



e-ISSN: 2148-4899

Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi
Pamukkale University Journal of Divinity Faculty

7 (1) Bahar / 2020: 286-301

DİNİ İLETİŞİMİ OLUMSUZ YÖNDE ETKİLEYEN
UNSURLARDAN BİRİ: HATİBİN GÜVENİLİR OLMAMASI

One Of The Factors Affecting Religious Communication
In The Negative Direction: The Subject
Of The Orator's Reliability

Coşkun BABA

Dr. Öğr. Üyesi, Bartın Üniversite, İslami İlimler Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü,
Mantık Anabilim Dalı, cbaba@bartin.edu.tr, Orcid no: 0000-0002-4056-085X.

Hakemler / Referees:

Doç. Dr. Zübeyir BULUT / Bolu AİBÜ, İlahiyat Fakültesi
Dr. Öğrt. Üyesi Turgut AKYÜZ / Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İlahiyat Fakültesi

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Types: Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received: 27 Nisan / April 2020
Kabul Tarihi / Accepted: 27 Mayıs / May 2020
Yayın Tarihi / Published: 30 Haziran / July 2020
Cilt / Volume: 7
Sayı / Issue: 1
Sayfa / Pages: 286-301

Atıf / Cite as: Baba, Coşkun. "Dini İletişimi Olumsuz Yönde Etkileyen Unsurlardan Biri: Hatibin Güvenilir Olmaması"[One Of The Factors Affecting Religious Communication In The Negative Direction: The Subject Of The Orator's Reliability]. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi-Pamukkale University Journal of Divinity Faculty* 7/1, (2020): 286-301.

Doi: <https://doi.org/10.17859/pauifd.725787>

İntihal / Plagiarism: Bu makale, İthenticate intihal tarama programı ile taranmıştır. Ayrıca iki hakem tarafından da incelenmiştir. / This article has been scanned with İthenticate plagiarism screening program. Also this article has been reviewed by two referees.

www.dergipark.gov.tr/pauifd



Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (PAUİFD), 7 (1) 2020: 286-301

DİNİ İLETİŞİMİ OLUMSUZ YÖNDE ETKİLEYEN UNSURLARDAN BİRİ: HATİBİN GÜVENİLİR OLMAMASI

Coşkun BABA*

Öz

Kaynak, mesaj, kanal ve alıcı, iletişim sürecinin temel öğeleri olarak görülmektedir. Dini iletişim de bu öğeler vasıtasıyla gerçekleşmektedir. İletişimi, mesaj alışverişi olarak görebiliriz. Bu alışverişi olumsuz yönde etkileyen bazı unsurlar vardır. Bu unsurlardan bir kısmı hatibe aittir. Mesajları veren hatibin bazı özelliklerinden dolayı ortaya çıkan olumsuz durumlar görülmektedir. Bu durumlardan biri, hatibin güvenilir olmayışıdır. Hatibin güvenilirliği konusu, dini iletişimde büyük bir öneme sahiptir. Hatibin güvenilir olmaması yani hatibin ethosunun düşük olmasından dolayı (dini) iletişim, olumsuz yönde etkilenmektedir. Bundan dolayı hatibin ethosunun yüksek olması, iletişimin sağlıklı ve başarılı sürdürülebilmesinde önemli bir yere sahiptir. Bu makalede hatibin güvenilirliği diğer bir ifade ile hatibin ethosu üzerinde durulacaktır. Daha sonra hatibin ethosunun düşük olması neticesinde ortaya çıkacak olan durumlar gösterilmeye çalışılacaktır. Böylece hatibin güvenilirlik özelliğine sahip olmasının önemi ortaya koyulacaktır. Bu bağlamda özellikle din adamlarının ve dini anlatan her kesimden insanın hatip olarak güvenilirlik açısından dikkat etmesi gereken hususlar belirtilmeye çalışılacaktır. Çünkü hatibin ethosunun düşük olması son dönemde karşılaşılan en büyük problemlerden biridir.

Anahtar Kelimeler: Retorik, Dini İletişim, Hatip, Güvenilirlik, Ethos.

One Of The Factors Affecting Religious Communication In The Negative Direction: The Subject Of The Orator's Reliability

Abstract

The source, the message, the channel and the receiver are seen as the basic elements of the communication process. Religious communication is also realized through these elements. Communication can be seen as a message exchange. There are some factors that negatively affect this exchange. Some of these elements belong to the orator. Some of the features of the orator who gives messages are negative situations. One of these situations is that the orator is not reliable. The reliability of the orator has an important place in religious communication. The fact that the orator is unreliable, that is to say the ethos of the orator is low, (religious) communication is adversely affected. Therefore, the high ethos of the orator has an important role in maintaining a healthy and successful communication. In this paper, the reliability of the orator, in other words, the ethos of the orator will be emphasized. Then, the situations that will arise as a result of low ethos of the orator will be tried to be shown. Thus, the importance of the reliability of the orator will be revealed. In this context, the issues that should be taken into consideration especially in terms of reliability of religious officials and people from all walks of religion will be tried to be mentioned. Because the low ethos of the orator is one of the biggest problems encountered recently.

* Dr. Öğr. Üyesi, Bartın Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü, Mantık Anabilim Dalı, cbaba@bartin.edu.tr, Orcid no: 0000-0002-4056-085X.

Keywords: Rhetoric, Religious Communication, Orator, Reliability, Ethos.

STRUCTURED ABSTRACT

Communication is used today as a communication process and a wide range of message exchange. Being in contact is an indispensable feature of human life. Therefore, people have been exchanging messages between them throughout their lives. So, communication can be seen as an exchange of messages. Source, message, channel and recipient are seen as the basic elements of the communication process. Religious communication takes place through these elements. There is a mutual process in communication between the source and the interlocutor. So that, communication operates in religious as well as in every area.

There are some factors or factors that negatively affect religious communication. These factors may originate from the orator or from the interlocutor. Some of these elements can be listed as follows: Such as the message is not clear and understandable, the information in the message is incompatible with the Quran, sunnah and scientific facts, the lack of knowledge of the preacher, the dishonestness, the lack of expertise in the subject or field. Negative situations occur due to some features of the orator who gives the messages. One of these situations is that the orator is not reliable. The credibility of the orator, that is, the plot of the orator's ethos, is extremely important in terms of both rhetoric and (religious) communication. In religious communication and rhetoric, it is important for the orator to be accepted by her interlocutor. Whether the addressee can change his attitudes and behavior or persuade them depends on the credibility of the orator. This is related to the high ethos of the orator. In persuasion, attention should be paid to persuasion not by deceiving the addressee, but by convincing. Therefore, in religious communication, it is extremely important that the orator (religious official) can persuade his interlocutor not by fooling, but by believing.

In this study, the reliability of the orator, which is one of the ways to convince in rhetoric and rhetoric, will be emphasized. Then, the situations that will arise as a result of the low ethos of the orator will be tried to be shown. Thus, the importance of the reliability of the orator will be revealed. In this context, the issues that should be taken into consideration especially in terms of reliability of religious officials and people from all walks of religion will be tried to be mentioned. Because of the low ethos of the orator is one of the biggest problems encountered recently. (Religious) communication is adversely affected due to the fact that the orator is unreliable, that is, the ethos of the orator is low. Therefore, the ethos of the orator has an important place in maintaining healthy and successful communication.

The purpose of rhetoric art, defined as the art of persuasion, is to influence decision making. There are three ways to convince in rhetoric. The three proofs of persuasion are: Ethos (credibility and personal character of the orator), logos (logic) and pathos (the state of resorting to emotion with the state of turning the audience into the desired mood). Ethos, pathos and logos are indispensable for rhetoric in order to achieve persuasion, which is the aim of rhetoric. In our study, the main point we want to contact is ethos, which is one of three ways of convincing in rhetoric.

Ethos is the virtue, personal character, credibility and reliability of the orator. Ethos is the origin of the word ethic. The orator who describes the religion or who is in contact with the religion must first form the ethos so that he can persuade his interlocutor more easily. Ethos, which we can define as ethical evidence, is today appears as "credibility of the orator". "The persuasiveness of the orator" is directly related to the credibility of the orator. The reliability of the orator is also linked to morality and knowledge. The character of the orator, in other words, the credibility of the orator, namely ethos, has a strong credibility feature independently of the content of the speech. According to Aristotle, the personality, character, reliability, ethos of the orator is one of the most influential among the reasons for persuasion. The first factor

encountered in rhetoric, whose purpose is convinced, is the credibility of the preacher. This is ethos.

As stated above, it is clear that an orator with low Ethos (credibility) cannot succeed in convincing the addressee. In this context, the status of the ethos of the orator who is in religious communication is extremely important. The low ethos of the orator means it means that the trust in that orator is low. This renders this orator unreliable. Perhaps the most important factor that negatively affects religious communication is the low ethos of the orator. Because the discourse of the orator with a low ethos will not affect his addressee. In this context, especially religious officials and people from all walks of religion should pay attention to the ethos of the orator.

Those who describe the religion of Islam, religious officials and all Muslims must be moral and reliable. For this purpose, we tried to specify some analyzes and situations in the context of advice and suggestions in this study. The personality, character, reliability of the orator, so the ethos of the orator, is one of the most influential factors that convince the interlocutor. It is extremely important that all Muslims who are in contact with Islam and who are in contact with Islam are reliable, especially the religious officials, that is, those who provide religious services, as well as the institutions and organizations dealing with religious services. In this context, both the people who are in religious service and those who are in religious communication and the institutions and organizations that provide religious services must keep their credibility and reliability at a high level in the society as a requirement of their situation.

Keywords: Rhetoric, Religious Communication, Orator, Reliability, Ethos.

GİRİŞ

İletişim, günümüzde daha çok haberleşme süreci ve geniş çaplı bir mesaj (ileti) alış verişi olarak kullanıldığı¹ söylenebilir. İletişim içerisinde olmak, insan hayatının vazgeçilmez bir özelliğidir. Bundan dolayı da insanlar, hayatları boyunca aralarında mesaj alış verişi içerisinde oldukları. İletişim kavramını tanımlamak gerekirse; iletişim “zihinler ya da benler arasında kurulan ve düşünce, mesaj, niyet ve anlamların bir zihinden diğerine aktarılmasını sağlayan etkileşim; belirli bir düşünce, mesaj ya da bilinç içeriğinin, söz, konuşma ya da söylenimler türünden fizikî araçlarla, bir insandan, kişi ya da zihinden bir başkasına aktarılması süreci. Belli bir şeyi anlatmak isteme, önermesel bir tavır (yani bir inanç, arzu, üzüntü, vs.,yi) bir dinleyici ya da dinleyiciler topluluğuna dilsel veya başkaca yollarla aktarma eylemi”,² “Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, iletişim”,³ “insanın biyolojik, psikolojik ve toplumsal varlığını üretebilmesinin ve geliştirebilmesinin zorunlu koşulu olan düşünsel ve ilişkisel faaliyetler bütünüdür”⁴ şeklinde tanımlanabilir. Görüldüğü gibi iletişimde kaynak ve alıcı arasında karşılıklı yürütülen bir süreç vardır.

İletişim, her alanda gerçekleşebilen bir süreçtir. Dolayısıyla iletişim, her alanda olduğu gibi dini alanda da faaliyet göstermektedir. Dini iletişimin ne olduğuna

¹ Bu konuda bk. Merih Zillioğlu, *İletişim Nedir*, (İstanbul: Cem Yayınevi, 1996), 3; Ayşe Zişan Furat, “Yaygın din Eğitiminde Kitle İletişim Araçlarının Yeri: Televizyon Örneği” *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 19 (2009), 40.

² Ahmet Cevizci, “İletişim”, *Felsefe Sözlüğü* (İstanbul: Paradigma Yayıncılık, 2005), 906.

³ *Türkçe Sözlük*, “Dil” (Erişim 08 Aralık 2019).

⁴ İrfan Erdoğan, *İletişimi Anlamak*, (Ankara: Pozitif Matbaacılık, 2011), 37.

bakmak ve tanımlamak gerekirse; Dini iletişim, “dini mesajların iletişim araç ve yöntemleriyle bir kişiden bir başka kişiye ya da kişilere geçişi”,⁵ din içerikli mesajların kaynak aracılığı ile dinleyicilere aktarılması⁶ şeklinde tanımlanabilir. Genel olarak dini alandaki iletişime dini iletişim diyebiliriz.

Dini iletişimi olumsuz yönde etkileyen bazı unsurlar ya da etkenler vardır. Bu unsurlar kaynaktan yani hatipten kaynaklandığı gibi alıcıdan diğer bir ifade ile muhataptan da kaynaklanabilir. Bu unsurlardan bazıları şu şekildedir: “Duygusal öğelerden yoksun, diksiyonsuz düz ve ölü anlatım. (...) Mesajın açık ve anlaşılır olmaması, Kur’ân-ı Kerîm, sünnet ve bilimsel gerçeklerle bağdaşmayan bilgiler ve zihinleri zorlayan tereddütlü görüşler içermesi (...) Verilen mesajın konusunun çok alelade ya da çok akademik olması, dinleyicilerin özellikleri ve bakış açılarının dikkate alınmaması (...) Tenkitler (...) Tartışmalar, çatışmalar, siyasi fikir ve siyasetçi üslubu (...) Önyargılar (...) hedef kitlenin bilgisizliği, politik görüşleri, yanlış inançları, mezhep ve meşrep taassubu ve ekonomik kaygılar”⁷. Bunların yanında dini iletişim içerisinde olan hatibin bilgisizliği, dürüst olmayışı, konunun ya da alanının uzmanı olmayışı, ahlaki açıdan problemlili oluşu kısacası hatibin güvenilir olmayışı da dini iletişimi olumsuz yönde etkilemektedir. Hatibin güvenilirliği yani hatibin *ethosu*⁸ konusu hem retorik hem de iletişim için son derece önemlidir. İletişimde ve retorikte kaynak konumunda olan hatibin muhatabı tarafından kabul görmesi, muhatabın tutum ve davranışlarını değiştirebilmesi ya da onları ikna etmesi, kaynağın (hatibin) güvenilir ve inanılır olmasına bağlıdır ki bu da hatibin *ethosunun* yüksek olması ile ilgili bir durumdur. İknâ “diğer kişi veya kişilerin tutum veya davranışlarını zorlamak veya manipüle etmek yerine, onları çeşitli akıl yürütmelerle ve kanıtlama yoluyla etkileme eylemi”⁹ şeklinde tanımlanmaktadır. İknâda muhatabı kandırarak değil, inandırma yolu ile ikna etme hususuna dikkat edilmesi gerekmektedir.¹⁰ Bundan dolayıdır ki dini iletişimde hatibin (din görevlisinin) muhatabını kandırarak değil inandırarak ikna edebilmesi son derece önemlidir.

Bu çalışmada retorik ve retorikte inandırma yollarından birisi olan *ethos* konusu üzerinde durduktan sonra hatibin *ethosunun* düşük olması neticesinde ortaya çıkacak olan durumları göstermek suretiyle hatibin güvenilirlik özelliğine sahip olmasının önemi ortaya koyulacaktır. Bu bağlamda özellikle din görevlilerinin ve dini anlatan her kesimden insanın hatip olarak güvenilirlik açısından dikkat etmesi

⁵ Mevlüt Kaya, *Din Eğitiminde İletişim ve Dini Tutum*, (Samsun: Etüt Yayınları, 1998), 36.

⁶ Bu görüş ile ilgili bk. Şükrü Keyifli, “Cami İçi Din Eğitimi ve İletişimi Süreci Olarak Hutbeler”, *Ekev Akademi Dergisi*, 55 (Bahar 2013), 76.

⁷ Yusuf Macit, “Dini İletişimi Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörler”, *Marife*, 2 (Güz 2008), 86.

⁸ Bu konuda bk. Coşkun Baba, *Retoriğin İknâ Gücü*, (Konya: Çizgi Kitabevi, 2018), 100-118.

⁹ Nuri Bilgin, *Sosyal Psikoloji Sözlüğü*, (İstanbul: Bağlam Yayınları, 2003), 163; Uğur Bakır, *Televizyon Reklamlarında İknâ Unsuru Olarak Mizah*, (İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2006), 78.

¹⁰ Cengiz Anık, *Siyasal İknâ*, (Ankara: Vadi Yayınları, 2000), 31-32.

gereken hususlar belirtilmeye çalışılacaktır. Çünkü “hocanın dediğini yap, yaptığını yapma” anlayışının temel dayanağı olan hatibin *ethos*unun düşük olması son zamanlarda karşılaşılan en büyük problemlerden birisidir.

1. Retorik Nedir?

Retorik sanatının, Antik Yunan’daki sosyal, adli ve politik hadiselerin, eylemlerin etkisi ile ortaya çıktığı¹¹ bilinmektedir. Aristoteles (Ö 384-322), *Retorik*¹² adlı eserinde retorik sanatını, “belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi”¹³ şeklinde tarif etmektedir. Yine ona göre inandırma sanatı şeklinde tanımlanan¹⁴ retorik sanatının amacı, karar vermeyi etkilemektir¹⁵ yani ikna etmektir.

Amacı ikna olan retorikte üç inandırma yolu vardır. Bu üç ikna kanıtı şunlardır: *Ethos* (hatibin güvenilirliği ve kişisel karakteri), *logos* (mantık) ve *pathos* (duyguya başvurma ve bu yol ile dinleyiciyi istenilen ruh haline getirme durumu)’tur.¹⁶ Retoriğin amacı olan iknaya ulaşılabilmesi için *ethos*, *pathos* ve *logos* retorik için vazgeçilmezdir. Çalışmamızda esas temas etmek istediğimiz husus, retorikte üç inandırma yolundan biri olan *ethos* olmakla beraber hatibin *ethos*unun düşük olması durumunda bunun dini iletişimdeki yeri, önemi ve etkisini ortaya koymaktır.

2. Ethos Nedir?

Ethos, hatibin erdemi, kişisel karakteri, inanırlığı ve güvenilirliğidir. Hatibin kendi ahlaki karakterini, güvenilirliğini ve inandırıcılığını gösterecek bir kişisel karakterin meydana çıkarabilmesi anlamında olan *ethos*¹⁷ etik kelimesinin menşei durumundadır.¹⁸

Dini anlatan ya da dini iletişim içerisinde olan hatibin, öncelikle *ethosu* oluşturması gerekir ki muhatabını daha kolay ikna edebilsin. Çünkü dini iletişim sırasında *ethosu* yüksek hatibin, *ethosu* düşük hatibe göre ikna gücü fazla olacaktır. Bunun yanında *ethosu* düşük olan hatibin muhatap üzerinde çok fazla etkisi olmayacağından iknanın gerçekleşmesi de güçleşecektir. Etik kanıt olarak da tanımlayabileceğimiz *ethos*, günümüzde “kaynağın inandırıcılığı” yani “hatibin

¹¹ Bu konuda bk. James D. Williams, *An Introduction to Classical Rhetoric: Essential Readings*, (Oxford: Wiley-Blackwell Publication, 2009), 2-6.

¹² Bk. Aristoteles, *Retorik*, çev. Mehmet H. Doğan (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1995).

¹³ Aristoteles, *Retorik*, 37.

¹⁴ Bu görüş ile ilgili bk. Necdet Ekinci, “Antik Yunan’dan Roma’ya Retorikten Propagandaya”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5/4 (2016), 161.

¹⁵ Bu konuda bk. Aristoteles, *Retorik*, 97.

¹⁶ Bu konuda bk. Aristoteles, *Retorik*, 38; Merih Zillioğlu ve Ahmet Halûk Yüksel, *İletişim Bilgisi*, (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2005), 88.

¹⁷ Bu konuda bk. Aristoteles, *Retorik*, 38, 63; Ayrıca bkz. Ahmet Halûk Yüksel, *İkna Edici İletişim*, ed. Mine Oyman, (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012), 90-91; Coşkun Baba, *Retoriğin İkna Gücü*, 100.

¹⁸ Bu görüş ile ilgili bk. Bedia Akarsu, *Felsefe Terimleri Sözlüğü*, (İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 1988), 74.

inandırıcılığı” şeklinde karşımıza çıkmaktadır.¹⁹ “Hatibin inandırıcılığı”, hatibin güvenilirliğiyle doğrudan alakalıdır. Hatibin güvenilirliği de ahlak ve bilgi ile bağlantılıdır. Doğru bilgi veren ya da ileten ahlaklı hatibin güvenilirlik oranı daha fazla olacaktır. Bu da, hatibin inanılrlık seviyesinin artmasına imkân sağlayacaktır. Hatibin karakteri diğer bir ifade ile hatibin güvenilirliği yani *ethosu*, konuşmanın içeriğinden bağımsız bir şekilde kendi başına kuvvetli bir inandırıcılık niteliğine haizdir.²⁰ Hatibin kişiliği, karakteri, güvenilirliği yani *ethosu*, Aristoteles’e göre iknanın oluşma nedenleri içerisinde en etkili olanlarından biridir.²¹

Hatibin kişisel karakteri, sözleri, söylemleri ve eylemleri arasındaki uyumu ilişkilendiren *ethos*, özellikle hatibin ahlaki yönünü göstermektedir. *Ethos*, hatibin iyi biri olması ile beraber muhatapta güven duygusu uyandırmasına da bağlıdır. İletişimde ve retorikte hatibin iyi olduğunu ortaya koyan en kıymetli argümanlardan birisi *ethostur*. Dini anlatan bir hatibin kendine ait güvenilirliği, muhatap üzerinde mutlaka gösterebilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda söz konusu hatibin güvenilirliğini muhatabına gösterebilmesi için bazı unsurlara sahip olması gerekmektedir. Bu unsurlar arasında; karakterli olmak, zeki olmak, bilgili olmak, ahlaken dürüst olmak, kişilikli olmak, iyi niyetlilikle tanınmış olmak gibi unsurlar zikredilebilir. Bu özelliklerin hatipte toplanması uzun bir zaman ve süreçten sonra gerçekleştiği muhakkaktır. Dolayısıyla güvenilir bir hatip olmak zaman alan bir durumdur. Güvenilir olan bir hatip, muhatabına saygılı bir ses tonuyla hitap etmelidir ve başkalarının fikirlerine de saygı duyulduğu hissettirilmelidir.²² Bunların haricinde hatip, erdemli, doğru ve iyi tavırlar içerisinde olması gerekmektedir. Ayrıca hatip, alanında uzman bir kişi olmalıdır.²³

Gayesi ikna olan retorikte karşılaşılan ilk unsur hatibin güvenilirliğidir ki, bu da *ethostur*. Hatibin yapısı, *ethosu* etkilemektedir. Hatibin inanılrlığı, ahlaki yönü, saygınlığı ve diğer karakteristik özellikleri hatibin güvenilirliğini yani *ethosunu* oluşturmaktadır. *Ethos* kavramı, bunların haricinde hatibin uzmanlığı, hatibin geçmişi ve hatibin bilgi seviyesi de hesaba katılarak geniş bir anlamda düşünülmesi gerekmektedir.²⁴ Çünkü bilgiyle donanmış, uzman, ahlaklı, saygın ve inanılır hatibin güvenilirliği daha fazla olacaktır. Eğer hatibin güvenilirliğinde sıkıntı varsa yani hatip, güvenilir değilse söz konusu hatibin *ethosu* da düşük demektir. *Ethosu* düşük hatibin, muhatabını ikna etme hususunda başarılı olması söz konusu olmayacaktır. Bundan dolayı dinleyici kitlesini ikna etmek isteyen hatibin öncelikle *ethosu* mutlaka yüksek

¹⁹ Bu konuda bk. James Benjamin, *Principles, Elements and Types of Persuasion*, (Pennsylvania: Wadsworth Publishing, 1997), 78.

²⁰ Bu konuda bk. Aristoteles, *Retorik*, 1-5.

²¹ Bu konuda bk. Aristoteles, *Retorik*, 10-15.

²² Bu konuda bk. Cafer Sadık Yaran, *İnformel Mantık*, (İstanbul: Rağbet Yayınları, 2011), 174.

²³ Bu konuda bk. Michel Meyer, *Retorik*, çev. İsmail Yerguz (Ankara: Dost Kitabevi, 2009), 26.

²⁴ Bu konuda bk. Abdülbaki Güçlü vd., *Felsefe Sözlüğü*, (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2008), 501.

olmalıdır.

3. Hatibin Güvenilir Olmaması Durumu

Ethosu (güvenilirliği) düşük bir hatibin, muhatabı ikna etme konusunda başarılı olamayacağı yukarıda belirtildiği üzere açıktır. Bu bağlamda dini iletişim içerisinde olan hatibin *ethosunun* durumu, son derece önemlidir. Bir hatibin *ethosunun* düşük olması demek, o hatibe duyulan güvenin düşük olması demektir. Bu da söz konusu hatibi güvenilir kılmaktadır. Dini iletişimi olumsuz etkileyen unsurların belki de en önemlisi hatibin *ethosunun* düşük olmasıdır. Zira *ethosu* düşük olan bir hatibin sözü, muhatabını etkilemeyecektir. Bu bağlamda özellikle din görevlilerinin ve dini anlatan her kesimden insanın hatip olarak *ethosuna* dikkat etmesi gerekmektedir. Çünkü din görevlisinin ya da din hakkında konuşanların *ethosunun* düşük olması durumunda karşımıza “hocanın dediğini yap, yaptığını yapma” anlayışı çıkmaktadır. Bu anlayışın temel dayanağı olan hatibin *ethosunun* düşük olması son dönemde karşılaşılan en büyük problemlerden biridir.

Daha çok ‘güvenilirlik’ anlamında kullanılan *ethos*, hatipte ne kadar yüksekse hatibin itibarı, güvenilirliği ve sözü, muhatap nezdinde o kadar çok etkilidir. Eğer durum tam tersi ise güven duyulmayan ve kendisine itibar edilmeyen bir hatibin sözü muhatap nezdinde etkili olmayacağı gibi değersiz bir durumda olacağı da muhakkaktır. Böyle durumdaki bir hatibin dini iletişim esnasında sözüne itibar edilmeyeceğinden ötürü muhatap ikna olmayacaktır. Dolayısıyla dini iletişim içerisinde olan ya da olacak olan hatip güvenilir olmalıdır ki muhatap, Allah’ın dinini anlatan hatibin sözüne itibar edip inanabilsin. Dini iletişimde özellikle sözüne inanılan ve güven duyulan hatip, muhatabını ikna etmede başarılı olacaktır. Bu bağlamda hatibin muhatap nezdinde güven oluşturabilmesi için sağduyulu, iyi ahlaki karakterli, iyi niyetli²⁵ mütevazı, eğitilmiş, bilgili, sözünde ve davranışlarında tutarlı, sade ve samimi olması gerekmektedir. Muhatabın, hatibine inanması ve hatibin sözüne kani olması isteniyorsa hatibin *ethosu* yani güvenilirliği en üst seviyede olması gerekmektedir.

Hatibin bilgisi, becerisi, davranışları, sözleri, sosyal ve kültürel durumu gibi özellikler dini iletişimde etkili bir şekilde rol oynamaktadır. Bu özelliklerin yanında hatibin, muhatabı etkileyip ona tesir edebilmesi için güvenilirlik bakımından muteber bir kişi olması çok büyük önem taşımaktadır.²⁶ Güvenilirliği herkes tarafından kabul edilen bir hatibin söyledikleri ya da anlattıkları muhatap tarafından daha kolay kabul edildiği görülmektedir.²⁷ Söylenen sözler, muhataplarca genelde hatibin şahsıyla, kişiliğiyle ve karakteriyle özdeşleştirilmektedir. Bunun sonucunda söylenen sözün tesiri ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki söylenen sözün tesiri, hatibe olan güven ile doğru

²⁵ Bu konuda bk. Aristoteles, *Retorik*, 98.

²⁶ Bu görüş ile ilgili bk. Carl I. Hovland, ve Walter Weiss, “The influence of source credibility on communication effectiveness”, *Public Opinion Quarterly*, 15 (1951), 636-641.

²⁷ Bu görüş ile ilgili bk. Çiğdem Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, (İstanbul: Evrim Yayınevi, 2014), 188.

orantılıdır. Hatibe duyulan güven düşükse o hatibin sözü de tesirsiz olacaktır. Bundan dolayı din anlatan din görevlileri veya dini konularda konuşan ya da Müslüman olan her hangi bir kişi öncelikle söylediklerinin muhataba tesir etmesini sağlamak için kendilerinin güvenilir olması gerekmektedir. Çünkü muhatap, ahlaki kişiliğine, karakterine ve şahsiyetine güvenmediği hatibin sözüne itibar etmediği gibi sözün doğru olmasını da beklememektedir.

Hatibin saygınlığı, ahlaki yönü, güvenilirliği yani *ethosu* ne kadar düşükse, hatibin sözlerinin tesiri ve inanılabilirliği da o derece düşük olacaktır. Bundan dolayı dini iletişimde hatibin sözünün, muhatabı ikna etmesi ya da sözün inanılır ve tesirli olması için hatibin *ethosu* yüksek olmak zorundadır. *Ethosu* yüksek olan bir hatibin, bulunduğu mecliste saygınlığı ve otoritesi yüksek olacağından ilgili hatip etrafında bulunan kişilerce bir başka ifade ile hatibi tanıyan toplum tarafından sözü dinlenen, makbul bir kişi olacaktır. *Ethosu* yüksek hatiplerin sözleri makbulât türü öncüllere örnektir. Bu duruma en iyi örnek; *ethosu* en yüksek olan Hz. Muhammed'in (s.a.v.) sözleridir. Çünkü *ethosu* en yüksek insan olarak kabul görülen peygamberlere ait sözler, makbulâttandır.²⁸

İnsanlığa model olan Hz. Muhammed (s.a.v.), *ethosu* yüksek bir şahsiyettir. Çünkü o, hakikati temsil ettiğinden ötürü onun sözleri ve davranışları da hakikate dayanmaktadır. Bundan dolayı Hz. Muhammed'in (s.a.v.) sözlerinde yalan bulunmayıp aksine onun sözleri gerçek ve doğru olup burhani açıdan değerlidir. Hz. Muhammed'in (s.a.v.) inanan ya da inanmayanlar tarafından "Muhammed'ül-Emin" şeklindeki kabul görmüşlüğü de bundan dolayıdır.²⁹ Yine Hz. Muhammed'in (s.a.v.) Kâbe hakemliği olayı³⁰ sırasında oradaki herkesin rızalık göstermesi, Mekke'de yaşayan insanların, emanetlerini Hz. Muhammed'e (s.a.v.) teslim etmeleri, Hz. Muhammed'in (s.a.v.) Safa tepesinde toplanan yakınlarına "-Sizlere şuradaki dağın arkasında düşmanın var olduğunu söylersem bana inanır mısınız?" hitabından sonra; "-Evet inanırız. Zira senin yalan söz dediğini hiç duymadık" şeklindeki akrabalarının verdiği yanıt ve bunun gibi örnekler Hz. Muhammed'in (s.a.v.) *ethosunun* yüksek olduğunu göstermektedir.³¹ Dini İletişim içerisinde olan bir hatibin en başta Hz. Muhammed'in (s.a.v.) güvenilirliğini, dürüstlüğü, doğruluğunu, ahlaklı olmasını vb. özelliklerini örnek alması gerekmektedir. Çünkü bu özelliklere sahip olmak *ethosu* yüksek hatip olmak demektir.

Velhasılıkelam, *ethosu* düşük olan hatibin sözleri muhataplarınca çok fazla kabul görmeyecektir. Çünkü *ethosu* düşük olan hatiplere halk genel olarak şu anlayışla yaklaşmaktadırlar: "Bunun Allah bir dediğine inanacaksın gerisine inanmayacaksın". Böyle bir anlayışa muhatap olan hatiplerden olmamak adına

²⁸ Bu konuda bk. Coşkun Baba, *Retoriğin İkna Gücü*, 109-110.

²⁹ Bu konuda bk. Coşkun Baba "Ethos Bağlamında Model İnsan: Hz. Muhammed", *Bilgiden Beceriye Sınırsız Öğrenme*, ed. Firdevs Güneş, Ayşe Derya Işık (Ankara: Sead, 2018), 66.

³⁰ Bu konuda bk. M. Ali Kapar, "Hz. Peygamber'in Güvenilirliği", *İstem*, 1 (2003), 41.

³¹ Bu konuda bk. Coşkun Baba "Ethos Bağlamında Model İnsan: Hz. Muhammed", 66-67.

Allah'ın dini üzerine konuşan bir hatibin *ethosu* yüksek olmalıdır ki sözü itibarlı olsun ve muhatap kani olsun.

4. *Ethosu* Yüksek Din Görevlisi Nasıl Olmalıdır?

Türkiye'de "Diyanet İşleri Başkanlığı, özellikle dini olarak Müslümanların en önemli ihtiyaçları arasında yer alan toplumun dini açıdan aydınlatılması ve ibadet yerlerinin yönetilmesi işlerini din görevlileri vasıtasıyla sürdürmektedir."³² Dini iletişimde ön planda olan din görevlilerinin güvenilir olmaları gerektiği tartışılmaz bir gerçektir. Dini iletişimi olumsuz yönde etkileyen unsurların başında belki de hatibin güvenilir bir şahsiyet olmayışı gelmektedir.

İslam dinini anlatmak ya da bu din üzerine konuşmak isteyen din görevlileri ya da Müslümanlardan her hangi birisi yukarıda da belirtildiği üzere öncelikle güvenilir kişiler olmalıdırlar. Güvenilir olan kişiler ahlaki, dürüstlüğü, saygınlığı, muteberliği, samimiyeti vb. özellikleri kendi üzerinde taşıyan kişilerdir. Dinin, güzel ahlak olduğu gerçeği göz önüne alınırsa Müslümanların güzel ahlaka sahip olması gerekir ki güvenilir olsunlar. Müslümanların, Allah'ın dinini anlatanların ve din görevlilerinin ahlaklı olmaları, başta Allah'ın emirlerine ve Hz. Muhammed'in sünnetine tam bağlılık gerektirir.

İslam dinini anlatan kişilerin, din görevlilerinin ve tüm Müslümanların ahlaklı ve güvenilir olmaları yani *ethos* bakımından en üst seviyede olmaları için yapılması gereken bazı analizler ile durumları, tavsiye ve öneri bağlamında burada zikretmek yerinde olacaktır. Bu minvalde bazı hususları dile getirerek konunun ve gayemizin anlaşılmasını sağlamaya çalışacağız.

Tavsiye ve öneri bağlamında dikkat edilmesi gereken ilk husus kanaatimizce şudur: Amele dönüşmesi gereken ilahi bir kitap olan Kur'ân-ı Kerîm'deki ayetleri özellikle din görevlileri ve dâhi tüm inananlar amele dönüştürmediğinde *ethosu* düşük Müslümanların ve din görevlilerinin var olması kaçınılmaz olacaktır. Esasında okuduğumuz ayetlerin gereği şudur; ilgili ayetlerdeki emirleri amele dönüştürmektir. Örneğin, tesettür ile ilgili ayetin³³ gereği örtünmektir, faiz ile ilgili ayetin³⁴ gereği faizden kaçınmaktır, gıybetle ilgili ayetin³⁵ gereği gıybet yapmamaktır, yalan ile ilgili ayetin³⁶ gereği yalan söylememektir gibi. Günümüzdeki duruma bakacak olursak Kur'ân-ı Kerîm'deki ayetlerin amele dönüşmesi yerine din görevlileri başta olmak üzere Müslümanların çoğunluğu daha çok Kur'ân-ı Kerîm'in okunmasını amel haline

³² Mevlüt Kaya - Nurettin Küçük, "Din Görevlilerinin Mesleki Yeterlilikleri: Safranbolu'da Görev Yapan Din Görevlileri Üzerine Bir Araştırma", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Özel Sayı I*, (2015), 2.

³³ *Kur'ân-ı Kerîm Meâli*, çev. Halil Altuntaş-Muzaffer Şahin (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2010), Nûr, 24/31.

³⁴ el-Bakara, 2/275.

³⁵ el-Hucurât, 49/12.

³⁶ el-Hac, 22/30.

getirmiş oldukları gözlemlenmektedir.³⁷ Hâlbuki bu ilahi kitap, kendisiyle yani içindeki ayetlerin gereği yapılarak amel edilmesi gereken bir kitaptır. Dolayısıyla bir din görevlisinin, *ethosunun* yüksek seviyelere çıkması için öncelikli yapması gereken durumlardan birisi, Kur’ân-ı Kerîm’deki ayetleri kendi hayatında mutlaka amele dönüştürme gayreti içerisinde olmalıdır.

İslam dini üzerine konuşan bir hatibin ya da din görevlisinin *ethosunun* yüksek olması için dikkat etmesi gereken bir başka husus; ibadetlerin tam olarak yapılmasıdır. İbadetlerin insana ahlaki tutum ve değerler katacağı muhakkaktır. Dolayısıyla Cenâb-ı Allah, insanlar güzel ahlak sahibi olsunlar diye biz kullarına ibadetleri emretmektedir. İbadetler, Allah’ın biz kullarından yapmamızı istediği yükümlülüklerdir. Bu yükümlülükler diğer bir ifade ile ibadetler yerine getirilirken bunların kabul olabilmesi için bazı kabul şartları vardır. Bu şartların bir kısmı şekilsel iken bir kısmı da ahlaksaldır. Müslüman bir kişi “Ameller ancak niyetlere göredir...”³⁸ hadisi bağlamında her ibadetini ya da amelini sadece ve sadece Allah rızasını gözeterek Allah için yapmalıdır. İbadetler ile varılmak istenen ahlaki tutum ve değerlerin insanlara kazandırılması adına bu insanlara, yaptıkları ibadetlerin kabul olabilmesi için bazı dini müeyyidelerin yanında vicdani ve manevi müeyyideler de koyulmalıdır. Yapılan ibadetlerin Allah katında kabul edilmesi yani ibadetlerin sahih olması için, ahlaki değerlere de mutlaka dikkat edilmesi gerekmektedir. Çünkü Allah’ın ve peygamberinin yapılmasını istediği genel ahlaki ilke, tutum ve değerleri (yalan söylememe, yalan yere şahitlik etmeme, giybet yapmama, yetim malı yememe, hak çiğnememe, fitne çıkarmama, zanda bulunmama, kibirlenmeme, nankörlük etmeme, iftira atmama, alay etmeme, lakap takmama, ana babaya iyilik etme, şükretme, affetme gibi) yapılan ibadetlerden ayrı düşünmek ya da bağımsız değerlendirmek büyük bir eksikliğe sebebiyet vermektedir.³⁹ Bu eksiklik de *ethosu* düşük insanların çoğalmasına neden olmaktadır.

Günümüzde Müslümanların ve din görevlilerinin en önemli sorunlarından birisi; söylenen ile yapılanın ya da eyleme dökülenin bir biri ile örtüşmemesinden dolayı ortaya çıkan tutarsızlıktır. Ayrıca bu tutarsızlığa bağlı olarak ibadet merkezli Müslümanlığın ahlaki tutum ve değere dönüşmemesi bir diğer problemdir. Ortaya çıkan bu problemler, ibadet-Müslümanlık algısı üzerinde olumsuz etkiler bıraktığı gibi İslam algısı üzerinde de olumsuz izler bırakmaktadır. Bu da İslam dinini anlatan

³⁷ Bu konuda bk. Ebû Hâmid b. Muhammed Gazzâlî, *İhyâu ‘Ulûmi’-d-din*, çev. Ahmet Serdaroğlu (İstanbul: Bedir Yayınevi, 1974), 1/815; Ali Galip Gezgin, “Kur’ân’da “Anlama”ya Dâir Kelimeler Üzerine Analitik Bir İnceleme (I)”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 40, (2018/I), 8; Münteha Maşalı, “Kur’an Okumanın Keyfiyeti ve Okuma Düzeyleri Üzerine Bir Tahlil Denemesi”, *Usul İslam Araştırmaları* 15/15, (2011), 79.

³⁸ Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail el-Buhârî, *el-Câmi‘u’s-şâhîh*, çev. Abdullah Fevzi Kocaer, (Konya: Hüner Yayınları, 2003), “İman”, 1.

³⁹ Bu konuda bk. Mustafa Yıldırım, “Usûl Hatasının İbadet-Ahlak ilişkisine Olumsuz Etkileri”, *Geçmişten Geleceğe Ahlak*, ed. Asife Ünal (Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları, 2015), 19-23.

insanlara ve özellikle de din görevlilerine duyulan güvenin azalması sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu durumun neticesi olarak, güvenilir din görevlilerinin sayısının azaldığı gözlemlenmektedir. Ahlaki tutum ve değerlerin kazanılması için ortaya koyulabilecek önerilerden birisi, bu ahlaki tutum ve değerlerin ibadetlerin kabul şartı olarak belirlenmesi düşüncesidir. Bu anlayış doğrultusunda hareket edilmesi daha doğru, tutarlı ve faydalı olacaktır. Çünkü bu ahlaki ilke, tutum ve değerler ile ibadetler arasında bir bağ kurulmaz ve bu değerler hiçe sayılarak bir tarafa bırakılırsa insanların ibadetleri de boşa çıkabileceği üzerinde durulmalı ve düşünülmelidir.⁴⁰ Burada ahlaki tutum ve değerlerin ibadetler ile ilişkilendirilmesine yönelik birkaç örnek vermek, konunun anlaşılması adına yardımcı olacaktır.

Dini iletişim içerisinde olan din görevlileri şu hadislerdeki özelliklere ve durumlara dikkat etmelidirler. Müslüman, "*Dilinden ve elinden (diğer) Müslümanların emin olduğu kimsedir.*"⁴¹ "*Komşusu kötülüklerinden emin olmayan kimse cennete giremez.*"⁴² "*Bizi aldatan bizden değildir.*"⁴³ "*Münafığın alâmeti üçtür: Konuştuğunda yalan söyler, söz verdiğinde sözünden cayar, kendisine bir şey emanet edilince hıyanet eder.*"⁴⁴ Kur'ân-ı Kerîm'in ahlak ile ilgili ilkelerini, tutumlarını ve değerlerini hayatında yaşayarak gösteren Hz. Peygamber (sav)'in ahlaki tutum ve değerler hakkında söylediği "... cennete giremez", "... münafık ...", "... bizden değildir" gibi çok ağır sözlere dikkat kesilirse ahlaki özelliklere tüm Müslümanların dikkat etmeleri ve hayatlarına uygulamaları gerekmektedir. Mesela, Kur'ân-ı Kerîm'in ifadesine göre: "*(Ey Muhammed!) Kitaptan sana vahyolunanı oku, namazı da dosdoğru kıl. Çünkü namaz, insanı hayâsızlıktan ve kötülükten alıkor. Allah'ı anmak (olan namaz) elbette en büyük ibadettir. Allah, yaptıklarınızı biliyor.*"⁴⁵ namaz kılan bir Müslüman ya da din görevlisi, namazın kişiye kazandırması beklenen en değerli ve mühim ahlaki ilkenin hayâsızlıktan ve kötülükten (kötü ve fena işlerden) uzak bir yaşam şekli olduğunu bilerek hayatına devam etmelidir.⁴⁶ Burada açıkça belirtilen ahlaki ilkenin her namaz kılan kişide görülmesini beklemek gayet olağan bir durumdur. Fakat olağan olmayan ve kişinin *ethosunun* düşük olmasına neden olan durum ise: hem namaz kılıp hem de hayâsızlıktan ve kötülükten uzak bir yaşam sürmemektir. Bu durumda olan bir din görevlisinin güvenilirliği yani *ethosu* düşük olacaktır. Bu da dini iletişimi olumsuz şekilde etkileyecektir.

Hem ibadet ahlak ilişkisi bağlamında hem de din görevlilerinin ve tüm Müslümanların ahlaklı ve güvenilir olmaları adına yapılmaları gereken bazı tutum ve

⁴⁰ Bu konuda bk. Mustafa Yıldırım, "Usûl Hatasının İbadet-Ahlak ilişkisine Olumsuz Etkileri", 23.

⁴¹ Ebü'l-Hüseyin Müslim b. el-Haccâc Müslim, *el-Câmi'u's-şâhîh*, çev. Hanifi Akın (İstanbul: Polen Yayınları, 2008), "İman", 22.

⁴² Müslim, "İman", 26.

⁴³ Müslim, "İman", 41.

⁴⁴ Buhârî, "İmân", 31; Müslim, "İmân", 34.

⁴⁵ el-Ankebut, 29/45.

⁴⁶ Bu konuda bk. Mustafa Yıldırım, "Usûl Hatasının İbadet-Ahlak ilişkisine Olumsuz Etkileri", 23-25.

davranışlara örnek olarak şunlar da söylenebilir: “Ey iman edenler! Allah’a karşı gelmekten sakınmanız için oruç, sizden öncekilere farz kılındığı gibi, size de farz kılındı”.⁴⁷ Allah’ın emir ve yasaklarına uyması gereken - dini iletişim içerisinde olan - özellikle din görevlilerinin bu konuda daha bilinçli, hassas ve duyarlı davranması gerekmektedir. Çünkü hadislerde zikredilen hususlar göz önüne alınırsa durumun önemi daha çok ortaya çıkmaktadır. Oruç ile ilgili zikredilen “Nice oruç tutan kişi vardır ki, orucundan kendisine açlıktan başka bir şey kalmamıştır ...”⁴⁸, “Oruç, orucu tutan kişi onu gıybet ile zedeledikçe onun için bir kalkandır”⁴⁹ ve “Bir kişi yalan söylemeyi ve yalan ile iş görmeyi bırakmaz ise, o kişinin yemesini içmesini terk etmesine Allah’ın ihtiyacı yoktur”⁵⁰ hadislerine bakılacak olursa oruç tutan her Müslüman ve dini iletişim içerisinde olan her hatip, oruçlarının kabul olması için gıybet ve yalandan uzak durmalıdırlar. Gıybet etmek, -“... ölmüş kardeşinin etini yemek ...”⁵¹ - kadar kötü ve çirkin görüldüğünden yalan da -“Yalandan sakının, çünkü yalan ile günah yan yanadır ve ikisi de insanı cehenneme götürür”⁵² - insanı cehenneme götürdüğünden sakınılması gereken durumlardır. Dini iletişimi olumsuz yönde etkileyen unsurlar içerisinde olan ‘din görevlisinin güvenilir olmaması (*ethosunun düşük olması*)’ durumunun etken sebeplerinden biri olan gıybet etmek ve münafıklığın alameti olarak da görülen yalan söylemekten ve yalancı şahitlikten kesinlikle uzak durulmalıdır. Zira yalan ile Müslümanlık bir arada olmaz. Çünkü yalan, bütün kötülüklerin kaynağı olarak görülmektedir.

İbadet ahlak ilişkisi bağlamında öncelikle yapılan ibadetler, çıkar amaçlı yapılması durumunda ibadetlerin kabul olmayacağı düşünüldüğünde ibadetlerde niyetin önemi çok büyüktür. Bundan dolayı dini iletişimi yapanların başında ilk akla gelen kişiler olan din görevlileri, yaptıkları her ibadetin kabul olması için ve *ethosunun* yüksek seviyelere çıkması için niyetlerini ‘Allah rızası’nı amaçlayarak yapmalıdırlar. Çünkü yapılan ibadetlerde niyet Allah rızası olursa ortaya çıkacak olan pek çok olumsuz, kötü/fena ve çirkin durum olmayacaktır. Kısacası dini iletişimde aktif olacak olan din görevlileri “Allah’ın razı olacağı” insanlardan olabilmeyi amaç edinerek hayatlarını sürdürmeleri gerekmektedir.

SONUÇ

Genel olarak insanların dikkatle takip ettikleri din görevlileri ya da dini anlatan insanların dikkat etmeleri gereken bazı hususlar vardır. *Ethosu* yüksek din görevlisi, güven duyulan bir şahsiyet olmalıdır. Özellikle din konusunda söylemde bulunan din görevlisinin sözlerine ya da ileri sürdüğü bilgilere inanılmasını sağlamak için öncelikle her açıdan güvenilir olması gerekmektedir. Özellikle dini anlatan ve dini iletişimde kaynak rolünü üstlenen din görevlilerin karakterinin, şahsiyetinin, ahlaki

⁴⁷ el-Bakara, 2/183.

⁴⁸ İbn Mace, “Sıyâm”, 21.

⁴⁹ Darimi, “Savm”, 27.

⁵⁰ Tirmizi, “Savm”, 16; Müslim, “Sıyam”, 29; İbn Mâce, “Sıyam”, 21.

⁵¹ Hucurât, 49/12.

⁵² Müslim, “Birr”, 103-105.

yönünün, güvenilirliğinin yani *ethosunun* yüksek olabilmesi için şunlara dikkat etmesi gerekmektedir:

1. *Ethosu* yüksek hatip, alanı ile ilgili gerekli eğitimi almış olmalı diğer bir ifade ile alanının uzmanı olmalı ve aldığı eğitimde öğrendiği bilgileri başarılı bir şekilde günlük hayatta tatbik etmelidir. Ayrıca hatip, halkı bilgilendirirken ya da işini/mesleğini icra ederken dayanak olarak aldığı argümanlar veya bilgiler sağlam olmalıdır.

2. *Ethosu* yüksek hatip tutum ve davranışlarında, sözlerinde ve düşüncesinde tutarlı olmalıdır, çelişkiye düşmemelidir.

3. *Ethosu* yüksek hatip, İslam'ın öngördüğü şekilde güzel ahlaklı olmalıdır. Güzel ahlaka sahip olan bir hatip yalan söylememeli, sözünde ve davranışlarında doğru ve dürüst olmalıdır. Ayrıca hatibin dikkat etmesi gereken diğer bazı ahlâki değerleri sıralayacak olursak, gıybet etmeme, iftira atmama, yalancı şahitlikte bulunmama, yetim malını yememe, hak yememe/çiğnememe, alay etmeme, lakap takmama, fitne/fesat çıkarmama, nankör olmama, kibirlenmeme gibi değerlerin yanında babaya-anneye iyilik yapma ve güzel davranma, sıla-i rahimde bulunma, şükretme, başka birisini kendisine tercih etme, affetme gibi pek çok değeri sıralamamız gerekmektedir.

4. *Ethosu* yüksek hatip, samimi/ihlaslı olmalıdır.

5. *Ethosu* yüksek hatip, takva üzere olmalıdır.

Bu çalışmada açık bir şekilde görüldüğü gibi hatibin güvenilirliği (*ethosu*), muhatabın ikna olması için büyük önem arz etmektedir. Bundan dolayı dini iletişim içerisinde olan hatip, öncelikle *ethosu* oluşturması gerekmektedir ki muhatabını daha kolay ikna edebilsin. Çünkü dini iletişim sırasında *ethosu* yüksek hatibin, *ethosu* düşük hatibe göre ikna gücü daha fazla olacaktır. Hatibin kişiliği, karakteri, güvenilirliği yani *ethosu*, muhatabı ikna eden etkenler içerisinde en etkili olanlarından birisidir. Bu bağlamda özellikle din görevlilerinin ve dini anlatan her kesimden insanın hatip olarak güvenilirlik açısından dikkat etmesi gereken hususlar belirtilmeye çalışılmıştır. Çünkü "hocanın dediğini yap, yaptığını yapma" anlayışının temel dayanağı olan hatibin *ethosunun* düşük olması son dönemde karşılaşılan en büyük problemlerden birisidir. Bu problemin ortadan kalkması adına her din görevlisi ve dahi her Müslüman üzerine düşen görevi Allah rızası için hakkıyla yerine getirmelidir. Çünkü dini iletişimde hatibin güvenilirliği (*ethosu*) konusu, iknanın gerçekleşmesinde büyük bir öneme sahiptir. Hatibin güvenilir olmaması yani hatibin *ethosunun* düşük olmasından dolayı muhatap ikna olmakta zorlanacaktır. Bu durum da (dini) iletişimi olumsuz yönde etkileyecektir. Bundan dolayı hatibin *ethosunun* yüksek olması, iknanın gücünü arttıracacağı gibi iletişimin sağlıklı ve başarılı sürdürülebilmesinde de önemli bir etken olacaktır.

Son söz olarak, İslam'ın davetine muhatap olan, dini iletişim içerisinde olan tüm Müslümanlar olmakla birlikte özellikle din görevlilerinin yani din hizmeti veren kişilerin yanında din hizmetleri ile ilgilenen kurum ve kuruluşların da güvenilir

olmaları son derece önemlidir. Bu bağlamda hem din hizmetinde bulunanlar ve dini iletişim içerisinde olan şahıslar hem de din hizmeti veren kurum ve kuruluşlar, içerisinde buldukları durumun gereği olarak toplum nezdinde her zaman inanılabilirliklerini ve güvenilirliklerini yüksek bir seviyede tutmaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarsu, Bedia. *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 1988.
- Anık, Cengiz. *Siyasal İknâ*. Ankara: Vadi Yayınları, 2000.
- Aristoteles. *Retorik*. Çev. Mehmet H. Doğan. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1995.
- Baba, Coşkun. *Retoriğin İknâ Gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi, 2018.
- Baba, Coşkun. "Ethos Bağlamında Model İnsan: Hz. Muhammed". *Bilgiden Beceriye Sınırsız Öğrenme*. Ed. Firdevs Güneş, Ayşe Derya Işık. 61-68. Ankara: Sead, 2018.
- Bakır, Uğur. *Televizyon Reklamlarında İknâ Unsuru Olarak Mizah*. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2006.
- Benjamin, James. *Principles, Elements and Types of Persuasion*. Pennsylvania: Wadsworth Publishing, 1997.
- Bilgin, Nuri. *Sosyal Psikoloji Sözlüğü*, İstanbul: Bağlam Yayınları, 2003.
- Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail. *Sahîh-i Buhârî*. çev. Abdullah Fevzi Kocaer. 1. Cilt. Konya: Hüner Yayınları, 2003.
- Cevizci, Ahmet. *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayıncılık, 2005.
- Ekinci, Necdet. "Antik Yunan'dan Roma'ya Retorikten Propagandaya". *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* 5/4 (2016): 149-174.
- Erdoğan, İrfan. *İletişimi Anlamak*. Ankara: Pozitif Matbaacılık, 2011.
- Furat, Ayşe Zişan. "Yaygın din Eğitiminde Kitle İletişim Araçlarının Yeri: Televizyon Örneği" *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 19 (2009): 37-62.
- Gazzâlî, Ebû Hâmid b. Muhammed. *İhyâu 'Ulûmi'd-din*, çev. Ahmet Serdaroğlu. 1. Cilt. İstanbul: Bedir Yayınevi, 1974.
- Gezgin, Ali Galip. "Kur'an'da "Anlama"ya Dâir Kelimeler Üzerine Analitik Bir İnceleme (I)", *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 40 (2018/1): 5-57.
- Güçlü, Abdülbaki vd. *Felsefe Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2008.
- Hovland, Carl I. and Weiss, Walter. "The influence of source credibility on communication effectiveness", *Public Opinion Quarterly*, 15/4 (1951): 635-650.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem. *İnsan ve İnsanlar*, İstanbul: Evrim Yayınevi, 2014.
- Kapar, M. Ali. "Hz. Peygamber'in Güvenilirliği", *İstem*, 1 (2003). 39-48.
- Kaya, Mevlüt. *Din Eğitiminde İletişim ve Dini Tutum*, Samsun: Etüt Yayınları, 1998.

- Kaya, Mevlüt - Küçük, Nurettin. "Din Görevlilerinin Mesleki Yeterlilikleri: Safranbolu'da Görev Yapan Din Görevlileri Üzerine Bir Araştırma", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Özel Sayı 1*, (2015): 1-18.
- Keyifli, Şükrü. "Cami İçi Din Eğitimi ve İletişimi Süreci Olarak Hutbeler", *Ekev Akademi Dergisi* 55 (Bahar 2013): 71-88.
- Kur'ân-ı Kerîm Meâli*, çev. Halil Altuntaş -Muzaffer Şahin. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 20. Basım, 2010.
- Macit, Yusuf. "Dini İletişimi olumsuz Yönde Etkileyen Faktörler", *Marife*, 2 (Güz 2008): 85-98.
- Maşalı, Münteha. "Kur'an Okumanın Keyfiyeti ve Okuma Düzeyleri Üzerine Bir Tahlil Denemesi", *Usul İslam Araştırmaları* 15/15, (2011): 75-89.
- Meyer, Michel. *Retorik*. çev. İsmail Yerguz. Ankara: Dost Kitabevi, 2009.
- Müslim, Ebü'l-Hüseyn Müslim b. el-Haccâc. *Sahih-i Müslim*. çev. Hanifi Akın. İstanbul: Polen Yayınları, 2008.
- Türk Dil Kurumu. "İletişim". Erişim: 08 Aralık 2019. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=ileti%C5%9Fim>.
- Williams, James D. *An Introduction to Classical Rhetoric: Essential Readings*, Oxford: Wiley-Blackwell Publication, 2009.
- Yaran, Cafer Sadık. *İnformel Mantık*. İstanbul: Rağbet Yayınları, 2011.
- Yıldırım, Mustafa. "Usûl Hatasının İbadet-Ahlak ilişkisine Olumsuz Etkileri". *Geçmişten Geleceğe Ahlak*. Ed. Asife Ünal. 19-27. Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları, 2015.
- Yüksel, Ahmet Halûk. *İkna Edici İletişim*. Ed. Mine Oyman. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012.
- Zıllıoğlu, Merih. *İletişim Nedir*. İstanbul: Cem Yayınevi, 1996.
- Zıllıoğlu, Merih ve Yüksel, Ahmet Halûk. *İletişim Bilgisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2005.