yapısını oluştururlar (Aktaş ve Gündüz; 2004:61-64).

Konuşma ve yazılı anlatımda, gözlem, okuma, düşünme ve hayat tecrübelerimizle elde ettiğimiz bilgi, fikir ve duygularımızın birbirleriyle uyumlu ve belli bir düzene göre planlanması gerekir. Planlama yapılırken, yazının konusunun, amacının, izlenecek yolun ve konuyla ilgili insanların özelliklerinin göz önünde bulundurulması gerekir. Ayrıca yazılı metnin, konu içeriğini yansıtan özgün, kısa ve öz bir başlığa sahip olmasına, hedef kitleyi ve her şeyden önce kişinin kendisini ilgilendiren ve bilgisinin bulunduğu konuda olmasına dikkat edilmelidir. Yine yazılı anlatım, giriş, gelişme ve sonuç bölümlerinden oluşacak şekilde düzenlenmelidir (Aktaş ve Gündüz, 2004:67-79).

1.1.3.2. Sözsüz İletişim

İnsanlar arası iletişimde hem sözlü hem de sözsüz mesajlar (burada anlamları ifade eden sembollere ve el-kol gibi hareketlere de bir anlamda mesaj denilmiştir) birlikte kullanılır. İyi bir iletişimde sadece sözler değil, beden hareketleri ve ses gibi sözsüz iletişimi oluşturan unsurlar da yer almalıdır. Zira yüz ifadeleri, el kol hareketleri, bedenin duruş tarzı ve sesin tonu gibi sözsüz mesaj veya kanallar kullanmak suretiyle de iletişim kurulur. Bu mesaj sunumu kelimelerin ötesinde bir hususiyet taşır. Hatta sözlü ifadelerin kifayetsiz kaldığı hallerde duygu ve düşünceleri belirtmenin ve anlamının, en önemli yollarından biri, yüz ifadeleri ve vücut hareketleri olabilmektedir (Cüceloğlu, 2004:33).

Ses tonu, sesin hızı, şiddeti, hangi kelimelerin ve cümlelerin vurgulandığı, duraklamaların nerelerde yapıldığı; yüz ifadeleri, el ve vücut hareketleri, bedenin duruş şekli ve göz teması gibi sözsüz iletişim mesajları, dilin yani kelimelerin ötesinde ayrı özelliğe bir sahiptir (Dökmen, 2002:27-29).

İnsan bedenin bir bütün olarak konuşulan konuya katılması, söylenen kelimelere ve ortaya konulan fikirlere anlam ve ifade zenginliği sağlar (Baltaş ve Baltaş, 2004:68).

Sözsüz iletişimle bazı anlamlar daha etkili bir biçimde iletilebilir. Bunun yanında sözsüz iletişim, sözlü iletişimi destekler, onun akıcılığına da katkıda bulunur (Dökmen, 2002:34).

Sözsüz iletişim, duyguları ifade etmede daha çok tesirlidir. Bazı duygular etkili ve doğrudan sözsüz mesajlarla anlatılabilir. Düşünceler, sözlü iletişimle; yorgunluk ve kızgınlık gibi duygular, sözsüz iletişim unsurlarıyla daha rahat iletilebilir (Cüceloğlu, 2004:34-35):

Beden dili vasıtasıyla insanlar, duygu, düşünce, istek, ihtiyaçlarını ve ruhi zenginliklerini, diğer insanlarla paylaşırlar. Bedenlerimiz, adeta iç âlemimizi saran eldiven ve varlığımızın dışa açılan penceresidir. Duygu ve düşüncelerimizin kelimelere dökülemediği zamanlarda, bir göz teması, başın bir dönüşü, yüz kaslarımızın hareketi (mimikler) ve savunucu el kol ve bacak hareketi (jest) kelimelerden daha fazla anlam taşır.

İnsan, hayatı boyunca farkında olmadan genellikle vücut dilini kullanır. Fakat kelimelerin kontrol edilmesi gibi beden hareketleri kontrol edilemez. Duygu ve düşüncelerimizi kelimelerin arkasına gizleyebiliriz, ancak beden dilimizin arkasına gizlememiz çok zordur. Bu anlamda duygu ve düşüncelerin anlaşılmasında kelimeler yani sözlü iletişim değil, beden dilinin büyük oranda yer tuttuğu sözsüz iletişim esastır (Baltaş ve Baltaş, 2004:11-13).

Ses tonunu da beden dili kapsamında değerlendirdiğimiz takdirde bir iletişimin yapılandırılmasında, vücut hareketleri ve ses tonu % 90 rol oynarken, kelimeler ise % 10 etkiye sahiptir (Baltaş ve Baltaş, 2004:31).

1.1.3.3. Sözsüz İletişim Araçları

a. Bedenin Duruşu: Kaşımızdaki kişi yada insanlarla iletişim kurarken onlara doğru eğilmiş vaziyette olunması, el ve kollarımızın onların bulunduğu istikamete doğru uzatılması, vücut diliyle iletişime ek mesajların katılması ve muhataplara yüzün döndürülmesi onlara önem verdiğimiz anlamına gelir (Cüceloğlu, 2004:40).

Sözsüz iletişimde beden bütünü organları bir uyum içerisinde olması gerekir. Özellikle topluluk huzurunda yapılacak konuşmalarda bedenin diri olması gerekir. Kendini bırakmış ve hareketleri uyumsuz yani beden duruşu sağlıklı düzenlenmeyen kişiler, karşılarındaki hedef kitleye güven veremezler. Yapılan konuşmalarda vücut hareketlerinin sözlere, sözlerinde hareketlere uydurulmuş olması, iletişime etkinlik kazandıracaktır (Gürzap, 2001:61).

b. Yüz İfadeleri (Mimikler): Cicero, “yüz, ruhun aynasıdır” diyerek yüz ifadelerinin önemini belirtmiştir. Ayrıca insanlar nereli olurlarsa olsunlar mutluluk, şaşkınlık, kızgınlık, üzüntü, korku ve tikslenme duygularını aynı yüz ifadeleriyle yansıtırlar (Kağıtçıbaşı, 1999:219).

Yüz ifadelerine en derin anlamı kazandıranlar göz, göz ve göz çevresinde bulunan kaslardır (Baltaş ve Baltaş, 2004:49). İnsan vücudunun en dikkati çeken uzvu yüz, yüzünde gözdür. Gözün bizatihi kendisi başlı başına bir mesaj kaynağıdır. Gözler ruhun aynası gibidir. Bundan dolayı iyi satıcılar, politikacı ve yöneticiler konuşurken karşılarındaki kişi yada kitlenin gözlerinin içine bakarlar (Cüceloğlu, 2004:44-45).

İnsanın konuşması oldukça iyi, sesi güzel ve vücut hareketleri uyumlu olsa bile, kişi yeterli seviyede göz teması sağlama becerisini gösterememesi, verimli iletişimin oluşmasını zedeler. Göz teması sağlandıktan sonra, diğer ilişkilerin peyderpey kurulabileceği gerçeği hesaba katılırsa, iletişimde göz temasına özen göstermenin önemi ortaya çıkmış olur. İnsanların konuşurken ve dinlerken yapmış oldukları göz teması, kurulan iletişimin temelini oluşturur. Gözlerin yeterli ve gerektiği biçimde kullanılmasıyla, topluluk önünde konuşan kişi, adeta hedef kitleyi avucunun içine almış gibi olur (Gürzap, 2001:62-63).

c. Jestler: Jestler denilince baş, el-kol ve parmak hareketlerini anlıyoruz. Baş hareketleri, jestler içersinde değerlendirmemiz mümkündür. Başın yukarı, aşağı ve yanlara hareketi, iletişim sürecinde onun içeriğini etkin bir biçimde belirler ve aktarır. Mesela başın yukarı kaldırılması “burnu havada” insan izlenimi verirken, aşağı bakması uysal, çekingen “başı önünde” insan izlenimi vermektedir (Baltaş ve Baltaş, 2004:50-51). El kol hareketleri, duyguların en güzel ifade eden vasıtalarından biridir. Bir insan kızgınlık gibi duygularını kontrol altına almaya çalışsa da el kol hareketleri ve kasların gerginleşmesinden, onun duygularını anlamamız mümkün olabilir (Cüceloğlu, 2004:45).

El kol ve parmakların hareketi özel bir öneme sahiptir. Bir kişi topluluk önünde konuşurken, ne ölçüde önemli fikirler taşırsa taşırsın, donuk bir ifadeyle karşılarındaki topluluğu etkileyemez ve onları fikirlerinin peşinde sürükleyemez. Hatip geniş kitleler huzurunda kollarını açar, büyük ve geniş jestler yaparak, onları adeta kucaklar ve bu yolla etkilemeye çalışır. İnsan, duygusallığın yoğun olduğu konuda konuştuğu zaman,

duyarlılığı, parmaklar ve avuç içleriyle kelime yüzeylerine farklı anlamlar vererek, kelimelerin dolayısıyla hitabın anlamını artırır.

El işaretleri ifadeyi tamamlayıcı ve anlamı pekiştirici etkiye sahiptir. Hatta insan ifade etmek istediği duygu, düşünce veya bilgiyi tek bir el işaretiyle bile anlatabilir. Elleriyle ve kollarıyla hiçbir jest yapmadan konuşan kişinin hem kendisi hem de konuşması monoton görünür. Ayrıca bir insanın ellerini hareket ettirmeksizin bilgi, duygu ve düşüncelerini istenilen seviyede aktarması imkansız gibidir (Baltaş ve Baltaş, 1999:54-61).

Gereksiz yere ve abartılı bir tarzda el kol hareketleri yapmakta uygun değildir. Konuşmacının, el kol hareketlerini, altını çiziceği anlamın güçlenmesine yardımcı olacak vaziyette kullanması gerekir (Gürzap, 2001:63-64).

Jestler ve mimikler, insanlara görsel mesajlar gönderen hareketlerdir. Jest ve mimikten bahsedebilmemiz için onların bir başka insan tarafından görülmesi, yaşadığımız duygu ve düşüncelerle ilgili bir bilginin, alınması ve algılanması gerekir. Her jest ve mimik, bir duygu ve düşüncenin ürünü olduğu gibi, ayrıca onları destekleyen ve somutlaştıran hareketlerdir (Baltaş ve Baltaş, 2004:37).

d. Söyleyiş Tarzı: Ses, tonu, yüksekliği, rezonansı ve temposuyla duygularımızın en önemli aktarıcısıdır. Mutluluğumuzdan hüznümüze, samimiyetimizden tereddüdümüze kadar bütün duygular, sesin bu özellikleriyle iletilirler. “Sesin müziği hayatın gerçeği” (Baltaş ve Baltaş, 2004:31) gibidir.

Sesin heyecan tonu, konuşurken yapılan kelime ve cümle vurgulamaları, yine kelimeler arasında ve cümlenin belirli yerlerindeki susmalar, kendi başına bir mesaj oluşturacak şekilde sözün anlamını etkiler, ifadeye yeni boyutlar kazandırır ve hedefe gönderilen mesajın hangi bölümlerinin önemli olduğuna dair bilgi verir (Cüceoğlu, 2004:48-50).

Sesler vasıtasıyla vurgu, tonlama, hız ve duraklama yapmak suretiyle konuşma adeta bestelenir. Konuşma sanatı olan diksiyon, bir anlamda seslerin değişik boyutlarıyla birbirleriyle uyumlu ve uygun bir biçimde kullanılmasıdır. Konuşma sanatında, bir kelime yada hecenin diğerlerinden daha kuvvetli ve farklı söylenmesine vurgu denir. Vurgular söylenmek istenen mesajın daha rahat anlaşılmasını sağlar. Kelimelere yapılan tonlamalarla desteklenen vurgular daha güçlü olur. Ancak vurgu yanlışlığı, cümlede

ifade edilmek istenen bütün düşünceleri alt üst eder, dinleyicinin algılama rahatlığını zedeler ve algılamada güçlük yaratır (Gürzap, 2001:125-126,131).

Konuşmaya derinlik ve renklilik kazandıran diğer önemli bir husus da, cümlenin anlatımına ve ifade edilmek istenen duygu ve düşünceye göre değişen sesin tonlanmasıdır. Söze aynı tonla başlamak ve devam etmek, iletişimi paramparça eden bir tek düzeliği doğurur. İfade edilmek istenen duygu ve düşüncelerin mantığıyla uyumlu ve doğal tonlamalarla, çok değişik anlamlar elde edilebilir. Bu anlamda, ezbere konuşan kişi ne sesini alçaltıp nede gerekli tonlama ve vurgulamaları yapabileceğinden, etkili mesaj iletimi sağlayamaz (Gürzap, 2001:195,88).

e. Mesafe: İnsanlar içinde buldukları mekanı gelişi güzel kullanmazlar. İnsanlar birbirlerine karşı olan duygularına göre, konuşurlarken aralarındaki uzaklık artar yada azalır. Kaynak kişi konuşmacı ile hedef kişiler yada dinleyiciler birbirlerini görebilecek pozisyonda durmaları ve konuşma esnasında konuşmacının öne doğru hamle yapması, mesajın (iletinin) derecesini artırırken, aradaki mesafenin artması da karşılıklı ilişki ve iletişimi zorlaştırır (Cüceloğlu, 2004:36-39).

1.1.4. İletişim Becerileri

İletişim becerileri, iletişim sürecinde hem kaynak hem de hedefle ilgili iletişimin verimliliğini etkileyen bir husustur. “Beceri, bir eylemi başarıyla gerçekleştirmek ve sonrasında eylemin tekrarına koşut bu başarıyı alışkanlığa, uzun vadede bir yetiye veya adeta reflekse dönüştürmektir.” İletişim becerilerini de şu şekilde sıralayabiliriz: Konuşma, yazma, okuma, dinleme ve düşünme (Açıköz, 2005:81; Yüksel, 2003:7). Bir başka kaynakta bu sayılan becerilerden okumak, yazmak, konuşmak ve dinlemek iletişimin dört temel türü olarak nitelendirilmiştir (Covey, 1997:252).

a. Konuşma: Etkin iletişimin olmazsa olmazı aslı unsuru olan sözel dil yani konuşma, bütün yönleriyle etkili iletişimin önemli bir parçasıdır. Konuşmayı bir anlatım biçimi olarak algılasak, bu anlatımı gerçekleştirmek için insanın, birbirleriyle ilişkili olan düşünme ve dili kullanma yeteneklerinin iyi olması gerekir. Düşünme ve dili üstün seviyede kullanmak ise bilgi edinme yeteneğine, görüş-fikir üretme gücüne, duygu zenginliğine, gözlem, deney ve tecrübelerine, dili kurallarına göre kullanma yeteneğine ve iyi bir planlama becerisine sahip olmakla olur. Bütün bu bahsedilenler, sözlü

anlatım(konuşma)ın olduğu kadar, yazılı anlatımın da başarılı olmasını sağlayacak bilgi ve becerilerdir (Ağca, 2001:215-218).

Ayrıca konuşmayla ilgili iletişim becerileri arasında hitabetin güzel ve etkileyici olması, kelime zenginliği, doğru ve güzel cümle kurmayı, uyumlu kelime dizimi yapabilmeyi, konuşmayı oluşturan uygun kelimeleri, muhatabı bıktırmayacak şekilde seçmeyi ve zamanı iyi kullanmayı da sıralayabiliriz (Açıköz, 2005:83).

b. Yazma: Dili kalıcı kılan yazma veya “yazılı anlatım, her türlü olayı, düşünce, durum ve duyguları, dili en güzel şekilde kullanarak, belli bir plan dahilinde başkalarına ve yarınlara ulaştırmaya, böylece kalıcılığını sağlamaya imkan veren bir araç olarak tanımlanabilir” (Aktaş ve Gündüz, 2004:61).

Kişinin düşüncelerini, yaşadığı dilin kurallarına göre yazı vasıtasıyla anlatabilmesi ve bu sayede insanlarla iletişim kurabilmesi için iyi bir yazma becerisine sahip olması gerekir. Bu becerinin oluşması da yazanın, yazma amacını bilmesi ve belirlenen amaca uygun kelimeleri seçip cümleler kurması, iletilecek mesajın, hedef kişi yada kitleye uygunluğunu gözetmesi, anlatımın kısa, açık ve anlaşılır olmasına dikkat etmesi ve şekli düzene uygun yazmasıyla mümkün olur (Açıköz, 2005:84-85).

Etkili bir yazılı iletişim kurmanın yukarıda bahsedilen becerilerin yanı sıra kişinin, ana dilini kullanma becerisine, bireysel özgün üsluba, iyi bir gözlem yapma, okuma ve düşünme gibi önemli hususiyetlere sahip olmasıyla yakından ilişkili olduğunu belirtmek gerekir (Aktaş ve Gündüz, 2004:62-64).

c. Okuma: “Okumak, herhangi bir konu hakkında bilgi edinmek, estetik ve sanat duygularını harekete geçirmek için yapılan bir uğraşın genel adıdır” diye tarif edilmiştir (Aktaş ve Gündüz, 2004:17).

Okuma yoluyla bilgi aktarmanın ve bilgi edinmenin istenilen seviyede gerçekleşmesi alıcı konumundaki okuyucu kişinin bazı becerilere sahip olmasıyla mümkün olur. Aynı zamanda bu beceriler okumak suretiyle de kazanılır ve geliştirilir. Okuyucunun, okunanları bilgi birikimine dönüştürme, hızlı okuma, algılama ve analiz etme, okunanları tecrübeye dönüştürme, seçici, bilinçli ve taramalı okuma, okumayı dinleme, zihni kurgulama gücüne sahip olma, düşünceye, fikre ve farklılığa önem verme, hoşgörü ve toleranslı olma becerilerine, okumadan önce sahip olan kişi, okuma faaliyetlerini

sürdürürken bu becerilerin önemini kavrayacak ve geliştirme gayreti içerisinde olacaktır (Açıköz, 2005:86-87).

d. Dinleme: Öğrenme sürecinde önemli bir payı olan dinleme, aynı zamanda bir iletişim kurma aracıdır. Başarılı bir iletişimin kurulabilmesi için, konuşan ile dinleyen arasında kesintisiz ve uyumlu bir ilişkinin olması zorunludur. Dinleme, işitmeden farklı olarak iradeli bir faaliyet hali ve belli bir amaç doğrultusunda yapılan ve öğrenilmesi gereken bir beceridir (Aktaş, 2004:247-248).

Farklı dinleme şekillerinin var olduğunu görüyoruz. Bunları, insanın söylenenleri dinliyor gibi yapması şeklinde olan “görünüşte dinleme”, sadece kendini ilgilendirenleri dinlemesi biçiminde olan “seçerek dinleme”, her söyleneni kendine saldırı olarak algılama şeklinde olan “savunucu dinleme”, sürekli aynı duygu atmosferinde gerçekleştirmek istediği “duyguya saplanmış dinleme”, dinlediği bilgilerden yararlanarak konuşmacıyı zor duruma sokacak fırsatları gözetecek şekilde olan ”tuzak kurucu dinleme” ve konuşulan kelimelerin yüzeyinde kalıp asıl manalarına ulaşmadan gerçekleştirdiği “yüzeysel dinleme” olarak sıralayabiliriz. Bütün bunların dışında ve arzu edilen dinleme biçimi; dinleyicinin, konuşanın neyi ve niçin demek istediğini düşünerek, konuşma esnasındaki boş anları, söylenenleri anlamlandırma sürecinden geçirip neticesinde, ne anladığını sözel bir biçimde yada yüz ifadeleri, beden duruşu ve sesin tonu gibi geri iletimi yada geri bildirim ifade edecek unsurlarla, konuşana tepki vererek, konuşmacıyı anlama amacına yönelik gerçekleştirdiği “aktif dinleme”dir (Cüceloğlu, 2004:167-185).

e. Düşünme: Konuşma, yazma, okuma ve dinleme becerileri, düşünme becerisine bağlı olarak gerçekleşir. Düşüncenin bir konusu vardır. İnsan sahip olduğu algılama kabiliyeti aracılığıyla anlama, kavrama, yargılama, soyutlama ve biriktirme gibi akli işlemler yaparak bilgi elde eder (Açıköz, 2005:91-92).

Düşüncesi veya söyleyecek sözü olanlar, anlatma ihtiyacı duyar ve diğer insanlarla paylaşır. Düşüncen varsa söyleyecek sözün, söyleyecek sözün varsa düşüncen var demektir. Bunları gerçekleştirmekte iletişimle olmaktadır

1.1.5. İletişim Engelleri

a. Psikolojik Engeller:

Sağlıklı ve verimli bir etkin iletişim kurulmasını engelleyen, hem kaynak hem de hedef de var olabilen bir takım psikolojik engellerden söz etmemiz mümkündür. Bunlar iletişimin başlamasına, başlamadan bitmesine sebep oldukları gibi iletişim sürecinde de kopukluk, eksiklik ve anlaşmazlık meydana getirebilirler. Psikolojik engelleri genel hatlarıyla şöyle sıralayabiliriz.

a.a. Kalıplaşmış Düşünceler: Zihnimizde, çevrede görülen ve işitilen hususlarla ilgili çeşitli derecede anlamlar ve bunlara bağlı düşünceler oluşur. Bu düşüncelerimiz de yine çevremizle kuracağımız iletişimde, duygularımızı ve davranışlarımızı etkiler ve yönlendirir. Duygu ve davranışlarımızı yönlendiren düşüncelerimiz ise iki kısma ayrılabilir: gerçekçi ve akılcı olanlar ile gerçekçi ve akılcı olmayanlar. İletişim kurmada engel teşkil eden ve kurulduğunda da kopukluk ve anlaşmazlıklara neden olan kalıplaşmış düşünceler, ikinci kısmı oluştururlar (Dökmen, 2002:83-84).

Kalıplaşmış ve katılaştırmış düşünceler, önyargılılığı ve sabit fikirliliği doğurur, bu durumda iletişimi kilitler (Açıköz, 2005:70-71). Kesin inanç ve kalıp düşüncelerden bazılarını şu şekilde belirtebiliriz. Bir durum veya hususiyetin, her yer yerde herkes için aynı ve değişmez olduğunu kabul etmek şeklinde ortaya çıkan “aşırı genellemecilik”; ak-kara mantığıyla hareket edip, gri tonlara yer vermeyerek olayları ve kişileri uçlarda görme şeklinde tezahür eden “kutuplaştırmacılık”; kendisiyle ilgisi olmadığı halde, kişinin meseleleri hep kendisiyle ilişkilendirmesi ve kendini sorumlu tutarak üzerine alınması biçiminde gerçekleşen “kişiselleştirmecilik”; insanın kuralların bazılarının mutlak olduğuna inanması ve asla değişmeyeceği düşüncesini ifade eden “mutlakiyetçilik”; bunların dışında her şeye kişinin kendi açısından bakıp değiştirme gayreti, fedakarlık, keşkeçilik ve bir özelliğin eksikliğini diğer bütün özellikleri de kapsayacak şekilde toptancı yaklaşım gibi kalıp düşünceleri de iletişime engel olan kalıplaşmış ve katılaştırmış düşünceler arasında yer verebiliriz (Dökmen, 2002:87-96).

a.b. Korku: İnsanın kendine kendine hissettiği korkular olduğu gibi olduğu gibi dıştan kaynaklanan korkuları da vardır. Mesela topluluk önünde konuşma hissi insanda bir korku yaratabilir. Bu tür korkularla mücadele etme azmi ve kararlılığı içersinde olunursa

üstesinden gelinebilir. İletişimi engelleyen her türlü çekinme, temkin ve tedbir psikolojik korku engeli olarak karşımıza çıkar (Gürzap, 2001:45-46).

a.c. Duygular: Küçük yaşlardan itibaren şuur altına yerleşmiş veya yerleşmemiş olan ve iletişim sürecinde insanı rahatsız eden bazı duygular vardır. Bu duygular çevremizde olup bitenleri yanlış algılamamıza ve anlamlandırmamıza sebep olup, tutum ve davranışlarımızla sağlıklı iletişim kurmamıza engel teşkil edebilirler (Dökmen, 2002:101-103).

İletişime zaman zaman engel olabilen kişinin kendine güven eksikliğinden kaynaklanan ve çevresiyle yeterince iletişim kurmasını engelleyen utangaçlık duygusu vardır. Bu duyguyu yenmenin şartı, özgüveni sağlamaktan geçer. Yine heyecansız yaşamak hayatı monotonlaştırır. Ancak aşırı heyecan duygusu, kişinin rahat bir şekilde hareket etmesini ve davranışta bulunmasını kısıtlar. Aynı zamanda aşırı heyecan, etkin bir iletişim kurmanın önündeki engellerden biridir (Gürzap, 2001:46-49).

Bilinçli, art niyetli ve alışkanlığa dönüşmüş duyarsızlık, mesajın içeriğini kişiselleştirme şeklinde ortaya çıkan alınganlık ve yine iletilen mesajın doğruluğu ve yanlışlığı hususunda bir türlü tutum belirleyememeyi ifade eden kararsızlık gibi daha bir dizi iletişimi olumsuz yönde etkileyen ve engelleyen duygular varlığından söz edebiliriz (Açıköz, 2005:71-74).

b. Sosyal ve Fiziksel Engeller:

İletişimi oluşturan ve onu etkileyen sosyokültürel çevre ve bunların dayandığı zaman ve mekan unsurları ile iletişime katılanlar ve mesajdaki fiziksel eksiklikler ve olumsuzlukların iletişim engeline sebep olabileceğini söyleyebiliriz. Hatta bunlardan birinin yokluğu, iletişimin seyrini etkileyen en önemli engel olabilir.

b.a. Sosyo-kültürel Engeller: İnsan sosyokültürel bir çevrede yaşamaktadır. Dolayısıyla insanın çevresini, sosyal roller ve statüler, örf, adet ve gelenek gibi bilgi birikimine dönüşmüş kültürel öğeler ağı sarmıştır. Bunların her biri insanın beşeri münasebetlerinde yani iletişiminde belirleyici rol oynayabilmektedirler. Bu unsurlar çerçevesinde, iletişim kurmak istemeyen kişilerin iletişiminde bunlar engel olarak karşımıza çıkabilir. Yani sosyokültürel çevrenin kuralları ve ilkeleri, kimi zaman iletişim engeli olabilir (Açıköz, 2005:75-76).

b.b. Fiziksel Engeller: Burada iletişime katılan taraflar ve iletiyle ilgili fiziksel farklılık, eksiklik ve yetersizlikten kaynaklanan iletişim engellerini kastediyoruz. Her ne kadar “kalp sesinin cinsiyeti, gözyaşının milliyeti olmaz” denilse de cinsiyet farklılığı ve fiziksel görünüm, iletişimi etkileyen ve bununda ötesinde engelleyen unsur olarak karşımıza çıkabilmektedir. İnsanlar, birbirlerini, cinsiyetlerine, milliyetlerine ve derilerinin rengine takılıp, dış görünüşlerine göre hareket edip iç dünyalarını ihmal ederlerse bu sayılanlar takıntı halinde iletişim engeline dönüşür. Bunların davranışları ve duyguları etkileyen ve belirleyen tutuma dönüşmesi ise iletişim engeli olmasının ilerisinde bir iletişim çatışmasına neden olur.

Mesajın niteliği, mesaja muhatap olan kişiyi rahatsız edecek tarzda hem biçime hem de muhtevaya sahipse iletişim engeli ortaya çıkar.

İletişimi gerçekleştiren kişilerin aktif olarak iletişim sürecinde yer alan kanallarında veya duyu organlarında eksiklik ve yetersizliklerin bulunması-dilde ve sesteki rahatsızlıklar gibi- ve iletişim tekniklerini bilmemekten kaynaklanan iletişim beceri noksanlıklarının olması iletişimi engelleyen hususlar olur (Dökmen, 2002:106-133).

c. Zaman ve Mekan Engelleri: İletişim belli bir zaman ve mekan boyutlarında gerçekleşir. Bu zaman ve mekandaki fizyolojik eksiklikler yada bunlarla ilgili ileten ile iletilen konumundaki kişilerin olumsuz algılamaları, psikolojik engel olarak biçiminde belirebilir (Açıköz, 2005:77). Ayrıca her zaman ve her mekânda iletişim unsurları aynı biçimde kullanılması uygun olmayabilir. Okuldaki ve camideki iletişimin bir birinin aynı olması veya bu belirtilen mekânların dışındaki iletişimler aynı olmasa gerektir. Çok meşgul olunan zamanda kurulan iletişimle rahat olunan bir zamanda kurulan iletişimin etkinliği de farklı olacaktır (Köylü, 2003:35-37).

1.2. DİNİ İLETİŞİM

1.2.1. Dini İletişimin Mahiyeti

İletişim çeşitleri arasında önemli bir yere sahip olan ve oldukça yaygın iletişim şekillerinden biri de dini iletişimdir. Hedef kişide yeni bir tutum geliştirmek, var olan tutumun şiddetini artırmak ve mevcut tutumu değiştirmek amacıyla (Kağıtçıbaşı, 1999:180) bilgi, haber, fikir, tutum, duygu ve becerilerin paylaşılma süreci olan iletişim, mesaj alış verişini ifade edecek biçimde, anlamları kişiler arasında ortak kılma

faaliyettir. Din görevlilerinin cemaate ve öğretmenlerin öğrencilerine dini konularda, dini bilgi, düşünce, duygu ve beceri öğretebilmeleri, dini tutumunu kazandırabilmeleri, bunlar arasında kaliteli bir iletişim ve etkileşim sürecinin kurulmasıyla mümkündür.

Dini tutum ve davranışların oluşturulması, dini duygu ve düşüncenin geliştirilmesi gerçek manada maksatlı yapılan iletişim vasıtasıyla olur. Din eğitimcilerinin öğrencilere ve din görevlilerinin de cemaate dini duygu ve düşünceleri, dini tutum ve davranışları kazandırma veya pekiştirme çalışmaları bir din eğitimi faaliyetidir. Din eğitimi ise iletişim açısından düşünüldüğünde dini iletişim vasıtasıyla yapılabilir (Kaya, 1998:75).

Dini iletişimin, en eski iletişim biçimi olduğunu söylememiz mümkündür. Dini iletişimin tarihinin, insanın yaradılışından daha öncelere gittiği ifade edilebilir (Köylü, 2003:101). Nitekim Kur'an-ı Kerim bize bu konuda bir fikir vermektedir. "Rabbin Âdemoğullarından, onların bellerinden zürriyetlerini almış ve: 'Ben sizin Rabbiniz değilmiyim?' diye onları kendilerine şahit tutmuştu. 'Evet (buna) şahidiz!' dediler..." (Araf 7/172).

Kuran'daki ayetler incelendiğinde bütün peygamberlerin, Allah ile kendilerinin gönderildikleri toplumlar arasında dini iletişimi sağlamaya çalıştıkları (Köylü, 2003:101) söylenebileceği gibi peygamberlerin, ilahi mesajları kitlelere ulaştırmaları ve onlarla olan münasebetleri de dini iletişim kapsamında değerlendirilebilir. Arapça'da peygamber kelimesinin karşılığı gönderilen kişi manasında "resul"dür. Dini terim olarak ise Allah'ın vahyettiği (bildirdiği) risaletle amel etmek ve onu tebliğle memur ettiği insan demektir. Risalet ise gönderilen şey (mesaj) veya ilahi hitaptır (Mustafa ve diğ.,1989:344). Buradaki risaleti (mesajı), tebliğ etme veya bildirme hadisesini basit manada tek yönlü bir iletişim olarak algılamamak gerekir. İnsanlık ve peygamberler tarihi dikkate alınıp, peygamberlerin ilahi mesajları iletmeleri ve muhataplarının bunlara cevap vermelerinin (geri bildirimde bulunmalarının) çok farklı şekillerde olduğu düşünüldüğünde çok boyutlu bir iletişimin, özel anlamda dini iletişimin varlığından söz etmemiz mümkündür.

İnsanoğlu için iletişim kaçınılmaz bir hadise ve müşterek bir hususiyettir. Çünkü insan diğer varlık kategorilerinden üstün bir konuma sahip olup (Bakara 2/29), dil ve ırk (renk) (Rum 30/22), inanç ve düşünce, yol ve yöntem (Maide 5/48) gibi açılardan farklı yaratılmıştır. İletişim ise farklı statüde olan insanlar arasında olursa bir anlam taşır.

Kur'an da insanlar arası iletişimin önemi şu şekilde belirtilmiştir: “Ey insanlar, biz sizi bir erkek ve bir kadından yarattık ve birbirinizi tanımanız için sizi milletlere ve kabilelere ayırdık. Allah bilendir, haber alandır” (Hucurat 49/13). Bu ayet-i kerimede insanlar arası ve hatta milletler arasındaki iletişimden bahsedilmektedir. Zira Kur'an da Allah'ın ister manevi (cin, şeytan, melek) ister canlı cansız diğer varlıklarla ve yine insanın hem cinsleri ve kendi nefsiyle ve de diğer varlıklarla olan iletişiminden bahsedilmektedir. Buların hepsini dini iletişim bağlamında değerlendirebiliriz (Köylü, 2003:101-106).

Dini iletişim ilk insan ve ilk peygamber Hz. Âdem ile başlayıp son peygamber Hz. Muhammed'e kadar geniş manada devam ede gelmiştir. Bu ise dinin insanla beraber var olan ve yaşamaya devam eden bir hakikat olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca anlaşılması ve toplumsal sonuç doğurması için dini duygu, düşünce ve heyecanın anlatılması, iletilmesi ve bir şekilde açığa vurulması gerekir (Taplamacıoğlu, 1963:86). İşte dinin bu durumu, peygamberlerin Allah'tan aldıkları emir, tavsiye ve sakındırıcı anlamlar ihtiva eden ilahi mesajları yaşadıkları toplumlara iletmeleri neticesinde olmuştur. Kur'an da bu durum değişik ayetlerde şöyle zikredilmiştir. “Her millet içinde mutlaka bir uyarıcı (peygamber) geçmiştir (Fâtır 35/24). “Ey Rabbimiz onlara kendi içlerinden senin ayetlerini kendilerine okuyacak, onlara kitap ve hikmeti öğretecek, onları temizleyecek bir elçi gönder” (Bakara 2/129). Bu ayette geçen okuma, öğretme ve temizleme kavramları bir din eğitimi faaliyetini olduğu kadar aynı zamanda bir dini iletişim sürecini de çağrıştırmaktadır. Yukarda geçen ayetler insanoğluna, tarih boyunca dinin tebliğ ve irşat edildiğini, bir bakıma iletişim çeşitlerinden biri olan dini iletişim vasıtasıyla insanlara ulaştırıldığını göstermektedir. Dini iletişim zirve noktasına Hz. Muhammed ile varmıştır. Bütün peygamberlerin olduğu gibi (Nahl 16/35) Hz. Peygamberin de en temel özelliklerinden bir tanesi, ilahi mesajları insanlara noksansız ulaştırması olmakla birlikte, diğer peygamberlerin ilahi mesajları iletmeleri sadece kendi kavim ve topluluklarıyla sınırlı olmasına rağmen, O'nun mesajı (risaleti) bütün insanlığadır. Bu anlamda dini/İslami iletişimin bütün insanlığı kapsadığı ve kuşattığı yani dini (İslami) iletişimin evrensel olduğu ve günümüz din adamlarını (din iletişimcilerini) yakından alakadar ettiği belirtilebilir (Köylü, 2003:107-108).

1.2.2. Dini İletişimle İlgili Kavramlar

Dini iletişimin mahiyetini tam olarak anlayabilmek için önemli bazı kavramlardan bahsetmek faydalı olacaktır.

a. Davet:

Davet kelimesi birlikte kullanıldığı harf-i cerre göre; “çağırıldı, davet etti, bağırdı, nida etti, isimlendirdi, sevk etti, gelmesini istedi, dua veya beddua da bulundu, söz verdi, birisini ziyafete çağırıldı” gibi anlamlara gelmektedir. Davet isim olarak, “çağrı, nida, dava, iddia ve propaganda” manalarını taşımaktadır. Kur’anda; “yardım ve mağfiret dilemek, ibadet etmek, dua etmek, yalvarmak, bir işe sevk ve teşvik etmek” gibi manalara gelmektedir (İsfahani, 2001:176-177).

Terim olarak davet, İslam’a ve Allah’a izafesiyle, İslam’ı insanlara anlatarak benimsetmek ve onu davranışlara dönüştürmelerine çalışmaktır. Maddi manevi, dünyevi ve uhrevi her hususta İslam’a davet veya insanlara İslam’ı iletme söz konusudur. Bütün insanlar davet ya da İslam’a çağırılma kapsamı içersindedir (Önkal, 1998:29).

İletişimin amacının fikir, bilgi, haber, tutum ve paylaşmak suretiyle mevcut inanç, fikir ve davranışları değiştirmek, pekiştirmek veya yenilemektir (Güner, 2002:102). “Nitekim kendi içinizden size ayetlerini okuyan, sizi kötülüklerden arındıran, size kitabı, hikmeti ve bilmediklerinizi öğreten bir elçi gönderdik”(Bakara 2/151) ayeti bağlamında, dini iletişimin amacının da İslami tutum ve prensiplerin öğretilmesi, geliştirilmesi, olumsuz durumlardan insanların uzak tutulmasıdır. Ayrıca ahlakın, hikmetin ve faydalı pek çok hususun insanlara iletmesi suretiyle, onların hayatla, kendileriyle ve Allah ile barışık bir insan haline getirmenin din iletişimin amacı olduğu söylenebilir.

Ayrıca davet kavramı çerçevesinde, dini iletişimin bilinçli bir faaliyet olduğunu bize “...ben ve bana uyanlar bilerek (basiretle) Allah’a çağırırız (davet ederiz)” (Yusuf 12/108) ayeti göstermektedir. İnsanların hem dünyadaki hem de metafizik âlemdeki durumlarını anlamlı kılan ilahi mesajlara sahip İslam dinini insanlara güzelce açıklayarak onu içselleştirmelerini ve benimsemelerini sağlamak, dini iletişimin gayesi ve de buna ulaşmak bilinçli bir etkileşim sürecidir (Saka, 1991:28).

b. Tebliğ:

Tebliğ kavramı davet kavramıyla benzer muhteva sahip olmakla birlikte dini iletişimde sıkça kullanıldığı için lügat ve terim manalarına değinmek faydalı olacaktır. Tebliğ, Arapça'da "beleğa" kökünden türetilmiş, "bir şeyin ulaşmasını sağlamak, götürmek, haberi iletme, bilgilendirmek, tebliğ etmek, rapor vermek" gibi manalara gelen "belleğa" kelimesinin mastar şeklidir. "Tebliğ" ise duyuru, bildiri, bilgi ve ihbar anlamlarına gelir (Mutçalı, 1995:69-70). Kur'anda yer alan ve tebliğ ile eşanlamlı olan "belağ" (İbnu Manzur, 19???:301-302 ; Ragıb, 2001:70) kavramı da haberleşme, mesaj, rapor; anons, duyuru; resmi tebliğ, bildiri; takrir, beyanat, demeç;ihbar, ultiatom anlamlarına gelmektedir (Mutçalı, 1995:69).

Terim olarak tebliğ, ilahi mesajları insanlara ulaştırmak demektir. Kur'an da ayetler de bu anlamı desteklemektedir. "Size Rabbinizin mesajlarını duyuruyorum, size öğüt veriyorum ve Allah tarafından sizin bilmedikleriniz şeyleri biliyorum" (Araf 7/62), "Size Rabbimin mesajlarını duyuruyorum ve ben sizin için güvenilir bir öğütçüyüm" (Araf 7/68) ve "Eğer dönerlerse, sana düşen, sadece duyurmaktır" (Ali İmran 3/20) şeklinde ifade edilmektedir.

c. İrşat:

İrşat kelimesi "reşede" fiil kökünden türetilmiş, "doğru yolu göstermek, bir şeye yönlendirmek, yöneltmek, yapmasını anlamasını ve görmesini sağlamak, birinin dikkatini çekmek, öğretmek, bilgi vermek, öğütlemek ve bilgilendirmek" gibi anlamlarına gelen "erşede" sözcüğünün mastar halidir (Mutçalı, 1995:323).

İrşat lügat olarak rehberlik, öğretme, yönlendirme, bilgi verme, öğüt ve nasihatte bulunma; terim olarak insanlara doğru yolu göstermek, iyiliğe sevk etmek anlamına gelir (İbnu Manzur, 19???:156). İrşad eden hidayete vesile olan yahut rehberlik eden manasındaki "mürşit" (Kehf 8/17) kelimesi de bu köktendir.

c. Vaaz veya Mev'ize:

Bu iki kelime nasihat etmek, öğüt vermek, uyarıda bulunmak ve tembih etmek anlamlarına gelen "veaza" kelimesinden türetilmiş biri mastar diğeri isimdir.

Bu kelimeler, lügat olarak nasihat, vaaz, ibret, tembih, ihtar ve öğüt; terim olarak insanların kalplerini yumuşatarak iyiliğe özendirmek veya onlara iyiliği hatırlatmak (Ragıb, 2001:542), yapılan işlerin muhtemel sonuçlarını anlatarak uyarmak, dünya ve ahiretle ilgili görevleri bildirmek anlamlarını muhtevindir (Bayraktar, 1997:17). Burada vaaz ve mevize kavramlarının mahiyetlerini daha iyi yansıtmaları açısından bazı Kur'an ayetlerinin meallerini vermek uygun olacaktır. "...Allah'ın size olan nimetini ve size öğüt vermek için Kitap ve Hikmetten size indirdiklerini düşünün..." (Bakara 2/231), "Allah'ın adaleti, ihsanı, akrabaya vereyi emreder, fahşa (edepsizlik)dan, münker (fenalık) den ve bağy (azgınlık) den men eder. Öğüt almanız için size böyle öğüt verir." (Nahl 16/90) "Hikmetle ve güzel öğütle Rabbinin yoluna çağır ve onlarla en güzel biçimde mücadele et..." (Nahl 16/125).

Ayrıca asıl konumuz olan hutbenin dini bilgilerin ve öğütlerin verildiği ve araştırmamızın üzerinde yoğunlaştığı kısma mev'ize denilmektedir.

Yukarıda mahiyetlerini açıklamaya çalıştığımız davet, tebliğ, irşat, ve vaaz veya mevize; haklarında açıklamada bulunmadığımız hidayet, tavsiye, nasihat, talim, terbiye, zikra, tezkire, zikir, emr-i bi'l-ma'ruf- nehy ani'l-münker, hisbe, inzar, tebşir, tezkiye, tasfiye, tehzib, tembih, adab-ı muaşeret, umur-u hariciye, beşeri münasebetler ve halkla münasebetler (ilişkiler) (Uludağ, 1998:23) kavramlarını bir bütün olarak değerlendirdiğimizde dini iletişimin, mahiyetini kavramamız daha kolay olacağı gibi onun modern sosyal psikolojideki iletişim, etkileyici iletişim ve ikna edici iletişim kavramlarıyla da karşılanabileceğini görürüz. Bu bakımdan dini iletişim ailedeki anne-babadan, okuldaki öğretmene, camideki din görevlisine ve hatta toplumdaki bütün insanları ilgilendiren ve kapsamına alan bir faaliyettir. Dini iletişimin amacı da, İslam dinini kabul etmiş olanlar için, dini tutum ve prensiplerin geliştirilmesini sağlamak; henüz Müslüman olmayanlar için İslam dini inancını ve kurallarını etkileyici ve ikna edici bir şekilde sunmak, iletmek ve benimsetmeğe gayret etmektir (Osman, 2002:103).

1.2.3. Dini İletişimde Bulunma Zorunluluğu

Dini olsun ya da olmasın her türlü inanç ve düşünce varlığını iletişime borçludur. Her hangi bir dinin insanlar tarafından kabul edilip benimsenmesi, onun öğretilmesi, eğitim konusu yapılması ve kitlelere iletilmesi iletişim sürecinin yaşanmasıyla mümkündür. İslam dini, Hz. Muhammed'e peygamberlik vazifesinin verilmesiyle birlikte bir eğitim-

öğretim buna bağlı olarak bir iletişim süreciyle ortaya çıkmış ve bütün insanlığa ulaştırılmaya başlanmıştır (Cebeci,2002:12-13).

Peygamberle başlayan dini iletişim ve eğitim O'nun zamanında ve sonrasında da, dini mesajları insanlara iletme, öğretme ve bunlarla onları eğitmek biçiminde süregelmiştir. Bununla beraber İslam dini, dini iletişimde bulunmayı emreder. “Sizler, insanlar için çıkarılmış en hayırlı ümmetsiniz. İyiliği emreder, kötülükten vazgeçirmeye çalışırsınız...” (Ali İmran 3/110) “İçinizden hayra çağıran, iyiliği emredip kötülükten men eden bir topluluk olsun; işte onlar kurtuluşa erenlerdir.”(Ali İmran 3/104) şeklindeki ayet-i kerimeleri de buna işaret ediyor. Nitekim insan tabiatı gereği her zaman irşada, öğüt ve nasihat edilmeye muhtaçtır (Zariyat 51/55; A'la 87/9-10). Bunlar ise dini iletişimi gerektirecek hususlardır. İslam dini bütün insanlara kendilerinden, çevrelerinde ve hatta dünyada olup bitenler karşısında duyarlı olmaya ve bu konuda gerekenin yapılmasını buyurmaktadır. Ayrıca doğruya çağırma, güzellikleri insanlara bildirme ve bunlardan kaçındırmayı kısaca dini ve ahlaki ilahi mesajları insanlara ulaştırmayı yetmişmiş belirli bir insan kitlesine tevdi edilmesini Ali İmran suresinin 104. ayetiyle işaret etmektedir. Süleyman Ateş bu ayetle ilgili olarak şu yorumu yapar: “Bu ayet, bir İslam irşat teşkilatının kurulmasını gerekli kılmaktadır. Çünkü Hakka davet için grubun görevlendirilmesini, yetiştirilmesini emretmektedir” (Ateş, 19??:62). Dolayısıyla dini iletişim, bir sorumluluktur. İcaplarına ve ilkelerine riayet etmek suretiyle yerine getirilmelidir.

1.2.4. Dini İletişimin Unsurları

Genel iletişimde olduğu gibi dini iletişimde de kaynak (ileten), mesaj (ileti), kanal (oluk) ve alıcı (iletilen) olmak üzere dört temel unsurdan söz edebiliriz (Selçuk, 2002a:111).

1.2.4.1. Dini İletişimde Kaynak

Bu hususta Cebeci'nin oldukça geniş kapsamlı tanımı şöyledir: “Dini iletişimde kaynak, hedef aldığı kişi veya kitleye dini değerleri kazandırmak üzere iletişime giren ve iletişimi başlatan kişidir. Okullarda, camilerde, Kur'an kurslarında ve başka yerlerde ve şekillerde resmi olarak görevlendirilen öğretmenler ve din görevlileri ile dini konularda konuşan fikirler ileri süren kimseler kaynak konumundadırlar” (Cebeci, 2002:161).

İletişim sürecindeki diğer unsurların önemini az görmemekle birlikte kaynak, iletişim faaliyetinin tamamını yönetme ve kontrol etme yetki ve etkinliğine sahiptir. İletişimi başlatma konumunda olan kaynağın gerekli bilgi donanımına ve iletişimle ilgili teknik bilgilere sahip olmaması, iletişimin verimliliğini düşürür veya onu akim bırakabilir.

Dini mesajları insanlara verimli ve etkin bir biçimde sunabilmek veya iletebilmek ve bunun neticesinde istendik davranış değişikliğini meydana getirebilmek için en başta kaynak olan din görevlisi ve din eğitimcilerinin iletişim becerilerini de gösterebilecek biçimde bazı özelliklere sahip olmaları gerekir.

1.2.4.1.1. Kaynağın Güvenilirliği

Dini iletişimin başlayabilmesi ve etkin sürdürülebilmesi ve nihayetinde bilgi, beceri ve tutumların sağlam bir şekilde kazandırılması, kaynağın güvenilirliğiyle direkt bağlantılıdır. Kaynak kişi ne kadar sahasında uzman olursa olsun güvenilirlik vasfına sahip değilse, bu özel pek fazla bir işe yaramaz. İletişimin başında, hedef kişi tarafından, kaynağın güvenilirliğini zedeleyen, onun kişisel çıkar beklentisi içerisinde olduğu anlaşılırsa iletişim sürecinin etkisi zayıflar (Kağıtçıbaşı, 1999:186).

Din eğitimcilerinin ve din görevlilerinin muhatapları üzerinde olumlu bir izlenim bırakmaları ve dini iletişimleri sonucunda arzu edilen tutum-davranış değişikliğini gerçekleştirebilmeleri güvenilir olmalarına bağlıdır. Emin(güvenilir) ve sıdk(doğruluk) vasfına sahip olan ve ifa etmiş oldukları vazife karşısında hiçbir çıkar gütmeyen Peygamberler bu özellikleriyle örnek din iletişimcileri ve eğitimcileri olmuşlardır. Peygamberlerin varisleri konumundaki din görevlileri ve eğitimcilerinin kısaca din iletişimcilerinin taşıması gereken en önemli hususiyet güvenilirliktir. Zira Hz. Muhammed kendisine inansın inanmasın herkesin güvenini kazanmıştı. Müşrikler dahi O'na Muhammed'ül Emin (Güvenilir Muhammed) unvanını vermişler ve O'nu aralarında hakem tayin etmişlerdir (Özbek, 1994:56).

1.2.4.1.2. Kaynağın İnanırlığı

İnandırıcılığı yüksek olan kaynaktan iletilen mesajlar daha çok dikkate alınmakta, daha kolay ve çabuk benimsenip düşünce, anlayış ve tutum değiştirme veya olumlu yönde pekiştirmeye daha fazla etkili olmaktadır.

Dini iletişimde, kaynağın inandırıcılığı tarafsız olmasına, söyledikleriyle niyetinin farklı olmamasına, makam, mevki, çıkar ve şöhret kazanma gayesi gütmemesine bağlıdır (Cebeci, 2002:167). Nitekim bütün Peygamberler ilahi mesajları insanlara iletme sürecinde, içtenliğe ve samimiyete gölge düşürecek maddi ve manevi menfaat beklentisi içersinde olmamışlar, inandırıcılıklarını zedeleyecek davranışlardan uzak durmuşlardır. Kur'an- ı Kerimdeki “Ben sizden bir ücret beklemiyorum, benim ücretim âlemlerin rabbi Allah’a aittir” (Şuara 26/109) ve “Kendileri hidayette olan ve sizden de hiçbir şey ücret istemeyen bu insanlara uyun...” (Yasin 36/21) ayetleri bu duruma işaret eder.

Din iletişimcisinin yaşantısı, iletildiği mesajların muhtevasına uygun olmalı, yaptıkları anlattıklarını tekzip etmemelidir (Nursacan, 1995::180). İnsanın bildiğini ve anlattığını mutlaka yapması beklenir. Din iletişimcileri tarafından pratiğe dökülmeyen mesajlar, hedef kişi veya kitlenin nefsinde makes bulmamakta ve dikkate alınmamaktadır. Çünkü kaynak bu tutumuyla inandırıcılığını yitirmekte neticede iletişim verimsizlikle sonuçlanmaktadır. Yaşanmayan ve fiiliyata geçirilmeyen mesajlar içeren sözler, iletişimde laf-ı güzafaktan öteye gitmez (Gülen, 1998:113-115).

Ayrıca bir yere angaje olmuş ve bir yerin minneti altına girmiş kaynak kişi, bu haliyle tarafsızlığını ve objektifliğini kaybedecek, dini mesajları kendisinin ve başkalarının çıkarlarına alet etmesi de onu inandırıcı olmaktan uzaklaştıracak ve ciddi manada zedeleyecektir (Kaya, 1998:78).

Kaynağın inanırılığını, güvenilir olması, mesleki bilgisi, şahsiyeti, saygınlığı ve sevilip beğenilmesi de etkiler. İnanırılığın yüksek seviyede olması, kaynağın uzmanlığı ve saygınlığıyla da çok yakından ilişkilidir.

1.2.4.1.3. Kaynağın Mesleki Bilgisi

Uzmanlıkla iletişimde bulunan kaynağın, iletişim kurduğu hedefle paylaşmak istediği mevzularda mesleki bilgisinin iyi olması kastedilir.

Dini konularda, mesaj iletme durumundaki ister okulda öğretmen isterse yaygın din eğitiminde müftü, vaiz, imam-hatip gibi din görevlisi olsun, dini sorunları çözme, hedef kitleye dini bilgi, tutum ve davranış kazandırma veya geliştirme vazifesini üstlenenler, ilgili konularda otorite sayılabilecek derinlikte bilgiye sahip olmalıdırlar (Cebeci, 2002:170).

İletişim imkânlarının artması dini iletişime muhatap olan kişilerin bilgi ve kültür seviyesini yükseltmiştir. Eğitim ve öğretimin yaygınlık kazanması ve de uzaması özellikle din görevlileri ile cemaat arasındaki farkı, bazı çevrelerde azaltmış hatta cemaat lehine bu fark artmaya başlamıştır (Kaya, 1998:80). Bu bakımdan dini sahada iletişimde bulunan kaynak kişilerin, bilgili ve anlayışlı olmaları gerekir (Yıldırım, 1995:342). Hadislerde de ilme, bilgiye ve anlayış sahibi olmanın önemi vurgulanırken, özellikle dini sahada “Allah kimin hakkında hayır isterse, onu dinde bilgili ve anlayışlı kılar” (Buhari, 1981:İlim,10) hadisi bunun ehemmiyetine işaret etmektedir. Dini iletişimcisi dini mesajları, bunların esaslarını ve prensiplerini çok iyi bilmesi, bir anlamda uzman olmasıyla etkin ve verimli bir iletişimde bulunabilir. O meseleleri ilahi mesajlar perspektifinden mülâhaza edebilecek ilmi dirayetinin mutlaka olması gerekir (Önkâl, 1998:131).

Kur’an ayetleri ilim sahibi olmanın önemini, “Deki: Hiç bilenlerle bilmeyenler bir olur mu?” (Zümer 39/9) “Allah’a karşı hakkıyla saygılı olanlar âlim (bilgin) kullardır.” (Fatır 35/28) şeklinde vurgulamaktadır. Bu ayetler dini iletişimde bulunacakların ilimle mücehhez olmalarını, dinin ihtiva ettiği gerçekleri (mesajları) hedef kişi veya kitleye anlatmadan önce kendilerini, iletişimde bulunacakları dini konularda iyice yetiştirip gerekli donanıma sahip olmalarını vurgulamaktadır. Aksi halde din adına kaynaklık edecek olan kişi pek çok hata yapar ve neticesinde hedef aldığı kişi veya kitleyi kendisinden ve iletmeye çalıştığı dini mesajlara karşı olumsuz tavır takınmasına sebep olur.

1.2.4.1.4. Kaynağın Saygınlığı

Kişilik ve karakteri oturmuş, ahlakı seviyesi yüksek, hürmet gören ve değer verilen ve sair hususiyetlere sahip olması, kaynağın şahsiyetini ortaya koyar ve hedef kitle tarafından benimsenmesini ve dikkate alınmasını sağlar. Hatta genel kültür, özel alan (meslek) bilgisi ve pedagojik formasyon yeterliliklerine sahip olmaları yanında, din iletişimcilerinin olmazsa olmazları arasında şahsiyet (kişilik) ve karakter sahibi olmak ta yer almaktadır (Öcal, 2002:136).

Şahsiyetli olmak bir takım özelliklere sahip olmakla mümkün olur ki bunların başında ahlaki bir kişiliğe sahip olmak gelir. Ahlaklı kişiler genelde toplumda itibar görür, saygıya değer bulunur, hürmet edilir ve sözü dinlerin olurlar (Kaya, 2002:81).

Din iletişimcisi bir mana ve ahlak insanı ve de ilahi mesajları ulaştıran kişi olarak her zaman ümit var ve iyimser bir tutum içersinde olması kuracağı iletişime etkinlik kazandırması açısından önemlidir. Daima ümidi canlı tutmasını bilir. Yaşadığı çevrede ümit kaynağı olur. Ümitsizlik haddizatında Kur'an-ı Kerimde de hoş görülmemiştir. "Allah'ın rahmet ve inayetinden ümidinizi kesmeyiniz, şüphe yok ki, Allah'ın rahmetinden kafir kavimlerden başkası ümit kesmez." (Yusuf 12/187) ayeti bu duruma işaret eder.

Din iletişimcisinin belirleyen ve toplumda saygınlığını artıran hususlar arasında, dini iletişimin her hangi bir maddi ve manevi menfaat beklenmeden ifa edilmesi anlamına gelen hasbilik; diğer gamlık; yardımda bulunmak, sadaka vermek ve ikram etmek, psikolojik destek şeklinde tezahür eden cömertlik; feragat ve fedakarlık; inanç, fikir, söz ve davranış bakımından samimiyetlik gibi hususlar da yer alır (Uludağ, 1998:200-227). Aynı zamanda bu vasıflar din iletişimcisinin beğenilip sevilmesine ve dikkate alınmasını sağlar (Cebeci, 2002:172).

Din iletişimcisi şu ahlaki meziyetlere sahip olma noktasında her zaman ve zeminde herkesten fazla hassasiyet görmelidir. Bunların başında doğruluk gelir. İlahi mesajlar doğrultusunda iletişimde bulunan konuşmacılar, tutum ve davranışlarında, hal ve hareketlerinde yalan, yanlış hususlardan uzak durmalıdırlar (Zeydan, 1979:517-520). Nitekim Hz. Muhammed doğruluk hakkında şunları buyurmuştur. "Doğruluk insanı hayra (iyiliğe), hayır ise cennete iletir. Bir kimse sürekli doğru olmaya çalışır ve yalanı araştırırsa Allah nezdinde sıddık olarak yazılır. Bir kimse sürekli olarak yalan söyler ve yalanı araştırırsa Allah nezdinde yalancı yazılır" (Müslim, 1981:Birr ve Sıla, 29). Kur'andaki "Ey iman edenler, Allah'tan hakkıyla sakının ve doğru dürüst söz söyleyin" (Ahzab 33/70) ayeti de doğruluğun ehemmiyeti işaret eder. Doğru sözlü olmak ve doğru hareket etmek bütün insanlardan beklenen bir özellik olsa da, bu konuda din iletişimcileri daha hassas olmak zorundadırlar. Çünkü iletişimde sözlerin ve davranışların doruluğu, muhatapların dikkatini çeker ve iletişim sürecinin etkinliğini artırır (Saka, 1991:69-70). Bu hususta "siz insanları iyiliğe çağırır da kendinizi unuttur musunuz?" (Bakara 2/44) ayeti hep hatırd tutulmalıdır.

Dini iletişimde bulunacak kişi hem iletişim süreci boyunca hem de normal hayatında sabır ve metaneti elden bırakmamalıdır. İletişim sürecinde yaşanacak muhtemel

olumsuzluklar karşısında en büyük güç kaynaklarından biri de sabırlı olmaktır. Sabırlı bir tutum, aynı zamanda kişinin zorluklar karşısında kendine hakim olmasını ve zorluklara dayanmasına katkı da bulunacağı için din iletişimcisini, duygusallığın doğurabileceği tutumlardan ve yanlış algılamalara sebebiyet verecek davranışlardan da alıkoyup, realitelere göre hareket etmeye sevk eder. Sabırlı olan kaynak, azim ve kararlılıkla iletişim faaliyetini sürdürür, soğuk kanlı olur ve alınganlıktan uzak durur (Önkal, 1998:359-360). Kur'an da "sabredenleri ve ayetlerimize kesinlikle inandıkları zaman, onların içinden, buyruğumuzla doğru yola ileten önderler yetiştirmiştik" (Secde 32/24) ayeti dini iletişimde bulunacakların, ancak sabretmeleri ve ilettikleri mesajlara kesin bir şekilde inanmaları neticesinde yol gösterme ve yönlendirmede başarıya ulaşabileceklerine vurgu yaptığını söyleyebiliriz (Uludağ, 1998:249-250).

Din iletişimcisi müşfik, merhametli ve ince kalpli olmalıdır. Bu hasletler aynı zamanda insanları sevmenin göstergesidir. Sevenin de sevileceğini unutmamak gerekir. Seven sevilenle, sevilende sevenle birlikte olmaya çalışır. İlahi mesajları, insanlara iletmeyi buyuran Yüce Allah'ın "Allah'ın rahmeti sayesinde sen onlara karşı yumuşak davrandın. Eğer kaba ve katı kalpli olsaydın, şüphesiz etrafından dağılır giderlerdi..." (Ali İmran 3/159) ayet-i kerimesi, din iletişimcilerinin merhametli ve güler yüzlü olmaları, katı kalpli olmamaları gerektiğini gösterir.

Aynı zamanda dini mesajları insanlara ulaştırmakla sorumlu olan kişi mütevazı, alçak gönüllü ve gösterişten de uzak durur (Zeydan, 1979:541-547). Kibirli ve gururlu kişilerin insanlarla iletişime girmeleri zor olduğu gibi, girdikleri takdirde iletişimin etkin olması da söz konusu değildir. Kibirli kişilerin muhataplarını itici görmeleri, kendilerinin de itici görülmelerine sebep olabilir. Buların aksine tevazu sahibi olmak, erdemli davranışların sebebi, bu davranışlar da ahlaki tutum ve davranışların iletilmesinde önemli saiklardan biridir. Peygamber Efendimizin "...Allah, suç başlatan kişinin şerefini artırır, tevazu gösterenlerin ise değerini yükseltir" (Müslim, 1981:Birr ve Sıla, 19) sözleri bu hususta bize bir fikir vermektedir.

Bütün bu sayılan olumlu ve olumsuz vasıflar kişinin şahsiyetini ve kişiliğini belirlemede önemli unsurlardır. Şahsiyetli kişilere itibar gösterilir, saygı duyulur, sözleri dinlenir ve ahlaklı bireyler olarak algılanırlar. Bunlar diğer hususlarla birlikte din iletişimcisinin

saygınlığını artırır. Saygınlığı yüksek kaynaktan gönderilen iletiler ise daha rahat kabul edilip benimsenir ve davranışa dönüştürülürler (Kaya, 1998:81).

1.2.4.1.5. Kaynağın Eğitim Formasyonu

Başta hem örgün eğitimde hem de yaygın eğitimde kullanılan eğitim-öğretim yöntemlerini din iletişimcisinin çok iyi bilmesi ve bu konuda gerekli formasyona sahip olması gerekir. Dini iletişim, din eğitimi ve öğretimi destekleyici ve zenginleştirici bir husustur. Bu yöntemlerin kimisi bütün din eğitimi ve öğretimi alanlarında uygulanabilir özelliğe sahip olsa da bazıları sadece örgün din eğitiminin verildiği sınıf ortamlarında tecrübe edilebilir yapıya sahiptir. Bir misal vermek gerekirse birer din iletişimcileri olan din görevlileri ve din dersi veya meslek dersi öğretmenleri kişilik ve karakterleriyle örnek teşkil ederler. Bundan dolayı onlar taklit edilebilecek konumdadırlar. Binaenaleyh ilettikleri mesajlarla, yaptıkları davranışlar arasında paralelliğin olması gerekir. Bunun farkında olmayan bir din iletişimcisinin, iletişim sürecinde bir bakıma da eğitim-öğretim sürecinde en üst seviyede başarı elde etmesi mümkün değildir. Din iletişimcilerinin hem örgün hem de yaygın din eğitiminde kullanılabilecek olan taklit yönteminin ne olduğunu kavraması ve buna göre davranması gerekir (Öcal, 1991:230-233).

Taklit yönteminin yanı sıra din eğitimi ve öğretiminde kullanılabilecek olan telkin, takrir (anlatım), soru cevap (isticvap), ilmihal, münakaşa (tartışma), küme (grup) çalışması, gösteri ve uygulama, problem çözme gibi yöntemlerinin mahiyetlerinin ne olup olmadığını bilmesi gerekir (Öcal, 1991:240-272). Yine bunların dışında kişilerin duygu ve tecrübelerinden yararlanma, örnek olay incelemesi ve din dili çalışmaları şeklinde isimlendirilen eğitim öğretim metotlarının da din iletişimcileri tarafından bilinmesi, başarılı bir dini iletişim sürecinin yaşanması için azımsanmayacak derecede fayda sağlayacaktır (Bilgin ve Selçuk, 1999:145-154).

Din iletişimcileri din eğitimi ve öğretimi ilkelerini de iyi kavramaları gerekir. Okul öncesi ile gençlik dönemindeki bireylerin dini duygu ve düşüncelerinin gelişim seviyeleri bir olmadığı gibi, yetişkinlik ile yaşlılık dönemlerindeki insanların da dini düşünüş ve eğilimleri bir olmayabilmektedir. Çocuklarla kıyaslandığında yetişkinlerin ve yaşlıların öğrenme ve eğitilme açısından bir takım farklılıklar söz konusudur. “Yetişkinlerin eğitimi ve öğretimi sanatı” anlamına gelen “androgoji” bilim dalının araştırmalarına göre, yetişkinlerin eğitiminde onların, öğrenmeye karşı

motivasyonlarının farklılık arz ettiği, fizik ve psikolojik çevrenin önemli olduğu, diğer insanlardan daha fazla ve geniş tecrübeye sahip oldukları, öğrenmeye hazırlık ve yönelimlerinin farklı olduğu, biyolojik, psikolojik, zihinsel ve sosyal açılardan bireysel farklılıklara sahip oldukları, zekâ, kişilik yapısı, yaş, aldıkları eğitim ve eğitim öncesine özel tecrübelerinin bulunduğu noktasındadır. Bütün bunların öğrenme ve eğitim sürecine etki edeceği düşünüldüğünde, öğrenme şekillerinin farklı olacağı ve öğrenme ve eğitim için daha fazla zamana ihtiyaç duyacaklarının bilinmesi ve dini iletişimde hesaba katılması gerekir (Köylü, 2000:169-185).

Çocuk psikolojisi, öğrenme psikolojisi ve çocuğun antropolojisi gibi ilim dallarının verileri ışığı altında çocukların ve gençlerin gelişimini ortaya koyan bazı bulgular elde edilmiştir. 0-3 yaş bilinçsiz etkilenme, 4-9 duygusal öğrenme, 10-13 yaş akılcı öğrenme ve 14-24 yaş bilinçli öğrenme çağı olarak tespit edilmiş olup, bu dönemler dikkate alınarak dini gelişim aşamaları doğrultusunda ilke ve yöntemler geliştirilmiştir (Bilgin ve Selçuk, 1999:74-90). Din iletişimcisi konumundaki din görevlileri ve öğretmenlerinin, bu dönemlerin mahiyeti hakkında gerekli eğitim formasyona sahip olmaları gerekir. Bahsedilenler iletişimde bulunulacak muhatap tanıma adına önemli hususlardır. Bunları dikkate almayan din iletişimcisinin kime, neyi ve nasıl ileteceği noktasında başarılı olacağının söylenmesi pek mümkün değildir.

Hz. Muhammed'in, iletişimde bulunduğu kitlenin çocuk, genç, yetişkin ve yaşlıları içine alacak şekilde muhatap kitlesinin geniş olduğu ve O'nun "insanlara akılları nispetinde konuşun" (Ebu Davud, 1981:Edep, 20). sözü de dikkate alındığında, yukarıda bahsedilen hususlar hakkında din iletişimcilerinin daha fazla hassasiyet göstermeleri gerektiği daha iyi anlaşılabilir.

1.2.4.1.6. Kaynağın İletişim Bilgi ve Becerileri

"İletişim; iletişim amacının belirlenmesi, ona uygun mesajın seçilip kurgulanması, mesajın kodlanması, iletilmesi, geri bildirim alınması doğrultusunda yapılması işleminin bir düzen ve uyum içinde yürütüldüğü bir süreçtir" şeklinde dile getirilmiştir (Cebeci, 2002:176). Bu bağlamda din iletişimcileri olan din görevlileri ve öğretmenlerin, okulda, camide ve sosyal çevrede verimli dini iletişim kurabilmesi ve muhataplarına istedik dini tutum, anlayış ve davranış kazandırabilmeleri için iletişim sürecindeki hususları bilmeleri ve bunları uygulamaya yönelik becerilere dönüştürmeleri önem arz edecektir.

Din iletişimcisinin, “Sözde kuvvetli tesir vardır” (Buhari, 1981:Tıb, 51; Ebu Davud, 1981:Edep, 94) hadis-i şerifinde ve “...onlara öğüt ver ve onların içlerine işleyecek güzel söz söyle!” (Nisa 4/63), “Kardeşim Harun var ya, o benden daha güzel ve daha pürüzsüz konuşur. Onu yardımcı olarak görevlendirip benimle gönder” (Kasas, 28/34) ayetlerinde işaret edildiği üzere, etkileyici olması için ağız yapısının konuşma tekniğine müsait olup, söz söyleme sanatını (diksiyonu) bilmeli ve bunu kullanma becerisini de gösterebilmelidir.

İletişim becerisi, kaynağın konuşma, yazma, dinleme, okuma ve düşünme kabiliyetleriyle sözcükleri, jest ve mimikleri birbirleriyle uyumlu ve bir bütünlük oluşturacak biçimde iletişim sürecine ustaca katılması ve sonucunda istenilen verimin elde edilmesiyle kendini gösterir (Kaya, 1998:84).

Zamanın ve mekanın dini iletişime uygunluğu; hutbe, vaaz, sohbet gibi yaygın din eğitimi kapsamında değerlendirilebileceğimiz dini iletişim türlerinde başlama ve bitiş zamanlarına riayet etme hususu; konuşma süresiyle uyumlu konuşma planının yapılması, dini iletişim konusunun muhatapların durumları göz önünde tutularak hazırlanması, konuşma öncesinde iletişimi aksatacak önlemlerin alınması, beden dili, sesin tonu gibi sözlü iletişim unsurlarının kullanılması ve iletişim esnasında göz temasının hedef kişi veya kitleyle sağlanıp gerekli değerlendirmelerin yapılp ihtiyaç duyulan önlemlerin alınması gibi iletişimin becerisini ve başarısını etkileyecek hususların da kaynak kişi olan din iletişimcileri tarafından bilinmesi gerekir (Cebeci, 2002:178-179).

1.2.4.1.7. Kaynağın Genel Kültür Bilgisi

Din gibi, geniş bir alanda iletişim yapacak din görevlisi ve öğretmenlerinin, dinin kendine özgü bütün bilim dallarının yanında tarihten psikolojiye, edebiyattan felsefeye, fen bilimlerinden güzel sanatlara, spordan aktüaliteye kadar her alanda az veya çok bilgi ve kültüre sahip olmaları, muhataplarıyla yakın ilişkiye girmeleri ve iletişim ortamını hazırlayabilmeleri için faydalı olacaktır (Öcal, 1991:36). Son yüzyıllarda insanların dünyaya bakışı ve hadiseleri değerlendirişleri neredeyse tamamen değişmiş durumdadır. Mantıki ve akli değerlendirmeler daha ağır basmaktadır. Meseleleri değerlendirmede akli yönelimlere sahip kişilere çok kuvvetli akli deliller ve ikna edici güçlü açıklamalar getirilmek, onların his dünyalarına girmekle, bu kişilerin yine kendi hislerine göre

yapmış oldukları hataların muhtemel sonuçlarını göstermekle, onlarda istenilen davranış değişikliğini gerçekleştirmek mümkün olabilir (Canan, 1995:324-330).

Dini iletişimin muhatabı konumundaki insanın (ister inanmış olsun ister inanmamış olsun), enformasyonun yayılması ve dünyanın giderek basılı ve görsel medya vasıtasıyla farklı bilgi ve düşüncelerin kitlelere rahatça ulaşması neticesinde, artık dünya algısı değişmiş, akılcı ve eleştirci bir görünüm kazanmıştır. Bu durum kaynak kişi konumundaki din iletişimsicisinin, kendi sahasındaki mesleki (uzmanlık) bilgisinin yanı sıra genel kültür ve bilgisini artıma zorunluluğunu doğurmuştur. Bir bakıma din iletişimsicisi, tıpta uzmanlık sınavına girip herhangi bir alanda uzman olan hekim; bütün tıp branşlarında yeterli derecede bilgi sahibi olmak zorunda olan pratisyen hekim gibidir. Özellikle yaygın din eğitimi vazifesini ifa eden din görevlilerinin hedef kitlesinin çeşitliliği ve bunların farklı özellikleri dikkate alındığında bu durum daha iyi anlaşılacaktır.

Dini mesajları iletme, öğretme ve eğitim hadisesine dönüştürmekle mükellef olan din iletişimsicisi, bilginin iki önemli kaynağı olan kainat (dış dünya) ve insanın kendi nefsiyle (kabiliyetleri ve düşüncesi) (Ateş, 1977:481) ilgilenen fen ve sosyal bilimlerden de haberdar olması fayda sağlayacaktır. Böylelikle o çağını okuyabilecek, dünya insanını tanıyabilecek ve hadiseler karşısında sağduyusunu ve soğukkanlılığını muhafaza ederek, sorunlara realiteler çerçevesinde yaklaşıp, dini mesajları muhataplarına en uygun bir biçimde ulaştırabilecektir. Genel manada günün şartlarına ve muhatabın durumuna göre, çağın idrak ve kültürüyle dini iletişimi örgütleyebilmesi gereken din iletişimsicine genel kültür ve bilgileri kazandıracak ilimlerde de yeterliliğinin olması ona büyük avantajlar sağlayacaktır (Gülen, 1998:117).

1.2.4.2. Dini İletişimde Mesaj

Mesaj, karşı tarafa aktarılmak üzere kaynaktaki duygusal ve düşünsel özelliğe sahip bilgi, düşünce, tutum ve değerlerden oluşan içeriğin (muhtevanın) bir süreçten geçirilerek ifadesidir (Cüceloğlu, 2004:70).

Mesajların anlam, anlamı ifade eden semboller ve bu sembollerin organizasyonu veya şekli olmak üzere üç boyutundan söz edebiliriz. Anlamlar bilgi ve fikirler, bunlara ilaveten iletişimi olumlu veya olumsuz yönde etkileyecek olan kızgınlık ve sevgi gibi

hislerdir. Semboller de bir anlamı ifade eden kelime, ses ve hareketlerdir. Kişi iletişimde ya da konuşmada (hitabette) bulunurken, sözsüz iletişimin unsurları olan yüz ifadeleri, jestler ve sesin tonu gibi kelimelere eşlik eden ve onları destekleyen semboller de kullanır. Alıcılar hem sözel hem de beden dili denilen sözsüz sembollerini alır ve onlara bir anlam verirler. Kaynak kişi ve mesaj ne kadar güçlü olursa olsun, mesajlar istenilen seviyede planlanmamış ve düzenlenmemişse etkili ve başarılı bir iletişimden söz etmek zordur (Köylü, 2003:31-32).

Dini iletişimde mesaj “esas itibariyle Allah’ın vahiy yoluyla ve peygamber aracılığıyla inancımızı, anlayışımızı, tutum ve davranışımızı şekillendirmek üzere bize ilettikleri” (Cebece, 2002:196) her şeydir. Vahiy ve sünnet kaynaklı olmak koşuluyla onların yorumlanması neticesinde üretilen bilgi, düşünce ve duygular da dini mesaj kapsamında değerlendirilebilir. İlahi mesajların doğru bir şekilde yorumlanması ve anlamlandırılması önemlidir. Aynı zamanda insan zihninin bilgilerin çok azını kavrayacak sınırlılıktaki yapısından ötürü, muhataplara bir şeyler öğretmek ve öğretilen bilgilerin hafızalarda yer etmesi hedefleniyorsa, dini mesajların iyi bir şekilde düzenlenmesi ve planlanması da bir o kadar önem arz etmektedir (Köylü, 2003:120).

Anlamalı ve faydalı tutum ve davranış kazandırması bakımından başarılı sonuçlar verecek mesajlar düzenlemek ve üretmek isteniyorsa aşağıda belirtmeye çalıştığımız hususlara (ilkelere) dikkat etmek faydalı olabilir.

a. Muhatabın ihtiyacına ve iletişim sürecinden hedeflenen maksatlar doğrultusunda belirlenip, iletişime uygun bir tarzda düzenlenip ve planlanması gereken dini mesaj, Kur’an-ı Kerim’e, Hz. Muhammed’in sünnete ve bu ikisinin genel kabul görmüş yorumlarına dayalı doğru bilgi, duygu ve düşünceler olmalıdır.

b. Dini mesaj, gerek dil, üslup, kelime ve kavramlar, gerekse konu ve muhteva (içerik) bakımından, muhatapların bilgi ve kültür seviyeleri dikkate alınarak, onların anlamalarına elverişli olacak şekilde doğru ve kolay hazırlanmalı ve düzenlenmelidir.

c. Dini mesajın, kaynak tarafından doğru ve anlamlı planlanması yeterli olmayıp, dinleyici veya alıcıların ihtiyaç ve beklentilerine uygunluğu da önemlidir.

d. Amaçsız hiçbir faaliyet olamayacağına göre, dini iletişimdeki mesajın, insanlara hem dünya hem de ahiret huzur ve mutluluğuna ulaştıracak değerleri öğretecek ve bu

değerler çerçevesinde onların hayatlarına şekil verdirecek şekilde dini amaca uygun olması gerekir.

e. Dini mesaj, onu iletmek isteyen kişinin dil becerisine ve anlatım tarzına göre kodlanırken açık-seçik ve doğru bir şekilde ifadelendirilmelidir.

f. Dini mesaj, yararlı sonuçlar verecek biçimde düzenli, sistemli ve insicamlı bir yapıya sahip olmalıdır.

g. Dini mesaj, bütün muhataplar tarafından rahat ve doğru alınıp ve algılanabilmesi için sözel dil, vücut dili, görsel nesnelere, duygusal figürler ve ses tonlaması gibi kullanılması mümkün olabilecek zengin araç, kanal ve malzeme ile sunulmalıdır (Cebeci, 2002:198-208).

Yazılı ve sözlü iletişimde olduğu gibi (Aktaş ve Gündüz, 2004:73), dini iletişimin (hitabetin) de türü ve alanı ne olursa olsun, konuşmacının kendisinin karar vereceği genel metot ve prensipler çerçevesinde giriş, gelişme ve sonuç bölümleriyle bir bütün oluşturacak şekilde planlanması ve organizasyonun yapılması gerekir (Köylü, 2003). Nitekim etkili, verimli ve başarılı bir iletişim (hitabet), zaman ve zemine göre konuşmanın türü belirlenip, muhatapların özellikleri dikkate alınıp, belli bazı kaidelere uygun bir şekilde giriş, gelişme ve sonuç bölümlerine ayrılarak yapılan konuşmadır (Köylü, 2003:145-147).

Bu bağlamda dini iletişim süreçlerinin ve faaliyetlerinin yaşandığı ortamlarda yapılan dini mesaj içerikli konuşmalar, iyi hazırlanır ve bir düzen çerçevesinde muhataplara sunulursa daha fazla bilgi iletilmiş ve hedef kitle tarafından daha iyi anlaşılabilir olur (Kaya, 1998:87).

1.2.4.3. Dini İletişimde Kanal

Kaynak kişiden alıcı veya hedef kitleye, mesaj haline dönüştürülmüş anlamın ulaşmasına imkan sağlayan yola, geçide ve oluğa kanal adı verilmektedir (Cüceloğlu, 1999:73). İletişimin amacı doğrultusunda belirlenen iletiyi (mesajı) gönderen kaynaktan alıcıya iletilen sözler, jestler, mimikler, dokunuşlar, resimler, grafikler ve araçların her biri birer kanaldır. Anlamları (mesajları) iletmede kanal kullanmaktan başka çare yoktur. Dolayısıyla kanallar (araçlar) mesajın kendisi gibidirler (Cebeci, 2002:35).

Yukarıda ifade edilenler doğrultusunda kanalları, ağızdan çıkan sözler, jestler ve mimikler, duruş, el kol hareketleri biçimindeki sunumsal araçlar; yazı, resim, fotoğraf, karikatür, şekil ve diğer cisimler şeklindeki temsili araçlar; siren, müzik aleti, silah vb. aletlerin belirli sesleri biçimindeki mekanik araçlar olmak üzere üç gruba ayrılması mümkündür (Cebeci, 2002:36).

İfade edilen kelimeler, alıcılara hava dalgalarıyla yüz ifadeleriyle, jestlerle ve daha başka kanallarla taşınır. Bir iletişimde ne kadar fazla kanal kullanılırsa iletişimin başarı şansı o kadar artar. Ayrıca iletişimi etkin kılabilmek için mikrofon gibi güçlendirici sistemlerden istifade edilebilir. Her ne şekilde olursa olsun önemli olan iletişimin sağlıklı ve verimli bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacak kanalları en etkin tarzda kullanabilmektir (Köylü, 2003:33-34).

Kanalların, mesajları aktarması hususunda dini iletişim ile genel iletişim arasında bir fark yoktur. Her iki iletişimde de iletişimin amacı, mesajın muhtevası ve alıcıların özellikleri, oluşturulması planlanan iletişim sürecindeki kanalların türünü, şeklini ve niteliğini belirleyen unsurlardır. Dini mesajların iletişimde daha çok kavramsal dil (din dili) ve vücut dili önem arz etmektedir (Cebeci, 2002:211).

Dini iletişim sıradan basit bir iş olmayıp, insanlara imanı, inancı, ahlakı ve en güzele ve en doğruya ulaştıran değerleri nakletme ve kabul ettirip benimseme faaliyeti olduğu için dilin sanat seviyesinde etkileyici kullanılması gerekir. Dini iletişimde söz söyleme beceri ve kabiliyeti, din iletişimcisinin sahip olması gereken en önemle özelliklerinden birini oluşturur.

Genel iletişimde olduğu gibi dini iletişimlerde dilin, sembollerin (kelimelerin) anlam bağlantılarını ifade eden semantik, kelimelerin anlamlı düzenlenişlerini açıklayan sentaks ve bir de kelimelerin (sembollerin) kullanış amacı ve alıcı üzerindeki tesirlerini ifade eden pragmatik yönleri bulunmalıdır. Semantik açıdan; iletişimde kullanılacak kelimeler kastedilen anlamın dışı gelmeyecek şekilde netleşmeli, diksiyon kurallarına göre doğru telaffuz edilmeli, tam olarak söylenmeli ve gerektiğinde önemli görülen kelimeler özenle tekrar edilmelidir. Sentaks açısından, hitapta bulunan kişi cümleleri düzgün kurmalı ve dil kaidelerine uydurmalı, her cümle anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde ifade edilmelidir. Karmaşık, birçok anlam ifade edebilecek uzun cümleler kurmaktan uzak durulmalı, cümleleri ve paragrafları birbirleriyle uyumlu bir bütün

oluşturacak biçimde planlanmalı ve hislerle ilgili anlamlar barındıran kelimeler ve cümleler ses tonlamalarıyla ve vurgularla ve de yüz ifadeleriyle desteklenmesi gerekir. Pragmatik açıdan ise, iletilmek istenen mesajların alıcılarca rahat ve kolay anlaşılmasını sağlayacak söz düzeninin belirlenmesi ve hazırlanması bunun sonucunda sunulan mesajların muhataplar tarafından anlaşılır ve faydalı olması lazımdır (Cebeci, 2002:221-222; Yıldırım,1995:337).Netice itibariyle dilin yada kelamın (sözün) anlaşılır ve fasih olması yanında muktezayı hale mutabık veya uygun olacak şekilde belîğ olması, iletişimin etkinliği açısından önemli görülür (Mustafa ve diğ., 1989:70).

İletişimde olduğu gibi dini iletişimde de konuşmada kullanılan sözlü iletişim unsuru olan kelimeler mesajları muhataplara iletmede önemli olduğu kadar, sözsüz iletişimi ifade eden veya sözsüz mesajları aktaran ve kelimelere(sembollere) etkinlik kazandıran jest ve mimikler, oturuş, duruş, el ve kol hareketleri gibi kanal ya da araçlar da önemlidir (Kaya, 1998:97).

İletişimde mesajları insanlara ulaştıran araçlardan vücut hareketlerinin % 60, sesin % 30 ve sözlerin % 10 etkili olduğu ve yine insanların öğrendiklerini % 75 görme ve % 13 işitme duyusu vasıtalarıyla gerçekleştirdikleri düşünüldüğünde dini iletişimde de beden dili ve onu kullanmanın önemi kavranılmış olur. Ayrıca psikologlar günlük beşeri münasebetlerde mesajın, yüzde on beşinin sözle, yüzde seksen beşinin sözsüz iletişimle iletildiğini belirtirler (Cüceloğlu, 2000:272). Özellikle yaygın din eğitiminin yapıldığı iletişimlerde -vaaz ve hutbe gibi- vücut dilinin yeterli derecede ve etkin bir biçimde kullanıldığı -görebildiğimiz kadarıyla- söylememiz zordur. Bu durum yaygın din eğitiminin tabii mekânı olan camide İmam-Hatiplerin hutbe irat etmelerinde daha belirgin bir şekilde kendini hissettirmektedir. Oysa din iletişimcilerinin örnek almaları gereken Hz. Muhammed'in vücut dilini, sinir dilini ve ses tonunu yerli yerinde ve etkili bir şekilde kullandığı görülmektedir.

“Rasulullah (sav) hutbe irat ettiği zaman gözleri kızarır, sesi yükselir, “Düşman sabah ve akşamüzerinize hücum edecek, kendinizi koruyunuz” diye ordusunu uyaran kumandan gibi öfkesi artar ve şahadet parmağı ile orta parmağını bir araya getirerek: “Benimle kıyametin arası şu iki parmağın arası kadar yaklaştığı sırada ben peygamber olarak gönderildim” derdi. Sonra sözlerine şöyle devam ederdi:...” (Muslim, 1981:Cum'a, 43)

şeklindeki rivayet bunu açıkça göstermektedir.

Burada şunu hatırlatmak faydalı olacaktır. Arapça'da "hutbe" denilince, dilimizde de kullanılan kelime, bizde kullanıldığı gibi, sadece cuma günü hatibin minberde yaptığı konuşma manasına gelmez. Bir hatibin, topluluğa hitaben yaptığı her konuşma hutbe olarak isimlendirilir. Peygamberin (sav) konuşma yaparken gözlerinin kızarması, sesinin yükselmesi, kızması gibi yukarıda belirtilen fizyolojik durumlar, bütün konuşmalarda görülmemektedir. Peygamberimiz çok çeşitli nedenlerden ötürü ashabına hitap eder, o andaki duruma, toplumun psikolojisine uygun konuşmalar yapardı. O, bir olumsuzluktan sakındırdığı, bir yasaktan kaçınılmasını istediği zaman, böyle bahsedilen bir görünüme sahip olurdu. Nitekim Peygamberimiz, insanların duyarsızlıklarını, bazı gerçeklerden habersiz oluşlarını, ihmalkârlık ve vurdumduymazlıklarını görünce kızmış, öfkelenmiş ve onları ciddi bir şekilde ikaz etmiştir. Hz. Peygamberin bu tutumu toplumu bilgilendirmekle, irşat ve ikaz göreviyle sorumlu kişiler, vaizler ve hatipler için örnek olucu özellikler barındırır (Kandemir ve diğ., 1997:14-15).

Beden dilini, metabolizma ile ilgili olanlar ile bunların dışında giyim kuşamla ilgili olanlar şeklinde olmak üzere iki kısımda değerlendirmekte mümkündür. İnsanlar duygu, düşünüş ve anlayışlarını sinirler vasıtasıyla vücut organlarının hareketleriyle yansıtır ve bu durumu metabolizmik ya da sinir dili; saç, sakal ve bıyık bakımı ve düzeni, takılar ve giysileri de bazı anlamları ifade etmeleri açısından giyim kuşam dili olarak da isimlendirebiliriz (Cebeci, 2002:335).

İnsanlar el, kol, baş ve yüz hareketleri ile duruş, oturuş ve yürüyüş şekilleriyle sözlerin/kelimelerin kifayetsiz ya da yetersiz kaldığı üzüntü, öfke, korku, sevgi ve heyecan gibi duygusal/hissi anlamları, yüzün tebessümü ve asıklığı, kaşların çatıklığı, omuzların dik veya düşük oluşu, sesin titremesi, benzin soluk olması şeklindeki fizyolojik tepkiler biçiminde daha iyi iletebilir veya ifade edebilirler.

Dini terminolojide inanç- amel bütünlüğü şeklinde nitelendirdiğimiz hususun benzerini, kelimelerin ifade ettiği anlamları destekleyen vücut hareketleri bağlamında söz-davranış uyumu veya bütünlüğü olarak dile getirebiliriz. Kelimelerin ifade ettiği anlam ile beden hareketleri arasında bir uyumun ve ahengin olması etkili bir dini iletişim için önemlidir. Dini iletişimde temsil önemli bir husustur. Temsilin en önemli göstergesi de hiç şüphesiz sözlerden ziyade vücut hareketleri ya da davranışlardır. Bu durumu "ayinesi iştir kişinin lafa bakılmaz" atasözü ile veciz bir şekilde ifade edebiliriz.

Ayrıca olumsuz duygularımızı gayri ihtiyari olarak vücut hareketlerimizle yansıtmamak için beden dilimizi bir başka deyişle sinir dilimizi kontrol altına alma beceri ve başarısını göstermek de önemli noktadır (Cebeci, 2002:338). Nitekim Kur'an-ı Kerimde "o takva sahipleri ki, bollukta da darlıkta da Allah için harcarlar; öfkelerini tutarlar ve insanları affederler. Allah da güzel davranışta bulunanları sever" (Ali İmran 3/134) ayeti insanların bazı duygularına hâkim olmaları gerektiğini tavsiye etmekle birlikte, bu tür duyguların göstergesi olan vücut hareketlerini de kontrol altına almalarıyla ilgili olarak da ayetten bazı çıkarımlarda bulunabiliriz. Nitekim "yüz ifadelerimiz, bedenimizin duruşu, konuşma tarzımız, el-kol hareketlerimiz, sesimizin tonu bir kimseye karşı nasıl duygular içinde olduğumuzu ifade eden" (Cüceloğlu, 2000:272) önemli unsurlar olduğu dile getirilmiştir.

Mesajın muhtevası, yoğunluğu, güncelliği, duygu yönü gibi hususlarda vücut dilinin samimi bir şekilde kullanılması zaruri kılabilir (Cebeci, 2002:238). Hz. Peygamber hitabede bulunacağı zaman ve zemine ve mesajın içeriğine göre beden hareketleri ve sesindeki değişikliklerle bunu yansıttığını görmekteyiz (Müslim, 1981:Cuma, 43).

Giyim-kuşamla ilgili araçlar, doğrudan olmasa da dolaylı olarak mesajın insanlar üzerindeki etkinliğini artırıcı özelliğe sahiptirler. Bazen kılık kıyafetle alakalı hususlar tek başlarına da bir mesaj anlamı taşıyabilirler. Mesela tıp doktorunun giydiği beyaz kıyafet onun hekim, ordu mensuplarının giydiği üniforma onların asker olduğunu, yine camide veya ilgili yerlerde giyilen cübbe ve sarık, onları giyen şahısların din görevlisi olduğu mesajını verir (Cüceloğlu, 2004:47).

Dini iletişim vazifesini ifa eden kişiler de din görevlisi olduğunu simgeleyen kıyafetlerin dışında, temsil etme özelliklerini gösterecek biçimde toplumun hassasiyetlerini, genel kabullerini ve konumlarının icap ettiği şekilde kılık kıyafetlerine dikkat etmeleri gerekir. Saçı başı dağınık, kıyafetleri muntazam olmayan, toplumca hoş görülmemeyen renklerdeki elbiseleri giyen ve kendine dikkat etmeyen din dersi öğretmenini ve din görevlisini okulda öğrenciler, camide cemaat ve toplumdaki diğer insanlar pek dikkate almadığı gibi söyledikleri de onlar üzerinde yeterince etki bırakmaz (Cebeci, 2002:241). Bunun ötesinde onlar, bu halleriyle misyonlarını zedelerler ve olumsuz mesajlar yansıtır.

Din iletişimsi, kendisi bizzat mesaj olarak algılandığı ve ilettiği mesajın da etkili bir şekilde ulaşması için temiz, düzgün, sade giyinmeye ve el, yüz ve saç bakımına özen

göstermelidir. İslam'ın ilk, en etkin ve en yetkili iletişimcisi Hz. Muhammed (sav) gösterişsiz ve temiz giyinir, ilahi mesajları nakletmek için bir araya geldiği kişilerle güzel elbiselerini giymiş vaziyete görüşür ve çevresindekileri de bu konuda ikaz ederdi (Çetin, 1998:181).

1.2.4.4. Dini İletişimde Alıcı

Genel anlamda iletişimde olduğu gibi dini iletişimde de alıcı yada hedef kitle iletişim sürecinin kendisine göre belirlendiği önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde eğitim ve öğretimde öğretmen merkezli klasik eğitim anlayışı yerine öğrenen merkezli anlayış benimsenmektedir. İletişimde de kaynak merkezli değil, daha çok “dinleyici merkezli” iletişimin kabul edildiğini söyleyebiliriz. Hedef olmadan iletişimin gerçekleşmesi mümkün olmayacağına göre alıcı veya hedef özellikleri bilinip, bu doğrultuda iletişim stratejileri geliştirilip belirlenmelidir. Hedef kitle dikkate alınmadan yapılan iletişimin başarısından bahsetmek zordur. Bu noktada karşımıza dinleyici veya hedef kitle analizi kavramı çıkmaktadır.

Hedef kitle analizi “sunulacak mesajın, hitap edilecek kişilerin ilgi, ihtiyaç, tutum, inanç, değer ve arka planlarına adapte edebilmek için onlar hakkında bilgi sahibi olmaktır.” (Köylü, (Samovar Larry A. ve Jack Mills'den aktaran), 2003:44). Buradan muhatapın tanınmasının ve onun kim olduğu sorusuna cevap aranmasının önemli bir husus olduğu ortaya çıkmaktadır. Zira dini iletişimde amaç, insanlara istenen ve arzulanan dini anlayış, tutum ve davranışlar kazandırmaktır.

Bu da hedef kitlenin fiziki, sosyal, psikolojik, kültürel özellikleriyle, kişiliklerini, ilgi ve ihtiyaçlarını, tecrübe ve birikimlerini bilmekle yakından alakalıdır. Din dersi öğretmenin, öğrencilerin psiko-sosyal, kültürel özelliklerini ve eğitim-öğretim kapasitelerini dikkate almadan iletişimde istenen başarıyı elde etmesi zordur. Aynı şekilde din görevlisinin de cemaatin genel ve ferdi özelliklerini göz önünde bulundurmadan dini iletişimde bulunması, onun başarısını olumsuz yönde etkileyecektir (Cebeci, 2002:244). Bu konuda “herkes kendi karakterine göre hareket eder...” (İsra 17/84) ayeti ve “herkese durumuna göre davranın” (Ebu Davud, 1981:Edeb, 23) hadisi insanların farklı kişiliklere sahip olduklarını ve dini iletişimde muhatapın özelliklerinin dikkate alınması gerektiğine dair bize ipuçları vermektedir. Dini iletişimde muhatapı

tanıyabilmek için onun özelliklerini, genel hatlarıyla fiziki, psikolojik ve sosyal olmak üzere birkaç başlık altında inceleyebiliriz.

1.2.4.4.1. Fiziki Özellikler

a. Yaş: İnsanların, ilgi, ihtiyaç, davranış ve eğilimleri yaşlarına göre değişmektedir. Nesiller arası çatışma kavramı yaşa göre insanların birbirlerinden farklı özelliklere sahip olduklarını göstermektedir. Çocukluk, gençlik, yetişkinlik ve yaşlılık dönemlerinde, yaş ilgi, öğrenme, tutum, davranış ve düşünce farklılığı üzerinde önemli etkiye sahiptir. Mesela yaşlı insanların tecrübeleri çok olduğu için onları ikna etmek zor olmasına rağmen, gençleri ikna etmek az tecrübeye sahip olduklarından daha kolaydır. Yetişkinler ise bu konuda ortada yer alırlar. Dolayısıyla din iletişimsinin konuşma üslubunu, kullanacağı dili, seçeceği konu ve onun muhtevasının belirlemede yaş faktörünü dikkate alması gerekir (Köylü, 2003:69-70; Kaya, 1998:100-101).

b. Cinsiyet: Beynin fiziki gelişimi, beyin yarım küresi, dinleme, kullanılan dil ve kelimeler ve konuşma bakımından kadınlarla erkekler arasında farktan söz edilse de günümüzde artık kadın ile erkek arasındaki sosyal ayrımlar tarihe karışmakta, geniş alanda geçmişe nazaran aynı tecrübe, ilgi ve istekleri paylaşmaktadırlar. Buna rağmen kadınların ve erkeklerin sosyalleşmelerinin ve rollerinin farklılığı devam ettiğinden din iletişimsi, kadınlar ile erkekler arasındaki benzerlik ve farklılıkları dikkate almalıdır (Köylü, 2003:70-75). Nitekim bugün bayan vaizlerin ve Kur'an Kursu öğreticilerinin Diyanet İşleri Başkanlığı bünyesinde görev yapmaları bize bu konuda bir fikir vermektedir. Diğer yandan Hz. Muhammed'in (sav) erkeklerden ayrı olarak kadınlara va'zu nasihatte bir anlamda dini iletişimde bulunması ve kadınların O'ndan kendileri için özel bir gün tahsis etmesini istemeleri (Buhari, 1981:İlim, 32,35) dini iletişimde cinsiyet özelliğinin nazara itibara alınması hususunda dikkat çekicidir.

1.2.4.4.2. Sosyal Özellikler

a. Kültürel Farklılar: Kültür insanların hayat tarzlarını, kimlik ve özelliklerini anlatan bir kavram olup (Sezen, 2000:147) dini ve siyasi organizasyonlar, örf ve adetler, giyim kuşam tarzı, beşeri münasebetler, yeme içme ve konuşulan dile varıncaya kadar bütün bunlar kültür tarafından şekillenir. Bu hususlarda ülkeler arasında, aynı ülke insanları, aynı şehir, aynı mahalle ve hatta aynı evde yaşayan aile bireyleri arasında bile

farklılıklar görülebilmektedir. İşte bu farklılıklara kültürel farklar diyoruz. Bu farklılıklar iletişimde ve de dini iletişimde, iletilen mesajın farklı şekillerde algılanmasına, yorumlanmasına ve anlamlandırılmasına neden olabilmektedir (Köylü, 2003:75-77).

Muhatabı tanımak, onun içtimai seviyesini, kültür yapısını bilmek ve kavramakla mümkündür. Çağın insanını tanımayan ve onun kültür özelliklerini bilmeyen din iletişimsinin başarılı bir mesaj iletme sürecini başlatması ve sürdürmesi zor olacaktır. İletilmek istenen mesaj ne kadar kutsal olursa olsun, muhatap kişilerin idrak, anlayış ve dünya görüşlerini gösteren kültürel özellikler dikkate alınmaksızın gerçekleştirilmeye çalışılan dini iletişimin ikna edici ve müessir olması şüphelidir (Gülen, 1998:141-143). Yakın bir zamana kadar ister cami isterse başka bir ortamda olsun dini iletişimsinin, hedef kitlesinin kültürel yapısı karmaşıklık göstermezken, günümüzde sahip olunan dini bilgilere, kullanılan dile varıncaya kadar kültürel özelliklerin bölük bölük olduğu belirtilmektedir (Aydın, 1995:428).

b. Eğitim Durumu: Dini iletişime bulunulacak hedef kitlenin eğitim seviyesi de önem arz etmektedir. İnsanların kimisi okullarda aldıkları resmi eğitim sayesinde, kimisi de hayattan edindikleri tecrübeleri iyi değerlendirmek suretiyle yüksek eğitimi olabilmektedirler. Bunun yanında eğitim seviyesi düşük insanlarda bulunabilmektedir (Köylü, 2003:85). Bu durumun, yaygın din eğitiminin verildiği cami ortamında özellikle vaaz ve hutbelerin hedef kitlesi olan cemaat için daha belirgin bir şekilde öne çıktığını söyleyebiliriz.

Günümüzde eğitim öğretim yaygınlaşması ve kitle iletişim sistemleri sayesinde çağımız enformasyon çağına dönüş ve insanlar pek çok hususta daha çabuk ve daha fazla bilgi sahibi olmaya başlamışlardır. Bilginin yaygınlaşmasıyla insanlar hissi duygusal olmaktan ziyade daha çok akli olarak hadiseleri değerlendirme eğilimine yönelmişler. Bu da dini iletişimde muhatapların eğitim seviyelerinin çok iyi bilinmesi ve bu doğrultuda iletişim teknik, yöntem ve üsluplarının geliştirilip uygulanması gerekli kılacak bir husustur (Canan, 1995:324-327).

İletişimde önemli olan, muhatapların gönderilen mesajları algılayıp anlamlandırmalarıdır. İletilen mesajların yorumlanmasında dinleyicilerin eğitim ve öğretimden kaynaklanan bilgi birikimleri önemli olabilmektedir. Mesela din eğitimi

almış kişilerle hiçbir şekilde din eğitimi almamış kişilerle kurulacak dini iletişimin konu, içerik, üslup ve yöntem açısından farklı olması kaçınılmazdır. Bundan dolayı muhatapların eğitimden kaynaklanan bilgi ve algı seviyelerine ve anlayacakları dille konuşmak ya da dini iletişim kurmak kaçınılmazdır (Uludağ, 1998:303).

c. Mesleki Durum: Kişilerin mesleki durumları onların ne tür bilgilere sahip olduklarını ve hangi konulara ilgi gösterdikleri noktasında bize ip uçları verebilir. Din iletişimcisi iletmek istediği konu ve konu muhtevasını hedef kitlenin meslekleriyle ilişkilendirirse oldukça verimli bir iletişim kuracaktır. Maden işlerinden veya kırsal kesimde yaşayan köylü insanlardan ya da üniversite öğrencilerinden meydana gelen hedef kitlelerle kurulacak dini iletişimin konusu aynı olsa bile muhtevasının ve sunumunun farklı olması gerekebilir.

Muhatapların çoğunluğunu tıp doktorlarının oluşturduğu bir hedef kitlenin olduğunu düşünelim. Eğer konuşmacı Kur'an-ı Kerim'deki ayetlerden hareketle insanın yaratılışını anlatmaya kalkışır ve de iyi hazırlanmamışsa, bu konuda hem hedef kitlenin bilgi birikiminin çok olmasından kaynaklanan kendine güven duygusu ile iyi hazırlanamama engeline takılabilir. Hedef kitlenin bu özelliğini iyi değerlendirip avantaja dönüştürmek tamamen din iletişimcisinin kendi elindedir (Kaya, 1998:99).

d. Dinleyici Sayısı: Dinleyici sayısının artması haliyle görüş ayrılıklarının artacağı anlamına geleceğinden, bunun neticesinde sayıca az olan hedef kitleye karşı uygulanan eğitim stratejileri değişecek, mesajın planlanması ve sunulması daha fazla önemi gerekli kılacaktır (Köylü, 2003:86-87).

Ayrıca sayı artıkça mikrofon gibi destekleyici iletişim araçlarına da ihtiyaç duyulabilir. Nitekim günümüzde üniversite amfilerinde, konferans salonlarında ve camilerde sesin gücünü artıran ve görüntüyü sağlayan cihazlar kullanılmaktadır.

e. Beklenti ve İhtiyaçlar: Din iletişimcisi, muhatapların ihtiyaç, beklenti ve ilgilerini dikkate alarak iletişim sürecine başlamalıdır. Hedef kitle iletilen dini mesaja istenilen derecede ilgi göstermiyorsa, din iletişimcisi, muhatapların mesaja ilgi duymalarını sağlamayı bilmelidir. Bunun içinde konuşmacının, dinleyici veya hedef kitlenin iletişim kurulacağı zamana yakın olan konum ve durumlarının sonucundaki ihtiyaçlarına göre konu tespitini yapıp, sunumunu da bu doğrultuda gerçekleştirmesi isabetli olur. Bu

bağlamda bire bir iletişimlerde ihtiyaçları belirlemek kolay olmasına karşın, cami cemaati gibi geniş bir kitleden müteşekkil muhatapların genel yapısından hareketle ihtiyaç tespitine gidilebilir (Cebeci, 2002:247-248).

İnsanların ihtiyaç ve beklentileri her yerde ve her zaman ve hatta her yaş grubu için aynı değildir. Çocukların eğitim ve öğretime “konu merkezli”, yetişkinlerin eğitim faaliyetlerine mevcut hayat problemlerine çözüm bulmak amacıyla “problem merkezli” yaklaştıkları ifade edilmektedir (Köylü, 2000:174). Dolayısıyla din iletişimcisi mesajın konu ve içeriğini kendi ilgi ve ihtiyaçlarından ziyade hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentilerine göre belirlemelidir. Kaynağın bunu yapabilmesi de büyük ölçüde muhataplarına empatiyle yaklaşıp, onların nabzını tutup, yüreklerine nüfuz etmeleriyle olur (Açıköz, 2005:141-142).

f. İkamet Edilen Yer: İnsanların farklı bölge, şehir, kasaba, köy, mahalle ve sokaklarda ikamet ediyor olmaları, onların tutum ve ilgilerini etkileyecektir. Bu sayılan yerleşim yerlerine göre insanların dine ilgileri, eğitimleri, dünya görüşleri, geçim, meslek ve sosyo-ekonomik durumları gibi pek çok hususta farklılıklar göze çarpmaktadır. Dini iletişimde bu noktalar dikkate alınmalıdır (Köylü, 2003:88). Daha sonra geniş olarak işlemeyi amaçladığımız hutbe konusunun seçiminde de insanların ikamet yerleri ve diğer hususlar mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır. Tersine bir uygulamanın iletişim teknikleri ve eğitim öğretim ilkeleri açısından ne kadar sağlıklı olduğu tartışılır bir husustur.

g. Siyasi ve İdeolojik Görüş: Hedef kitle içerisindeki insanların olabildiğince hangi akım, görüş ve düşüncenin tesiri altında kaldıkları, ideolojik saplantıları, politik temayülleri ve dünya görüşlerini bilmek (Yıldırım, 1995:337-338), din iletişimcisinin kullanacağı kelime ve kavramları belirlemesinde daha dikkatli olmasını sağlayacak bir husus olacaktır.

h. Sosyal Arka Plan: Çağın sosyal, politik, ekonomik seyrindeki hızlı gelişim ve değişimleri, ilim ve teknik sahadaki ilerlemeler neticesinde insanların büyüme ve yetişme şartları, anne babaların inanç ve değerlerindeki farklılaşmalarla birlikte, bu hususlar bireylerin sosyal arka planlarını beslemektedir. Dolayısıyla sosyal arka plan ya da geçmiş yaşantılar ve yetişme şartları kişinin iletilen dini mesajları nasıl algılayacağına etki etmektedir (Köylü, 2003:89).

Sayılan fiziki ve sosyal özellikler dikkate alınmadan yapılan bir dini iletişimin başarı yüzdesi düşük olacaktır. Dolayısıyla muhataplarla ilgili ne kadar çok bilgiye sahip olunursa dini iletişimin etki gücünde bir hayli yüksek olacaktır. Muhatapların özelliklerini bilmek, yapılacak iletişimin bu doğrultuda planlanması ve düzenlenmesi, iletilen mesajlara nasıl bir tepkide bulunulacağı konusunda önceden tahmin etme imkânını verir. Böylelikle sunulacak konu, muhatapların ilgi, ihtiyaç, beklenti, tutum ve değerleriyle irtibatlandırılıp, gereksiz ve yersiz ifadelerin kullanılmasından kaçınılmış olunur.

1.2.4.4.3. Psikolojik Özellikler

Muhatapların psikolojik özellikleri deyince daha çok onların sahip oldukları inanç, tutum ve değerler akla gelmektedir. Eğitim ve iletişimin tesirlerini önceden kestirebilmek için, her ne kadar zor olsa da inanç tutum ve bunların temelini oluşturan değer hükümlerinin kesinlik derecesini bilmek önemli bir husustur (Krech ve Crutchfield, 1980:241). Zira “insanlar, bir başka şekilde ifade edecek olursak, hareket ve faaliyetlerini- (bu hareketler ve faaliyetler ister dini merasimler, ister hayatı kazanma yolları, ister siyasi faaliyet veya saldırganlık olsun)- kendi inançları ve tutumlarına göre yönetirler.” (Krech ve Crutchfield, 1980:226).

Kişinin zihni ve ruhi durumu idrak edilen algılanan şeyin manası üzerinde tesir eder. İnsanların heyecanları, ruh halleri, şahsiyetleri ve mizaçları onların çevrelerinde gördükleri şeyleri renklendirir ve tayin eder (Krech ve Crutchfield, 1980:142,145). İnsanların değer yargılarını, inançlarını, kişiliklerini tanımak ve bu doğrultuda iletişim kurmaya çalışmak, iletişim etki derecesini artıracaktır. Din iletişimcisi adımlarını ve üslubunu, muhatapların psikolojik durumlarını tespit etmek suretiyle belirleyip, mesaj iletimini sağlıklı yapma imkânı sağlayacak yol ve yöntemleri bulma gayreti içerisinde olursa, kuracağı iletişimin başarı yüzdesinin yüksek olması muhtemeldir.

1.2.5. Dini İletişim Faaliyetleri

Din iletişim ailede, okulda, camide ve diğer mekânlarda değişik faaliyetlerle gerçekleştirilmektedir. Ailede anne babaların, okulda öğretmenlerin, camilerde din görevlilerinin ve diğer ortamlarda dini konularda bilgi sahibi olan kişilerce dini iletişim gerçekleştirilir. Genel bir ifadeyle din arkadaş ortamında, sosyal gruplarda, kitle iletişim

araçlarında ve daha birçok yerde konuşulur (Cebeci, 2003:138). Dolayısıyla bir dini iletişim süreci farklı şekillerde de olsa yaşanmaktadır. Bunları vaazlar, hutbeler, konferanslar, sohbetler, radyo ve televizyon konuşmaları, okulda din dersleri vb. gibi faaliyetler olarak sıralamamız mümkündür.

Camilerde yürütülen veya yaşanan dini iletişim faaliyetlerinin başında hutbe, vaazlar, cami dersleri ve yaz kursları gelmektedir (DİB APK, 2002). İnanç, ibadet ve ahlak konularında halkı aydınlatmak vazifesi kanunla Diyanet İşleri Başkanlığına verilmiştir. Başkanlığın bu vazifesini ifa etmesinde hutbeler ayrı bir öneme sahiptir. Zira hutbelerin yerine getirilmesi zorunlu olan bir parçası olması, onun vasıtasıyla her hafta 20 milyon insana din duygusu, düşünce ve bilgilerin ulaştırılması anlamına gelmektedir.

Dini iletişim faaliyeti olarak hutbeyle mesaj iletimi, belli zaman ve mekanda yetkili kişiler tarafından cemaat (hedef kitle) karşısında, mukaddime ve mev'ize (dini mesajların işlendiği konu) bölümlerinden oluşan dini konuşma şeklinde gerçekleştirilir (Çakan, 2003:27). Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere hutbeyle dini mesajların iletilmesi için zaman, mekân, yetkili kişi (kaynak), hedef kitle (cemaat) ve dini mesajların yer aldığı bir konu bulunmalıdır.

Biz iletişim ve dini iletişim unsurlarını dikkate alarak, bundan sonraki bölümde hutbenin gerçekleştiği zaman ve mekânı harici unsurlar (şartlar); kaynak kişi olarak imam-hatibi, dini mesajların işlendiği konuyu, bu mesajların sunulmasını ifade eden kanalları ve hedef kitle olan cemaati dâhili unsurlar olarak değerlendirmeye çalışacağız.

BÖLÜM 2: DİNİ İLETİŞİMDE HUTBE VE UNSURLARI

Sözlükte “bir topluluk karşısında yapılan etkileyici konuşma” anlamına gelen hutbe, başta Cuma ve bayram namazları olmak üzere belirli ibadetlerinin icrası esnasında irat edilen, genelde vaaz ve nasihati içeren konuşmayı ifade etmektedir (Baktır, 1998:18/425). Dolayısıyla cuma namazı ile hutbe arasında bir ilişki söz konusudur. Kur’an-ı Kerim’in 62. suresi, cuma namazından bahsettiği için Cuma olarak isimlendirilmiştir. Bu surede “Ey iman edenler! Cuma günü namaza çağrılınca Allah’ı anmaya (namaza) koşun ve alışverişi bırakın. Eğer bilerseniz, bu sizin için daha hayırlıdır. Namaz kılınca yeryüzüne yayılın da Allah’ın lütfünü arayın ve Allah’ı çok çok anın ki felah bulasınız.” (Cuma 62/9-10). Bu ayette geçen “zikr” kelimesini hem “namaz” hem de “hutbe” manasında tefsir edilmiştir (Beydavi, 2003:493). Bu da bizlere Cuma namazı ile hutbe arasındaki ilişki hakkında ipuçları vermektedir. Cuma namazı iki rekattan müteşekkil farzı ayın olan bir ibadettir (Ceziri, 19???:375). Cuma namazı, vücut ve sıhhat şartlarının gerçekleşmesi durumunda farz olur. Cuma namazı için yükümlü olmak için vücut şartları; kişinin erkek, hür, mukim (dinen yolcu sayımlayan) ve mazeretsiz olmasıdır. Mezhepler arasındaki görüş ayrılıklarına değinmeden, Cuma namazının muteber ve geçerli olması için gerekli olan şartları da şöyle sıralayabiliriz. a- şehir, b- cami, c-cemaat, d- vakit, e- imam ve f-hutbe (Karaman, 1993:86-87). Görüldüğü gibi hutbe cuma namazının ayrılmaz bir parçasıdır. Alışverişin terk edilerek kalben ve büyük bir itina gösterilerek kendisine koşulması istenen “zikrullah” hutbe de dâhildir. Dolayısıyla Cuma namazı farz olduğu gibi hutbe farzdır. Hutbesiz cuma namazı, sahih olmaz.

Hutbe, daha fazla hedef kitleye ulaşma imkânı tanıyacak bir potansiyele sahip dini iletişim faaliyetidir. Ayrıca Hz. Peygamber (sav) hayatı boyunca, seferlerde geçenler dışında dört yüz civarında Cuma hutbesi irat etmiştir. Bu hutbelerde cemaatin ortak dertleri dile getirilmiştir. Hutbelerin haftada bir defaya mahsus olmak üzere tertip olunması, onların ibadetin bir parçası olması yanında, dini bilgi, duygu ve düşüncelerin insanlara öğretilmesi ve ulaştırılması bakımından da önemlidir (Kazancı, 1995:263). Nitekim günümüzde hutbe, yirmi milyon insana ulaşma fırsatını sunmaktadır (Önkal, 1995:146). Dolayısıyla hutbeyi sadece fıkhi boyutuyla değerlendirmenin ötesinde, yirmi milyon insana dini mesajları ulaştıracak önemli bir iletişim faaliyeti olarak kabul etmek

gerekir. Bizlerde bu bölümde hutbeyi zaman ve mekân, kaynak, mesaj, kanal ve hedef kitle boyutlarıyla değerlendirmeye çalışacağız.

2.1. Dini İletişim Vasıtası Olarak Hutbenin Harici Şartları

Her fiilin çeşidine göre, gerçekleştirildiği iç ve dış şartları mevcuttur. Dış şartların başında zaman ve mekan olguları yer almaktadır (Açıköz, 2005:69). Zira her hal ve hareket belli bir zaman ve mekân boyutlarında düşünülür, planlanır ve gerçekleştirilir. İletişimin türü ne olursa olsun dini iletişim de muayyen bir zaman ve mekan ortamında vuku bulur (Açıköz, 2005:77).

Din eğitimi ve iletişimi açısından zaman ve mekân kavramlarını düşünürsek, örgün eğitimdeki dini iletişim haftanın belli gün ve saatlerinde sınıflarda programlı bir şekilde sürdürülmektedir. Yaygın din eğitiminde ise şartların gerekli kıldığı zamanlarda ve bu şartlara uygun gerek cami gerekse cami dışındaki mekânlarda kısmen programlı bir biçimde gerçekleştirilmektedir (Kaya, 1998:103).

2.1.1. Hutbenin Gerçekleştirildiği Zaman: Cuma Günü

Her hadise ve süreç, bir zaman diliminde vuku bulur. Hutbe de aynı şekilde Cuma günü ve bu günün belirli bir bölümünde icra edilir. Hutbenin muayyen bir gün ve onun belli saatinde icra edilmesi, Allah'ın ve Hz. Muhammed'in beyanlarıyla hususi bir özellik taşır. Çünkü Kur'anda "Ey iman edenler! Cuma günü namaza çağrıldığı (ezan okunduğu) zaman, hemen Allah'ı anmaya koşun ve alış verişi bırakın. Eğer bilmiş olsanız elbette bu, sizin için daha hayırlıdır." (Cuma 62/9) denilmiştir.

Cuma (cumua, cumaa) "toplanmak, bir araya getirmek" anlamındaki "cem" kökünden isimdir. Birçok hadiste Cuma günün hususiyetleri zikredilmiştir. Cuma, haftalık ibadet günü olarak daha önce Yahudi ve Hıristiyanlar için tayin ve takdir edilmiş, ancak onlar bu konuda ihtilafa düşerek Yahudiler cumartesiye, Hıristiyanlar pazarı haftalık toplantı ve ibadet günü olarak benimsemişler, Allah da Cuma gününü Müslümanlara nasip etmiş, onları bu konuda hakka ulaşmaya muvaffak kılmıştır (Müslim, 1981:Cuma, 19-23). Hatta İslam'da toplu ibadet günü olarak Cuma seçilmiş, yine bu gününün bir bayram olduğu pek çok hadiste zikredilmiştir (İbni Kayyim el-Cevziyye, 1995:369). Hz. Muhammed'in (sav), "güneşin doğduğu en hayırlı gün Cuma günüdür; Adem o gün yaratılmış, o gün cennete girmiş ve o gün cennetten çıkarılmıştır; kıyamette Cuma günü

kopacaktır” (Müslim, 1981:Cuma,18), Allah’ın cuma gününe rastlayan ve “yevmü’l-mezid” denilen günde kullarına cennette kendisini ziyaret etme fırsatı vereceğini, onlara tecelli edeceğini (İbn Kayyim el-Cevziyye, 1995:369-372) ve yine bu günde yapılan duaların kabul edileceği bir anın (icabet saatinin) bulunduğunu (Müslim, 1981:Cuma, 13-14) haber vermesi Cuma gününün özelliğini ortaya koymaktadır. Ayrıca gereken temizliği ve diğer hususları yerine getirdikten sonra camiye gidip hutbe dinleyen kişinin o gün ile geçmiş günahlarının bağışlanacağını (Buhari,1981: Cuma, 6,19) ve bu güne gereken önemi göstermeyip üç cuma namazını terk eden kişinin kalbinin mühürleneceğinin (Ebu Davut, 1981:Salât, 204) belirtilmesi cuma hutbesinin icra edildiği cuma gününün önemli bir zaman dilimi olduğunu gösterir. Bundan dolayı cuma gününde camilerde büyük bir cemaat kitlesi oluşur ve bunlar cuma hutbesini dilemeye “hazır oluş” halindedirler. Bu durum verimli bir iletişimin ve eğitimin sağlanması bakımından dikkate alınması gereken önemli bir husustur. Çünkü cemaat diğer dini iletişim şekillerinde olmayacak tarzda hutbenin yapısından ötürü ibadet şuuruyla hutbeyi dinleme arzusundadır. Bu da mesajın etkili bir biçimde verilmesi ve dinlenilmesi açısından önemli bir husustur.

Cuma gününde icra edilecek olan hutbenin cuma namazı vaktinde ve namazdan önce irad olunması gerekir (Baktır, 1998:193). Cuma namazının sıhhat şartlarından olan hutbe verilme zamanı, cuma namazının vaktiyle direkt alakalıdır. Cuma namazı ise Hanbelilerin haricindeki müçtehitlere göre, cuma günü öğle namazının vaktinde kılınır (Cezeri, 19??:375). “Rasulullah (sav) cuma’yı güneş (batıya) meylettiği zamanda (zeval vaktinde) kıldırırdı” (Buhari, 1981:Cuma,16) hadisi de cuma vaktinin öğle namazı vaktinin olduğuna işaret eder.

Hutbenin tam olarak Cuma namazı vaktinde ve namazdan önce irad edilmesi gerekir. Hanefi âlimlerine göre hutbenin sahih olabilmesi için şu şartların bulunması lazımdır. Hutbe, hutbe niyetiyle olmalı, cemaatin huzurunda irca edilmeli, hutbeyle namaz arasının namaz ve hutbeyle bağdaşmayan bir şeyle kesilip ayrılmamalı, vakit içerisinde ve namazdan önce yerine getirilmelidir (Cezeri, 19??:393). Dolayısıyla hutbenin her hafta cuma günü, öğle namazı vaktinde ve cuma namazından önce ifa edilmesi dini bir sorumluluktur. İşte bu özelliği nedeniyle hutbe, zorunlu bir iletişim ve eğitim imkânı sağlar. Bunun iyi değerlendirilmesi ise göz ardı edilmemesi gereken bir fırsattır.

2.1.2. Hutbenin Gerçekleştirildiği Mekân: Cami

İletişimin olduğu gibi dini iletişimde bir zaman ve mekân ortamında gerçekleşir. Hiç kuşkusuz, İslam dinini, davranışlarına yön verici olarak kabul eden İslam cemaatinin yeri ve yaygın yada yetişkin eğitimi ve iletişiminin geleneksel, günümüz yetişkin din eğitimi ve iletişimi hizmetlerinin büyük oranda yapıldığı mekanlardan ve bilgiyi yayan kurumlardan biride camidir (Bilgin,1998:14).

Camiler sıradan mekânlar değildir. Zira camiler Allah'a kulluğun en güzel nişanesi olan secdelerin yapıldığı Allah'ın mekânlarıdır (İsfahani, 2001:230). Camiler Allah'ın evleri sayılan kutsal mekânlar olup, Müslümanların toplanıp bir araya geldikleri ve ibadet ettikleri, İslam'ın ilk yıllarından bu güne bir eğitim-öğretim merkezi olarak her yaştan müslümanın ibadetini yaptığı, verilen hutbe ve vaazlardan ve diğer din eğitimi ve iletişimi faaliyetlerinden istifade ettikleri önemli müesseselerdir (Cebeci, 1996:187)

Arapça bir kavram olan "cami", toplayan, bir araya getiren anlamında olup, önceleri Cuma namazı kılınan yeri ifade etmek için kullanılan "el-mescidü'l-cami (cemaati toplayan mescit) tamlamasının kısaltılmış şeklidir. Hicri IV./X. asrın başlarında "cami" kelimesi tek başına kullanılmaya başlanmıştır. Aslında cuma namazı kılınan, hatibin hutbe okuması için minber bulunan mescitler, cami; cuma namazı kılınmayan minbersiz mabetler de mescit olarak anılırdı (Önkal ve Bozkurt, 1993:46).

İslamiyet öncesinde ilk cami, Kâbe'dir (Ali İmran 3/96). Kâbe (Beytullah, Mescidü'l-Haram) bir müessese olarak caminin başlangıcını temsil etmektedir. Kabe, İslamiyet öncesinde insanların kendi inançlarına göre ibadet ettikleri, belli dönemlerde buraya gelerek ziyaret (hac) ettikleri ve çevresinde ticari canlılığın yaşandığı; İslamiyet sonrasında ise Müslümanların kıblesi, yılda bir defa bir araya gelip ziyaret (hac) ettikleri ve yine çevresinde ticari hareketliliğin olduğu bir mekandır (Hamidullah,1992:39).

Hicretten önce ilk Müslümanlar, bazı şahısların evlerini cami olarak kullanmışlardır. Akabe biatlerinden sonra Müslüman olan Medinelilerin ilk cuma namazını kıldıkları bir camiye sahip olduklarını görüyoruz. Hz. Peygamber Mekke'den Medine'ye hicretinden önce Kuba'ya varmış ve orada bir cami inşa edip, hutbe okumuş ve cuma namazını kıldırmıştır. Yine Hz. Muhammed Medine'ye ilk girişlerinde de hemen bir arazi satın alıp buraya cami (Mescid-i Nebi) inşa etmiştir (Hamidullah, 1992:51-52).

Hız. Muhammed'in gittiği yerlere hemen cami inşa etmesi, "her kim Allah için bir mescit (cami) bina ederse, Allah da ona cennette bir ev bina eder" (Müslim, 1981:Mescit ve Mevadiu's-salât, 24), "Allah'ın mescitlerini (camilerini) ancak Allah'a ve ahiret gününe iman eden, namaz kılan, zekât veren ve Allah'tan başkasından korkmayan kimseler imar eder" (Tevbe 9/18) şeklinde hadis ve ayetlerin olması, Müslümanları cami inşa etmeye ve onarmaya teşvik etmiş ve bu konudaki hassasiyetlerini artırmıştır

Günümüzde dünyanın dört bir yanında Müslümanların yaşadığı topraklarda camiler mevcut olup, Ocak 2002 yılı itibariyle mülkiyeti farklı kişi, vakıf, kurum ve kuruluşlara ait olmak üzere Türkiye genelinde, şehir merkezlerini, kasaba ve köyleri kapsayacak şekilde toplam 75369 cami bulunup, bunlardan 65380'ni kadrolu, 9989'u kadrosuzdur. İhtiyaç duyulan cami sayısı 3035, kadrosu olup da görevlisi olmayan cami 6263 ve inşaat halindeki cami sayısı da 1407 dir (DİB(APK, 2002:107).

İlk devirlerde her türlü toplanma ve din eğitimi yeri olarak dikkati çeken camiler, dini işlerin icra edildiği, İslami prensiplerden hareketle dünyevi ve uhrevi işlerin ve meselelerin çözüme kavuşturulduğu bir "hükümet konağı" (Önkal, 1998:426), dini vazifelerin icra edildiği ve siyasi çalışmaların yürütüldüğü bir mekan olmanın yanında kültürel ve sosyal faaliyetler içinde kullanılan bir "kültür sarayı" hüviyetini taşıyan bir merkez olma özelliğine de haizdi (Hamidullah, 1992:65-73).

Bu gün bu özelliklerinin bütününe barındırmasa da cami, müminleri maddeten, bedenlen, ruhen, kalben, zihnen, fikren ve hissen birleştiren, renk, dil, ırk, zengin ve fakir ayrımını gideren, insanları birbirleriyle barıştıran, buluşturan ve kaynaştıran içtimai bir kurum ve dini hayatın merkezi (Uludağ, 1998:315) olma özelliğini koruyan bir mekândır.

Genel olarak dünden bu güne Müslüman toplumların ibadet ettikleri, din eğitimi ve iletişimi faaliyetlerini yürüttükleri ve bunlardan istifade ettikleri, bir araya gelmek suretiyle toplumsal kaynaşmayı sağladıkları ve her türlü din hizmetlerini icra ettikleri vazgeçilmez mekânlar olarak camiler, Cuma namazının muteber ve geçerli olması için gerekli olan sıhhat şartları arasında yer almaktadır. Cuma namazının ve bu namazın ayrılmaz parçası ve sıhhat şartlarından olan hutbenin irat edileceği mekânlar camilerdir (Karaman, 1993:86-87). Bununla beraber Maliki mezhebi dışındaki mezheplere göre yerleşim yerlerine yakın olmak koşuluyla "namazgah" diyebileceğimiz açık arazilerde de Cuma namazı kılınabilir, dolayısıyla hutbe irat olunabilir (Cezeri, ? :387).

Etkin dini iletişim vasıtalarından hutbenin ifa edildiği mekânlar kutsal yerler olup, buralarda kurulan iletişimin mahiyeti ve algılanması da farklı olacaktır.

Hutbe mescitler, camiler ve musallalarda (namazgâh) hutbe için hususi olarak hazırlanmış olan minberlerde irat edilir. Mimber, “Kademe kademe yükselerek çıkılan yer” anlamına gelmektedir. İmam-hatibin, cemaati yani dinleyicileri daha iyi görebilmesi için ve sesini daha iyi duyurabilmesi için üzerine çıktığı ve bu gün konuşmaların yapıldığı kürsü olarak da nitelendirebileceğimiz, caminin önemli mimari unsuru olan minber, dini iletişim vasıtası olan hutbenin irat edildiği yer olarak dikkati çekmektedir (Bozkurt, 2005:101).

İmam-Hatibin cemaatle rahat iletişim kurabilmesi, onlarla göz teması sağlaması, yapacağı jest ve mimiklerin etkin bir şekilde fark edilmesi ve iletilmek istenen mesajın arzulan seviyede aktarımının gerçekleştirilmesi açısından minber önemli bir unsurdur.

2.2. Dini İletişim Vasıtası Olarak Hutbenin Dâhili Unsurları

2.2.1. Hutbede Kaynak: İmam-Hatip

Arapça “emm”, “öne geçmek, sevk ve idare etmek” kökünden gelen İmam, terim olarak “cemaatle kılınan namaza önderlik eden kimse” ve “devlet başkanı” manalarını taşımaktadır (Küçükaşçı, 2000:178). Günümüzde İmam denilince daha çok camilerde cemaate namaz kıldırın din görevlisi akla gelmektedir.

Arapça aslı “hatabe”, “hutbe okuma, güzel söz söyleme, vaaz ve nasihat etme, insanlara karşı veya onların içinde konuşma yapma” kökünden gelen hatip, terim olarak “cami ve diğer mekanlarda bir topluluğa bir maksadı anlatan, bir fikri açıklayan, öğüt veren, bir görüşü benimseten, bir eyleme teşvik eden, ikna edici, etkileyici ve güzel konuşma yapan” anlamlarına gelir (Mustafa ve diğ., 1989:242-243; Kaya, 1998:156).

Bu gün “İmam” ve “Hatip” kavramları birlikte kullanılmaktadır. Camilerde din hizmeti veren bir sınıf olarak “İmam-Hatip”liğin tarih gelişimine bakmak, hutbenin asli unsuru ve kaynak kişisi olması bakımından faydalı olacaktır.

İslam’ın ilk yıllarında imamlık ve hatiplik hizmeti bizzat Hz. Peygamber tarafından yerine getirilmiştir. İlk dört halife döneminde imam-hatiplik hizmetlerini merkezdeki büyük camilerde, halifeler bizzat kendileri, diğer şehirlerde atadıkları valiler veya

onların görevlendirdikleri kişiler, mahalle ve köylerde ise, cemaatin veya köylülerin seçtikleri ehliyetli ve liyakatli kişiler ifa etmişlerdir (Buyrukçu, 1995:28-29). Hz. Muhammed ve ilk dört halife dini, idari ve siyasi faaliyetler ile dini önderlik dolayısıyla imamlık ve hatiplik vazifelerini birlikte yürütmekteydiler (Taplamacıoğlu,1963:105-114). İslam'ın genişlemesi ve yayılmasıyla birlikte önemli merkezler başta olmak üzere bütün şehir, kasaba ve köylerde birer, bazı şehirlerde birden fazla mescit ve cami inşa edilmesi, coğrafi, ekonomik ve ulaşım güçlüğü gibi engellerin oluşması, halifelerin dini ve idari görevlerini tek başlarına icra etmelerine imkân vermemiştir (Buyrukçu, 1995:29-30).

Emeviler idareyi ele alınca, halifeler siyasi hükümdar durumuna gelirken, dini görev ve sorumluluklar tamamen âlimlere bırakılmıştır (Fazlurrahman, 1993:4). Emevi, Abbasi, Selçuklu ve Osmanlı yönetimlerinde tek iktidar uygulaması bölünmüş; eğitim, adalet, fetva ve din hizmetlerinin yürütmesi, merkezi idareye bağlı olarak ayrı müesseseler veya meslek birimleri vasıtasıyla sürdürülmüştür. Bu hizmet dağılımının neticesinde imamlık ve hatiplik için başkaları görevlendirilmiştir (Buyrukçu, 1995:30). Özellikle Abbasiler döneminde halifeler vakit ve cuma namazları kaldırmayı bırakıp, bu iş için resmi görevliler tayin etmişler ve bu dönemden itibaren imamlık ve hatiplik bir meslek haline gelmiş ve zamanla devlet memurluklarından biri olmuştur (Küçükaşçı, 2000:178-179).

Cuma namazı kılınan camilerde halife, vali veya onların atadıkları kişiler imamlık ve hatiplik görevini yürütüyorlardı. Dolayısıyla imam-hatipliğin birlikte değerlendirilmesi camide, cuma namazının kılınıp kılınmamasıyla alakalıdır (Buyrukçu, 1995:32).

İmamlık ve hatiplik hizmetleri Hz. Peygamber ve dört halife zamanında umumiyetle aynı kişilerce yürütülmüş, Abbasiler döneminde ise imamdan ayrı olarak hatipler tayin edilmiş ve bu uygulamanın Osmanlılarda da büyük camilerde sürdürüldüğünü, vakfiyelerde imamdan ve hatipten ayrı ayrı bahsedilmesinden anlaşılmaktadır. Fakat genellikle ister küçük olsun ister büyük olsun camilerin çoğunda hatiplik ve imamlık hizmeti aynı kişi tarafından deruhte edilmiştir (Pedersen, 1997:363-365; Ateş, 1991:202-207).

Osmanlı Devletinde Meşihat Makamı (Şeyhü'l-İslamlık) vasıtasıyla yürütülen din hizmetleri ve buna bağlı olarak imam-hatiplik vazifesi, Cumhuriyetin ilanı ile Türkiye'de başlangıçta Şer'iyye ve Evkaf Vekâleti, 3 Mart 1340 (1924) tarih ve 429

sayılı kanunla bu vekâletin (bakanlığın) kaldırılmasıyla kurulan Diyanet İşleri Reisliği uhdesinde sürdürülmeye devam edilmiştir. Bazı büyük camilerde yalnızca cuma ve bayram namazlarını kıldırmak ve hutbe okumak üzere hatip tayin edilmişse de, genellikle bu görev imamlarca ifa edilmiş, 633 sayılı kanunla bu unvanlar “imam-hatip” olarak birleştirilmiştir (Yücel, 2000:186-187). Bu hutbe gün irad eden kişiler hatiplik ve imamlık vazifesini birlikte sürdürmektedir. Dolayısıyla bu hizmeti ifa eden görevlilerin, hem bir imamın hem de bir hatibin sahip olması gereken meziyetleri birlikte taşımaları gerekir.

2.2.1.1. İmam-Hatip’in Tarihi Süreçteki Fonksiyonları

Daha önce Abbasiler devrinden itibaren imam-hatipliğin bir meslek ve zamanla devlet memurluklarından biri haline geldiğini belirtmiştik. İmam ve hatiplik vazifelerini aynı kişinin yaptığını dikkate alarak imam-hatiplerin namaz kıldırma ve hitabette bulunma vazifelerinin dışında bazı görevler üstlendiklerini görmekteyiz. Bu görevler imam-hatiplerin hiç kuşkusuz halk nazarındaki itibarlarının artmasına sebep olmuştur diyebiliriz. Zira kötüye kullanmadığı sürece bir insan ne kadar çok yetkiye sahipse, o kadar fazla etkinliği olacaktır. Osmanlı dönemini hariç tutarsak imam-hatiplerin, haraç vergilerini toplamak, cenaze namazlarını kıldırmak, biat törenlerine iştirak etmek, muhtesiplik hizmetlerinde bulunmak, medreselerdeki kütüphanelerin kitaplarını muhafaza etmek, medreselerde hocalık (öğretim görevliliği) vazifesinde bulunmak ve küçük çocuklara Kur’an eğitimi vermek gibi ilave görevler aldıkları olmuştur (Küçükaşçı, 2000:179-180).

Osmanlı Devletinde imam-hatiplerin topluma hizmet veren kadrolar içerisinde en geniş kitleyi oluşturduklarını ve hizmet sahaları itibariyle çeşitlilik gösterdiklerini görmekteyiz. Özellikle mahalle imam-hatipleri, Tanzimat devrine kadar önemli görevler üstlenmişlerdir. Her şeyden evvel onlar devleti temsil eden önde gelen sorumlu kişiler olmuşlardır. Kadıların yerine getirmekle sorumlu olduğu işlerde onların tabii yardımcıları konumundadırlar. Mahallenin düzeni, asayiş ve inzibatı, içki içilen yerlerin tespiti ve fuhuş yapan kadınların belirlenip mahalleden sürülmesi, mahallenin İslam adabına göre yaşamını sürdürmesi ve dini vecibelerini yerine getirmesi ve bu konudaki emirlerin uygulanması vazifeler imam-hatiplerden beklenirdi. Yine onlar mahallede oturanların kimliklerinin belirlenmesi, gelen yabancıların veya yeni taşınanların

kaydedilmesi ve kefalete bağlanması, mahalle sakinlerinin ikamet ve sürelerinin belirlenmesi, ikametgâh ve kimlik belgelerinin tanzimi işlerini yerine getirirlerdi. Ölüm ve defin, doğum kayıtları, nikâh akdi ve boşanma işlemlerinin yürütülmesi ve bazı belediye hizmetlerinin görülmesi, mahalle ve çevre temizliğinin sağlanması da imam-hatiplerin görevleri arasındaydı. Onlar muhtar ve mahalle ileri gelenleriyle birlikte ekmek fırınlarının denetlenmesi, ihtikâr ve sahtekârlığın önlenmesi, iane (yardım) ve kurban derilerinin makbuz karşılığında toplanması gibi hizmetleri gerçekleştirirlerdi. Bir anlamda yardımlaşma sandığı vazifesini gören “avarız vakfı”nın sorumluluğuna, ayrıca resmi soruşturmalara ve hazırlanan belgelere imza ve mühür atma yetkisine de sahiptiler (Beydilli, 2000:181; Beydilli, 2001:6-11). Görüldüğü gibi özellikle mahalle imam-hatiplerinin görevleri sadece din hizmetleriyle sınırlı olmayıp, ağırlıklı olarak mahalle yönetimiyle ilgili vazifelerini de kapsamaktadır. II. Mahmut döneminde kurumlaşmaya başlayan muhtarlık teşkilatıyla birlikte imam-hatiplerin yönetim ağırlıklı görevleri ikinci planda kalmaya başlamıştır. Mahalle imam-hatiplerinin mükellef oldukları cenaze ve nikâh işleri dışındaki vazifeleri muhtarlara ve ihtiyar heyetlerine havale edilmiştir. Daha sonra 25 Ekim 1917’de çıkarılan Hukuk-u Aile Kararnamesi ile nikah işleri de kendilerinden alınmıştır (Beydilli, 2000:182-186).

Cumhuriyet döneminde ise imam-hatiplerin vazifeleri çeşitli tarihlerde çıkarılan tüzük, yönetmelik, yönerge ve genelgelerle belirlenmiştir. Cami ve mescitleri ibadete açık tutmak, beş vakit namazla cuma, bayram, teravîh ve cenaze namazlarını kıldırmak esas görevleri olmakla birlikte 633 sayılı kanunun yürürlüğe girmesinden sonra müftünün izniyle isteyenlere Kur’an-ı Kerim öğretmek ve ibadetle ilgili konularda cemaate bilgi vermek görevleri arasına girmiş ve hutbe okumak da vazifelerinden biri kabul edilmiştir (Yücel, 2000:187; Komisyon, 2001:102-104).

2.2.1.2. İmam-Hatiplerde Bulunması Gereken Özellikler

Dini iletişim vasıtası olan hutbenin cemaate sunulmasında, kaynak konumunda olan imam-hatiplerin, muhatapların dikkatini çekebilmesi, onlar tarafından dinlenebilmesi, anlaşılabilmesi ve onlar üzerinde etkili olmak suretiyle iletmek istedikleri mesajların etkin bir şekilde algılanıp, istenilen iknanın ve davranış değişikliğinin yada pekişmesinin gerçekleşebilmesi için bazı hususiyetlere sahip olmaları gerekir. Bu özellikler hutbenin hem bir din iletişimi hem de yetişkin/yaygın din eğitimi vasıtası

olması açısından önem arz eder. Bu bağlamda genel olarak güvenilirliğe, inanılabilirliğe, saygınlığa, uzmanlık/meslek bilgisine, eğitim formasyonuna, iletişim becerilerine ve genel kültür bilgilerine sahip olmanın yanında, aşağıda ifade etmeye çalıştığımız hususlara da sahip olmaları bir din iletişimcisi olarak İmam- Hatiplere iletişimlerinde etkinlik kazandıracaktır.

2.1.2.1. Bilgili Olmak

Toplumun manevi önderi konumunda olan İmam-Hatiplerin, sağlam bilgi ve geniş kültüre sahip olması ve değişen ve gelişen dünya ölçeğinde kendini yenilemesi, etkin bir din iletişimi sağlamaları ve cemaat üzerinde etkili olmaları yönünden zaruridir. Bunun için okumayı ihmal etmemeleri ve yeni bilgiler edinmeleri, kültür ve bilgi seviyesi günden güne yükselen dinleyici kitlesi karşısında, kültür ve bilgi bakımından yetersiz kalmamaları için kaçınılmazdır (Kayadibi, 2000:71).

Hz. Muhammed'in (sav), "Allah'ım ilmimi artır" (Taha 20/114) duasında bulunması, bir imam-hatibin bilgi sahibi olması gerektiği hususunda bize bir mesaj vermektedir. Rasulullah'ın hitabeti, belagati, ilahi mesajların kitlelere ulaştırılmasındaki hassasiyeti, hitabet konularının belirlenmesi ve muhtevalarının zenginleştirilmesinde asıl kaynak olan Kur'an ile meşguliyeti ve gece gündüz ayetler üzerinde tefekkür etmesi, Peygamber varisi konumundaki imam-hatiplerinde tebliğ ve davette/dini iletişimde Kur'an bilgilerinin bir anlamda mesleki yeterliliklerinin çok iyi olması gerektiğini vurgulamaktadır. Unutmamak gerekir ki Hz. Muhammed'in (sav) terbiyesinden geçen mürşit ve muallimler (din iletişimcileri ve eğitimcileri), öncelikle Kur'an-ı Kerim'den ayet ve sureler okuyarak davette/dini iletişimde bulunuyorlardı (Çakan, 2003:119).

İmam-hatip, "sözlerin en doğrusu Allah'ın kelimidir" (Müslim, "Cuma", 43) diyen Hz. Muhammed'in (sav) sünneti hakkında da bilgi sahibi olmalı, bütün hitabelerinde olduğu gibi özellikle hutbelerinde, başarısını ve tesir gücünü artırmak için konuşmalarını ayet ve hadislerle desteklemesini bilmeli ve bunun farkında olmalıdır (Çakan, 2003:119-120).

Tefsir, fıkıh, hadis gibi dini ilimlerin kaynağı olan Kur'an ve sünnet bilgisinin yanında İmam-Hatibin, sosyoloji, psikoloji, felsefe, pedagoji, edebiyat ve iktisat hatta fen

ilimleri sahasında da çağın insanın kültür seviyesinin üstünde genel kültür bilgisine malik olması gerekir (Çakan, 1992:75-76).

Hitabı güçlü olsa bile, bilgisiz imam-hatip kısa bir süre sonra dinleyicilerini sıkar ve dinlenmez olur. Her kesin kendi mesleğinde bilgi sahibi olması, başarılarını artıracığı gibi, din gibi ağır mesuliyet isteyen bir sahada söz söyleme konumunda olan imam-hatibin cemaat ile etkin ve verimli bir iletişim kurması, onları yönlendirmesi ve istedik davranış değişikliklerini gerçekleştirebilmesi için önemlidir. Bilginin güç olarak kabul edildiği çağımızda imam-hatip bunu en iyi kullanma becerisine sahip kişi olmalıdır.

2.2.1.2.2. Samimi Olmak

İmam-hatipte bulunması gereken en önemli vasıflardan biri de samimiyettir. Samimiyetin en önemli belirtisi söylenilenin bizzat yaşanmasıdır. Samimiyetle sarf edilen tek bir cümle, samimiyetten yoksun bir şekilde ifade edilen ve saatlerce süren sözlerden daha tesirlidir. İmam-Hatibin samimiyeti ve içtenliği, cemaat nazarında saygınlığını artıracak ve iletişim tekniği açısından var olan eksikliklerini büyük oranda fark ettirmeyecektir (Kazancı, 1995:89).

İmam-Hatibin samimiyetini gösteren hususlardan biri de söz ve davranış, uyum ve bütünlüğünün olmasıdır. Bunun tersi bir durum, tutarsızlığı doğurur ki buda dinleyiciler üzerinde iyi bir izlenim bırakmayacağı ve sözlerin nazarı itibara alınmamaya başlanılacağına göstergesidir (Kayadibi, 2000:72-73).

Ayrıca doğru, samimiyetle sarf edilen sözlerin fiiliyata geçirilmesi gerekir. Nitekim bununla ilgili olarak Peygamberimizin durumunu Hoffer, “Muhammed başlangıçta bir konuşmacı olarak ortaya çıkmış ve sonunda olağanüstü bir eylem adamı olduğunu ortaya koymuştur.” (Hoffer, 1995:176) şeklinde dile getirir.

2.2.1.2.3. Şevk Ve Heyecan Sahibi Olmak

Şevk ve heyecan, imam-hatibin vazife şuuruna sahip olmasından kaynaklanır. Hz. Muhammed (sav), hitapta bulunduğu zoraki hatip konumuna hiçbir zaman düşmemiş, davasına inanmış ve görevini içten büyük bir aşk ve şevkle yapmıştır. Maddi ve manevi sıkıntılar karşısında sabretmesini bilmiş, azim ve büyük bir kararlılıkla vazifesini severek ve benimseyerek ifa etmiştir (Çakan, 2003:116-117).

Hz. Muhammed (sav), “Allah, yaptığı işi güzel ve sağlam yapanı sever” buyurması imam-hatibin, hutbe irad etme ve diğer vazifelerini ikame etme hususunda hassas olması gerektiğini vurgulamaktadır. Haddizatında bir işin güzel ve sağlam olması, her ne kadar bilgisiz olmasa bile, büyük bir gayret, özveri, şevk ve heyecan eksikliğiyle sürdürülmesi, onun uzun soluklu bir süreç olmasını engeller. İmam-hatip insanlara faydalı bilgiler vermenin heyecanı ve aşkıyla hareket etmeli, bir tek insanın hidayetine vesile olmayı, dünyanın bütün nimetlerinden üstün sayacak bir ruh dünyasına sahip olmalıdır (Kazancı, 1995:78-79).

2.2.1.2.4. İletişim Kurabilecek Olgunluğa Sahip Olmak

İmam-Hatip sosyal çevreyi iyi tanıyıp, insan ilişkilerine ve bunların esaslarına göre cemaat ile iletişimde bulunabilecek olgunluğu gösterebilmelidir. Buda beşeri ilişkilerde güler yüzlü olmak, selam vermeyi ihmal etmemek, insanlara değer verip samimi yaklaşmak ve bunları yaparken seviyeli bir tutum içinde olmakla gerçekleşir. Ayrıca imam-hatip, hitap etmesini bildiği kadar, yerinde konuşmasını da bilmelidir. Bunu yaparken de güzel bir üslupla konuşması onun saygınlığını artırıp, söylediklerinin dikkate alınıp dinlenmesini sağlayacaktır (Bayraktar, 1997:95-96).

Osmanlı Devleti’nde bir imam-hatibin tayiniyle ilgili şartlarda “ulum-u Arabiyeye vakıf, hüsn-i ahlak ile mevsuf ve herkesin kendisinden hoşnud olduğu” (Beydill, 2001:2) bir kişi olması gerektiğinin belirtilmesi dikkat çekicidir. Her kesin kendisinden memnun olduğu bir kişi olmak ise insanlarla sağlam ve sağlıklı iletişim kurabilme becerisinin veya olgunluğunun varlığını gösterir.

2.2.1.2.5. Konuşma Tekniğini Bilmek

Hitabetin sesle olan ilişkisi açıktır. Dolayısıyla imam-hatibin ses terbiyesini ihmal etmemesi gerekir. Ton değişikliklerini ve vurguları zorlanmadan gerçekleştirip, bağırmadan, canlı, yapmacılıktan uzak, tatlı ve içten bir ses tonuyla sesi konuşulan yere göre ayarlama kabiliyetini gösterebilmelidir. Bunun için gerekiyorsa ses eğitimi almalıdır (Çakan, 2003:113). Buna kısaca diksiyon bilgi ve becerisine sahip olmak ta diyebiliriz.

İmam-hatip “şayet sen kaba ve katı yürekli olsaydın, hiç şüphesiz etrafından dağılıp giderlerdi” (Ali-İmran 3/159) ayetini kendine düstur edinmeli kaba, sert ve uygunsuz bir lisan kullanmaktan kaçınmalıdır

Duygu ve düşüncelerin ifade edilmesi önemli olduğu kadar, kelimelerin anlaşılması için telaffuz da bir o kadar önemlidir. Ayrıca Hz. Peygamber’in Kureyş lehçesiyle konuştuğunu dikkate alırsak, hutbe gibi umumi bir hitap olma özelliği taşıyan konuşmalarda mahalli şive ve telaffuzları kullanmaktan kaçınılarak (Çakan, 2003:113-114) mümkün olduğunca İstanbul ağzının kullanılmasına özen göstermek gerekir.

Öncelikle topluluk huzurunda ve ayakta yapılan konuşmalarda el-kol (jestler) hareketlerinin de dâhil olduğu beden hareketleri büyük önem kazanır. Dolayısıyla hutbelerde telaffuz edilen kelimelerin anlamlarına uygun olarak el-kol hareketleriyle hitabın desteklenmesi, hatibin dinleyiciler önünde rahat ve huzurlu görünmesini sağladığı gibi, iletişime de bir etkinlik kazandıracak (Çakan, 2003:114), iletilen mesajların verimli bir şekilde algılanıp, anlamlandırılmasına yardımcı olup ve neticede davranışa dönüştürülmesine katkıda bulunacaktır. Beden dilini kullanırken elbette ki aşırıktan ve uygunsuz bir hareket yapmaktan kaçınılmalıdır. Bu durum iletişime katkı yapmak şöyle dursun, bir iletişim engeli olarak karşımıza çıkabilir. Maalesef günümüzde imam-hatipler ellerinde tuttukları kâğıttan okuyarak hutbe irat ettiklerinden aşırı el-kol hareketleri yapmak şöyle dursun, ellerini kâğıttan ayırmaya dahi fırsat bulamıyorlar.

Dilin veya kelimelerin yardımcısı ve yorumcusu konumundaki yüz, kas ve göz (mimikler) hareketlerinden yararlanmak faydalı olur. Anlatılan konunun muhtevası ve kullanılan kelimelerin manalarına göre yüz, göz ve kas hareketlerinin yapılmasını dinleyicileri çok etkiler. Dinleyicilerin hatibi görmek istemeleri bundan dolayıdır (Çakan, 2003:114). Hz. Muhammed’in (sav) bazen ayağa kalkıp (Müslim, 1981:Fezailü’s-sahabe, 36) bazen de minbere çıkıp (Buhari, 1981:Zekât, 47; Müslim, 1981:Zekât, 94) konuşma yapmasının beden dilinin etkinliği açısından bir anlam ifade etse gerektir.

Eğitim-öğretim ve iletişimin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi ve neticesinde istendik davranış değişikliklerinin meydana gelebilmesi için “hatiple dinleyiciler arasında ses ve sözle kurulmaya çalışılan iletişimin gözlerle pekiştirilmesi, jest ve

mimiklerle desteklenmesi gerekir. Ses, telaffuz ve mimiklerle ilgili hususlar hiç kuşkusuz eğitim ve deneyimle temin edilebilecek niteliklerdir.”(Çakan, a.g.e., s.114). Günümüzde genelde hutbeler irticali veya kılavuzlu yani önceden hazırlanmış taslak yada notlardan yararlanılarak anlatım yöntemlerinden biriyle sunulmaktan ziyade, önceden hazırlanmış, kağıtlara yazılmış hutbeler okunmak suretiyle verilmektedir (Buyrukçu, 1995:167-176) ki buda hatibin beden dilini kullanmasına ve cemaat ile göz teması kurmasına engel teşkil etmektedir. Zira hatibin, hutbeyi okumaktan, anılan hususları gerçekleştirmeye fırsat bulması zor olmaktadır.

2.2.1.2.6. Kıyafetin Uygun ve Vücudun Bakımlı Olması

İmam-hatibin başarısında, en az sözleri kadar etkili diğer bir hususta kıyafet ve üst-başın temiz ve bakımlı olmasıdır. Saçı başı birbirine karışmış, kirlî ve dağınık bir sarık ve cübbe giymiş bir imam-hatip, cemaat tarafından yadırganır, rahatsız edici bulunur ve sözleri de dinlenmez olur (Kayadibi, 2000:74).

En azından temiz ve sade kıyafet insan hayatında her zaman önemli olmuştur. Cemaat tarafından yadırganmayacak bir kıyafet giymek gerekir. Belirli bir renkte cübbe giymekte şart değildir. Nitekim Hz. Peygamber’in çeşitli renklerde elbise giydiği, ama her hangi bir renkteki elbiseyi hitabete tahsis etmediğini görüyoruz (Kazancı, 1995:54). Bununla beraber “Ey Âdemoğulları! Mescide her gidişinizde ziynetinizi takınız” (Araf 7/31). “Bulabilen bir kimse, iş elbisesinden hariç olmak üzere cuma günü için bir elbise tahsis etse ne zararı olur” (Ebu Davud, 1981:Cuma, 219). Ayet ve hadisi, rehber konumundaki İmam-Hatibin kıyafet hususunda cemaatten daha fazla özen göstermesi gerektiği ile ilgili olarak bize ışık tutmaktadırlar.

Camilerde din görevlileri umumiyetle siyah renkli cübbe giymektedirler. Kuran ve sünnette siyah renkte cübbe giymenin faziletine dair bir bilgi olmamasına rağmen, böyle bir uygulama sürdürüle gelmektedir. Peygamberimizin giyim kuşamda bazı renkleri daha çok tercih etmiş, hem kendisi elbiselerini bu renklerden seçmiş hem de ashabına tavsiye etmiştir. Tercih ettiği renklerin başında ise beyaz renk gelirdi (Ebu Davud, 1981:Tıb, 14, Libas, 1). Ayrıca O, beyaz renk elbisenin daha temiz ve daha hoş görünümlü olduğunu belirtmiştir (Nesai, 1981:Cenaiz, 38, Zinet, 97). Bununla birlikte Hz. Peygamberin kırmızı (Buhari, 1981:Menakıb, 23, Salat 17; Müslim, 1981:Fezail, 91, Salat, 249) ve yeşil (Ebu Davud, 1981:Libas 19) renk elbiseler giydiğini ve yine

Mekke'nin fethi gününde başında siyah sarık olduğu halde halka hutbe okuduğunu (Müslim, 1981:Hac, 451-453) rivayet edilmektedir. Her ne kadar Peygamberimiz (sav) hutbe okurken siyah giydiği ve siyah sarık sardığı olmuştur da O çoğu zaman beyaz giyinmiş, beyaz sarık sarmış ve beyazı tercih etmiştir (Kandemir ve diğ., 1997:4/290).

Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yayımlanan ve komisyonun hazırladığı “Din Görevlisi El Kitabı” adlı eserde de imam-hatip ve diğer din görevlilerinin özellikleri kişisel nitelikler ve cemaat ile ilişkiler bağlamında değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda şahsi (kişisel) olarak Kur'an-ı Kerimi düzgün ve güzel okumak, çok kitap okuyup, araştırmacı olmak, örnek yaşantıya, vazife şuuruna, kendine güven duygusuna ve sağlam karaktere sahip olmak, güzel ahlak sahip olup güvenilir, ihlâslı, sabırlı ve sebatkâr olmak ve kılık-kıyafet özenine dikkat etmek gibi özellikler belirtilmiştir. Cemaat ile ilişkiler konusunda ise hoşgörü sahip olmak, hizmet sunacağı kitleyi tanımak ve problemleriyle ilgilenmek, güler yüzlü, tatlı dilli, sıcak kanlı ve diyaloga açık olmak, büyüklere saygı gösterip, küçüklere sevgi ile yaklaşmak, cemaat ile kişisel ilişkilere dikkat edip, politikaya ve grup çekişmelerine girmemek ve cami dernekleriyle olan münasebetleri olumlu sürdürmek gibi halka ilişkiler kapsamında değerlendirebileceğimiz ve de etkin iletişimin kurulması açısından sahip olunması gereken özellikler sıralanmıştır (Komisyon, :2001:9-30).

2.2.2. Hutbede Mesaj

Din hizmetlerinde halkla ilişkiler ve eğitim-öğretim süreçlerinde kullanılan iletişim vasıtaları arasında hutbe dini mesajın hedef kitlelere ulaştırılmasında önemli rol oynamaktadır. Halkla ilişkiler ve eğitim-öğretimin temelinde iletişim yer almaktadır. Bilindiği gibi iletişim yüz yüze yani bire bir karşılıklı gerçekleşebildiği gibi bir takım vasıtalar ve kitle iletişim araçlarıyla sağlanır. Bu anlamda hutbe, çok önemli kitle iletişim ve dini iletişim (dini hitabet) vasıtalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. İslam tarihinde, hutbe, dini bilgilerin, manevi ve ahlaki değerlerin aktarılması ve cemaatin eğitilmesinde etkili olmuştur. Günümüzde de bu etkisini sürdürmeye devam etmektedir. Hutbe, dünden bu güne kitlelere yada cemaate mesaj iletme vasıtalarından biri olagelmıştır (Selçuk, 1999a:230). Ancak hedef kitleye verilmek istenen mesajın ulaştırılmasında konu seçimi, onun içeriğinin belirlenmesi ve işlenmesi en az kaynak kişi olan imam-hatibin sahip olması gereken nitelikler kadar önemlidir.

2.2.2.1. Hutbede Konu (1927-2005 Örneklği)

Hutbede amaç, Müslüman cemaate dini ve ahlaki öğütler vermektedir. Dolayısıyla hutbede seçilecek konu, dini içerikli olmalı ya da dini hakikatlerle ilişkilendirilmelidir. Nitekim İslami dönemde hitabette (iletişimde) meydana gelen en önemli değişiklik, hitabet konusunun İslami ölçülere uygun olması (Elmalı, 1998:160) noktasında olduğunu düşünürsek, hiç kuşkusuz dini iletişim (hitabet) çeşidi olarak hutbede de konuların ve onların içeriklerinin de dini yapıda olması tabiidir.

Aristo'ya göre hitabet veya iletişim, her hangi bir konuda ikna etme yollarını kullanma melekesi olup, onun amacı da ikna etmek ve susturmaktır. Yine ona göre hitabetin değişmeyen unsuru hatip, konu ve dinleyicidir. Konunun seçimi ve gerçeklere dayanması büyük önem taşırken, hatibin dinleyicilerin psikolojik durumlarını dikkate alması da önemli bir husustur (Kaya, 1998:157). Görüldüğü gibi iletişimin (hitabetin), ikna yöntemleri kullanılarak ve dinleyicilerin durumları dikkate alınmak suretiyle gerçeklere dayanan bir konu çerçevesinde gerçekleştirilmesi gerektiği belirtilmektedir.

Dini iletişim vasıtası olan hutbenin de asıl amacı dini konularda cemaati aydınlatmak, bilgilendirmek veya ikna etmektir (Baktır, 1998:425). Daha genel anlamda hutbede işlenmesi düşünülen konuların dini bir bakışla ele alınması şeklinde de bir yaklaşımı benimseyebiliriz.

Hz. Muhammed'in (sav) hutbelerinde iman, amel ve ahlaki konular başta olmak üzere, yerine göre eğitim ve iktisadi mevzulara temas etmiş, zaman ve zeminin özelliğini dikkate alarak idari, siyasi, içtimai, askeri, adli veya hukuki konulara da değinmiştir. Kısacası hayatın her alanındaki konuları hutbelerinde işlemiştir (Önkal, 1995:148). Konuyla ilgili olarak Armaner de;

“Hz. Peygamber cuma hutbelerinde takvadan, Allah'ın birliğinden, ilahi sıfatlarından ve ahiretten bahsederdi. Şayet hafta içinde bir olay vuku bulursa onu bahis konusu ederek ona dair talimatını verirdi. Bazen de hutbe irat etmeyerek (Kaf) suresinden ayetler tilavet ederdi”(Armaner, 1962:46)

şeklinde bilgiler vermektedir.

Sahih hadis kaynaklarında, Hz. Peygamber'in hutbelerinde çoğu zaman Kur'an ayetlerini okumakla yetindiği veya konuşmasının büyük kısmının Kur'an ayetlerinin oluşturduğu belirtilmektedir. Nitekim Cabir b. Samura, Hz. Peygamber'in hutbelerinde Kur'an ayetlerini okuduğunu ve Allah'ı anıp insanlara öğüt verdiğini bildirir (Müslim, 1981:Cuma, 34). Yine Ümmü Hişam bint Harise "ben Kaf suresini bizzat Rasulüllah'ın ağzından öğrendim. Çünkü O her cuma insanlara hutbe irad ederken minberde bu sureyi okur ve bu sureyle hutbe verirdi" demiştir (Müslim, 1981:Cuma, 50-52). Bu durum bize hutbelerin, dini mesajları muhtevi olan ve insanın hayatını anlamlandıran Kur'an ayetleri çerçevesinde işlendiğini, dolayısıyla da hutbelerde işlenecek konuların dini bir perspektifle ele alınması gerekliliğini göstermektedir.

Ayrıca Hz. Peygamber ve Hulefa-i Raşidin döneminde hutbe, dini iletişim ve eğitim faaliyeti olarak, iyiye ve güzele yöneltme, doğru yolu gösterme bakımından mevize, nasihat, öğüt, irşat ve tezkir kavramlarını ve bunların ifade ettikleri fonksiyonları yanı sıra, o zamanın iletişim ve eğitim anlayışının ve siyasi, ekonomik ve kültürel etkenlerin tesiriyle bir kamuoyu oluşturma aracı (vasıtası) ve süreci olarak işlev görmüştür (Doğan, 1998:12).

Bu dönemin sonrasında hutbelerin şekli ve konu yada muhtevaları siyasi, coğrafi, idari, ekonomik ve kültürel şartların değişmesiyle farklılıklar arz etmiştir. Özellikle Abbasilerden itibaren hutbe, sanatkarane bir şekilde oluşturulan tekerleme tarzındaki ibarelerin söylendiği konuşma biçimine dönüşmüştür (Doğan, 1998:12-13).

Osmanlılar zamanında da hutbeler, Abbasilerde oluşmaya başlamış olan şeklin ön planda tutulduğu, ancak muhtevaya veya konuya önem verilmez bir hale gelmiştir (Doğan, 1998:14). Ancak Osmanlı'larda Abbasilerden farklı olarak, formüle hale getirilmiş hutbelerin sadece ortada okunan hadisleri haftadan haftaya değiştirilmiştir (Gotthard, 1972:43). Ayrıca Osmanlı Devletinde hutbeler, İstanbul'daki selatin camilerde ve zamanla diğer bazı camilerde, vilayet ve sancak merkezlerinde görevlendirilen Kürsü Şeyhleri, her ne kadar cuma namazı sonrasında Arapça okunan hutbeleri cemaate izah ve telkin etseler de, Arapça bilen bilmeyen ayrımı yapılmaksızın, hutbeler Arapça okunmuş ve de huşu içinde dinlenilmiş, ancak uzun yüz yıllar ve nesiller boyunca anlaşılması için çaba sarf edilmeyen metinler olmuştur (Doğan,

1998:14-15). Bu belirtilen hususlar, hutbenin etkin bir dini iletişim vasıtası olarak kullanılmadığının göstergesidir.

II. Meşrutiyet (1908) öncesi dönemle ilgili hutbe konuları hakkında yapılan eleştirilerin, hutbelerin muhtevalarının klasik hutbe konularından kurtarılarak veya genişletilerek, İslamla uygunluğu sağlanması gerekliliği hususunda olduğunu görüyoruz. (Doğan, 1998:16). Bu eleştirilerin zamanın şartları gereğince yapıldığını da unutmamak gerekir. Zira hutbelerin konu ve muhtevalarıyla ilgili tartışmalar, Fransız ihtilaliyle gündeme gelen kavramların İslami bir muhteva kazandırılarak geniş halk kitlelerine ulaştırılması, ıslahatların, yeniliklerin ve Tanzimatla (1839) ivme kazanan modernleşme hareketlerinin, halka anlatılmak ve benimsetilmek istenmesinin bir sonucu olarak da algılamak gerekir (Doğan, 1998:15-16). Her ne kadar Kara, “cuma hutbeleri İslam tarihinin hemen her döneminde dini hükümlerin anlatılması yanında, doğrudan ve sembolik olarak siyasi muhteva taşımıştır” (Kara, 1994:88) şeklinde ifadeler kullansa da, hutbelerin doğrudan doğruya veya sembolik anlam içerdiğine katılmakla birlikte, her zaman dini konuların verimli bir şekilde işlendiği bir dini iletişim faaliyeti olarak kullanıldığını söylemek zordur. Bu hususta İSAM Kütüphanesinde kayıtlı bulunan ve dua kısmındaki ibarelerden Padişah Abdülaziz zamanında yazıldığı anlaşılan, yazarı, basım yeri ve tarihi olmayan hutbe kitabındaki (risale) hutbelerde, sadece hutbe konusuyla ilgili hadislerin değiştirildiği, Allah’a hamd, Peygambere selat ve selamın, Padişaha ve müminlere dua kısımlarının oldukça uzun ve bir birinin tekrarı niteliğini taşıdığı görüldü. Konular bir birlerinden farklı olmakla birlikte, sadece okunan hadisler farklı, diğer kısımlar aynı şekilde tekrar edilmiştir. Bu durum hutbelerin her zaman Müslümanların ihtiyaçları doğrultusunda etkin bir dini iletişim faaliyeti olarak değerlendirilmediğini göstermektedir.

II. Meşrutiyet sonrası ve Cumhuriyet öncesi Dini iletişim vasıtası olan hutbenin de asıl amacı dini konularda cemaati aydınlatmak, bilgilendirmek veya ikna etmektir ve yine muhtevalarında mevzu hadislere, hurafelere ve bidatlere yer verildiği belirtilmektedir (Doğan,1998:26-29). Hatiplerin dönemin basın organlarında çıkan yazılarında, hutbelerde Hz. Peygamber ve daha sonraki dönemlerdeki gibi dünyevi, ahlaki, içtimai ve siyasi meselelerin çözümüne yönelik konuların işlenmesi ve on iki aya mahdut hutbelerin okunmaması gerektiği, hatta hal ve yere, ihtiyaç ve zamana göre hutbelerin

olabileceğiyle (Doğan, 1998:28) ilgili bilgilerin olması bize hutbe konularını mahiyeti hakkında fikir vermektedir. Ayrıca o dönemin dergilerinde yayınlanan makalelerdeki ortak fikri, Antakya Ulemasından Bereketzade Saffet'in,

“Mahza zikir ve taat ve ibadetten ibaret olan hutbelerle umur-ı diniye ve dünyeviyemiz esbab-ı maişet ve siyasetimiz efkârımız ve hatta ahval-i umumiyemiz ahkâmı-ı şer'iyesiyle tasvir edilmeli ve her zamanın vukuatı hadisesine göre talimat-ı şer'iyeye irşadat-ı hikemiyeyi cami' olduğu halde hutbeler tertip olunmalıdır. Yoksa zemin ve zamana, mevki ve hale gayri münasip öyle bir takım rekik cümleler, muğlak ibareler, kafiyeyle cümlelerle hutbeler yalnız dualara hasır ve kasr edilmemelidir...”(Doğan, 1998:27)

ve İbrahim Besim'in, “şuhur-i arabiye ve mevasim-i diniyeye münasip hutbeler” okunmaktan vazgeçilmesine dair (Doğan, 1998:27) ifadeleriyle, hutbe konularının nelerle ilgili olduğu notasında ip uçları verir. Yine hutbe konuları ve muhtevalarının zaman ve zemine uygun yani gündemdeki meseleler yada vakıalarla ilgili olması gerektiği hususunda, Alimcan el-İdrisi'nin,

“Bilhassa kolera illet-i müdhişenin şiddetle hüküm ferma olduğu şu günlerde hatiplerimiz, cumalarda nezafet ve korunmanın lüzumunu, her derdin devasının olduğunu ve sağlığa Peygamberimizin ne derece riayet ettiklerini halkımıza lisan-ı münasebetle anlatsalar da şu illet-i müdhişenin def ve izalesine hizmet etseler. Salat-ü cumayı suret-i sıhhiyede eda ettiklerinden maada vazâif-i İslamiye'nin en mühimlerinden biri olan vazife-i nasihatı de ifa etmiş bulunurlardı.” (Doğan, 1998:27)

şeklindeki ifadeleri de dikkat çekicidir.

II. Meşrutiyet sonrasında, medeniyet ve terakkinin sağlanmasında, ayrıca bunların önündeki dini muhtevalı engellerin kaldırılmasında hutbeler en etkin vasıtalardan biri olarak görülmüştür (Kara, 1994:88).

Cumhuriyetin ilanından sonra, Osmanlı Devletinde Şeyhülislamlık müessesinin uhdesi altında icra edilen hizmetler, “ifta, kaza, talim ve irşat” asli görevleri olan “Şer'iyeye ve Evkaf Vekâleti” adlı bakanlık tarafından sürdürülmeye çalışılmıştır (Kaya, 1998:111).

3 Mart 1924 de Cumhuriyet hükümeti, 429 sayılı “Şer'iyeye ve Evkaf ve Erkan-ı Harbiye-i Umumiye Vekâletlerinin İlgasına Dair Kanun”la Şer'iyeye ve Evkaf Vekâleti'ni kaldırmış ve aynı kanunla Diyanet İşleri Reisliği'ni ihdas etmiştir. Bu kanunla İslam dininin itikat, ibadet ve ahlaka dair meseleleriyle, cami, mescit ve saire yerlerin idaresi, imam-hatip, müezzin ve kayyım gibi din görevlilerinin atama ve görevden azletme işlemleriyle yetkili merci Diyanet İşleri Reisliği olmuştur. Cumhuriyeti kuranlar, din işlerini devletin

kontrolünden uzak bir şekilde cemaatlere bırakmak veya din gerçeğini yok kabul etmek yerine, toplumun dini ihtiyaçlarını bir kamu hizmeti olarak değerlendirip, din hizmeti sağlayan görevlileri de denetim ve gözetim altında tutabilecek bir yapı oluşturarak, din hizmetlerini, Başbakanlığa bağlı, hükümetin emri altında bir teşkilatla, genel idare hizmetlerine dahil ederek sıkı bir devlet denetimi altına almışlardır (Kaya, 1998:113-1199). Dolayısıyla din hizmetlerinden veya dini iletişim vasıtalarından biri olan hutbe de devletin denetim ve gözetimi altına girmiş oluyor. Ayrıca hutbeler, herkesin anlayabileceği Türkçe vaiz ve nasihatlere dönüştürülmüştür (Jaschke, 1972:44).

Hiç kuşkusuz hutbe konularının da Cumhuriyet dönemi din politikalarının sonucu olarak itikat (inanç) ve ibadet konularıyla sınırlı olması kaçınılmazdır (Lewis, 2000:408). Ayrıca 1965 yılında kabul edilen 633 sayılı kanunda yine “İslam Dinin inançları, ibadet ve ahlak esasları ile ilgili işleri yürütmek, din konusunda toplumu aydınlatmak ve ibadet yerlerini yönetmek üzere; Başbakanlığa bağlı Diyanet İşleri Başkanlığı kurulmuştur” (Özmen, 2001:57) ibareleri yer almaktadır. Dolayısıyla hutbe konularının muamelele ilgili olmadığı noktasında, “60–70 senedir hutbe ve vaazlarımızda sadece itikat, ahlak ve ibadet konularını işliyoruz” (Gönenç, 1995:322) şeklinde dile getirilen eleştirileri de Cumhuriyet idaresinin Diyanet İşleri Başkanlığı’na yüklediği misyonla izah etmek mümkündür.

Osmanlının son zamanlarından itibaren sıkça başvurulmuş ‘İslam ve gelişme’, ‘İslam ve modernleşme’ veya ‘İslam ve terakki’ arasında kurulan münasebet, Cumhuriyet yönetimi tarafından da benimsenmiş ve bu çerçevede üretilen fikirler veya dini söylemler, hiçbir eğitim, statü, ve sınıf tabakalaşması engeli tanımayan ve halka belli konularda arzu edilen yönde istenilen yönlendirmenin yapılabileceği ve devlet politikalarının benimsetilebileceği iletişim kanallarından biri olarak kabul edilen hutbelerle geniş halk kitlelerine, değişik hutbe konularında işlenerek, ulaştırılmıştır (Aktay, 2000:.44-47).

Nitekim Diyanet İşleri Başkanlığınca 1927, 1936, 1955 ve 1959 yıllarında Türkçe hutbe kitapları basılmış; 1961 yılında Hutbe Mecmuası çıkarılmış; DİB Dergi ve Gazetesinde bazı hutbeler basılmış ve yıl içerisinde hutbelerde işlenilmesi gereken konular tespit edilip, çeşitli Bakanlık temsilcilerinin görüşleri ve Din İşleri Yüksek Kurulunun incelemeleri neticesinde 1972 yılında da Hutbe kitabı hazırlanmıştır. 1972 yılından

itibaren Başkanlık hutbeler konusunda daha planlı, programlı düzenli olmak amacıyla her yıl hutbe kitabı çıkarmaya karar vermiştir (Diyanet İşleri Başkanlığı, 1976:VIII). Başkanlığın daha sonraki yıllarda hutbe kitapları hazırladığı ve Diyanet Gazetesi'nde hutbe neşrettiği görülmektedir (Tavukçuoğlu, 1997).

1989 yılında yayımlanan genelgeye göre, öncelikle başkanlıkça yayımlanan ve Başkanlığın incelemesinden geçen metinler seçilip okunacaktır. Çeşitli kişiler tarafından hazırlanmış ancak Başkanlığın metinlerle, İmam-Hatiplerin hazırladığı hutbeler ise ilgili müftülüğünün izin ve sorumluluğu altında okunabilecektir. Ayrıca hutbe konuları müftülüklerce önceden belirlenecek, olağanüstü durumlarda ilgili müftülükçe hutbe konularında değişiklik yapılabilecektir. Her ay müftülükçe mahalli şartlar göz önüne alınarak tespit edilerek, İmam-Hatiplere bildirilecek. Müftülükçe uygun görülen konunun dışında bir konuda hutbe okunmayacaktır (DİB Mevzuatı, 1989).

1995 yılında hutbelerin, il müftülüklerince tespit edilen konulardan seçilmesi ve önemli gün ve haftalar münasebetiyle okunacak hutbelerin gerektiğinde DİB gönderilmesi, DİB genelgesinde yer almaktadır (DİB APK, 1995:10).

2002 yılında Din İşleri Yüksek Kurulunca hazırlanan ve Diyanet Aylık Dergi ekinde gönderilen hutbeler okunacak, derginin ulaşmaması halinde Başkanlığın İnternetteki web sitesinden hutbeler temin edilecektir (DİB APK, 2002:12).

Hangi konuların işlendiğine dair örnek olması kabilinden Cumhuriyet döneminde Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından 1927 ve 2005 yıllarında hazırlanan hutbelerin konularına değinmek faydalı olacaktır.

a. 1927 Yılındaki Hutbe Konuları

1927 yılındaki hutbeler hatiplere birer rehber olmak üzere örnek hutbeler olarak hazırlanmıştır (Diyanet İşleri Reisliği, 1927:69). Ayrıca 1927 yılında hutbelerin Türkçeleştirilmesinden (Kara, 2000:43) dolayı bu hutbeleri hazırlanan ilk Türkçe hutbelerden olduğunu söyleyebiliriz. Diyanet İşleri Reisliği tarafından tertip edilmiş olan “Türkçe Hutbe” isimli hutbe kitabının mukaddimesinde ilk Diyanet İşleri Reisi Rifat'in (Börekçi),

“Hutbeler, ehl-i islâmın, cemaat-ı müsliminin intibahına vesile olacak mevızaya (konulara) da muhtevi bulunacaktır. ... ve meviza kısmında mukteza-ı hale göre

halka dünyevi ve uhrevi muhtaç oldukları şeyler teşrih edilecek, ahkam-ı ve adab-ı islamiye kendilerine anlatılacaktır” (Diyanet İşleri Reisliği, 1927:5)

ifadelerinden halkın uyanışına vesile olacak ve bunun için zaman ve zemine göre gerekli olan hususlar İslami prensipler doğrultusunda halka anlatılacağına işaret edildiğini görmekteyiz. Hazırlanan hutbe kitabında itikat, ibadet, ahlak, sosyal, iktisadi, savunma sanayi, sağlık, önemli gün ve geceler ile ilgili konulara, dini içerikli sosyal konulara, sağlık ve çeşitli dini konulara yer verilirken; muamelat ve eğitim öğretimden bahseden konulara değinilmemiştir (Diyanet İşleri Reisliği, 1927).

İtikati konulara dair olan hutbelerin, “İman, Amel”, “Allah’ı Sevmek”, “Peygambere İttiba Etmek”, “Allah’tan Korkmak, Nas (İnsanlar) ile Hoş Geçinmek” ve “Mü’min-i Kamil” isimlerini taşıyan 5 adet olduğu tespit edilmiştir. Meleklerle, kitaplara ve ahirete, kaza ve kadere imanla ilgili olan hutbe konularına Türkçe Hutbe kitabında yer verilmemiştir. Kıyamet ahvali, kıyamet alametleri, kabir ve mahşer gibi konular işlenmediğini, özellikle de “cehennem” kelimesinin hiçbir hutbede yer almadığını görüyoruz. Bunda Osmanlı’nın son dönemlerinde hutbeler hakkında yapılan eleştirilerin payı olsa gerektir. Zira İbrahim Besim’in, zamanın Sırat-ı Müstakim Dergisi’nde yayımlanan yazısında;

“Minberlerden cennet ve cehennemden, cehennem zebanilerinden, kabir ve mahşerden, kıyamet alametlerinden başka bir şey işitilmiyor. Cennetin kaç kapısı var, her şahsın orada hurilerden kaç zevcesi var, cennetin toprağı miskten, taşları, duvarları, yakut ve zebcedden olduğunu işittik, anladık, ezberledik. Lakin cennetin tariki nedir? Ona vesile nedir? Hayat mücadelesinde kazanmanın yolları nedir? Sabah akşam kuru tespih çekmekle mi hayır. Evrat kılmakla mı hayır. Allah sadece ahireti yaratmadı. Dünyayı yaratan da O’dur” (Doğan, 1998:25)

şeklinde yer alan ifadeleri, bunu gösterir mahiyettedir.

İbadet alanında, “Namazın Hikmeti, Meşruiyeti”, “Namaz ve Hikmeti”, “Ramazan-ı Şerif ve Oruç” ve “Oruç ve Ehemmiyeti” başlıkları altında namaz ve oruçtan bahsedilirken, zekat ve hacca ilgili bir hutbe konusuna rastlanılmamaktadır (Diyanet İşleri Reisliği, 1927).

Ahlaki ve sosyal içerikli hutbeler, “Anaya, Babaya İtaat”, “Anaya, Babaya Hürmet”, “Su-i Zan, Tecessüs, Gıybet”, “İstihza, Kötü Lakap”, “Nifak ve Haset”, “Emanete Riayet”, “Tevazu, Kibir”, “Peygamber Efendimizin Ahlakı”, “Ebna-i Cinsimize (aynı cinsimize) Hürmet ve Muavenet”, “Öksüzlere Yardım”, “Öksüzleri Himaye Etmek”, “Allah’ın

Peygamberin Hayat Verecek Emirleri”, “Eksik Ölçenler, Yanlış Tartanlar”, “Kardeşlik, Diğergamlık”, “Dünya ve Ahiret İçin Çalışmak, Fesat Çıkarmamak”, “Kötü Huylardan Tahzir”, “İçkinin Fenalığı”(aynı başlıklı ikinci bir hutbe daha var), “ İçkinin İçtimai Zararları”, “Kumarın Fenalığı”, “Evlenmek, Evlat Yetiştirmek”, “Askerliğin Şerefi”, “Vatan Müdafaası”, “Tayyare Cemiyetine Yardım”, “Çalışan Mükâfatını Görür”, “Herkes Yaptığının Cezasını Bulacak”, “Herkes Kazancına Bağlıdır”, “İslam Dininde Sa’yin (Çalışmanın) Kıymeti”, “Sa’y ve amel”, “Ticaret” (bu başlık altında ikinci bir hutbe daha var), “Sanat” ve “Ziraat” konuları altında işlenmiştir (Diyanet İşleri Reisliği, 1927).

Sağlık ve önemli gün ve gecelerle ilgili konular, “Temizlik”, “Sağlığın Başı Temizlik”, “Nezafet”, “Hekim, İlaç, Hastalık”, “Mevlid”, “Miraç”, “Kadir Gecesi”, “Ramazan Bayramı”, “Kurban Bayramı” ve “Ramazan Bayramı Haftası” başlıkları altında ele alınmıştır (Diyanet İşleri Reisliği, 1927).

1927 yılında hazırlanan pek çok hutbede “çalışma” konusuna vurgu yapılmıştır. İnsanın hem kendisinin ve ailesinin geçimini sağlamak ve başkalarına el açmaması hem de ülkenin kalkınması, vatanın müdafaası ve memleketin ilerleyip başka devletlere ve milletlere muhtaç olmaması için çalışmanın gerekliliği üzerinde durulmuştur. Aynı şekilde çalışıp para kazanmak, mal mülk edinmek ve insanın kendisine, dinine ve vatanına faydalı olması karşılığında zenginlik övülmüş ve teşvik edilmiştir. Bu bağlamda; “insanı kamil odur ki hem dini vazifelerini ifa eder, hem bir meslek dâhilinde çalışıp kendisiyle ailesinin maişetine muvaffak olur” (Diyanet İşleri Reisliği, 1927:92) denilmektedir.

Buna karşılık tembellik ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan fakirlik yerilmiş ve kınanmıştır. Çalışmanın ibadet, tembelliğin günah olduğuna işaret edilmiştir. Çalışmayla ilgili olarak Tur süresinin 12. ayet-i kerimesinin “Herkes kazancına bağlı olacaktır” mealindeki kısmına çok sık atıf yapılmıştır. Çalışmanın insana dünya ve ahiret saadetini kazandıracağına da değinilmektedir. Çalışma alanı olarak ticaret, ziraat ve sanayi veya sanayi sahaları gösterilmiş, nitekim bir hutbede “İnsanların hayatı üç şey ile kaimdir. Ticaret, ziraat ve sanat”(Diyanet İşleri Reisliği, 1927:110) denilerek, bu alanların önemli oluşları belirtilmiştir. Özellikle bu konularla ilgili başlı başına hutbelerin olması da dikkat çekicidir. Dinin terakki ve tekamülü emrettiğine işaret edilerek (Diyanet İşleri

Reisliği, 1927:109), her alanda zamanla değişen ve gelişen usul ve yöntemlerle çalışmanın lüzumlu olduğu, babadan ve deden kalma usulleri kullanmada inat edilmemesi gerektiği belirtilmiştir (Diyanet İşleri Reisliği, 1927:115).

Çalışma hakkında ya da ekonomiyle/iktisatla ilgili hutbelerin önemli yekun tutmasını savaştan yeni çıkmış bir millete, kalkınmanın gerektiği ve bunun içinde çalışmanın zorunlu olduğuna dair çabaların bir neticesi olarak görmek gerekir. Her alanda özellikle iktisat ve sanayi sahalarında kalkınmaya muhtaç olan ve yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti Devletinin, vatandaşlarını hutbe vasıtasıyla ayet ve hadisler ışığı altında bilgilendirmesi, fert ve ülke kalması için ikna edici delillerin sunulması ve “alışan mkfatımı hem dünyada hem de ahirte görür” kabilinden sözlerle motive etmesi dikkat çekicidir. Açıkçası o yıllardaki şartlar açısından baktığımızda bu denli çalışma, kazama ve kalkınma kavramları bağlamında hutbelerin olması gerçekten anlamlıdır. Bir anlamda da İslam’ın “mani terakki” bir din olmadığı vurgulanmak istenmiştir.

Gayri ahlaki veya kötü huylardan sayılan gıybet, su-i zan, tecessüs (kusur araştırma), istihza (alay etme, birini gln duruma düşürme), kötü söz, kötü lakap, eksik ölçmek ve tartmak, fesat ve nifak çıkarmak, haset etmek, içki içmek, kumar oynamak, kardeşliği bırakıp dargın olmak, tevazu sahibi olmak yerine kibirli olmak ve emanete riayet etmemek gibi kavramlar ile anneye babaya itaat etmek ve saygılı olmak, Öksüzlere yardım ve onları himaye etmek, insanlara, yakın akrabalara saygı gösterip ve yardım etmek gibi yapılması istenen ve teşvik edilen davranışlar ayet ve hadisler çerçevesinde işlenerek, gayr-i ahlaki davranıştan sakınmanın ve ahlaki davranışları sergilemenin sadece ferdi değil, içtimai pek çok faydası mevcut olduğu, bunun tersi durumun insanın hem dünyasını ve hem de ahiretini tehlikeye atacak mahiyet taşıdığı vurgulanmıştır. Ahlaki konuları işleyen hutbeler ile diğerlerinde mevzular “içtimai veya sosyal ahlak” zemininde işlenmeye çalışılmıştır. Bunun en güzel örneğini Allah’tan ittika eden dünya ve ahiret saadetini sağlamak için Allah’ın emirlerini yerine getirip, nehiyelerinden sakınma, oruç tutma, namaz kılma birer hasene olduğu gibi;

“Milleti islamiyenin saadetine çalışmak, milletimizin devam-ı mevcudiyeti için lazım gelen maddiyeyi ve maneviyeyi temine geyret etmekte birer hasenedir. Memleketimizin muhtaç olduğu yol, eşme, fabrika, hastahane, ksz yurtları nafi müesseseleri hüsni niyetle vucuda getirmekte birer hasenedir” (Diyanet İşleri Reisliği, 1927:183)

denilmek suretiyle “hasene” kavramı o zaman ihtiyaç duyulan içtimai hususları da içine alacak biçimde geniş tutulmuştur.

1927 yılında “içki felaketi ve musibeti kadar tehlikeli bir afet mutasavver değildir. Bu bela maalesef son günlerde halkımız arasında günden güne tevessü etmektedir” (Diyanet İşleri Reisliği, 1927:194) denilerek içkiyle alakalı üç ayrı hutbenin hazırlanması, dikkat çekicidir. Hutbelerin okunduğu yıllar itibariyle içki veya alkollü içki tüketimi günümüzdeki kadar yaygın olmamasına , -örneğin 1939 yılında ülke nüfusu 17 milyon küsur iken yaklaşık 16 milyon litre, 2004 yılında ülke nüfusu 72 milyon küsur iken 740 milyon litreden fazla içki tüketmiştir (Özyazıcı, 2005:41-42)- yavaş yavaş ve daha çok yabancıların maksatlı çalışmaları neticesinde yaygınlık kazanmaya başlamasına (Özyazıcı, 2001:1) rağmen içkiyle ilgili başlı başına birden çok hutbenin hazırlanması anlamlıdır. İçki mevzuu işlenirken özellikle içkinin zararları hakkında hekimlerin, bilginlerin ve ahlakçıların görüşleri özetlenmiştir. “Amerikalılar bu hususta dinimizin emirlerini kendilerine düstur olarak tam 1340 sene sonra memleketlerinde içki düşmanlığını kanun halinde kabul etmişlerdir”, “nesli bozup deliliği çoğalttığı için Avrupa tımarhanelerinin duvarlarında ‘içki düşmanı olunuz!’ diye levhalar asılıdır” (Diyanet İşleri Reisliği 1927:200) şeklinde dünyadaki uygulamalar ile ilmi verileri yansıtan ifadelerin olması da ve dini emirlerin önemli oluşlarının ortaya konulması dikkat çekicidir.

Temizlik ve sağlık konularına değinilen hutbelerde, İslam dinin ruh ve beden temizliğine önem verdiği bu bağlamda kalp, vücut, elbise temizliğinin yanında evlerin ve köylerin de her türlü kokulardan arındırılmak suretiyle çevre temizliğinin de önemli olduğu belirtilmiştir. Temizliğin, imanın sağlam olmasının neticesi olup, rızkın bollaşmasına, dert, fakirlik ve beladan kurtulmaya ve de her şeyin başı olan sağlığın korunmasına vesile olacağına, dini emirler olmalarının yanı sıra tıbbi pek çok faydası olan abdest ve gusülün ise temizliği, nezafeti ve tahareti sağlayacak önemli unsurlar olduğuna dikkat çekilmiştir (Diyanet İşleri Reisliği, 1927:25-37). “Hekim, ilaç, hastalık” ismini taşıyan hutbede, hastalıktan kurtulmak için hekime gitmenin ve ilaç kullanmanın gerektiğine, “ benim alın yazım bu, benim hekimim Allahtır” denilmek suretiyle kaderci bir tutum içersin de olmanın doğru olmadığına, hekimlerin hor görülmemesi, özellikle salgın hastalıklar ve karantina gibi hususlarda dediklerinin mutlaka yapılması icap

ettiğine vurgu yapılmıştır. Kısaca belirtmek gerekirse sağlığın muhafazası ve hastalıkların tedavisi için önce her türlü tedbir alınacak, sonra Allah'a tevekkül edilecektir (Diyamet İşleri Reisliği, 1927:209-213). Ayrıca temizlikle ilgili üç tane ayrı hutbenin var olduğunu görüyoruz. Halkın, salgın hastalıklardan korumak için dini emir ve tavsiyeler doğrultusunda, bilinçlendirilmeye çalışıldığı dikkatimizi çekmektedir.

İtikadi konularla ilgili hutbeler ise daha çok amel, ahlak ve dünya hayatında çalışıp çabalamanın gerekliliği bağlamında ele alınmıştır diyebiliriz.

Bu hutbelerde imanın muhafazasının amelle mümkün olacağına, inandım demekle cennetin kazanılmayacağına, kısaca dünyada çok çalışmanın iman gereği olduğuna vurgu yapılmaktadır. Peygamberi her şeyden çok sevmekle iman kemale ereceği, bununda Hz. Peygamberi tanımakla ve bütün yönleriyle onun hayatını örnek almakla mümkün olacağı belirtilmektedir. Allah'tan sakınmanın her türlü kötülüğü önleyeceği üzerinde durulurken, hem dünya hayatında insana ahiret saadetini kazandıracak ibadetlerle ilgili amellerin yanında, milletin ve memleketin kalkınmasına ve ilerlemesine vesile olacak güzel ameller yapmanın da lüzumlu dile getiriliyor.

İbadetlerle ilgili hutbelerde namazla insanın Allah'ı hatırlayacağı ve bu sayede her türlü kötülükten uzak duracağı, kimseye zarar vermeyeceği belirtilirken, bunun yolunun da namazı sadece bedenle değil gönülden eda etmekle olacağına dikkat çekilmektedir. Namazla ilgili iki hutbe de Ankebut Süresi 45. ayeti kerime ve bazı hadis-i şerifler çerçevesinde işlenmiştir. Ramazan ve oruçlu ilgili hutbelerde, Ramazan ayının oruç tutarak, ibadetlerle ve çalışıp helalinden kazanç getirecek işlerle meşgul olmanın lüzumu üzerinde durulmuştur.

Ayrıca itikadi ve ibadet konularından ziyade, ahlaki ve sosyal içerikli mevzulara daha çok yer verildiğini, hatta itikadi konular, ameli boyutlarıyla değerlendirilmiştir.

Hutbelerde zikredilen ayetlerin, süre ve ayet numaraları; hadislerin de kaynakları zikredilmemiştir. Türkçe mev'iza (konu) kısmından önce mutlaka ayet(ler) ve genel olarak ta hadis(ler)e yer verilmiştir. Ayrıca Arapça ikinci kısımda Türkçe konuyla ilgili bir ayetin yer aldığı da dikkati çekmektedir. Meviza kısımlarında, hutbenin başında okunan ayet(ler) ve hadis(ler) çerçevesinde konular işlenmiş, adeta ayetlerin meal-tefsirleri; hadislerin de şerhleri yapılmıştır. Elli bir hutbede yaklaşık yüze yakın ayet ve

bir o kadarda hadis kullanılmıştır. Ayetlerin ve hadislerin önemli sayılabilecek bir kısmı farklı hutbelerde tekrar edilmiştir.

b. 2005 Yılındaki Hutbe Konuları

Diyanet İşleri Başkanlığının 2005 yılında hazırladığı ve İmam-Hatipler tarafından okunması zorunlu olan (DİB APK, 2002:12) hutbe konuları ise şöyledir:

İtikadi alanda “İman ve Hayat”, “İslam’ın Evrensel Beyanı” ve “Kur’an”, “Kıyamet”, “Ebedi Mutluluk Yurdu Cennet” ve “Allah Katında Din İslam’dır” ismini taşıyan hutbeler mevcut iken, kaza ve kadere, meleklerle ve Peygamberlere imanla ilgili konulara yer verilmemiştir (DİB, 2005).

İbadet alanında da “Haccı Anlamak”(aynı başlık altında ikinci bir hutbe daha var), “Zekât Arındırır”, “Tevbe”, “Dua ve Zikir” ve “Şükür Nimeti Artırır” başlıklarını taşıyan hutbe konularına yer verilmiştir. Namazla ilgili herhangi bir hutbenin olmaması dikkati çekmektedir (DİB, 2005).

Ahlaki ve sosyal konulu hutbeler ise “Amellerde İyi Niyet”, “Helal ve Haram Duyarlılığı”, “Kumar ve Şans Oyunları”, “Büyüklerle ve Yaşlılara Saygı”, “Sağlıklı Birey Sağlıklı Toplum”, “Kutlu Elçinin Aile Hayatı”, “Çocuklarımıza Sahip Çıkalım”, “Varlığımızın Nedeni Anne Babalarımız”, “Mutlu Aile Huzurlu Toplum”, “Engellileri Anlamak”, “Gençlik”, “Ekmeği İsraf Etmeyelim”, “Çevre Sorumluluğu”, “Komşularımız”, “Vakti Değerlendirme”, “Evlilik”, “İffet İnsanın Süsüdür”, “Hak Kutsaldır”, “Salih Amel”, “Dürüstlük Bir Erdemdir”, “Kuşaklar Arası İletişim”, “Şükür Nimeti Artırır”, “Çocuklarımızı Eğitimsiz Bırakmayalım”, “Ramazanda Kazandıklarımızı Koruyalım”, “Haklara Duyarlı Olalım”, “Müslüman İşini Sağlam ve Güzel Yapar”, “Ailede Devamlılık Esastır”, “İnsan Haklarına Saygı”, “İnsan Sevgisi”, “Çalışma Hayatı ve Sorumluluklarımız”, “Nefis Muhasebesi” gibi başlıklar taşıyan hutbe konuları okunmuştur (DİB, 2005).

Önemli gün, gece, hafta ve aylarla ilgili olarak, “Bayramlarımız ve Kurban”, “Hicret”, “Muharrem Ayı”, “Çanakkale geçilmez”, “Regaib kandili”, “30 Ağustosta destanlaşanlar”, “Muhasebe Anı: Berat Kandili”, “Kuran Ayı Ramazan”, “Cumhuriyet” ve “Cami İklimi-Ramazan Aydınlığı” konulu hutbeler okunmuştur (DİB, 2005). Bununla beraber ahlaki ve sosyal konulu hutbeler içerisinde engelliler haftası, gençlik

haftası, okulların açılacağı hafta, çevre koruma haftası, insan hakları haftası gibi haftalar münasebetiyle hutbeler hazırlanıp, okunmuştur. 2005 yılında okunan hutbeler arasında önemli gün, gece, hafta ve aylar münasebetiyle okunanlar önemli bir oran tutmaktadır. Hutbe konularının büyük kısmının yirmi civarında hutbenin önemli günler, geceler ve haftalar hatta aylara göre belirlendiğini söyleyebiliriz.

Sağlıkla ilgili olarak, elbise, beden, ruh ve çevre temizliğinden; alkollü içecekler ve uyuşturucu maddelerden uzak durmadan; aşırı ve ölçsüz beslenmenin ve gayri meşru cinsi münasebette bulunmanın zararlı oluşundan; şirk, gıybet, iftira vb. olumsuz tutum ve davranışların ruh sağlığına ve toplumsal barışa zarar verdiğinden; dini ibadetlerin kişi ve toplum sağlığına katkısından; Peygamberin sağlığı korumaya yönelik koruyucu hekimlik tedbirlerine başvurduğundan ve hastalanınca tedavi olmanın dini bir görev oluşundan bahsedilmiştir. Kısaca İslam dini, aklı, canı, nesli ve malı korumayı amaçladığına, bunu da Allah ve Resulünün emirlerine bağlılığın sağlayacağına vurgu yapılmıştır (DİB, 2005). Bütün bunlara tek bir hutbede, ayet ve hadisler çerçevesinde değinilmiştir. Hiçbir örnek verilmeden sadece yüzeysel olarak her biri ayrı bir hutbe konusu olabilecek problemlere toplam 10 dakika içerisinde değinmek sağlıklı bir iletişim ve davranış değişikliği meydana getirecek etkili bir mesaj iletimi açısından ne kadar verimli olacağının sorgulanması gerekir.

“Mutlu Aile Huzurlu Toplum”, “Kutlu Elçinin Aile Hayatı” ve “Ailede Devamlılık Esastır” olmak üzere aile kavramı çerçevesinde üç hutbe hazırlandığı, bunlardan ikisinin metinlerinin ilk iki paragrafı bir birbirinin aynısı olması dikkati çekmektedir. Aile ile ilgili hutbelerde toplumun temelini ailenin oluşturduğuna, ailevi huzursuzlukların toplumun ciddi bir problemini teşkil ettiğine, sevgi ve hoşgörüsüzlükten kaynaklan aile içi şiddet, boşanmalar, parçalanmış aileler ve toplum için problemler bireylerin oluştuğuna dikkat çekilmiştir. Mutlu aile ve huzurlu toplumun oluşmasında ve çağımızda yaşanan büyük ailevi problemlerin aşılmasında, her konuda insanlar için örnek olan Hz. Peygamberin sadakat, fedakârlık, sevgi, hoşgörü ve mutluluk örnekleriyle örülü ve eşiyile çocuğuyla insani değerlerin yaşandığı aile hayatını süsleyen değerlerin hayata geçirilmesi gerektiğine vurgu yapılmıştır. Toplumu oluşturan ailenin devamını sağlayan evlilik hayatında, yaşanan bazı sorunlar eşlerin birbirlerine karşı hoşgörülü olmalarıyla aşılmaya çalışılmalı, bu gerçekleşmediğinde neticesinde eşlerin,

ailelerinin ve çocuklarının mutsuzluğuna sebebiyet verecek, parçalanmış aileleri doğuran ve dinende “Allah katında en sevilmeyen helal” olarak nitelendirilen boşanma cihetine, muhtemel olumsuz sonuçları göz önünde tutularak, gidilmesi gerektiği mesajları verilmiştir (DİB, 2005).

Çocuk merkezli iki hutbe hazırlanmıştır. Bu hutbelerden biri okulların yeni bir eğitim-öğretim yılına başlaması münasebetiyle, İslam’ın ilme, eğitim ve öğretime önem verdiği ve çocuklar arasında daha fazla yozlaşma ve milli değerlere yabancılaşma yaygınlaşmadan tedbirlerin alınması, ailesine, vatanına, milletine ve insanlığa faydalı nesillerin yetişmesi için çocukların eğitime gerekli önemin verilmesi şeklinde içeriğe sahip olup, “Çocuklarımızı Eğitimsiz Bırakmayalım” başlığını taşımaktadır (DİB, 2005). Diğer hutbe ise çocukların kimsesiz ve sokak çocuğu haline gelmemeleri ve zararlı bireyler olmamaları için başta anne-babalar olmak üzere toplumun bütün çocuklara sahip çıkması ve onların maddi ve manevi açıdan her türlü tedbirin alınması gerektiği üzerinde durulan “Çocuklarımıza Sahip Çıkalım” şeklindedir (DİB, 2005). Hutbelerde çok genel ifadeler kullanılmış ve problemlere nasıl çözüm bulunacağı noktasında etkin yönlendirilmelerin yapılmadığı görülmektedir.

Hak kavramı bağlamında din, can, mal, akıl ve namus şeklinde özetlenebilecek İslam dininin kul ve kamu hakkı olarak nitelendirdiği pek çok hakkın olduğuna bunların ihlalinin yasak olduğuna vurgu yapılmıştır. Aynı zamanda bu haklar birer insan hakkı olduğu “İnsan Haklarına Saygı” başlığını taşıyan hutbede belirtilmiştir (DİB, 2005). Bu çerçevede gittikçe artan can ve mal hakları ihlalleri yaratan kapkaç, hırsızlık ve bu nedenle cana kastetmelerin yaşanması nedeniyle “Hak Kutsaldır” başlıklı bir hutbe hazırlanmış, Halkı Müslüman olan çocuklarının ve gençlerinin nasıl bu hale geldiği sorgulanmakta ve çözüm olarak Kuranın rehberliği ve Hz. Muhammed’in örnekliliği ekseninin dini ve ahlaki değerlere dayalı din eğitiminin ailede çocuklara verilmesinin zorunluluğu üzerinde durulmuştur. “Haklara Duyarlı Olalım” adlı hutbe de cana kıymadan kırsızlığa, çevreyi kirletmeden hayvan haklarına ihlaline varıncaya kadar kul(insan) ve kamu hakkı kapsamında değerlendirilen pek çok hak ve ihlalinden bahsedilmiştir (DİB, 2005).

Yukarıda geniş bir şekilde değindiğimiz hutbeler ile kısaca değerlendirmelerde bulunacağımız diğer hutbelerin güncel ve gündemdeki sorunlara göre şekillendirildiğini söyleyebiliriz.

Nitekim “Evlilik” konulu hutbede, dul erkek ve kadınların yeniden evlenmelerinin toplum tarafında ayıplanması gibi yanlış düşünceler ve miras kaygısı gibi nedenlerden ötürü evlenmelerine engel olunmaması, bilakis bu insanları yalnızlık vb. durumlardan kurtaracak olan evlenmeleri hususunda yardımcı olunması istenmektedir (DİB, 2005).

Yine “Engellileri Anlamak ve Onlara Destek Olmak” isimli hutbede de engelli kişilerin durumlarının anlamak gerektiği, bir gün sağlıklı kişilerin de engelli olabileceği hatırlatılarak, onlara empatiyle yaklaşp her halükarda yardım edilmesinin dini, ahlaki ve toplumsal vazife olduğu ve Türkiye yaklaşık 8,5 milyon engelli kişi bulunduğu belirtilmiştir (DİB, 2005).

“Gençlik” başlığını taşıyan hutbede, kötü alışkanlıkların ve bir çık olumsuz tutum ve davranışın gençler arasında yaygınlaştığından, hatta sıradan eylemler olarak algılanmaya başlandığından bahsedilerek, gençlerin, anne babaların, eğitimcilerin ve toplumun üzerine düşen sorumlulukların olduğu belirtilmiştir (DİB, 2005).

İsraf konusunda yılda üretilen 120 milyon civarında üretilen ekmeğin onda birinin yani on iki milyon ekmeğin çöpe gittiğinden; çevreyle ilgili çevre kirliliği, ağacı ve yeşilin korunmasından ve tabii dengenin insanların kendi yapıp etmeleri neticesinde bozulduğu/ fesada uğradığından; yeni bir yıla girerken geçmiş yılda yapılanların değerlendirilmesi anlamında nefis muhasebesinden; başta anne babalar olmak üzere büyük ve yaşlı insanlara saygı gösterilip, yalnızlığa terk edilmemesi gerektiğinden; insanın dine ve edebe aykırı söz ve fillerden uzak durması, cinsel arzu ve isteklerin meşru ölçüler çerçevesinde karşılanması ve insanın süsü olarak nitelendirilen iffetten; varlığımızın sebebi olarak vasıf edilen anne babalara evlatların gerekliği saygı, sevgi ve yardımı göstermelerinden; bizi biz yapan değerlerimizden uzaklaşmanın sonucu olarak insani ilişkilerin zayıflayıp, insanların bir birlerinden kaçtıklarına ve kalabalıklar içersinde yalnız yaşanıldığından, bu bağlamda komşuluk ilişkilerinin çok zayıfladığından ayrı ayrı hutbelerde değinilmiştir (DİB, 2005).

Yine vaktin faydalı ve yaralı işlerle değerlendirilmesi; Allah'ın rızası gözetilerek çalışmaktan ilme hizmet etme ve insan yetiştirmeye varıncaya kadar bütün yararlı işlerin salih amel kavramı içine girdiği ve bir ibadet olduğu; kişisel ilişkilerden toplumsal ilişkilere, ticari ve mesleki faaliyetlerden kamu görevlerine kadar hayatın her alanında dürüstlüğüün uyulması gereken bir erdem olduğu; genlerle yetişkinler arasına varolan kuşak çatışmasının karşılıklı saygı ve sevgi temeline dayalı olarak çözülmesi gerektiği; Allah'ın verdiği nimetlere şükürün, hem Allah'ı hatırlayarak, hem de nimetleri Allah'ın razı olacağı şekilde değerlendirmekle yerine getirilmesi; her işin ve görevin kurallarına ve tekniğine uygun olarak, sağlam, güzel, kaliteli, en iyi ve en mükemmel bir şekilde yapmayı ifaden ihsan doğrultusunda müslümanın işini sağlam ve güzel yapması gerektiği; çalışma hayatı ve sorumluluklar çerçevesinde karşılıklı sevgi, saygı ve adalet ölçülerinde işverenin, temel ihtiyaçlarını karşılayacak miktarda maaş ve ücret vermesinin, yine işçinin de işverenin işini en güzel şekliyle yapmasının bir sorumluluk olduğu; insan sevgisi bağlamında insanların bir birlerini sevmeleri gerektiği mesajları farklı hutbelerde işlenmiştir (DİB,2005).

Görüldüğü pek çok konuya değinilmiş ve bu konuların kapsamında da birçok temaya vurgu yapılmıştır. Yukarıda kısaca içeriklerinden bahsettiğimiz hutbelerin neredeyse tamamı var olan sorunlarla ilgilidir. Dolayısıyla hutbe konularının isabetli seçildiğini söyleyebiliriz. Ancak hutbelerin ülkenin her yerinde okunmasından ötürü içeriklerinin her yerde aynı olması noktasında eleştiriler yapılabilir. Mesela ekmek israfının yaşanmadığı bir yerde ekmek israfından bahsetmek cemaate anlamsız gelebilir. Yine bir konu anlatılırken, onun dinleyicilerle ilişkilendirilmesi iletişimin etkinliği açısından önemlidir. Bundan dolayı görebildiğimiz kadarıyla büyük kentlerdeki problemler dikkate alınarak hutbelerin, ülkenin her yerindeki cami cemaati ile ilişkilendirilmesi nasıl yapılacaktır.

Özellikle ahlaki ve sosyal konuların, esasen hutbelerin genelinin “mekasidü’ş-şeria” yani dini emirlerin va’z ediliş sebepleri, özelde “din, can, mal, akıl ve neslin” korunması ilkeleri temelinde ele alındığı görülmektedir. Bu ilkelerin bu gün evrensel değerler olarak kabul edilen temel hak ve hürriyetlerin esasını oluşturduğu şeklinde yorumların yapılması da dikkat çekicidir. Kısaca hutbelerin İslami emirlerin ruhu esas alınarak hazırlandığını ifade edebiliriz.

Hutbelerin ahlaki ve sosyal konularla ilgili hutbelerde dahil yaklaşık yarısı dini-millî ve önemli gün, gece, hafta ve aylarla ilgili olarak hazırlanmıştır. Böylelikle hutbelerin güncel olması sağlanmaya çalışılmıştır. Nitekim vatan sevgisinin ve iman gücünün maddî üstünlükten önemli olduğu, Allah yolunda ve bizi biz yapan değerler uğrunda savaşıp şehit olmanın ve birlik ve beraberliğin en güzel örneğinin sergilendiği ve yaşananların genç nesillere anlatılması gerektiği mesajlarının verildiği Çanakkale Savaşı ve zaferi; Malazgirt'ten İstanbul'un fethine değin elde edilen zaferlerin millî birlik duygusu ve ruhuyla kazanıldığı, İstanbul'un fethinin dünya tarihi açısından önemli olduğu, fetihden sonra Fatih'in Hıristiyan halka hoşgörülü yaklaştığı ve bu gün fetih ruhunun daha çok bilgi ve inançla çalışıp üretmek üzere ülkeye ve insanlığa yararlı olmak şeklinde algılanması gerektiği şeklinde işlenen İstanbul'un fethi; İslam'ın barış dini olduğu, ancak vatan ve millete yönelmiş tehlikeler karşısında savaşmanın İslam'ın mukaddes vazife saydığı, kutsal değerler için savaşıp şehit ve gazi olmanın bu çerçevede başta İstiklal ve diğer önemli savaşların kazanıldığı Ağustos ayında kutlanan Zafer Bayramı ve Haftası; İslam dinin, aklın malın, canın, neslin, şeref ve haysiyetin korunmasına ilkelerin bu gün bunların evrensel değer olarak temel hak ve hürriyetler kabul edildiği ve bunların teminat alan, insanların yeteneklerini kullanmalarına, düşünce ve inançlarını serbestçe ifade etmeye imkan tanıyan ve dinin ön gördüğü "şura" anlayışına uygun olarak tanımlanan Cumhuriyet idaresinin 82. yılını kutlanması münasebetleriyle ilgili hutbelerin hazırlanmıştır (DİB, 2005).

Bu hutbelerde pek çok temaya değinilmiştir. Dolayısıyla başlı başına her hangi bir hutbede işlenmeyen konulara İslam'ın barışa verdiği değer, millî birlik ve beraberlik duygusunun önemi, Müslümanların Hıristiyanlara karşı hoşgörüsü gibi pek çok konuya hutbelerde bir şekilde değinildiği görülmektedir.

Berat ve Regaip kandilleri dolayısıyla hazırlanan hutbelerde bu gecelerin iyi değerlendirilmesi, geçmişin muhasebesinin ve geleceğin planlanması ve ümitsizliğe düşülmemesi gerektiği noktasında mesajlar verilmektedir. Camiler ve din görevlileri haftası ve Ramazan ayının başlayacak olması nedeniyle hazırlanan hutbede camilerin önemi ve Ramazan ayının cami atmosferinde ibadetlerle ve Kur'an tilavetiyle değerlendirilmesi istenmiştir. Ayrıca Kur'an-ı Kerimi sadece yüzünden değil okunan

ayetlerin anlamlarını öğrenmek ve hayatta tatbik etmek amacıyla tefsir ve meallerinin de okunması tavsiyesine birkaç hutbede değinilmiştir (DİB, 2005).

1939 yılına göre içki tüketimi ülke nüfusa bazında, dünyada artış oranı 1,5 iken, 12 misli artmış ve trafik kazalarının ve boşanmaların en başta gelen sebeplerinden biri içki kaynaklı olmasına rağmen (Özyazıcı, 2005:42-43) başına içkiyle alakalı hutbelerin olmaması da düşündürücüdür.

Hutbelerin başında sadece Arapça ayet metinlerine yer verilirken, hadis metinlerine yer verilmemiştir. Bununla beraber hutbelerin Türkçe mevza kısımlarında genel olarak yeterince ayet ve hadis mealine yer verilmiştir. Hutbelerde yaklaşık yüz ellinin üzerinde ayet mealine ve bir o kadar da hadis tercümesine yer verilmiştir. Bu rakam 1927 yılındaki hutbelerdeki rakamdan önemli derecede fazladır. Ayrıca 98 ayet mealine ve 96 hadis tercümesine yer verilen 1999 yılındaki hutbelerdeki (Kaymakcan, 2005:58) sayıdan da hatırı sayılır derecede fazlalık arz etmektedir. Yine 1999 yılında beş kaynağa isim verilerek referans yapılırken (Kaymakcan, 2005:58), 2005 yılında on kaynağa referans yapılmıştır. Bu referanslar da klasik hadis kaynaklarıdır.

Her iki yıla ait hutbe konularının bir birinin aynı olmayışı ve muhtevalarının farklı ve zamanlarının ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanmış olmaları, bize hutbe konularının zaman ve zemine göre değişik olması gerektiğini göstermektedir.

Hutbenin bir ders olduğunu farz edersek, bütün derslerde olduğu gibi, hutbede de hutbe konusunun belirlenmesi ilk aşamayı oluşturur. Nitekim konu seçiminde üzerinde durulması gereken hususlar vardır. Bunlardan biri uygun bir konu seçebilmek ve bir de bu konunun içeriğinin (muhtevası) ve sınırlarının iyi belirlenmesidir. Hutbe için seçilecek konunun önemli oluşu muhatapların ilgi alanlarına girip girmemesiyle yakından ilgilidir. İmam-hatip konusunu tespit ederken, bu konunun cemaatin ilgi istek ve ihtiyaçlarına yönelik olmasına dikkat etmelidir. Hitap edilen cemaatin ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır (Baktır, 1998:18/426). Cemaatin bir konuya ilgi duymayışı, o konunun önemsiz olduğu göstertmez. Ancak ilgi ve ihtiyaçlara cevap vermeyen konularda, öğrenme ve bunun neticesinde davranış değiştirme, pekiştirme ve geliştirme ihtimali son derece zayıf olacağından cemaatin bir konuya önem verip vermemesi önemlidir. Bundan dolayı çok farklılık gösteren bir hedef kitleye yönelik bir irşad (dini iletişim) faaliyeti olan hutbenin konularının seçiminde coğrafi bölge, ekonomik

kalkınmışlık veya geri kalmışlık, kültür ve eğitim seviyesi, yaş ve cinsiyet farklılıkları gibi hususlar dikkate alınmalıdır (Selçuk, 2002c:206-207). Bunun için imam-hatibin çevresinde olup bitenlere karşı duyarlı olması, bir muhtesip veya bir sosyal psikolog nazarıyla hadiseleri değerlendirmesi ve bu doğrultuda konularını seçip dini muhtevaya büründürüp cemaate arz etmesi gerekir (Çakan, 2003:38).

Bu bakımdan hutbe konuların tespiti, hazırlanması ve muhtevasının şekillenmesinde, hutbede iletişimin temel unsurlarından olan kaynak konumundaki İmam-Hatipler edilgenlikten mümkün olduğunca kurtarılması gerekir. Bu konu da onlara güvenmeli ve böylelikle kendilerini geliştirmeleri için de fırsat verilmelidir. Hutbe konularının tayin edilmesi ve muhtevalarının belirlenmesi açısından iletişim teknik ve becerilerinin kazandırılacağı kursların düzenlenmesine imkân sağlanabilir.

2.2.2.2. Hutbede İçerik

Hutbenin muhteva kazandırılmasında, hutbe konusunun belirlenmesi ve cemaatin ilgi ve ihtiyaçlarının göz önünde bulundurulmasıyla yakından ilgilidir. İmam-hatip, konu başlığını istek ve beklentilerine göre tespit ettiği gibi, içeriğini de bu doğrultuda belirlemelidir. Aynı konuyu farklı içeriklerle sunmak mümkündür, hatta cemaatin durumuna binaen farklı olması tabiidir. Zira bir konuşmada konuyu işlemek için toplanılan bilgilerin, hitap olunan topluluğun düzeyinin dikkate alınarak düzenlenmesi (Şenbay, 2005:24) ve sunulması gerekir. Buda imam-hatibin muhataplarının özelliklerini iyi bilmesi ve tanınmasıyla olur. Bu gün camideki hutbenin “hedef kitlesi” oldukça karmaşık yapı arz etmektedir. Yarım asır öncesinde durum bu kadar karmaşık değil, dini bilgilerde başvurulan ifadelerde önemli bir birlik beraberlik vardı. Sözel gelişim İslam, sadece Müslümanlar için değil, aynı coğrafyada yaşayan gayr-i Müslimler için bile ortak bir kültür oluşturmaktaydı. Ancak bu gün camiye gelen cemaat farklılaşmıştır. Camide duyduklarının tamamını dini karakterde olduğunu düşünenler olduğu gibi, akıl erdiremeyenler yada “söylenilenlere namazın hatırı için katlanmak zorundayım” diyenlerde olabilir. (Aydın, 1995:426).

İmam-hatip, seçtiği konuyu “dinleyici merkezli” bir anlayışla ele almalıdır. Bu sayede hutbe konusu ilgisizlik veya basmakalıp olmaktan kurtulmuş olur. Cemaatin eğitim seviyesi ve diğer hususlar hutbe içeriğinin meydana getirilmesinde önemlidir. Her ne kadar aynı konu işlense bile şehir merkezinde ve kırsal kesimde köy ve mezralarda irad

edilen hutbenin muhtevası bir olmasa gerektir. Hutbenin etkili olması için onun cemaatle ilişkilendirilmesi, bilgi ve fikirlerin onlara uygun hale getirilmesi gerekir (Köylü, 2003:159-160).

İmam-hatip, hutbe konusunu seçerken ve de özellikle muhteva verilirken cemaatin seviyesini yakalayamazsa, ilgi sağlama sorunu kendiliğinden ortaya çıkacaktır. Cemaatin seviyesini yakalayabilmek büyük oranda cemaatini yakinen tanınmasıyla ilgilidir. İmam-hatip hutbe vereceği kitlenin yaş ortalamasını, eğitim seviyesi, mesleki ve ekonomik durumları ve kültürel yapıları hakkında ön bilgiye sahip olmasıyla hedef kitlenin seviyesini tespit edebilir (Selçuk, 2002c:209).

2.2.2.3. Hutbenin Süresi

Zaman mefhumuyla ilgili olarak, cuma hutbesinin süresi meselesi karşımıza çıkmaktadır. Cuma hutbesinin ne çok uzun nede çok kısa tutulmaması gerekir. Zira Peygamber Efendimizin hutbe ve namazı ifrat ve tefritten uzak bir şekilde ifa ettiği rivayet edilmiştir (Müslim, 1981:Cuma, 41-42). Bununla beraber Peygamberimizin (sav) gerek hutbelerde gerekse namazlarda insanlara uzun gelebilecek sureleri okuduğu, öyle ki Ümmü Hişam “Kaf” süresini Rasulullah’ın her hafta minberde okurken dinleye dinleye ezberlediği haber verilmiştir (Müslim, 1981:Cuma, 52). Yine Hz. Muhammed’in minberde “mülk” suresini okuduğu da rivayetler arasında yer almaktadır (Zebidi, 1977:58). Cuma namazlarında ise Rasulullah’ın “Cuma” ve “Munafikun” sureleri ile “Ala” ve “Ğaşiye” sürelerini okuduğu da bildirilmiştir (Müslim, “Cuma”, 61,62,63). Hutbeyi tıval-ı mufassal diye bilinen Kur’an’ın 49. Süresi “Hucurat” ile 85. suresi “Buruc” suresi arasında yer alan her hangi bir sureden daha uzun tutmanın mekruh olacağı (Mehmed Zihni Efendi, 1332:542), dolayısıyla hutbenin süresinin 10-15 dakika olması gerektiği belirtilmiştir (Çakan, 2003:32). Bu konuda “hutbeyi kısa, namazı uzunca tutması, hatibin mesleki olgunluğunun işaretidir. Namazı uzatın, hutbeyi kısa tutun” (Müslim, 1981:Cuma, 47) hadisi meselenin özünü vermektedir. Her ne kadar hutbenin iradı, yaygın bir şekilde kâğıttan okuma biçiminde gerçekleştirilse de hutbenin, eğitim öğretim yöntemlerinden anlatım (takrir) yöntemiyle sunulduğunu söyleyebiliriz. Yapılan araştırmaların sonuçlarına göre, anlatım süresi uzadıkça, eğitim öğretimin dolayısıyla iletişimin sıkıcı olduğu ve güçleştiği tespit edilmiştir. Özellikle

anlatımı on beş dakika dinleyenlerin, otuz ve kırk beş dakika dinleyenlerden daha çok kalıcı öğrenmeye sahip oldukları belirlenmiştir (Bilgin ve Selçuk, 1999:121).

Diyanet İşleri Başkanlığının 2002 yılı genelgesinde, mevsim ve çevre şartları de dikkate alınarak, hutbenin Arapça bölümleri de dâhil on dakikadan fazla olmaması gerektiği noktasında talimat bulunmaktadır (DİB APK, 2002:12). Her hangi bir konuyu cemaatin genelin anlayacağı şekilde on dakika içersinde, Arapça bölümlerini dâhil ettiğimizde, ne derece başarılı bir dini mesaj iletiminin sağlanacağını sorgulanması gerekir. Ülkenin her yerindeki cami cemaatinin, bir konuyu verimli bir şekilde on dakikadan daha kıza bir sürede algılaması zor olabilir. Mesela 2005 yılında kıyametin oluşumu ve cennet ile ilgili bol ayet ve hadislerle işlenmiş hutbelerin (DİB,2005) bütün camilerin cemaatinin belirtilen süre içersinde tam olarak algılamaları mümkün olabilir mi?

Mevsim ve çevre şartları dikkate alınarak hutbenin dinen geçerli olması için gerekli olanlar yapıldıktan sonra, gerektiğinde Türkçe konu (mev'iza) işlenmeyebilir. Ancak her hangi bir konu işlenecekse, yeterli zamanın olması gerekir. Anlatım yoluyla, on beş dakikanın kalıcı öğrenme açısından yeterli olduğunu düşünerek, hutbe konusunun sunumunda bu sürenin iletişimin daha sağlıklı ve verimli olması açısından ideal olduğu söylenebilir.

Bütün bunları dikkate alarak hutbenin suresinin, muhatapların durumu, çevre şartları ve verilmek istenen mesajın konusuna ve mahiyetine göre belirlenmesi gerektiğini söyleyebiliriz. Hutbe ne dinleyenlerin bir şey anlayamayacağı kısıklıkta, nede onları bıktırarak uzunlukta olmalıdır. Hem eğitim öğretim yöntemleri ve iletişim teknikleri hem de resmi kurallar çerçevesinde ele aldığımızda hutbe süresinin çok iyi belirlenmesi ve değerlendirilmesi gerekir. Aksi halde oldukça geniş kitlelere ve farklı yaş seviyelerindeki kişilere ulaşma imkânı veren hutbeden gereğince yararlanılmamış olur ki bu ise büyük bir kayıp olacaktır.

2.2.3. Hutbede Kanal

İmam-hatibin, güçlü delil öne sürebilen ve dinleyici kitlesine kendine has bir üslupla seslenebilen bir kişi olma vasfına sahip olması beklenir. Onun, bilgilendirici olmanın yanı sıra ikna edici, davranış geliştirici, inanç ve tutumları pekiştirici hitap tarzına sahip olması da arzu edilir. Yine onun iyi ve berrak düşünebilme ve ileri fikirlerin sonuçlarını

önceden sezebilme yeteneğinin bulunması da önem arz eder. Genelleme, varsayım, tümevarım, tündengelim, benzetme, kıyas vb. gibi mantıki unsurları yerli yerinde kullanma becerisini gösterilmesi de önemlidir.

Hitabetin veya iletişimin, “bir topluluğa bir maksadı anlatmak, bir fikri açıklamak, öğüt vermek, bir görüşü benimsetmek, bir eyleme teşvik etmek gibi amaçlarla yapılan güçlü ve etkileyici konuşma veya güzel konuşma sanatı”dır (Kaya, 1998:18/156). Dini iletişim (hitabet) çeşidi olarak hutbenin “Cuma ve bayram namazları olmak üzere belirli ibadetlerin icrası esnasında irat edilen, genelde vaaz ve nasihati içeren konuşma” (Baktır, 1998:18/425) olduğunu biliyoruz. Cemaate karşı konuşmak, fikirleri ve düşünceleri sözlü olarak anlatma, sözün inceliklerine, konuşma kurallarına uymak suretiyle ve konuşma sanatını ortaya koymakla gerçekleşir. Hitabetten (iletişimden) maksat, anlaşılır bir anlatımla, belirli bir mesajın iletilmesi ya da anlamın transferi; hutbeden maksat da Allah’ı anmak, Peygamberimize dua ve selam yollamak, Müslümanlara dini ve ahlaki öğütler yani dini mesajlar vermektir (Selçuk, 2002d:231,233).

Bu mesajların, bilgili ve yetkili din iletişimcileri ve eğitimcileri tarafından, ikna edici ve etkili güzel söz söyleme sanatını olan hitabetin diğer bir deyişle iletişim teknik ve becerileri dikkate alınarak cemaate sunulması gerekir. Hutbenin sunulmasında ise konuşma dili ve beden dili gibi hususlara etkin bir biçimde yer verilmelidir. Bunlardan kastettiğimiz hutbede kullanılan kelimeler ve bunların destekleyicisi konumundaki vücut hareketleridir.

2.2.3.1. Hutbede Sözel Dil

Hutbenin amacı Müslümanlara vaaz ve nasihatte ya da onlarla iletişimde bulunmak suretiyle dini duygularını geliştirmek, bilgilendirmek, iyiliklere yöneltmek ve kötülüklerden caydırmak (Görgülü, 1996:172), kısaca cemaati bilgilendirmek, ikna etmek ve motive etmek olduğunu ifade edebiliriz.

Cemaati bilgilendirmek için hazırlanan bir hutbenin dili açık ve sade olmalıdır. Her ne kadar bazı kişiler bilimsel bir kişi olduğunu göstermenin bir delili olarak cemaatin yabancı olduğu kelimeleri kullanmaktan hoşlansalar da fakat hedef kitle içerisinde pek çok insan bu tür tavırdan hoşlanmaz (Köylü, 2003:163). Cuma hutbesine muhatap olan

cemaatin heterojenliği yani mütecanis olmayışı dikkate alınarak mesajın anlaşılmasına engel teşkil edebilecek yabancı kelimeleri kullanmakta imam-hatibin uzak durması isabetli olacaktır. Haddi zatında hutbenin amaçlarından biride, cemaatin bilgilenmesi veya bilgi seviyesinin artırılmasıdır. Hz. Peygamberin insanlara bildikleri ve anladıklarıyla konuşulmasını, “insanlara, anladıklarıyla konuşun. Anlamadıklarını terk edin. Onların Allah’ı ve Onun elçisini yalanlamalarını mı istiyorsunuz” (Buhari, 1981:İlim, 49) sözleriyle buyurmalarını, yukarıda bahsedilenler bağlamında değerlendirebiliriz.

Hutbede kullanılacak kelimeler sanat kaygısı taşımadan, tabii seyri içersinde ve yapmacılıktan uzak durularak söylenmelidir (Çakan, 2003:114-115). Nitekim kelamın fesahati de cümledeki kelimelerin kolay, manalarının açık, dizilişlerinin mükemmel ve birbirleriyle uyumlu, fasih ve de tiksindirici ve yapmacılıktan uzak olmasıdır (Boleli, 2001:20). Hz. Peygamberin fesahate uygun konuştuğunu da Kur’an-ı Kerimde Allah, “Deki; ben sözü süsleme çabasında olanlardan değilim” (Sad 38/86) buyurarak, bizlere haber vermektedir. Ayrıca Hz. Peygamberin kendisinde, “...Güzel sohbet ediyor dedirtmek için uzun uzun konuşanlar, sözünü beğendirmek için avurdunu şişire şişire laf edenler ve bilgiçlik etmek için lügat paralayanlar ise en sevmediğim ve kıyamet günü bana en uzak mesafede bulunacak kimselerdir” (Tirmizi, 1981:Birr, 71) buyurarak, tabii olmayan ve yapmacık tavırlarla konuşanlardan nefret ettiğini bildirmesi, dini konularda insanları bilgilendirme ve dini mesaj iletme yollarından biri olan hutbenin irad edilmesinde, imam-hatiplerin nazarı itibara alması gereken önemli bir husustur (Kandemir ve diğ., 2001:7/282-283).

Bir din iletişimcisi olan imam-hatip her şeyden önce hitap ettiği cemaatin diline hakim olmalı ve hutbesini açık, sade ve anlaşılır bir dille sunmalıdır (Köylü, 2003:165). “Hz. Peygamberin konuşmalarının (kelamının) dinleyenlerin anlayabileceği netlik ve açıklıkta olduğunun” (Ebu Davud, 1981:Edep, 21) rivayet edilmesi bize bu konuda ışık tutmaktadır.

Aşırı teknik ifadeler kullanmamaya özen göstererek, genel dinleyici kitlesinin özellikleri dikkate alınarak daha umumi kelime ve kavramlar kullanılma cihetine gidilmelidir. Hutbede konular fazla detaya girilmeden soyutçuluktan kaçınılarak özlü bir dille sunulması yerinde olacaktır (Köylü, 2003:165). Bu hususta Hz. Peygamberin konuşması

örnek alınmalıdır. O, “Cevamiu’l-kelim”, az-öz ve veciz söz söyleme vasfının gereği olarak, hitabelerinde yeteri kadar ve muhataplarının anlayabileceği tarzda konuşmuş ve sözü gereksiz yere uzatıp kimseyi bıktırmamıştır (Acluni, 2001:1/12). İmam-hatip söz söyleme sorumluluğuna ve hassasiyetine azami ölçüde dikkat etmeli, sözleri ve kelimeleri özenle seçip, rasgele sözler kullanmaktan sarfınazar etmelidir. Hz. Peygamber de bu konuda “insan hiç ehemmiyet vermeden bir kelime söyler, o sözü sebebiyle düşüşü yetmiş yıl sürecektir derin bir cehennem çukuruna yuvarlanır” (Tirmizi, 1981:Zühd, 10) ifadeleriyle, söz söylemenin sorumluluk istediğini haber vermektedirler.

Hutbenin amaçlarından biride, muhatapların davranışlarında değişiklik meydana getirmek olduğuna göre, din iletişicisi olan İmam-Hatibin güvenilirliği, yeterliliği ve uzmanlığı ve ayrıca dinleyici kitlesinin özellikleri kadar, mesajın kendisi ve sunumu da önemlidir (Köylü, 2003:170-177). Çağdaş iletişimciler ikna tarzındaki konuşmalarda hislere başvurmanın geçerli bir metot olmadığını bunun yerine daima güçlü ve sağlam gerçekler ile mantıki ilkeler çerçevesinde iletişimin tesis edilmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu bağlamda dinleyicilerin önce gerçek ve akılcı düşüncelerine, daha sonra hislerine başvurulmalıdır (Köylü, 2003:195-196). İmam-hatip hutbesinde ne kadar çok güçlü ve yeterli mantıki delillere başvurursa, o kadar çok güvenilirliği artar, mesajını hem kısa zamanda ulaştırdığı gibi hem de onun uzun süre etkili olmasını da sağlar.

Hutbede motive edici bir dilde kullanılmalıdır. Motivasyonu fiillerin ateşleyicisi, bir davranışı, bir davranışı ve bir eylemi etkileyicisi veya tutuşturucusu, tetikleyici ve itekleyicisi olarak genel çerçevede tanımlayabiliriz (Açıköz, 2003:173). Kişinin gündelik bireysel, mesleki ve toplumsal çevrelerinde çeşitli edim ve fiillerde bulunmasının, ancak onu motive etmek veya güdülemek ile mümkün olduğunu (Açıköz, 2005:175) kabul ettiğimizde motive edici ifadelerin kullanılması bir hitabette (iletişimde) gereklidir. Zira motivasyonsuz ve güdüsüz insan düşünülemez, İnsanların arzu ve isteklerinin tatmini sağlandığında, onları istenilen bir hedefe ve tayin edilen amaç doğrultusunda davranış veya eyleme sevk etmek mümkündür. Motivasyonsuz bir fiilin veya davranışın gerçekleşmesi zor olur, gerçekleşse de bunların mat, donuk, silik, hatta gayri iradi ve ruhsuz bir davranış olarak değerlendirilmesi kaçınılmazdır.

İnsanların ruhlarını kazanmak onları motive etmekle mümkündür, denilebilir (Açıköz, 2005:182-183,192). İmam-hatibin, hutbesiyle cemaatini motive etmesi, onların davranışlarının arkasında yatan nedenleri bilip, ona göre hareket etmesiyle gerçekleşir (Köylü, 2003:202).

Cemaati motive etmek için, başta onların dikkatini çekmek gerekir. Dikkat çekmenin farklı yöntemleri olmakla birlikte, hitabede (konuşmada) kullanılan canlı ve hareketli jest ve mimikler, beden hareketleri ve ses tonundaki değişiklikler, cemaatin konuya karşı ilgisini artırır. Ayrıca kullanılan dilin çekiciliği, rengi ve şekli de dinleyicilerin konuya karşı ilgisini çeker. İlgi ve dikkatin, hutbe boyunca devam etmesi için, konu ve içeriğinin canlı, istekli, dikkatli ve tam olarak hazırlanması sayesinde gerçekleşir (Köylü, 2003:204).

İmam-hatibin hutbesinde, cemaati teşvik etmesi ve onları hareketlendirmesi gerekir. Bunun içinde parlak, göze çarpıcı ifadeler ve mümkün olduğu yerlerde anahtar kelimeler kullanmak faydalı olabilir. Hutbede anahtar kelimelerin kısa, ritimli, canlı, tekrarlı, karşıt ve aktif örneği içeren tarzda olması muhtemeldir (Köylü, 2003:207).

Etkili bir konuşmada sadece konuşmacının yeterli ve inandırıcı olması ve içeriğinin de çok fazla açık ve mantıklı olmasının yeterli olmadığını, ayrıca yapılan konuşmaların insanların korku, sevk, saygı, övülme ve sevgi duygularından oluşan hislerine de hitap etmesi gerektiği belirtilmektedir. Dinleyicilerin duygularının çoşturulması, hissi gücün en kuvvetli kaynağı olması gereken hatibin samimiyeti ve ikna edici kabiliyetine bağlıdır. Hatibin kendisi duygulanmadığı ve gerçekten anlattığına kendisi inanmadığı sürece, dinleyicilere yönelik okşayıcı kelimelerin ve etkileyici örneklerin sonuç vermesi düşünülemez. (Köylü, 2003:208).

Günümüzde hatiplerin bahsedilenler noktasında eksikliklerinin olduğunu Mustafa Şahin,

“Dil bizatihi hayatın kendisidir. Dile araçsal olarak bakmak, okunan metne katılmamak, içten gelerek konuşmamak, hatiplerimizi adeta birer spikere, sunucuya dönüştürmüştür. Hepimiz ruhlarımızda heyecan uyandıran hatiplerden etkilenmiş, hayat ve dünya tasavvurumuzu söylediklerine inanan, bizi de inandıran insanlardan etkilenmişizdir. Ne yazık ki bu gün insanı ruhundan kavrayan hatiplerimiz azdır.” (Şahin, 2004:19)

şeklinde dile getirmektedir.

Cemaati motive edilmesi için teşvik edici unsurlar olarak ödüle ilişkin “olumlu pekiştiriciler” ya da korku uyandırıcı nitelikteki “olumsuz pekiştiriciler” kullanılabilir. Ancak teşvik edici unsurlara ağırlık vermenin, istenilen sonuçları doğurması bakımından tercih edilmesi gerektiğini, zira korku motivinin daha az sonuç doğurduğu yapılan araştırmalar ortaya koymuştur (Köylü, 2003:208-209). Bu konuda Hz. Peygamberin “kolaylık gösterin, güçlük göstermeyin, müjdeleyin, ürkütmeyin(nefret ettirmeyin)” (Buhari, 1981:İlim, 77) her zaman göz önünde bulundurulmalıdır.

Hutbenin sözel dilinin, cemaati bilgilendirmeye yönelik olarak açık, sade ve anlaşılır kelime ve kavramların kullanıldığı, hedef kitlenin bütünü tarafından anlaşılması güç sözcüklere, teknik ve soyut ifadelerle yer verilmediği bir dil olmasına özen gösterilmelidir. Cemaati bilgilendirirken ortaya konulan fikirlerin kabul edilebilmesi için ikna edici mantıki ve akli delillerle destekleyecek ifadelerin kullanılmasına dikkat edilmelidir. Hutbe suresince cemaati motive edecek unsurlara da yer verilmelidir. Hutbeyle cemaat bilgilenebilir, davranışlarına yön verecek bilgileri ikna olmuş vaziyette benimsemeli ve bu bilgilerin muhtemel sonuçlarına göre motive olmalıdır.

Bilgilerin kabulü, iknanın gerçekleşebilmesi ve motivasyonun sağlanması için hutbenin sözel ve sözsüz unsurlarla gerçekleştirilen sunuş biçimi büyük önem taşımaktadır.

2.2.3.2. Hutbede Beden Dili

Hutbede beden dili derken jest, mimik ve sesin kullanılmasıyla ilgili sözsüz iletişim hususlarını kastetmekteyiz. İletişim ve dini iletişim başlıkları altında vücut hareketlerinin ve sesin kullanımıyla ilgili daha önce ayrıntılı bilgi vermiştik. Burada imam-hatiplerin örnek alması gereken Hz. Peygamberin, beden hareketleri gibi sözsüz iletişim unsurlarını hitabelerinde yer vermesinden hareketle, Cuma hutbesinde beden dilini oluşturan jest, mimik ve sesin etkin bir şekilde kullanılması gerektiği üzerinde durmaya çalışacağız. Zira bu gün imam-hatiplerin yazılı hutbe metnini okumaktan bu hususlara gerekli önemi veremediklerini veya veremediklerini müşahade edilmektedir. Bu halleriyle “İmam-Hatiplerimiz adeta birer spikere, sunucuya dönüş” (Şahin, 2004:19) müşlerdir. Oysa daha öncede ifade ettiğimiz gibi sözsüz iletişim araçları özellikle duygusal içerikli mesajların ifade edilmesinde ya da iletilmesinde kelimelerden daha fazla etkili ve iletişimin oluşmasında da % 90’lık bir oranda rol oynamaktadır.

Eğitim-öğretim açısından hutbede kullanılan metodun takrir yani anlatım yöntemi olduğunu düşündüğümüzde, kelimelerin ötesinde ayrı bir anlama ve öneme sahip olan beden dilinin kullanımı ehemmiyet kazanmaktadır. Bu takrir ise kâğıda yazılmış konuşmanın dinleyicilere okunması biçiminde gerçekleştirilir. Böyle bir yöntemin bazı avantajları var ise de mahzurları daha çoktur. Konuşmasını okumakla meşgul olan hatip, dinleyicilerin durumlarını gözleyemez, bunun sonucunda hatibin ilettiği mesajları dinleyicilerin almalarını sağlayan zihni yakınlaşma gerçekleşmez. Konuşmasını okuyan hatip, ölü bir şahsiyet izlenimi yaratır. Çünkü okunan bir konuşma, gerçek bir muhavere (sohbet tarzında konuşma) hissi yaratmaz.(Muallimoğlu, 1994:272-273) Hatta bu konuda şenbay'ın, “konuşmacı,bir konuşmayı hiçbir zaman kağıttan okumamalıdır. Bunu bütün konuşmacılar bilmelidir. Çünkü konuşmacının hazırladığı metin onunla dinleyiciler arasına girer” (şenbay, 2005:29) şeklindeki ifadeleri oldukça dikkat çekicidir.

Yukarıda anlatılmaya çalışılan durumu, kendisi tarafından hazırlanmamış bir konuşmayı okumakla mükellef olan imam-hatip (Kaymakcan, 2005:59) açısından düşündüğümüzde daha çarpıcı bir hale dönüşür. Bu bağlamda, imam-hatiplerin minberde yaptıkları faaliyet “hutbe okuma” olup, gerçek hitabeti ise pek yansıtmamaktadır. Dolayısıyla konuşmayı okuma şeklinde gerçekleştirilen takrir yönteminin etkinliğini artırmak ve iletişimin etkin olmasını sağlamak için beden dilinin kullanılması gerekmekte ve de daha fazla önem kazanmaktadır.

Ayrıca bir eğitim yöntemi olarak kullanılan takrir/anlatımda, konuşmacının bakışlarının, jestlerinin ve mimiklerinin bilgilerin aktarılmasında ve alıcılar tarafından benimsenip, işlenip değerlendirilmesinde ve bir sonuca gidilmesinde çok önemli bir etkiye sahiptir. Muhatapları etkilemenin yaridan daha fazlasının bu şekilde sözsüz iletişimle gerçekleştiği ve hatta sözle anlatılması mümkün olmayan bazı duygu ve kanaatlerin mimik ve ses tonu ile aktarıldığı belirtilmektedir (Öcal, 1991:245). Zira vücut hareketlerinin ve sesin yerine göre farklılaştırılması kelimelerin ihtiva ettikleri anlamları yada mesajları destekleyici ve besleyici, hatta bazen kendileri başlı başına mesaj olabilmektedirler. Beden dilinin kullanımı sayesinde kelimelere canlılık ve hareketlilik kazandırılır, matlık ve donukluktan kurtulmuş olunur. Dolayısıyla imam-hatiplerin yerli yerinde olmak koşuluyla jest ve mimik, sesin tonu gibi sözsüz iletişim birimlerini, dini

hitabet (iletişim) (Köylü, 2003:21) ve din eğitimi vasıtası olarak kabul ettiğimiz hutbede kullanabilmelidir. Nitekim Hz. Peygamberin hitabelerinde bu hususları gerçekleştirdiğini görmekteyiz.

Bilindiği gibi Hz. Peygamber Medine'ye geldikten sonra on yıl yaklaşık 520 hafta yaşamıştır. Seferlerde geçenler bir tarafa bırakılırsa 400 civarında Cuma hutbesi irad ettiği söylenebilir. Bu hutbelerin hiç terk edilmemesi, onların ibadet olması yanında, güzel sözden hoşlanan insanlar için edebi bir ziyafet olması da düşünülebilir. Cemaatin ortak dertlerinin dile getirilmiş ve haftada bir defaya mahsus olmak üzere tertip olunması eğitim-öğretim bakımından çok yerinde ve gerekli bir vazifedir (Kazancı, 1995:263). Dolayısıyla etkileyici ve başarılı bir hitapta bulunmak ve de eğitim ve öğretimin verimli olmasını sağlamak için iletişim sürecinin etkinliğini ve gücünü artıran sözsüz iletişim unsurlarını kullanmak büyük önem taşır. Nitekim konuşan kişinin(hatibin), eğitimcinin ve hatta eğitilen veya öğretilenlerin tavır ve hareketleri, yüz ifadeleri ve bütün vücudun ifadesi, eğitim öğretim bir anlamda iletişim faaliyetine, yani bilginin işlenmesi, ele alınması, işlenmesi, değerlendirilmesi, cevaplandırılması ve bütün bunların sonunda davranış geliştirme işine dahil olur (Bilgin, 1998:39).

Günümüzde hutbeyi 20 milyon insana ulaşmanın bir vasıtası (Önkal, 1995:146) olarak kabul edersek, bunu sadece fıkıh boyutuyla değerlendirmenin ötesinde bir iletişim ve eğitim faaliyeti olarak kabul etmekte gerekir. Hutbe aracılığıyla yaklaşık 20 milyon insana ulaştırılacak pek çok mesaj vardır. Bunların kitlelere iletilmesinde sözsüz sembollerin etkisi inkâr edilmese gerektir. Nitekim Hz. Peygamberinin bir Cuma hutbesini sunuş tarzıyla ilgili olarak,

“Rasulullah (sav) hutbe irad ettiği zaman gözleri kızarır, sesi yükselir, “Düşman sabah ve akşamüzerinize hücum edecek, kendinizi koruyunuz” diye ordusunu uyaran kumandan gibi öfkesi artar ve şahadet parmağı ile orta parmağını bir araya getirerek: “Benimle kıyametin arası şu iki parmağın arası kadar yaklaştığı sırada ben peygamber olarak gönderildim” derdi. Sonra sözlerine şöyle devam ederdi” (Muslim, 1981:Cum'a, 43)

şeklindeki rivayet, O'nun hutbede beden dilini etkin kullandığını açık bir şekilde bildirilmektedir. Bu rivayette Hz. Muhammed'in hutbe irad ederken bütün unsurlarıyla bedenini kullandığı ve vermek istediği mesajları vücut hareketleriyle besleyip desteklediği çok net olarak görülmektedir. Bu haberin Cuma hutbesiyle ilgili olması (Nevevi, 1972:6/153) ise ayrı bir önem taşımaktadır. Hz. Peygamberin gözlerinin

kızarması, sesinin yükselmesi, öfkelenildiğini belli etmesi ve şahadet parmağıyla orta parmağını birleştirmesi vücut dilinin kullanımıyla alakalı hususlardır.

Yine Hz. Peygamberin konuşmalarında sergilediği beden dili davranışlarından misaller vererek, hutbelerin sunumunda jest, mimik ve sesin etkin olarak kullanılması gerektiğini biraz daha izah etmek istiyoruz. Nitekim bir defasında, Hz. Muhammed (sav), çevresindeki insanların kendisini rahatça görebilmeleri ve onlara etkin bir biçimde mesajlarını iletme için, sadece ayağa kalkmakla yetinmemiş konuşmasını minberin üzerinde ayakta yapmıştır. Son sözlerini ellerini kollarını yukarıya kaldırarak söylemiştir. Bu durumun kelimeleri anlamca desteklediği ve onlara derin bir anlam zenginliği kattığı hemen fark edilmektedir (Buhari, 1981:Zekat 3).

Hz. Peygamberin ellerini ve parmaklarını çok etkin bir biçimde hitabelerinde kullandığını görmekteyiz. O takvanın kalpte olduğunu üç defa tekrar ederek göğsünü işaret etmiş (Müslim,1981:Birr 32; Buhari, 1981:Edep 57), şahadet parmağını ağzına alıp emer vaziyette, bir çocuğun emmesini göstermiş (Buhari, 1981:Mezalim, 35; Müslim, 1981:Birr, 7,8), “kendi yetimini veya başkasına ait bir yetimi himaye eden kimseyle ben, şöyle yan yana bulunacağız” derken bunu işaret ve orta parmağıyla ifade etmiş (Müslim, 1981:Zühd, 42), “her kim iki kız çocuğunu yetişkinlik çağına gelinceye kadar büyütüp terbiye ederse, kıyamet günü o kimseyle ben şöyle yan yana bulunacağız” buyurmuş ve parmaklarını bitişirmiş (Müslim, 1981:Birr,149) tir. Yine O’nun “İnsan, işledikleri kötü amelleri kadar tere batarlar. Onlardan bir kısmı topuklarına, bir kısmı dizlerine, bazıları kuşak yerlerine kadar ter içinde kalır; bazılarının da ter adeta ağızlarına gem vurur,” buyurarak eliyle ağzına işaret ettiği (Müslim, 1981:Cennet, 62), rivayet edilmiştir. Yine Hz. Peygamber “mü’minin mü’mine karşı durumu, bir parçası diğer parçasını sımsıkı kenetleyip tutan binalar gibidir,” buyurmuş, bunu açıklamak içinde iki elin parmaklarını birbiri arasına geçirerek kenetlemiştir (Buhari, 1981:Salât, 88, Mezalim, 5; Müslim, 1981:Birr, 65).

Görüldüğü gibi Peygamber Efendimiz ifadeyi güçlendirici, dinleyenlerin zihninde mesajların iyice yer etmesine katkı sağlayıcı özelliğe sahip olan ellerini, parmaklarını ve kollarını çok etkin bir şekilde kullanmıştır. Üstelik vefatından yıllarca sonra bu jestlerin nakledilmesi, bunların dinleyiciler tarafından olumlu karşılandığını, gereken etkiyi

gösterdiği, alırı bulunmadığı, yerinde ve zamanında yapıldığını göstermektedir (Kazancı, 1995:66).

Hz. Muhammed'in (sav) konuşma yapacağı zaman ayağa kalkmasını (Buhari, 1981:Enbiya, 8; Müslim, 1981:Fezailü's-sahabe, 37) ve minbere çıkıp konuşma yapmasını (Buhari, 1981:Hiyel, 15; Müslim, 1981:İmare, 26-27), iletişim teknikleri açısından değerlendirdiğimizde, dikkat çekicidir. Böylelikle O, herkesin kendisini rahatça görmesine, iletmek istediği mesajları etkin bir şekilde işitmelerine ve algılamalarına imkân sağlamıştır.

Peygamber Efendimiz (sav), hutbe ve diğer hitabelerinde sesini yükseltmekle yetinmemiş, sesin kitlelere ulaşması için aracı vasıtalar kullanmıştır. Nitekim Veda haccına yüz binden fazla sahabe katılmış, bu ilk ve son haccında muhtelif yerlerde konuşmalar yapmıştır. Uzakta bulunan ashab-ı kiram, Peygamberin (sav) ilettiği mesajları, güür sesli kişiler vasıtasıyla dinlemişlerdir (İbni Hişam, 1992:2/1024). Buradan da anlaşılacağı gibi geniş kitlelere dini mesajların ulaştırılması için destekleyici araçlar kullanılabilir. Günümüzde cuma günleri camilerin iç mekânları yeterli olmadığı için camilerin dış avlularında namaz kılan ve hutbe dinleyen cemaatin, imam-hatibin sesini rahatça duyabilmesi amacıyla ses cihazları kullanılmaktadır. Önemli olan mesajın işitilmesi ve idrak edilmesidir. Dolayısıyla bazen gündeme tartışma konusu olarak getirilen mikrofonla ezan okumanın caiz olmadığı hususu da çok yersizdir.

Burada her ne kadar direkt olarak Hz. Peygamberin hutbede beden dilini kullanmasına örnek olmasa da, O'nun hutbe irad ederken rahat hareket ettiğini göstermesi açısından Abdullah İbni Büreyde'nin babasından,

“Nebi (sav) hutbe irad ederken Hasan ve Hüseyin üzerlerinde kırmızı birer elbise oldukları halde sendeleyerek (düşe kalka) geldiler. Nebi (sav) (minberden) indi ve konuşmasını keserek onları alıp tekrar minbere döndü (ve kucağına oturtuktan sonra), Allah doğruyu söylemiştir: ‘Evlatlarınız ve mallarınız birer fitnedir.’ (Tegabun 64/15) Bunları elbiseleri içersinde sendeler gördüm, dayanamayıp sözümü kestim ve kucakladım.” (Nesai, 1981:Cuma, 30).

şeklinde rivayette bulunması dikkat çekicidir.

Verilen örneklerden de hareketle hutbelerin sunumunda beden hareketleri mutlaka kullanılmalıdır. Kelimelerin etkin bir şekilde ve bazen de hiç ifade edemediği pek çok mesaj el-kol, yüz,kaş ve göz hareketleriyle daha kısa zamanda ve daha az bir zahmetle

alıcı yada hedef kitleye iletilmektedir. Hutbeden amaç, bilgi aktarımını, olumlu davranışları pekiştirmeyi ve olumsuz olanlarını değiştirmeyi ve motive etmeyi gerçekleştirmek olduğuna göre, bunun başarılmasını sağlayacak iletişim tekniklerinden azami ölçüde istifade etmek gerekir.

2.2.4. Hutbede Hedef Kitle: Cemaat

Hedef kitle veya alıcılar, nakledilen mesajı alan muhataplardır. Ayrıca hedef kitleyi kuruluşun (Diyanet İşleri Başkanlığı) yaptığı bütün faaliyetlerin yönlendirdiği, bu faaliyetler sonucunda kendilerinden fiil ve düşünce değişimlerinin beklendiği kişiler olarak ta tanımlamak mümkündür. Hedef kitle mutlaka dikkate alınmalıdır. İletişimde alıcılar olmadan, iletişim olmadığı gibi, hedef kitle göz önüne alınmadan iletişimin varlığını başarılı bir şekilde devam ettirmesi de zordur (Okay ve Okay, 2005:175-176). Hutbenin hedef kitlesini her yaş grubundan insanların oluşturduğu cami cemaatidir. Cami cemaati ise büyük oranda farklı yaşlarda, farklı anlayışlarda, farklı bilgi ve düşüncelere sahip insanlardan meydana geldiğini söyleyebiliriz.

Cuma namazının sahih yani muteber ve geçerli olması için bütün mezhepler sayısı hakkında farklı görüşler ileri sürmekle birlikte, cemaat şartı üzerinde ittifak etmişlerdir (Karaman, 1993:86).

Cuma namazı ve onun ayrılmaz parçası olan hutbenin gerçekleşebilmesi için belir bir sayının olması gerekir. Bir yerde iletişimin varlığından söz edebilmemiz için de mesaj alış verişini gerçekleştirecek bir kaynak bir alıcı olmak üzere en az iki kişinin olması zorunludur.

Her iletişimde olduğu gibi mesaj iletiminin başarılı ve sağlıklı olabilmesi için hutbe irad edilmeden önce cemaatin ihtiyaçları ve özellikleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Hutbenin hedef kitlesini oluşturan cemaat yaş ve eğitim seviyesi; sosyo-ekonomik; akıl, zekâ, anlayış, kavrayış, algılayış ve yorumlama; gerçekleştirilecek dini iletişime istekli veya isteksiz olma yani “hazır oluş” hali; motivasyon; anlatılanları dinleme amaçları; ibadete samimi olarak iştirak etme ve içtimai çekincelerden dolayı inanmadığı halde gelme; hasta, yorgun, çok yaşlı, çalışan işçi, memur ve öğrenci olma bakımından pek çok farklı özelliklere sahip kişilerden oluşabilmektedir (Çelikkaya, 1993:60-61).

Ayrıca daha önce dini iletişimde alıcının özelliklerinde belirttiğimiz gibi hutbenin hedef kitlesin bölgeden bölgeye, şehirden şehre, ilçeden ilçeye, köyde köye ve mahalleden mahalleye değişebilen fiziksel, sosyal ve psikolojik özellikleri olabilmektedir.

Görüldüğü gibi hutbenin muhatap kitlesi bir sınıfta toplanmış, aynı yaş ve gelişim seviyesine sahip çocuklardan değil, farklı yaşlarda, farklı eğitim seviyesinde, farklı anlayış ve düşüncelerde farklı coğrafi yerlerde ikamet eden insanlardan oluşmaktadır (Cebeci, (2003:140). Hutbe konusu belirlenirken, içerlendirilirken ve üslup belirlenirken daha çok bu hususların dikkate alınması daha geneli kapsayacağı için isabetli olabilir.

Hutbe yoluyla gerçekleştirilmek istenen iletişimin tek taraflı bir iletişim olduğunu düşünürsek ne kadar karmaşık, zor ve dikkat isteyen bir dini iletişim olduğu anlaşılır. Üstelik günümüzdeki hutbe uygulamalarının bir başka kişi tarafından hazırlanıp yazılan hutbelerin, hatibin kullandığı kelimeleri destekleyen ve mesajların iletilmesinde oldukça yüksek bir etkiye sahip olan beden dilinin kullanımına neredeyse yok denecek kadar az yer verilmesine sebep olan kağıttan okuma şeklinde sunulması da ayrı bir sorundur.

Dolayısıyla cemaatin yaş, bilgi ve yetenek seviyesi bir olmadığı için hutbelerde olabildiğince basitten mürekkebe, müşahhasan mücerrede ilkelerine önem verilmeli, kullanılan cümleler kısa, örnekler basit ve kelimeler herkesin anlayabileceği türden olmalıdır.

İhtilafı ve akademik konulara hutbelerde yer verilmemelidir. Hutbenin verilişinden maksat, insanlara her hangi bir konuda bilgilendirmek, ikna ve motive etmek, kaynaşmayı, bütünleşmeyi ve tek vücut olmayı sağlamaktır.

Özellikle hutbeyle ulaşılması her zaman mümkün olmayan kişilere ulaşıldığı için imam-hatibin bilgileri süzgeçten geçirip özümseyerek sunması gerekir.

Cemaatin özellikleri ve hava ve çevre şartları dikkate alınarak hutbenin uzatılmaması faydalı olur (Köylü, 2000:238-239).

Netice itibarıyla imam-hatibin, cemaati/dinleyicileri amacına doğru yönlendirebilmesi için, bir konuşmacıda olması gereken vasıfların yanında, hitap ettiği kimselerin ahlak ve temayüllerini, hal ve vaziyetlerini bilmesi, zaman ve muhiti gözden uzak tutmaması gerekir (Yaltkaya, 1946:5-10).

2.2.4.1. Cemaatin İhtiyaçları

Cemaatin özelliklerinin bilinmesi bir anlamda, cemaatin ihtiyaçlarının farkında olduğu anlamına gelebilir. Zira bireysel, sosyal ve kültürel yani kısaca bir bütün olarak cemaati tanımak onların ihtiyaçlarının da neler olabileceğini anlamımıza imkan verir. Bu durum da hutbe konusunun belirlenmesinde ve sunumunda yardımcı olacaktır. Konuyla ilgili olarak Yalrkaya,

“münevver tabakalarla aşağı tabakada bulunanlara aynı surette hitap edilemeyeceği gibi muhtelif yaşlarda bulunan kimselere de bir şekilde söz söylenemez. Genç insanların temayülleri ile ihtiyarlamış bulunan insanların temayülleri bir değıldir” (Yalrkaya, 1946:10)

demek suretiyle hedef kitledeki farklılıkların dikkate alınması gerektiğinin altını çizmektedir. Çünkü farklılıklar, ilgi ve ihtiyaçların da farklı olması anlamına gelir. Bu bağlamda bir konu hakkındaki bilgiler dinleyicilerin sevileri göz önünde bulundurularak düzenlenir (Şenbay, 2005:24).

Hutbenin dinen ergen sayılan bütün Müslüman fertler için farz olan Cuma namazının ayrılmaz bir parçası olması hasebiyle, hutbenin ortalama on iki yaşından yetmiş yaşına, bütün yaş guruplarından insanların oluşturduğu bir hedef kitlesi vardır. Bir başka ifadeyle, ilk ergenlik, ergenlik, ilk yetişkinlik, orta yetişkinlik yaşlılık dönemlerine mensup bireyler hutbenin hedef kitlesini oluşturduğunu söyleyebiliriz. Yapılan çalışmaların bu dönemlere ait kişilerin farklı fiziksel, psikolojik ve sosyo-kültürel özelliklere sahip olduğunu belirtmektedir (Köylü, 2000).

Hutbenin muhatap kitlesinin farklı yaş, eğitim ve anlayış sevilerine sahip insanlardan oluştuğunu düşündüğümüzde genel olarak bütün cemaatin ihtiyaçlarını ilgilendiren mesajların hutbede verilmesi esas olacaktır. Hz. Peygamberin genellikle cuma namazının birinci rekâtında “Cuma” ve ikinci rekâtında da “Münafikun” süresini okuduğu rivayet edilmektedir (Müslim, “Cuma”, 619. Bu rivayetin izahında ise münafıklar cuma namazında topluca bir araya geldiklerinden dolayı münafıklarla ilgili hususlardan bahsedildiği için bu sürenin özellikle Peygamber tarafından okunduğu yorumları yapılmaktadır (San’ani, 2004:265). Bu da bizlere hutbelerde mesajların cemaatin genel özellikleri ve ihtiyaçları dikkate alınarak verilmesi gerektiği noktasında bir mesaj vermektedir.

Herhangi bir yerde yaşanan hadiseler insanlarda birtakım ihtiyaçların doğmasına sebebiyet verebilir. Yaşananların ülkeden ülkeye şehirden şehre değiştiğini düşündüğümüzde haliyle insanların ihtiyaçları farklılık arz edecektir. Zira bir konuşma konusunun ilgi çekici bir duruma getirilmesinde, günün imkanlarının ve isteklerinin göz önünde tutulması esastır (Şenbay, 2005:24). Hz. Peygamber hutbe (konuşma) yaparken, fakir bir kişinin gelmesi üzerine, hutbesinde insanları sadaka vermeye teşvik etmiş, bunun üzerine hutbeyi dinleyenler elbise çıkardılar. Rasulullah'ın (sav) çıkarılan elbiselerden bir adet verdiği rivayet edilmektedir (Nesai, 1981:Cuma, 26). Bu hadise, Hz. Peygamberin hutbedeyken dahi mevcut durumu dikkate alarak hutbede mesaj verdiğini ve hemen hutbesinin seyrini değiştirdiğini göstermesi bakımından önemlidir. Dolayısıyla hutbeyi irad eden Allah'ın Elçisi (sav) nasıl günün hatta o anın ihtiyaçlarına göre hutbede mesaj iletimini belirliyorsa, günümüzde de bu hususa dikkat edilmesi hem dinen sakıncalı olmadığı gibi iletişim açısından da isabetli olacaktır.

İnsanların ihtiyaçları genel anlamda fizyolojik ve sosyal olmak üzere iki guruba ayrılmaktadır. Fizyolojik ihtiyaçlar açlık ve cinsellik gibi evrelik arz etse de sosyal ihtiyaçlar güvenlik, ait olma, sevgi ve itibar (saygınlık) gibi toplumdaki topluma farklılık gösterir. Ayrıca davranışlar da bir çok ihtiyacın etkisiyle meydana gelebilir (Baymur, 1994:67-75). Dini iletişimin vazgeçilmez bir türü olan hutbenin hedef kitesine hutbe irad etmeden önce bu hususların dikkate alınması gerekir.

Hedef, değişmeyen ilahi hakikatler ile insanın değişen ihtiyaçlarına cevap verebilmek, onları yönlendirebilmek ve onların hayatlarına anlam kazandırabilmektir. Hutbe, bu gerçeklerin farkında olunmasıyla daha da etkinlik kazanacak ve etkili bir dini iletişim vasıtası olacaktır.

Etkili iletişimin sağlanmasında, iletişim kurulacak kişinin etkin bir şekilde dinlenmesi, onun tam manasıyla, derinlemesine, hem duygusal, hem de zihinsel açıdan anlaşılması önemli olduğu vurgulanmaktadır. Bu tür yaklaşıma iletişimde empatik tavır denilmektedir. Bu yolla muhatapların ihtiyaçları daha iyi anlaşılmalı ve bir anlamda reçete yazmadan önce teşhisin doğru konulmasına zemin hazırlanmış olur (Covey, 1997:251-260). Meseleye hutbe açısından baktığımızda olduğunca iyi bir öğretmenin ders vermeye başlamadan önce sınıftaki öğrencileri değerlendirmesi gerekir. İmam-hatibin mümkün olduğunca cemaatle birer bir diyaloglarla veya gözlemlerde bulunmak

suretiyle önce onların ihtiyaçlarını, ilgi alanlarını ve durumlarını anlamaya çalışılıp, bu doğrultuda hutbenin konusunun ve muhtevasının şekillendirilmesiyle cemaatin ihtiyaçlarına ve sorunlarına çözüm aranması isabetli olur.

Bu bağlamda ülkenin her yerinde okunmak üzere aynı konu ve muhtevaya sahip hutbelerin hazırlanması, pek isabetli olmasa gerektir. Konuyla ilgili olarak cuma hutbelerinin merkezi olmaması gerektiğini vurgulayan İstanbul Müftüsü Mustafa Çağrıcı, “hutbeler merkezi olmamalıdır. Her ilin, her ilçenin hatta her cami cemaatinin sorunları ve beklentileri farklı farklıdır. Camii imamı bu beklentilere cevap verecek hutbe hazırlamalıdır.” (Zaman Gazetesi, 2005:19). şeklinde görüşlerini belirttikten sonra, kaynak kişi konumundaki imam-hatiplerin “ne kendi muhitinin sorunlarını biliyor ne de sorunlarıyla ilgileniyor. Merkezden yazılan hutbelere mecbur kalıyoruz” (Zaman Gazetesi, 2005:19) demek suretiyle hutbeler hakkında birkaç problemi dile getirmiştir. Anlaşılacağı üzere her imamın kendi cemaatinin sorunlarına ve ihtiyaç hatta beklentilerine yönelik hutbe hazırlamasının gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Bunun içinde imamların cemaatlerini yakından tanıyıcı girişimler veya aktiviteler içerisinde olmaları gerekir.

2.2.4.2. Cemaatin Sorumluluğu

Hutbe vasıtasıyla dini mesaj iletiminin etkin ve sağlıklı olabilmesi için imam-hatibin sorumlulukları olduğu gibi cemaatinde bir takım mesuliyetleri vardır. Bir mesajın doğru algılanıp değerlendirilmesinde iletenin olduğu kadar alıcının da etkisi söz konusudur (Cebeci, 2002:259). Zira hitabet yada iletişim iki odak noktası veya kutbu vardır. İletişimde dinleyicilerin rolü, başarının oluşmasında en az hatibin(iletişimci) kadar önemlidir. Her şeyden önce dinleyicinin, iyi bir dinleyici olması gerekir (Muallimoğlu, 1994:10-15). Bu konuda Armaner de, “hitabetin, başarı ve tesir durumu, hatibin şahsiyeti ve konuyu işlemeyle ilgili olduğu kadar, cemaatte aranan şartlara da bağlıdır” (Armaner, 1962:62) ifadeleriyle açıkça dile getirmiştir.

Bu bağlamda cemaatin, hutbede iletilen mesajları rahatça dinleyebilmeleri ve algılayabilmeleri için psikolojik olarak hazır hale gelmesine yardımcı olacak bir takım ön hazırlıkların yapılması gerekir. Hutbe esnasında dikkat edilmesi gereken hususlarda vardır. Her ne kadar bunların büyük kısmı dini tavsiye ve emirlerden ibaret ise de

iletişim bakımından değerlendirdiğimizde mesajın dinlenmesine ve algılanmasına katkı sağlayıcı unsurlardır.

2.2.4.2.1. Hutbe Öncesindeki Sorumluluğu

Cuma namazı ve hutbesi öncesinde cemaatin bir takım hazırlıklar yapması gerekir. Bunların başında da bedeni temizlik gelmektedir. Cemaatin her ferdinin başta normal abdest alması zorunludur. Bununda ötesinde Hz. Peygamber ısrarla ve defaatle cuma günü namazdan önce bedenin yıkanmasını veya duş almayı ifade eden gusül abdesti alınmasını tavsiye etmişlerdir (Buhari, 1981:Cuma, 2,5,12; Tirmizi, 1981:Cuma, 355). Zira güzelce yıkanmadan, vücudundaki kiri, yağı, pis kokuyu temizlemeden camiye giden kişinin, hem kendisinin hem de cemaatin diğer fertlerinin huşu ile namaz kılmasına ve hutbe dinlemesine engel olacağı muhakkaktır.

Cuma namazına bağlı olarak hutbenin sağlıklı, ferah, huzurlu ve pis kokuların olmadığı bir ortamda yani camide dinlenebilmesi ve dini mesajların etkin bir şekilde cemaatin bütün fertlerinin algılayabilmesi için diş ve ağız temizliği de büyük önem taşımaktadır. Hz. Peygamberin “Ümmetimi (veya insanları) zora sokmaktan endişe etmeseydim, onlara her namaz vaktinde misvakla dişlerini temizlemelerini emrederdim” (Buhari, 1981:Cuma, 8; Müslim, 1981:Teharet, 42) buyurmaları dikkat çekicidir. Haddizatında namazlar içersinde ağız ve diş temizliğini sağlayacak fırça ve benzeri araçlar kullanılmaya en çok ihtiyaç gösteren cuma namazıdır. Çünkü cemaat büyük olur, yıkanmakla giderilmesi mümkün olmayan, ağız ve diş kokularını gidermek hoş bir davranış olacaktır (Zebidi, 19???:3/38).

Ayrıca kişinin, kötü kokulara sebebiyet verecek ve cemaati rahatsız edecek soğan ve sarımsak gibi ağız kokutan şeyler yemekten, cuma namazı öncesinde kaçınması gerekir. Özellikle cuma gibi hafta da bir kez ve cemaatle kılınması zorunlu olan bir namaz ve dini mesajların verildiği hutbe esnasında kötü kokuların kişileri ne kadar olumsuz yönde etkileyeceği açıktır. Bu durum cemaatin hutbeyi rahatça dinlemesine engel olacaktır.

Bu konuda Hz. Peygamberin, “soğan ve sarımsak yiyen kimse evinde otursun, bizden ve mescidimizden uzak dursun” (Müslim, “Mesacid”, 73) ve Hz. Ömer’in bir cuma günü irad ettiği hutbede söylediği,

“Ey Müslümanlar! Siz, kokusu hoş olmadığını bildiğim şu iki bitkiyi (sarımsak-soğan) yiyorsunuz. Gerçekten ben, Rasulullah’ı, mescitte bunların kokusunu duyduğu zaman emredip o kişiyi Baki mezarlığına kadar uzaklaştırdığımı gördüm. Bu sebeple kim bunları yiyecekse, pişirerek kokusunu gidersin!” (Müslim, 1981:Mesacid, 78),

şeklindeki ifadeleri camilerin, her türlü rahatsız edici amillerinden arındırılmış olması konusunda tam bir titizliğin ve dikkatin gerektiğini ve de İslam muaşeret ilkelerinin ne kadar medeni ve çağdaş esaslar üzerine kurulmuş olduğunu göstermesi bakımından da ilgi çekicidir (Kandemir ve diğ., 1997:7/221).

Cuma namazına giden insanların rahat ibadet etmeleri ve hutbeyi ferah bir ortamda dinleyebilmeleri için ter kokusu veya başka kokular nedeniyle ağırlaşabilecek cami havasını hafifletmek maksadıyla Hz. Peygamber güzel koku sürmeyi tavsiye etmiştir (Buhari, 1981:Cuma, 6, 9; Müslim, 1981:Cuma, 7,8). Bu husus, iletişimin gerçekleştiği mekânın rahatsız ediciliğini önlemek ve iletişimin sağlıklı gerçekleştirilmesi bakımından önemli bir husustur. Bu gün insanlar tarafından kullanılan deodorant ve parfümler olduğu gibi evlerde ve toplantıların yapıldığı mekânlarda dahi parfümler kullanılmaktadır.

Temiz ve düzgün giyimli olmakta cemaatin sorumlukları arasındadır. Kişinin kendisini ve çevresini rahatsız etmeyecek elbise, çorap ve ayakkabı giymesi çok tabii bir hadisedir. Toplu halde bir mekânda bir araya gelen insanların elbiselerinin pis kokulardan, kir ve tozlardan arındırılmış olması iletişime elverişlilik kazandıracığı gibi, göze hoş gelen elbiselerin giyilmesi de aynı şekilde iletişime etkinlik kazandıracaktır. Yadırganacak türden elbiselerin giyilmesi, insanların dikkatlerini sağlayamamalarına neden olabilir. Bu konuyla ilgili olarak Nebi’nin (sav) minber üzerinde “Ne olur, her biriniz gündelik elbiselerinden ayrı olarak, cumaya mahsus iki top (rida ve izar, yani bir kat elbise) alıverse?” (Ebu Davud, 1981:Cuma, 219) demeleri, ayrıca “bir müslümanın cuma günü olunca dişlerini temizlemesi, elbisenin güzellerinden giyinmesi, bir de varsa güzel koku sürmesi borç olan haklarındandır” (Zebidi, 19??:3/33) buyurarak, cuma günü için iş kıyafetinin dışında temiz ve güzel bir elbise ile cemaate iştiraki tavsiye etmeleri, iletişim açısından düşündüğümüzde çok dikkat çekicidir. Gurur vesilesi olmayacak şekilde cumalarda, bayramlarda ve halk toplantılarında güzel elbise giyilmesi hoş karşılanmış, nitekim Hz. Peygamberin kendi evinde ve dışarıda bin dirhemlik,

namazlarda ise dört bin dirhemlik kıymetinde elbise giydikleri belirtilmiştir (Miras, 19???:3/34).

Camiye gelmeden veya hutbeyi dinlemeden önce kişinin hazırlıklarını yada sorumluluklarını yerine getirmesi, hutbeyle gerçekleştirilecek dini iletişimin nezih bir ortamda olması ve dinlemenin ve algılamının arzu edilen ölçüde olmasına katkı sağlaması adına önemlidir. Bu tür sorumlulukları yerine getirmek kişiyi hutbeyi dinlemeye “hazır oluş” haline gelmesine yardımcı olur. Kişinin iletişime hazır olmadan, iletilen mesajları dinlemesi, idrak etmesi ve hissetmesi zordur. Birde iletişimin sağlıklı olması için iletişim ortamında ve iletişim esnasında yerine getirilmesi gereken sorumluluklar da vardır.

2.2.4.2.2. Hutbe Esnasındaki Sorumluluğu

Hutbenin sunulacağı ortamda yani camide kişinin hiç kimseye zarar vermeden ve rahatsız etmeden kendisine oturacak uygun bir yer bulması gerekir. Hz. Peygamberde bu konuda yan yana oturan iki kişinin arasının açılmaması (Buhari, 1981:Cuma, 6) ve üzerlerinden atlamak suretiyle insanlara zarar ve eza verilmemesi (Zebidi, 19???:3/25) gerektiğini belirtmektedir. Bu tür olumsuz davranışların kişilerin motivasyonlarını kaybetmelerine sebebiyet vereceği ve haliyle hutbenin ilgiyle dinlenmesine ve verilen mesajların etkili bir şekilde idrak edilmesine engel teşkil edeceği tabiidir.

İmam-Hatip hutbe okurken, cemaatin oturuşlarına yani dinleme pozisyonlarına dikkat etmeleri gerekir. Nitekim Peygamberimizin (sav) cuma günü imam hutbe irad ederken dizleri dikip oturmaktan nehyettiği, rivayet edilmektedir (Ebu Davud, 1981:Salat, 228; Tirmizi, 1981:Cuma, 370/514). Zira bu ve benzeri olumsuz oturuş veya duruş şekilleri kişinin uykusunu getirip hutbeyi dinlemeye engel olacağından dolayı hoş karşılanmamış, dinen mekruh sayılmıştır. Şu da bir gerçektir ki, minberde hutbe irad eden hatibin, karşısındaki cemaatin bu halini görünce olumsuz yönde etkilenmemesi elde değildir. İnsan, ciddiyetle kendini dinleyen bir kitleye hitap etmekten büyük haz duyar (Kandemir ve diğ., 1997:7/227-228). Hakikaten bu türlü haller, hem mesajı iletme durumundaki imam-hatip hem de mesajı alma konumundaki cemaat açısından bakıldığında iletişimin ve etkileşimin etkisini azaltıcı ve hatta tamamen yok edici özellikler taşır.

Cemaat yönünü imamdan başka bir tarafa döndürmemeli, yüzünü asmamalı, ilgisiz ve ciddiye almamalıdır (Cebeci, 2002:263). Peygamberimizin (sav) tavsiyesine (Zebidi, 1977:3/14) de muvafık olarak, hutbeyi rahatça dinleyebilmek için mümkünse cemaatin imam hatibin yakınına oturması iletişimin etkinliği açısından önemlidir.

Cemaat, imam-hatipten gözlerini ayırmayarak konuşulanları takip etmeli ve zihni gücünü toplayabilmelidir. Gözlerin başka tarafa bakması mesaj alma bağının kurulamadığına ve iletişimin etkisiz oluşuna işaret eder. Günümüzde cemaatin bunu ne kadar gerçekleştirdiği sorgulanmalıdır. Konuyla ilgili olarak Peygamberin (sav) ashabının tutumu “Hz. Peygamberin ashabı, O minbere çıkınca yüzlerini ona çevirirlerdi” (Tirmizi, 1981:Cuma, 366/509) şeklinde ifade edilmiştir. Bunu, iletişim teknikleri açısından değerlendirdiğimizde bize önemli ipuçları vermektedir. Öyle ki duyularımızla, iletişim kurduğumuz kişiye yönelmek, onun sesine kulak verip, kullandığı sembolleri jestleri, mimikleri ve diğer göstergeleri çözmeye çalışmak, ilgi ve dikkatin artmasına ve neticede iletilen mesajların kavranmasına yardımcı olacaktır (Cebeci; 2002:262).

Ayrıca İmam-Hatip hutbe irad ederken, cemaatin birbirleriyle konuşmaları ve fiili meşguliyet içerisinde bulunup, hutbeyi dinlememeleri dinen hoş karşılanmamıştır. Bu hususta Hz. Peygamber, “cuma günü imam hutbe yaparken sen (yanındaki) arkadaşına “sus (dinle) dersen, yine lağv etmiş olursun” (Buhari, 1981:Cuma, 57; Müslim, 1981:Cuma, 12) buyurmuşlardır. Lağvın sözlere ve fiillere şamil olduğu, cuma sevabını eksiltici ve giderici bir husus olduğu belirtilmektedir (Sofuoğlu, 1987:2/853). Mesaj iletiminin olduğu bir ortamda muhatapların kaynakla ilgilenmemeleri, üstelik kaynakla iletişime girmek isteyenlere, yersiz ve yakışsız bir takım davranışlar içerisinde olmaları, iletişimsizliğe veya iletişimin kurulamamasına sebebiyet verecektir. İletişimin meydana gelmesi için alıcının, bütün benliğiyle ve pür dikkat kaynağa yönelmesi gerekir. Etkili iletişim, aynı zamanda etkin dileme ve algılamayla husule gelir

Bunun için hem hutbe öncesinde ve de hutbenin sunumu esnasında alıcı tarafından bir takım ödevlere riayet edilmesinin, dini mesajların dinlenmesi, algılanması, içselleştirilmesi ve davranışlara dönüştürülmesine etkileri inkâr dilemez.

Hutbeyle gerçekleştirilen dini iletişim sürecinin etkin ve verimli olması, İmam-Hatibin olduğu kadar cemaatinde sorumluluklarını yerine getirmesine bağlıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanlar arasında bilgi, duygu, düşünce ve tutum gibi mesajların nakli iletişimle gerçekleştirilmektedir. İletişimde mesajlar bir kaynaktan, farklı kanallar yoluyla bir veya birden fazla kişiden oluşan hedefe iletilmektedir. Bütün bunların bir sürecide içeren iletişime dâhil edilmesi, iletişimin etkinliğini doğuracaktır.

İletişim sürecinin yaşandığı pek çok alan vardır. Bu alanların en önemlilerinden biri de hiç kuşkusuz dindir. Din konularında yaşanan iletişim ise din iletişim kavramı çerçevesinde değerlendirilir. Dini iletişim farklı ortamlarda çok değişik faaliyetlerle sürdürülmektedir. Dini mesajların kalabalık kitlelere iletilmesinde hutbe, en önemli dini iletişim faaliyeti olarak dikkati çekmektedir.

Hutbe, belli bir zaman ve mekân boyutlarında, kaynak kişi konumundaki İmam-Hatipler tarafından, dini bilgi, duygu ve düşüncelerin sözlü ve sözsüz kanallar vasıtasıyla cami cemaatinden oluşan hedef kitleye iletilmesidir.

Her hal ve hareket belli bir zaman ve mekân boyutlarında düşünülür, planlanır ve gerçekleştirilir. Dini iletişim faaliyeti olarak hutbe de bir zaman ve mekân ortamında vuku bulur.

Hutbenin muayyen bir gün ve onun belli saatinde icra edilmesi, Allah'ın ve Hz. Muhammed'in beyanlarıyla hususi bir özellik taşır. İletişimde iletişim sürecinin yaşandığı zamanın iletişim kurmaya uygun olması önemlidir. Hutbenin gerçekleştirildiği cuma günü dinen kutsal bir zaman dilimidir ve insanlar nazarında ayrı bir öneme sahiptir. Bu durum hutbede verilecek mesajın etkili bir biçimde sunulması ve algılanması açısından önemli bir husustur. Dolayısıyla hutbenin verildiği bu zamanın iyi değerlendirilmesi gerekir.

Geçmişten günümüze Müslüman toplumların din hizmetlerini ve iletişim faaliyetlerini icra ettikleri camiler, kutsal mekânlardır. Dolayısıyla buralarda kurulan iletişimin mahiyeti ve algılanması da farklı olacaktır. Bu husus, hutbeyle iletilen dini mesajların verimli ve başarılı bir şekilde dinlenmesi ve algılanmasına kendiliğinden bir katkı sağlayacaktır.

Dini iletişim vasıtası olan hutbenin cemaate sunulmasında, kaynak konumunda olan imam-hatiplerin, muhatapların dikkatini çekebilmesi, onlar tarafından dinlenebilmesi, anlaşılabilmesi ve onlar üzerinde etkili olmak suretiyle iletmek istedikleri mesajların etkin bir şekilde algılanıp, istenilen iknanın ve davranış değişikliğinin ve pekişmesinin gerçekleşebilmesi için bazı hususiyetlere sahip olmaları gerekir.

Bu bağlamda birer din iletişimcileri olarak İmam-Hatiplerin genel olarak güvenilirliğe, inanılabilirliğe, saygınlığa, uzmanlık/meslek bilgisine, eğitim formasyonuna, iletişim becerilerine ve genel kültür bilgilerine sahip olmaları, etkili iletişim kurulabilmesi ve muhataplarının üzerinde olumlu tesirlerin bırakılması bakımından önemli hususlardır. Bunun için İmam-Hatiplerin kendilerini yetiştirmeleri ve geliştirmeleri için eğitici kursların ve seminer programlarının hazırlanması faydalı olacaktır.

Hutbede amaç, Müslüman cemaate dini ve ahlaki öğütler vermektedir. Dolayısıyla hutbede seçilecek konu, dini içerikli olmalı veya dini hakikatlerle ilişkilendirilmelidir.

Hz. Muhammed (sav) hutbelerinde iman, amel ve ahlaki konular başta olmak üzere, yerine göre eğitim ve iktisadi, zaman ve zeminin özelliğini dikkate alarak idari, siyasi, içtimai, askeri, adli veya hukuki konulara da değinmiştir. Kısacası hayatın her alanındaki konuları hutbelerinde işlemiştir.

Abbasilerden itibaren hutbe, sanatkârane bir şekilde oluşturulan tekerleme tarzındaki ibarelerin söylendiği konuşma biçimine dönüşmüş, Osmanlı'larda Abbasilerden farklı olarak, formüle hale getirilmiş hutbelerin sadece ortada okunan hadisleri haftadan haftaya değiştirilmiştir. Hutbelerde Hz. Peygamber dönemindeki gibi dünyevi, ahlaki, içtimai ve siyasi meselelerin çözümüne yönelik konuların işlenmediği ve daha önceden belirlenmiş hutbelerin okunması cihetine gidildiği, güncel meselelere ve hutbe okunan yerin ihtiyaçları ve zamanın icaplarına göre hutbelerin işlenmediği görülmektedir. Dolayısıyla dini iletişim faaliyeti olarak hutbenin dini bir yaklaşımla yeter derecede farklı konularda cemaati aydınlatmak, bilgilendirmek veya ikna etmek üzere etkin bir dini iletişim vasıtası olarak kullanılmadığını söyleyebiliriz.

Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte, itikadi, ibadet ve ahlak konularında Müslüman halkı aydınlatmak üzere Diyanet İşleri Başkanlığı kurulmuştur. Başkanlık imam-

hatiplere yol gösterici olmak üzere hutbe kitapları, mecmuaları ve çıkardığı gazete ve dergilerin içersinde ve eklerinde hutbeler yayınlamıştır.

1927 yılında hazırlanan hutbe devletin ihtiyaç duyduğu her alanda kalkınmanın gereği olarak sosyal ve ahlaki konulara ağırlık verilmiş, bu bağlamda çok çalışıp ve çok kazanarak, bîrsel ve toplumsal kalkınmaya yönelik söylemlerin yoğunluk kazandığı görülmektedir. Ahlaki ve sosyal konulara dair hutbelerin sayısı otuz yedidir.

İtikati konulara dair olan hutbeler beş adet olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte meleklerle, kitaplara ve ahirete, kaza ve kadere imanla ilgili olan hutbe konularına Türkçe Hutbe kitabında yer verilmemiştir. Kıyamet ahvali, kıyamet alametleri, kabir ve mahşer gibi konular işlenmediğini, özellikle de “cehennem” kelimesinin hiçbir hutbede yer almadığını görüyoruz. Bunda Osmanlının son dönemlerinde hutbeler hakkında yapılan eleştirilerin payı olsa gerektir.

İbadet alanında, dört adet hutbeyle namaz ve oruç konuları işlenirken; zekat ve hacla ilgili konular hutbelerde hiç yer almamıştır.

Önemli gün ve gecelerle altı hutbe bulunmaktadır.

Diyanetin misyonu gereği hutbe konularında siyasi ve muamelatla ilgili konular işlenmemiştir.

Diyanet İşleri Başkanlığının 2005 yılında hazırladığı hutbelerin İmam-Hatipler tarafından okunması zorunludur.

Bu yıla ait itikatla ilgili altı hutbe mevcuttur. İman, İslam, Kur'an, Kıyamet, Cennetle ilgili konular işlenirken, kaza ve kadere, meleklerle ve Peygamberlere imanla ilgili konulara yer verilmemiştir.

İbadetle ilgili olarak altı adet hutbe vardır. Bunlar hac, zekât, tevbe, dua, zikir ve şükür konularına aittir. Namazla ilgili herhangi bir hutbenin olmaması dikkati çekmektedir.

Genel anlamda 2005 yılında hazırlanan hutbelerde de itikat ve ibadet konularına az yer verildiğini söyleyebiliriz.

Muhtelif sosyal ve ahlaki konulara ağırlık verilen hutbelerin sayısının kırk civarında olduğunu söylenebilir.

Hutbelerin büyük kısmının yılın önemli gün, gece, hafta ve aylara göre hazırlanmış olduğu dikkati çekmektedir. Bu bakımdan hutbelerin güncel konulara göre de şekillendiği söylenebilir.

Başlangıçta başkanlık örneklik teşkil edecek hutbeler hazırlarken, son yıllarda Din İşleri Yüksek Kurulunca tertiplenen ve İmamlarca okunması zorunlu olan hutbeler hazırlamaya başlamıştır. Bu durumun ülke çapında dini konuların izahında ve dini alanda birliği sağlamak adına olumlu düşünülse de, ülkenin her yerindeki insanların eğitim seviyelerinin, kültürel ve sosyal özelliklerinin ve problemlerinin (ihtiyaçlarının) aynı olmadığı gerçeğinden hareketle, iletişimin etkinliği açısından pek de olumlu olduğu söylenemez. Ayrıca modern dünyada bütün iletişimler hedefe göre şekillendirilmekte ve hizmetler alıcı odaklı sürdürülmektedir. Bunun yerine din görevlilerine cemaatlerinin ihtiyaçlarına göre hutbe hazırlama ve sunma imkanı verilmez.

Hutbenin sözel dilinin, cemaati bilgilendirmeye yönelik olarak açık, sade ve anlaşılır kelime ve kavramların kullanıldığı, hedef kitlenin bütünü tarafından anlaşılması mümkün olan ifadelerden oluşması gerekir. Hutbeyle cemaat bilgilenebilir, davranışlarına yön verecek bilgileri ikna olmuş vaziyette benimsemeli ve bu bilgilerin muhtemel sonuçlarına göre motive olmalıdır. Kısaca hutbelerde akıl, bilgi ve duygu bütünlüğünün sağlanması gerekir.

Hutbelerin sunumunda sesin ve beden dilinin kullanımına ağırlık verilmesi iletişimin etkinliği açısından faydalı olacaktır. Kelimelerin kifayetsiz kaldığı yerlerde duyguların ifadesinde beden dilinin etkin olduğu unutulmamalıdır. Günümüzde hutbelerin sunumunda bu tür iletişim kanallarının kullanıma fazla yer verilmediği görülmektedir. Bu durum ise hutbeyi monoton bir hava büründürmektedir. Ses ve beden dilinin etkin kullanımına yönelik gerekli eğitimin imam-hatiplere verilmesi için ilgili kurumun etkin çalışmalar yapması, gelişen ve değişen dünya koşullarında bir lüks değil, artık bir zorunluluk halini almıştır.

Hutbede eğitim yöntemlerinden takririn (anlatımın) kullanıldığı bir gerçektir. Bu yöntemin avantajları olduğu gibi dezavantajları da vardır. Günümüzde anlatım metodu hutbe açısından, hiç tavsiye edilmeyen bir yöntem olmasına rağmen, hutbe kâğıttan okuma şeklinde icra edilmektedir. Hutbenin kâğıttan okunması ise konuşmacı ile

dinleyici arasında gerçekleştirilmek istenen iletişimi zayıflatıcı, hatta iletişime etkinlik kazandıracak unsurları engeller mahiyettedir.

İmam-Hatibin yazılı hutbe kâğıdıyla meşguliyetini azaltacak, beden dilini etkin bir şekilde kullanıma imkân verecek ve cemaatle daha fazla “diyaloga” girme fırsatı verecek “taslaktan/kılavuzlu konuşma” yöntemine başvurulması isabetli olacaktır.

Hutbenin suresinin, muhatapların durumu, çevre şartları ve verilmek istenen mesajın konusuna ve mahiyetine göre belirlenmesi gerektiğini söyleyebiliriz. Hutbe ne dinleyenlerin bir şey anlayamayacağı kısıklıkta, nede onları bıktıracak uzunlukta olmalıdır. Hem eğitim öğretim yöntemleri ve iletişim teknikleri hem de resmi kurallar çerçevesinde ele aldığımızda hutbe süresinin çok iyi belirlenmesi ve değerlendirilmesi gerekir. Bu bağlamda iletilen mesajların kalıcılığın sağlanması bakımından on beş dakikalık bir sürenin uygun olduğu söylenebilir.

Hutbenin hedef kitlesi, akıl baliğ olan bütün Müslüman bireyler için yerine getirilmesi zorunlu olan Cuma namazının bir parçası olması hasebiyle ilk ergenlik, ergenlik, yetişkinlik ve yaşlılık dönemlerine mensup bireylerden oluşmaktadır. Her dönemdeki bireylerinin kendilerine özgü fiziksel, psikolojik ve sosyal özellikleri mevcuttur. Dolayısıyla bu durum hutbede mesajların seçilmesi ve işleniş zorlaştırıcı bir durum arz etmektedir. Bu bakımdan bütün cemaatin ilgisini çekecek konu seçimi yapılmasının yanında, daha önemlisi konu içerisinde verilecek mesajların genel olarak herkesle veya her dönem insan grubuyla ilişkilendirilmesi gerekir.

Hutbeyi oluşturan cemaatin bireysel ve sosyal özelliklerinin ve ihtiyaçlarının, bölgeden bölgeye, şehirden şehre, kasabadan kasabaya, köyden köye ve mahalleden mahalleye, kişiden kişiye ve hatta zamandan zamana değişiklik gösterdiği hakikati göz ardı edilmemelidir. Bu hususların, hutbe konusunun, muhtevasının ve sunum tarzının şekillenmesinde belirleyici olması gerekir.

Hutbe vasıtasıyla dini mesaj iletiminin etkin ve sağlıklı olabilmesi için imam-hatibin sorumlulukları olduğu gibi cemaatinde bir takım mesuliyetleri vardır. Bir mesajın doğru algılanıp değerlendirilmesinde iletenin olduğu kadar alıcının da etkisi söz konusudur. Her şeyden önce dinleyicinin, iyi bir dinleyici olması gerekir.

Bu bakımdan kaynak/imam-hatip tarafından başlatılan iletişimin muhatabı olan cemaatinde de iletişimin etkinlik kazanması bakımından yerine getirmesi gereken bir takım sorumlulukları vardır. Bunlar ise cemaatin, hutbede iletilen mesajları rahatça dinleyebilmeleri ve algılayabilmeleri için psikolojik olarak hazır hale gelmesine yardımcı olacak hutbe öncesinde gerekli temizliğin ve vücut bakımının yapılması gibi bir takım ön hazırlıkları; hutbe esnasında da hutbeyi dikkatlice dinlemeye engel teşkil eden bir takım sözlü ve fiili davranışlardan uzak durulmasını kapsar.

Camiye gelmeden veya hutbeyi dinlemeden önce kişinin hazırlıklarını yada sorumluluklarını yerine getirmesi, hutbeyle gerçekleştirilecek dini iletişimin nezih bir ortamda olması ve dinlemenin ve algılamamanın arzu edilen ölçüde olmasına katkı sağlaması adına önemlidir. Bu tür sorumlulukları yerine getirmek, kişinin hutbeyi dinlemeye “hazır oluş” haline gelmesine yardımcı olur. Kişinin, iletişime hazır olmadan, iletilen mesajları dinlemesi, idrak etmesi ve hissetmesi zordur.

Hutbeyle dini mesaj iletiminin gerçekleştiği cami ortamında, muhatapların yani cemaatin kaynak/imam-hatiple ilgilenmemeleri, üstelik iletişime girmek isteyenleri rahatsız edecek yersiz ve yakışsız bir takım davranışlar içerisinde olmaları, iletişimsizliğe veya iletişimin kurulamamasına sebebiyet verecektir. İletişimin meydana gelmesi için alıcının, bütün benliğiyle ve pür dikkat kaynağa yönelmesi gerekir. Zira etkili iletişim, aynı zamanda etkin dileme ve algılamayla husule gelir

İmam-hatibin hutbeyi konu ve muhtevasıyla, hazırlama ve sunmadaki başarısı ile cemaatin sorumluluklarını yerine getirme hususundaki hassasiyetinin birleşmesiyle etkin ve verimli bir iletişim gerçekleşmiş olacaktır.

KAYNAKÇA

- ACLUNİ, İsmail bin Muhammed el-Acluni (2001), *Keşfü'l-hafa*, Daru'l-kutubu'l-ilmîye, Cilt 1, Beyrut.
- AÇIKÖZ, H. Mustafa (2005), *Etkili İletişim*, Elis Yayınları, Ankara.
- (2004), *İletişim Felsefesine Giriş*, 2. bs., Birey Yayıncılık, İstanbul.
- AĞCA, Hüseyin (2001), *Sözlü ve Yazılı Anlatımda Türkçe'nin Kullanımı*, AKMB Yayınları, Ankara.
- AKTAŞ, Şerif ve Osman GÜNDÜZ, *Yazılı ve Sözlü Anlatım*, 5. bs., Akçağ Yayınları, Ankara.
- AKTAY, Yasin (2000), "Cumhuriyet Döneminde Din Politikaları ve Din İstismarı", *İslamiyat*, c. 3, Sayı 3, Temmuz- Eylül, s. 37-49.
- ARMANER, Neda (1962), *Hitabet ve Dini İrşat Üzerine*, DİB Yayınları, Ankara.
- ATEŞ, İbrahim (1991), "Vakfiyelere Göre: Din Görevlilerinde Aranan Özellikler ve Sağlanan Ekonomik İmkânlar", *Diyanet Dergisi*, c.27, sy.4, Ankara.
- ATEŞ, Süleyman (19??), *Kur'an-ı Kerim ve Yüce Meali*, Yeni Ufuklar Neşriyat, İstanbul.
- AYDIN, Mehmet S. (1995), "Günümüzde İrşad Hizmetinde Görülen Bazı Yanlışlıklar" *I.Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleri (1-5 Kasım 1993)*, c.1, DİB Yayınları, Ankara.
- BAKTIR, Mustafa (1998), "Hutbe" *DİA*, c.18, TDV Yayınları, İstanbul.
- BALTACI, Cahit (1985), "İslam Medeniyetinde Cami" *MÜİF Dergisi*, sy.3, İstanbul.
- BALTAŞ, Zuhâl ve Acar BALTAŞ (2004), *Bedenin Dili*, 35.Basım, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- BAYMUR, Feriha (1994), *Genel Psikoloji*, 13.bs., İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- BAYRAKTAR, M. Faruk (1997), *Türkiye'de Vaizlik*, İFAV Yayınları, İstanbul.

- BEYDİLLİ, Kemal (2001), *Osmanlı Döneminde İmamlar ve Bir İmanın Günlüğü*, Tarih ve Tabiat Vakfı Yayınları, İstanbul.
- (2000), “İmam”, *DİA*, c. 22, TDV Yayınları, İstanbul.
- BİLGİN, Beyza ve Mualla Selçuk (1999), *Din Öğretimi Özel Öğretim Yöntemleri*, 4.Baskı, Gün Yayıncılık, Ankara.
- BİLGİN, Beyza (1998.), *Eğitim Bilimi ve Din Eğitimi*, Gün Yayıncılık, Ankara.
- BOLELİ, Nusreddin (2001), *Belagat Beyan, Me’ani, Bedi İlimleri Arap Edebiyatı*, 3.bas., İFAV Yayınları, İstanbul.
- BUHARİ, Ebu Abdillâh Muhammed bin İsmail (1981), *Sahihu’l-Buhari*, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- BUYRUKÇU, Ramazan (1995), *Din Görevlisinin Mesleğini Temsil Gücü*, TDV Yayınları, Ankara.
- CANAN, İbrahim (1995), “Vaizliğin Dünü-Bugünü Yarını” *I. Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleri (1-5 Kasım 1993)*, DİB Yayınları, Ankara.
- CARNEGİE, Dale (1993), *Söz Söylemek ve İş Başarmak Sanatı*, 11.Baskı, Çev., Ömer Rıza Doğrul, KITSAN, İstanbul.
- CEBECİ, Suat (1996), *Din Eğitimi Bilimi ve Türkiye’de Din Eğitimi*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- (2002), *Öğrenme ve Öğretme Süreçlerinde Dini İletişim*, İz Yayıncılık, İstanbul.
- CEZERİ, Abdurrahman el-Cezeri (?), *el-Mezahibü’l-erba’a*, c. 1, 2. bs., Mektebrtu’t-Ticariyyeti’l-Kubra, Kahire.
- COVEY, Stephen (1997), *Etkili İnsanların Yedi Alışkanlığı*, çev., Gönül Suveren-Osman Deniztekin, 4. Baskı, Varlık Yayınları, İstanbul.
- CÜCELOĞLU, Doğan (2000), *İnsan ve Davranışı*, 10. bs., Remzi Kitabevi, İstanbul.
- (2004), *Yeniden İnsan İnsana*, 32. bs., Remzi Kitabevi, İstanbul.

- ÇAKAN, İ.Lütfi (1992), *Hakkı Tavsiye Metot ve Vasıtaları*, Büşra Yayınları, İstanbul.
- (2003), *Dini Hitabet*, 3.Baskı, İFAV Yayınları, İstanbul.
- ÇEKİN, Abdülkadir (2005), *Din Görevlisinden Beklentiler ve Din Görevlilerinin Mesleki Yeterlilikleri (Elazığ – Erzurum – Malatya –Urfa Örneği)*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇELİKKAYA, Hasan (1993), “Cami Eğitimi” *Diyanet İlmî Dergi*, DİB. Yay., c. 29, sy. 2, s.59-60.
- ÇETİN, Abdurrahman (1998), *Hitabet ve İrşad- Güzel Konuşma ve İnsanları Etkileme Yolları*, Aksa Yayınları, Bursa.
- DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI (1973), *Hutbeler*, DİB Yayınları, Ankara.
- DİB APK DAİRE BAŞKANLIĞI (2002), *2001 Yılı İstatistikleri Broşürü*, Ankara.
- DİB APK DAİRE BAŞKANLIĞI (1989), 1989 Mevzuatı 74 nolu Genelge, Ankara.
- DİB APK DAİRESİ BAŞKANLIĞI (1995), DİB Genelgesi 1995/1, DİB, Ankara.
- DİB APK DAİRESİ BAŞKANLIĞI (2002), DİB Genelgesi 2002, DİB, Ankara.
- DİB (2005), <http://www.diyanet.gov.tr/turkish/hutbe/2005.htm>
- DİYANET İŞLERİ REİSLİĞİ (1927), *Türkçe Hutbe*, Diyanet İşleri Neşriyatı, İstanbul.
- DOĞAN, Recai (1998), “Cumhuriyet Öncesi Dönemde Yaygın Din Eğitimi Açısından Hutbeler”, *Dini Araştırmalar*, c. 1, sy. 2, Eylül- Aralık, s. 5-51.
- DÖKMEN, Üstün (2002), *İletişim Çatışmaları ve Empati*, 18.bs., Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- EBU DAVUD, Süleyman bin Eş’as es-Sicistani (1981), *Sünen-i Ebi Davud*, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- ELMALI, Hüseyin (1998), “Hitabet”, *DİA*, TDV. Yayınları, İstanbul.

- FAZLURRAHMAN (1993), *İslam*, çev., Mehmet Aydın, Mehmet Dağ, 3.Baskı, Selçuk Yayınları, İstanbul.
- GÖRGÜLÜ, Hasan Ali (1996), “Hazreti Peygamber’in Hutbede İzlediği Metod ve Günümüz Hutbe Uygulamaları”, *Süleyman Demirel Ün. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı 3, s. 171-235.
- GÜLEN, M. Fethullah (1998), *İrşad Ekseni*, Feza Gazetecilik A.Ş., İstanbul.
- GÜNER, Osman (2002), “Sünnetin ve Sosyal Psikolojinin Verileri Işığında İslami İletişimde Metodik Esaslar” *Diyanet İlmi Dergi*, Cilt 38, sy. 4, Ankara.
- GÜRZAP, Can (2001), *Konuşan İnsan*, 3. bs, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- HAMİDULLAH, Muhammed (1992), *İslam Müesseselerine Giriş*, çev., İhsan Süreyya Sırma, 4. Baskı, Beyan Yayınları, İstanbul.
- HOFFER, Eric (1995), *Kesin İnançlılar*, çev., Erkal Günür, 6. Baskı, İm Yayın Tasarım, İstanbul.
- İBN HİŞAM (1992), *es-Siratü'n-nebeviyye*, Daru'l- Fikr, Beyrut.
- İBNİ KAYYİM, el-Cevziyye (1995) , *Zadı'l-mead*, 28. Baskı, Muesseretu'r-Risale, Cilt 1, Beyrut.
- İBNU MANZUR (19??), *Lisnu'l Arap*, Bulak, c.10.
- JASCHKE, Gotthard (1972), *Yeni Türkiye'de İslamlık*, çev., Hayrullah Örs, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- KADI BEYDAVİ (2003), *Tefsir-u Beydavi*, Cilt 2, Daru'l- Kutubi'l- İlmiye, Beyrut.
- KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem (1999), *Yeni İnsan ve İnsanlar*, 10. Baskı, Evrim, İstanbul.
- KANDEMİR, Y., İ.L. Çakan, R. Küçük (1997), *Riyazü's Salihin Peygamberimizden Hayat Ölçüleri Terceme ve Şerh*, Cilt 1-8, Erkam Yayınları, İstanbul.
- KARA, İsmail (1994), *İslamcıların Siyasi Görüşleri*, İz Yayıncılık, İstanbul.
- KARA, İsmail (2000), “Din ile Devlet Arasına Sıkışmış Bir Kurum: Diyanet İşleri Başkanlığı”, *M. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı 18, s. 29-55.

- KARAMAN, Hayrettin (1993), “Cuma”, *DİA*, Cilt 8, TDV Yayınları, İstanbul.
- KAYAALP, İsa (2004), *Dinde İletişim Dili*, Nesil Yayınları, İstanbul.
- KAYA, Kamil (1998), *Sosyolojik Açıdan Türkiye’de Din- Devlet İlişkileri ve Diyanet İşleri Başkanlığı*, İstanbul.
- KAYA, Mahmut (1998), “Hitabet”, *DİA*, Cilt 18, TDV Yayınları, İstanbul.
- KAYA, Mevlüt (1998), *Din Eğitiminde İletişim ve Dini Tutum*, Etüt Yayınları, Samsun.
- KAYADİBİ, Fahri (2000), *Yaygın Din Eğitiminde Cami ve Görevlileri*, DİB Yayınları, Ankara.
- KAYMAKCAN, Recep (2005), “Yaygın Din Eğitiminde Yöntem”, *İslami İlimlerde Metodoloji / Usul Meselesi - I*, Ensar Neşriyat, İstanbul, s.51-72.
- KAZANCI, Ahmet (1995); Lütfi, *Peygamber Efendimizin Hitabeti*, 4. Baskı, Marifet Yayınları, İstanbul.
- KOMİSYON (2001), *Din Görevlisi El Kitabı*, 3. Baskı, DİB Yayınları, Ankara.
- KÖYLÜ, Mustafa (2000), *Yetişkin Din Eğitiminin Teorik Temelleri*, Etüt Yayınları, Samsun.
- (2003), *Psiko-Sosyal Açıdan Dini İletişim*, Ankara Okulu Yayınları, Ankara.
- KRECH, David ve R. S. Crutchfield (1980), *Sosyal Psikoloji*, 3. Baskı, çev., Erol Güngör, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- KÜÇÜKAŞI, Mustafa Sabri (2000), “İmam”, *DİA*, Cilt 22, TDV Yayınları, İstanbul.
- LEWİS, Bernard (2000), *Modern Türkiye’nin Doğuşu*, 8. Baskı, TTK Basımevi, Ankara.
- MEHMED ZİHNİ EFENDİ (1322), *Nimet-i İslam*, Cilt 1, İstanbul.
- MİRAS, Kamil (19??), *Sahih-i Buhari Muhtasarı Tecridi Sarih Tercemesi ve Şerhi*, Cilt 3, Ankara.

- MUSLİM, Ebu'l-Huseyin Müslim bin Haccac el-Kuşeyr (1981), *Sahihu Müslim*, Çağrı Yay., İstanbul.
- MUSTAFA, İbrahim ve diğerleri (1989), *El-Mu'cemu'l Vasit*, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- MUTÇALI, Serdar (1985), *Dağarcık Arapça Türkçe Sözlük*, Dağarcık Yayınları, İstanbul.
- MÜALLİMOĞLU, Nejat (1994), *Bütün Yönleri ile Hitabet*, 4. Baskı, Avcıol Matbası, İstanbul.
- NESAİ, Ebu Abdirrahman Ahmed bin Şuayb (1981), *Sünen-i Nesei*, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- NESEFİ (2000), *Tefsiru'n- Nesefi Medariku't- Tenzil ve Hakaiku't-Te'vil*, Dar el-Marefah, Beyrut.
- NEVEVİ, Ebu Zekeriya Yahya Muhyiddin (1972), *Şerhu sahih-i Müslim*, Cilt 6, 2. Baskı, Daru'l-Fikr, Beyrut.
- (1997), *Riyazü's Salihin Peygamberimizden Hayat Ölçüleri*, c. 1-8, Ter. ve Şerh, Y. Kandemir, İ.L. Çakan, R. Küçük), Erkam Yayınları, İstanbul.
- NURSACAN, Necmettin (1995), "İrşad Görevinde Aranacak Nitelikler" *I. Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleri (1-5 Kasım 1993)*, C.1, DİB Yayınları, Ankara.
- OKAY, Ayla ve Aydemir Okay (2005), *Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları*, 2. Baskı, Der Yayınları, İstanbul.
- ÖCAL, Mustafa (1991), *Din Öğretimi ve Öğretiminde Metotlar*, 2. Baskı, TDV Yayınları, Ankara.
- (2002), "Nasıl Din Eğitimcileri Yetiştirmeliyiz?", *Avrupa Birliğine Giriş Surecinde Türkiye'de Din Eğitimi ve Sorunları Sempozyumu*, Değişim Yayınları, Adapazarı.
- ÖNKAL, Ahmet ve Nebi Bozkurt (1993), "Cami", *DİA*, c. 7, TDV Yayınları, İstanbul.
- ÖNKAL, Ahmet (1995), "İrşad Vasıtası Olarak Hutbe", *I. Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleri (1-5 Kasım 1993)*, c. I, DİB Yayınları, Ankara.

- (1998), *Rasulullahın İslam'a Davet Metodu*, 13. bs., Esra Yayınları, İstanbul.
- ÖZBEK, Abdullah (1994), *Bir Eğitimci Olarak Hz. Muhammed*, Esra Yayınları, Konya.
- ÖZMEN, Remzi (2001), *Din İşleri ve İlgili Mevzuat*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- ÖZYAZICI, Alparslan (2001), *Alkollü İçkiler, Sigarı ve Diğerleri*, 3.Baskı, DİB Yayınları, Ankara.
- (2005), "Türkiye'de Alkollü İçki İmalatı ve Neticeleri", *Diyanet Aylık Dergi*, Sayı 175, Temmuz, s. 40-43.
- PEDERSEN, Johs (1997), "Hatip", *M.E. B. İslam Ansiklopedisi*, c. 5/1, Eskişehir.
- İSFAHANİ, Ragıb (2001), el- Müfredat fi garibi'l-Kur'an, 3. bs., Dar'ul-Ma'rife, Beyrut.
- SAKA, Şevki (1991), *Kur'an-ı Kerimin Davet Metodu*, 2. bs., Seha Neşriyat, İstanbul.
- SANANİ, Muhammed bin İsmail el-Emiri'l-Yemeni (2004), *Süblü's-Selam Şerhu Buluğul-Meram*, Daru'l-Kutubu'l-İlmiye, Beyrut.
- SELÇUK, Mualla (2002a), "Din Hizmetlerinde Halkla İlişkiler Açısından İletişim", Editör: TOSUN C., *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla İlişkiler*, AÜÖF Yayınları, Eskişehir, s. 109-127.
- (2002b), "Din Hizmetlerinde Halkla İlişkilerin Vasıtaları 1 "Vaaz"", Editör: TOSUN C., *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla İlişkiler*, AÜÖF Yayınları, Eskişehir, s. 191-203.
- (2002c), "Öğretim İlke ve Yöntemleri Işığında Vaaza Hazırlık", Editör: TOSUN C., *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla ilişkiler*, AÜÖF Yayınları, Eskişehir, s. 203-214.
- (2002d), "Din Hizmetlerinde Halkla İlişkilerin Vasıtaları 2 "Hutbe", Editör:TOSUN C., *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla İlişkiler*, AÜÖF Yayınları, Eskişehir, s 229-247.
- SEZEN, Yümni (2000), *İslamın Sosyolojik Yorumu*, Birleşik Yayıncılık, İstanbul.

- SOFUOĞLU, Mehmet (1987), *Sahihi Buhari ve Tercemesi*, c. 2, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- ŞAHİN, Mustafa (2004), “Din, Dil ve Üslup”, *İslamiyat/Kitabiyat Bülten*, Sayı 13, Ekim- Aralık, s. 19-21.
- ŞENBAY, Nüzhet (2005), *Söz ve Diksiyon Sanatı*, 21. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- ŞENER, Mehmet (1993), “Cami”, *DİA*, c. 7, TDV Yayınları, İstanbul.
- ŞİRİN, Ahmet (2003), “Kişiler Arası İletişim Becerileri”, İnceleme ve Redaksiyon Kurulu: AYHAN H., MEHMEDOĞLU Y., BİLGİN AYDIN H., *Evin Okula Yakınlaşması ve Değişen Anne-Baba Rollerini (İkinci Kitap, Eğitim ve İletişim)*, Milli Eğitim Basımevi, Ankara.
- TAPLAMACIOĞLU, Mehmet (1963), *Din Sosyolojisi*, A.Ü. İlahiyat Fak. Yayınları, Ankara.
- TAVUKÇUOĞLU, Mustafa (1997), “Cuma Hutbeleri İle İlgili Bir Araştırma Üzerine İncelemeler”, *Türkiye Günlüğü*, Sayı 48, Kasım-Aralık, s.97-107.
- TİRMİZİ, Ebu İsa Muhammed bin İsa (1981), *Sünenü't-Tirmizi*, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- ULUDAĞ, Süleyman (1998), *İslam'da İrşad*, 7. bs., Marifet Yayınları, İstanbul.
- ULUSER İNAN, Nilgün (2003), “Genel Sunum Becerileri”, İnceleme ve Redaksiyon Kurulu: AYHAN H., MEHMEDOĞLU Y., BİLGİN AYDIN H., *Evin Okula Yakınlaşması ve Değişen Anne-Baba Rollerini (İkinci Kitap, Eğitim ve İletişim)*, Milli Eğitim Basımevi, Ankara.
- UZUNPOSTALCI, Mustafa (1993), “Cemaat”, *DİA*, c. 7, TDV Yayınları, İstanbul.
- YALTKAYA, M. Şerafettin (1946), *Hatiplik ve Hutbeler*, Maarif Kitaphanesi ve Matbaası, İstanbul.
- YILDIRIM, Celal (1995), “İrşad ve İrşadta Metod”, *I.Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleri (1-5 Kasım 1993)*, DİB Yayınları, Ankara.

- YILMAZ, Hasan (2005), *Türkiye’de Din Adamlarının Yeterliliği ve Vatandaşın Din Adamlarından Beklentileri (Antalya, Balıkesir, Denizli ve İzmir Örneği)*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- YÜCEL, İrfan (2000), “İmam”, *DİA*, Cilt 22, TDV Yayınları, İstanbul.
- YÜKSEL, A. Haluk (2003), “İletişim Kavramı”, Editor: TOSUN C., *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla İlişkiler*, AÜAF, Eskişehir.
- YÜZENDAĞ, Ahmet (1964), *Hitabet Dersleri*, DİB Yayınları, Ankara.
- ZAMAN GAZETESİ (2005), *İstanbul müftüsü: Ezanı kötü okuyan müezzini bize şikâyet edin*, 26 Mart, s.19
- ZAMAN GAZETESİ (2005), “*Hutbelerimize Avrupa Birliği karışamaz*”, 26 Mart. s.7.
- ZEBİDİ, Abdî’l-Latif (19??), *Sahih-i Buhari Muhtasarı Tecrid-i Sarih Tercemesi*, c. 3, ter., Ahmed Naim, 4. Baskı, Ankara.

ÖZGEÇMİŞ

1974 yılında Kocaeli/Kandıra'da doğdu. 1994'te Adapazarı İmam-Hatip Lisesi'nden, 1999'da Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesinden mezun oldu. 2001 yılında vaiz olarak Diyanet İşleri Başkanlığı'nda göreve başladı. İzmit ve Sakarya/Söğütlüde bir müddet görev yaptıktan sonra, 2003 yılında DİB Pendik Haseki Eğitim Merkezi'nde uzun süreli hizmet içi ihtisas kursuna katıldı. Kurs bitiminde İzmit'e vaiz olarak atandı. Halen İzmit'te vaiz olarak görev yapmaktadır. Evli ve bir çocuk babasıdır.