T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER BİLİM DALI

KANAAT ÖNDERLİĞİ BAĞLAMINDA İMAMLIK ROLÜ

DOKTORA TEZİ

HALİL NURULLAH KAYA

İSTANBUL, 2017

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER BİLİM DALI

KANAAT ÖNDERLİĞİ BAĞLAMINDA İMAMLIK ROLÜ

DOKTORA TEZİ

HALİL NURULLAH KAYA

Tez Danışmanı: Prof. Dr. CENGİZ ANIK

İSTANBUL, 2017

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

HALKLA İLİŞKİLER Anabilim Dalı HALKLA İLİŞKİLER Bilim Dalı DOKTORA öğrencisi Halil Nurullah Kaya'nın KANAAT ÖNDERLİĞİ BAĞLAMINDA İMAMLIK ROLÜ adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 23.01.2017 tarih ve 2017-2/20 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / ~~oy çokluğu~~ ile Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi ...08.../...02.../...2017

Öğretim Üyesi Adı Soyadı			**İmzası**
1.	Tez Danışmanı	Prof. Dr. CENGİZ ANIK	
2.	Jüri Üyesi	Prof. Dr. YUSUF DEVRAN	
3.	Jüri Üyesi	Doç. Dr. ABDULLAH ÖZKAN	
4.	Jüri Üyesi	Prof. Dr. HALUK ALKAN	
5.	Jüri Üyesi	Doç. Dr. EMEL POYRAZ	

GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı	:Halil Nurullah KAYA
Anabilim Dalı	:Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Programı	:Halkla İlişkiler
Tez Danışmanı	:Prof. Dr. Cengiz ANIK
Tez Türü ve Tarihi	:Doktora – Ocak 2017
Anahtar Kelimeler	:Kanaat Önderliği, Rol Model, İmamlık, İletişim

ÖZET

KANAAT ÖNDERLİĞİ BAĞLAMINDA İMAMLIK ROLÜ

Bu çalışmada kanaat önderliği bağlamında imamlık rolü üzerine teorik bir takım araştırmalar yapılmış ve İmam'ın kamuoyu üzerinde önderlik, liderlik statülerine yönelik alan araştırması yapılmıştır. Çalışmanın evreni, Türkiye'deki İmamlar, örneklemi ise İstanbul ili Anadolu ve Avrupa yakasındaki Şişli, Üsküdar, Sultanbeyli, Ataşehir ve Fatih ilçelerindeki 100 camideki 100 imamdan oluşmaktadır. Belirlenen cami ve imamlar rastgele tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiştir. Araştırmacı tarafından geliştirilen görüşme/anket formları doğrultusunda, belirlenen ilçelerdeki seçilen deneklere yüz yüze mülakat yöntemi araştırma uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda ulaşılan bulguların analizinden sonra Türkiye'deki İmamların liderlik, kanaat önderliği, mesleki yeterlilikleri ve mesleki bağlılıkları konusunda ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda, İmamların mevcut durumlarına yönelik, iletişim bakış açısıyla bir takım tespitler yapılmış ve bu tespitler doğrultusunda çözüm önerileri sunulmuştur.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname	:Halil Nurullah KAYA
Field	:Public Relations and Publicity
Programme	:Public Relations
Supervisior	:Prof. Dr. Cengiz ANIK
Degree Awarded and Date	:Ph.D. – January 2017
Keywords	:Opinion Leadshirp, Role Model, The Imam, Communication

ABSTRACT

ROLE OF THE IMAM IN THE CONTEX OF THE OPINION LEADERSHIP

In this study, opinion leadership made a number of theoretical research on the context of the role and leadership of Imam imam of the public, the research was carried out for leadership status. The content of the study, The imams are in turkey, and the sample is come from in the consists of a total of 100 mosque and 100 imam from Şişli, Üsküdar, Sultanbeyli, Ataşehir, Fatih of Anatolian and European sides of Istanbul. Interview / questionnaire forms which developed by the researcher was applied A face-to-face method to the imams of the randomly selected mosques in the determined districts.The analysis of the findings of the results of the study ;In the direction of the results of the Imams in Turkey regarding leadership, opinion leadership, professional qualifications and professional loyalty, a number of fixations regarding the current situation of the Imams have been made and a solution proposal has been presented in the light of these determinations.

ÖNSÖZ

Üç bölümden olusan bu çalışmada; Kanaat önderliği bağlamında imamlık rolü üzerine teorik bir takım araştırmalar yapılmış ve İmam'ın kamuoyu üzerinde önderlik, liderlik statülerine yönelik alan araştırması yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda ulaşılan bulguların analizinden sonra Türkiye'deki İmamların liderlik, kanaat önderliği, mesleki yeterlilikleri ve mesleki bağlılıkları konusunda ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda, İmamların mevcut durumlarına yönelik, iletişim perspektifiyle bir takım tespitler yapılmış ve bu tespitler doğrultusunda çözüm önerileri sunulmuştur.

İletişim sürecini oluşturan beş temel faktörden biri olan kaynak faktörünü ele alarak, çalışmamızın temel sorunsalının yegane taşıyıcısı konumundaki imamın statüsü ve mesleğini kaynak olarak konumlandırarak; imamların ve imamlık mesleğinin itibarını, kaynağın güvenirliliği bağlamında İmam'ın durumu, kanaat önderi olarak İmam'ın konumu, imam medya ilişkisinin mevcut durumu, mesleki tatmin ve sahiplenmelerinin hangi seviyede olduğu, şahsi ve mesleki fikir ve beklentilerinin durumu, mesleki yetkinliklerinin ve almış oldukları eğitimlerinin yeterli olup olmadıkları ve hedef kitle ile iletişimleri ve toplumsal ilişkilerine dair durumlarını ortaya koymak üzere bu çalışma hazırlanmıştır.

Böyle bir çalısmanın ortaya çıkmasında, olgunlaşmasında, tamamlanması için cesaretlendiren ve yapıcı katkılarda bulunan tez danışmanım Prof. Dr. Cengiz Anık Hocama, tez izleme komite degerlendirme toplantılarında olumlu bakış açılarıyla motive eden ve desteklerini esirgemeyen Prof. Dr. Yusuf Devran ve Doç Dr. Abdullah Özkan Hocalarıma en kalbi duygularımla teşekkür ediyorum. Yapılan görüsmelerde bilgi ve tecrübelerinden istifade ettiğim, çocukluğumdan itibaren yetişmemde büyük emeği geçen emekli İmam Hatip İbrahim Tanrıkulu Hocama ve bu çalışma esnasında fikirlerine danıştığım istişare ettiğim arkadaşlarıma, dostlarıma katkılarından dolayı özel bir teşekkür borçluyum. Başından beri hep yanımda olan, hayatımda aldığım her kararda kararlılıkla yanımda yer alan İrfan Babama, Perihan Anneme, Mustafa ve Mahmut abilerime teşekkürleri ve şükranlarımı sunarım.

İstanbul, 2017 Halil Nurullah KAYA

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

GENEL BİLGİLER i

GENERAL KNOWLEDGE ii

GRAFİKLER LİSTESİ viii

TABLOLAR LİSTESİ xii

KISALTMALAR LİSTESİ xiv

GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM VE MEDYA

1.1. İletişim: Temeli ve Gelişimi 9

1.2. İletişim Süreci ve Öğeleri 12

1.2.1. Kaynak 12

1.2.2. Kanal 15

1.2.3. Mesaj 16

1.2.4. Alıcı 17

1.2.5. Geribildirim 19

1.2.6. Gürültü 20

1.3. İletişim Engelleri 22

1.4. İletişimin Temeli Olarak Kaynak 23

1.5. Dini İletişim Açısından Kaynağın Güvenirliliği ve Özelliği 26

İKİNCİ BÖLÜM

KANAAT ÖNDERLİĞİ, İMAM ve DİN

2.1. Paul Lazarsfeld ile Kanaat Önderliğine Kavramsal Bir Bakış 33

2.1.1. İki Aşamalı Akış Modeli..... 36

2.1.2. Kapı Tutucular 42

2.1.3. Kanaat Önderleri..... 43

2.2. Sosyal Fonksiyonların İrdelenmesi..... 47

2.2.1. Karizma, Rol ve Statü..... 47

2.2.2. İmaj, Algı, Tutum ve Kimlik 53

2.2.3. Sosyal Bütünleşme ve Sosyal Çözülme..... 58

2.2.4. Cemaat ve Cemiyet..... 59

2.2.5. Hitabet, Tebliğ ve İrşad 64

2.3. Din ve İmam Kavramlarının Tartışılması ve Toplumsal Yansımalarının İrdelenmesi..... 71

2.3.1.Sosyolojik Boyutuyla Din..... 71

2.3.2. Psikolojik Boyutuyla Din..... 81

2.3.3. Toplumsal Fonksiyonuyla Din..... 88

2.3.4. Dindarlık: Temeli ve Toplumsal Yansımaları 97

2.3.5. Dini Kişilik Olarak Rol Model: İMAM..... 102

2.3.6. Dini Telkinlere Konu Olan Hedef Kitle: KAMU 110

2.3.7. Rızanın İmalatı: Medya ve Kitle İletişim Araçları 113

2.3.8. Din ve Medya..... 120

2.3.9. İmam ve Medya 122

2.3.10. Dini Motiflerin ve İmam İmajının Kitle İletişim Araçlarındaki Yansımaları 126

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KANAAT ÖNDERLİĞİ BAĞLAMINDA İMAMLIK ROLÜ ÜZERİNE SAHA ÇALIŞMASI

3.1. Araştırmanın Künyesi. 129

3.2. Araştırmanın Konusu 129

3.3. Araştırmanın Yöntemi 129

3.4. Araştırmanın Sayıltıları..... 131

3.5 Araştırmanın Çözümlenmesi 132

3.6. Araştırmanın Bulguları. 132

3.6.1. İmamların Kişisel Bilgilerine Ait Bulgular 133

3.6.2. İmamların Tutum Ölçeklerine Ait Bulgular 145

3.6.2.1.İmamların ve İmamlık Mesleğinin Konumlandırılması 145

3.6.2.2.Kaynağın Güvenirliliği Bağlamında İmamın Konumlandırılması 157

3.6.2.3.Kanaat Önderi Olarak İmamın Konumlandrılması... 163

3.6.2.4.İmam ve Medya İlişkisinin Konumlandırılması 183

3.6.2.5.İmamların Mesleki Tatmin ve Mesleki Sahiplenmelerinin Konumlandırılması 194

3.6.2.6.İmamın Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkilerinin Konumlandırılması 212

3.6.2.7.İmamların Mesleki Yetkinliklerinin ve Almış Oldukları Eğitimlerinin Konumlandırılması 230

3.6.2.8.İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerinin Konumlandırılması 251

SONUÇ 280

KAYNAKÇA 300

EK 309

GRAFİKLER LİSTESİ

Sayfa No

Grafik 1: İmamların Medeni Durumlarına Ait Bulgular 133

Grafik 2: İmamların Yaşlarına Ait Bulgular 134

Grafik 3: İmamların Görev Sürelerine Ait Bulgular 135

Grafik 4: İmamların Ailelerinin Ekonomik Durumlarına Ait Bulgular 136

Grafik 5: İmamların Yaşamlarını Nerde Geçirdiklerine Ait Bulgular 137

Grafik 6: İmamların Eğitim Durumlarına Ait Bulgular 138

Grafik 7: İmamların Eğitim Şeklinin Tespitine Ait Bulgular 139

Grafik 8: İmamların İdeolojik Kimliklerine Ait Bulgular 140

Grafik 9: İmamların Bölgesel Doğum Yerlerine Ait Bulgular 141

Grafik 10: İmamların İmam Olma Nedenlerine Ait Bulgular 142

Grafik 11: İmam Olmanın Sağlayacağı Faydalara Ait Bulgular 143

Grafik 12: Hedef Kitlenin Danıştıkları Konulara Dair Bulgular 144

Grafik 13: İmamlık Gurur Kaynağımızdır İfadesine Ait Bulgular 147

Grafik 14: İmamlık Saygın Meslektir İfadesine Ait Bulgular 148

Grafik 15: Cami Faaliyetlerine Aileler Çocukları İle Katılır 150

Grafik 16: İmam Toplumun Tüm Kesimlerinden İtibar Görür İfadesine Ait Bulgular 152

Grafik 17: Cemaatim Benimle İletişim Halindeyken Dikkatli Davranır 154

Grafik 18: İmamlık Mesleği Daha Da İtibarlı Yapacaktır 156

Grafik 19: Cemaatim Bağışlarını Ulaştırırım İfadesine Ait Bulgular 159

Grafik 20: Cemaatime Hakemlik Ve Arabuluculuk Yaparım İfadesine Ait Bulgular 160

Grafik 21: İmam Kur'an'nın Hükümlerini Açıkça Aktarır İfadesine Ait Bulgular ... 161

Grafik 22: Cemaatimi Yardım Konusunda Yönlendiririm İfadesine Ait Bulgular .. 163

Grafik 23: Cemaatim Eşler Arasındaki İhtilaflarda Bana Başvururlar İfadesine Ait Bulgular 167

Grafik 24: Hatırlı Olduğumdan Cemaatim İş Bulmada Aracı Olmamı İster İfadesine Ait Bulgular 168

Grafik 25: Cemaatim Aile Yaşantımda Beni Örnek Alır İfadesine Ait Bulgular..... 170

Grafik 26: Cemaatim Beni Lider Olarak Kabul Eder İfadesine Ait Bulgular 171

Grafik 27: Merkezi Yayınlar Cemaatle İletişimimi Azaltıyor..... 172

Grafik 28: İmamlar Güncel Meselelerde Cemaati Yönlendirir İfadesine Ait Bulgular 174

Grafik 29: Kötü Alışkanıkların Önlenmesinde İmamların Rolü Vardır İfadesine Ait Bulgular 175

Grafik 30: Hedef Kitlem Sadece Camim İle Sınırlı Değildir İfadesine Ait Bulgular 178

Grafik 31: Diğer Kanaat Önderleri İletişim Kurarım İfadesine Ait Bulgular..... 179

Grafik 32: Cemaatim Dışındakilere Tebliğde Bulunurum İfadesine Ait Bulgular.... 181

Grafik 33: Cemaatim Davetime İcabet Eder İfadesine Ait Bulgular..... 182

Grafik 34: Cemaatim İle İletişimde Yeni Medya Ve İnterneti Kullanırım İfadesine Ait Bulgular 185

Grafik 35: Dizi Ve Magazin Programlarını Takip Ederim..... 186

Grafik 36: Eski Medya İle Yeni Medyadaki İmam Tipi İfadesine Ait Bulgular..... 189

Grafik 37: Medya İmamı Topluma Olumlu Enforme Eder İfadesine Ait Bulgular .. 191

Grafik 38: İslamiyete Hizmet Etmek En Önemli Hedefimdir İfadesine Ait Bulgular 196

Grafik 39: Mesleğimde Heyecanımı Kaybettim İfadesine Ait Bulgular 197

Grafik 40: Maddi Gelir Değil Mesleğim Daha Değerlidir İfadesine Ait Bulgular.... 201

Grafik 41: Mesleğim Yetenek Ve Beceerilerime Uygundur İfadesine Ait Bulgular 202

Grafik 42: Mesleğim İyi Bir Kariyer Sağlar İfadesine Ait Bulgular 203

Grafik 43: Peygamber Meleğine Sahip Çıkacağım İfadesine Ait Bulgular..... 204

Grafik 44: İmam Olduğuma Pişman Değilim İfadesine Ait Bulgular 205

Grafik 45: Önemli Günlerde Programlar Düzenlerim İfadesine Ait Bulgular 208

Grafik 46: Hedef Kitlem İle Ekstra Dersler Yaparım İfadesine Ait Bulgular..... 209

Grafik 47: İmamlar Siyasi Konularda Cemaatini Bilgilendirir İfadesine Ait Bulgular 214

Grafik 48: Problemle Karşılaştığımda Cemaatim Bana Yardımcı Olur İfadesine Ait Bulgular 215

Grafik 49: İmam İle Cemaat Arasında Mesafe Olmalıdır İfadesine Ait Bulgular.....216

Grafik 50: Siyasi Görüşüm Sohbetimin İçeriğini Şekillendirir İfadesine Ait Bulgular 217

Grafik 51: Şahsi İşlerimde Mesleki Konumumu Kullanırım İfadesine Ait Bulgular 220

Grafik 52: Kumarhane Ve Meyhanelerde De Tebliğde Bulunurum İfadesine Ait Bulgular 221

Grafik 53: Cematimin Sorunlarına Karşılık Ziyaret Ederim İfadesine Ait Bulgular 224

Grafik 54: Hedef Kitlem Bana Her Zaman Ulaşır İfadesine Ait Bulgular 225

Grafik 55: İmamlar Tebliğlerinin İçeriklerini Ortama Göre Değiştirir İfadesine Ait Bulgular 226

Grafik 56: Kadınlara Dini Eğitim Veririm İfadesine Ait Bulgular.....227

Grafik 57: Cami Faaliyetleri Beni Ve Mesleğimi Geliştirir İfadesine Ait Bulgular .233

Grafik 58: Merkezi Yayınlar Beni Köreltiyor İfadesine Ait Bulgular.....234

Grafik 59: İmamlar Mihrap Yetkinliğine Sahiptir İfadesine Ait Bulgular 235

Grafik 60: Cemaatimin Psikolojik Sorunlarını Çözerim İfadesine Ait Bulgular.....238

Grafik 61: Aldığım Eğitim Mesleğim İçin Yeterlidir İfadesine Ait Bulgular 239

Grafik 62: Vaazlarımda Hikaye Ve Menkıbeleri Kullanırım İfadesine Ait Bulgular241

Grafik 63: Hadis, Kur'an, Tefsir, Dışındaki Bilgilere Yer Vermem İfadesine Ait Bulgular 242

Grafik 64: Cemaatime Uygun Ve Özel Hutbe Hazırlarım İfadesine Ait Bulgular....243

Grafik 65: Aldığım Eğitim Mesleğimede Faydalı Oldu İfadesine Ait Bulgular .....

Grafik 66: Eğitimim Mesleğim İçin Gerekli Altyapıyı Sağlamaktadır İfadesine Ait Bulgular 246

Grafik 67: Eğitim Bilgim Hayal Kırıklığı Yaşatmadı İfadesine Ait Bulgular.....246

Grafik 68: İmamların Kur'an Bilgisi Yeterlidir İfadesine Ait Bulgular.....248

Grafik 69: Diyanet Kurum İçin Eğitim Düzenler İfadesine Ait Bulgular 249

Grafik 70: İmam Olduğumu Açıkca Söylerim İfadesine Ait Bulgular.....254

Grafik 71: Mesleğimi İcra Ederken Mensubiyet İçinde Olduğum Cemaatin Değerlerinden Beslenirim İfadesine Ait Bulgular 255

Grafik 72: Ek Gelir İçin Talepleri Kabul Ederim İfadesine Ait Bulgular 256

Grafik 73: İmam Kılık Kıyafetine Dikkat Etmeli İfadesine Ait Bulgular 257

Grafik 74: Cematten Para Toplamak Uygundur İfadesine Ait Bulgular 258

Grafik 75: Cami Binaları Dini Faaliyetlerde Kullanılmalıdır İfadesine Ait Bulgular260

Grafik 76: Diyanet Devletten Bağımsız Olmalıdır İfadesine Ait Bulgular 261

Grafik 77: Mesleğim Sorulduğunda İmam Değil Memur Olduğumu Söylerim.....262

Grafik 78: Namaz Vakitleri Dışında Da İmam Camide Olmalı İfadesine Ait Bulgular 265

Grafik 79: İmam Sadece Beş Vakit Namaz Kıldırmalıdır İfadesine Ait Bulgular 266

Grafik 80: İş Sahibi Olmakve Para Kazanmak İçin İmam Oldum İfadesine Ait Bulgular 269

Grafik 81: Ek Gelir İçin Mevlüte Giderim İfadesine Ait Bulgular.....270

Grafik 82: İmam Sakallı Görev Yapmalıdır 273

Grafik 83: Başkanımız Gibi Bizde Cami Dışında Dini Kıyafetlerimizle İletişime Geçmeliyiz İfadesine Ait Bulgular 274

Grafik 84: Cami Dernekleri Faydalıdır İfadesine Ait Bulgular.....276

Grafik 85: Cami Binaları Ve Ekleri Ticari Faaliyetlerde Kullanılmalıdır İfadesine Ait Bulgular 277

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1: İmamların ve İmamlık Mesleğinn Konumlandırılmasına Ait Soru ve Sonuçlar 146

Tablo 2: Mesleki Tatmin değişkenleri ile bazı bağımsız değişkenlerin ilişkisi..... 149

Tablo 3: Mesleki itibar ve etki değişkenleri ile bazı bağımsız değişkenlerin ilişkisi135

Tablo 4: Kaynağın güvenirliliği bağlamında imam'ın konumlandırılmaasına ait sorular Ve sonuçlar 157

Tablo 5: : Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 162

Tablo 6: Kanaat Önderi Olarak İmamın Konumlandırılmasına Ait Sorular ve Sonuçlar 165

Tablo 7: Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 169

Tablo 8: Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 177

Tablo 9: Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 180

Tablo 10: İmam ve Medya İlişkisinin Konumlandırılması..... 184

Tablo 11: Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 188

Tablo 12: İmam ve Medya İlişkisinin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 144

Tablo 13: İmamların Mesleki Tatmin ve Mesleklerini Sahiplenmelerinin Konumlandırılmasına Ait Sorular ve Sonuçlar..... 195

Tablo 14: İmamların Mesleki Tatmin ve Sahiplenmelerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 199

Tablo 15: İmamların Mesleki Tatmin ve Sahiplenmelerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 205

Tablo 16: İmamların Mesleki Tatmin ve Sahiplenmelerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 210

Tablo 17: İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkilerin Konumlandırılması 213

Tablo 18: İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İletişimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi.....218

Tablo 19: İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İletişimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi.....222

Tablo 20: İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İletişimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi……228

Tablo 21:İmamların Mesleki Yetkinliklerinin ve Almış Olduğu Eğitimlerinin Konumlandırılmasına Ait sorular ve Sonuçlar 231

Tablo 22: İmamların Mesleki Yetkinlikleri ve Almış Olduğu Eğitimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi.....236

Tablo 23: İmamların Mesleki Yetkinlikleri ve Almış Olduğu Eğitimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi.....240

Tablo 24: İmamların Mesleki Yetkinlikleri ve Almış Olduğu Eğitimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi.....250

Tablo 25: İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerinin Konumlandırılmasına Ait Sorular ve Sonuçlar.....252

Tablo 26: : İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 263

Tablo 27: İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi……....267

Tablo 28: İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 271

Tablo 29: İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi 278

KISALTMALAR LİSTESİ

TV	**:**Televizyon
N	**:**Evren
n	**:**Örneklem
DOÇ	**:**Doçent
PROF	**:**Profesör
S	**:**Sayfa
V.B.	**:**Ve Benzeri
YRD	**:**Yardımcı
S.P.S.S	:Statistical Package for the Social Sciences)
DİB	:Diyanet İşleri Başkanlığı
TDV	:Türkiye Diyanet Vakfı
KİA	:Kitle İletişim Araçları

GİRİŞ

Günümüzde İslam toplumlarında dini önder, dini lider veya dini bilgisi yüksek olan bireyler din görevlisi sıfatıyla genellikle "imam" olarak nitelenirler. İslâm dininin kurucusu ve öğreticisi olan Peygamberimiz Hz Muhammed (s.a.v.) ile başlayan ümmete örnek ve önder olma süreci bugünkü toplumlarda da aynı misyon ile devam etmekte ve günümüzde bu görevi imamlar icra etmektedirler. Hz. Peygamberin bu kutsal misyonu ve tebliğ metodu, güzel ahlakı ile kendi hayatında da tüm anlattıklarını yaşayarak İslamiyet'in temellerini oturtmuş ve bu ilkeler nesilden nesile din görevlileri tarafından aktarılarak günümüze gelmiştir. Peygamberimizin bir önder, lider, devlet başkanı, ümmetinin "İmamı" olması sebebi ile imamlık mesleği itibarı yüksek ve değerli bir vazife olmuş, eşsiz bir peygamberin sahiplendiği bu kutsal görevin taşıyıcısı ve sahiplenicisi olmak İslam tarihi boyunca önemsenmiş kutsallık atfedilmiş ve söz konusu görevin ağırlığı ve manevî sorumluluğu üzerinde dikkatle durulmuştur.

Çalışmamız kapsamında Kanaat Önderliği Bağlamında İmamlık Rolü çatısı altında bir nebzede olsun günümüz Türkiye'sinde ki mevcut din görevlilerinin, iletişim süreçlerini oluşturan beş temel faktörden biri olan kaynak faktörünü ele alarak, çalışmamızın temel sorunsalının yegane taşıyıcısı konumundaki imamın statüsü ve mesleğini kaynak olarak konumlandırarak; İmamların ve İmamlık Mesleğinin İtibarını, Kaynağın Güvenirliliği Bağlamında İmam'ın durumu, Kanaat Önderi Olarak İmam'ın Konumu, İmam Medya İlişkisinin mevcut durumu, Mesleki Tatmin ve Sahiplenmelerinin hangi seviyede olduğu, Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerinin durumu, Mesleki Yetkinliklerinin ve Almış Olduğu Eğitimlerinin yeterli olup olmadıkları ve Hedef Kitle ile İletişimleri ve Toplumsal İlişkilerine dair durumlarını ortaya koymak üzere bu çalışma hazırlanmıştır.

Çalışmamızın birinci bölümünde iletişim nedir, iletişim süreçlerini oluşturan faktörler nelerdir, iletişm sürecindeki bu faktörlerin incelenmesi ve özellikle konumuzun kompedanı konumunda olan imamın kaynak olarak konumlandırılması bu bölümün genel çalışmalarını kapsamaktadır.

Çalışmamızın ikinci bölümünde kaynak konumundaki imamın teorik

temellendirmesini oluşturan Kanaat önderliği kavramını inceliyoruz. Kanaat önderliği kavramı Paul Lazarsfeld tarafından sosyal bilimlere kazandırılmış önemli bir teorik perspektiftir. Lazarsfeld'in yapmış olduğu araştırmalarda; medya kanalı üzerinden gönderilen iletilerin hedef kitleye direk değil, bir aracı tarafından kanaat önderleri, kapı tutucular gibi hedef kitleyi etkileyecek şekilde bir bilgi akışının rol aldığı, kişilerarası iletişimin bu rolde ne kadar ve ne derece etkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Tezimizde bilginin veya mesajın iletilmesinde dini iletişimin olduğu tüm noktalarda dini kanaat önderi olarak imam kaynak konumunda değerlendirilmiştir. Lazarsfeld'in literatüre kazandırdığı iki aşamalı akış modeli, kaynaktan alıcıya mesaj gönderilirken kaynak konumuna kanaat önderi ve eşik bekçilerini konumlandırmış, Medya üzerinden değerlendirmelerde bulunmuştur. Tezimizde İmam'ın yüz yüze kişilerarası iletişim kapsamında, birincil görev alanı olan cami ve cemaati kapsamında değerlendireceğimiz için, İmam kaynaktaki kanaat önderi olarak değerlendirilmiştir.

İki aşamalı akış modeli bireye hedef kitleye haberin veya mesajın öz ve/veya ham hali değil, kapı tutucular tarafından kanaldan önce işlenmesi, daha sonra uygun bir kanal geleneksel ve modern medya araçları, kişiler arası iletişim v.b. gibi kanaldan sonra güvenilir bir kişi veya kurum tarafından aktarılmasını içermektedir. Bireyler özellikle karmaşık ve doğruluğu kesinleşmemiş enformasyonlar aldıkları zaman, kanaat önderinin durduğu noktayı, ileti karşısındaki davranışına göre hareket ederler. Bu durum imamların dini, milli ve manevi konular hakkında toplum üzerinde ne kadar etkili olduklarını/olabileceklerini göstermektedir.

İnsanlar yaratılışları gereği tutum ve davranışlarını, kanaatlerini doğuştan kazandıkları ve iç seslerinde edinmezler, aynı zamanda toplumun genel yaşayışı, kültürü, dinsel ritüeller, gelenek görenek gibi toplumun temel taşı olan, sonradan öğrenilen ve nesilden nesil aktarılan ve öğretilen kaynaklardan alarak geliştirirler. Dolayısıyla kanaatlerin, düşüncelerin, ahlakın oluşumu ve gelişiminde bireyin muhatap olduğu hem görsel hem de işitsel hafızaya sahip doğru kanal ile doğru mesaj kodlandığı zaman bireyin algılarında kanaat önderinin de etkisiyle hedeflenen yönde sonuç alınabilmektedir.

Kanaat önderliği kavramı incelendikten sonra İmam, iletişim ve kanaat önderliği üçgeninde imamın bireysel ve toplumsal yönünün daha iyi anlaşılabilmesi ve üçüncü bölümdeki alan çalışmasında konunun daha iyi analiz edilebilmesi için bazı sosyal fonksiyonlar irdelenmiştir. Bunlar; Karizma, Rol, Statü, İmaj, Algı, Tutum, Kimlik, Sosyal Bütünleşme ve Sosyal Çözülme, Cemaat ve Cemiyet, Hitabet, Tebliğ ve İrşad kavramlarıdır.

Sosyal fonksiyonlar incelendikten sonra; din kavramını ele alarak, dinin sosyolojik, psikolojik, toplumsal fonksiyonlarını ele aldık. Dindarlık kavramını, dindarlığın birey ve toplum üzerindeki etkilerine ve dini bir kişilik olarak bireye/İnanan kişiye rol model olma yolundaki İmam kavramını teorik olarak tartıştık.

Din; insanlık tarihinde ilk insandan başlayıp son insana kadar yani kıyamete kadara devam edecek, yaşadığı sürece bireyleri ve hatta canlıların tüm hayatlarına müdahele eden dolayısıyla topluma da müdahele eden hayatın tüm akışında varlığını hissettiren bir olgudur. Din sadece bireylerin hayatlarını cennet cehennem günah sevap akideleri ile değil, sosyal bir olgu olarak bireyleri kaynaşmaya, dayanışmaya ve bütünleşme üzerinde ciddi rol oynayarak toplumsal kargaşa ve kaosların önüne geçebilecek iktidardadır.

Teşkilatlanmaların ve grupların en küçüğünden en büyüğüne kadar ortak bir amaç ve hedef etrafında bir araya gelen bireyler, mutlak surette kendilerini yönetecek, yönlendirecek, motive edecek, bilgilendirecek, kriz anında yapması gerekeni belirleyecek bir lidere ve öndere ihtiyacı vardır. Bireyler kendilerini yönlendirebilecek, motive edecek, doğru mesajları alabileceği, karizmatik, bilgili, ahlaklı, kendine örnek ve önder seçebileceği dini önder ve liderler ararlar. Dini liderlik, dini kanaat önderliğindeki en önemli görev ve sorumluluk tezimizin kaynağı kaynağı konumundaki imamlara düşmektedir.

Dinin sosyolojik boyutu dendiğinde en başta dini cemaatler, gruplar ve topluluklar gelmektedir. Bireyler dini inanç ve pratiklerini bireysel hayatlarına nasıl ve ne şekilde aktardıklarını veya aktaracaklarını incelemek üzere birçok araştırma yaparlar. Dinin sosyolojik ve toplumsal boyutuna baktığımızda; bireyler sosyal sistem

içerisinde yaşarlar, eğlenirler, ticaret yaparlar, bireysel ve kurumsal sosyal ilişkilerde bulunurlar, tecrübeler yaşarlar. Bireyler tüm bu faaliyetler esnasında toplumla etkileşime geçer bunun yegane sonucu olarak sosyo kültürel, çevresel ve dinsel ilişkiler ortaya çıkar.

Birey mevcut iş, aile, eğitim gibi monotonlaşmış hayatından sıkıldığında kendini bırakabilecek kendi ile baş başa kalabilecek, dertleşebilecek, bireysel fikir ve düşüncelerinin yer bulabileceği bir grup ve cemaatte hayat bulabilmeyi istemektedir. Bireyler kişilikleri, çevreleri veya dini inanışları gereği birden çok sosyal grup veya cemaate iştirak etmektedirler. Birey her grupta veya cemaatte o grubun veya cemaatin sosyo-kültürel kurallar ve rollerinden etkilenir ve bu etkilenme yaşantısının formlarına yansır. Bu bağlamda günümüz toplumları daha çabuk organize edilip, bireyler ve toplumlar daha hızlı etki altına alınabilmektedir. İmamlara; ritüeller, dini ayinler araçları ile bireyin manevi ve psikolojik sorunlarına destek olmak bağlamında büyük ve önemli sorumluklar düşmektedir.

Günümüzde imamların hedef kitlesi cami sınırlarından çıkmış, köy ve kasaba sınırları genişlemiş, şehir ve metropollere taşınmıştır. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi, internetin yaygınlaşması, sosyal medyanın hayatımızın tüm alanlarına nüfuz etmesiyle girmesiyle, dini bilgiye ulaşımın da yöntemi, çeşitliliği, zaman ve mekan problemleri ortadan kalkmış durumdadır. İmamlar kendilerini bu dönemin gerekliliğine uygun şekilde yetiştirmeli, tebliğ ve irşatta bulunurken hitabet esnasında dinin içeriğini özünü değiştirmeden ama günümüz şartlarının tüm nimetlerinden doğru olarak faydalanarak doğru zamanda doğru yöntemle doğru kişiye doğru bilgiyi aktarmalıdır.

Bu süreçte sadece cami ile cemaat arasında sıkışıp kalmayan hem cemaatinin tüm sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarında yanında olan hem de cami dışındaki hedef kitle ile bir araya gelmek için mücadele eden, çabalayan imamlar rol model olma konusunda görevini hakkıyla yerine getirmede diğer meslektaşlarından önde olacaktır. İmam kendi bölgesinde, kendi camisinde, kendi mahallesinde aktif rol model olarak gayret etmeli, sadece camiyi açıp, kapatan günde beş vakit namaz kıldıran değil, kendi gayret ve çabalarıyla kendi ilmini geliştirerek kendi donanımını artırarak bölgesinde

hizmet eden ve o bölgede kanaat önderi olarak ön plana çıkmalıdır. Tezimizin alan çalışmasında imamların bu noktada neler yaptıklarını, ne kadar başarılı olduklarını, beklentilerinin neler olduklarına dair belli tutum ölçekleri ile analiz edilmeye çalışılmıştır.

Kanaat önderi, sosyal fonkkisyonlar ve din kavramlarının inclenmesinden sonra; hedef kitle konumunda ki kamu, medya, medyada din ve imamın yansımaları konularına değiniliştir.

Belirli mesajların kodlanarak kanal vasıtasıyla kaynaktan alıcıya aktarılması süreci iletişimin temelini oluşturmaktadır. İnsan doğduğu günden bugüne kadar bilerek veya bilmeyerek çevresiyle etkileşim ve iletişim halindedir. Kimi zaman sembollerle, kimi zaman beden dili ile kimi zaman sözcüklerle, kimi zaman duyu organlarıyla hissederek iletişim kurar ve bu sayede varlığını devam ettirir. İletişim doğumdan ölüme kadarki sürecin tamamında varlığını sürdürmektedir. İnsan psikolojik ve sosyolojik bir varlık olması sebebiyle duygu ve düşüncelerini başkalarıyla paylaşma ihtiyacı hisseder ve bunu iletişim yoluyla gerçekleştirir. Anlamak, anlatmak, öğrenmek, başkalarına ulaşabilmek için sürekli iletişim halindedir.

İletişim her geçen gün tüm bireyler, meslekler, toplumlar, ülkeler için daha önemli bir hale gelmektedir. Özellikle etkili iletişim, hedeflenen amaçlara ulaşmak konusunda daha önem arz etmektedir. Tüm iletişim platformlarında olduğu gibi dini iletişimde de iletişim etkisini ve kalitesini belirleyen faktör kaynakdır.Kaynağın güvenirliliği bu noktada ciddi önem arz etmektedir. Genel anlamıyla dini lider, konumuz kapsamında imam peygamber ardılı konumuyla Hz. Peygamberin varisi edasıyla onun ahlakıyla yalansız, doğru sözlü, emanete riayet eden, verdiği sözü tutan, okuduklarıyla hayat geçiren, yaptığı amelleri desinler için değil, Allah rızası için ihlasla yapan kişidir. İmam hayatını bu düsturla çizdiği takdirde hedef kitlesi için kaynak güvenirliliği diye bir problemi olmayacaktır. Hedef kitledeki algı, zihinlerdeki imaj ve imamı oturttukları statü kendiliğinden İslamiyet'in çizdiği rotaya oturacaktır.

Dünya, özellikle haberleşme tekniklerinin ve ulaşım olanaklarının hızlı bir şekilde gelişmesi sonunda küçülmüştür. Günümüzde dünya artık insanların ceplerinde

hayat bulmaktadır. İnsanlar, birçok olayı akıllı telefonlarından facebook, twitter, instagram gibi sosyal medyadan takip etmektedir. Kitle iletişim araçları ile hedef kitlelere istedikleri doğrultuda bir dünya imajı çizilmekte, akabinde de çizilen bu imaj hakkında neyi, ne kadar düşünmesi gerektiği kitlelere empoze edilmektedir. Dünya hakkında bütün bildiklerimiz veya bildiğimizi sandıklarımız bize, klasik ve yeni medya araçlarından aktarılmakta ve benimsetilmeye çalışılmaktadır. Bireylerin almış oldukları gereksiz dezenformasyonlar, olumsuz sonuçlar oluşturmakta, bireyleri özellikle manevi ve psikolojik anlamda yıpratıcı şekilde etkilemektedir. Bireylerin bu noktada gidecekleri, sığınacakları kapı dini önderler, imamlar, cemaatler, dini ritüeller, dini vecibelerdir. Tam bu noktada imamların insanlara önderlik ve sosyal danışmanlık yapma görevi düşmektedir.

Kitle iletişim araçları özellikle yukarda da bahsedildiği şekliyle insanların zihinlerini hedef alarak duygu ve düşünce dünyalarına etki eder. Böylece istenilen, arzu edilen bir toplum meydana getirilmeye çalışılır. İnsanoğlu farkında bile olmadan inşa edilen zihin dünyasının etkisi ile hareket eder ve medya hakim gücü elinde bulunduranlar tarafından yönlendirilir. Nerde ne zaman nasıl tepki vereceği kodlarla zihinde belirlenmiş bir topluluğun yönlendirilmesi oldukça kolaylaşmıştır. Toplum üzerinde hakimiyet kuran bu güç bir müddet sonra önü alınmaz düzeltilemez problemlerin odağı olur. İnsanların davranışlarını, inançlarını, yaşam biçimlerini ailelerini, ticaretlerini şekillendirilmiş ve her an her istenilen yöne dönebilecek bir toplum inşa edilmiştir. Elbette bu güç istenildiğinde olumlu yönde kullanıldığında doğru sonuçların alınmasını da kolaylaştıran bir güçtür. Olumsuz olarak görünen bu gücü din ve bireyler için olumluya çevirecek olan tek unsur, kaynak konumundaki güvenilir kanaat önderi olan imamdır.

Tezimizin üçüncü bölümünde; Kanaat önderliği bağlamında imamlık rolü üzerine bir saha çalışması planlanmıştır. Araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, yöntemi ve çalışma kapsamında deneklere yöneltilen bağımlı ve bağımsız değişkenleri içeren sorular ve yapılan çalışma kapsamında elde edilen bulgulara yönelik değerlendirmelere yer verilmiştir.

Bu araştırma; İletişim sürecindeki kaynağın işlevini yükümlendiğini varsaydığımız imamların hedef kitle nezdinde bu işlevini ne düzeyde ifa ettiğini gözlemlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. İmamlık mesleği gereği biçilmiş bu rolün, imamlık görevinin ifa edilmesi aşamasında, imamların, rol model olarak ve kanaat önderi vasfı ile imamların kişiliğinde ve ilişkilerinde nasıl tebarüz ettiğini gözlemlemek, diğer temel hedeflerinden biridir. .

Araştırmanın evrenini Türkiye cumhuriyeti Devleti sınırlarındaki İmamlar oluşturmaktadır. Bizim çalışma evrenimizi ise İstanbul ilindeki; Şişli, Üsküdar, Sultanbeyli, Ataşehir, Fatih ilçelerindeki görev yapan imamlar oluşturmaktadır. Beş ilçedeki 100 camideki 100 imamdan oluşmaktadır. Örneklem olarak seçilen cami ve imamlar rastgele tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiş, yüz yüze anket yapılmıştır.

Tez çalışmasında; kanat önderliği bağlamında imamlık rolü üzerine hazırlanan bu araştırmada hipotezler üretilmiş ve hipotezleri ortaya koyabilecek, denekler için hazırlanan 85 adet soru ile tutumlarını ölçmeye yönelik ölçüm araçları olarak kullanılmıştır.

Bu çerçevede araştırmanın hipotezleri şunlardır:

- İmamlar toplum nezdinde mesleklerini saygın, kendilerini itibarlı olarak görmektedirler.
- İmamlar güvenilir bir iletişim kaynağı olarak konumlandırılmaktadır.
- İmamlar hedef kitleleri nezdinde Kanaat önderidir.
- İmamların medyadaki imajları değişmiştir.
- İmamlar mesleklerini severek yapmaktadır ve mesleki tatminleri yüksektir.
- İmamların aldıkları eğitimleri yeterli değildir.
- İmamların eğitim ve birikimleri mesleği gerektiği gibi icra etmeleri için yeterli değildir.
- İmamların mesleki hedef kitlesi iletişimleri yoğun ve yüz yüzedir.

Bu çerçevede araştırmanın tutum ölçekleri gruplandırması aşağıdaki gibidir:

- İmamların ve İmamlık Mesleğinin İtibarının Konumlandırılması,

- Kaynağın Güvenirliliği Bağlamında İmam'ın Konumlandırılması,
- Kanaat Önderi Olarak İmam'ın Konumlandırılması,
- İmam Medya İlişkisinin Konumlandırılması,
- İmamların Mesleki Tatmin ve Sahiplenmelerinin Konumlandırılması,
- İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerinin Konumlandırılması,
- İmamların Mesleki Yetkinliklerinin ve Almış Olduğu Eğitimlerinin Konumlandırılması,
- İmamın Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkilerinin Konumlandırılması

Tezde ilk iki bölümde kanaat önderliği ve sosyal fonksiyonların incelenmesi, dindarlık, imam, iletişim ve medya başlıkları altında literatür taraması yöntemi kullanılarak teorik altyapı oluşturulmuştur. Teorik kısmın veri kaynakları, Türkiye özelinde, Dünya genelindeki ilgili konulara ait ulaşılabilen dokümanlardır. Ağırlıklı Nitel araştırma tekniklerinin kullanıldığı uygulama bölümünde ise veri toplamak amacıyla doğrudan gözlem ve tesadüfi örneklem yöntemleri kullanılmıştır. Görüşmeler tesadüfi olarak seçilen 100 camideki 100 imam bizzat görev yerlinde ziyaret edilerek ve sorular tek tek sorularak yapılan görüşmelerden elde edilmiştir. Tezimizin sonuç kısmında yapmış olduğumuz görüşmelerin değerlendirilmesi, yapılan mülakatlar ve de literatürden elde edilen bilgiler ışığında Kanaat önderliği bağlamında imamlık rolü üzerinde bir takım fikir ve öneriler paylaşılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM VE MEDYA

1.1. İletişim: Temeli ve Gelişimi

İletişimin ne olduğu ve ne tür eylemlerin iletişim kabul edildiği konusunda farklı tanımlar olsa da sonuçta hemen hepsi aynı şeyi söylemektedir. "İletişim, gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu/kitlesi arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir" (Becer, 1999, s.11).

İletişim, birey ile birey, birey ile grup (camide imam- cemaat), grup ile grup (sempozyum ve dinleyiciler), devlet ile devlet (iki devlet arasındaki diplomasi), kültür ile kültür (farklı kültürlere mensup gruplar), arasında anlam içeriği olan simge ve iletilerin alınması, algılanması, yorumlanması ve yeniden iletilmesi sürecidir. Bütün bu sistemler içinde bulundukları toplumsal yapıdan etkilenir ve bu yapıya göre iletişim sürecinin yol haritası belirlenir (Bal, 2013, s. 24).

Ünsal Oskay ise iletişimi şöyle tanımlamaktadır; "Birbirlerine ortamlarındaki nesneler, olaylar, olgularla ilgili değişmeleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular, nesneler, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine iade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirişimlerine iletişim diyoruz" (1997, s. 15).

İletişim bireyin ve toplumun vazgeçilmez bir unsuru ve bireyin kendisini ifade edebilmesi için gerekli bir araçtır. Birey, çevresiyle iletişim kurarak ve etkileşimde bulunarak hayatını idame ettirir. İnsanın her davranışı, duruşu, oturuşu kendini ifade etmesinde bir araçtır. Dolayısıyla insanın günlük hayatın her aşamasında etkileyen ve etkilenen konumda olması onun toplumsal varlık olarak kendini gerçekleştirmesini de sağlamaktadır (Oskay, 1997, s.7).

İletişim sadece klasik modelin önerdiği şekilde değil, ötesinde yaşayan bir süreçtir. İletişim sadece kaynağın belli mesajları kanal vasıtasıyla alıcıya gönderip, alıcının mesajları algılayıp kaynağa geridönüşümde bulunup, alıcının kaynak, kaynağında alıcı olduğu bir süreçten ibaret değildir. Bunlar sürecin içindedir lakin, bunların dışında doğanın ve sosyal çevrenin tümünün ilişkilerini de kapsamaktadır. Bunun yanı sıra iletişimsizlik de mümkün olmadığına göre, insan ile birey, toplum, gruplar arasındaki tüm ilişkiler birer iletişimdir. Bu iletişim çeşitli şekillerde olabilir, sözel, işitsel görsel v.b. etkisinin ve sonucunun ne olduğu veya nasıl olacağı her iletişim şeklinde ve tekrarında farklılık arz edecektir. Aynı zamanda tek yönlü ve çift yönlü olarak da iletişim gerçekleşebilmektedir (Bal, 2013, s. 14-15).

Sözcük olarak dilimizde yeni, kavram olarak eski olan iletişim farklı etkileşim ve anlamları tanımlamak için kullanılır. İletişimin bilgi vermek, duyguları ifade etmek, tahayyül etmek, tasavvur etmek, etkilemek ve sosyal beklentileri yerine getirmek, yönetmek, eğlenmek gibi bir dizi nedeni ve amacı vardır. İletişim insan hayatının tüm alanlarında ve etkinliklerinde her zaman mevcuttur, amacı bireyin çevresi üzerinde etkili olma, çevreyi anlama ve anlamlandırma isteğidir. Dolayısıyla toplumsal yaşamı uygun kılar ve toplumsal yaşamın temelini oluşturur. Tün insan etkileşimleri iletişimle gerçekleştirilir ve sürdürülür. İletişim toplum yaşantısı sürecinde toplumdaki bireylerin karşılıklı ilişkilerini düzenler, geliştirir ve zamanda korunmasını sağlar (Zıllıoğlu, 2014, s. 28-33).

İnsanoğlu, düşündüklerini seslendirebildiği ölçüde anlaşılma imkânı bulmaktadır. Aklında tasarladığı ve davranışlarının nedeni olan düşüncelerinin, muhatabına doğrudan ve net bir şekilde aktarılması, iletişimin sağlığı açısından son derece önemlidir. Kişi, düşündüklerini net bir biçimde ortaya koyamadığında yanlış anlaşılabilmekte, talepleri geri çevrilebilmekte ayrıca karşıdaki kişiyi anlayışsızlıkla suçlayabilmektedir. Dolayısıyla kişi, davranışlarına neden olan düşüncelerini karşısındakine aktarabildiği ölçüde anlaşabilmektedir (Zıllıoğlu, 2014, s. 46).

Erdoğan iletişimi şöyle tariflemektedir: *"İletişim insan faaliyetlerini anlatır. İletişim, eşitlikle diyalogdur; egemenlikte baskı ve mücadeledir; bir anlamın iletimi, bir alışveriş, bir ilişki ve ilişkideki faaliyettir. İletişim bütün canlı varlıkların yaşam*

gereğidir. İletişim olmaksızın ne insanın kendiyle ve dış çevresiyle ilişkisi ne de etkinlikleri olabilir. Nerede insan faaliyeti varsa, orada iletişim vardır. İletişim insan yaşamının ve ilişkisinin temel koşuludur. İletişim insan insan ilişkisinin süre giden sürecidir; insanla birlikte gerçek zaman ve gerçek yerde olur; sosyal bir görüngüdür (fenomendir). Bu nedenlerle, iletişimi anlamak için iletişimin olduğu sosyal, ekonomik, siyasal ve tarihsel konum içinde incelemek gerekir" (1997, s. 20).

Yukarıda da bahsedildiği şekliyle belirli mesajların kodlanarak kanal vasıtasıyla kaynaktan alıcıya aktarılması süreci iletişimin temelini oluşturmaktadır. İnsan doğduğu günden son nefesine kadar bilerek veya bilmeyerek çevresiyle etkileşim ve iletişim halinde olur. Kimi zaman sembollerle, kimi zaman beden dili ile kimi zaman sözcüklerle, kimi zaman duyu organlarıyla iletişim sürekli varlığını devam ettirmektedir. İletişim doğumdan ölüme kadarki sürecin tamamında süregelmektedir. İnsan psikolojik ve sosyolojik bir varlık olması sebebiyle duygu ve düşüncelerini başkalarıyla paylaşma ihtiyacı hisseder ve bunu iletişim yoluyla gerçekleştirir. Anlamak, anlatmak, öğrenmek, başkalarına ulaşabilmek için sürekli iletişim halindedir.

İnsan yaratılışı gereği duygu, düşünce ve tecrübelerini toplumun diğer bireylerine nakil ve aktarma isteği barındırmıştır. Sürekli olarak daha fazlasını arzulayarak yaratılmış olan insan, daha fazla bireye ulaşma isteği ile toplumun diğer bireylerine ulaşmak için sözlü, sözsüz ve yazılı iletişim sistemlerini kullanarak duygu, düşünce ve tecrübelerini aktarmışlardır. Günümüzde ise; iletişim bireysel ve toplumsal açıdan daha fazla önem kazanmış, toplumsal ve bireysel sorunlar arttığından ötürü, bireyler sorun ve problemlerini çözmek için birbirleri ile iletişim kurmaları daha da değerlenmiştir. İletişim bireyin yaşamını anlamlı ve anlaşılabilir bir hale getirmekte, toplumu oluşturan bireylerin problemlerin çözümü için vazgeçilmez ve en etkili yol olarak karşımıza çıkmaktadır. İletişim kurulamadığında ister bireysel, ister toplumsal sorunlar oluşacak ve giderek büyüyen bir problem ortaya çıkacaktır. Olumsuzluk ve problemlerin en aza indirilmesinin geçerli en iyi yolu bireylerin iletişimde oldukları hedef kitlelerini dikkatlice dinlemeleri, hoşgörü ve mantık çerçevesinde tüm sorun ve problemleri iletişime geçerek çözümlemelidir (Işık v.d., 2010, s. 12-13).

İletişim yalnızca haber, mesaj, düşünce, konuşma, bilgi paylaşımı gibi temel gündelik konulardan ibaret değildir. İletişim insanların temel ihtiyacı olan bilgi haber alma haber verme sürecini kendi içinde barındırır. İnsanları içinde yaşadıkları toplum içinde sosyalleştirir. Beşeri münasebetlerini geliştirir. Kendine koyduğu hedeflere karşı motive eder, çevresiyle tartışarak karşılıklı fikir alışverişi ile kendini ve çevresini geliştirir. Eğitim ve kültür faaliyetlerinde, kişisel gelişimde bireyin kişilik oluşumunda etkendir.

1.2. İletişim Süreci ve Öğeleri

İletişim bir süreçle başlar ve süreçle biter. Bu süreç kaynak, mesaj, alıcı (hedef kitle), kanal, gürültü ve feedback den oluşur. Tamamlanan her iletişim süreci bir sonraki iletişim sürecinin başlamasına sebep olur. Bu bölümde kısaca iletişim sürecini oluşturan öğeleri ele alacağız:

1.2.1.Kaynak

İletişim sürecinin temelinde kaynak bulunmaktadır. Kaynak, iletişim sürecini başlatan, alıcıya aktarmak istediği duygu, düşünce, fikirlerini vb. bir mesaja sahip kişi ya da kişilerdir. Kaynak seçme, yorumlama, düşünme, algılama ve anlamlandırma ile ürettiği mesajını anlamlı simgeler aracılığı ile kodlayarak belirli bir kod sistemi içinde gönderir. Kelime anlamı olarak çıkış yeri anlamına gelen kaynağın iletişimde çıkış noktasını oluşturduğu ifade edilebilir. Kaynak kelimesi İngilizcede “communicator” kelimesi ile belirtilmekte, kelimenin Türkçe karşılığı ise sinyal gönderen, konuşan kimse, iletişimci olarak açıklanabilir. Bu açıklama temelinde kaynak kişi ya da kişiler olabileceği gibi aynı zamanda da bir makine de olabilmektedir. Bir kitapta kitabın yazarı, bir konferansta konuşmacı, kitle iletişiminde yayın aracı (televizyon, gazete, vb.) kaynak olabilir. Kaynak bir düşünceyi, duyguyu, bir fikri bir anlam yükleyerek çeşitli kelimeler, rakamlar, işaretler, beden hareketleri, yüz ifadeleri gibi sembollerle kodlayarak bir mesaj haline getirendir (Gürüz ve Eğinli, 2015, s. 9).

Bir iletişim sürecinin başlaması için öncelikle kaynağa ihtiyaç vardır. Çünkü kaynak beklediği bir davranışı gerçekleştirmek üzere, alıcı veya alıcılara mesaj iletecektir. Bu nedenle iletişim, kaynağın mesajı göndermeye başlaması ile ortaya

çıkar. Kaynak, mesajı ileten kişi veya mesajın çıkış noktası olarak tanımlanabilir. İyi bir iletişim için kaynağın taşıması gereken özellikleri kısaca şu şekilde sıralayabiliriz (Erdoğan, 1999, s. 285):

- Kaynak göndereceği mesaj konusunda bilgili olmalıdır. Kaynak, bilgisi oranında kodlama ve mesajı gönderme gücüne sahiptir. Bilgi, mesajın kodlanma biçimini belirlediği gibi, içeriğini, alıcıdan beklenecek olan davranışı da etkiler. Kaynak göndereceği mesajın oluşturacağı davranış hakkında, mesajın nedeni konusunda ve mesajın kodlarının etkisi konusunda bilgili olmalıdır. Kaynağın bilgili olması iletişimin sürekliliğini de etkiler. Eğer kaynak gerekli bilgiye sahip olursa, alıcının istediği bilgileri sağlayabilir, aksi takdirde, kaynak bir aktarıcı olmaktan öteye geçemez.
- Kaynak, alıcıya göndereceği mesajın nasıl kodlanacağını sözlerin ve işaretlerin anlamının ne olduğunu bilmelidir. Yanlış veya yetersiz biçimde kodlanan bir mesaj, etkin olmayacağı gibi, istenilenin dışında bir davranış da yaratabilir. Kaynağın kodlama özelliği, alıcı ile kültür bağı kurmuş olmasına da bağlıdır. Eğer kaynak alıcıyla benzer kültür düzleminde ise, mesajı daha kolay kodlayacaktır. Özellikle jest ve mimiklere dayalı iletişimde kültürel yakınlık ve kaynağın kültürel kodlamaları bilmesi daha önemli olacaktır.
- Kaynak bulunduğu düzleme uygun davranmalı, göndereceği mesaj ile statüsü ve rolü arasında ilişki olmalıdır. Kaynağın, davranışın gerçekleştirdiği statü ve role uygun düşmeyen bir mesajı göndermesi halinde, mesaj ya alıcılarca işleme konmaz ya da olumsuz etkileşime neden olur. Ayrıca kaynak bir davranışa neden olmak üzere mesaj gönderiyorsa, bu davranış bulunduğu rol davranışı ile ilişkili olmalı ve alıcıların da söz konusu rol düzlemi ile bağı olmalıdır.
- Etkin bir iletişimin sağlanması için, alıcılar kaynağı tanımak isterler. Alıcı aldığı mesajı değerlerken, kaynağın özelliğine göre değerler. Kaynak alıcı tarafından ne ölçüde tanınıyorsa ve bu tanıma ne ölçüde olumlu ise, gerçekleşen iletişim o ölçüde etkin olur. Tanınmayan ve ya olumsuz tanınan kaynağın gönderdiği mesajlar, alıcılar üzerinde olumlu etki oluşturmaz.

Etkili bir iletişimin gerçekleşebilmesi iletişimi başlatan kişi kaynak olduğuna göre öncelikle kaynağa bağlıdır. Bu nedenle kaynağın sahip olduğu özellikler çok

büyük önem taşımaktadır. Kaynağın göndereceği mesaj konusunda bilgi sahibi olması, mesajın kodlanmasını belirleyeceği gibi, alıcıdan beklenen geribildirimi de etkileyecektir. Kaynağın sahip olduğu bilgi iletişimi sürekli kılarak alıcının istediği geribildirimin de iletilmesini mümkün kılacaktır. Buna bağlı olarak kaynak mesajın nasıl kodlanacağını, diğer bir ifade ile sözlü ve sözsüz ifadelerin anlamaları konusunda bilgili olmalıdır. Mesaj kodlamasında meydana gelen bir yanlışlık ya da eksik kodlama nedeniyle iletişim istenen biçimde gerçekleşememektedir (Erdoğan, 1999, s. 282).

Yukarıda bahsedilen temel nitelikler kaynağın başarılı olması için temel özellikleri taşımaktadır. Bunun yanı sıra iletişimi başlatan kişi yani kaynak ne kadar güvenilir ise alıcıyı o kadar etkileme şansı vardır. Kaynağın hedefi ikna edebilmesi, inandırabilmesinin en önemli şartı güvenilirliktir. Bunun yanı sıra alıcının kaynağın kendi tutumunu ve düşüncesini değiştirmeye yönelik bir amacının olmadığına yönelik bir inanca sahip olması veya tamamen iyiniyetli olduğu alıcı tarafından benimsendiğinde daha kolay ve kaliteli iletişim kurulabilmektedir. Kaynak doğru zamanda doğru mesajı vererek retorik kabiliyetini kullanarak mesajın doğru anlaşılmasında etkili bir faktör olabilir. Kaynağın sevilen, saygı duyulan, itibar edilen kişi veya kurum olması durumunda ilettiği mesajlar alıcı tarafında daha etkili ve başarılı olabilmektedir. Alıcı kendini kaynakla özdeşleştirmekte ve sonuç olarak da verilmek isten mesaj etkisini daha çabuk göstermektedir.

Diğer taraftan kaynağın fiziki dış görünüşü, kılık kıyafeti, saygınlığı, karakteri, güzel ahlakı, kişiliği, söylemleri ile yaşantısının uyuşması alıcı tarafından dikkatle gözlemlenen, kendi dünyasında değerlendirilen, belli süzgeçlerden geçirildikten sonra kaynağı kendi zihninde bir imaja, statüye oturtmaktadır. Kaynak konumundaki kişi hedef kitle ile etkileşime geçerken mesajlarını iletirken bu konuları göz önünde bulundurarak hareket etmelidir.

İletişim sürecinde kaynak mesajın çıkış noktasını belirtir. Dolayısıyla kaynak "mesajı oluşturan ve bir kanal vasıtasıyla hedef kitleye ulaştıran birim" olarak tanımlanabilir. Bu noktada önemli olan kaynak hedef kitleye mesaj göndermedeki amacının ne olduğudur. Kaynağın birincil amacı alıcıyı etkilemek, gönderdiği iletilerin hedef kitlede istediği yönde duygu, düşünce ve yaşam biçiminde tavır ve düşünce

değişikliğinin sağlanmasıdır. Kaynağın yönettiği bu sürecin arzu ettiği şekilde sonuçlanabilmesi için; "kaynak durumundaki kişi, kurum ya da birimlerin, hedef kitleyi oluşturan bireylere oranla olaylar arasındaki ilişkileri çabuk kavrayabilmesi, isabetli kararlar alabilmesi, duygu ve düşüncelerini akıcı bir üslupla, akılcı ve etkili bir şekilde ifade edebilme gibi yeteneklere sahip olması gerekmektedir" (Işık v.d., 2010, s.19).

1.2.2.Kanal

Kanal; göndericinin sinyallerinin alıcıya aktarıldığı fiziksel araçlardır. Temel kanallar ışık dalgaları, ses dalgaları, radyo dalgaları, telefon kabloları, sinir sistemi ve benzerleridir. Bunların her biri mesajı etkiler. Araç; kanal yoluyla gönderilen iletilerin bireyin algılayabileceği sinyale dönüştüren sistemdir. Dolayısıyla kanal, hem mesajın iletildiği yol, hem de yoldaki araçtır. Aracın bu donanımları, aracın aktarabileceği kodların miktarını belirler (Fiske, 2003, s. 35).

İletişim Kanalları ile iletişim araçları çoğu kez aynı anlamda kullanılsa da aralarında farklar vardır. Küresel iletişim ağlar (kanallar) ile birbirine bağlı olan milyonlarca bilgisayar, insanlara ve örgütlere gelişmiş bir iletişim olanağı sunmaktadır. Elektronik iletişim türlerinden internet e-mail ve özellikle örgütsel iletişimde yerel iletişim sağlayan intranet, bilgi işleyen örgütlerde önemli iletişim kanallarıdır. İletişim sürecinde hangi kanal ve/veya aracın seçileceği iletişimin niteliğini belirleyecektir. Kuşkusuz seçilen farklı kanal ve araçların etkinliğini de farklılık gösterecektir (Tutar ve Yılmaz, 2010, s. 37).

İletişim sürecinde kullanılan kanallar temel olarak üç kategoride incelenebilir (Fiske, 2003, s. 36):

Sunumsal Araçlar: Sunumsal araçlar, iletişim sürecinde kişinin varlığını zorunlu kılmaktadır. Genellikle içinde bulunulan zaman ve yer ile sınırlı olan iletişim eylemini aktarabilmektedir. İletişim kuran kişi ya da kişilerin ses, yüz, bedenini kapsamaktadır. Buna bağlı olarak bu araçlar konuşma ile aktarılan sözcükler, biçimler, sesler, yüz ifadeleri, jestler, mimikler olarak açıklanabilir.

Temsili Araçlar: Temsili araçlar, kişiden, yerden ve zamandan bağımsız bir iletim özelliğine sahiptir. Bu araçlar kitap, fotoğraf, resim, heykel gibi kültürel ve estetik değerlerin iletilmesinde kullanılır. Kaydedilmesi ve saklanması mümkündür.

Mekanik ve Teknolojik Araçlar: Mekanik ve teknolojik araçların en önemli özelliği aktarma işlevine sahip olmalarıdır. Telefon, radyo, televizyon, internet gibi araçlar iletişim aracı olarak kaynak ve alıcı arasında aktarımı sağlarlar.

Gazete, kitap, bilgisayar, not kâğıdı, söz, sözcükler, beden dili, ses titreşimleri birer kanaldır. Kanal kaynak ile alıcıyı birbirine bağlayan bağdır. İletişimin şekline, içeriğe, lokasyonuna göre kanal farklılık arz etmektedir. Alıcıya hedeflenen mesajı iletebilmek için uygun kanalları kaynak seçmelidir.

1.2.3.Mesaj (İleti)

Düşünce, duygu ya da bilginin kaynak tarafından kodlanmış biçimi olarak tanımlanan mesaj, bir duygu veya düşünceyi aktarmayı isteyen kaynağın ürettiği sözel, görsel ve işitsel simgelerden oluşan somut bir üründür. Mesaj, göndericinin alıcıya gönderdiği veri iletileridir. Mesaj bir konuşma ise, duyulan bir mesaj, yazılı sözcükler ise, okunan bir mesaj, jest ise, görülen ve hissedilen bir mesajdır. Mesaj, özel anlamı olan kodlanmış sembollerdir. Mesajı gönderen kişi, gönderdiği mesaja özel bir anlam verir. Orijinal mesaj ve algılanan mesaj arasında fark ne kadar büyürse, kişiler arası iletişim o kadar zayıflar; mesajın anlamında o ölçüde sapma olur. Etkin bir iletişim için, gönderici ve alıcı, aynı anlamı paylaşmalıdırlar (Lyman ve Karlena, 1983, s. 7).

Mesajın içerik ve ilişki olmak üzere temel anlamda iki özelliği bulunmaktadır. İçerik özelliği, iletişim sırasında kullanılan bilgiyi ya da bilgi düzeyini ifade etmektedir. İlişki özelliği ise, kaynağın alıcı tarafından nasıl anlaşılması gerektiği ile ilişkilidir. İlişki özelliği, kaynağın kişisel özellikleri, alıcı hakkındaki düşüncesi, tutumu ve davranışlarına yönelik bilgiyi açıklamaktadır. Bu özellik kaynağın sözel ifade biçimine ve sözsüz davranışlarına yansımaktadır. Mesajın hem içerik hem de ilişki özelliği iletişim sonucunda alıcıyı belirli bir davranışa yönlendirme, bir konuda düşündürme vb. etkilerin yaratılmasında belirleyici olmaktadır. Mesajın iletişim

sürecinde istenilen etkiyi yaratabilmesi için temel olarak aşağıdaki özellikleri taşıması beklenmektedir (Erdoğan, 1999, s. 286-288).

- **Mesaj Anlaşılır Olmalıdır:** Mesajlar anlaşılırlık, tür ve içerik açısından ele alınmaktadır. Sözel ve sözel olmayan mesajlar en anlaşılır biçimde sunulmalıdır. Anlaşılırlık, kaynak ve alıcının bilgisine, deneyimine ve yeteneğine bağlıdır.
- **Mesaj açık olmalıdır:** Açıklık istenen ve beklenen etkinin gerçekleşmesi açısından oldukça önemlidir. Kaynak, gönderdiği mesaj sonucunda alıcıdan belirli bir tepkiyi göstermesini beklemektedir. Bu noktada mesajın alıcısının kim olacağı, hangi alıcının ne yapması gerektiği mesajın genel ifadesi içinde yer almaktadır.
- **Mesaj Zamanında İletilmelidir:** Her iletişimin belirli bir gerçekleşme zamanı vardır. İletişim, mesajın içeriğine uygun olan zaman içinde gerçekleşmelidir. Alıcıdan beklenen davranış ya da tepki de belirli bir zamana bağlı olabilir. Mesajın zamanlamasına dikkat edilmeli, mesajın içeriği zaman konusunda da bilgiler içermelidirler.
- **Mesaj Uygun Bir Yol İzlemelidir:** İletişimin gerçekleştiği ortam uygun olan bir iletişim ağı seçilmelidir, mesaj bu yolu izleyerek alıcıya gitmelidir. Mesaj uygun yolu izlemeden alıcıya varırsa, etkinliğini kaybedebileceği gibi, aynı zamanda kaynak ile alıcı arasındaki ilişkiye de etki edebilmektedir.
- **Mesaj Kaynak ve Alıcı Arasında Kalmalıdır:** Mesaj kaynaktan alıcıya ulaşana kadar, farklı kişilerden ve aşamalardan geçmektedir. Bu nedenle mesajın kaynaktan alıcıya ulaşması sırasında mesajın içeriğine başka etkenler tarafından çeşitli etkenler yapılabilir ve bu kaynağın temelde iletmek istediği anlama zarar verebilir anlamında bozulmalar oluşabilir.

İletişim sürecinde mesaj hedef kitlenin ilgi ve alakasına göre dizayn edilmeli, açık, net ve anlaşılır bir ifadeyle alıcıya sunulmalıdır. İletişimin etkili olabilmesi için mesajın hedef kitlenin gereksinim ve ihtiyaçlarını karşılamalı ve farkındalık uyandırmalıdır. Hedef kitlenin geçmiş yaşantısı ve bilgi birikimleri göz önüne alınarak mesaj kodlanmalıdır.

1.2.4. Alıcı (Hedef Kitle)

İletişim sürecinin en önemli unsurlarından birisi de mesajı alan kişi, yani alıcıdır. Alıcının mesajı taşıyan sembolleri duyu organları kanalı ile algılamasıyla (sembollere anlam vermesi ile) iletişim süreci sona erer. İletişim sürecinin etkinliği alıcı ile göndericinin aynı sembollere aynı anlamları vermeleri ile sağlanabilir. Bunun için alıcının, her şeyden önce iyi bir dinleyici olması gerekmektedir. Ayrıca alıcı okuma veya gözleme (inceleme) yolu ile de mesajları alabilir (Koçel, 2005, s. 538).

Çevreden bireye yöneltilen uyarılar, bireyin zihnine bu filtrelerden geçerek ulaşır. Bu filtreler aynen süzgeç gibi seçici bir işlev görür ve otomatik olarak devreye girerler. Başka bir deyişle filtreler bireye ulaşan bilgileri bireyin kendi amaç, değer yargıları, inanç ve tutumları ekseninde değerlendirme ölçütleridir. Bu anlamda bireyin kendi dünyasıyla örtüşmeyen bilgileri ya hiç değerlendirmez ya da kendi dünyasıyla örtüşecek biçimde dönüştürerek yorumlar. Bu ilke iletişim sürecinde bulunan herkes için geçerlidir. Bu nedenle, iletişimde yaşanan çoğu sorunlar, iletişimin bu ikili seçicilik yapmasından yani hem kaynağın hem de alıcının mesajlara ve uyarılara seçici davranmasından kaynaklanır. Bu açıdan iletişimde bulunurken, ortak bir algısal çevrenin varlığına, yoksa oluşturulmasına ihtiyaç duyulur. Çünkü ortak bir algısal çevre sağlamadan mesaj olduğu gibi gönderilirse, iletişimde bulunulan taraflar kendi deneyimine ve dünyasına uygun düşen bir algısal çevreye göre mesajı alır ve yorumlar. Bunun doğal sonucu olarak, aynı mesaj, aynı ortamda farklı biçimde yorumlanır (Cüceloğlu, 2004, s. 90).

Gönderilen mesajlar alıcıya ulaştıktan sonra, alıcı bu mesajları aslına uygun ve anlamlı bir şekilde yorumlar. Bu algılama ve yorumlama işlemine çözümleme adı verilir. İletişim süreci içerisinde mesajlar ancak kod çözme yoluyla, kağıt üzerindeki anlamsız işaretler, ya da bir takım ses ve görüntü sinyalleri olmaktan çıkıp, anlam kazanırlar (Tutar ve Yılmaz, 2010, s. 35).

İletişimin başarılı bir şekilde gerçekleşmesi için, gönderici, alıcının örgüt ya da grubu için deki yeri, düşünceleri, inanç ve tutumları, toplumsal-ekonomik konumunu bilerek doğru kanalla mesajını iletirse gönderici tarafından iletişim tamamlanmış olup

alıcı tarafındaki süreç başlamış olacaktır. Alıcı (Hedef) Kaynağın gönderdiği iletilerin hedefidir. Gönderilen kodlar alıcı tarafından alınıp anlamlandırıldıktan sonra kaynağa geri dönüş işlemi yaparak kendi kaynak konumuna geçmektedir.

1.2.5.Geribildirim

Geribesleme kısaca, alıcının tepkisinin göndericiye aktarımıdır. Geribesleme konuşmacının konuşmasını, izleyicilerin gereksinimlerine ve tepkilerine uygun hale getirmesini mümkün kılar. İyi konuşmacılar genelde geribeslemeye duyarlı kişilerdir; gururlu, otoriter kişiler ise geribeslemeyi hemen tümüyle görmezden gelirler. Bazı iletişim kanalları geribeslemeyi güçleştirir. Etkileşimci radyolar ve telefonlar geri beslemenin bazı işlevlerini görebilen değişmeli aktarıma izin verirler, ancak buradaki geribesleme yüz yüze iletişim sırasında görülen eşzamanlı geribeslemeden farklı bir düzeydedir. Geribesleme temelde kanalların kullanıma açık oluşu tarafından belirlenir. Yüz yüze iletişimde geribeslemeyi sesimle aktarabilir ve eşzamanlı olarak gözlerimle alabilirim. Diğer bir etmen bu kanallara erişimdir. Mekanik iletişim araçları, özellikle kitle iletişim araçları, erişimi ve dolayısıyla geribeslemeyi sınırlandırırlar (Fiske, 2003, s. 39-40).

Geribeslemenin temel işlevlerine baktığımızda Fiske; İletişimcinin, iletisini alıcının gereksinimlerine ve tepkilerine uygun hale getirmesine yardımcı olur. Ayrıca bazı ikincil işlevlere de sahiptir. Belki de bunların en önemlisi, alıcının iletişimine katıldığı duygusuna kapılmasına yardımcı olmasıdır. İletişimcinin tepkilerimizi hesaba kattığının farkına varmamız halinde, onun iletilerini benimsememiz daha olasıdır: Tepkilerimizi gösterememe, çok fazla gürültüye yol açan sinirli bir hava oluşmasına neden olur ve sonuçta ileti tümüyle kaybolabilir. Her ne kadar geribesleme hedeften kaynağa bir geri dönüş ilmeği atıyorsa da, modelin doğrusallığını yok etmez, ileti aktarım sürecini daha verimli kılmak için oradadır (2003, s. 40-41).

Geribildirim ile iletişim sürecinde alıcı kaynak, kaynak da alıcı durumuna geçmektedir. Geribildirim mesajları “pozitif ya da negatif, kişi ya da mesaj odaklı, gecikmiş ya da hemen, destekleyici ya da eleştirel, düşük ya da yüksek düzeyde kontrol” özelliğine sahip olabilmektedir (Devito, 2004, s. 13-14):

Pozitif-Negatif Geribildirim: Pozitif geribildirim, iletişim sürecinde iltifat etmek, övmek, tebrik etmek gibi olumlu durumları ifade etmektedir. Negatif geribildirim ise, kişilerarası iletişimde eleştirmek, kaş çatmak, tehdit etmek, sert bir şekilde bakmak gibi olumsuz durumları açıklamaktadır. Pozitif geribildirim, iletişimde bulunulan kişiye/kişilere iletişimin doğru bir şekilde ilerlediğini ve aynı şekilde devam edebileceğini göstermektedir. Negatif geribildirim ise, konuşan kişiye yanlış bir şeylerin olduğunu, bir şeylerin yanlış gittiğini, yeni düzenlemeler yapması gerektiğini ifade etmektedir.

Kişi Odaklı-Mesaj Odaklı Geribildirim: Geribildirim kişiyi iletişimin merkezine alabilmektedir. Örneğin "sen çok tatlı bir insansın", "çok güzel gülüyorsun" gibi ifadelerle geribildirim kişiye odaklı olabilmektedir. Geribildirim, mesajı iletişimin merkezine alabilir.

Hemen-Gecikmiş Geribildirim: İletişim sürecinde geribildirim, mesajdan hemen sonra verilebilir. Kişinin söylediği söze karşılık olarak gülümsemek, mesajı onaylayan bir ifade kullanmak hemen geribildirimde bulunmaya "doğru, evet" gibi ifadelerde bulunmak örnek verilebilir. Bazı kişilerarası iletişim durumlarında ise, geribildirim hemen verilmeyebilir, bir süre sonra gecikmeli olarak iletilebilir.

Düşük Kontrollü-Yüksek Kontrollü Geribildirim: Geribildirim kendiliğinden ve tamamen doğru bir biçimde veriliyorsa buna "düşük kontrollü geribildirim" adı verilmektedir. Eğer geribildirim dikkatli bir biçimde belirli bir amaç doğrultusunda hazırlanıyorsa buna "yüksek kontrollü geribildirim" adı verilmektedir.

Destekleyici-Eleştirel Geribildirim: Destekleyici geri bildirim, iletişim sürecinde kaynağın ilettiği mesajı kabul etmeyi, onaylamayı ifade etmektedir. Eleştirel geri bildirim, iletişimde kaynağın ilettiği mesajı kabul etmemeyi, yargılamayı, eksiklik bulmayı amaçlamaktadır.

Geribildirim aşaması iletişimin son aşamasıdır, aynı zamanda başka bir iletişim sürecinin başlangıcıdır. Alıcı konumundan kaynak konumuna geçiş sürecinin alt yapısını oluşturmaktadır. İletişimin devamlılığını sağlamaktadır.

1.2.6.Gürültü

Gürültü, kaynağın kendi isteği dışında aktancı ile alıcı arasındaki sinyale eklenen her şeydir. Bu, sesin bozulması, telefon kablosundaki hışırtı, radyo sinyalindeki parazit ya da televizyon ekranındaki "karlanma" olabilir. Tüm bunlar kanal içinde ortaya çıkan gürültü örnekleridir. Ancak gürültü kavramı, kaynak tarafından aktanlmadığı halde alınan tüm sinyalleri ya da niyet edilen sinyalin doğru biçimde yeniden kodlanmasını güçleştiren her şey anlamına gelecek biçimde genişletilmiştir. Nitekim, bir konferansta rahat olmayan bir sandalye gürültü kaynağı olabilir iletileri yalnızca gözlerimiz ve kulaklarımız aracılığı ile almayız. Konuşmacının sözcüklerinden daha ilginç olan düşünceler de bir gürültüdür. İster kanaldan, ister izleyiciden, ister göndericiden ya da iletinin kendisinden kaynaklansın, gürültü daima göndericinin niyetinde bozulmaya neden olur ve dolayısıyla verici bir anda, gönderilebilecek arzu edilen enformasyon miktarını sınırlar (Fiske, 2003, s.24).

Gürültü genel olarak tüm iletişim sistemlerinde bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile, iletişim sürecinde iletişimde bulunan her katılımcının içsel ya da dışsal faktörler nedeni ile engellenmesi ve bunun sonucunda mesajın iletilmesini ya da mesajın yorumlanmasını olumsuz olarak etkilemesine gürültü adı verilmektedir. Konuşmacının dili sürçmesi, güneş gözlüğü takması, sesinin kısık olması gibi, yazılı iletişimde metindeki gramer hataları, kağıdın buruşmuş olması, yazı karakterinin okunmayı güçleştirecek bir özellikte olması, telefonda cızırtı olması iletişim sürecinde gürültüye örnek olarak verilebilir. Gürültü, mesajın kaynak tarafından gönderildiği bir biçimde algılanmasına engel olan faktörler olarak da değerlendirilmektedir. İletişim sürecinde gürültü çok çeşitli faktörlerin etkisi ile ortaya çıkmakta, mesajın gönderilmesinde ya da alınmasında sorunların yaşanmasına neden olmaktadır.

Kaynak tarafından mesajın kodlanıp, alıcı tarafından mesajın çözümlenip alımlama aşamasına kadar, iletişime engel her şey gürültü olarak adlandırılabilmektedir. Gürültü kimi zaman işitme bozukluğu, kimi zaman fiziksel bir arıza, kimi zaman ekonomik problem, kimi zamanda inanç ve yargılar gibi nedenleri iletişimi engelleyen faktörler olarak saymak mümkündür.

1.3.İletişim Engelleri

Etkin ve sağlıklı bir iletişim sürecinin kurulmasını engelleyen çok çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler, fiziksel, teknik, psikolojik ya da sosyal ve örgütsel olarak sınıflandırılabilir (Sabuncuoğlu ve Gümüş, 2008, s. 175).

Dili oluşturan kelimeler ve cümleler, yöneltildikleri kimselerin bilgi, deneme ve düşüncelerinin etkisinde anlam kazanır. Ama karmaşık bir şekilde kullanılırsa, bir iletişim engeline dönüşebilmektedir (Erdoğan, 1999:123). İletişim sürecine katılan bireylerin, kendi kişisel özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu engel ve bozukluklar, bireylerin sahip oldukları duygu, düşünce ve değer yargılarından; onların amaçları, tutum ve davranışları, düşünce çerçeveleri, iletişimin konusuna duydukları ilgiye; algılama ve dinleme becerilerinden içinde yetiştikleri sosyo-kültürel ortamın farklılığına kadar geniş bir yelpazeye sahip olmaktadır (Türkmen, 2000, s. 19). Kalıplaşmış düşünceler, insanların kafalarında yer alan katılaşmış, çoğunlukla farkında olunmadan taşınan bir takım kesin düşünceler olarak tanımlanabilmektedir. İnsanlar, genellikle bu tür düşüncelerinin doğru olup olmadığını denemeye yönelmez ve bu düşüncelerini değiştirebilecek nitelikteki her türlü bilgiden uzak dururlar (Dökmen, 2002, s. 87). Kişiler farklı olaylara, durumlara, bilgilere ilgi gösterebilmekte ya da aynı olay veya durumları farklı düzeyde algılamaktadırlar. Bu nedenle yanlış ya da eksik algılamalar sonucu iletişimde engeller ortaya çıkabilmektedir. Diğer bir ifade ile alıcının seçici algılaması nedeniyle iletilen mesajın göndericisinden bağımsız olarak mesajı algılayabilmekte ve algıladığı şekilde tepkide bulunmaktadır. Bu nedenle de toplam iletişim başarısı algılayanın ne algıladığına bağımlı olarak gerçeklemektedir (Sabuncuoğlu ve Gümüş, 2008, s. 180). İletişime katılanların Eğitim durumu, mesajın konu ve kapsamı hakkında sahip oldukları bilgilerle ilgilidir. Yetersiz bilgi, iletişim sürecinde gönderici ve alıcı arasında bir engel oluşturur. Gönderici, bilgi eksikliği nedeniyle mesajın içerisinde boşluklar bırakırsa, alıcının algıladığı mesaj gönderilen mesajdan farklı olacaktır (Sabuncuoğlu ve Gümüş, 2008, s. 182).

Bir mesajın kaliteli bir mesaj olabilmesi için temelde iletişim engeline veya engellerinden birine takılmamalıdır. İletişim sürecindeki gürültü faktörü ile başlayan engeller kaynağın ve alıcının uyumsuzluğu, bilgi düzeyleri, iletişimde kullanılan kanal

ve aracın uygun olup olmaması veya kötü kanal seçilmesi alıcının mesajı almaya müsait olması, kullanılan dilin her iki taraf için açık anlaşır ve net olması, alıcı tarafından hedeflenen veya duyulan bilgi ile alınan mesajın içeriği arasındaki farklar, alıcının daha önce mesaj veya kaynakla alakalı edindiği olumsuz tecrübeler, konu ile alakalı belirsizlikler v.b. gibi konular iletişim engeli olarak karşımıza çıkmaktadır.

Doğru ve hedeflenen pozitif iletişim için kaynak ve alıcı arasındaki iletişim esnasında iletişimdeki engeller minimum seviyeye indirilmeli ve doğru kanallar kullanılmalıdır.

1.4.İletişimin Temeli Olarak Kaynak

Etkili bir iletişim gün geçtikçe büyük önem kazanmaktadır. Etkili bir iletişim ile hedeflenen amaçlar gerçekleşmiş olurken, sağlıksız bir iletişim dinleyici kitlesini yanlış ve geri dönüşü olmayan sonuçlara götürebilir. Örneğin şeriat, cihat ve darul-harp gibi dini kavramların yeterli bilgi sahibi olmayan kaynak tarafından yanlış yorumlanması ya da iletişim kopukluğu nedeniyle alıcıların konuyu farklı ve değişik algılamaları, telafisi mümkün olmayan sonuçlara sebep olabilir. Kaynak durumunda bulunan kişi ya da kişilerin, bilgi verdikleri alanda yeterli bilgi donanımına sahip olmamaları, hedef kitle tarafından yanlış algılanmalarına sebep olacak söz ve davranışlardan uzak durmaları gerekmektedir.

İletişim sürecinde; kaynak, ileti, kanal, alıcı, yansıma ve kodlama gibi temel unsurlar bulunmakla birlikte bunların en başında kaynak yer almaktadır. Çünkü iletişimin, “iletinin alınması”, “iletinin anlaşılması”, “iletinin kabul edilmesi” ve “iletinin alıcıyı istenilen yönde harekete geçirmesi” vb. gibi amaçlarının gerçekleştirilmesinde temel faktör kaynaktır. Verici durumdaki kaynağın etkili bir iletişim sağlayabilmesi ve iletişimin amaçlarının gerçekleştirilebilmesi, kaynağın kabiliyet ve ikna yeteneğine bağlıdır.

Kaynak; iletişim sürecinin birinci basamağını oluşturan temel faktördür. Kaynak, duygu, düşünce ve fikirlerini hedef kitle ile paylaşarak tutum ve davranış değişikliğini amaçlamaktadır (Kaya, 1998, s. 77-78).

İletişimde başarının ilk şartı kişinin kendine güvenmesine bağlanmaktadır. Ayrıca kaynak kişinin tecrübeleri, tutum, davranış ve inançları, bilgisi, duygu ve düşüncesi alıcı üzerinde etkili olmaktadır. Bundan dolayıdır ki, kaynak pozisyonunda olan kişilerin öncelikle kendi özellik ve yeteneklerini iyi keşfetmeleri gerekmektedir. Her konuda başarılı olduğunu düşünen bir kişi konuşma yaptığında aynı performansı sergilemeye gayret gösterecektir. Çünkü bireyler beklentilerinin doğrultusunda eylemlerde bulunurlar. Buradaki beklentiyi iki yönlü olarak ele almak gerekir. Birincisi, kişinin öz benliği hakkındaki beklentisi, diğeri başkalarının kendisine yönelik beklentisidir. Yukarıda ifade edildiği gibi, bütün bu beklentiler, kaynağın konuşması üzerinde etkin rol oynarlar. Fakat kişinin iletişimde güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edilmesi sanıldığı kadar kolay bir iş değildir. Belki iletişim sürecinde geri bildirimler vasıtasıyla bazı püf noktalarını tespit etmek mümkündür (Köylü, 2003, s. 47-52).

Güvenirlik: İletişim kaynağı açısından güvenirlik konusuna gelince; güvenilir bir insan olmak, basit kişisel çıkar peşinde koşmamak, etkili iletişimin diğer önemli bir şartıdır. Ayrıca, iletişimin dinleyicinin davranışını değiştirmeye yönelik olduğunu hissettirmeden ve hedefin dinleyici kişi olduğunu vurgulamadan yapılan iletişimin daha etkili olduğu bilinmektedir (Cüceloğlu, 1998, s. 522).

İnanılır Olmak: İletişim sürecinde mesajın etkili olmasına tesir eden faktörlerden birisi kaynağın inandırıcı bir kişilik taşımasıdır. Zira yapılan araştırmalarda, inanılır kaynaktan gelen iletilerin hedef kitlede daha fazla etkili olduğu ve tutum değişikliğine de o ölçüde tesir ettiği görülmüştür. Bu konuyu ilk defa ele alan Hovland ve Weiss yaptıkları araştırma sonucunda, propagandacının saygınlığının hedef kitlenin tutum değişimine olumlu etkide bulunduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca inanırlığın "uzmanlık" ve "güvenirlik" olmak üzere iki faktöre bağlı olduğu ileri sürülmüştür (Kağıtçıbaşı, 1999, s. 168-169).

Sevilen olmak: Sevilen olmak, iletişim kaynağında aranan üçüncü şarttır. İletişim kaynağının sevilen, beğenilen ve hoş karşılanan olması, etkili iletişimi kolaylaştırıcı bir faktördür. Öyle ki, dinleyiciyi etkileme amacı açığa vurulsa bile, bu özelliğin etkili iletişimi sağladığı hatta daha da olumlu sonuç verdiği kaydedilir. (Kağıtçıbaşı, 1999, s. 172-174).

Dili İyi Kullanmak: İletişim sürecinin en temel aracı dildir. Bireyin kendini ifade edebilmesi, duygu, düşünce ve fikirlerini karşıdakilerle paylaşabilmesi ortak dili iyi kullanmaya bağlıdır. Bunun için öncelikle konuşulan dilin bütün yönleriyle öğrenilmesi şarttır. Ancak şurasını da unutmamak gerekir ki, dilbilgisine vakıf olmak ve onu doğru ve düzgün kullanmak etkili bir iletişim için tek başına yeterli değildir. Çünkü karşımızdaki insanların yani hedef kitlenin bilgi ve kültür düzeyinin de hesaba katılması son derece önem taşımaktadır. Zaten sözün değeri, muhatabın onu doğru anlamasıyla orantılıdır. Aktarılan bilgiler, bütün boyutları ile noksansız bir şekilde anlaşılıyorsa, iletişimden beklenen amaç gerçekleşmiş olur. Aksi halde alıcı ile verici arasında sağlıklı bir iletişimden söz edilemez. Öte yandan bu süreçte hem alıcının, hem de vericinin insan olmaları hasebiyle bilgi boyutu ile beraber duygusal yönlerinin de göz önüne alınması gerekir (Güneş, 2013, s. 76). Her toplumun kendine özgü bir kültür dili olduğuna göre, toplumun kültürel, ekonomik ve sosyal yapısında oluşan değişime ve gelişmeler haliyle dil üzerinde de etkisini gösterecektir. Bilgi ve teknolojideki ilerlemeler, radyo, tv, sinema vb. gibi kitle iletişim araçlarından yararlanmayı sağlamıştır. Resimler, şekiller, grafikler, şemalar vb. görsel materyaller, iletişimde mesajın doğru anlaşılmasına yardımcı olmaktadırlar (Yatkın, 2003, s. 110-118).

Muhatabı Tanımak: İletişimde başarı sağlamada hedef kitleyi tanımanın yanında kaynak kişinin iletişim beceri ve yeteneğinin de önemli yeri vardır. İletişim becerisi; kaynağın telaffuz yeteneği, kelime hazinesinin zenginliği, cümleleri düzgün kurma, imla ve noktalamalara uyma, gramer kurallarına riayet etme ve uygun araç (kanal, oluk) kullanma vb. hususları ihtiva etmektedir. Sözlü iletişimde beş çeşit iletişim becerisinden söz edilmektedir. Bunlardan iki tanesi yani konuşma ve yazma, kaynak kişiyle ilgilidir. Konuşulanları dinleme ve yazılanları okuma becerisi, alıcı ile ilgili iletişim becerileridir. Geriye kalan beşinci iletişim becerisi ise, düşünme ve muhakeme etmektir. Yalnız düşünme ve muhakeme becerisi, sadece kaynak veya sadece alıcı ile ilgili değildir. Her ikisi için birer iletişim yeteneği olarak değerlendirilmektedir (Certel, 2008, s. 129).

Yukarda bahsedilen içeriklere baktığımızda kaynak güvenirliği başlı başına birçok etkenin bütünleşmesinden ortaya çıkmaktadır. Güven, inanılır olmak, dili iyi

kullanmak, bilgi ve birikim sahibi olmak, iletişim esnasında doğru beden dilini kullanmak, örnek yaşayışa sahip olmak en temel faktörlerdendir.

Konuya dini iletişimde kaynak bağlamında baktığımızda en önemli faktörlerin başında bilgi ve örnek yaşayış gelmektedir. Bildiği ve inandığı doğrultuda yaşayan ve bildiklerini hayatına taşıyan çevresine örnek olan dini kanaat önderleri alıcı tarafından daha dikkatli takip edilecek ve öncelikli olacaktır. Kanaat önderi konumundaki kaynak tarafından gönderilen mesajlar da mesajın içeriği ön planda olup, kimin neyi ne kadar söylediği değil, mesajın içeriği ve ne anlattığı alıcı tarafından değerlendirilecektir. Dinî iletişimde başarılı olmak isteyen kişilerin uzmanlık ve güvenirlikle beraber sevilen kişi olmaları, hedef kitle tarafından benimsenmiş olması hedefe ulaşma açısından büyük bir avantajdır. Çünkü bir kaynağın muhatabını ikna etmesi; bencil, kibirli, dinleyicilerin ruh dünyasından uzak, sosyal ve kültürel farkındalıklara önem vermeyen, kitlenin geçmiş yaşantısını göz önünde bulundurmayan, ortamın ihtiyacına uygun iletişim modellerini kullanmaması o kişinin doğru ve kaliteli iletişim kurmasını engeller. Mesajın sahip olduğu kaynağın birçok özelliği kendinde bulundurması ve bu özellikleri benimseyerek iletişime geçmesi, dinî davranış oluşumunda etki gücünü artıracaktır.

İletişim sürecinde kaynağın planladığı, niyet ettiği, istediği amaç doğrultusunda oluşturduğu mesajın alıcı tarafından aynı şekilde alınması ve algılanması, beklenilen doğrultuda bir karşılık verilmesi etkili bir iletişimin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu sürecin sonunda kaynağın gönderdiği mesajlar doğrultusunda, alıcının tutum ve davranışlarında değişiklik ve farklılaşma beklenmektedir. İletişim doğru zamanda, doğru yöntemle, doğru iletiyle ve doğru alıcıyla gerçekleşirse hangi tür iletişim şekli ve içeriği olursa olsun sonuçta kaynak ve alıcı arasında pozitif bir etkileşim gerçekleşir.

1.5.Dini İletişim Açısından Kaynağın Güvenirliliği

İletişim sürecinde mesajın etkili olmasına tesir eden faktörlerden birisi kaynağın inandırıcı bir kişilik taşımasıdır. Zira yapılan araştırmalarda, inanılır kaynaktan gelen iletilerin hedef kitlede daha fazla etkili olduğu ve tutum değişikliğine de o ölçüde tesir ettiği görülmüştür. Bu konuyu ilk defa ele alan Hovland ve Weiss

yaptıkları araştırma sonucunda, propagandacının saygınlığının hedef kitlenin tutum değişimine olumlu etkide bulunduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca inanırlığın "uzmanlık" ve "güvenirlik" olmak üzere iki faktöre bağlı olduğu ileri sürülmüştür. (Kağıtçıbaşı, 1983, s. 168-169)

Kaynağın uzmanlığının yanı sıra güvenilirliği de hedefi etkileyebilmesi açısından son derece önemlidir. Hatta bir iletişim kaynağı, konusunda ne kadar uzmanlığı bulunursa bulunsun dinleyiciye güven duygusu verememişse etkili olması beklenemez. Bu nedenle etkili iletişim sürecinde ilk şart, kaynağın dinleyicilere karşı bir güven ve itimat telkin etmesidir. Güven ortamı oluşturduktan sonra dinleyicilerin mesaja ilgileri ve dikkatleri artacağı gibi ikna olmaları da kolaylaşacaktır. Güven ortamının oluşmasında kaynağın yeterli bilgi donanımına sahip uzman bir kişi olmasının da etkisi vardır. Ancak yukarda izah edildiği gibi kişiye güven duyulmasında uzmanlık tek başına yeterli bir faktör değildir. Zaten kaynağın inanırlığı, güvenirliği, uzmanlığı birbirinden bağımsız olarak değerlendirilemez. Bunlar karşılıklı olarak birbirini etkileyip tamamlayan iç içe geçmiş kavramlardır. İletişim sürecinde rol alan din görevlisi ve din eğitimcilerinin olumlu bir dini tutum değişikliği meydana getirebilmesi için öncelikle güvenilir ve emin bir kişiliğe sahip olmaları gerekmektedir (Güneş, 2013, s. 73).

Yukarıda ifade edildiği gibi kaynağın inanırlığı; onun güvenilir, alanında uzmanlaşmış, sevilen ve sayılan bir kişi oluşuna bağlıdır. Esasında bu sıfatlar birbirinden bağımsız olarak düşünülemezler. Birisi diğerini tamamlayan ya da onu güçlendiren bir konumdadır. Güvenirlik, bilgi verdiği konuda uzmanlık, sevilmek vb. nitelikler yanında kaynağın tutum ve davranışlarıyla örnek bir yaşayış sergilemesi mesajın etkili olmasında önemli bir başka faktördür. Çünkü davetçi, davet ve tebliğin en başta gelen aktörü olmasının yanı sıra hedef kitle ile birbirinden ayrılmaz bir bütünün iki ayrı parçası gibidir. Özellikle dini iletişim sürecinde söz ve hareket birliği, söylem ve eylem bütünlüğü sağlama, başlı başına bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Güneş, 2013, s. 74).

İletişimde kaynağın inandırıcı olması, tarafsız olmasına, mesajın içerdiği anlamdan farklı niyet ve maksatlar taşımasına, özellikle dini iletişimle makam, mevki,

çıkar ve şöhret elde etme amacı gütmemesine bağlıdır. İlmi gerçekleri objektif bir tutumla ortaya koymayan, herkesin kabul ettiği doğruları belli düşünce ve anlayış yönünde zorlama yorumlarla açıklamaya çalışan, iletişimden beklenenin ve olması gerekenin dışında art amaçlar güden kimseler inandırıcı olamazlar. Ayrıca dini iletişimde kaynağın samimi, özverili tutarlı, akılcı ve yürekli olması da onun inandırıcılık düzeyini yükselten önemli unsurlardır (Cebeci, 2013, s. 167).

İmam olarak konumlandırdığımız din adamı peygamber ardılı şekliyle Hz. Peygamberin varisi edasıyla onun ahlakıyla yalansız, doğru sözlü, emanete riayet eden, verdiği sözü tutan, okuduklarıyla amel eden, yaptığı amelleri desinler için makam mevkii için değil sırf Allah rızası için ihlasla yapar ve bunu toplum benimserse hedef kitle için kaynak güvenirliliği diye problem olmayacaktır. Hedef kitle deki algı, zihinlerdeki imaj ve imamı konumlandırdıkları statü kendiliğinden islamiyetin çizdiği rotaya oturacaktır.

Tutarlılık iletişimde inandırıcı olmak bakımından önemli bir husustur. Bir bilgiyi veya düşünceyi insanlara aktaran kişinin tutum, davranış ve yaşantıları o bilgi veya düşünce ile bağdaşık ve bütünleşik olması gerekir. Biz bir şey söylerken diğer göstergelerimiz (tutumumuz, hal ve tavırlarımız, ses tonumuz) yani beden dilimiz başka şey söylüyorsa öncelikle beden dilimizin sunduğu görsel mesaj doğru kabul edilecek ve daha uzun süre hatırlanacaktır (James, 1999, s. 17). İmam Cuma vaazında hedef kitlesine cemaatine faizin haram olduğundan bahsedip, akabinde kendisi faizle iştigal ederse, hedef kitle gözünde güvenini kaybeder. İmam olarak kanaat önderi olması şöyle dursun, İslami anlamda dine ve diyanete çok ciddi anlamda zarar verir. Din adamı kesinlikle söyledikleri ile yaşadıkları arasında tutarlı olmak zorundadır.

Dini bilgi ve sunuş tekniği yönünden muhataplarına göre yüksek uzmanlık seviyesinde olmayan veya tatminkar bir yeterliğe sahip olmayan kişinin önce özgüven ve kararlılık sorunu vardır. Muhataplar bu karar ve güven zaafını çabucak sezecek ve tereddüt içeren bu etkiye karşı kendi tutumunu belirleme ihtiyacı hissedecektir. Karşılıklı özgüvensizlik ve şüphe ile başlayıp itiraz, sorgulama ve suçlamalarla gelişen karşıt tavırlar iletişim olmaktan çıkıp birbirlerini hiç de anlamaya niyetli olmayan iki

zihinsel tavrın itiş kakışı şeklinde bir sağırlar diyaloguna dönüşecektir (Cebeci, 2013, s. 171).

Dini iletişimde kaynağın uzmanlık kariyerinin, alanında yetkin ve otorite bir kişi olduğunun bilinmesi dinleyenler açısından önem taşımaktadır. İnsanlar dini konularda konuşan bir kişinin o konularda uzman ve yetkin bir kişi olup olmadığını bilme ve ona göre sözlerine itibar edip etmeme hususunda tavır belirleme ihtiyacı duyarlar. Çünkü kimse benimsediği ve tatmin olduğu dini düşüncesini, anlayışını ve tutumunu değiştirmek istemez; değiştirebilmesi için de kendisine yeni mesajlar veren kişinin sözlerine güvenilen, inanılan uzman ve yetkin biri olmasını bekler (Cebeci, 2013, s. 172).

Kaynağın uzmanlık ve çekicilik özelliklerinin muhatabı etkileme ve tutum değişikliği sağlamadaki etkisi üzerine yapılan bir deney neticesinde şu sonuçlara ulaşılmıştır: Mesaj karmaşıksa kaynağın uzmanlığı daha etkin, mesaj varılacak sonuçtan farklı olarak az bir şey içeriyorsa yani mesaj basit ve sade ise kaynağın çekiciliği daha etkin olmaktadır. Kaynakta uzmanlığın ve çekiciliğin birlikte bulunmasının etkisi her halde diğerlerinden daha güçlü olmaktadır (Ergin ve Birol, 2000, s. 54).

Dini insanlara anlatma ve öğretme görevi üstlenenlerin, bu görevlerine uygun izlenim bırakmada yeterli olmayan iletişim tarzlarını kontrol edip düzeltme yükümlülükleri vardır. Bu yükümlülüğe aldırmayanların tekdüze davranışları dini iletişim açısından olumsuz sonuçlara sebep olmaktadır. İyi niyet sahibi olmak ve amacın doğru tayin edilmiş olması, hedef kitlede doğru bilgi ve kanaatlerin oluşmasına yetmemektedir. Araçların doğru seçilmesi iletişim tarzının istenilen mesajı amaca uygun bir şekilde aktarmaya uygun olması gerekir (Cebeci, 2013, s. 182).

Kaynağın dini değerleri temsil etme sorumluluğu, güzel ahlak sahibi olmayı, merhametli, şefkatli, sevecen, uyumlu, hoşgörülü, sabırlı, içten ve dürüst olmayı, fedakar, vefakar, kararlı ve azimli olmayı gerektirir. İlahi Mesaj, bütün insanları hedef alırken onlar arasında bir ayrım yapmaz ve ayırım yapılmasını hoş karşılamaz. Hz. Peygamber (a.s.v.) Kureyş'in ileri gelenlerinden bir gruba İslam'ı anlattığı bir sırada

ağma bir sahabe olan Abdullah b. Ümmü Mektum gelerek "Ya Resulullah: Allah'ın sana öğrettiklerinden bana da öğret" der. Peygamberimiz (s.a.v.) o sırada Kureyş'li grupla konuşmayı daha önemli bulduğu için ağmanın istediğinden hoşlanmamış ve onunla ilgilenmemiştir. Bunun üzerine Allah Teala Peygamberini şu ayetlerle ikaz etmişti: "(Peygamber) Ağmanın kendisine gelmesinden ötürü yüzünü ekşitti ve sırtını döndü. Ne biliyorsun, belki o arınacak, yahut öğüt alacak da ona öğüt fayda verecektir. Ama sen, senden bir beklentisi olmayana yöneliyorsun, üstelik onun arınmasından sorumlu da değilsin. Fakat haşyet içinde koşarak sana gelenle de ilgilenmiyorsun. Hayır! Şüphesiz ki bunlar bir öğüttür, dileyen ondan öğüt alır." (Abese, 80:1-12) (Akt.Cebeci, 2013, s. 187-188).

İletişim kaynağı değişkenleri ile ilgili, yapılan sosyo-psikolojik alan ve laboratuar araştırmalarında, çoğu kez kaynak etkilerinin bireye etkisi üzerinde durulmuştur. Değişik denek grupları üzerinde yapılan bu klasik araştırmalarda; deneklere, belirli mesajlar yöneltilmiş ve her denek grubuna, mesaj kaynağı farklı sunulmuştur. Bu araştırmalarda, kullanılan kaynak özellikleri arasında kaynağın karizması, çekiciliği ve inanılırlığı, uzmanlığı, gücü vb. değişkenlere yer verilerek çalışılmıştır (İnceoğlu, 2011, s. 179).

Kaynakla ilgili diğer bir değişkende, kaynağa alıcı tarafından atfedilen güçtür. Bu güç kaynağın güvenilirliği durumu ile karıştırılmamalıdır. Şöyle ki, burada güvenilirlikten çok; zor ve baskı kullanabilmek söz konusudur. Eğer birey, mesaj kaynağını kendi üzerinde denetleyici ya da gözetleyici bir güç olarak algılıyorsa, tutumunu mesajda önerilen yönde değiştirecektir. Bu da zorunlu uyum sürecine benzemektedir. Birey, kaynağın uygulayabileceği ceza ya da kontrol nedeni ile gerçek tutumunu bastırabilir (İnceoğlu, 2011, s. 214).

Kaynağın güvenilirliği iletişimin etkisinde çoğu zaman temel belirleyici olarak da karşımıza çıkmaktadır. Mesajın muhatabı kaynağa karşı tam güvene sahipse, kaynağın gönderdiği iletilerin iddialarını destekleyici yeterli kanıtlar olmasa bile alıcının kaynağa güvenip mesajı alımlaması pek ala kolay olacaktır. Gönderilen mesajın doğruluğu ve geçerliliği test edebilecek bir ortam veya enformasyon olmadığı durumlarda alıcının kaynağa itaat etmesi kaynağın güvenirliliği bağlamında ciddi

önem taşımaktadır. Çünkü bu durumlarda gelen mesajı kabullenip benimsemenin tek kontrol referans noktası kaynağın güvenirliliğidir (İnceoğlu, 2011, s. 213).

Güvenilirliğin en önemli iki unsurundan biri dürüstlük diğeri uzmanlık olarak tanımlanmaktadır. Kaynağın güvenirliliğin düşük olduğu durumlarda, hedef kitlenin tutumunu değiştirmek için, yeni ve güvenilir bilgiye sahip mesaj geliştirmiş olsa, bu iki unsur arasındaki uyumsuzluk oranı yüksek ise kaynağın gönderdiği mesaj hedef kitle tarafından dikkate alınmayacak, gönderilen mesajın tersi görüşün desteği ve tutumu artacaktır. Dürüstlük mesajın hedef kitle üzerindeki etkisini artıracaktır ve istenen tutum değişikliğini kolaylaştıracaktır. Kaynağın konusunda uzman olması da alıcının gönderilen mesaja olumlu tepki vermesi noktasında önemli rol oynamaktadır. Uzmanlık alıcının kaynağa güven ve itibar duymasını destekleyeceğinden, hedef kitlenin kaynağın konusunda uzman ve güvenilir bilgisine sahip olması konu hakkındaki ikna sürecini kısaltacaktır. Aynı zamanda uzmanlık ve güvenirlilik sıfatları bireyde toplandığında, bireyin toplumdaki saygınlığı ve kanaat önderi konumunda statüsüne sahip olma olanağı artmaktadır (Işık, 2010, s. 20-21).

Bir toplumda dini ve din adamlarını dikkate almayan, bundan etkilenmeyen kişiler olabileceği gibi, yaşantısını dini kurallara göre şekillendiren, din kurallarına sıkı sıkıya bağlı olan kişiler de bulunmaktadır. Dolayısıyla kaynak ve hedef kitlenin mevcuttaki dini inanç ve ritüellerinin mesajın oluşumu, algılanmasında önemli rol almaktadır. Kaynak ile alıcı arasında dini inançları aynı minvalde bakış açısının olması mesajın kaynak üzerindeki etkisini hem kolaylaştıracak hem de arttıracaktır (Işık, 2010, s. 23).

Kaynak güvenirliliği bağlamındaki önemli konulardan biriside, kaynağın empati yeteneğine sahip olup, iletişimdeki empati sürecini çalıştırıyor olması, mesajın başarısını arttıracaktır. Empati yeteneği yüksek bir kaynak, olaylara hedef kitlenin bakış açılarıyla bakabilecektir. Hedef kitlenin farklı durumlarda neler düşünebileceğini, hedef kitleyi tanıyıp, onun gibi düşünerek alıcının tutum ve ruh haline uygun mesajını şekil ve içerik yönünden revize ederek mesajın başarı şansını arttırabilecektir (Işık, 2010, s. 25).

Kanaat önderi olacak olan imam mutlak surette iletişim tarzında önyargılı olmamalı, hedef kitleye itilme veya dışlama denilebilecek yanılsamalar ortaya çıkartmamalıdır. İmam görevi icabı her çeşit insan tipi ve kişiliğe sahip muhatap ile iletişime geçmektedir. Birbirine zıt iletişim tarzına sahip kişilerin doğru iletişim kurmaları tabii olarak daha zordur. Buna bir de muhatapla ilgili o anki zihinsel önyargılar eklenince durum iki taraf içinde ağırlaşır. İmam insanlarla dini konularda iletişime girerken bu güçlüklerin farkında olmalı, önyargıların etkisinde kalmadan kendi tarzını da kontrol ederek Hz Peygamberin ahlakı, sabrı ve örnek davranış modeliyle etkileşime geçmelidir. Bunu yaparken, doğallıktan çıkarak yapmacık tutum ve davranışlarla değil, mesleği ve görevi icabı yüklendiği yükün farkında olarak olayın kendi doğallığında hareket etmelidir. İmamlık ünvanı ya da mertebesi Müslüman toplum için saygın bir yer teşkil eder bununla birlikte imam bu saygın ve kutsal görevi yerine getirirken dini emirleri bizzat kendisi uygulayarak dürüst, samimi, ahlaklı, güvenilir bir çizgi sergilemeli ki muhatabını her türlü konuda ikna edebilme ve mesajını ulaştırabilme imkanına sahip olabilsin. İmam açıklamalarında ve anlatımında doğru akılcı ve mantıklı argümanlar kullanmalıdır. Hedef kitle ile etkileşime geçtiğinde doğru ve mantık çerçevesinde ki bilgileri kullanarak hedef kitlenin zihnine, samimiyet ve güvenirliliğiyle de hedef kitlenin kalbine yol açmalıdır.

Dini iletişimde kaynak, hedef aldığı kişi veya sosyal gruplara dini vecibeleri aktarmak için iletişimi başlatan kişi ve konumdur. İletişimin genelinde olduğu gibi dini iletişimde de kaynak önemli rol oynamaktadır. Kaynak sadece dini iletileri hazırlayıp servis eden değil, iletilerin hangi kanalla, kime, ne zaman gönderileceği ve geribildirimin ne şekilde olacağını yöneten kişidir (Cebeci, 2011, s. 161).

İKİNCİ BÖLÜM

KANAAT ÖNDERLİĞİ, İMAM ve DİN

2.1. Paul Lazarsfeld ile Kanaat Önderliğine Kavramsal Bir Bakış

Paul Lazarsfeld (1901-1976), kitle iletişimindeki etki araştırmaları sürecini başlatan ve bu süreci titizlikle takip eden, etki araştırmalarının hakim olma konusunda ciddi emekler sarfetmiş geliştirdiği yöntembilimsel tekniklerle, kendine ait araştırmalar ve birebir desteklediği araştırmalar ile bu alana çok önemli ve ciddi katkıları bulunan bir istatistikçi, yöntem bilimci ve araştırmacıdır. İletişimle ilgili ilk alan araştırmalarına imza atan Lazarsfeld, iletişim araçlarından özellikle radyo üzerinde durdu. Ardından kişilerarası iletişim alanına yöneldi ve bu konuda Katz ve Berelson ile birlikte "iki aşamalı akış modeli"ni geliştirdi. Katz ile beraber ele aldıkları "Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications" kitabı, iletişim sosyolojisi alanında bir klasik haline geldi. Lazarsfeld radyo ile ilgili olarak: "1931-1932'de Viyana'da 110 bin kişi üzerinde ilk radyo dinleyicisi alan araştırmasını yaptı. Araştırma, dinleyicilerin program tercihleri üzerinde tasarlanmıştı. Lazarsfeld farklı grup dinleyicilerle karşılaştırmalar yaparak izleyici ilgisindeki farklılıkları analiz etti. Lazarsfeld, radyo araştırmalarının ardından kitle iletişimi ve kişisel etki alanına doğru kaydı." Bundan sonraki araştırmalarını bu konular üzerinde yoğunlaştırmıştır. (http://2014hit.blogspot.com.tr/2014/12/paul-lazarsfeld-ve-neil-po st mann-kit le. html) (16. 12. 2016).

Paul Lazarsfeld'in kurduğu araştırma merkezinin çalışmaları, bireyin tutum veya davranışlarında ikna çalışmalarının kısa dönemde nasıl ve ne kadar etki sağladığı ile alakalıydı. Lazarsfeld'in üzerinde çalıştığı pskolojik modellemeye göre etki, tercih, tutum ve düşünceyi değiştirme olarak düşünülüyordu. Bu modelle süreci etkiyi sıfırlayacak ya da çok az etki elde etme sonucuyla karşılacak ve etki hipotezinin reddedilmesi garanti altına alınacaktır. Sınırlı etki bağlamında bulunan bulgular en baştan yöntem ile belirlenmişti: Kısa dönemli medya kampanyaları kısa dönemde bireylerin tutum, ideoloji, inançlarını değiştirebilir mi? Bu varsayım nasıl bir kuramsal çerçevede araştırılır? Eğer bu sonuçlar geçerli ve olumlu ise propaganda sürecini

yöneten propagadancı için çok önemli bir süreçtir. Lazarsfeld 1941'de, "Rockfeller destekli University of Chicago konferansı'nda, savaş öncesi akşamı konuşmasında, kitle iletişiminin savaş propagandasını kişisel etki, kişinin kendi tercihlerini kendi yaptığı tezlerine dayanarak önemsizleştirdi. Bu tür izleyiciler önündeki konuşmalarda hedef sosyologlar gibi belli akademik gruplar olduğunda, konu daha karmaşık bir biçimde sunuluyordu. Lazarsfeld savaş sırasında yaptığı propaganda çalışmalarının bazılarını; 1943'de Studies in Radio and Film Propaganda ile, 1947'de Some Remarks on the Role of Mass Media in So-Called Tolerance" propaganda yapıtlarını yayınlamıştır (Erdoğan, 2014, s. 99-100).

Lazarsfeld özellikle, medyanın toplum üzerindeki etkileri üzerine çalışmalarıyla ve bilgi toplama amaçlı soruşturma tekniklerini kullanım biçimiyle tanınır. 1936'da Newark Üniversitesi'nde Araştırma Merkezi müdürlüğüne getirilir, sonraki yıl da Princeton Üniversitesi'nde radyo üzerine yeni araştırma merkezinin müdürlüğünü üstlenir. 1945'ten sonra Columbia Üniversitesi'nde Uygulamalı Sosyoloji Araştırma bölümünün başkanı ve sosyoloji profesörü olur.1970'e kadar da bu görevlerini sürdürür. Aynı zamanda Amerikan Sosyoloji Derneği başkanlığını da yapar. Lazarsfeld'in görgül sosyolojisinin pratik gerekliliği, ona yönetimlerde, şirketlerde, Operation Strategic Studies'de (eski CIA) birçok çalışma alanı sağlar. Lazarsfeld de eleştirel kuram çerçevesini bir yana bırakıp, görgül verilerin toplanmasına yönelir (Bourse ve Yücel, 2012, s.84-85).

Erdoğan; yöntembilimsel ve etki araştırmalarını şöyle özetlemiştir: "İletişimde, özellikle alan araştırmalarının hepsinde, yöntembilimsel hareket noktası yapısal işlevsellik olmuştur. Yaklaşımın gönderici, mesaj, alıcı ve geri besleme bağlamlarında ele aldığı temel kuramsal konular ve sorunlar etki üzerine kurulmuştur. Paul Lazarsfeld etki araştırmaları geleneğini başlatmış ve egemen paradigma olması yolunda geliştirdiği yöntembilimsel tekniklerle, kendi araştırmaları ve destek verdiği araştırmalarla çok önemli katkılarda bulunmuştur" (Erdoğan vd, 2005, s.1).

Lazarsfeld için; bireyin, konunun, kişiler arası iletişimin, kitle iletişiminin anlam ve amacı yöntem bilimsel bir araç geliştirmek için gerekli bir aracı konumundadır. Lakin araç bireyleri anlamak ve fikirleri yorumlamak için ortaya

koyulan bir ölçme ve değerlendirme tekniğidir. Lazarsfeld yaptığı tüm araştırmalarını halihazırdaki sosyal durum ve konumuyla ilişkilendirmiştir (Erdoğan vd, 2005, s.7-8).

Lazarsfeld ve Berelson yaptıkları araştırma sonucunda; 1940 ve 1948 yılları arasındaki başkanlık seçimlerindeki kitle iletişim araçlarının hedef kitleyi etkileme konusunda çok güçlü olmadıklarını "Columbia Üniversitesi adına Bureau of Applied Social Research" programı kapsamında tespit etmişlerdir. Özellikle 1940 seçimleri öncesinde yapılan araştırmalarda, bireylerin siyasi kanaatlerinin göstergesi olan oy verme davranışının direk medya üzerinden değil, medya ile birey arasındaki kanaat önderi olan aracılar üzerinden ve iletişimin sürecinin iki yönlü gerçekleşmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Berelson ve Lazarsfeld, medyanın izleyici ve dinleyiciler üzerindeki etkisinin ne olduğunu araştırmak üzere, kişiler arası iletişimin aracı olarak rolünün ne olduğunu incelemişlerdir (Yaylagül, 2010, s. 56-57).

Lazarsfeld'in yapmış olduğu araştırmalarda ortaya koyduğu medya kanalı üzerinden gönderilen iletilerin hedef kitleye direk değil, bir aracı tarafından kanaat önderleri, kapı tutucular gibi hedef kitleyi etkileyecek şekilde bir bilgi akışının rol aldığı, kişilerarası iletişimin bu rolde ne kadar ve ne derece etkisi olduğunu ortaya koymak üzere çalışmışlardır.

Columbia Üniversitesinde Lazarsfeld, Katz ve Berelson birikte 1950'lerin ortalarında yaptıkları saha çalışmalarında bilginin aktarılması ve beklenen tutum değişikliğinde kişiler arası ilişkiler sayesinde ortaya çıkan etkinin çok geniş bir rol oynadığını ve kitle iletişim araçlarının direk etkisinin sınırlı olduğunu saptadılar. Saha araştırmalarının bulgularına bağlı kalarak iki aşamalı akım, düşünce/kanaat önderliği, kapıcı kavramlarını ürettiler. Böylece hakim anlayış olan kitle iletişim araçlarından doğrudan propaganda gücü yerine iki aşamalı bir etki üzerine doğrudan araştırmalar önem kazandı. Farklı mesleklerden olan kanaat önderlerinin kitle iletişim araçlarından aldıkları mesajları kendi değer sistemleri içinde anlamlandırarak sosyal gruplara aktarmaları sosyolojik bir olgu olarak dikkat çekmeye başladı (Bal, 2013, s.117).

Paul Lazarsfeld kitle iletişimi ile ilgili yaptığı araştırmalarında, içerikden daha ziyade yöntem üzerinde yoğunlaştı ve yönetimsel araştırma geleneğinin süreçlerini

kurumsallaştırdı. Yaptığı araştırmalar ve çalışmalar sonucunda ortaya koyduğu alan ve uygulama çalışmaları uluslararası arenada yer buldu. Amerika'da kurmuş olduğu ampirik gelenek çok kısa zaman içinde hakim konuma ulaştı. Gelişen bu süreç Chicago Okulunun ekolünü de 1930'lara gelindiğinde etkisinin kaybolmasına sebep olmuştur. "Lazarsfeld'in çalışmalarıyla gelişen akademik egemenlik, uluslararasına yayılan çeşitli kuramlar ve bu kuramların desteklediği araştırmaları ortaya çıkardı: Bunlar arasında en önemlileri kullanımlar ve doyumlar (uses and gratifications), yeniliklerin yayılması (diffusion of innovations) ve gündem hazırlama (agenda setting function of media) olmuştur" (Erdoğan vd, 2005, s.12-13).

Paul Lazarsfeld'in yaptığı araştırmalar doğrultusunda, ortaya çıkan model ve bu modelin iletişim ve etkileşim halinde olduğu kavramları aşağıda detaylıca incelemeye çalışacağız: İki aşamalı akış modeli, kapı tutucular, kanaat önderleri.

2.1.1. İki Aşamalı Akış Modeli

"İki aşamalı iletişim" olarak bilinen model, hiç kuşkusuz ki, iletişim bilimlerinde kullanılan modellerin en ünlülerinden biridir. Mucitleri olan Katz ve Lazarsfeld, 1940 Başkanlık seçim kampanyalarının kamu üzerindeki etkilerine ilişkin gerçekleştirdikleri ampirik bir incelemeden sonra bu modeli ortaya koymuşlardır. (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1944). Model bu incelemenin sonuçlarına dayanmaktadır. Kampanyayı incelemeye başlamadan önce öngörülen varsayım etki-tepki modeli doğrultusundadır. Bununla birlikte araştırmacılar öngörülenin aksine, medyanın (radyo ve basın söz konusudur, zira televizyon henüz yoktur) kampanyadaki etkisinin kişiler arası iletişimden daha az olduğunu bulgulamışlardır. Böylece etki – tepki modelinin yetersizliğini açıklığa kavuşturarak, medyanın kamu üzerinde sınırlı etki (effect minimal) bıraktığı sonucuna ulaşmışlar ve etki tepki modelinin, kamuoyunun oluşmasıyla ilgili politik bilgilenim sürecini veya izleyici- dinleyici-okuyucunun toplumsal gerçekliğini kavramaktan aciz olduğunu görmüşlerdir. Bundan hareketle araştırmacılar, "iki aşamalı iletişim" modelini önermişler ve modeli kamuoyu önderi kavramı ile pekiştirmişlerdir. Bu model; gündelik hayatımızda, bireylerin kanaat ve düşüncelerini belirli konularda, belirli istikamet çerçevesinde, bazı kişiler tarafından etkilemesini tanımlamaktadır. Araştırma sonucunda; medyanın

hazırladığı sunumları önce kanaat önderleri alır, belli bir süzgeçten geçirir, daha sonra toplumdaki diğer bireylere aktarır düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Bu süreç, lider veya önderi medya ile grup arasında aracı olarak ifade etmektedir. Buna göre araştırmalar sonucunda ortaya çıkarılan sonuçlar (personel Influence, 1955) "İki aşamalı iletişim" modeli üzerinde temellendirilmiş olmaktadır (Lazar. Çev: Anık, 2009, s. 105-106).

Bu modelin temel önermeleri şunlardır:

- Bireyler içinde bulundukları çevreden ve toplumun mevcut yapısından uzaklaşmış ve parçalara ayrılmış değildir. Birincil ve ikincil grupların parçalardır.
- Medyanın bireyler üzerinde doğrudan doğruya bir etkisi varolmamakta, etkilerini toplumsal ilişkiler içinde şekillendirmektedir.
- Toplumun bazı bireyleri özellikle liderler, kanaat önderleri, toplumun diğer üyelerine iletileri kendi süzgeçlerinden geçirerek, filtrelenmiş olarak, medyadan daha fazla şekilde ileti üreterek aktarmaktadırlar.

Bu model medyanın hedef kitlelerinin bir boşlukta hareket etmediklerinin altını çizmektedir. Bireylerin değişik düşünce ve kavrayış kaynaklarının işe karıştığı çeşitli toplumsal ilişkilerin müdahil olduğu karmaşık bir toplumsal ilişki ağının parçaları olduğunu vurgulamaktadır" (Lazar. Çev: Anık, 2009, s. 105-107)

İki aşamalı akış modeli bireye hedef kitleye haberin veya mesajın öz ve/veya ham hali değil, önce kapı tutucular tarafından kanaldan önce işlenmesi, daha sonra uygun bir kanal geleneksel ve modern medya araçları, kişiler arası iletişim v.b. gibi kanaldan sonra güvenilir bir kişi veya kurum tarafından aktarılmasını içermektedir. Bireyler özellikle karmaşık ve doğruluğu kesinleşmemiş enformasyonlar aldıkları zaman, kanaat önderinin durduğu noktayı, ileti karşısındaki davranışına göre hareket ederler. Bu sonuç yani bireydeki bu değişiklik bireyden başlayıp toplumun geneline doğru genişleyen, dolayısıyla medya araçları yoluyla göndericinin varmak istediği hatta ideoloji veya devletin vermek istediği sonucun ortaya çıkmasında ciddi rol oynamaktadır.

İki Aşamalı Akış Modeli'nin temel varsayımlarını McQuail ve Windahl şöyle açıklamaktadırlar (akt. Bal, 2013, s. 117):

"Bireyler izole edilmiş toplumsal canlılar değil; diğer insanlarla etkileşimde bulunan toplumsal grupların üyeleridir. Kitle iletişim gönderisine tepki ve cevap anında ve doğrudan olmaz, bunlar toplumsal ilişkiler aracılığıyla aktarılır ve bunlar tarafından etkilenir. Birisi alımlama ve ilgi; diğeri, etki veya enformasyon girişimini kabul etme veya reddetme şeklinde cevap vermekten oluşan iki süreç vardır. Kitle iletişim kampanyaları karşısında bireyler eşit değildir, fakat iletişim süreci içinde farklı rolleri vardır. Daha etkin rol üstlenenler (fikir öncüleri) kitle iletişimini daha çok kullanmalarıyla, daha yüksek düzeylerde toplumsal olmalarıyla, diğerleri üzerinde etkili olduklarının farkında olmalarıyla kaynak ve rehber rolü üstlenmeleriyle ötekilerden ayırt edilirler".

Katz ve Lazarsfeld'e göre, kişilerarası ilişkinin üstünlüğü etkili kişinin söyleminin çekiciliği ancak bu bakış açısına göre medya da çekici içerikler sunar ve doğrudan iletişime bağlı denetim işleviyle açıklanır. Bir dostun toplumsal niteliğinin gösterdiği, söylediğinden daha önemlidir. İki yazar, etkiyi alandan alana ayrıntılandırarak kamuoyu liderlerinin tüketim malları alanında genellikle evli kadınlar, moda ve sinema alanında genç kadınlar, kamu işleri alanındaysa toplumsal düzeyi yüksek kadınlar (eşler ve babalarla birlikte, yaş ilerledikçe de sözü dinlenme olasılığı artar) olduğunu gösterirler. Ancak önceki soruşturmalara göre önemli bir düzeltme getirilir. Artık kamuoyu liderleri farklı, ayrıcalıklı, halkın geri kalanından kopuk varlıklar sayılmazlar: Zamana ve ortama göre, konumları değişerek bir alanda yol gösteren, bir başka alanda izleyen konumunu alabilirler. Onları izleyenler üzerine kesin ve sürekli bir güç uygulamazlar, gerçekte etkiledikleriyle aynı ortamdandırlar, yalnızca güçlü toplumsallıklarıyla ve donandıkları toplumsal yetilerle farklılaşırlar. Kamuoyu liderleri zorba değillerdir, ancak onları izleyenlerin örtük beklentilerine uygun düştüklerinde inanılır olabilirler, şeflerin kabileleriyle sürdürdükleri ilişkileri betimlemek için antropolojide kullanılan söz burada anılabilir: "Ben şefim, öyleyse onlarım". Yine bir filmin vizyona girişi örneğini ele alırsak, arkadaşlarımızın şu ya da bu filmi görmeye yönlendirmelerinden etkilenebiliriz, çünkü beğenilerine güven duyarız (büyük bir olasılıkla bizimkine benzer beğenileri vardır), ancak düş

kırıklığının düzenli olarak meydana gelmemesi temel koşuldur. Kamuoyu lideri, görüşleri izleyenleri harekete geçiren iç tartışmalara karışsa da kendisini izleyenlere beklentilerini oluşturma ve dile getirme olanağını verir. Oylamadan önce sık sık tartışma isteğinde bulunan karasızların evrimi, bu çalışmaya tanıklık eder. Dolayısıyla etkileşim üzerine temellenen bu model, fazla yalın tek yönlü ikna modelinin yerini alır (Maıgret, Çev: Yücel, 2014, s. 103-104). Kanaat önderleri toplumdan, bulunduğu çevreden, doğup büyüdüğü geliştiği topraktan farklı davranarak, yaşadığı sosyal ortamdan kendini soyutlayarak bireylere kendini kabullendiremez tam tersine bireylerin içinden biri, bireylerin beklentilerine uygun yaşayan, güvenilir, ideoloji olarak yakın, donanımlı, kültürüyle örtüşen hayat tarzına sahip bireyler karşılıklı ilişkilerde başarılı olacaklardır.

Lazarsfeld The People Choice (1944) adlı, Erie soruşturmasını ele alan, Bernard Berelson ve Hazel Gaudert ile yazdığı kitapta, ilk kez seçmenin oyunun yalnızca rastlantıya bağlı kişisel bir tercih ya da medyanın yönettiği seçim kampanyalarının ürünü olmadığı, üç değişkene bağlı değerlendirilebileceğini gösterir: Sınıf, statü, coğrafi konum ve din. Derneklere ya da kiliselere üyelik, geçmişteki politik tercihler, ikamet edilen yer, sahip olunan mallar (telefon v.b.) aile ve arkadaş topluluğu içinde ilişkiler üzerine yinelenen sorular yoluyla kavranan genel ekonomik ve toplumsal konum, oylama sırasında ve oyun zaman içinde gelişimindeki politik kararı açıklar. Dolayısıyla bu soruşturmanın büyük önemi "insanların" ya da halkın keşfine, bir başka deyişle toplumsal ağların medya çalışmalarına yeniden girmesine çağrıda bulunmasıdır. Her zaman topluluklara bağlıyız; aile, okul, ikili gruplar, yüzeysel ya da yüzeysel olmayan iş ilişkileri, dernekler, dinsel topluluklar gibi bu bağlar kırsal toplumda gözlemlendiğinden daha gevşek olsa bile, böylece bu soruşturma birincil toplumsal grupların (yüz yüze) gücünü gösteren yeni olguları araştırmayı önerir: Aile ortamları ve dostluk bağları politik seçimlerinde benzeşiktir, üyelerinin toplumsallaşmasında bileşenler birbirine yakın olduğundan bu durum anlaşılabilirdir, ancak benzeşiklik oylama yaklaştıkça artar. Görüşmeler nihai kararda tartışmanın önemini vurgular; kararsızlar, kararlarını ötekilerden daha sık aile ya da arkadaş baskısı altında aldıklarını açıklarlar (Maigret, Çev: Yücel, 2014, s.100).

İki aşamalı akış modeline göre enformasyon ve etki iki adım sürecinden geçerek oluşur; yani kanaat önderinden grubun üyesine geçer. Kanaat önderi iletilerini grubun dünya görüşüne, var olduğu sosyal çevresine göre şekillendirerek – güvenilir kaynak olarak- etkide bulunur (Erdoğan ve Alemdar, 1990, s. 74).

Ortak fikirler ve tutumlar kişiler arası ilişkilerle el ele gider. Bu ilişkiler kişilerin yüksek değer verdikleri ortak fikirlere karşı olan etkilere "direniş" teşvikiyle araya girerler. Kişiler dış bir etkiyle uyumlu olan kuralları paylaştıkları, ya da teklif edilen bir değişimi grup kuralları ile birleştirmeye niyetli oldukları zaman, kişiler arası ilişkiler değişimi kolaylaştırıcı olarak etki yapabilir. Kişisel ilişkinin etkisi formel kitle iletişim aracının etkisinden daha çoktur, çünkü formel araç "temsili" ve "dolaylı" yolla, yani söyledikleri ile etki ederler. Halk bu yolla hem de kontrol yoluyla etki edebilir; kişisel ilişkilerinin sonucu olarak birbirlerini çeşitli etkinliklere teşvik edebilirler. Böylece "etki" halkın iletişimlerinden öteye gider. Kişiler iki büyük etki silahına sahiptir; söz ve kontrol, kitle iletişim araçları ise sadece bir tanesine sahiptir. Kanaatler ve tutumlar çoğu kez yakın gruplar (aile, arkadaş) içinde oluşur ve desteklenir. Önder, grup kanaatlerinin biçimlenmesinde stratejik unsurdur. Diğer üyelerin ne düşündüklerinin de farkındadır, üyeler arasında aracılık yapar ve bir çeşit genel grup "beynini" temsil eder. Katz ve Lazarsfeld, kişilerin birbirine etkisini sadece içinde yaşadıkları asıl gruplar tarafından belirlenmediğini, toplumun genel örgütsel yapısı içinde saptandığını kabul ederler (Erdoğan ve Alemdar, 1990, s.75). Kişiler tutum ve davranışlarını sadece kendi iç ve yakın dünyasından etkilenerek değil toplumun genel yaşayış kültür, din ve mitlerinden de alarak geliştirir. Dolayısıyla kanaatler ve tutumlar söz, yaşayış, tutum, tekrar v.b. gibi hem görsel hem de işitsel hafızaya hitap eden doğru kanal ile doğru mesajın kodladığı bireyin algısında kanaat önderi konumundaki kişi tarafından bireye aktarılmaktadır.

Kanaat önderleri kitle iletişim araçlarının hedef kitle üzerindeki etki kapasitesi üzerinde ciddi rol oynamaktaydı. Kamuoyu (Kanaat) önderleri medyadan gelen iletileri kendi iç dünyalarında benimseyip tüketmekte ve hedef kitlelerine süzgeçlendikten sonra aktarmaktaydılar. İki aşamalı akış kuramının temeli bu noktada ortaya çıkmaktadır. Özetle kamuoyundaki kanaat önderleri kitle iletişim araçlarından

gelen iletileri kendi dünyalarında yorumlar ve mesajları yeniden istedikleri veya beslendikleri ideoloji çerçevesinde biçimlendirirler. Kamuoyu önderinin hedef kitle nezdindeki güven ve itibar algısı daim olduğu sürece kanaat önderinin toplum üzerindeki etkisi son derece fazladır. "Kitle iletişim araçlarının gönderdiği mesajlar, kişisel etki aracılığıyla yayılır. Medya mesajları grup ve örgüt içi ilişkilerden geçerek insanlara ulaşır. İki aşamalı akış ve kamuoyu önderi yaklaşımı genellikle medya etkisini tutum ve davranışlardaki kısa dönemli etkiler olarak görür ve değerlendirir". (Yaylagül, 2010, s. 59-60)

Mesajın etkisi konusunda yapılan birçok çalışmanın sonucunda çıkan sonuçlar birbiriyle çelişen ve tutarsız çıkınca, bu araştırmalara şüphe ile yaklaşılmaya başlanmış ve onun yerine izleyicinin konumunu araştıran çalışmalara başlanmıştır. İzleyici araştırmaları başlamadan önce ki tüm araştırmalarda izleyicilerin tümünün eşit, aynı bilgi birikime sahip oldukları kabul edilmekteydi. Süreçle beraber önceden kabul edilen bu varsayımın sorgulanması ve araştırılması sonucunda bireyin tavır ve davranışları bireyin şahsi yorumunun bir sonucu olarak ele alınılması kanaatini ortaya çıkarmıştır. Önceleri pasif konumda değerlendirilen izleyici, yeni süreçte; yorumlayan, seçebilen, kabul veya reddedebilen aktif bir konuma yerleştirilmiştir. Bu süreçle beraber medyanın insanlara ne yaptığından ziyade, insanların medya ile ne ve nasıl yaptığı sorunsalı araştırılmaya meydan vermeye başlamıştır. (Yaylagül, 2010, s. 60)

İki aşamalı iletişim modeli, "kitle toplumu kuramlarının tersine, çoğulcu bir toplumda kitle iletişim mesajlarının akışının kanaat önderlerince aktarıldığını öne süren bir yaklaşımdır," (Mutlu, 1998, s. 163). İlk olarak Paul Lazarsfeld'in ortaya attığı kavram olan "iki aşamalı akış" toplumdaki tüm iletişim süreçlerinin hedef kitle üzerinde direk olarak değil, bireylerin mensubu oldukları toplumsal grup, bulundukları çevre veya ait oldukları cemaatlerdeki "kanaat önderleri" vasıtasıyla iletişimin etkili olduğunu anlatmaktadır (Oskay, 1985, s. 17).

Buradan hareketle, kitle iletişim araçlarından gelen bilgiler direk bireylere değil, önce kanaat önderlerine veya direk kanaat önderleri vasıtasıyla, kanaat önderinin süzgeçlerinden geçerek muhtemel hedef kitleye aktarılmaktadır. Bu bağlamda iletişimde hem medya hem de kişiler arası iletişim kanal ve kaynağın

güvenirliliği bağlamında ayrıca değer kazanmakta, gönderilen ileti varılmak istenen sonuç arasında doğru orantılı bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Bu önderler her meslekten her sosyo ekonomik düzeyden olabilir. Bunlar kitle iletişim araçlarını grubun diğer üyelerine göre daha fazla kullanırlar, okurlar ya da dinlerler ve aynı zamanda hedef kitlenin kültürü, eğitim seviyesi, ideolojileri, geçmişleri hakkında sürekli bilgi sahibidirler.

2.1.2. Kapı Tutucular

Katz ve Berelson (akt. Alemdar ve Erdoğan, 1998, s. 63): "*Eşik bekçisi ve kanaat önderleri birbirinden ayrı kavramlar olduğunu belirtirler. Eşik bekçileri kitle iletişiminde gönderici araçtan önce; kanaat önderleri ise alıcı araçtan sonra yer alırlar. Ayrıca her ikisi de etkinin sağlanmasında hem seçici, hem de yorumcu rolünü oynarlar. Fark, iletişim sürecinde tutukları yerde, dolayısıyla sahip oldukları farklı güçte ortaya çıkar*" (Tekinalp ve Uzun, 2013, s. 95).

Kitle iletişim araçlarında haber ve mesajın üretimi sürecinde rol oynayanlar eşik bekçileridir. Eşik bekçileri, haberin veya mesajın hazırlanmasında ve aktarılmasında görev yapan profesyonellerdir. Eşik bekçileri neyin, nasıl, ne kadar ve ne zaman iletileceğini belirleyen, aynı zamanda mesajın üretimi kendilerine ait olmamasına rağmen mesajı yorumlayıp değişiklik yapan kişilerdir (Bal, 2013, s. 27).

Kitle iletişim araçlarına gelen tüm haberler ve bilgiler, haber değeri taşımamakta, dolayısıyla yüzlerce haber bilgi ve materyalinin içinden haber değeri olanların süzgeçlenmesi gerekmekte, bu durumda da süzgeçten geçemeyenlerin kamuoyuna iletilme şansı ve yeri bulamamaktadır. Süzgeçlerden geçirme işlemini yani haber ile hedef kitle arasında eşik bekçileri yer almakta, bunlar yeniden kurgulanan hangi haberlerin kamuoyu ile paylaşılacağını belirlerler. Haberlerin filtrelenmesindeki başlıca etkenler; ekonomik statü, iletinin iletimi için kullanılacak araç, yayın politikasına uygunluk gibi konular başı çekmektedir. Eşik bekçilerinin haber üretim sürecindeki en önemli rollerinden biri, gerçekleri yeniden dizayn ederek kamuoyuna servis ederler. Eşik bekçilerinin temel görevi bireylerin, kamuoyunun hangi mesajları ne zaman ne ölçüde aktarılacağını belirler ve süzgeçler, eşik bekçileri mesajları

iletirken, mesajları kaynak dan alıcıya gönderirken kanaldaki kişi ve/veya gruplar olabilirler. (Tekinalp ve Uzun, 2013, s. 94)

Medyanın yayın kimliği ve ideolojisi, yayın politikalarını şekillendirir. Medya kuruluşları yayın akışı içinde eline gelen bilgi ve belgeyi, kendi ideoloji ve kimliği doğrultusunda eşik bekçileri yoluyla süzgeçler ve hedef kitlesine vermek istediği mesaj doğrultusunda, hedef kitlede beklenen davranış değişikliği doğrultusunda damıtarak aktarır. Haberin merkezinden alınıp servis edilmesine kadarki süreci yönetenlere eşik bekçisi denmektedir.

Kapı tutucular (eşik bekçileri) görev yaptıkları medya organın ideoloji ve kapital çıkarlarına göre, gelen bilgileri süzgeçler, arındırır, uygun olduğunu düşündüğü kanal veya kanaat önderine bırakarak hedef kitlede istediği rıza doğrultusunda tepki almak suretiyle görevini ifa ettiğini özellikle medya organlarında görülmektedir.

Kapıcılar, kişiler arasındaki iletişim sistemlerini "dışındaki bir şeye" bağlayan kişilerdir. İletinin gruba ulaşıp ulaşmayacağını veya nasıl ulaşacağını önemli ölçüde belirlerler. Medya kurumundaki yazı işlerinden sorumlu birey, bir yayımcı belli bir konuya yer verip diğerine yer vermemeye karar verir. Benzer görevlere örnek olarak sanat acenteleri, hakla ilişkiler danışmanları, yayınevleri, film ve tiyatro yapımcıları verilebilir. Haber akışı sırasında görev alan çok sayıda kapıcı vardır. Haberin seçildiği sahada, haber kaynaklarıyla kurulan ilişkide, haber servisinde, haberin halka gönderilmesi sırasında vb. geniş bir alanda etkili olurlar. Kapıcıların pratiği profesyonel sorumluluk taşıyan bir etkinliktir. Kapıcı iletinin nasıl kodlanacağında, kanaat önderi kodların nasıl çözümleneceğinde etkilidir. Kanaat önderi izleyicilerle yüz yüze ilişki içindedir ve onların gelen ileti kodlarının açımlanmasında ve geribildiriminde etkili olur. (Bal, 2013, s. 94)

2.1.3. Kanaat Önderi

Katz, Berelson ve Lazarsfeld'in 1950'lerin ortalarına kadar yürüttükleri Colombia Üniversitesi'deki etki ile ilgili yapılan saha araştırmalarının sonucunda ortaya çıkan iki aşamalı akış modeli ile birlikte de grup etkisi, kapı tutucu, kanaat önderi (fikir önderliği) kavramları literatüre girdi. Berelson ve Lazarsfeld'in ortaya

koyduğu bu modelin özünde, kamuoyu (ya da kanaat) önderlerinin kitle iletişim araçlarından ilettikleri iletileri ve enformayonları yorumlayarak yeniden üretmesidir. Bu sebeple de medya ile kanaat önderleri arasında etki tepki ilişkisi bulunmakta olup, medyanın etkisi kanaat önderinin etkilenmesine bağımlıdır. Medya içeriğini tüketen kamuoyu önderleri kendi yorumlarını kitlelere yaymaktadır (http://2014hit.blogspot.com.tr/2014/12/pa ul -lazarsfeld-ve-neil-postmann-kitle.html, 16.12.2016).

Kanaat önderleri kamuoyunda saygı duyulan görüşleri ve önerilerine değer verilen, toplumun düşünce ve yaşayışında örnek alınan kişiler olarak topluma liderlik eden kişilerdir. Kanaat önderinin, aktaracağı bir fikir veya iletmek istediği mesaj, hedef kitlede diğer hızlı ve etkili bir şekilde karşılık bulacaktır. Kanaat önderi tarafından hedef grubun dünya görüşüne göre biçimlendirerek, mevcut konumunu doğru konumlandırarak, saygı duyulan ve güvenilen bir birey konumlandırması statüsünde kaynak konumunda olması, alıcı üzerinde olumlu yönde ciddi etki oluşturacaktır.

Kanaat önderi olarak konumlandırılan kişi veya statülere örnek vermek gerekirse; muhtar, imam, öğretmen, köy korucusu, gazeteciler, iş adamları, dini liderler, dernek ve birlikler vs. gibi kişi ve kurumlar öne çıkmaktadır. Kanaat önderleri kırsal alanlarda ve metropol de farklılık gösterir. Kullandıkları yöntem, mesajı ilettikleri kanalın farklılığı, eğitim şekilleri v.b. gibi farklılık göstermektedir. Medya eliyle kanaat önderleri üzerinden kamuoyuna ulaşmak istenildiğinde genel kanaat egemen gücün ideoloji ve düşüncelerinin baskın olduğu birçok araştırmada ortaya konulmaktadır. Diğer taraftan bakıldığında kanaat önderleri kamuoyundaki insanlara hakim ideolojinin düşüncelerini enforme etmek için kullandıkları önyüzlerdir.

Kamuoyu liderleri, kamuoyunun rehberleri ya da belirleyicileri diye adlandırılanlar, kişilerarası etki kuramının, dolasıyla kişilerarası iletişimin merkezindedirler, bu durum onlara medya iletişiminden daha büyük önem kazandırır. Peoeple's Choice'ın yazarları bunun için bir ilk portre çizerler: Örneklemin beşte birini oluşturan kamuoyu liderleri, özel bir toplumsal çevreden gelmezler, ama haber medyasına büyük dikkatleri ve politik sorunları günlük tartışmalara sokabilme yetileriyle farklılaşırlar. Dolayısıyla bilgi ve karar sürecinde bir aracı işlevi görürler:

İletişim akışı tek bir alıcıya yönelik, tek yönlü ve dolaysız değildir, gerçekte iki aşamalı ve dolaylıdır, önce rehberden, sonra izleyiciden geçer (Maigret, Çev: Yücel, 2014, s. 100-101).

"Kapıcılar, kişiler arası iletişimin sistemlerini dışarıdaki bir şeye bağlayan kişiler" olarak nitelenir. Kontrol mekanizmasıyla kanaldan akan bilginin hedef kitleye ne kadarının ne ölçüde ulaşacağını yöneten bir alandır. Kapıcı ve kanaat önderi kavramları birbirlerinden ayrı olarak değerlendirilmekte, kapıcılar kitle iletişiminde göndericiden önce, kanaat önderleri alıcıdan sonra görevlerini icra ederler. Her ikisi de iletinin etkisinin kuvvetli ve istenilen yönde olması için hem seçici, hem de yorumcu rolünü oynarlar. Oynadıkları rol bakımından temelde ikisi arasında bir fark yoktur. İkisi de aynı anda kanaat önderi ve kapıcıdır. Farkları iletişim sürecinde durdukları noktadır, sahip oldukları fark ise güçte ortaya çıkar. Kanaat önderleri izleyicilerle yüz yüze iletişim içindedir. Sonuç olarak kapıcı, "iletici" ve "izleyici" alıcı rolü oynar. Kanaat önderleri "alıcının" iletiyi alıp ileticinin istediği yönde (ya da aksi yönde) göstermesinde etken olan öğedir. (Erdoğan ve Alemdar, 1990, s. 75-76).

İletişimde özellikle kitle iletişim araçlarında gönderici ile alıcı arasındaki iletişimi etkileyen ve iletişimin içeriğinin seyrini ve etkisini etkileyen kanaat önderidir. Kanaat önderleri kaynak ile alıcının özelliklerine gerçekleşen iletişim sürecindeki konumlarına göre devreye girip müdahale ederler ya da etmezler. Kanaat önderleri toplum içindeki kültür, ekonomik ve eğitim seviyeleri koşul ve özellikleri bağlamında toplumdaki diğer bireylerden daha öndedir. Örneğin; dini bilgi ve birikimi zayıf, eğitim seviyesi düşük bireyler dini bir önder veya liderden alacakları enformasyonları, kendi hayatlarındaki kanaat önderini konumlandırmalarında, kanaat önderinin nüfuzu ve etkisi hakim olacaktır (Güngör, 2013, s.38).

Kanaat önderinin sahip olması gereken özellikler ile ilgili Güngör şunları belirtmektedir: "*Bilgi birikimi ve deneyim açısından çevresindeki diğer insanlardan daha üstün durumda olmak, ekonomik açıdan üstünlük, sosyal ilişkiler açısından dışa dönüklülük, gezmeye, görmeye meraklı olmak, saygın bir işe sahip olmak, sempatik ve yardımsever olmak, güvenilir biri olmak, kanaat önderinde bazen bunlardan biri, bazen de tümü bulunabilir. Kanaat önderliğinin belki de en ayırt edici özelliği, kanaat*

önderi rolündeki bireyin kendi çabasından çok, sahip olduğu birtakım özellikler nedeniyle çevresindeki insanlar tarafından o konuma yükseltilmiş olmasıdır. Kişinin kendi zoruyla ne de kendi isteğiyle bireyin kendini kanaat önderi olarak algılatması olanaksızdır" (Güngör, 2013, s. 227).

Bireyler kitle iletişim araçları üzerinden sahip oldukları iletileri, bulundukları sosyal gruplar ve toplumun diğer bireyleri tartışır, konuşur ve yorumlarlar. Dolayısıyla birey mevcut bilgiler ışığında çevresiyle bilgi alışverişi ve etkileşim halindedir, iletişim süreci devam etmektedir. Bireyler çevresiyle paylaşım ve etkileşim halinde iken, her bireyin bilgi ve kültür seviyesi eşit olmadığı için, birileri birilerinden daha üstün olmakta, üstün olanlar kitle iletişim araçlarından gelen enformasyonları diğerleri üzerinde etki ve yönlendirme yetisi daha yüksek olacaktır. Bulunduğu sosyal grupta veya ortamda, çevresindekiler üzerinde yönlendirici ve ikna gücüne sahip olanlara iletişim sürecinde kanaat önderi denilmektedir. İletişim sürecinde kanaat önderi ara kademe görevini üstlenmekte, göndericinin kanal yoluyla aktardığı iletiler alıcı tarafından alımlanır, bu süreç de kanaat önderi devreye girer algılama sürecine müdahale ve etki eder. Kanaat önderi algılama süreci başladığında devreye girerek kendi fikir dünyası ve zihin süzgeçlerinden geçirdikten sonra alıcının kullanımına yönlendirir (Güngör, 2013, s. 227).

İletişim sürecindeki en önemli role hayiz olan grup üyesi kanaat önderidir. Kanaat önderi, iletilerini hedef kitlesinin sosyal ve kişisel statüsüne göre biçimlendirerek, güvenilir kaynak konumunda kendini öne çıkarır. Kanaat önderleri, kitle iletişim araçlarını, özellikle televizyon ve günümüzde sosyal medyayı toplumun diğer bireylerinden daha fazla ve yoğun kullanırlar, bu süreç hedef kitlelerine iletilecek olan mesajın içeriğini okurlar, dinlerler, yorumlarlar, kendi süzgeçlerinden geçirdikten sonra iletirler. Yeni dünya düzeninde popüler kültür kanaat önderlerini yüksek statü sahipleri olarak göstermektedir. (Erdoğan, 2014, s. 97)

Yüz yüze iletişim yoluyla yeniliğin yayılma hızı, homojen kitlelerde daha fazla iken, heterojen yapıya sahip olan toplumlarda bireyler bir kanaat önderi arama ihtiyacı hissedebilmektedirler. Bireyin kanaat önderi olarak görülebilmesi ve karşıdaki insanları etkileyebilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu

bağlamda kanaat önderlerinin genel özelliklerini şu şeklide sıralamak mümkündür: Takipçilerine oranla kitle iletişim araçlarını kullanma oranı daha fazladır, daha yenilikçidirler, sosyal olaylara katılma oranları daha fazladır, çevreyle ilişkileri daha fazla olan daha kozmopolit insanlardır. Kanaat önderlerini etkinlik alanların göre kendi arasında ikiye ayırmak mümkündür. Siyaset, spor, aktüalite v.b. gibi sadece belirli bir alanda etkinliği olan ve kendisine danışılan kişilere monomorfik kanaat önderi adı verilmektedir. Birçok alanda görüşleri itibar gören kanaat önderlerine ise molimorfik kanaat önderi denmektedir (Işık, 2012, s.73).

Sonuç olarak kanaat önderi tutum ve davranışlarıyla bilgisini ilettiği alıcılar üzerinde güvenilir bir kaynak konumunda olan, bireylerin veya potansiyel hedef kitlenin istenilen yönde tutum ve davranışlarında değişiklik oluşturmasını sağlamaya hizmet eden kişilerdir. Kanaat önderi dini, siyasi ve iktisadi konularda medya aracılığıyla ve kişiler arası ilişkilerle aktif olarak kullanıldığı yapılan çalışmalarda ortaya koyulmaktadır.

2.2. Sosyal Fonksiyonların İrdelenmesi

2.2.1. Karizma, Rol ve Statü

Karizma kavramı, bütün dini önderlerde, peygamberlerde, dini teşkilatın liderleri olan rahiplerde, imamlarda dini kanaat önderlerinde mevcut olduğuna inanıldığı için bizi ilgilendirmektedir.

Weber tarafından sosyolojiye kazandırılan "Karizma" kavramı şöyle açıklanmaktadır: “İktidarın ve gücün meşrulaştırılma türlerini açıklamak için kurduğu hâkimiyet sosyolojisi alanında yoğun olarak kullanır. Dini otoriteyi kullanma yetkisini ellerinde bulunduran şahısların, bunu karizma sayesinde kullandığını belirten Weber, hakimiyet ilişkilerini meşrulaştırmada üç sistemin bulunduğunu, bunların sonuncusunun da karizmatik hakimiyet olduğunu iddia eder. Bunun bariz vasfının, diğer hâkimiyet türlerinde olduğu gibi yasalara veya geleneklere değil, kendisine kahramanlık, kutsallık veya olağanüstü nitelikler atfedilen bir şahsa bağlılık olduğunu vurgular.” (Turner, 1997, s. 39-46).

Dinin yayılması, mensuplarının çoğalması, dini cemaatin farklılaşması ve giderek karmaşık bir yapıya bürünmesinin güçlü bir teşkilatın kurulmasını da gerektirdiğine işaret edilmişti. Lakin karizmaya dayanan bir otorite bunun dışındadır. Onun hukuki bakımdan kurumsallaşması ve resmileşmesi söz konusu olmamaktadır. Karizmaya bağlı otoritenin memurları değil, mensupları, tarafgirleri, bağlıları olur. Bu otorite, dini liderin, kanaat önderinin veya din kurucusunun şahsi değeri, kutsallığı, özel ve örnek hayat tarzı ve karakteri üzerine inşa edilmiştir. Şiddet ve baskı olmaz, psikolojik hakimiyet ve gönülden bağlanma, ve itaat esastır. Dolayısıyla karizmatik otoritenin ve itaat etmenin temelinde psiko sosyolojik bakımdan değerlendirildiğinde heyecan yer almaktadır. Bu bakımdan karizma ve buna bağlı otorite, aslında değişim, çözülme ve yeniden kuruluş dönemlerinin karakteristik bir tezahürüdür. Yapı ve düzen oturtmaya, kurumlaşmaya ve gelenekleşmeye başlayınca heyecan unsuru şiddetini kaybetmeye meyleder. Buna bağlı olarak karizmatik otorite de yerini, teşkilat, kurum ve geleneğe bırakır (Günay, 2014, s. 290). Buradan hareketle baktığımızda, toplumsal bir sürecin oluşum aşamasında karizma, karizmatik lider bireylerin ihtiyaç duyduğu ve süreç içinde kendiliğinden oluşan ve bireylerin şiddet unsuru olmadan kendiliğinden biat etmesiyle oluşur.

Karizma hakkında yapılan araştırmalar sonucunda; karizmanın genellikle kriz ortamlarında ortaya çıktığı belirlenmiştir. Toplumsal kriz meydana geldiğinde standart yaşam şekli ve düşünce biçimleri ve bunların dışındaki toplumu ve bireyi ilgilendiren birçok konuda, krizin oluşturduğu bir sonuç olarak karşımıza çıktığından kolayca gözden çıkarılabilmektedir. Krizler, mevcut yaşam biçimini temelden sarsan, fikir kalitesini yitirmiş birçok düşünce, yaşam kalitesini düşürmüş birçok hayat tarzı ve hatta toplumsal birçok rol ve hareketi gözden çıkararak yeni bir başlangıç yapacak iradeyi kazandırır. Dolayısıyla karizma süreci mevcuttan vazgeçme ve transfer olma ortamını da betimler. Lakin tüm göçler ve bütün vazgeçmelerin sonucu yerleşik hayata geçiştir. Siyasal, ekonomik veya toplumsal bağlamda bireyler sıkıntıya düştüklerinde veya çözülemeyecek problemle karşılaştıklarında bireylerin yapacak çok fazla birşeyleri kalmaz ve akabinde radikal kararlar almaya mevcut durumları zorunlu kılar. Kriz ortamı, toplumsal hareketliliği ve akabinde değişimin altlığını sağlar, akabinde kriz döneminde ortaya çıkan karizmanın ürettiği kazandıkları sosyal ve siyasal gücü,

elde ettikleri pozisyonları ve sınıfları korumaya yönelik çalışmalar başlayacaktır. "Doğuş anındaki karizmanın sağladığı lügatçe ve ruh hâli, bu yerleşmeyi meşrulaştırıcı ve kolaylaştırıcı bir etki yapar. Yükseliş anında karizmanın geleceğinde kendi çıkarlarının bir maksimizasyonunu gören grupların rağbeti de karizmayı artık yerinden kıpırdayamayacak bir sıkletin altına sokar. Karizma artık rutinleşmiştir" (Aktay, 2011, s. 65). Karizmatik liderin sağladığı çıkar etkisi sorgulamadan itaat etme sürecini hızlandırıcı bir etkiye yol açar.

Peygamberler doğuştan, ilahi bir vasıf ve görev atfedilmesiyle bireyler gözünde dini karizma olarak inançları gereği konumlandırılır. Peygamber karizması birey yaşamının tamamında eksiksiz ve dogmatik enformasyon akışı şekliyle bireyin hayatında yer alır. Yaratıcı ile kurduğu yakınlık ve onun tarafından seçilmiş ve önceden belirlenmiş olması peygamberlere ilahi bir makamdan kutsii karizması ve otoritesi hazır şekilde olması bireyler üzerindeki etki sağlamasındaki önemli bir faktördür. Bunun yansıra peygamberlerin genel itibari ile ortak özellikleri zenginlerden, okumuşlardan, krallardan değil, genelde halkın içinden sade yaşam biçimine sahip bireylerden seçilmiştir.

Max Weber, dini literatürdeki karizma kavramını sosyolojiye kazandırırken karizma kavramına ait yeni bir misyon da yüklemiş, bu misyonu Wach şöyle açıklamaktadır: Weber bu kavramla dini liderlerin, kanaat önderlerinin özel saygı, itibar görmelerinin karşılığındaki nesnel niteliğe işaret etmiştir. Nitelik elde etme, özel bir yetenek sonucu elde edilebildiği gibi, bireyin görevi üstlenmesinden de kaynaklanabilmektedir. Sosyolojik sonuçlar önem kazanan konulardan biridir, dindar bireyin iddialarından biridir. Konuya malik olan bireyin gerçekteki itibarı ve prestiji, iddiasını doğrulamayabilir veya aynı seviyede olmayabilir ya da iddia edileni de aşabilir. Dini liderlerin veya kanaat önderlerinin toplum üzerindeki güçlü ve etkin etkisi salt sosyolojik açıdan açıklanamamakta ve anlaşılamamakta, çünkü konu sadece dış görünüşü bakımından incelenmektedir. Oluşan etkili sonuç karizmanın hedef kitle üzerindeki ikna edici, motive edici rolünün güçlü bir kanıtıdır. Dini liderler ve onları takip edenler için iki önemli husus vardır: Birincisi, dini liderler ile hedef kitle arasında duygusal bir bağın olmasıdır. İkincisi, Majik yetenekleri olduğuna inanılan,

keramet hallerine sahip olan uluhiyyet atfedilen olağanüstü yeteneklere sahip olduklarına inanılan bireylere karşı hissedilen psikolojik olarak henüz tam olarak açıklanamamış "korku duygusu", dini gelişim sürecinin ileriki süreçlerinde dindar insanların önüne çıkmaktadır (Wach, 1987, s. 41-42).

Karizmatik gücün dini kişiliklerin hayatlarındaki yansımalarını en güzel görüleceği yer din kurucularının hayatları ve kişilikleridir. Dini kurucuların hedef kitlelerine olan etkilerini öğrenmek ve karşılaştırmaya tarihsel süreç içinde bakmak mümkündür. İnancın gereği olarak "Bir"e inanç, bağlılık yönünde verilmiş olan bir karar, bu karşılaştırmanın dışında kalıyor. Büyük dinlerin kurucularının liderleri her biri kendi başına uluhiyyet sıfatıyla ulaşılamaz ve farklı olması sebebiyle tüm ayrıntılarıyla karşılaştırmak sosyolojik olarak mümkün değildir. Örneğin; "Hz. İsa'nın havarileriyle, Hz. Muhammed'in ashabıyla ve Buda'nın takipçileriyle olan ilişkilerine baktığımızda, bunlardan her birinin biçim ve içerik bakımından tamamı ile farklı ve kendine özgü olduğunu görürüz." (Wach, 1987, s.43). Dini liderlerde görülen karizma, konumuna, içeriğine, kitlesine göre değişiklik göstermektedir. Her dinde farklı anlaşıldığı gibi, iş hayatındaki, siyasal hayattaki, liderler de kendi yaşantıları ve hedef kitlelerinin onlara atfettiği zihinlerindeki konum gereği farklılık göstermektedir. Dolayısıyla karizmayı karizmatik bir lideri değerlendirirken tıpkı tarih gibi mevcut ortamında değerlendirmek ve konumlandırmak gerekmektedir.

Toplum, insanların gelişi güzel, tesadüfi ve matematik bir toplamı olmadığına göre, her fert, içinde yaşadığı topluluk ve toplumlarda bir yere sahiptir. Statü dediğimiz bu yer, ya doğuştandır, ya kazanılmıştır. Statü, başkalarıyla mukayesede anlaşılabilecek ve kendi dinanizminin dışından yüklenilen bir kavramdır. Erkek veya kadın oluşu, çocuk, anne veya baba olması ferdin statüsüdür. Eski toplumlarda değişmez sınıf (kast) içindekiler belli bir statüye aksettirirler. Statü fıtri veya toplumdaki geçerli sosyal değer ölçütlerinin kullanılmasıyla elde edilmiştir. Kazanılmış statüler, çeşitli faaliyet tarzları ve eğitimle elde edilmiş bir yerdir. Meslekler buna örnektir. Rol ise dinamik fonksiyonel bir kavramdır ve kişinin ne yaptığını anlatır. Tabiatıyla nasıl yaptığı da önemlidir (Sezen, 2004, s. 99).

Bireyler statüleri gereği yaşamlarını ve diğer bireylerle olan iletişimlerini düzenlerler. Birtakım statüler doğuştan var olduğu gibi, sosyolojik, ekonomik, eğitim, çevresel vb. gibi statüler bireylerin kendi gayret ve seçimleri ile sonradan kazanılmakta ve yaşanmaktadır. Sonradan kazanılan statüler de bireyin yaşamı sürecinde kendi içinde geçişlilik görülebilmektedir. Bireyler yaşamları süreç içerisinde çeşitli, değişik, farklı iş ve görevler üstlenirler. Üstlendikleri bu görevler bireyde rol olarak üzerine kalmaktadır. Örneğin bir bayan; yaşadığı çevrede tanınan beğenilen karizmatik bir iş kadını olarak varolurken diğer taraftan çocuğun annesi olarak çocuğun dünyasında anne rolüyle hayatına devam etmektedir. Dolayısıyla bireyin hayatında rol ve statü kavramları ekonomik, politik, siyasal, kültürel ve dini çevreler gibi bireyin topluma karşı yansıması olan konularda geçişlilik arz edebilmektedir.

Dini bir yapılanmanın ortaya çıkışında ve gelişmesinde lider karizmasının etkisi inkar edilemez. Gecen yüzyılda karizmatik liderlik tipi bugüne değil geçmişe ait olarak kabul edilmiştir. Zira bu anlayışa göre modern öncesi dönemlerde tipik otorite biçimi geleneksel veya karizmatik iken, modern dönemde onun yerini yazılı rasyonel kurallar, yani "yasal" otorite almıştır. Ancak günümüzde de ortaya çıkmıştır ki; karizmatik otorite tamamen geçmişte kalmamıştır. Zira en basit bir toplulukta bile liderlik vasfına sahip bireyin hitap ettiği grubu motive ederek heyecan ile sürükleyebildiği ve grubun performansını katlayabildiği görülebilmektedir. Bu sebeple en iyi organize edilmiş teşkilat yapısında bile lider önemli bir fark ortaya koymaktadır (Aktay, 2011, s. 11-12). Teşkilatlanmaların en küçüğünden en büyüğüne kadar ortak bir amaç ve hedef için bir araya gelen bireylerin, onları yönlendirecek motive edecek bir lidere ihtiyacı vardır. Bu ortamlarda liderin en çok ihtiyaç duyulduğu zamanlar kriz ve geçiş dönemleridir. Bireyler kendilerini yönlendirebilecek, onları motive edecek, doğru kanala yönlendirecek karizmatik ve otoriter liderler ararlar.

Bir dini topluluğunun ortaya çıkıp gelişmesinde ve İslam'ın hakikatlerini yaymasında o topluluğa önderlik eden din adamının önemli bir yeri olmakla beraber din adamının ortaya koyduğu karizmanın çeşitli olumsuz sonuçları da ortaya çıkabilir. Karizmatik ilişkinin olumsuz sonuçlarından biri şöyle ortaya çıkmaktadır: Karizma, yenilikçi ve değişken olması nedeniyle, iddiasını ispat zorunluluğu ile karşı karşıyadır.

Diğer taraftan toplumsal problemler ve hızlı toplumsal gelişmeler sırasında ortaya çıktığından bu dönemde benzeri mesajla bir dizi karizmatik şahsiyet ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle aralarında taraftarlar için bir rekabet söz konusu olmaktadır. Bu durumda karizmatik şahıs, kendi meşruluğunu ispatlamak ve rakiplerinin iddiasını çürütmek zorundadır (Turner, 1997, s. 57).

Peygamberlik hariç diğer tüm liderliklerin sürdürülebilir olması için karizma kazanma sürecinden daha fazla emek ve zaman harcanması gereken bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Karizmaya sahip liderler, özellikle dini liderler, sahip oldukları karizma haricinde bilgilerini artırmalı öğrendiklerini muhatap oldukları kitleye doğru aktarmalı ve şahsiyet olarak edindikleri saygın yeri koruyarak karizmasını sürdürülebilir hale getirmelidir.

Karizmanın olumsuz yönlerini incelemek için sınırlarının belirlenmesi önerilebilir. Zira sınırlı olup olmaması acısından ele alındığında, karizma iki türde incelenmiştir. Bunlardan birincisi, toptan bir itaati, hatta kendi amaçlarından vazgeçmeyi gerektiren, bulanık ve çoğu zaman sınırlanması imkansız olan "Şahsi Karizma"dır. "Fonksiyon Karizması" ise sınırlı ve ölçülü bir itaat isteyen, tanımlanması daha kolay, daha az yaygın, daha az etkin karizmayı ifade eder. Bu ayrım, peygambere, veliye ya da ustada gösterilen sadakatle örneklendirilmektedir (Wach, 1995, s. 410-430).

Karizmanın diğer olumsuz sonucu da karizmanın rutinleşmesidir. Buna göre gerçek karizmatik olay, ya gelenekselleşme ya da bürokratikleşme önünde kurumsallaşır. Hangi yoldan gidileceği gerçekte muhatabın ya da önderin, liderin öz niyetlerine göre değil, akımın kurumsal statüsüne, özellikle de ekonomik durumuna bağlıdır. Karizma kurumsallaşmakla, ekonominin koşullarına, yani günlük çalışma hayatının geçerli ve sürekli rutinlerine uyum sağlar. Burada ekonomi belirleyicidir, belirlenen değildir. Zamanla olağanüstü bağlılık ve coşku duyguları yatışmakta, yeni öğretiler kitlelere yayıldıkça karizma, önderin çağrısının taşıyıcısı durumuna gelen sosyal kesimin ihtiyaçlarına ve düşünce yapısına uyarlanmaktadır. Bu surette mutlak değerler uğruna gerçekleri görmezlikten gelmeye itebilen ilk anların karizmasının

kurumsallaşmasıyla, sayıları artmış izleyicilerin maddi çıkarları artık belirleyici hale gelmektedir (Weber, 2004, s. 99-100).

Dini bir topluluğun inşasında hem din adamının etkileyici şahsi özellikleri, hem de dinin evrensel ilkeleri etkin rol oynayabilir. Bu ikisi kıyaslandığında, şahsi özelliklerin baskın olduğu ilişki duygusal bir ilişkidir. Bu durumda, din adamı konumundaki kişi hakkında duygusal bir yoğunluk söz konusudur. Ancak hayatın değişen şartları, bu yoğunluğun aynı oranda devam etmemesine; dolayısıyla başka etkenlerin belirleyici hale gelmesine sebep olur. Zaman içinde duyguların etkinliğinin azalması ile maddi menfaat ilişkileri baskın hale gelecek; diğer bir tabirle "karizmanın rutinleşmesi" söz konusu olacaktır (Erkut, 2015, s. 140).

Din adamı karizmasının ve otoritesinin sürekliliği ve içeriğinin bozulmaması için, dini doğru ve eksiksiz olarak anlamak, cesurca tebliğ ve irşad faaliyetlerinde bulunmak, hedef kitlesinin dini hayatında örnek birey olarak yer almak, hedef kitlenin seviyesine göre dini inanç ve ritüelleri aktarabilmek, söyledikleri ile yaptıklarının örtüşmesi temel kurallar arasında yer almaktadır. Tüm imamlar statüleri gereği mesleki rolleri gereği aynı dini inanç ve ritüelleri hedef kitlelerine aktarıyor olmalarına rağmen, her imamın otoritesi, karizması farklıdır. İmam kendine bağlı olan dini topluluğa öncelikli olarak dinin ilke ve ritüelleri kapsamında kendi otoritesini de üzerine koyarak etki etmeye çalışmalıdır. Bu noktada dini açıdan en önemli nokta imam otoritesini kaybettiğinde, karizması rutinleştiğinde bireyin dini yol haritasında yanlış yola sapmalar olmamasıdır.

2.2.2. İmaj, Algı, Tutum ve Kimlik

Kimlik; bireye özel nitelik ve özelliklerin bir kimse olmasını sağlayan unsurlar olarak ifade edilmektedir. Kimliğin bireyi ilgilendiren boyutu olduğu kadar, toplumsal boyutuda mevcuttur: Bireysel/psikolojik boyutta baktığımızda "Ben kimim?" sorusunun cevabını ararken, sosyal boyutta baktığımızda "Toplumda ben kimim?", "Topluma göre ben kimim?" sorularının yanıtı ile ilgilenmektedir. Bireysel bağlamda kimliğe bakmak gerekirse; bireyin kendi hakkındaki sahip olduğu görüşlerini, bilgilerini, imajlarını ve inançlarını kapsamakta ve aynı zamanda da bireyin bireysel

ve toplumsal özelliklerini, cinsiyetini, etnik kökenini, yaş durumunu, sosyal statüsünü ve meslek ilişkilerini içermektedir. Kimlik bir yandan benim ve ait olduğum gruba ait olan, diğer yandan da karşımdaki bireylerin bana yüklediği imaj transferinin sonucudur (Bilgin, 2001, s. 11). Bireyin "ben kimim" sorusuna verdiği cevap bireyin sadece kendi zihninde veya hayal dünyasında oluşturduğu şekliyle ortaya çıkmaz. Kimlik kavramı bireyin toplumun diğer ve değer yargıları karşılıklı girdiği etkileşim sonucunda şekillenir, kültür, çevre, din gibi toplumun temel yapı taşlarından özdeşleşerek biçimlenir.

Kimlik, kişisel veya toplumsal varlığın kendini başka bir şey nesne ile özdeşleştirip algılanma sürecini ifade eder. Birey açısından baktığımızda, herhangi bir toplumsal ortamda veya sosyal bir grup içerisinde bireyin belirgin özelliklerini öne çıkaran ve aslının tanınmasına destek olurken, toplumsal açıdan baktığımızda sosyal grupların, toplumun, milletin kendine ait öz varlığını diğerinden ayrılışını ortaya koyan simgeleri ön plana çıkarmakta, bu bakımdan bireysel, şahsi, grup, toplumsal, kültürel, ulusal, etnik gibi kimlik türlerini, birbirlerinden farklı kategoriler olarak sınıflandırmak gerekir; buna göre "*Bireysel kimlik, kişiyi başkalarından ayırmak üzere kurumlarca verilmiş bulunan, çoğu zaman resmi bir özellik taşıyan hüviyeti ifade ederken, şahsi kimlik kişinin başkalarıyla ilişkilerinin psiko-sosyal yönünü yansıtmakta; grup, toplum, millet ve kültür açısından kimliklerde ise, o grubu, toplumu, millet ve kültür açısından kimliklerde ise, o grubu, toplumu, milleti yahut kültür varlığını oluşturan fertlerin müşterek varlıkta özdeşleşmeleri, ortak ülkü ve simgelerde birleşmeleri ve kolektif tasa ve kıvançları paylaşmaları söz konusu olmakta; her halükarda, hangi kategori düzeyinde ele alınırsa alınsın, kimliğin belirlenmesinde, durum ve şartlara göre dil, topluluk duygusu, kan bağı (etnik), müşterek kültürel, tarihi, toplumsal, dini, ahlaki, v.b. çok çeşitli faktörlerin arasından özellikle değerlerin çok önemli rolünün bulunduğu anlaşılmaktadır."* Dolayısıyla; toplumlar ve toplumdaki gruplarla kimlik yapısıyla din, dini inanç, ritüeller, normlar ve değerler arasında doğrusal bir ilişki mevcut olmakla birlikte, dinin, toplumdaki kültürel değerlerin aktarılması ve yaşatılmasında yadsınamaz görevler üstlendiği görülmektedir. Lakin, bunların hepsinden önce bireysel değerlerin temeli sosyokültürel ortamdaki din kaynağından beslenir. Fakat, bu süreç toplumsal ve

kültürel kimlik kategorizasyonun belirlenmesinde de önemli rol almaktadır. Buna karşılık dini değerlerde, toplumsal ve kültürel değerlerden etkilenmekte, karşılıklı olarak birbirleri arasında etkileşim var olmaktadır. Lakin dinin önemli bir faktör olarak karşımıza çıkan bir sürecide; dine inanan bireylerin bağlı oldukları ve inandıkları kutsal değerler, ortak paydada birleşmelerine, aynı hedefler etrafında cem etmeye, sonucunda da toplumsal olarak ahlaki değerler ve idealler doğrultusunda, inanç ve davranışlarını kutsal amaçlara doğru yönlendirmektir. Nitekim, dinin kimliğe addettiği kutsallık ve aidiyet değeri, toplum üzerindeki tamamlayıcı görevinde önemli rol üstlenmektedir (Günay, 2014, s. 418-419). Kimlik ve kültür ilişkisi, kimlik ve din ilişkisi, kimlik ve ahlak ilişkisi yaşam içerisinde bireyin değişimine göre birbirini tamamlayan etkenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kimlik, hızlıca değişen ve gelişen dünyada ve bu dünyaya ayak uyduran toplum ve bireyleri, dini ve kültürel değerlerin hayat içinde hızlıca aktığı değişime uğradığı, dolayısıyla bireysel ve toplumsal kimliklerin de hızlıca değiştiği bir zeminde bireyin din ve kültür bağıntısı kapsamında kimliklerinde birleştirici veya ayrıştırıcı rol oynamaktadır.

Kimlik, öznel gerçekliğin önemli unsurlarından biridir. Kimliğin oluşumunda sosyal sistemlerin etkisi büyüktür. Kimlik bir kere ortaya çıkıp netleştiğinde, sosyal ilişkiler tarafından devam ettirilir, dönüştürülür, gerektiğinde de yeniden şekillendirilir. Kimliğin oluşum ve gelişim sürecini oluşturan sistem, sosyal yapıdır (Berger ve Luckmann, 2008: 250). Kimlikler bireysel aidiyetler olmadan hayat bulamaz. "Bir insanın kimliği başına buyruk aidiyetlerin birbirine eklenmeleri demek değildir; kimlik bir 'yamalı bohça' değildir, gergin bir tuval üzerine çizilen bir desendir; tek bir aidiyete dokunulmaya görsün, sarsılan bütün bir kişilik olacaktır" (Maalouf, 2000, s.27). Kimlik vücudun organizma sistemi gibi işlen gören tek bir parçadaki hastalık bütün vücuda hastalığı hissettirmesi gibi, bireyin inanç, değer, yaşayış, sahiplenme, duygusal ve ruhsal beslenmeleri vb. gibi önemli sinir uçlarına dokunduğunuzda bireyde ciddi değişikliğe zemin oluşturmaktadır.

Bireylerin günlük hayatında en çok kullandığı kavramlardan birisi tutumdur. "Bireylerin veya grupların inançlar, düşünceler, sosyal kurumlar, soyut ve somut kavramlar gibi çok değişik konular hakkında düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli

biçimde belirleme tarzları vardır. İşte bireyin herhangi bir psikolojik obje ile alâkalı düşünce, duygu ve davranışlarını istikrarlı olarak belirleme eğilimlerine tutum" denir (Smith, 1968, akt: Kağıtçıbaşı, 1999, s. 102).

Bilgi birikim, duygu ve davranışlar tutumların oluşumunda önemli rol oynarlar. Tutumlar bireylerin psikolojik obje ile ilgili inanç, düşünce ve yaşantısını oluşturmakta ve bu inanç ve yaşantı psikolojik objeye belli başlı özellikler atfetmeye başlar. "Bir tutumun duygu (affect) unsuru, bireyin o objeye olan duygusal yönünü, yani ferdin o objeyi sevip-sevmemesi, hoşlanıp-hoşlanmamasına işaret eder. Duygu unsuru heyecan (emossion) ve faaliyet yaratarak tutumların davranışa yönelmesini sağlar" (Krech ve Crutchfild, akt: Sezen, 2004, s. 47). Tutumların değişimi için zorlama ve baskı değil, bireyin kendi istek ve arzusuyla benimseyerek yaptığında tutum değişikliği meydana gelebilmektedir (Cüceloğlu, 1996, s. 525). Tabii istisnai durumlarda olmaktadır. Bu durumlarda zorlamanın etkisiyle birey harekete geçmekte ve tabii ortamında olması gerekenden daha hızlı şekilde sonuç vermektedir (Budak, 2000, s.512, Milgram).

Dinî tutum, bireyin din ve dinarlık ile ilgili inanç, duygu ve düşüncelerini istikrarlı olarak devam ettirmesi sürecidir. "Bireyin dinle ilgili bilgi ve inançları (zihni unsur), dinin bütününden ya da herhangi bir esasından hoşlanması veya hoşlanmaması (duygu unsuru) ve dinle ilgili davranışları, yani lehte ve aleyhteki birtakım faaliyetleri (davranış unsuru) onun dinî tutumunu oluşturur" (Peker, 2008, s. 88). Bireyin inançlarının, inandıklarının yaşamındaki karşılığı şeklinde hayat bulmasıdır. İnandığı inanç üzere hayatındaki birtakım davranışları değiştirir, geliştirir veya düzenler, bu sürecin sonucunda bireyin dini tutumları oluşur.

Küreselleşme, modernleşme ve yeni teknolojik gelişmeler yerelde birçok kültürel formları değiştirdiği gibi dini ve etik kimlikler üzerinde de etkisi olmakta kimliğin etkisinde çevrenin ve ötekinin önemi ciddi rol almaktadır. E. Durkheim'in belirttiği gibi: "Gerçek manadaki birey gibi kimlikte, ancak farlılıkların olduğu ve tercihlerin serbestçe yapılabildiği toplumlarda oluşur. Geleneğin, ideolojinin ya da dinin baskın olduğu toplumlarda yetişen bireylerin ve grupların alternatif kimlikler görmedikçe kendi kimlikleri üzerine düşünmeleri beklenen bir durum değildir"

(Renan, 2012, s. 57). Kimliğin kendiliğinden doğal yaşamı içinde gelişmesi için özgürlükçü ve reformist bir ortamın var olması kaçınılmaz görünmektedir. Aksi takdirde baskıcı, düşünce ve yaşam özgürlüğünün kısıtlı olduğu sadece ideolojinin, dinin ve hükümetin baskı karakterlerinin ve propagandasının sonucunda oluşan kimlik kendine has değil, dizayn edilmiş kimlik olarak ortaya çıkmaktadır.

Bireylerin sahip olduğu dinî inanç ve tutumları onun ahlakını, değerlerini ve yaşam biçimlerini şekillendirmekte ve hayatındaki rol model olma çizgisinde onu etkilemektedir. Dini kurallara ve ritüellere tam olarak sahip çıkan ve itaat ile başlayıp ibadet ile devam ettiren bireylerin ahlak, etik, adalet, hakkaniyet, kul hakkı gibi bireyi nefsi anlamda doğru yola ileten, genel de ise toplumsal düzen ve hakimiyetin temel yapı taşları olan bu değerlere olan bağlılığı azami derecede tesis etmektedir.

İnsanlar tutumlara doğuştan sahip olmazlar, çevrelerinin doğup büyüdükleri çevrenin ve sosyal ortamın etkisiyle tutumları oluşur. Dolayısıyla, bireylerin tutumlarından hareket ederek toplumsal ve kültürel değerlere ulaşmak mümkündür. Bireylerin kazandıkları tutumlar aynı şekilde çevrenin ve bulunduğu konum itibari ile değişip dönüşüme uğrayabilir. (Kağıtçıbaşı, 1999, s. 119).

Birey hayatındaki istek ve arzularını yerine getirebilmek için, birtakım davranışlarda ve girişimlerde bulunur. Bu süreçde çevresinde, bulunduğu veya beslendiği sosyal grup ve geleneklerinden olumlu veya olumsuz yönde tutumlarla karşılaşabilir. Bu süreç bireyi tutumlar karşısında yeniden harekete geçirir, mevcut durumu koruyarak tutum değişikliği gerçekleştiremez veya mevcut olumsuz tutumlara karşı tutum ve davranışlarında direnerek, kendi tutum ve davranışlarını geliştirmeye çalışır. Tutumların oluşumu ve gelişiminde bireyin bilgi seviyesi, geçmiş deneyimleri, sosyo-kültürel yapısı, bulunduğu ortamda almış olduğu enformasyon şekli ve içeriği gibi bireysel temel konular bireyi temelde etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Tutumlar farklı işlevlere sahiptir: “Bunlar araçsal işlev, bilgi işlevi, değer ifade edici işlev ve ego koruyucu işlevdir. Araçsal işlevle bireyin amacına ulaşmasına hizmet eden tutumlar, bilgi işleviyle, birey için bir bilgi birikimi oluşturur; değer ifade edici işleviyle bireylerin değer yargılarına uygun seçim yapmalarına olanak sağlar ve

nihayetinde ego koruyucu işlevle bireyin kendini algılamasını olumsuz dış etkilerden korurlar" (Freedman v.d., 1993, s. 328).

İmaj, kişilerin bir obje, bir kurum veya bir kişi hakkındaki düşüncelerdir (Okay, 1999, s. 255). Kişisel imaj; "öz imajı, algılanan imajı ve istenilen imajı belirleyen iç ve dış faktörlerden oluşur": Öz-imaj: Kendimizi nasıl algılayıp, gördüğümüzdür. Deneyimlerimiz tarafından tetiklenir ve öz saygı düzeyinin bir yansıması olarak hayatımızda yer alır. Algılanan imaj: Bireyin çevresi üzerinde nasıl bir etki bıraktığıyla ilgilidir. İstenen Mesaj: Bireyin kendini karşı tarafa nasıl algılatmak istediği ile ilgili oluşturulan mesajdır (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2011, s. 219).

2.2.3. Sosyal Bütünleşme ve Sosyal Çözülme

Hiçbir toplum durağan, bekleyen ve atıl değildir. Tüm toplumlar ve kültürler değişim ve etkileşim halindedirler. Değişimin hızı zamana ve mekana göre farklılık arz etmektedir. Toplumlar için değişim doğal olduğu kadar, değişimin sonunda ortaya çıkan uyum veya uyumsuzluk için de çözüm önerileri o kadar önem arz etmektedir. Bu bağlamda toplumun devamlılığı, kültür ve geleneklerin nesilden nesile aktarılması için değişim dönemlerinde ve devam eden süreçlerdeki sosyal bütünleşme ile doğru orantılıdır. Toplumsa düzeyde gerçekleşen değişim sosyal ve kültürel yapının kapasitesi kadar benimsendiğinde "sosyo-kültürel bütünleşmeye", değişmenin benimsenmediği ve sistemle çatıştığı durumlarda ise, "sosyo-kültürel çözülmeye" neden olmaktadır (Acar ve Demir, 1993, s.71).

Sosyal bütünleşme ve çözülme yoluyla toplumun içerisinde meydana gelecek toplumsal vakıa, bireyde ve genelde toplumun belli kesitlerinde karşılık bulacaktır. Din, dindarlık, inanç, örf gelenek, kültür vb. gibi toplumun beslendiği, büyüdüğü, nesilden nesile aktarılan toplumun temel yapı taşlarını oluşturan konular toplumda hayat bulan konulardandır. Bu konularda birey toplum ilişkisi sonucunda, bireyin konuyu özümsemesi içselleştirmesi sonucunda sosyo-kültrel bütünleşme, konuyu dışlama, yadırgama, kabullenmeme gibi durumlarda da kültürel çözülme meydana gelmektedir.

“Birleşmek, kaynaşmak, birlik, ahenk ve denge içinde bulunmak, yekvücut olmak gibi manalara gelen ve batı dillerindeki integration’ın karşılığı olan bütünleşme sosyolojide, toplumdaki küçük ya da alt gruplar, cemaatler, menfaat birlikleri, müesseseler gibi sosyal yapının çeşitli unsurları arasındaki tamamlanma ve kaynaşma durumunu ifade etmektedir.” Sosyal bütünleşme, toplumu oluşturan bireylerin, farklı aidiyetlerin ve farklı grupların birbirleri ile bağlılık ve düzen içinde birleşiminden oluşacak bir süreçtir. Diğer bir ifadeyle; “bir toplum ve sosyal grup içinde hâkim olan kültürel değerlerin toplumu meydana getiren fertlerin, toplumun sosyo-kültürel değerlerini kazanarak onunla uyumlu bir şekilde yaşama durumuna gelmeleri” sürecini ifade etmektedir (Günay, 2014, s. 343).

Beşer hayatının, bilim ve teknik alanında ilerlemeleri, sanayileşme ve şehirleşmenin beraberinde getirdiği sosyal, ekonomik ve kültürel değişmelere şahit olduğumuz yaşadığımız bu çağda, toplumların karşı karşıya bulundukları en önemli meselelerden biri, hiç şüphesiz sosyal bütünleşme problemidir. Gerçekten de, sanayi ihtilalinin geleneksel toplumların yaşayışında ve sosyal yapılarında meydana getirdiği büyük değişiklikler ve bunları müteakip ortaya çıkan toplumsal istikrarsızlık, çalkantılar ve çözülmeler, kendilerini toplumların bilimsel incelemesine vermiş bulunan sosyologların dikkatlerini sosyal bütünleşme ve çözülme süreçleri cezbetmiş ve bu konudaki çalışmalar hızlanmıştır (Günay, 2014, s. 341-342).

2.2.4. Cemaat ve Cemiyet

Bir sistem olarak tasavvur edilen toplum, sistem kavramının tanımı gereği, birtakım parçalardan oluşan bir bütün demektir. Ancak bu bütünlük, kendi içinde, kararsız denge denilen bir düzen, ahenk içermektedir. Her zaman yeniden bozulabilir ve yeniden oluşabilir ama mutlaka bir denge söz konusudur. Bu denge, her toplumda belirli bir düzenliliğin, ahengin, harmoninin varlığını göstermektedir. Dengenin kararsız olmasının nedeni, toplumu oluşturan unsurlar arasında, sürekli, karmaşık bir etkileşimin bulunmasından kaynaklanmaktadır. Zira interaction (etkileşim)’deki action; hem bir eylem hem bir etki ve hem de hareketliliği tanımlamaktadır. Toplumsal alan bu nedenle sürekli, dinamik bir süreç arz etmektedir. Dolayısıyla bu aşamada, ivedilikle çıkarabileceğimiz sonuç şudur: Toplum, sahip olduğu soyut

zihniyet tarafından belirlenen, şekillendirilen, yönlendirilen bir sistemden ibaret değildir. Aynı şekilde toplum, en başta bireyler olmak üzere kendisini teşkil eden toplumsal unsurların 'action' larından ibaret de değildir. Bunların her ikisinin sürekli olarak varoluşlarına sahne olan bir alandır (Anık, 2014, s. 22).

Batı dillerinden İngilizce'de "community" ve Fransızca'da da "communaute" terimleri ile ifade edilen ve dilimize Arapça menşeinden gelmiş bulunan "cemaat" terimi, sosyolojide birbirlerine sıkı organik ve içten bağlarla bağlı bulunan dayanışma gruplarını ifade etmektedir. Bir cemaat, müşterek hayatın ana şartlarını paylaşacak şekilde bir arada yaşar. Bir sosyal grubun cemaat oluşturabilmesi için gerekli temel koşullardan birisi, müşterek bir mekanı paylaşma şartıdır. Böylesine bir ortaklaşa hayat mecburiyeti ve paylaşım, cemaat içerisinde güçlü bir dayanışma bağının oluşmasına imkan verir. Bu bakımdan cemaat içerisinde çok güçlü bir "aidiyet duygusu" veya "biz şuuru" yahut " cemaat ruhu" oluşur. Müşterek kültür ve din, cemaat içerisindeki bu şuuru canlı bir biçimde beslerler. Cemaat içerisinde yüz yüze, sıcak, duygusal ve samimi ilişkiler hakimdir. Bu bakımdan cemaatler "birincil" veya "ilk" yahut "yüz yüze gruplar" kategorisine dahildirler. Aileler, klanlar, kabileler, akrabalık grupları, dini cemaat ve tarikatlar cemaat türü toplulukların tipik örneklerindendir (Günay, 2014, s. 29). Cemaatler bireyleri, benden bize doğru yaşatan temel yapı taşlarıdır. Birey cemaat içerisinde ait olduğu, hissettiği duygu ve davranışları yaşar veya dahil olduğu cemaatin örf adet, kural veya duyguları ile yaşamaya başlar. Cemaat içindeki bağlar genelde kan bağı ile değil, sonradan kazanılan ortak değerler etrafında inşa olunur.

Alman Sosyoloğu F. Tönnies, insan topluluklarını, ikili bir tipleme ile: "cemaat" (Gemeinscahft) ve "cemiyet" (Gesellschaft) şeklinde tasnif ediyor. Cemaatin yukarıda belirtilen özelliklerine karşılık cemiyet, fertlerin sözleşmeler, çıkarlar ve soğuk münasebetlerle bağlandıkları toplulukları ifade etmektedir. Lakin, cemaatin statik yapısına karşılık cemiyet toplum tipi dinamik bir karaktere haizdir. Cemiyet, ileri derecede farklılaşmış, sosyal gruplar, teşkilatlanma ve ilişkiler ağına sahip bir yapıdadır. Orada iş bölümü, uzmanlaşma, yazılı hukuk, ben duygusu ve rasyonel davranış hakimdir. Genellikle "modern sanayi toplumu" bu tipin karakteristik

örneğini teşkil etmekte olup, orada dinin konumu ve işlevini din sosyolojisi biliminin en esaslı meselelerinden birini oluşturmaktadır (Günay, 2014, s. 29-30).

Cemaat; birincil ilişkilerin hakim olduğu, mecbur olmasalar da insanların birbirlerine karşı kendilerini yükümlü ve sorumlu hissettikleri, 'alturizm'in en belirgin biçimde kendini gösterdiği oluşumlardır. Camialar ise belirli ölçüde ve belirli bir amaç veya ilke, iş, işlev vs. gereği bir araya gelmiş bazen resmi bazen de gayri resmi ilişkilerin etkin olduğu sosyal platformlardır. Cemiyet, bu iki sosyal oluşumun var ettiği sosyal toplama tekabül etmektedir. Cemiyet; onu diğer cemiyetlerden ayıran ve diğer cemiyetlerle arasındaki sınırları belirleyen ve dolayısıyla bir başka cemiyete göre kendini ayrıcalıklı kılan kendine özgü bir zihniyete; dil, din, tarih, kültür, gelenek, kurumlar v.b. özelliklere sahiptir (Anık, 2014, s. 23).

Din bir toplum içerisinde ortaya çıkıp hayat bulur ve yaşar. Bağlı bireyler gruplaşma, cemaat veya cemiyetler bugünkü haliyle sivil toplum kuruluşları, dernek, vakıf veya platformların oluşturduğu ortamlarda dini örgütlenmelerde bulunur ve dini inanç doğrultusunda diğer üyelerle ortak noktada hareket etmek ister. Bu aynı zamanda din bağı üzerinde olduğu gibi bazen de dini inançlar gereği dini birlik, gruplaşma ve cemaatleşmeyi de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda kaynağı dine dayanan ve buradan beslenerek yaşamını sürdüren bu tür topluluklar, dini gruplar, dini cemaatler ve dini teşkilatlar şeklinde incelenmektedir. Dini cemaatler kendi sistemleri içinde, inançlar, değerler, kurumlar, pratikler, ayinler ve teşkilatlanmalar üretmektedirler. Her dinde ve her dini cemaat yapılanmasında farklı içerik ve yol, yöntem üretilmiş olsa da, en temelde varılmak istenen tek ve bir olan doğruya ulaşmaktır.

Dinin sosyolojik boyutu incelenirken ele alınan konuların başında dini cemaatler, gruplar ve topluluklar gelmektedir. Bireyler bir inanç ve doğru etrafında dini inanç ve pratiklerini bireysel hayatlarına nasıl ve ne şekilde aktardıklarını incelemek üzere birçok araştırma yapılmaktadır. Bireyler sosyal sistem içerisinde yaşarlar, eğlenirler, ticaret yaparlar, bireysel ve kurumsal sosyal ilişkilerde bulunurlar, dini faaliyet ve tecrübeler yaşarlar, bireyler tüm bu faaliyetler esnasında toplumla etkileşime geçer sosyo kültürel, çevresel ve dinsel ilişkiler ortaya çıkar.

Son zamanların en önemli fenomenlerinden birinin "cemaat" olduğunu da ifade etmemiz gerekmektedir. Toplumsal hayat, küreselleşen dünya, çok uluslu şirketler, yerelden globale dönen küresel dünya beraberinde birçok sistemi özellikle toplumsal sosyolojik yapıyı da ister istemez etkilemiştir. İslam dünyasında kendi içinden yeni tür cemaat grupları ortaya çıkarmaya başlamıştır. Bu cemaatler bazen kendi grupları içinde dayanışma ilişkilerini güçlendirmiş, toplumsal etkileşimi olumlu yönde motive etmekte, bazen de diğer cemaat veya gruplara karşı çıkıp, fikir veya kültürel inanç ve taassupları gereği çatışmaya sebep vermektedir.

Literatürde artık "cemaat" ifade edilmek istendiğinde "birincil grup" kavramı, bir grup içindeki küçük bir topluluk ifade edilmek istendiğinde "alt grup" veya "iç grup" gibi çeşitli seçenekler kullanılmaktadır. Örneğin toplum en büyük "grup" olarak nitelendirilmiştir. Bununla birlikte insan topluluklarını gayelerine, mesleki, ailevi, siyasi, dini vs. maksatlı gruplar şeklinde tasnif edilerek de isimlendirilmişlerdir. Bunlar "teşkilatlı gruplar" ve "teşkilatı olamayan gruplar" şeklinde tasnif edilirken teşkilatlı gruplar da "resmi gruplar" ve "gayr-ı resmi gruplar", "demokratik gruplar", "otoriter gruplar" şeklinde adlandırılmışlardır.

Ayrıca içerisinde az sayıda insanın bulunduğu ve yüz yüze ilişkilerin hakim olduğu sevgi, muhabbet, içtenlik ve sempati gibi unsurlara dayalı gruplara "ilk gruplar", üyeleri arasında daha çok kategorik ilişkilerin olduğu daha çok akılcı ve bireylerin sözleşme yoluyla dahil oldukları sosyal birlikteliklere de "ikinci gruplar" adlandırması yapılmıştır (Günay, 2014: 260). Bireyler kişilikleri, çevreleri işleri veya dini inanışları gereği birden çok sosyal grup veya cemaate iştirak etmektedirler. Birey her grupta veya cemaatte o grubun veya cemaatin sosyolojik ve kültürel kurallarına göre yaşamaktadır.

Modern medeniyet, ölçülerin, düşüncelerin ve genel olarak hayatın çok çabuk değiştiği bir dünya oluşturmuştur. İnsan iletişimden, ulaşıma, çalışma ve iş hayatından, aile hayatına kadar hayatın her alanında kendi hızını aşan teknolojik araçların ve makinelerin hızına ayak uydurmaya çalışır hale gelmiştir. Hızlı ve yoğun yaşama, düşünce, inanç, tutum ve davranışlarda da hızlı değişimi birlikte getirmiştir. Bu durum bir yandan insanın geriye doğru muhasebe yapmasına engel olduğu gibi yaşamın

üzerinde ciddiyetle durulması gereken konularına karşı yabancı kalmasına ve birçok önemli konuya karşı duyarsızlaşmasına neden olmaktadır. Ayrıca bu tür bir yaşam tarzı, kişide bütüncül düşünme melekesini sekteye uğratır ve kişiyi soyut şeyler üzerinde düşünemez ve onlara dikkat sarf edemez hale getirir. Böylelikle kişiyi tek boyutlu bir insana dönüştürür (Akçay, 2002, s. 291). Böyle bir ortamda bulunan insan mevcut iş, aile, eğitim gibi monotonlaşmış hayatından sıkıldığında kendini bulabileceği kendi ile baş başa kalabilecek, dertleşebilecek, bireysel fikir ve düşüncelerinin yeşerebileceği bir grup ve cemaatte hayat bulabilmeyi istemektedir. Bu bağlamda günümüz toplumları daha çabuk organize edilip, hızlı bir şekilde aynı görüş ve hedef çerçevesinde kenetlenip, var olmak istenen hedefe cemaat ve sosyal gruplar üzerinden daha hızlı varılmak istenmektedir.

Dini cemaatlerin oluşumunda İbadetlerin yadsınamaz rolü vardır. İbadetler birçok dini tecrübeyi farklı yöntem ve ritüellerle ifade etme biçimine sahiptir. Dua, kurban, namaz, hac ve diğer ibadetler, sadece onu gerçekleştirenlerin değil, beraber hareket ettikleri grubun yapı ve inançlarının belirlenmesinde önemli katkı sunar. Aynı dini inanca sahip lakin farklı cemaat ve gruplarda sosyal yaşantılara sahip bireylerin dini yaşayışlarında dini vecibeler de farklılık görülebilmektedir. Kendi cemaat veya gruplarındaki rol modele göre aidiyet ve bağlılık psikolojisi ile hareket ederler.

Dinamik açıdan bakıldığında toplum, daima çalkantı halinde olan, gelişen ve değişen bir sisteme sahiptir. Diğer taraftan topluma statik açıdan bakıldığında, toplumun kendine ait bir kuruluşa ve yapıya sahip olduğunu görürüz. Bu iki farklı bakış açısından anladığımız, toplum bir yandan devamlı olarak değişime, yeniliğe ve çalkantılı süreçler yaşarken, diğer taraftan da birlik ve bütünlüğün tesis edildiği bir yapının var olduğu anlaşılır. Toplumlardaki yenilikler çalkantılı ve hareketli süreçler sonunda toplum ve toplumu oluşturan bireyler özümsenir, toplumun demirbaşı olur ve daimi olarak toplumun özelliği olur. Toplumun sürekli bir yapıyı ön plana çıkarması, sosyal hayatın sonucu olan sosyal grupların özelliğinden kaynaklanmaktadır (Günay, 2014, s. 233-234).

Sosyal grupların genel özelliklerini, çoğunlukla dinî guruplarda da görmek mümkündür. Esasen, dinî guruplar, sosyal grupların özel bir türünü meydana

getirmektedirler. Her din bizzat bir sosyal gurup olan bir toplumda ortaya çıkar ve yayılır. Nitekim sosyal hayatta biz dini daima bir topluluk, cemaat, ümmet ya da bir grup veya insan topluluğu içerisinde hayatiyet bulmuş olarak görürüz. Üstelik dinin, inananları birbirine bağlayıcı ve birleştirici bir etkisi mevcuttur. Aynı dine inanan kimseler bir birlik ve topluluk meydana getirirler (Günay, 2014, s. 238). Dini inançlara sahip bireyler ferdi inanç sistemlerine en yakın sosyal grup veya dini cemaatlerde kendi inanç ve ritüelleri etrafında toplanarak kendi ideolojileri ve inanışlarını pekiştirir, ruhsal ve psikolojik doyuma ulaşmaya çalışmaktadırlar.

Bireyin inandığı veya intisap edeceği cemaati seçerken, bireyin çevresi, zihnindeki dini cemaat tasavvurları, ekonomik, sosyolojik, kültürel statüleri, cemaat liderinin karizmatik olması, lidere atfedilen maneviyat vb. gibi bireyi özellikle psikolojik noktada etkileyecek konular bireyi cemaat seçiminde etkilemektedir.

2.2.5. Hitabet, Tebliğ ve İrşad

Hitabet; "topluluklar karşısında güzel ve etkili konuşma", "güzel ve düzgün söz söyleme sanatı" veya "maksadı anlatabilmek için sözü başkalarına yöneltmek" olarak tanımlanabilmektedir (Soysaldı, 2003, s. 63).

Hitabetin konusu, hatibin, konuşmacının söylem ve konuşmalarına esas teşkil edecek ana düşünce demektir. Hitabetin konusunun sınırı yoktur çünkü; her konu, fikir ve olay hakkında güzel ve düzgün konuşabilir, kendimizi net bir şekilde ifade edebiliriz. Hitabette asıl olan konuyu doğru tayin etmek, belirlenen konuya vakıf olmak ve hitabet kurallarına uygun şekilde mesajları dinleyicilere aktarmak gereklidir. Bunu başarılı bir şekilde yerine getirebilmenin en temel özelliği hatipliğin yanında, hatibin ele aldığı konuya bütün yönleriyle vakıf olup onu aktarabilecek bilgi, birikim ve kabiliyete sahip olsun. Hitabet kendi içinde konusuna ve alanına göre çeşitlere ayrılır. Dinî hitabetin konusu tamamen dini içeriklerden oluşmaktadır. Dini bir hitabette bulunurken de bulunduğu çevrenin ve sosyakültürel şartların gerektirdiği ihtiyaçları göz önünde bulundurarak hareket etmesi önemlidir (Komisyon, 1992, s.11).

Hitabet temelde sadece konuşmaktan ibaret değildir. Hitabetin amacı, yani sözlü iletişimin amacı bir fikri, bir düşünceyi veya bir iddiayı hedef kitlesine bilgi

birikimi ile birlikte ve usulüne uygun bir yöntemle aktarmaktır. Hitabet sadece güzel söz söyleme ile değil, söylenen sözün yani iletilen mesajın doğru kanalla, doğru zamanda hedef kitlenin anlayacağı seviyede aktarılırsa hitabet amacına ulaşmış olur. Hitabetin sonunda özellikle dini hitabette hedeflenen, alıcıya gönderilen mesajlar neticesinde alıcının hal hareket ve davranışlarında istenilen yönde davranış değişikliğidir.

Söz sanattır, birey sözü doğru yerde, doğru zamanda kullanabilirse sözü etkili bir silaha çevirebilir. Çünkü sözün etkisi kullanandan kaynaklanır, biri kullanır gönül yapar, biri kullanır gönül kırar. Söz yeri geldiğinde toplumları ayağa kaldıran, yeri geldiğinde toplumları savaşa sürükleyen önemli bir araçtır. Bu nedenle, "tatlı söz yılanı deliğinden, acı söz insanı dininden çıkarır", "kılıç yarası onulur, dil yarası onulmaz" gibi özlü sözler, sözün, retoriğin, dilin, hatipliğin ne kadar önemli ve güçlü bir araç olduğunu açıkça ortaya koymaktadır (Soysaldı, 2003, s. 63).

Hitabet insan hayatındaki tüm alanlarda varlığını sürdürmekte ve önemli bir araç olarak kullanımımızdadır. En önemli kullanım alanlarından biri olan dini tebliğ ve irşaddaki hitabet, güzel söz söyleme sanatı bir din görevlisi için kaçınılmaz bir araç ve özelliktir. Hitabet bazı bireylerde doğuştan var olagelmiştir, doğuştan varolmayanlar ise eğitim ve çalışmayla bu melekelerini geliştirebilirler. Hitabetin tekniğini öğrenen birey zaman içinde kendini geliştirerek hatipliğini ilerletebilir. Din adamlarının özellikle imamların hitabet noktasında yetkin olmaları gerekmektedir. Eğer yetkinlikler yeterli değilse mutlak suretle kendilerini geliştirmelidirler. Cemaatler dini meseleleri önder olarak kabul ettikleri imamlardan öğrenmektedirler. Bireyin kişiyi önder kabul etmesindeki en önemli iki etken; biri güzel konuşma güçlü hitabet ve karizma, diğeri ise söylemleri ile yaşayışının örtüşmesidir. İkisini birleştiren hatipler hedef kitle üzerinde ciddi etkiler bırakmaktadır.

İslam dini evrensel bir din olması sebebiyle tüm insanlığa gönderilmiştir. Dolayısıyla emir ve yasaklar, günah ve sevaplar da tüm insanlığı ilgilendirmekte ve bunun tüm insalığa aktarılıp, anlatılmasına tebliğ, İslam dinini seçmiş, benimsemiş lakin eksiklikleri olan Müslüman bireylerin eksikliklerinin giderilmesi için yapılan faaliyetler ise irşad olarak adlandırılan kavramlardır.

Tebliğ; Arapça bir kelime olup, Peygamber'lerin insanlar üzerindeki bildirme, anlatma, haberdar etme görev ve sorumluluklarını tanımlarken kullanılır. Peygamberler'in görev ve sorumlukları tebliğ ile, yani anlatma ve tekrar ile son bulur. Bireyi kabul konusunda zorlayamazlar; bireyin Peygamberin Allah'tan getirdiklerini kabul etmesi ve inanması insanın kendi iradesinde sonuçta da Allah'ın rahmetinde saklıdır. Tebliğ Peygamberlerin görevlerinin en başında gelen ümmetine duyurma, bildirme, haber verme görevinin diğer adıdır. Tebliği yapan kişi aslında Hz. Peygamberin yaptığı işi icra etmektedir. İmam Tebliğde bulunurken Hz Peygamberin ölçüsüyle hareket etmeli, ilmi ile amil olup tam ve eksiksiz bilgiye sahip olmalıdır.

İmam tebliğde çok hassas davranmalı hedef kitleyi incitmeden, korkurtmadan, zorlaştırmadan, sevdirerek, tüm detayları aktararak, Allah'ın rızasını gözeterek ve mevcuttaki iletişim kanal ve sistemlerini kullanarak hareket etmelidir. Tebliğde dikkat etmesi gereken hususlara kısaca bakacak olursak:

Tebliğdeki önemli hususlardan biri muhatabın bilgi seviyesi, inanç ve düşünceleri göz önüne alınarak, sahip olduğu inanç ve düşüncelerin yanlışlığından tebliğe başlamadan neyin nasıl ve ne şekilde olması gerektiğini aktarıp, muhataba sorgulama şansı vermek, muhatabın direk olarak görüşmeye ket vurmasını engelleyecek olup, tebliğ sürecinin doğru yönetilmesini sağlayacaktır.

İnanç ve davranışların değiştirilmesinde önce hedef kitlenin düşünce yapısının ve o yapıyı besleyen temel argümanların iyice belirlenip teşhis edilmesi gerekir. İnsan çeşitli zaaflara ve alışılagelmiş davranışlara sahip bir varlıktır. Her insanın anlama, alımlama ve idrak etme süreci aynı seviyede olmayacağı için, sosyolojik, psikolojik, kültürel ve ekonomik koşullar bakımından da her birey eşit durumda değildir. Bu faktörler bireyi birçok noktada olumlu veya olumsuz yönde etkilediği için, fikir ve davranışlarının değişmesinde de önemli ölçüde etkili olmaktadır. Hedef kitlenin, yapısı ne kadar iyi analiz edilirse, tebliğ ve irşaddaki kullanılacak olan hitap yöntemi ona göre seçilmeli, hedeflenen davranış değişikliği o derece başarılı olacaktır (Richard v.d., 1999, s. 208). İnsanların duygu ve düşüncelerini etkilemek, istenilen yönde davranış değişikliği sağlamak süreç içerisinde gerçekleşebilecek bir olaydır. Bunun için tekrar, sabır gerekli ve iletişim sürecindeki geri dönüşleri mutlaka

değerlendirilmelidir. Davranış değişikliği süreci bir anda meydana gelen bir süreç değil, zamana, bilgiye ve imkana ihtiyaç olan bir süreçtir.

Dini tebliğde bulunan birey, muhatabın hoşlanmadığı hal ve hareketlerden, söz ve davranışlardan sakınmalı, itidalli bir şekilde davasında mücadelesine devam etmelidir. Davetteki metodoloji adım adım islamın koyduğu çizgide müjdeleyerek sevdirerek gerçekleşmeli, mevcut fikirleri oturdukça bir sonraki veya bir üstteki bilgi kendisiyle paylaşılmalıdır (Saka, 1991, s. 71).

İrşat, bir propaganda aracı ve amacı olmadığı gibi, sadece tebliğ amacı da barındırmadığı için bir usul ve yöntem de değildir. Dini anlamda İrşat, kişinin olumsuz ve kötü davranışlardan alıkoyulması, manevi ve ruhsal dinginliğinin sağlanması kısacası, Em ribil Maauruf vel nehyi anil münker düsturunca bireylerin psikolojik ve manevi anlamda daha iyi mertebelere ulaştırılması demektir. İrşat faaliyetlerinin başarılı ve verimli olması; amaç ve hedeflerin doğru ve net belirlenmesi, gerekli tüm alt yapının hazırlanması, doğru yöntem ve tekniklerin kullanılması, muhatabın psikolojik ve sosyolojik yönlerinin iyi tespit edilmesi, belirlenen hedefe ulaşmadaki başarıyı arttıracaktır. İrşat denilince sadece cami, cami cemaati, cenaze, mevlüt, hutbe, vaaz gelmemeli, irşat sadece camide dini objelerle sabit kalmamalı, cami dışına çıkıp günümüz şartlarındaki problemlerin tespiti ve çözümüne yönelik hem camide hem cami dışı hedef kitle olan kamu da irşattan nasiptar olmalıdır.

Günümüzde dini hizmetlerin yerine getirildiği merkezi konum camilerdir. Bireylerin dini konular hakkında eğitim aldığı yegane lokasyonlar olup, İslamiyet'in yegane temsil mekanlarıdır. İslam dininin ilk mescidi olan Kuba mescidinin inşasından bugüne kadar camiler, mescidler, ibadet yerleri Müslüman bireylerin hayatlarında önemli ve kutsal bir konumda olmuş, ırk, millet, etnisite, zengin, fakir ayırmaksınız her çeşit toplum ve bireyi bir arada cem eden aynı Allah'a aynı şekilde ibadet eden bir arada toplayan mekanlardır. Dolayısıyla insanlar için önemli irşat ve cem olma noktalarından biri olarak İslamiyete hizmet vermektedir (Yılmaz, 2007, s. 107).

Vaaz toplumların dini öğrenmesi ve ahlaki bilgilere sahip olması yönünde eskilerden beridir kullanılan önemli tebliğ ve irşad araçlarından biridir. İyiliği emredip, kötülükten nehyetmenin en önemli araçlarından biri olan vaaz, insanlara hayrı ve şerri öğretip hayra yönlendiren, kötülüklerden uzaklaştıran, İslam medeniyetinin kültürünü öğreten, İslam'ın ahlakını öğretip yaşam biçimi olarak bireylere aktarımını sağlayan, bireylerin yaşantılarının İslama göre yeniden yorumlanmasındaki en önemli ve etkili araçlardan biri olup, yüz yüze iletişimdeki başarı oranı yüksek dini iletişim aracıdır. Lakin camilere olan ilginin azalması, gerek camilerdeki hatiplerin eğitim kalitelerinin azalması sonucu vaazların etkinliğinde son dönemlerde ciddi azalmalara rastlanmaktadır (Yılmaz, 2013, s. 101). Hutbe de vaaz gibi bir irşat yöntemi olup, İslamiyetin ilk dönemlerinden beri var olan, Cuma ve Bayram namazlarında, cumada farzdan önce, bayramlarda, bayram namazından sonra, imamın camideki minber denilen basamaklı yüksekçe bir yere çıkarak hedef kitle ile yüz yüze ve beden dilini kullanarak, o haftaya ait caminin veya toplumun genelini ilgilendiren konu hakkında, hitabet sanatını kullanarak kısa ve öz şekilde cemaatini irşat etme şeklidir.

Geçmişte insanlar bugünkü şartlara bakıldığında bugünün pek çok teknolojik imkanına sahip olamadığı için dini bilgi ve eğitimden, dini hakkıyla anlama ve yaşama noktasında bugünkü kadar şanslı değillerdi. Yeterli olmayan bir hatip bile geçmiş dönemde cemaatini dini ritüeller veya dini konularda harekete geçirebilmekteydi. İslam tarihindeki Müslümanların savaşlarda göstermiş oldukları kahramanlıkları ve başarı menkıbelerini hedef kitlelerine aktararak, kitleler üzerinde tesirli olabilmekteydiler (Yıldırım:1995:340). Günümüzde bireylerin eğitim ve kültür seviyeleri artmakta, sorgulayarak öğrenen bir toplum sürekli ve kendini yenileyerek özellikle de metropollerde kendini gösteren bir muhatap kitlesi oluşmaktadır (Hökelekli, 2009, s. 263). Günümüzde imamların hedef kitlesi cami sınırlarını aşmış, köy ve kasaba sınırları genişlemiş, şehir ve metropollere taşınmıştır. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi, internetin yaygınlaşması, sosyal medyanın hayatımızın tüm alanlarına girmesiyle, dini bilgiye ulaşımın da yöntemi ve çeşitliliği değişmiş, zaman ve mekan problemleri ortadan kalkmış oldu. İmamlar kendilerini bu dönemin gerekliliğine uygun şekilde yetiştirmeli, Tebliğ ve irşatta bulunurken hitabet esnasında

dinin içeriğini özünü değiştirmeden ama günümüz şartlarının tüm nimetlerinden doğru olarak faydalanarak doğru zamanda doğru yöntemle doğru kişiye doğru bilgiyi aktarmalıdır.

Dini hizmetler bağlamında irşat faaliyetlerinde bulunan kişi dinin tüm evrensel ahkamları başta Kur'an ve sünnet olmak üzere tüm dini gerçekleri hakkıyla aktarıp toplumu aydınlatırken, dönemin şartları, beklentileri, bireylerin eğitim seviyeleri gibi konuları da göz önünde bulundurarak irşat yol ve yöntemini belirlemelidir. Bu bağlamda irşat faaliyetinde bulunan birey dini ilimler ve toplum bilimlerinde kendini tam olarak yetiştirmeli, mesleğine konusuna yetkin ve vakıf olmalıdır. Mevcut dünya düzeninde, din hizmetlerini sabit bir bakış açısıyla toplumsal ve kültürel değerlerden uzak, tek yönlü bir iletişim modeli benimseyerek başarılı bir irşat yöntemi sağlama şansı kalmamıştır (Hökelekli, 2005, s. 46).

Bu süreçte sadece cami ile cemaat arasında sıkışıp kalmayan hem cemaatinin tüm sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarında yanında olan hem de cami dışındaki hedef kitle ile bir araya gelmek için mücadele eden, çaba sarfeden gayret tesis eden imamlar rol model imam olma konusunda mesafe katedeceklerdir. Camilerdeki merkezi sistem vaaz ve yayınlar din görevlisini, cemaat ile arasında soğukluğa, ilmi noktada köreltmeye ve mesleki anlamda soğukluğa sebebiyet verebilmektedir. Din görevlisi kendi bölgesinde kendi camisinde kendi mahallesinde aktif rol model olarak gayret etmeli sadece camiyi açıp günde beş vakit namaz kıldıran değil kendi gayret ve çabalarıyla kendi ilmini geliştirerek kendi donanımını yenileyerek bölgesinde hizmet etmelidir ve o bölgenin kanaat önderleri alanına girmelidir.

Yirminci yüz yıldan itibaren psikolojik rehberlik ve psikolojik danışma ile alakalı çalışmalar başlamış ve hızla günümüze kadar ulaşmıştır (Özgüven, 2007, s. 174). Hristiyanlık dünyasında özellikle batıda dini danışma ve rehberlik faaliyetleri kilise dışına çıkarılmış, yürütülen misyonerlik faaliyetleri ve kilisede bağışlanma günah çıkarma faaliyetleri yerini kilise dışına da çıkarak yönünü rehberlik ve psikolojik danışma faaliyetlerine çevirmiştir. Bu süreç Hristiyan din bilimcileri de (Teologlar) dini danışma ve rehberlik konusunda araştırma ve çalışma yapma konusunda sürüklemiştir (Cebeci, 2012, s. 62). Toplumun dini kaynaklı psikolojik

sorunlarına çözüm üretmek üzere din adamları ile Hıristiyan bireyler arasında daha sağlıklı ve bilimsel bir çalışmanın yürütülmesi ihtiyacının hasıl olması sonucunda dini danışma psikolojisi anlamına gelen pastoral psikoloji doğmuştur (Tan, 1992, s. 14). Günümüzde dini danışma ve rehberlik faaliyetlerinin içine giren tüm alan ve teorik çalışmalar, bilimsel bir ortamda karşılık bulmakta, araştırılmakta ve üzerinde bilimsel çalışmalar üretilmektedir (Özdoğan, 2006, s. 128-129).

Dini danışma ve rehberlik (pastoral care and counseling) kavramı Hıristiyan Batı dünyasında yüzyılın başından beri uygulanmakta ve dini psikolojide yer bulmaktadır. İslam dünyasında henüz yabancı bir kavram olarak kabul edilmekte olup, kavramsallaşıp kurumsal bir temele oturmamakla birlikte süreç ve mantık itibari ile dini danışma ve rehberlik faaliyetleri Peygamberimiz Hz. Muhammed (s.a.v)'den bu yana tüm dünyada devam ettirilen din hizmetlerindeki irşat kavramının içeriğinde mevcuttur. Batı'da kilisenin ve insanların birbirleriyle olan yardım ilişkisi olarak hayat bulan dini danışma ve rehberlik kavramını batı kültürü ile değil kendi kültürümüz ve dini ritüellere bağlı kalarak, Hz. Peygamber'in (s.a.v.) örnek ve önderliği rol model alınarak ülkemizde ve İslam dünyasında içselleştirilmelidir. Dini danışma ve rehberlik alanı, henüz yeteri kadar akademik çalışmanın yapılmadığı, bilimsel, teorik ve saha çalışmalarının henüz yeteri kadar yapılmadığı bir alan olarak karşımızdadır. Kuramsal olarak batı dünyasında doğmuş ve Hıristiyan kültürü ile beslenip ortaya çıkmış, batı ekolü ile akademik dünyaya kazandırılan dini danışma ve rehberlik kavramlarının kendi öz kültürümüzde ve İslami kaynaklarda dayanak ve altlıkları, aynı zamanda günümüz toplumundaki bireylerin karşılaştıkları dini ve manevi problem ve çıkmazlar, karşılaşılan problemlerin temel sebepleri ve İslamiyet'in gösterdiği çıkış yolları, bugüne kadar kullanılan klasik ve rutin metodolojiler, ilave edilmesi gereken terapötik metot ve yöntemler ve bunların değerlendirilip konunun akademik temelde oturtulup, tartışılıp sonuçlandırılması bir tarafa; alandaki teorik çerçevenin sınırlarının çizilmesi ve temel kavramlarının belirlenmesi henüz tam anlamıyla başlanmamıştır. Kuramsal nitelikte hazırlanan çalışmalar kavramsallaştırma seviyesinde olup henüz teorinin inşa aşamasındadır (Altaş, 2012, s. 25-31). Pastoral care diğer adıyla dini danışma ve rehberlik yukarda da belirtildiği üzere kuramsal ve kurumsal anlamda henüz sağlam temele oturtulmuş değildir. Lakin Türkiye'de benzer uygulamalar var olmaktadır.

Örneğin cezaevlerindeki imamlar, hastanelerde son nefesinde yatan hastalara çağrılan imamlar veya hasta yakınlarına dini telkinde bulunmak üzere hazır bulunan imamlar, camiye müracaat eden bireylerin alevi problemlerine kısmen destek olabilmek için dini talimatlarda bulunmak veya arabuluculuk için hakemlik için gelen başvurularda aktif rol oynamak birer örnek teşkil etmektedir. Dini rehberlik aslında bir bakıma manevi ve psikolojik olarak zor durumda olan bireylere dini motivasyon sürecidir. Bu süreci başarılı ve etkin hitabet ve retorikle birleştirip, hedef kitleye tebliğ ederek hedef kitleyi irşad etmeye çalışmaktır. Psikolojik çalışmalarda bulunacak olan din görevlileri kendi eğitim dünyalarında mutlak surette psikoloji sosyal eğitim almış olmaları, hedef kitleyi sabırla ve dikkatle dinleyen nerede ne kadar konuşmasını bilen beden dilini iyi kullanan hatipler olmalıdır.

2.3. Din ve İmam Kavramlarının Tartışılması ve Toplumsal Yansımalarının İrdelenmesi

2.3.1. Sosyolojik Boyutuyla Din

Bergson'un ünlü sözü bu konuyu net bir şekilde özetlemektedir: "Geçmişte olduğu gibi bugün de ilimsiz, sanatsız ve felsefesiz toplumlar bulunabilir, fakat dinsiz bir toplum asla".

Hegel dini; "din, kendi özünden haberli ruhtur sonludan sonsuza yükselmektir." diye tarif ederken, Bergson ise "din, zekanın dağınıklığı ve çaresizliği karşısında tabiatın koruyucu tepkisi ve daha ileride hayatın bütününe bağlanma; hayat hamlesinin en derinidir." diye tariflemektedir (Arslantürk–Amman, 1999, s. 281).

Psikologların tarifine göre din bir üst benlik olayıdır. Ferdi cemiyete bağlayan şahsiyet yapısının (kültürün) projeksiyon mekanizması vasıtasıyla belirlediği; bir ikincil kurumdur (Arslantürk–Amman, 1999, s. 28).

İslâm alimlerine göre hak din, ilahi bir terbiye kanunudur. İslâm nazarında din, Allah tarafından kurulup, mensuplarını dünya ve ahirette saadet ve selamete götüren iman ve amellerden müteşekkil bir yol ve kurumdur (Akseki, 1960, s. 7).

Din, insanlara bir hayat tarzı sunan, onları belli bir dünya görüşü içinde toplayan kurum, bir değer biçme ve yaşama tarzı; yaratıcıya isteyerek bağlanma, bir takım şeyleri duyma, onlara inanma ve onlara uygun iradi faaliyette bulunma olgusu; aşkın varlıkla ona inanan insan arasındaki ilişkiden doğan tecrübenin inanan kişinin hayatındaki tezahürleri olarak tanımlanabilir (Arslantürk–Amman, 1999, s. 282).

Sosyoloji, dinin içeriği ile ilgilenmeyip, onun sosyal şartlarla olan münasebetini incelemektedir. Diğer bir ifade ile "sosyoloji, dini cemiyetle izah etme gayreti içindedir. Sosyolojiye göre din, her hangi bir dinin inanç, ritüel ve ibadet esaslarının araştırılması ve incelenmesidir (Sezen, 1990, s. 170).

Din sosyologlarına göre, "din, iktisat, hukuk, sanat, eğitim" v.b. gibi sosyal bilimlere malik kültür sahalarından biri değildir. Din, bütün kültür sahalarına şâmil bulunmaktadır. Neticede din, kültürden bir cüz değildir. Din, hayatın bütün safhalarına nüfuz etmiştir. Sadece dünyevî davranış ve yaşam biçiminden bireyin dini inançlara sahip olup olmadığı, hangi dine mensup olduğu, hatta dine ait dindarlık seviyesini bile anlamak mümkündür (Freyer, 1964, s. 78).

İnsanoğlunun, Tabiatüstü olarak konumlandırdığı, kutsallık atfettiği, metafizik alanla bağ kurduğu din, birey ve toplum için önem taşıyarak ve kutsal bir yer tutarak günümüze kadar gelmiş ve böylede devam edecektir. Dinin nasıl tanımlandığı daima önem arz etmiştir. Günümüze kadar birçok tanım yapılmış, lakin kesin ve tek olan bir tanım yapılamamıştır. Sosyoloji, psikoloji, antropoloji, felsefe gibi Sosyal bilimlerin içinde farklı farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır (Crapps, 1986); Antropolog ve sosyologlar dini harici bakış açısı ile incelerken, psikologlar dahili bakış açısı ile incelemekte, dinin ne olması veya olduğu değil, bireylerin dini nasıl algılayıp, yaşantılarında ne kadar ve ne şekilde yer aldığı ile ilgilenirler (Köse ve Ayten, 2013, s.110).

Genellikle islam kelamcıları dini, "Allah tarafından vahiy yoluyla ve peygamberleri aracılığıyla va'z edilen vesaiklerini dünya ve ahirette saadete ve necata götüren, itikad ve amellerden mürekkep bir müessese olarak tarif etmektedirler. Buna göre Din; Taraf-ı İlahi'den va'z olunmuş bir kanun-i mubindir, insanları, yaratılıştaki

gaye ve hikmetten haberdar eder, insanlara hidayet ve saadet yollarını gösterir, insanları –akıl sahiplerini- kendi istekleri ile bizatihi hayır olan işlere sevk eder, dinin vaz'i hakikisi Cenab-ı Hak olup, menşei vahiy ve nübüvvettir" (Bilmen, Akt: Günay, 2014, s. 214).

Birden çok birbirinden farklı bakış açılarıyla din tanımı yapılmış olsa da kısaca: din bireyin iç yaşantısındaki psikolojik ve manevi tatmin için gerekli altyapıyı sunan tabiatüstü ve uluhiyyet barındıran bir sistemdir.

Din bilimleri açısından bir dinde olması gereken özelliklere baktığımızda; İnsanüstü ve tabiatüstü ilahi varlıklara iman etmek, ibadet, ayin, ritüel, tören ve dini kurumların var olması ve kurallarının belirlenmiş olması, İlahi bir kaynağa sahip kutsal kitabının olması, ilahi kitabın ilham veya vahiy yolu ile peygambere aktarılması, Tabiatüstü, insanüstü varlıklarla ilgili dini kural ve duyguların varlığı, dünya hayat ve ölüm ötesi inancı, cemaat ve birlik olma gayesi, taklit olmaması, bireysel veya toplumsal çıkarlara hizmet edecek ticari veya siyasi gayelere hizmet etmek üzere kurulmuş olmaması, saf ve günün şartlarına ayak uyduran, günün problemlerine ışık tutabilen bir yapıya sahip olması gibi bir takım özellikler bir dinde bulunması gereken bazı özelliklerdir (Tümer ve Küçük, 1997, s.7).

Bir dinde genellikle şu kavramlar yer alır: Tanrı/Yaratıcı, inanç, iman, ibadet, ayin, edep/ahlak, kutsal kitap, vahiy-ilham, peygamber, cemaat. Genel olarak da şöyle tanımlanmaktadır: Koymuş olduğu inanç ve ibadet esaslarıyla insanlar arasındaki bireysel ve toplumsal ilişkileri düzenleyen, İnsanların kendileri, aileleri, vatanları, milletleri için daha iyi işler ortaya koymaları, hal ve hareketlerde bulunmaları bu sayede barış, huzur, adalet ve ahlak kuralları ile insanların bir arada yaşamasını sağlayacak ilahi kuralların bütününden oluşmaktadır. (Tümer ve Küçük, 1997, s.7)

Din için yapılan tüm tanımlardan ortak bir kavram çıkartan Arslantürk ve Amman şöyle açıklamaktadır: "*Din, insanlara bir hayat tarzı sunan, onları belli bir dünya görüşü içinde toplayan kurum, bir değer biçme ve yaşama tarzı; yaratıcıya isteyerek bağlanma, birtakım şeyleri duyma, onlara inanma ve onlara uygun iradi faaliyette bulunma olgusu; aşkın varlıkla ona inanan insan arasındaki ilişkiden doğan*

tecrübenin inanan kişinin hayatındaki tezahürleri olarak tanımlanabilir. Özetle; Tabiatüstü nitelik taşır, mukaddestir, değişmezdir, gönülden bağlanmayı gerektirir" (Arslantürk ve Amman, 1999, s. 325).

Dinin genel itibari ile birey ve toplum üzerindeki etkilerine baktığımızda: (Hökelekli, 2010, s. 27-28)

- İnanılması gereken doğruları belirtir; Allah ile beraber olmanın yöntemini bildirir.
- İnsana insanın yaşamındaki ölüm, kaza, kader, acı, mutluluk gibi en temel varolma nedenleri ile alakalı rehberlik ve öncülük eder.
- Din, bireyin varoluş sebepleri ve bireyin hayatının tanımlanması konusunda bireye yol gösterir ve onun hayatını anlamlı bir şekilde biçimlendirir.
- İnsan en üstün varlık olmasına rağmen, neyi, nasıl, ne şekilde, ne kadar yapacağının sınır ve sorumluluklarını belirler, insan hayatı için vazgeçilmez bir rehber ve önderlik görevini üstlenir.
- Kişinin kendi iç dünyasındaki duygu, düşünce, arzu ve ihtiyaçlarının, korku ve ümitlerinin, eksikliği ve sınırlarını belirler. İnsanın yaşantısında köklü değişimlere, manevi ve psikolojik rahatlığa ve gelişmelere yol açar.
- İnanan insanları ortak bir amaç etrafında toplayarak dini grup ve cemaatlerin oluşumunu bireyleri cem etme konusunda önderlik eder. Toplumun farklı katmanlarında birlik ve dirliği, bütünleşmeyi ve dayanışmayı gerçekleştirir.
- Din, sabit, donuk ve durağan bir yapıya sahip değildir aksine kutsalla ve yüce olanla bağlantılı olup bireyin hayatındaki tüm sosyal ve bireysel dini vecibeleri kapsamaktadır. Din bunun yanında Allah'ın rızasını kazanmak, rahmetiyle muamele görmek, bunun için tüm insanlığa rahmet nazarıyla bakmak velevki bir hayvanı bile acıtmamak gibi sosyokültürel alt metin düzenlemelerle sosyal hedeflerde içermektedir.
- Dini yöntem ve hedefler bireyin kendi seçtiği yol ve nefsinin arzu ve istekleri doğrultusunda yüce değerler uğruna yıkıcı ve kalp kırıcı olabilir. Bu durumlarda bütün problem bireyin kendisinden kaynaklanmakta olup genellikle bencilliğin ön plan çıkmasından kaynaklanmaktadır.

Din; İnsanlık var olduğundan beri ilk insan dan başlayıp kıyamete kadara devam edecek, yaşadığı sürece bireyleri ve hatta canlıların tüm hayatlarına müdahele eden , dolayısıyla topluma da müdahele eden hayatın tüm akışında varlığını hissettiren bir olgudur. Din sadece bireylerin hayatlarını cennet, cehennem günah, sevap akideleri ile değil, sosyal bir olgu olarak bireyleri kaynaşma, dayanışma ve bütünleşme üzerinde ciddi rol oynayarak toplumsal kargaşa ve kaosların önüne geçebilecek iktidardadır.

İnsanın tabiatüstü bir kudrete bağlanması insanın manevi gücünü ve motivasyonunu güçlendirir. Allah sevgisi ve korkusu bireyin manevi ve kişisel hayatını ve ilişkilerini düzenlediği gibi, toplumsal düzenin oluşması ve korunmasında da önemli rol oynamaktadır. Çünkü bireyleri mukaddes duygu, vicdan ve ahlak etrafında cem ettiği gibi, toplumları da yücelten ve huzura kavuşturan formlara ve olgulara sahiptir. Din bunun yansıra özelde insanlara yol gösteren bireyi içsel olarak kuşatan ahlaki ve vicdani sistemleri kuran ve yöneten bir kurumdur. Bu sebeple dinin yüceltildiği ve yaşatıdığı ortamlarda ahlaki çöküntüler azalacak, anarşizm, şiddet, huzursuzluk yerini hoşgörü, sadakat, toplumsal mutabakata bırakacaktır.

Din duygusunun psikolojik temellerini incelerken Freud'ün (1856-1939) görüşlerine de kısaca temas etmek istiyoruz. Freud'a göre din, bireyin kendisi haricindeki tabiat güçlerine ve kendisi içindeki iç güdülerine karşı çaresiz kaldığından ortaya çıkmıştır. Din, insanlığın gelişim sürecinin bir sonucudur. Bireyler bu zamanlarda akıllarını, ve nefislerini, iç ve dış güçlere karşı kendilerini koruyup, kollayacak bir şekilde kullanmayı sağlayamadıkları için insanlar, kendilerini "karşı güçlerle" dengelemeye çalışmışlardır. Sonuçta akıl aracılığı ile tahayyül edilemeyen anlaşılamayan bir takım güçlere hakim olabilmeyi sağlayacak, ya da onları bastırmaya dönük birtakım duygusal yöntemler ve sistemeler geliştirmiştir ki, bu çocukluk dönemi izlerini taşıyan kolektif bir nevrozdur. Diğer bir ifade ile Freud'a göre din, sanat, ahlâk, hukuk, ilim ve diğer birçok olay gibi cemiyet içgüdüsünün yüceltilmesinden doğan cinsi hayata ait şuuraltı buhranının, yani şehvet içgüdüsünün şuur sahasında aldığı tezahürlerden ibarettir. Freud, insanların bir tanrının varlığı düşüncesine nasıl ulaştıklarını göstermek için, dinin psikolojik köklerini incelemiş, dinî düşüncelerin bazı illüzyonlara dayadığını, bu sebeple bunların gerçek dışı

olduğunu; hatta daha da ileri giderek tarihsel süreç içinde kendisine bağladığı birtakım olumsuz ve yanlış kurumların toplum içinde yer bulmasını sağladığı için de, dinin insanlık için bir tehlike olduğunu ileri sürmüştür (Kaya, 1994, s. 13).

Dinin ortak bir tarifinin yapılamamasının bir diğer sebebi de, her şeyden önce bir insan meselesi olan dinin mahiyetinden kaynaklandığı kanaatindeyiz. Zira ferdi ve toplumu hemen her yönüyle kuşatan dinin mahiyeti, gerek fert olarak, gerekse cemiyette şu veya bu şekilde bizzat yaşanarak kavranabilir. Çünkü dinin gerçek anlamı, ancak dinin var olduğu ve herkesin gündelik hayatının bir kısmını oluşturduğu bir çevrede kavranabilir (Kaya, 1994, s. 18).

Hangi din olursa olsun, sosyal ve toplumsal rol ve gayeye maliktir. Toplumların fikir ve vicdanlarını dışa vuran bilim, felsefe, ahlâk ve sanatın temelinde de dinî ritüeller ve kurallar yer almaktadır. Çünkü din, sosyal geçerliliği olan büyük bir sistemdir. Genele baktığımızda sosyal geçerliliği olan inanç sistemleri inanış biçimleri sosyolojik manâda bir dini temsil etmektedir. İnsan sosyal bir varlıktır ve "insan" olarak yaşamak bizatihi dinî bir faaliyettir. Din, insan olarak yaşamış olmak bakımından her şekilde devam etmektir. Dinin tarihi, insanoğlunun tarihidir. İnsanın en derin tecrübeleri, Allah'a olan birliğini düzenlemeye ve sürdürmeye ayrılmıştır (Sezen, 2004, s. 267). İnsan kendi içinde psikolojik olarak rahatlamak toplumda yer bulabilmek için dini motivasyona ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada önünde aldığı rol model zaman zaman dini vesikalar olmaktadır. Dinle toplum arasında iç içe bir ilişki mevcuttur. Birbirinden bağımsız olarak değil iç içe hareket ettikçe hem sosyolojik olarak toplum düzenlenebilir hem de psikolojik olarak birey kendini olumlu yönde motive ederek kendini psikolojik tatmine ulaştırmaktadır. Bireyler dini normlara ne kadar uyarsa birey ve toplum o kadar dini çizgide mesafe alacaktır.

Dinlerin özellikle de evrensel dünya dinlerinin fert ve toplum hayatı üzerinde sosyal fonksiyon icra eden bir başka ortak özelliği de Ahiret inancı, Kıyamet fikri ve hesap verme şuurudur. Bilindiği gibi Ahiret inancı, insana ruhun ebedi, yani ölümsüz olduğu fikrini verir. Ruhun ebedi olduğuna, yani bedenle birlikte ölmediğine, bir gün cesetlerin de dirileceğine inanma ve ahiret hayatının varlığını kabul etme, kötülüklerden caydırıcı bir fonksiyon icra eder (Kaya, 1994, s.35). Birey hayatında bir

takım davranış ve yaptırımlarda bulunacağı zaman dini kural ve ritüellerden etkilenir, hal ve hareketlerinde kendi düşüncelerinin yansıra dini geçmişi ve beklentiside rol oynar.

Dinlerin, özellikle de semavi dinlerin bir başka ortak özelliği ise, iman, ibadet ve ahlâki prensiplere sahip olmasıdır. Nitekim İslâmiyet, bu üç esasa dayanmıştır. İman, ibadet ve ahlâk arasında ciddi bir bağıntı mevcuttur. İman, ibadetin kaynağı ve temeli, ibadet ise, imanın desteği ve yansımasıdır. İbadetlerin hedefi ise, insana iyi ahlâk kazandırmaktır. İnsanın yaptığı ibadetler, dualar, iyilikler insanın psikolojik yapısı üzerinde köklü tesirler bıraktığı gibi, sosyal bütünleşmenin sağlanmasında da büyük rol oynamaktadır. Meselâ günde beş vakit disiplin içinde kılınan namazlar, yılda bir ay Allah rızası için tutulan oruçlar, fakirin hakkını korumak ve sosyal güvenliği sağlamak için verilen zekâtlar, fitreler, sadakalar, kesilen kurbanlar, yapılan hac ziyaretleri, doğan çocuğa ad koyma, erkek çocukları evlendirme törenleri, özel gün ve gecelerde yapılan toplu dualar ve yapılan ibadetler, ölüm ve ölüm sonrası yapılan faaliyetlerin hemen hepsi insanın dışa açılmasıyla gerçekleşen ve toplumla bütünleşmesini sağlayan müşterek dinî faaliyetlerdir (Ülgener, 1981, s. 12). Dini faaliyetlerin tümü yukarıda da bahsedildiği üzere dinin sosyolojik boyutunun var olduğunu ve bunun toplumu ciddi anlamda şekillendirdiğini görmekteyiz. Dinin uyguladığı sosyolojik bu ritüeller ve müdahaleler toplumu milli ve manevi anlamda olumlu yönde motive etmektedir.

Tüm dinler; bir toplum içinde ortaya çıkmakta ve kendini geliştirmektedir. Bügüne kadar araştırılan tüm insan toplumları, kabile klan v.b. gibi tüm sosyal gruplarda bir din varlığını göstermiş, bu dini formlar sosyal bir olgu olması nedeniyle, problemlerin, çatışmaların, olmadığı bir din de var olmamıştır. Çünkü; "dinin objektifleşip, sosyalleştirici araç olması, bir topluma mal olması, bir cemaati ortaya çıkarması, dini olayların belli ölçülerde ve karşılıklı olarak öteki sosyal kurumsal ve kavramsal yapılara, coğrafi faktörlere ve çeşitli değişkenlere bağlı bulunduğunu göstermektedir. Bu da bizi, din ve toplum ilişkilerine götürmektedir" (Günay, 2014, s. 211-212).

"*Bir ideal tip olarak ele alındığında, sosyo-ekonomik yapısı itibariyle, üyelerinin tabiatın kendilerine sunduğu mallardan doğrudan doğruya ihtiyaçları karşıladıkları ve onları sadece cüz'i bir şekilde işledikleri basit bir yapıya, kendi kendine yeterli bir ekonomiye ve arkaik bir teknolojiye sahip bulunan ve bu bakımdan da bazı iş kollarındaki uzmanlaşmaya rağmen, fazla gelişmemiş bir iş bölümünün rastlandığı, üretimin son derecede sınırlı olduğu, esasen toplumun bizzat demografik yapısının ve sosyal hareketliliğinin oldukça sınırlı bulunduğu, toplumsal organizasyonun genellikle karmaşık bir akrabalık sistemi ve yaş gruplarına dayandığı ve içerisinde dini olanla sosyo-kültürel faaliyetlerin birbirine karıştığı global bir durum arz eden geleneksel toplumun sosyal organizasyonu, kutsalla sıkı bir bağlılık ile karakterize olmaktadır. Böyle olunca toplumda kutsal ile kutsal dışı birbirine sarmaş dolaş bir vaziyette olup, bütün seviyelerde iktidar, aile, akrabalık ve tüm sosyal faaliyetler, aynı zamanda dini bir anlam taşımaktadırlar. Temel değerlerini dinin kutsallıklarından geleneksel toplumun kültürü bir bütün oluşturmakta ve kişi bu kültürü almakla, toplumla bütünleşmiş olmaktadır. Geleneksel toplumda, günlük hayatın yıllık devri aynı zamanda hem dini ve hem de sosyal bir renk ve anlam taşıyan birçok bayram ve törenlerle işaretlenmiş durumdadır. Cemaatçi karakteri sebebiyle üyeleri arasındaki sıkı ve yakın ilişkiler sayesinde sosyal kontrolün doğrudan doğruya irca olunduğu geleneksel toplumda kişi, hem toplum ve hem de din adına kendine dayatılmış olunan normlara ve davranış modellerine uymak durumundadır. Modern bilimi meydana getiren nazari kadro ve temelden yoksun bulunan geleneksel toplumda bilgiler temelde ampirik bir özellik taşımakta olup, bu toplum tipini karakterize eden en büyük hususiyetlerden biri de onun, temelde dini bir renk taşıyan toplumsal normları uzun süre sabit tutan muhafazakar bir özelliğe sahip olması ve genellikle orada geleneği tehdit edebilecek her çeşit değişme ve yeniliğin iyi bir kabul görmeyişidir. Dinin sosyal hayat içinde en hakim bir vaziyette bulunduğu ve öteki sosyo-kültürel faaliyet alanlarının hemen hepsini etkisi altında bulundurduğu geleneksel toplumda üyeler arasında dini bakımdan tam bir inanç ve ibadet birlik ve beraberliği mevcuttur. Toplumun her tabakası ve kesimindeki fertlerin dini emirlere, yasaklara, ibadet, ayin ve uygulamalara olan riayeti genelde tamdır. Esasen devlet ve onun adına aile*

reisi, din adamı ve yaşlılardan başlayarak bütün toplum fertleri, dini buyruklara bağlılık konusunda tam bir sosyal kontrol görevini üstlenmiş durumdadırlar. Bu kontrol işlemi, sadece sırf dini faaliyetler olarak nitelendirilebilecek olan ibadet ve dini emir ve yasaklara riayet konusunda değil fakat ve hatta özellikle temelde yine dini olan grup ahlakına bağlılık konusunda kendini hissettirmektedir. Esasen bu toplum tipinde dinin en önemli toplumsal fonksiyonlarından biri ve hatta belki de en başta geleni, grup ahlakının korunması ve ayakta tutulmasıdır. Böylece geleneksel toplumda dinin temel sosyal fonksiyonlarından biri muhafazakârlık olmaktadır. Hakikaten geleneksel toplumda din, ahlakın, örf ve adetlerin ve kültürün resmi koruyucusudur. Toplum fertlerinin bütün manevi ve sosyal hayat problemlerinin çözümünü kendisinden bekledikleri din, böylece geleneksel toplumda grubun ve onun kültürünün, onun vasıtayla kemale ermeyi umdukları ve çalıştıkları ideal olmaktadır. Şüphesiz bu tür toplumda din adamı en büyük manevi ve sosyal otoriteye sahiptir" (Günay, 2014, s. 394-396).

Din-toplum ilişkilerinde dinin konumunu iyi anlamak çok önemlidir. İnsanlar, bireysel yaşamlarında yaptıkları hal ve hareketleri bir noktadan referans alarak yaparlar. Bu noktadaki en büyük referans inançları gereği dini referanslar ve yaşadıkları toplumsal alandır. Yaptıkları işin doğruluğunu kendi iç dünyalarına kabullendirmek için, kendilerini aklamak için, dinin meşrulaştırıcı yönüne başvururlar. Dini, davranış ve düşüncelerimizi, bireyin iç dünyasında neler olup bittiğini, iman, inanç ve bilinçlerini, yaşantısını, davranışlarını kutsiyet çerçevesinde meşru zemine taşır. Birey meşru zeminde yaşadığı sürece psikolojik tatmine ulaşacak akabinde de topluma olumlu olarak yansımaları olacaktır.

Din ile toplum arasındaki bağ, ikinci olarak toplumun din üzerindeki etkisinde kendini ortaya çıkarmaktadır. Toplumun dine etkisi, hem şekil hem de içerik açısından kendini göstermekte, belli sosyal ve toplumsal şartlar meydana geldiğinde gün yüzüne çıkmakta ve belli sosyal gruplar tarafından benimsenmektedir. Dinî gruplar araştırıldığında evvela dinlerinin tarihini ve ortaya çıkış süreçlerindeki beslendikleri kaynakların nasıl farklılıklar içerdikleri ve daha sonraki gelişim, yenilenme ve değişim süreci içinde sosyolojik ve toplumsal etkilerle kısmen veya tamamıyla nasıl ve ne

şekilde değişime uğradıklarını görebilmek mümkün olmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken husus; dini grupların kendine has özelliklerinin, sosyoloji açısından farklı ortamlarda nasıl ve şekilde etki oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Wach, 1995, s. 33).

Din, bireyin manevi ve psikolojik dünyasına, sosyal ve kültürel hayatına, sosyalleşme süreçlerine, sosyal kurumlarına kısacası birey hayatının tüm alanlarına etki ederek süreçlerini yaşatır. Dinin en önemli toplumsal işlevlerinden biride; toplumdaki vuku bulan olumsuz ve ahlaksız davranışları günah kategorisinde değerlendirmekte, toplumu olumlu anlamda birleştiren ve kaynaştıran konularda da kutsallık addederek teşvik mekanizmasını çalıştıran, bireylerin tavır ve yaşamlarını toplumun değer yargılarıyla örtüşür hale gelmesini sağlar. Bu süreçlerin çoğunda toplumun bireylerini ortaklaşa yapılan dini ayin, tören ve ritüellere bir araya getirerek, bireyler arasındaki samimiyeti ve toplumsal bütünleşmeyi tetiklemektedir (Dönmezer, 1990, s. 24).

Durkheim' e göre din toplumsal yaşamı, bireyleri de kapsayan fakat onları aşan anlam ve değerler temelinde düzenler. Ona göre dinin ikinci önemli işlevi ise toplumsal kontroldür. Dini beşeri eylemin doğal bir tezahüründen başka bir şey olarak görmeyen bir kimse için bütün dinler istisnasız bilgi verici konumdadır. Her bir din kendine has bir biçimde insanı ifade eder ve bu yüzden insan doğasının bu yönünün en iyi şekilde anlaşılmasına yardım edebilir (Durkheim, 2005, s. 42).

Sosyalleşme, toplumsal benimseme, toplumsal içselleştirme, bireyin içinde bulunduğu toplumsal ortamdan etkilenip, zihniyetini, duygu ve düşüncelerini, inançlarını, sosyo kültürel değerlerini, davranış kodlarını, gelenek ve göreneklerini kendi hayatına içselleştirmesi olarak tanımlanabilmekte iken dini anlamda sosyalleşme süreci olan dinsel sosyalleşme ise bireyin yaşadığı ortamdaki dini norm ve pratikleri, ayin ve ritüelleri öğrenip içselleştirmesi olarak anlaşılabilir. Dinsel sosyalleşme süreci bireyi mevcuttaki dinin kültürü ile yoğurur, besler kendisindeki kültür ile bütünleştirir ve toplumsal çevresine uyum sağlar. Dini adaptasyon süreci içinde bireyler direk veya dolaylı olarak yaşadıkları kültür ile inandıkları dini inanışları cem ederler, sonuçta içerik ve şekil açısından bireylerin uyması veya uyduğu dini tecrübe modelleri ortaya

çıkar ve kendine benimsetir (Zuckerman, 2006, s. 99). Bireyler yaşadığı çevrenin dini ritüel ve yaşantılarından etkilenir aynı şekilde yaşadığı dini yaşantıyı da karşı tarafa yansıtır. Yaşadığı ve inandığı dini normlar değerler, pratik ritüeller insan hayatında arttıkça bulunduğu çevre ve cemaate olan entegrasyonunu da kolaylaştırmış olacaktır.

Bireyin dini kimliği; içinde yaşadığı duygu, düşünce ve davranışlarının şekillendiği, doğup büyüdüğü, yetiştiği, psikolojik ve kültürel olarak etkilendiği sosyalleşme sürecini içinde bulunduğu toplumun dini inanç ve ritüelleri ile paralel şekilde oluşmaktadır. Bunu sağlayan en önemli etken bireylerin dinlerini diğer bireylerden öğrenmekte ve onları örnek almalarıdır. Dolayısıyla dini kimlik sosyalleşme sürecinin bir sonucu, bireyin dini kimlik yapısı ile toplumun veya bağlı olduğu sosyal ve dini grupların yaşam biçimlerinde sıkı sıkıya benzerlik vardır. Michael Schwalbe, "eğer siz, farklı bir sosyal çevrede doğmuş olsaydınız, farklı bir kişi olurdunuz." ifadesi ile kısaca özetlemektedir (Zuckerman, 2006, s. 47).

Din, sosyalleşme sürecinde bulunduğu çevrenin etkisiyle öğrenilir. İnsanların yaptıkları dini tercihler ve yaşam biçimleri toplum ilişkilerindeki tutum ve davranoşlarında yaşadıkları dini çizginin, açıkça izleri görülür. Etkileşimde bulunduğu kitleler, iletişimde olduğu bireyler dini inanç ve toplumsal ilişkiyi nasıl etkilediğini açıkça ortaya koymaktadır.

Dinin toplumsal işlevinin açık ve etkin bir şekilde toplum üzerinde görünmesi insanların vicdanlarında dini ve dinin fonksiyonları benimsedikleriyle doğru orantılıdır. Dinin, toplumsal hayatta olumsuz olarak karşılanacak tüm iş ve davranışlardan bireyi uzak tutacak, bireyleri ve toplumu olumlu yönde şekillendirebilecek, sosyo-kültürel hayatı bireyin değil toplumun menfaatine uygun şekilde dizayn etmesi herkesçe kabul gören ve arzulanan etkilerinden veya işlevlerinden biri olacaktır.

Dini duygu ve düşünceler insanı kötülükten alıkoyan vicdan üzerinde motivasyon işlevi gören bireyi kötülüğe karşı frenleyen olgudur. Din bireyin ahlakı ve vicdanı üzerinde son derece etkili olduğu için bireyi hem kötü hareket ve davranışlardan engeller hem de iyiliğe teşvik eder. Din; filozoflara göre iyiliği ve

kötülüğü içinde barındıran bireyin, hayatındaki iyi ya da kötü tercihlerinde etkilemekte, dinin emir ve yasaklarına uygun yaşam için oluşturduğu tahakküm ile bireyin iradesini yönlendirmektedir. Sözgelimi inancı gereği inandığı tanrının her şeyi görüp bildiği, hiçbir şeyin ondan gizli kalmadığı bilinci ve motivasyonu insanın yaşamında tercihlerini etkilemekte dinin kötü olarak betimlediği, toplumsal olarak kabul görmüş yasakları yapmaktan alıkoymaktadır. Bu da insanı yaşadığı toplumda uyumlu bir birey haline getirmekte, dinin sosyolojik bakımdan toplumları yönlendirmesini kolaylaştırmaktadır.

2.3.2. Psikolojik Boyutuyla Din

Dinin birey ve toplum üzerindeki psikolojik süreç ve etkileri diğer fonksiyonlarına göre daha ön plandadır. Bu konudaki yapılan çalışmaların ve üretilen teorilerin çoğunluğu dinin psikolojik etkilerinin temelde yer aldığını belirtmektedir. Din, psikolojik bir olgu olması sebebiyle birey üzerinde ruhsal ve karakteristik birçok etkisinin olmasının yanı sıra, dini inanç tutum ve yaşantı üzerinde de ciddi etkisinin olması son derece beklenen bir sonuçtur. Bunun yanı sıra dinin psikolojik etkisinin olması sonucu olarak dinin diğer bağlantılı alanlarında ki etkisi yadsınamazdır. Son dönemlerde artan ruhsal ve psikolojik problemler sonucunda yapılan araştırmalarda dini inanç ve ritüeller ile psikolojik ve ruh sağlığının birbirleri arasında paralel ilişki olduğu ortaya çıkmıştır (Karaca, 2010, s. 73-74). Din temelde insan ve toplum hayatını ele alacak bir sürü uygulama kendi içinde barındırmaktadır. Bu uygulamalar bazen dini ritüel ayin, bazen davranış normları bazen gelenek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Din ve maneviyat, dinin psikolojik fonksiyonlarını arasındaki ilişkiyi nerde ve nasıl ortaya çıktığını Doug Oman ve Carl E.Thoresen kısaca şöyle açıklamaktadırlar:

- Sağlık Davranışları: Dini ve manevi gruplar, sigara ve yoğun içki kullanımı konusunda caydırıcı olup egzersiz, sağlık hizmetlerini uygun kullanma, vücudu Tanrı'ya hizmet aracı olarak saygıya layık görmenin dışında diğer pozitif sağlık uygulamalarını da teşvik eder.

- Psikolojik Durumlar: Din ve maneviyatla ilişkili olmak ruh sağlığına katkıda bulunur. Bununla birlikte mutluluk, merhamet, umut gibi daha pozitif psikolojik

durumlar günümüzde allostatik yük olarak adlandırılan organlar üzerinde yükü azaltarak bedensel sağlığın güçlenmesine katkıda bulunurlar.

- Başa çıkma: Din ve maneviyatla ilişkili olmak yoğun stresli koşullar ve olaylara karşı daha etkin çözümleri destekler. Daha sağlıklı ve daha etkili başa çıkma yönelimleri uygun olmayan sağlık davranışlarının azalmasına fiziksel ve ruhsal sağlık durumlarının iyileşmesine neden olabilir.(örn. öfke Kontrolü)

- Sosyal Destek: Din ve maneviyatla ilişkili olmak, geniş ve güçlü bir sosyal ağın yanı sıra, daha güçlü sosyal ilişkiler sayesinde strese karşı olumlu bir faktör olarak stres nedenleri ile etkin bir şekilde başa çıkmayı destekleyip sağlığın korunmasına katkı sağlayabilir (Oman ve Thoresen, Çev: Çetin, 2013, s. 304).

Karaca ‘nın dinin psikolojik boyutu ile belirttiği; “Din, bireyin içine düştüğü, ruhsal bunalım ve çıkmazların aşılmasında insana yardımcı olabilmektedir. Bu durum, insanın ruh sağlığını olumlu etkilediğinden, iyimser bir hayat felsefesini de desteklemektedir. Koenig yaşları ortalama 70 olan 542 kişi üzerinde yaptığı araştırma sonucuna göre, araştırmaya katılan deneklerin %90'ın da dini inancın hayatlarında aldıkları tüm önemli kararlarda belirleyici olduğu sonucunu elde etmiştir” (Karaca, 2010, s. 83).

Dini tek bir bütün olarak ele aldığımızda "ilahi", ve “insani" olmak üzere iki farklı boyutta değerlendirmemiz gerekmektedir. İman ve inanç bağlamında bireyin Allah'a olan görev ve sorumluklarını yerine getirip, dini görevlerinin yerine getirirken Allah’a olan imanının göstergesi olarak huşu ve samimiyet çizgisinde bu görevleri yerine getirmesi, kulluk vazifesini işlemiş olduğu amellerle uygulaması birey için dini açıdan vazgeçilmez bir sonuçtur. Din bireyde kutsal ve ulaşılmaz olarak kendini yaşatır, dolayısıyla bireyin kutsal bir kaynaktan aldığı görev ve sorumlulukları yerine getirmesi, uygulaması ve bunun sonucunda ortaya çıkan manevi ve psikolojik tatmin bireyin hayatında kendini gösterir. Din her inanan bireyin psikolojik ve sosyolojik yaşantısına manevi değer katacak birçok ibadet şekliyle katılır ve bu çok çeşitli ibadet ve ritüellerin sonucunda bireyin ve toplumun yaşantısında hayat bulur.

Bireyler yaşadıkları dini tecrübeler vasıtasıyla, kendilerini yaratıcıya karşı olan borçlarını ödeme duygusu hissederek kısmen de olsa manevi rahatlığa ulaşırlar. İlahi mesajlar çerçevesinde hareket edip gelen mesaj ve emirlere riayet eder, yapmış olduğu mevcut ibadetlerle kendini vicdani rahatlığa taşımaktadır. Başı sıkıştığında veya başına gelen tatsız olaylarda, dine sarılan, yaratıcıdan gelen olumsuzlukları kendisi için imtihan olduğunu kabullenerek, imtihanı kazanmak için sabreden kendine, ailesine ve topluma zarar vermeyen kendi anlam ve inanç dünyasında elinden gelenleri yapan bir birey profili ortaya çıkmaktadır. Bireyin inanç dünyasının genişliği ve algısı dini ritüellerin ruhu üzerindeki etkisi kişinin kendini aidiyet duygusu ile bağlı hissettiği inanç sayesinde ulaştığı tatmin ve rahatlık duygusal olarak yaşamına kattığı değer manevi olarak ulaştığı mertebe bireye ruh sağlığı açısından sorunsuz bir yaşamı idame ettirme olanağı sağlamaktadır.

Gazali'ye göre, "eğer dinin etkisi olmazsa, insanın kalbini heva ve hevesten korumak mümkün olmaz, şeytanlar onun kalbine girer. Bu durumda Allah, onların nefislerini muhafaza etmeyip, onları şeytanın vesveseleriyle baş başa bırakır. Böylece şeytan onları daima, şene ve kötülüğe çağırır, kötü işlerle onları aldatır; mayalarındaki bozuk şeylere, şehvete, insana Allah'ın buyruklarına karşı çıkmaya davet eder. Bunların neticesinde nefs, adeta şeytanlaşır. Kötülüğü emredip, iyiliği nehyeden bir hale gelir. Böylece Allah, mü'minleri kendi nefislerine şahit tutup, onlara tevhit ve takvayı ilham eder. Aynı şekilde kafirleri de kendi nefislerine şahit tutarak, onlara da fücur ve ma'siyeti ilham eder" (Karacoşkun, 2012, s. 85-86). Birey Allah'a itaatini ne kadar yüceltirse, şeytan ve nefsiyle olan ilişkisi o derece azalacaktır. Bireyin şeytan ve nefsiyle mücadelesi dini inanç ve vecibelerine tam ve samimiyetle sarılmasıyla tamamlanacaktır.

Bireyin dini inançları sadece psikolojik bir olgu olarak kalmamakta kişisel dini tecrübeler toplumsal hayatı da etkilemektedir. Tek başına yaşanılan dini tecrübelerin toplamı sosyal hayatta bir takım reflekslerin oluşmasına zemin hazırlar ve bu tecrübeler toplamı kişinin yaşadığı toplumun sosyolojik bakımdan bir olma birlikte hareket etme hayatın her alanında ortak kararlar alma bilinç seviyesinin ve yardımlaşmanın artmasına yardımcı olur.

Modern toplumun doğuşu, küreselleşmenin hızlanması ile dinin toplum üzerindeki sosyal kontrol, sosyal yapılandırma, sosyal bütünleştirme gibi toplumsal fonksiyonları da ciddi bir değişim geçirmiştir. Dini inanç, ibadet, ritüel, din adamları ve dini kurumların toplumdaki önemi gitgide azalmıştır. Lakin bu durum modern toplumlarda dinin tüm fonksiyonelliğinin tamamıyla bittiği anlamına gelmemektedir. Mevcut küresel sistemde din toplumsal ve kültürel etkilerini lokal cemaatlerde veya az gelişmiş kırsal mekanlarda halen göstermeye devam ederken metropollerde ve büyükşehirlerde maalesef kırsalda olduğu kadara başarılı olamamaktadır. Dolayısıyla modern toplumlarda dinin sosyal ve bütünleştirici fonksiyonu nispeten kaybolmuş, lakin bu kayboluş dinin özelliğini yitirmesinden değil, bireyin metaya olan hazzın ve bağlılığın artmasından, bu dünya ve benlik aidiyetinin artışındaki temel neden ise küreselleşmenin dayattığı dünya algısıdır (Aslan, 2002, s. 178-179). Din, bireyin hayatında yaşandığı sürece bireyler kurtuluşa erecek, dolayısıyla birey üzerinden toplumlarda refaha ve huzura kavuşacaklardır. Bunun için gerekli olan; dini kural ve formların eğitim, sağlık, ticaret, sosyal ve siyasal gibi sosyal ve beşeri münasebetelerin tüm alanlarda etkin olarak kullanmalı, dinin yaşantıdaki yansıması olan ibadet, ahlak, kul hakkı gibi temel kurallar ve ritüeller bireyin hayat formlarında mutlak surette yer almalıdır. Din ne zaman ki sadece belli bireylerin şahıslarına özel olarak yaşanmaz, toplumun geneline cihan şümül olursa o zaman toplumların kurtuluşa ermesinde önemli rol oynayacaktır.

Din, psikolojik ve sosyolojik bir olgu olması sebebiyle, psikolojik açıdan bireyi, sosyolojik açıdan ise toplumu ilgilendirmektedir. Bu bağlamda dinin iki farklı boyutundan söz etmek mümkündür. Birincisi bireyi ilgilendiren kısım olan "sübjektif dini tecrübe" ve bireyleri de içine kapsayarak ve aynı zamanda onları da aşarak toplumu ilgilendiren bir olgu olan "objektif dini tecrübe" olarak ele alınmaktadır. Dini inanç ve dini ritüellerin toplumlarda nasıl yer bulduğuna baktığımızda, önce bireylerin hayatında yer aldığı, daha sonra bireyleri aşarak toplumları etkilediği, bu sebeple bireyleri aşan bir olgu olduğu ve akabinde de bireyden bireye nesilden nesile bir köprü vazifesi gördüğü anlaşılmaktadır (Günay, 2014, s. 227-229). Bu anlamda din bireyde benimsenip yerleştikten sonra, değerler, inançlar ve yaşam biçimi şeklinde hayat bulduktan sonra toplumun diğer kurum ve bireyleriyle etkileşime geçmektedir. Bireyin

yaşantısını dizayn eden, yönlendiren, manevi ve psikolojik tatminini sağlayan, dindarlık bağlarını sağlamlaştıran tüm süreçler sübjektif dini tecrübe olarak karşımıza çıkmakta ve bunların oluşturduğu yaşantı sonucunda diğer bireylerle ve toplum ile etkileşimi objektif dini tecrübeyi oluşturmaktadır.

Objektif dini tecrübeyi ele aldığımızda; bireyin yaşantısı sonucunda topluma mal olan ya da bireyleri cemaat etrafında birleştirme özelliğini de içinde bulunduran birey üstü toplumsal bir süreçtir. Dini tecrübelerdeki cemaatin ortaya çıkışı bireylerin kendi hayatlarında yaşadıkları dini ibadet ve inançlar silsilesinin dışa vurum süreci sonucu, toplumun diğer bireylerini etkilemesi ve onların bilinirlik kazanması sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu durumda tabiatüstü kutsal olan ile kurulan bağ sonucu yaşanan ve benimsenen din, bireysel olmaktan çıkıp, toplumsal olay olarak sosyal bir realite ve tecrübe olarak kendinde yer bulmaktadır. Sonuç olarak varlığını devam ettiren din, yaşadığı toplumsal ve sosyolojik ortamı hem etkilemekte hem de etkilenmektedir. Çünkü sosyolojik açıdan incelediğimizde din, içinde toplumsal ilişkileri besleyen ve büyüten bir sosyal sistemdir, bu sistemin unsurlarını dini kurumlar, inançlar, pratikler, ayinler, ritüeller ve teşkilatlar oluşturmaktadır (Sezen, 2004, s. 33-35).

Tarihsel açıdan baktığımızda dinler, bireylerin ve toplumların yaşamlarında çok önemli işlevlerde bulunmuşlardır. Bireyin psikolojik ve sosyolojik hayatının düzenlemesinde, toplumsal hayatın dizayn edilmesinde, toplumun kaynaşmasında, toplumsal düzende birlik ve beraberliğin sağlanmasında çok önemli roller üstlenmektedir. Genel itibari ile din toplum üzerinde olumlu olarak etki etmekle birlikte, zaman zaman topluma, mekana ve zamana göre olumsuz sonuçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin; dini kendi şahsi işlerine veya ideolojilerine alet edip, bireyleri ve toplumları yanlış yönlendiren kişiler gibi…

Dinlerin hedef kitleler üzerinde düzenlediği formlardan biride ahlak sistemidir. Din diğer ahlak kaynaklarının (vicdan, toplum, sezgi, akıl v.b.) sahip olmadığı tabiatüstü kural ve söylemlerle bireylerin üzerinde farklı bir etkisi bulunmaktadır. Toplumdaki dindar insanları iyiye yönlendirme inanç ve motivasyonu ile olumlu istikamette güdülemektedir. Dinin önemli etkilerinden biri olan toplumsal kontrolü

dini söylemlerin birey yaşantısına yansımasıyla çok net belli olmakta, bireyleri sonsuz hayat olan ahiret karşılığında dünyada kul hakkına girmeme, diğer toplumsal düzeni bozmama, toplumun diğer fertlerinin bireyin elinde ve dilinden emin olduğu bakış açısıyla güdüleyerek kontrol altına almaktadır. Din toplumda ne kadar etkili ise, sosyal kontrol aracı özelliği o nispette ön plana çıkmaktadır. Dindar kişileri toplumsal konularda motive edip toplumsal suç oranını düşürmede kullanılan bir mekanizma haline getirebilmektedir. Çünkü dindar bireyler aldıkları eğitim ve dini tecrübenin sonucu olarak toplumsal suçların günah olduğunu benimsemektedirler. Dini inanç ve değerler, sosyal birliğin ve bütünleşmenin önemli araçlarından birisidir. Dini öğreti ve inançları birey hayatına yansıttığı miktarda sosyal becerilerini geliştirmekte, toplumun yararına davranışları artmakta, aile içi uyum ve birbirlerine destek gibi toplumun temel yapı taşları ile olumlu davranışlar ön plana çıkarılarak sosyal bütünleşme ve toplumsal huzurun üretiminde önemli katkılar var olmaktadır. Bunun tam tersine Din inanç ve ritüellerin etkisinin kaybolduğu grup ve toplumlarda, sosyal çözülmeler, toplumsal problemler ciddi şekilde yayılmaktadır. Sevgi ve saygıya dayalı metod üzerine kurulmuş olan dini yaşam modeli olan dindarlık, inanan bireyin inandığı varlığa olan sevgisi, kendisine olan sevgisi, diğer dindaşlarına olan alaka ve sevgisi kainattaki diğer mahlukata olan sevgi ve saygısı, aynı zamanda kendi dinine mensup olmayan bireylere karşı olan sevgi, saygı ve muhabbeti devam eden döngü şeklinde bireyin yaşantısını kolaylaştıracak, hem dünya hem ahiret yaşantısında ona yoldaş olacaktır. Bütün dinlerin ortak paydası "kendin için istediğini, başkası için istemedikçe, gerçek inanmış olmazsınız" veya "kendine nasıl davranılmasını istiyorsan, başkalarına da öyle davran" gibi benzer prensipler başı çekmektedir. Alllport bu konuda yaptığı saha çalışmaları sonucunda; toplumdaki en az önyargıya sahip bireylerin, dini görev ve vecibelerini tam ve hakkıyla yerine getirenlerden oluştuğunu tespit etmiştir (Karaca, 2010, s. 86-87). Din sadece bireyin kendi hayatını dizayn eden, şekillendiren, kontrol eden bir olgu değil aynı zamanda dini bütünleşmeyi, aynı amaç etrafında toplumsal olarak güdülenmeyi, toplumsal bütünlüğü tetikleyen en büyük argümanlardan biridir. Bunun temelinde dini ritüeller ve kurallara uyma vardır. Birey dini hayatında ne kadar yaşatırsa psikolojik ve sosyolojik yaşantının geri dönüşümü o kadar muhteşem ve motivasyonu yüksek olarak geri dönecektir. Dini bireysel hayatımıza önceleri geleneksel metod ve bilgilerle aktarırken, gelişen teknoloji, kitle iletişim araçlarının

yaygınlaşması ve internetin gelişmesiyle, bireyin hayatındaki yeri yeni bir dönüşüme uğramaktadır. Enformasyona daha hızlı ulaşabilmekte, yerel ve küresel problemlere daha yakın, lakin kendi problemlerinden uzak, hangi enformasyonun doğruluğunun bir birine karıştığı, dezenformasyonun ciddi şekilde artış gösterdiği bir ortam oluşmaktadır.

Bireyin manevi ve psikolojik sağlığının korunması için globalleşen dünyada modern insan için dinin tüm ahlaki ilkelerinin birey hayatına nakşedilmesidir (Falk, 2003:149). Küreselleşen dünyada modernitenin kaçınılmaz sonu olan ahlaki ve etik değerlerden uzaklaşan sadece bireysel çıkarların ön planda tutulduğu ben öznesinin üzerine kurulan bir son dönem dünyasında, alternatif olarak hazır olan tek ciddi kaynağımız dinin ahlaki ve etik davranışlarını örnek almamızdır. Dolayısıyla; İslam'ın temel prensiplerinden olan ahlak ve adalet küresel arenada ne zaman ön plana çıkarılır ve İslam'ın koymuş olduğu kurallar doğrultusunda bireyler, cemaatler, milletler, devletler hayatlarını şekillendirirse, Bireylerin manevi ve psikolojik hayatları normalleşecek hem de küresel sistemdeki siyasal süreç ve huzur etkili olmaya başlayabilecektir (Aslan, 2002, s. 177).

Bireyin toplum içinde kişiliğinin gelişimini, toplum içinde edindiği statüyü meydana getiren temel etkenler toplumu bir arada tutan ve oluşturan inanç dinamikleridir. Dini inançların özellikle bireyin ahlaki gelişiminde yaptığı olumlu değişimler toplumsal normların sekteye uğramadan hareket etmesine olanak sağlamaktadır. Dini inançların zayıf olduğu toplumlarda suça meyil, depresyona girme sıklığı, ruh sağlığı çabuk ve sık deformasyona uğrayan bireylerin çokluğu küreselleşmenin milletler ve toplumlar üzerinde ki olumsuz etkileridir. Bu etkiler bir takım çevreleri, kanaat önderlerini, sosyologları ve din adamlarını bu konuda çözüm üretmeye zorlamaktadır. Güven içinde ve sağlam bir yapıya sahip toplumda yaşayabilmek için bireylerin psikolojik yapılarını, duygusal yönlerini, ruh sağlığını olumlu yönde geliştirecek inanç sistemleri üzerinde çalışmaya gayret eden din adamlarına ihtiyacımız her zamankinden çok daha fazladır.

2.3.3. Toplumsal Fonksiyonuyla Din

İnsanlığın doğuşundan bugüne kadar, din olgusu insanlığın, toplumun, ailenin, gelenek ve göreneklerin, örfi değerlerin tamamında veya bir kısmında var olduğunu çeşitli sosyolojik ve psikolojik araştırmalar yoluyla ortaya konulmuştur. Bu bağlamda birçok araştırma yapılagelmiştir. Toplum din ilişkisi, dinin topluma ve sosyal yaşama olan etkisi, kültür, inanç sistemleri vb. gibi araştırmaların çoğunluğu insanın varoluş serüveninin seyrini oluşturmaktadırlar.

Dinin Toplumların sosyo-kültürel organizasyonu içindeki önemli mevkii sebebiyle Bacon, " Din insanlığın önemli bağıdır" demektedir. Nitekim Bergson'da, hangi sebeple olursa olsun, her halükarda dinin bir toplumsal rolünün bulunduğunu, ahlak ve dinin kaynağı hakkındaki incelemesinde ısrarla belirtmektedir. J.Wach, dinin toplum hayatındaki "parçalayıcı rol'üne de işaret etmekle birlikte, onun özellikle yapıcı, birleştirici ve bütünleştirici rol'ü üzerinde önemle duruyor ve hatta bunun birincisinden daha güçlü olduğunu da önemle belirtiyor. Bu bakımdan, belirtmek gerekir ki, dinin en önemli toplumsal fonksiyonlarından biri, onun toplumsal düzenin korunmasını sağlayıcı " muhafazakar fonksiyon " unda toplanmaktadır. Bu yönüyle; din, dini inanç ve normlar, toplumdaki sosyal kontrol mekanizmasını çalıştırırlar. Dindeki günah-sevap ve helal-haram gibi normlar, aynı zamanda ve birçok durumda toplumdaki "ahlaki normlarının temel ölçütlerini sağlayıcı fonksiyonlar" görürler. Dinin, dini inançlar ve uygulamaların, ayin ve törenlerin "toplum dayanışmasını güçlendirici rolleri" bulunmaktadır. Benzer şekliyle din, bireyin ve toplumun içinde yaşadığı hayata dair "anlam kazandırma fonksiyonu" görür ve sonuçta bireylerin yaşantılarında ve dünya görüşlerinde önemli roller üstlenir. Bu bakımdan, işaret etmek gerekir ki, din sistemlerinin çok önemli bir özelliği de, çoğu zaman toplum hayatındaki salt dini fonksiyonlarının yanı sıra başka birçok toplumsal fonksiyonları da kendi içinde beslemeleri nedeniyle, sosyal kurumlar arasında tamamlayıcı bir göreve sahip olmalarında toplanmaktadır. Kişisel ve toplumsal kimlik problemlerinin halli açısından dinin bu tamamlayıcı fonksiyonlarının önemi büyüktür. Hıristiyanlıkta ve özellikle Batı Avrupa'da manastırların hem dini hem de ekonomik fonksiyonları bulunmaktaydı. Türk toplumunda da tekkeler hem birer dini kuruluş hem de,

Osmanlılar döneminde bugünkü derneklerin fonksiyonlarına benzer görevleri üstlenmişlerdir (Günay, 2014, s. 415-416).

İnsan sosyal bir varlık olması sebebiyle, beşeri münasebeteler de bulunması zorunlu ihtiyaçlarından biridir. İnsanın diğer insanlarla, canlılarla iletişimde bulunması etkileşimi tetiklemekte, süreç içerisinde toplum, kültür, örf ve adetler, gelenek ve göreneklerin oluşmasında etkileyici bir rol almaktadır. Bu sistemleri bir bütün ile el aldığımızda birbirleri ile etkileşime geçerken din olgusu, dini ritüeller etkileşimin her safhasında ya etkilenen ya da etkileyen konumunda olmaktadır. Tüm dinlerde ve tüm toplumlarda böyle süregeldiğini birçok araştırmada ortaya koyulmuştur. Yani bir bakıma insan doğası gereği dinden etkilenir ve bu etkilenme sonucunda bireysel yaşam alanındaki tavırlarını da etkiler, sonuç olarak bireyselliğinde ki değişiklik toplum yaşantısında etkisini gösterir. Bu etki bazen yapmış olduğu komşuluk ilişkisinde bazen ticari hayatında, bazen kişisel ahlakında kendini gösterebilir.

Günümüzde din sadece camide, kilisede, cenazede, var olan bir kavram olmaktan çıkmış, kitle iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte toplum içinde bireylerin her anına etki eden bir olgu haline gelmiştir. Zaman içerisinde din ve gelenek örtüşmekte dini ritüeller gelenek halini alabilmekte, geleneklerde dini ritüeller olarak toplum yaşamında vukua gelmektedir.

Dinin önemli toplumsal işlevlerinden biride toplumsal kontrol, yani toplumu toplumun kural ve davranışlarına uygun dizayn etmektir. Din, bu kontrol sürecini iki şekilde gerçekleştirmektedir: iç kontrol ve dış kontrol. Dış kontrol olarak baktığımızda din, “Weber'in meşrulaştırma diye adlandırdığı yani din toplumda gücün kullanımını haklı gösterir, açıklar ve rasyonalize eder demektir”. Örneklendirmek gerekirse: “eski krallık kurumunu kutsal ile aşılayan sözde krallık ideolojileri; modern mutlakiyetçi devlette kralın ilahi hakkı olduğu kuramı; hatta son derece yeni demokratik kavramların bile Tanrı vergisi tabii haklarda kökünü bulduğu düşünceleri” bunun birer örneklerindendir. Diğer taraftan baktığımızda iktidarda gücü elinde bulunduranlara sorgusuz sualsiz itaat etme karşılığı sevap, başkaldırmayı ise günah olarak yorumlandığında ve uygulandığında, dine meşrulaştırma işlevi uygulanmış olmaktadır (Berger, 2005, s. 432-433). Genel kanaate baktığımızda dini ilke ve kuralların,

toplumun şekillenmesinde, birlik ve beraberlik içerisinde yaşanmasında katkıda bulunduğu görülmektedir. Din ahlak, kanun gelenek ve görenekle birlikte topluma ışık tutar, toplumun can suyu kıvamındaki bu kavramlar topluma hayat verdikçe toplumun güven mutluluk, saygı ve sevgi kalitesi artar.

Dinin en önemli fonksiyonlarından birisi de Berger'e göre; toplumsal düzeni kurmak, yapılandırmak ve dizayn etmek için belli formları üretip ortaya koymaktır. Din, kutsallığı olmayan dış yapıları meşrulaştırmaktadır. Bunun yanı sıra toplumun farklı katmanlarına ait dini ritüel ve gelenekleri yerleştirmek için, bu oluşumun prensipleri için ortam sağlar (Berger, 2005, s. 435). Din, sosyal yaşantının tüm alanlarını ilgilendiren normlar ve kurallar getirmiş ve ilgili düzen ve dizayn da bulunmuştur. Dolayısıyla dinin toplumu şekillendirme ve düzenleme fonksiyonuna sahip olması, her dinde ve her ortamda bulunduğu yapıya ve sosyal şartlarına göre farklı özellikleri sahip olarak karşımıza çıkmaktadır. Her din, mensuplarına hangi durumlarda nasıl tepki vereceklerini, nasıl hareket edeceklerini belirleyen davranış kalıplarına sahiptir. Bundan dolayı mümin, dinin kendisine sunduğu hazır bir yol haritası ile dinini ve hayatını yaşayabilecek durum ile karşı karşıyadır (Taş, 2002, s. 59-60). Birey, çocukluktan itibaren aileden aldığı dini ve örfi eğitim karşısında toplumdaki rol ve davranışlarını belirlemeye başlar, dini ve toplumsal yaşam biçimini ortaya koyar.

Arslantürk ve Amman'a göre; dini ayinler, dini ritüeller, dini ibadetler toplumsal hayatı düzenleyen, toplumsal hayata değer katan, grup birlik ve beraberliğini sağlayan bir ortam oluşturmaktadır (2001, s. 309-310). Dinlerin ister ilkel dinler olsun ister tek tanrılı dinler, tüm inanç sistemlerinin dini kuralların bireyleri ve toplumu birleştirici ve bütünleştirici bir işleve sahip olduğu bilinmektedir (Wach, 1995, s. 71-73). İbadetler, hem bireysel hem de topluca olarak ifa edilmekte olup, sadece kulluk görevini yerine getirmenin yanında, bireyin psikolojik tatmin ihtiyacını gidermekte aynı zamanda da bireyin toplu ibadet ve ritüelleri ile birey toplum ilişkisi güçlenmekte, toplumsal birlikteliğin sosyal bütünleşmenin, eşitliğin ve adaletin sağlanmasına zemin hazırlamaktadır.

Dinin inanç boyutu bağlamında konuya baktığımızda dini ibadet ve faaliyetler toplum, birey ve gruplar üzerinde birlik ve beraberliği sağlayabildiği gibi, bazen de bencil tutum ve davranışlardan dolayı farklılaşma ve bölünmeye götürebilmektedir (Akyüz ve Çapçıoğlu, 2008, s. 56). Lakin Günay'a göre; Dini ayin, tören veya uygulamaya yönelik inançlar belli bir zaman sonra geçmişteki kaidesi ve salahiyetini kaybetmiş olmalarına rağmen, ibadetler, ayinler, ritüeller yine de eski kural ve kaidelerine göre icra edilmeleri onların yapıcı ve birleştirici gücünü kaybetmeden devam ettirmektedir (2014, s. 249).

Toplumsal yapılanmada şekil, içerik ve karakter anlamında dinden etkilenmektedir. Dolayısıyla din, kültürün en alt seviyesinden başlayıp aile, akraba, millet, ulus gibi doğal birliklerle yakın etkileşim içinde olmuş; bu süreçlerin oluşumunda, meydana gelmesinde veya büyüyüp gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Örneğin, "Roma, Hint ve Çin'de aile reisi olan babanın görevinin kralın görevine benzetilmesi; ana ve ataerkil kurallara göre oluşturulan kadın-erkek ilişkisi, yine yerleşim birimlerine yüklenen kutsallık örneğin; Delhi, Benares, Roma ve Mekke bilinen etkinin en tipik örneklerinden" dir (Wach, 1995, s. 17-18). Üzerinde durulması gereken önemli noktalardan biriside dinin toplumun yapılanması ve toplumsal düzenin sağlanmasındaki rolüdür. Dinin en önemli yapı taşlarından biride sosyal değişim için bir araç görevini üstlenmesidir. Din, kutsal metinlere, gelenek ve göreneklere, ayinlere, ritüellere, ibadetlere bağlı kalarak mevcut durumunu muhafaza etmeye çalışan, özellikle geleneksel ve kalıplaşmış mevcut durumu korumaya yönelik, yenilikçe ve modern değişimlere karşı kapalı, eski değer ve kültürleri koruyucusu konumunda hareket ederek ve bu süreci yerleştirerek toplumsal değişme olarak karşımıza çıkmaktadır (Günay, 2014, s. 335-337).

Dinin önemli fonksiyonlarından biri de sosyal kontrol aracı olarak toplumda birlik ve düzeni sağlamasıdır. Din bazı davranış ve yaşam biçimlerini kutsallık fikri ile benimsetir ve değerlendirirken, bazı davranış ve yaşam biçimlerini de günah kabul ederek toplumda yer bulmasını engellemektedir. Böylece toplumdaki genel kuralları, bireylerin tavır ve davranışlarını yönlendirerek kontrol altına almakta, ayrıca birlikte yapılan dinî ibadet ve törenler, bireylerin toplumsal dayanışma ve birlik ve beraberliği

kuvvetlendirip "Grup ruhu" nu oluşturarak toplumdaki ortak duygu ve düşünceler bağlamında toplumsal istikrarı sağlamaktadır (Dönmezer, 1990, s. 263). Din, insanları birleştiren, toplumu kaynaştıran bir arada tutan, birbirinin derdi ile hemhal olan, kabul görmüş değer yargıları etrafında bütünleştiren en önemli unsurlardan biridir. İslam dini özelinde baktığımızda "komşusu açken tok yatan bizden değildir" diyen bir Peygamberin "Yaradılanı severiz Yaradan'dan ötürü" diyen bir kanaat önderinin düsturunu benimsemiş dini bir yol haritası üzerinde hareket eden sağlıklı bir çizgi ortaya koymaktadır.

Her din, kendine has yeni örgütler, ritüeller, farklı zihniyet yapıları ve dünya görüşüyle var olduğu sosyal çevredeki toplumu ve yaşantı biçim ve geleneklerini yapısal ve fonksiyonel bakımından etkilemekte içerik olarak bir takım değişikliklere uğratmakta ve yeni bir toplumsal yapının temelini oluşturmaktadır. Fakat dinlerin bu işlevleri daha çok ilk dönemlerinde kendini göstermektedir. Diğer taraftan dinin toplumsal işlevleri toplumsal yapıyı değiştirici ve bütünleştirici yapısı birbiriyle iç içedir. Dolayısıyla din, bir yönden halihazırdaki toplumsal yapıyı değiştirip dönüştürürken, diğer taraftan da, toplumsal bir kaos ve karmaşıklık çıkmaması için, yeni toplumsal dini kurallar ve yaşam biçimleri kontrol altına almakta, böylece dinin kurmuş olduğu yeni toplumsal yapı ve muhafazakarlık kimliği ile toplumdaki problemsiz sürdürülebilirliği devam ettirmektedir (Keskin, 2004, s. 16).

Dini tecrübenin ve inancın birey hayatındaki yansımaları olan dini ritüeller ve dini ibadetler vardır. Günay'a göre: Sosyologlar, dinin pratik yönünü anlatan ibadet kısmı olmadan yani amel vuku bulmadan dinin bireyde ve toplumda devamlılığının olmasına şüphe ile yaklaşmaktadırlar. Sebebi ise; bugüne kadar psikoloji alanında yapılan araştırmalar, bireylerin ortak bir payda da birleşip cem oldukları ortaklaşa hareket ettikleri durumlarda ancak güçlü ve kenetlenen cemaatlerin ortaya çıktığını ve varlığını sürdürdüğünü göstermektedir (Günay, 2014, s. 248).

Dini pratiklerin temelde birinci dereceden etkileneni bireyler olmakla birlikte, dini davranış ve ritüeller bir zaman sonra hayatın akışı içinde bireyleri aşıp toplumu etkilemekte ve toplum üzerinde ciddi sonuçlar üretmektedir. Bu sonuçların en önemlilerinden biri aynı ibadetleri yapan bireylerin ortak amaç etrafında toplanmasını

sağlayan toplumsal birlik ve beraberliği sağlamasıdır (Freyer, 1964, s. 35). Cemaat, cem olmak kelimesinde birlik olmaktan gelmekte ve dini bir örgütlenme ifadesini temsil etmektedir. Bireylerin tek bir çatı altında toplanmasına, sosyal statü ve gruplarının belirlenmesine, toplum içindeki rol ve davranışlarının benimsenmesi kendi içlerindeki bilincin ve muhabbetin kavileşmesinde önemli bir faktör olarak önümüze çıkmaktadır.

İslam dininin yapısına baktığımızda Günay'a göre: " Temelinde son derecede dinamik, gerçekçi ve yeniliklere açık bir din olan İslam dini, değişen sosyal ve kültürel şartlara ve farklara uymada harikulade bir intibak kabiliyetine sahip olup, bu dinin akidesinin temelini oluşturan Tevhit yani Birlik inancı en mükemmel ve ideal bir sosyal kaynaşma, kenetlenme, birleşme ve bütünleşme (integration) prensibidir. Gerek Kur'an'da ve gerekse hadislerde bu birliği emreden ayet ve hadisler sayılamayacak kadar çoktur. Aynı şekilde, İslam dini, Müminler kardeştir diyerek din kardeşliği ilkesiyle alt -üst, kadın-erkek, genç-yaşlı, zengin-fakir, efendi-hizmetçi, patron-işçi, amir-memur, hür-köle, köylü-şehirli, göçebe-yerleşik, beyaz-siyah, vs. gibi her türü sosyal statü farklılıkları ve tezatlarını eritip kaynaştırmaktadır. Böylece bir tek Allah'a kulluk inancı etrafında onları birleştirerek adeta yekvücut kılmaktadır" (Günay, 2014, s. 325). İslam dininin temelini oluşturan Tevhit inancı, yalnızca Allah'a ibadet etme ondan başka hiçbir şeye secde etmeme boyun eğmeme eğilmeme, bireyleri ve toplumları birbirine eşit kılma, üstünlüğün ancak takva sahiplerinde olduğu, diğer bireysel özelliklerden kaynaklanan makam, mal mülk, sağlık, ırk, cinsiyet vb. gibi özelliklerin toplumda herhangi bir ayrımcılığa sebebiyet vermesini engelleyen bir inanç sistemidir. Bu inanç sistemi bireyleri kontrol ederek, bireylerin psikolojik ve sosyolojik hal ve hareketlerini kontrol altına alarak toplum olarak istenmeyen genellenmiş kötü davranış ve tutumlardan bireyleri uzak tutarak toplumsal düzen ve istikrarı sağlamaya çalışmıştır. Örneğin tüm toplumlarda fuhuş, adam öldürmek, hırsızlık, faiz, ayrımcılık vb. gibi kötü olduğu kabul görmüş davranışlarda din kesin kati kurallar koymuş günah sevap, cennet cehennem gibi metaforlar yardımıyla baki hayat vaad ederek bireyleri motive eden bir anlayışla zoru göstererek toplumsal dengeyi ayakta tutmaya çalışmaktadır.

Dünya'daki büyük toplumsal gelişim, yenilenme ve değişimin temellerinin atıldığı İslamiyetin kurduğu İslam medeniyeti'ne baktığımızda: İslam, Peygamberimiz Hz. Muhammed (s.a.v)'in 23 yıllık peygamberlik sürecinde Mekke ve Medine'de kurduğu yeniden medeniyet ve insanlık hareketi sonucunda inşa edilmiş, insani ve sosyal sistem değişim ve gelişimin temelini oluşturmuştur. Medine'de İslam medeniyetinin temellerinin atıldığı dönem, sadece tebliğ ve irşad metodolojisi ile islam dininin aktarıldığı ve anlatıldığı bir dönem olarak kalmamış, insanların, islam ümmetinin ana kaburgasının oluştuğu ve yayıldığı bir dönem olarak İslamiyetin temelini oluşturmuştur. İslamiyetin doğuşu, gelişimi, inançların yayılmasını anlamak için, arap yarımadasındaki siyah beyaz dönemi iyi analiz etmek gerekir. Yerleşik din ve dünya görüşü, inançlar, değerler, kültürler ve hayat tarzlarına karşılık bambaşka, Mekke'nin ileri gelenleri, yereldeki zengin ve üst sınıfın büsbütün rahatlığını bozan, tüm insanları eşit kabul eden, köleliği yasaklayan, kadın erkek ayrımını ortadan kaldıran, Allah katında herkesin eşit olduğu, Allah'dan başka kimseye secde edilmeyen, ırk ve cinsiyet, etnik ayrımcılığı kaldıran, kan davası kaldırıp yerine din ve kan kardeşliğini getiren, Mekke ve Medine'ye oradan tüm dünyaya yeniden yepyeni bir ruh üfleyen bir sistemi getiren islam dini pek ala bir çok şiddetli tepki, reaksiyon ve yalanlamalarla karşılaşmış, lakin bunun yanı sıra çok kısa sürede kendine taraftar bularak, azınlıkların Allah'ın izniyle çoğunluğa galibiyetini gözler önüne sermiş ve tüm dünyaya çok hızlı şekilde yayılma süreci başlamıştır. Mekke ve Medine bir yandan yeniden diriliş, bir yandan yeniden doğuş süreçlerini yaşarken, cemaatleşme ve birlik olma süreçleride hız kazanmaktaydı. Sürecin hızlı ve İslamiyet adına başarılı gitmesi Mekke'nin ileri gelenlerini ve putperestleri ciddi anlamda rahatsız etmiş, Müslümanlar üzerinde mahalle baskısı, ticaretlerine abluka, daha sonra da bireysel ve aile hayatlarına şiddet ve işkence uygulamayı devreye almışlardır. Müslümanlar ağır gelen bu baskıyı kaldıramamış, akabinde Hicret gerçekleşmiş, hicretten sonra on yıllık mücadele dönemi başlamış, Mekke ve Medine'de değil, neredeyse bütün Arabistan'da Hz. Peygamber (s.a.v.) öncü ve önderliğinde, Medine başta olmak üzere yeni dinî, sosyo-kültürel ve politik oluşuma geçilerek yeni bir medeniyet kurulmuştur. Kurulan bu yeni düzen birey yaşantısında köklü değişimler getirdiği gibi, toplumsal anlamda kültürel ve siyasal anlamda da ciddi değişimler getirmiş, sonucunda da İslamiyet'in cahiliye dönemi diye belirttiği o karanlık dönem kapanmış, yeni bir medeniyet dönemi

başlamıştı. Bu yeni dönem sözlü kültüre dayanan kabile ve göçebe hayatını ortadan kaldırmış, kitabi ve yazılı kültüre dayalı yepyeni bir şehirleşme modeli ile İslamiyet'i seçen müslümanları bir araya getirerek onları cem ederek ümmet bilinci etrafında toplamıştır. Dolayısı ile İslam dini şehir ortamında ortaya çıkmış ve tebliğ yöntemi ile aktarıldığı ve yaşatıldığı her toprakta aynı medeniyeti ve şehirleşmeyi getirmiştir (Hasan, 1985). Özet olarak İslamiyetin getirdiği dini ibadet şekil ve içerikleri bireysel ve toplumsal anlamda yeni formlar getirmiş, ilk evvela türediği bölgedeki arap yarımadasındaki; toplumsal, siyasi, ekonomik, sosyolojik, ahlaki tüm yapıları etkilemiş köklü değişiklik sağlamış, akabinde tüm dünyaya yönelik dini bireysel ve toplumsal formların yayılmasını sağlamıştır, dünyanın yapısal ve sistemsel olarak değişiminde önemli ve aktif rol oynamıştır.

İslamî bağlamda değişim ve gelişime bakacak olursak :

"*İlk dönemde İslâmiyet, Arabistan'daki yerleşik din ve düzene karşı bir dini ve toplumsal görünümü altında ortaya çıkmışken, özellikle Medine döneminden başlayarak giderek genişleyen ve gelişen bir dini cemaat içerisinde düzeni sağlamak üzere, güçlü bir bütünleşme faktörü rolünü oynarken görülmektedir. Onun bu istikrar işlevi, dinî cemaatin sınırları genişleyip bir büyük ümmet hüviyetini kazanmaya başladıkça daha da artmıştır. Nitekim hızla gelişen ve değişen toplumsal bünyede düzen ve istikrarı sağlamak amacıyla Emeviler, bir reel politikaya yönelmiş ve bunu sağlamak üzere dinin desteğini de arkalarına almayı ihmal etmemişlerdir. Böylece İslâmiyet'te ana dinî kurumsallaşma, merkeziyetçi bir devlet ve hatta imparatorluk bünyesine uygun bir ümmet yapısında şekillenmeye başlamış ve sonuçta onun tüm etkilerini alarak Sünnîlik formu altında kurumlaşmıştır. Esasen bu yönde ilk gelişmeler, daha Dört Halife Dönemi'nde kendini göstermiştir. Zira yeni dinin yayılıp mensuplarının artması, önceden çeşitli klan, kabile, bölge, ülke, kültür, medeniyet, felsefe, zihniyet, ahlak, örf ve adet, inanç ve dinlere mensup kimselerin, büyük bir dini cemaat yapısı içerisinde bir ümmet birliği çerçevesinde yeniden bütünleştirilmesi sorununu da beraberinde getirmekte, üstelik süratle gelişen bünyede geleneksel kültür bu hali ile, ne ahlakî, ne dinî,*

ne siyasal, ne ekonomik ve ne de kültürel hiçbir probleme çözüm üretebilecek durumda görünmemekteydi. Bunun için yeni dinin kurumsallaşmasına ve bunu sağlamak için de bilimsel bir gelişmeye ihtiyaç bulunmaktaydı. Bu amaçla önce Kur'an vahiyleri bir Mushaf halinde toplanmıştır. Hızla değişen bünye ve büyüyen sorunlar, çok çeşitli alanlarda yeni bir çok düzenlemeleri zorunlu hale getirmiş ve işte İslâm'da ilim hareketi, hızla gelişen ve değişen bir toplumun sorunlarının, yeni dinin dinamik ruhu çerçevesinde bir çözüme kavuşturulması ihtiyacından kaynaklanmıştır. Bilindiği gibi Tefsir ve Fıkıh, ilk dönemin şartlarında Medine'de filizlenmeye başlamıştır. Kelam ilminin ilk tohumları Sıffin'de atılmıştır. Başlangıçta Fıkıh, küllî bir ilim hüviyetinde şekillenme eğilimindeydi. Fakat Hadis, Kıraat, Tefsir, Kelam, Tasavvuf, Lügat, Gramer gibi bilimler bu küllî eğilimden kısa sürede farklılaşarak gelişme yolunu tutmuşlardır ve bütün bu gelişmelerde İslam dini ve onun getirdiği dinamik ruh çok önemli bir rol oynamıştır. Hatta bu çerçevede denilebilir ki bir ölçüde bütün İslam bilimi temelde Kur'an-ı Kerim'den kaynaklanmak suretiyle bir gelişme göstermiştir. Kuşkusuz böylesine bir gelişme sürecinde öteki dış etkenler de kendilerine düşen rolü oynamaktan geri durmamışlardır. Mesela felsefe, Abbasiler döneminde, üçüncü hicri yüzyıldan itibaren antik Yunan filozoflarından yapılan tercüme faaliyetleri ile kendini gösterme imkanına erişmiştir. Bu dönemde henüz felsefe, serbest düşünceyi temsil etmemekteydi. Bir anlamda dönemin serbest düşüncesi, Zerdüştlük, Mani dini vs. İran etkilerini yansıtan Zanadıka tarafından temsil edilmekteydi. Anlaşılan İslam filozofları, Helenistik felsefeden öğrendiklerini Şeriat ile karşılaştırmak suretiyle, bu ikisi arasında bir uzlaşma arayışı içindeydiler. Kısacası bu dönemlerdeki bilimsel gelişme, aynı zamanda edebiyat, kültür ve medeniyetin inkişafına; eğitim, felsefe, sanayi, teknoloji, güzel sanatlar, mimari, ekonomi ve özellikle ticaret gibi çok çeşitli alanlardaki önemli gelişmelere ve bir şehir medeniyetinin oluşumuna ve gelişimine, adeta bir İslam hümanizminin şekillenmesine imkan vermiş; böylece dinin merkezi bir konumda yer aldığı bir süreçte şekillenen İslâm medeniyeti, Abbasi hilafetinin ortalarında doruk noktasına erişmiştir" (Günay, 2014, s.14-19).

Dinin toplumsal yönünün etkilerini belki de en açık şekliyle İslam toplumunda görmekteyiz. Zira Hz. Muhammed (s.a.v.) eliyle yayılan İslam dini var olduğu toplum olan Arabistan topraklarında nasıl büyük değişimlere yol açtığı tarihi verilerle kaynaklarda yer almaktadır. Tamamen sapkınlığın kapladığı toplumsal eşitsizliğin işkenceye dönüştüğü bir yapıyı dinin olumlu yönde değiştirme gücüne şahit olduğumuz tarihsel bir gerçekliğe sahip Asr-ı Saadet dönemi olarak adlandırılan İslam'ın ilk yıllarında Arap toplumu bu konuya en güzel örneği teşkil etmektedir.

2.4.Dindarlık: Temeli ve Toplumsal Yansımaları

Her birey dünyaya geldikten sonra içinde bulunduğu toplumun gelenek, görenek ve sosyokültürel değerleri içinde, bireyden bireye aktarım yoluyla o toplumun kültürel değerleri, gelenekleri, düşünceleri, dini inanç, tutum ve davranışlarını kendi hayatına modelleyerek almaktadır. Birey çocukluk döneminde bilinçli veya bilinçsiz bulunduğu toplumun kültüründen, dilinden, tavır ve davranışlarından, ibadetlerinden, ritüellerinden ve dini kültüründen etkilenir. Diğer bir ifadeyle; bireyin kişiliğinin oluşum sürecini oluşturan sosyalleşme süreci bireyi, içinde bulunduğu sosyo kültürel sistemin ve toplumsal dini inançların, norm ve değerlerin, dinden modellediği usul ile kendi hayatına taşıyarak yani kısmen asimilasyon yoluyla kişiliğine benimsetir. Birey açısından bakıldığında doğum ile başlayıp ölüm ile biten bir süreçtir. Toplumsal bakımdan ise o bir şekilde kesintisizdir yani toplum var olduğu sürece o da az çok varlığını sürdürür. Aynı zamanda birey bazında konuyu incelediğimizde, bireyin kişiliğinin gelişiminde özellikle çocukluk dönemindeki kişilik gelişiminde dini ve manevi unsurların özümsenmesinde paralel olarak hareket eden süreç kendini ortaya çıkarmakta; bu süreç bireyin doğumundan itibaren başlayan kültür ve dini unsurların gelişip devşirildiği aileden başlayıp, arkadaş çevresi, akrabalar, komşular v.b. genişleyen toplumsal çevrelerde kanaat önderlerinin, medyanın etkileyici ve yönlendirici etkisi ile dini tutum inanç ve değer formları kişiliğinde şekillenecektir (Günay, 2014, s. 383).

Dinler, bireylerin hayatlarındaki inançlarının yaşantılarına yansımasıdır. Bireyin inandığı dindeki kutsal olan inanç, ritüel ve ayinlere olan samimiyeti ve yaşantısı hayatının hemen hemen her aşamasında kendini göstermektedir (Subaşı,

2004, s. 97). Kirman ise dindarlığı "Bir kişinin günlük hayatında dinin önemini ifade eden, kişinin dine inanma ve bağlanma derecesini gösteren bir kavramdır" diye tanımlamaktadır (2004, 62).

Dindarlık, birey bakış açısıyla bakıldığında öznel bir karakter, sosyal ve toplumsal açıdan baktığımızda nesnel ve gözlemlenebilir bir karaktere sahiptir diyebiliriz. Din, insanın bilgi ve hayat tecrübesini aşan, bir tabiat ve orjinallik taşımaktadır. Vahiy yoluyla tebliğ edilmiş bir sistem olan din, insan ve doğanın ötesinde bir yapıdır. Nesilden nesile kültürel miras olarak aktarılmış, bireyi bulunduğu çevrenin yapısına göre etkilemiştir. Din bir kısım insanın psikolojik, sosyolojik, ailevi ve ticari hayatına mutlak manada manevî değer katmak suretiyle, dinî tecrübe ve davranış olarak hayatında yer almaktadır.

Yukarıda anlatılanlar ışığında dindar insanın belirli inanç ilkelerini benimsemiş olduğu, dini öğretisi olan süregelen bir inanç sistemi vardır. Bu inanç sistemi sonucunda, inanç ibadet boyutuna ulaşıp dini pratikler olarak dışa vurmaya başlamaktadır. Bu yaşantı şekli devam ettikçe insanın manevi doyum oranı artmakta bir müddet sonra madde olarak değil, olaylara ve yaşantıya mana olarak bakma sürecine dönmektedir. Hayatının tamamına tüm dini pratikleri yansıtmış olan dindar birey, dinin sunduğu ebedi kurtuluş, ebedi hayat gibi vaatlerle, manevî ve psikolojik huzur, kaygı ve endişeden kurtularak kendi üzerinde olumlu etkilerini yaşamaya başlamaktadır.

Dindar insan bireysel ve toplumsal görev sorumluklarını yerine getirirken adalet, merhamet, doğruluk, etik, yardımlaşma gibi ahlaki ve insani değerlere sahip çıkması sadece insani ve ahlak sorumluluk için değil, her şeyin üstünde olduğuna inandığı ilahi otoritenin emir ve yasaklarına uymak ve ebedi hayatı kazanmak için önem arz etmektedir. Dindar insanlar toplumun genelinin iyi olarak kabul ettiği tutum ve davranışları sadece toplumsal kabul görmek veya bireyler ile ilişkileri güçlendirmek için değil, aynı zamanda sevap günah dengesini gözeterek sevap elde etme hayırlı bir kul olma yolunda bireyi güdülemektedir. Bu motivasyon süreci dindar insanları toplumsal kurallara uymada daha hassas ve daha aktif yapmaktadır. Diğer insanların hakkına kendi gibi savunması gerektiği dini düsturu kendine rol model

almış olan dindar birey, diğer fertlerin ve toplumun kurallarına karşı saygılı edepli, tüm hareket ve davranışlarında toplumsal kurallara uyma ve özen göstermede daha başarılı aksiyon göstermektedirler. Toplumsal kanun ve kurallar bireyleri toplumun ve çevrenin olduğu ortamlarda kontrol altına alabilmekte, birey tek başına iken ise kontrol mekanizmasını kaybetme veya gücünü yitirmekte, lakin bireyler dini vicdan, ahlak, hak ve hukuk kurallarını dini birer vecibe olarak benimsediğinde toplumsal ruh ve düzen daha sağlam ve güçlü zemine oturacaktır. Bu konuda dinimiz İslam'dan örnek vermek gerekirse; "adaleti, iyilik yapmayı, yakınları koruyup gözetmeyi emrederken, kötü işleri, azgınlığı ve fuhşiyatı yasaklar…" (Nahl, 90/70), dindar insanların özelliklerini; "Onlar, Allah'ı ve ahireti tasdik eder, iyiliği yayar, kötülükleri önler ve hayırlı işlere yarışırcasına koşarlar." (Âl-i İmran 3/114) ayetiyle ifade etmiştir (Hökelekli, 2010, s. 86).

Dindarlığın temelinde, Mutlak ve sonsuz olan Yaratıcı'ya inanma, itaat etme ve onu tanıma vardır. Dindar birey, inandığı ve itaat ettiği tanrının mutlak anlamda her şeyin sahibi ve yaratıcısı olduğunu kabul eder. Bu bağlamda Tanrı ile birey (kul) arasında iletişim ve manevi etkileşim başlamış olur. İletişim ve etkileşim süreci, ibadet, dua, günah ve sevap gibi temel dini tecrübe unsurları ile vücud bulur. İşleyen bu sürecin sonunda bireyin tutum ve davranışlarında değişiklik gerçekleşir ve akabinde toplumsal yansımaları hissedilmeye başlar. Sonuç olarak dindarın inanç ve davranışları arasında paralel işleyen bir ilişki vardır.

Dünyaya teşrif eden her birey, kendini dini bir yapının, kuralların ve kültürün içinde bulur. Toplumdaki dinî söz ve dini ritüellerle karşılaşır, dinî obje ve mekanları tanır, dini yaşayan diğer bireylerle iletişim geçer ve hayatını idame ettirir. Dini bilgiler hakkındaki ilk enformasyona ailesinden ve çevresinden sahip olur, dini ibadetleri yerine getiren bireyler görerek örnek alır ve kendi yaşantısına tatbik eder. Dini konular hakkında sorular sorar, araştırmalar yapar, böylece bireysel anlamda dindarlık yaşantısı oluşmaya ve yaşantının dışa yansımaları ortaya çıkmaya başlar. Diyebiliriz ki Dindarlık: " Belli bir dinin inanç ve öğretilerinin belli bir zaman ve şartlarda belli bir kişi, grup ya da toplum tarafından yaşanmasını ifade etmektedir. Dindarlık hem kişinin bağlı olduğu dine ait inançlar ve değerlerle ilgilenme ve etkinliklerle meşgul olma

düzeyi ve hem de bireysel ya da grup düzeyinde bunların yapılaşmış biçimlerini ihtiva eden bir kavramdır. Dindarlık, bir kişinin ya da grubun günlük hayatında dinin önemini ifade eden, dine inanma ve bağlanma derecesini gösteren bir kavramdır." Dindarlık dinin yaşanan şekli, hayattaki birebir uygulamasıdır. Dindarlık bireyin Allah'a inanma ve ona itaat etme derecesi, bağlılığı, tolumun diğer bireyleri ailesi, arkadaşları ile ilişkileri tutum ve davranışları bağlamında ele alabiliriz. Dindarlığın bazı özelliklerine bakmamız gerekirse şunları söyleyebiliriz (Hökelekli, 2010, s. 31):

- Dindarlık tek yönlü, sabit, durağan bir süreç değil, birey ve gruplara göre değişen, gelişen, yenilenen bir süreçtir. Dindarlığın boyutu, seviyesi veya dinin bireyin yaşantısına olan etki ve sonuçları, bireyin yaşadığı dine, mensup olduğu mezhebe, cemaate, yaşadığı çevreye, psikolojik ve sosyolojik faktörlere bağlı kalarak değişiklik göstermektedir.
- Bireylerin yaşamlarında dini inanç, ibadet ve ritüellere bağlanma hayatlarının her döneminde aynı değildir. Çeşitli sebeplere bağlı olarak dini inanç ve değerlere daha çok sahiplenme ve yaşama seviyeleri görülebilmektedir. Bazı özel olay veya durumlar dini bağlılığı ve yaşantıyı arttırabilir veya azaltabilir. Dindarlık tip ve yaşantı biçimleri bireylerin gelenek ve göreneklerine, bulundukları sosyo kültürel çevrelere farklılık sergileyebilmektedir. Dolayısıyla; bireyin veya grubun dindarlığına yönelik kesin kati şekilde yargıda bulunmak mümkün olmamakla birlikte, bireylerin nasıl ve ne şekilde dinlerini yaşadıkları dair betimleme ve tasvirler yapılabilmektedir.
- Dindarlık bireyin hayatının sadece belli alanlarında veya belli zaman aralıklarında sınırlı kalmayıp, bireyin hayatının tüm alanlarında kendini gösterir. Dindarlığın bireyin ve toplumun olduğu tüm süreçlerde; inanç, ibadet, ahlak, etik, toplumsal kurallar, tutum ve davranışlar gibi birçok alanda varlığını göstermektedir. Bu bağlamda dindarlığın birçok boyutundan söz etmek mümkündür.

Dini tecrübenin teoriği ile pratik yaşantısı arasında paralellik vardır. Çünkü hiçbir din, sadece bir tasavvurlar ve fikirler toplamı değil, aynı zamanda hayatta karşılığı olan, kalpten ve manevi bir yakarış davranışlarının bütünüdür. Bir dini ayin veya merasimin yapılması, ibadet edilmesi, dini bir emrin yerine getirilmesi, yasaklardan kaçınılması gibi dışa yansıyan davranışlar ile murakabeye dalmak, dua

okumak, zikir ya da mukaddesata hürmet etmek gibi deruni tavırlar dinin pratik ifadesinin birer örneğidirler. Bütün bunlar, dinin; bir takım tasavvur ve düşüncelerden, sırf nazari aklın tezahürlerinden müteşekkil olmayıp, aynı zamanda bir uygulama ve amel boyutuna da sahip olduğunu açıkça göstermektedir (Freyer, 1964, s. 34).

İbadetler, din olgusunun vazgeçilmezi ayrılmaz bir parçası olarak karşımıza çıkmakta, neredeyse ibadetsiz dinin varlığından söz etmek mümkündür. İbadetler, bazen inandıkları tanrılar adına yapılmış basit ve sade davranışlar, bazen de kutsal mekan ve zaman ritüellerin uyma davranışı, bazen de bireyin kendini ilahi uluhiyyet de bulmasıdır. Bir ibadetin, ayin veya merasimin, öncelikle o ibadeti ifa eden ya da ayine katılan kişi üzerinde tesir icra edeceğine şüphe yoktur. Ancak kolektif bir dini davranışın zorunlu olarak fertleri aşan sosyal birtakım sonuçlara da sahip olduğu gözden uzak tutulmamalıdır. Bu anlamda ibadet; onu yerine getirenlerde, aralarında paylaştıkları müşterek inançlara sahip oldukları bilincini canlı tutmakta ve böylece dini inancın korunması, devamlılığı ve arttırılmasında çok önemli görev üstlenmiştir. İbadetin bu birleştirici etkisini, bir entelektüel faaliyet hüviyetinde olan dini inancın tek başına icra etmesi mümkün değildir. Hatta dinin inanç boyutu, farklı yorum ve tasavvurlara imkân tanıması hasebiyle; bazen toplumu, gruplar ya da bireyler arası farklılaşma ve ayrışmalara yönelttiği halde; ibadet, din kaynaklı bireysel bencil tutum ve ahlak dışı söz ve davranışlara engel olup farklılıkları ortadan kaldırır; birey ve toplumu kaynaştırıp birleştirir. İbadet yani dinin pratik yönü olmadan bir dinin varlığını sürdürebilmesi çok zordur. Çok sayıda insan tarafından ortaklaşa gerçekleştirilen eylemlerin, son derece güçlü birbirine kenetlenmiş bir cemaati ortaya koyacak özelliğe sahip olduğunu vurgulayan pek çok veri bulunmaktadır. Bundan dolayı ilkel topluluklar, tüm sosyal etkinliklerini ve önemli günlerini bir ayinle süsleyerek, toplumsal birlik ve bütünleşmelerini temine muvaffak olmuşlardır. Günümüzde yaşayan dinlerde de kısmen bu durumu gözlemleyebiliriz. Doğum, evlenme, ölüm gibi birey ve toplum hayatındaki önemli bir olaydan başka önemli bir olaya geçişi ifade eden durumlarda, ayinler ve ritüeller çerçevesinde oluşturulan bir dini atmosferde bulunması ya da hiç değilse bu tür önemli olaylar vesilesiyle yerine getirilen örf ve adetler, törenler ve uygulamalarda dini motiflerin önemli bir yer

tutması, dinin toplum hayatında icra ettiği bütünleştirici fonksiyonla yakından ilişkilidir (Günay, 2014, s. 225-227).

2.3.5. Dini Kişilik Olarak Rol Model: İMAM

Kelime kökeni olarak baktığımızda İmam; "Arapça emm "öne geçmek, sevk ve idare etmek", terimsel olarak "cemaatle kılınan namaza önderlik eden kimse" ve "devlet başkanı" ifadelerini kapsar (Küçükaşçı, 2000, s.178).

İmam kavramı, "Kur'an-ı Kerim'de yedi yerde tekil, beş yerde çoğul olarak geçer." Özellikle İbrahim (a.s.)'ın İmam olarak tayin edildiğini öğrenmekteyiz. "Bir zamanlar Rabbi İbrahim'i bir takım kelimelerle sınamış, onları tam olarak yerine getirince: Ben seni insanlara önder yapacağım, demişti." "soyumdan da (önderler yap, yâ Rabbi)" dedi. Allah: "Ahdim zalimlere ermez (onlar için zor vermem)" buyurdu. (Kuran-ı Kerim:2/124) "Hz. İbrahim bu kelimeleri yani kendisine yöneltilen buyrukları eksiksiz yerine getirince" Allah c.c. şöyle buyurdu: "Ben seni insanlara önder yapacağım", akabinde İbrahim a.s. kendi neslinde gelen fertler içinde peygamberler, önderler gelmesi için dua ve niyazda bulunca Allah c.c."Vaadim zalimleri kapsamaz" buyurdu, yani üstünlüğün ırk, etnik, geçmiş nesil, ana baba üstünlüğü v.s. değil sadece dini ve ahlaki samimiyet ve liyakete bağlı olduğunu kullarına bildirmiş oldu. İmam kavramı; "Fıkıh literatüründe İmâmet, amme hukukunda devlet başkanlığı, İbadetlerde cemaate namaz kıldırma anlamında kullanılır ve muhtemel bir karışıklığı önlemek için de birincisine, büyük imamet(el-imâmetü'l-kübra), ikincisine namaz imamlığı(imâmetü's-salât)denilir" (Küçükaşçı, 2000, s. 188).

İmamlık konusunu tarihsel açıdan incelediğimizde:

Abbâsiler'den itibaren imamlık bir meslek olarak toplum katmanlarında yer bulmuş ve akabinde süreç içinde devlet memurluğu statüsüne dahil olmuştur. İmamların az da olsa siyaseten görevden el çektirildikleri rastlanmış olsa da, genel itibari ile hayatlarının sonuna kadar aynı yerlerinde görevlerine devam ettikleri bilinmektedir. Hatta teamül olarak bakıldığında büyük ve merkezi şehirlerdeki bazı

ailelerin nesilden nesile imamlık yaptıkları görevlerini sürdürdükleri görülmektedir (Baltacı, 2005, s. 228).

İmamların Maaş ve mesleki kazanç durumlarına baktığımızda; "Abbâsiler'le birlikte imamların zaman zaman maaş aldıklarına dair bilgiler bulunmaktadır. İbn-Haldûn, dini hizmet ifa edenlerin fazla servet sahibi olamayacaklarını Me'mûn dönemine ait maaş defterlerini örnek göstererek ileri sürer. Endülüs Emevileri'nde imamların maaşları, vakıf gelirleri ile ilgili işleri yürüten ve merkezi Kurtuba Ulu Cami'nde bulunan beytül-mâl adlı kurum tarafından düzenleniyordu. Eyyûbiler döneminde İskenderiye'de bulunan mescid ve cami sayısı ise binlerle ifade ediliyor, bunların imamları devlet hazinesinden beş-on altın arasında maaş alıyorlardı. Mescid imamlarının maaşları ise mahalle halkı veya belli bir kişi tarafından karşılanıyordu" (Küçükaşçı, 2000, s. 179).

Osmanlı Devleti'nde imamlık halka hizmet eden en geniş kadroya sahipti. Toplumun örgütlenmesinde özel bir statüye sahip olan mahalle imamları, aynı zamanda hem sivil hem de askeri olarak hizmet vermek üzere resmi devlet kimlikleri ile büyük bir kitleyi oluştururlar. Osmanlı'da döneminde imamlar, padişah beratı ile göreve başladıklarından Devlet sistemi içinde aynı zamanda "askerî" kabul edilmekte ve görevde oldukları süre boyunca vergiden muaf sayılmışlardır (Er, 2007, s. 200).

İmamlar, "hizmet verdikleri mescid ve camilerin vakıflarından maaş (vazife) almaktaydılar. Tayinleri genelde vakıf mütevellisinin teklifi ile gerçekleşirdi. İmam tayinlerinde, genelde bu hizmeti yerine getirmek için yeterli dini bilgilerle mücehhez ve iyi ahlâk sahibi olma şartları aranmakta, ancak eğitim durumları her zaman söz konusu olmaktaydı. Dolayısıyla imamlık, özellikle küçük yerleşim birimlerinde ve kırsal kesimlerde babadan oğula veya aile fertlerinden birine geçebilmekte, büyük yerleşim birimlerinde bu tayinlerde ortaya çıkan diğer adaylar arasında yapılan imtihanlar belirleyici rol oynamakta ve dini bilgide daha üstün olanların tercih edilmesi" sistemi ile hareket etmekteydiler (Beydilli, 2001, s. 2).

Mahalle imamları Osmanlıdaki şehir ve kentleşme yapısı gereği, mahallenin özel yapısından dolayı önemli bir görev atfedilmiştir. Tanzimat dönemine kadar mahallede

devleti temsil eden, devletin mahalledeki yüzü imamlardı. Görev süresince kadı tarafından kontrol edilir, cemaatlerinden şahsiyetler ve görevleri hakkında şikayet geldiği takdirde ceza alabilir, hatta ağır suçlarda görevden azledilebilirler, dolayısıyla mahalle imamları kontrol altında tutulurdu. Aynı zamanda imamlar, kadılara da birçok konuda yardımcı olmakta görev paylaşımı konusunda destek olmakta idiler. Mahallenin düzeni, asayişi, toplumsal ahlakın düzeni, içki, fuhuş, kumar v.b. gayri ahlaki ve gayri İslami konuların tespiti, kontrol altına alınması ve mücadele edilmesi konusunda imamlara büyük sorumluluklar düşerdi (Beydilli, 2001, s. 5-7).

"Osmanlı'da imamlar sadece dini icra eden bir din adamı değil halkın her türlü sorunuyla ilgilenen devletin bir temsilcisi gibi hareket etmekle yükümlüydü. Beydilli bunu şöyle açıklamaktadır: İmamlar mahallelerinde ikamet edenler hakkında tam bilgi sahibi olmalıydılar. Mahallede oturanların kimlik belirlenmesi, gelen yabancıların veya yeni taşınanların tespiti ve kayıt altına alınması işleri, ikametgâh ve kimlik belgelerinin tanzimi imamlar tarafından yerine getirilir ve imamlar kefilsiz olanların mahallede barınmasının sorumluluğunu taşırdı. Ölüm ve defin, doğum kayıtları, nikâh akdi ve boşanma işlemleri imamlar tarafından yürütülür, bazı belediye işlerinin görülmesi, bu arada mahallenin temizliğine dikkat edilmesi ve çevre temizliğinin sağlanması görevleri arasında sayılırdı. Muhtar ve mahallenin ileri gelenleri ile birlikte fırınlarda ekmeklerin kontrolü, ihtikâr ve sahtekarlıkların önlenmesi gibi işler yanında yakın zamanlarda kurban derilerini makbuz karşılığında toplanması işleri de yine kendilerine havale edilmiştir" (Beydilli, 2001, s. 181).

İmamların görevlerinin sadece din işleri ile sorumlu olmadığı, bunun yanı sıra mahallenin yönetimi ile ilgili görev ve sorumluluklarının olduğu, köylerde, köylü halk üzerindeki etkilerinden ve köylü halkın imama olan saygısının daha ziyade olmasından dolayı, idare nezdinde nüfuzlu ve etkili karakterler olarak yer aldıkları söylenebilir. İmamların yönetimdeki ağırlıkları Tanzimata kadar devam etmiştir. II. Mahmud'un zamanında devreye alınan muhtarlık teşkilatlanması, imamların yöneticilik vasıflarını ikinci planda bırakmıştır (Er, 2007, s.6).

İkinci Mahmud dönemine kadarki sürece baktığımızda imam kanaat önderi, bölgenin köyün sorumlusu, yeri geldiğinde polisi, yeri geldiğinde devletin yüzü, görev

vakti geldiğinde dini vecibelerini yerine getirmek için halkın önüne geçen, doğumdan ölüme kadarki insan ve toplum hayatında elini değdiğini görüyoruz.

Diyanetin tarihçesine diyanetin kendi tanımlamasından kısaca bakmak gerekirse:

> "*Cumhuriyetin ilanından önce, kurtuluş savaşı ve yeni bir devletin kurulması gibi son derece olağanüstü hallerin yaşandığı bir zaman diliminde kurulan TBMM Hükümeti döneminde de din hizmetleri ihmal edilmemiş, 3 Mayıs 1920 tarihinde oluşturulan hükümette, Osmanlı dönemindeki Şeyhülislamlık ve Evkaf Nezaretinin hizmetlerini deruhte etmek üzere Şer'iye ve Evkaf Vekâleti adı altında bir bakanlık yer almış ve 3 Mart 1924'te Diyanet İşleri Başkanlığı kuruluncaya kadar ülkede din hizmetlerini yürütmüştür. Din hizmetlerinin politikanın dışında ve üstünde tutulması gerektiği düşüncesinden hareketle kaldırılan bu bakanlık, Osmanlı devletindeki Şeyhülislamlık ile Türkiye Cumhuriyetindeki Diyanet İşleri Başkanlığı arasında köprü vazifesi görmüştür. Cumhuriyetin bir kurumu olmakla birlikte tarihsel kökeni itibarıyla Şeyhülislâmlığa dayanan ve onun geleneksel misyonunu sürdürmek üzere kurulan Diyanet İşleri Başkanlığı'nın görevi, kuruluş kanunu olan 3 Mart 1924 tarihli ve 429 sayılı Kanun'da 'İslam dininin itikat ve ibadet alanıyla ilgili işleri yürütmek ve dini kurumları idare etmek' şeklinde ifade edilmiştir. 1927 Yılı Bütçe Kanunu'nda, 71'i merkezde olmak üzere toplam 7172 adet kadro tahsis edilen Diyanet İşleri Reisliği'nin merkez ve taşra teşkilatlarının idarî yapısı da ilk defa belirtilmiştir. Buna göre, merkez teşkilatında Heyet-i Müşavere ile Tetkik-i Mesâhif Heyeti Reisliği, Müessesât-ı Diniye Müdüriyeti, Memurîn ve Sicil Müdüriyeti, Levâzım Müdüriyeti, Tahrirat ve Evrak Müdüriyeti; taşrada ise vilayet ve kazalarda müftülükler yer almıştır.1931 Yılı Bütçe Kanunu ile bütün cami ve mescitlerin idaresi ve bunların görevlileri Evkâf Umûm Müdürlüğü'ne devredilmiş ve bu sebeple Dini Müesseseler Müdürlüğü ile Levazım Müdürlüğü'nün personeli, 4081 hayrat hademesi, 26 cuma ve kürsü vaizi kadrolarıyla birlikte Evkâf Umum Müdürlüğü'ne geçmiştir. Alt yapısı zaten oldukça zayıf ve yetersiz bulunan Başkanlık, bu kanunla neredeyse işlevsiz hale*

gelmiştir. Söz konusu yanlış uygulama 1950 yılına kadar devam etmiştir. 29.04.1950 tarihinde yürürlüğe giren 5634 sayılı Kanunla Diyanet İşleri Reisliği'nin adı Diyanet İşleri Başkanlığı olarak değiştirilmiş, Evkâf Umum Müdürlüğü'ne devredilen cami ve mescitlerin idaresi ve cami görevlileri (Hademe-i Hayrat) kadroları yeniden Diyanet İşleri Başkanlığı'na verilmiştir.1961 Anayasası Diyanet İşleri Başkanlığı'nı Anayasal bir kurum olarak düzenlemiş, genel idare içinde yer vermiş ve bu kurumun, özel kanununda gösterilen görevleri yerine getirmesini öngörmüştür. 1982 Anayasası, 'Genel idare içinde yer alan Diyanet İşleri Başkanlığı, laiklik ilkesi doğrultusunda, bütün siyasi görüş ve düşünüşlerin dışında kalarak ve milletçe dayanışma ve bütünleşmeyi amaç edinerek, özel kanununda gösterilen görevleri yerine getirir.' hükmü ile Başkanlığın görevlerini yerine getirirken uyması gereken kıstasları belirlemiş, Başkanlığa tarihi bir misyon yüklemiştir.5634 sayılı Kanunla oluşturulan Diyanet İşleri Başkanlığı'nın teşkilat ve kadro yapısı 1965 yılına kadar aynen devam etmiştir. 15.08.1965 tarihinde yürürlüğe giren 633 sayılı Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun Başkanlığın görevleri noktasında önemli bir açılım getirmiş, İslam dininin ahlak alanı ile işleri yürütmek de görevler arasında sayılmıştır. Kanun'da Başkanlığın görevi, 'İslâm dininin inançları, ibadet ve ahlâk esasları ile ilgili işleri yürütmek, din konusunda toplumu aydınlatmak ve ibadet yerlerini yönetmek' şeklinde ifade edilmiştir. Bu Kanunla, Başkanlıkla ilgili mevzuat tek metinde toplanmıştır. Daha sonraki yıllarda da ihtiyaca binaen eğitim merkezi müdürlüğü, hac işleri müdürlüğü gibi yeni birimler Bakanlar Kurulu kararlarıyla teşkilata ilave olmuştur". (http://www.diyanet.gov.tr/tr/icerik/kurulus-ve-tarihce/8, 27.12.2016 Erişim tarihi,)

Cumhuriyet öncesinde imamlar; "hayra hizmet verenler" ve "din hizmetlileri" anlamına gelen "hademe-i hayrat" olarak ifade edilirlerdi. Din görevlisi veya imam sıfatı dindar bireyler için özellikli bir grup değil, dini bilgisi tam ilmihalini tam öğrenmiş, hitabet tekniklerini kavramış ve anlatımda başarılı, topluma öncülük eden, dine, dinî kurumlara ve dindar bireylere hizmet görevini ifa edenlere denmekteydi.

Din görevlilerinin veya imamların görevleri bağlamında üç esas noktada önemli görevleri vardır: Öğrenme, öğretme ve örneklik etme (Karagöz, 2006, s. 118-124).

Öğrenme doğumundan ölüme kadar devam eden bir süreçtir ve devamlılık arz eder. Din görevlisi görevini aldıktan sonra maaş garantisine sahip olduktan sonra öğrenme sürecini bir kenara koyup kendini dinlenmeye alamaz tam tersine öğrendiklerini geliştirmeli hedef kitlesinden daha ileri gitmeli ve hedef kitlesini öğrendiklerini öğretmekle yükümlüdür. Öğretme aşamasında İslam'dan ve Hz. Peygamberden aldığı eğitim öğretim ahlak ve modeliyle hedef kitlesini cemaatini bulunduğu bölgeyi irşad etmelidir. Bu faaliyetlerde bulunurken hedef kitlenin karşısında iletişim süreçlerinden kaynak konumunda olacaktır. Kaynağın gönderdiği mesajların alıcıda tesir edebilmesi istenen sonuçların alınabilmesi için öğrendiklerini ve öğrettiklerini yaşamalı ve örneklik teşkil etmelidir. İmam sürekli öğrenmeli, kendini yenilemeli, öğrendiklerini öğretmeli ve söylemlerini kendi hayatına tatbik etmelidir. Devam eden bu süreç imamı zaman içinde çevresinde hedef kitlesinde rol model olarak konumlandıracaktır.

İmam toplumda kanaat önderi veya benimsenen rol model olabilmesi için Hz. Peygamberin iletişim yöntemlerini ve hayat tarzını örnek alarak çok kısa sürede çok uzun yol katedebilir. Hz. Peygamber (s.a.v.) insanları Allah'ın yoluna samimiyet, güzel ahlak ve güzel sözle çağırmış; her zaman kolaylaştırıcı ve müjdeleyici olmuştur. Sonuçta; kısa zamanda ortak dava ve aynı hedef çevresinde birlik olan, güç birliği oluşturan, birbirinin derdiyle dertlenen, birbirlerine ensar ve muhacir olan kardeşlik duygu ve düşüncelerinin hakim olduğu sağlam temelli ve medeni bir toplum hasıla gelmiştir.

İmamlar günümüz insanın tüm ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde iyi bir eğitime ve kültürel donanıma sahip olmalıdır. İlmi ehliyete sahip olan din görevlileri insanları etkilemek ve dini hakikatleri aktarırken daha kolay alıcıyı etkileyebilecektir. İyi bir eğitim tek başına yeterli değildir. Eğitimden sonra en önemli mesele ahlak ve yaşayış olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz ve hareketleri örnek teşkil etmelidir. Söylediklerinin aksini yapan bir din görevlisini insanların örnek alması ve güven duyması itaat etmesi düşünülebilir bir durum değildir.

İmamlar sadece devletin belirlediği beş vakit namaz, Cuma, vaaz, cenaze, nikah vb. cami içinde kalmamalıdır. Cemaatinde, bölgesinde, mahallesinde aktif olmalı sosyal problemlere eğilmeli, halkın arasında bulunmalı, yaşamış olduğu örnek teşkil edecek hayatı potansiyel hedef kitlesine aktarmalıdır. Sahada olduğu sürece özellikle insanlarla münasebetlerinde aşırılıklardan sakınanmalı, uslüp ve davranışlarında, insanlarla olan iletişimlerinde ölçülü olmalı, bilgisizlikten dolayı kimseyi aşağılamamalı, herkesi her camiayı kucaklayan, peygamber şefkati misali birleştirici ve bütünleştirici olmalıdır. İlişkilerinde son derece mütevazi, tatlı dilli, alçak gönüllü bir edep ile sevdirerek ve benimseterek dini bilgi ve birikimleri aktarmalıdır.

Din görevlisinin, İmamın toplumda rol model olması insanlar tarafından güzel örnek alınabilmesi için özellikle; İtikadı sağlam; salih amelli, ahlâkı güzel, söylediğini yaşayan kişi olmalıdır. Bütün söz ve davranışlarında yüce Mevlâ'nın rızasını, insanların menfaatini ve korunmasını kendine şiar edinmelidir. Etkileşimde olduğu kişilerle müsamaha ve anlayışla davranmalı, insanlara herkesin anlayabileceği şekil ve metotla yaklaşmalıdır. İstişare ehli, kararlı, azimli, sabırlı, metanet sahibi ve ümitvâr olmalıdır.

Rol model olma yolundaki İmam; "Şahsiyet yapmaktan, siyasetten, dünyevi menfaatten, makam ve mevki hırsından mutlaka uzak olmalıdır. Zira hak yolunda, peygamber izinde olan din bilginlerinin üç alameti vardır: a) Bütün ibadet ve fiillerinde ihlâs ve samimiyet içinde olmak. b) Dünyevî menfaat ve çıkarlara iltifat etmemek, c) Makam, mevki hırsına kapılmamak. Bu hasletlere sahip olmayanlar peygamber varisi olamazlar. Din bilgini, bütün milletin teneffüs edeceği temiz havası gibi, içeceği tertemiz suyu gibi toplumun müşterek malı ve varlığıdır. Bütün siyasî düşüncelerin; fırka ve grupların üzerindedir. Parti, parça kalıbına girmesi suç, gerdirilmesi çok yanlıştır. Toplumun bütün fertleriyle ilgilenen, velisine, delisine sahip çıkan; inançsızı yorulmadan usanmadan imana davet eden; zayıf inançlının imanını sağlamlaştıran; fâsıkı ibadete alıştıran; âbidi, zâhid kılan; sarhoşa, günahkâra tevbe ettiren; inançsızı mü'min kılan kimsedir" (Sancaktar, 2006, s. 113-115).

Farabi El Medinetül Fazıla kitabında Mükemmel bir lider veya yöneticide olması gereken özellikleri şöyle açıklamıştır (Farabi, 2013): Tam ve eksiksiz bir beden (organa) sahip olmalıdır, anlama düzeyi ve idraki yüksek olmalıdır, duyumsadığı şeyleri hafızasında kaydetme yeteneğine sahip olmalı ve hiçbir şeyi unutmamalıdır, uyanık ve çok zeki olmalıdır, güzel ifade ve konuşma yeteneğine sahip olmalıdır, bilgi edinmeyi ve öğrenmeyi sevmelidir, Tabiatı gereği doğruyu ve doğru insanları sevmelidir, içgüdüsel arzular ve nefsin sevdiği şeylerden kaçınmalıdır, yüksek ruhlu ve sağduyu sahibi olmalıdır, dünyevi maddelere değer vermemelidir, tabiatı gereği adil olmalı ve adil kişileri sevmelidir, ilerde yapılması gerekenler konusunda azimli ve kararlı olmalıdır.

Farabi'nin aktardıklarını da göz önüne aldığımızda dinin psikolojik bir olgu olduğunu da değerlendirirsek insanın inanç ve değerlerinin, insanın ruhsal ve psikolojik yönünü dizayn etmede kişilik ve karekterinin olgunlaşmasında, ahlaki tutum ve davranışlarının üzerindeki etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Bu süreci yönetenlerin ilmen ve bilmen kendilerini geliştirmiş, konusunda uzman, öğrenmeyi ve öğretmeyi seven, öğrendikleri ile yaşayan, hayatına yansıtan, çevresindekiler tarafından saygıyla karşılanan hedef kitlesi nezdinde kanaat önderi statüsüne oturmuş akil adam olma yolunda emin adımlarla ilerleyen, işini sadece meslek için değil peygamber ardılı bir vakarla görevine devam edenlerin gerçek manada rol model bir imam olmaları kaçınılmaz olacaktır.

Sonuç olarak din görevlisi; dinini tam ve eksiksiz bilen, hedef kitlesine doğru şekilde aktaran, hayır işlerinde topluma öncülük ve örneklik eden, özü, sözü, hal ve hareketleri ile örnek olan, olması gereken toplumdaki önemli kişiliklerden biridir. İmamın en önemli görevlerinden toplumu dini konularda aydınlatma tebliğ ve irşad da bulunmaktır. Bu süreci yaşarken bazı kural ve ilkelere dikkat etmelidir, bu ilkeleri Karagöz şöyle izah etmektedir: "Anlatacağı konuya çok iyi hazırlanmalıdır. İyice öğrenmediği ve bilmediği konularda konuşmamalıdır. Anlatımda Kur'an metodunu kullanmalı, sevap ve ikabı daima dengede tutmalı, ancak müjdeleme, kolaylaştırma, sevdirme ve sevap olduğunu bildirmeyi öncelemelidir. Cemaatin psikolojik, sosyolojik, ekonomik, ideolojik, kültürel, siyasal, inanç, eylem ve davranış biçimini iyi

tanımalı, vaazlarında bunu göz önünde bulundurmalıdır. Sade ve anlaşılır bir dil ve yumuşak bir üslûp kullanmalı, asla bağırıp çağırmamalıdır. Anlattıklarına ve İslâm'a, söz, eylem ve davranışları ile ters düşmemelidir. Vaaz ve irşatta, hakkı tavsiye ve İslâm'ı tebliğde azim, sabır ve sebat göstermeli; tepkilere karşı tahammüllü olmalıdır. Fitne ve fesada sebebiyet vermemelidir. Konu seçiminde zaman, mekân ve muhatapların durumunu dikkate almalıdır. Vaazların da inandırıcı, yönlendirici, duygulandırıcı, düşündürücü ve bilgilendirici bir yöntem kullanmalıdır. Söz söyleme sanatını, konuşma ve anlatma tekniklerini iyi öğrenmelidir. Cemaatin ihtiyaç duyduğu konulara ağırlık ve öncelik vermelidir. Aktüaliteyi takip etmeli, kitap, dergi ve gazete okumalı, yeni fikir ve gelişmeleri izlemelidir. Vakur, ciddi, güler yüzlü ve saygılı olmalıdır. Sosyal ilişkilere ve ziyaretlere önem vermelidir. Dinî sorulara Kur'an ve sünnete, akıl ve mantığa uygun cevap vermelidir" (Karagöz. 2006. s. 125-126).

2.3.6.Dini Telkinlere Konu Olan Hedef Kitle: KAMU

Bir ülkede yaşayan insanların tamamının bir sorun etrafında toplanması, bir konuyla ilgilenmesi ülke bazında genel kamuyu oluşturur. Ancak böyle bir genel oluşum çok nadirdir. Bireyler arasındaki duygusal paylaşımlar, bireylerin bir araya gelme sürecine ve bunun hızına etki eder. Aynı çevrede ya da aynı ülkede yaşayan bireylerin duygusal paylaşımları daha fazla olmakta, dolayısıyla duygudaş gruplar birbirlerini etkilemektedir. Sorunların ya da bireylerin ilgisini çeken konuların sayısı oranında özel kamu sayısı da artmakta ve bu bireyler nüfusun tamamını oluşturmamaktadır. Bireyler, yaşadıkları ülke sınırları dışında başka ülkelerin kamusunun bir parçası da olup dünya kamusunu oluşturabilirler. Bu durumda söz konusu kamunun eylemlerinden, işlevlerinden haberdar olarak, etkinliklere katılmak, onlardan etkilenmek ve onları etkilemek gerekmektedir (Güngör, 1997, s. 45).

İletişimin temelini oluşturan; ileti(mesaj), kaynak, kanal, hedef kitledir ve en önemlisi hedef kitleye iletilen mesajın içeriğini oluşturmaktadır. Dini ritüeller veya bilgileri içeren konular ilgili uzman işinin ehli kişiler tarafından yönetilmeli, ileti hazırlanırken bir hedef kitle olarak kamunun gündem ile ilişkisini, özelliklerini ve hem kendi başına hem de diğer hedef kitleleri barındıran yapısı ile önemini doğru tespit etmelidir. Din iletişiminde de diğer konularda olduğu gibi hedef kitleler zamanla

oluşup ve zamanla değişebilir. Bugün bir caminin hedef kitlesi sadece yaşlı cemaat iken yarın bunun yerini gençler doldurabilir. Dolayısıyla kaynak hedef kitleyi iyi tanımlayıp doğru kanalları kullanıp nokta atışı iletilerini aktarmalıdır.

İletişimde olduğu gibi dini iletişimde de hedef ya da hedef kitle iletişim sürecinin kendisine göre belirlendiği önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Hedef olmadan iletişimin gerçekleşmesi mümkün olamayacağına göre hedefin özelliklerinin tanınması ve bu doğrultuda iletişim stratejileri geliştirilip belirlenmelidir. Bunun içinde hedef kitle hakkında her türlü bilgiye sahip olmak gerekir. Hedef kitle hakkında bilgiye sahip olmak, sunulacak mesajın, hitap edilecek kişilerin ilgi, ihtiyaç, tutum, inanç, değer ve arka planlarına adapte edebilmesi için çok önemlidir (Köylü, 2003, s. 44).

Günümüzde sosyal hayatın pek çok alanında aynı tecrübeyi yaşama, ilgi ve isteklerinin büyük oranda birbirine benzemesi nedeniyle kadın ile erkek arasındaki sosyal ayrımlar tarihe karışmaktadır. Bununla birlikte kadınların ve erkeklerin sosyalleşmelerinin ve rollerinin farklılığı devam ettiğinden din iletişimcileri, kadınlar ve erkekler arasındaki benzerlik ve farklılıkları dikkate almalıdır (Köylü, 2003, s. 70-75). İletişimde önemli olan, hedef kitlenin, iletilen mesajları algılayıp anlamlandırmalarıdır. İletilen mesajların yorumlanmasında hedef kitlenin, eğitim ve öğretimden kaynaklanan bilgi birikimleri önemli olabilmektedir. Bu bağlamda, din eğitimi almış kişilerle, hiçbir şekilde din eğitimi almamış bireylerle kurulacak dini iletişimin konu, içerik, üslup ve yöntem açısından farklı olması gerekir. Bundan dolayı hedef kitlenin eğitimden kaynaklanan bilgi ve algı seviyelerine ve anlayacakları dile göre dini iletişim sürecini oluşturmak kaçınılmazdır (Uludağ, 1998, s. 303).

Çağın sosyal, kültürel, politik, ekonomik seyrindeki hızlı değişim ve gelişmeler, ilim ve teknik sahadaki ilerlemeler neticesinde insanların büyüme ve yetişme şartları, anne babaların inanç ve değerlerindeki farklılaşmalar bireyin sosyal arka planını veya hayat tecrübesini beslemektedir. Dolayısıyla sosyal arka plan ya da geçmiş yaşantılar ve yetişme ortamı kişinin iletilen dini mesajları nasıl algılayacağını etkilemektedir (Köylü, 2003, s. 89).

Genel anlamda iletişimi ve dini iletişimi verimsizleştiren veya imkânsız hale getiren psikolojik engeller vardır. Bunlar ise birtakım kalıplaşmış düşünceler ve duygulardır. Zihnimizde, çevrede görülen ve işitilen hususlarla ilgili çeşitli derecelerde anlamlar ve bunlara bağlı düşünceler oluşur. Düşünceler ise çevreyle kurulan iletişimde, duygularımızı ve davranışlarımızı etkiler ve yönlendirir. Duygu ve davranışları etkileyen düşünceler, gerçekçi ve akılcı olanlar ile gerçekçi ve akılcı olmayanlar şeklinde iki kısma ayrılabilir. İletişimin kurulmasını engelleyen ve iletişim sürecinde kopukluk ve anlaşmazlıklara sebebiyet veren kalıplaşmış düşünceler, ikinci kısmı oluşturur (Dökmen 2002, s. 83-84).

Kalıplaşmış ve katılaşmış düşünceler, önyargılılığı ve sabit fikirliliği doğurur, bu durum iletişimi kilitler (Açıkgöz 2005, s. 70-71).

Kesin inanç ve kalıp düşüncelerden bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz:

Aşırı Genellemecilik: Bir durumun veya hususiyetin, her yerde ve herkes için aynı ve değişmez olduğunu kabul etmek şeklinde ortaya çıkar.

Kutuplaştırmacılık: Ak-kara mantığıyla hareket edip, gri tonlara yer vermeyerek olayları ve kişileri uçlarda görme şeklinde tezahür eder.

Kişiselleştirmecilik: Kendisiyle ilgisi olmadığı halde, kişinin meseleleri hep kendisiyle ilişkilendirmesi ve kendini sorumlu tutarak üzerine alınması biçiminde gerçekleşir.

Mutlakiyetcilik: İnsanın kuralların bazılarının mutlak olduğuna ve asla değişmeyeceğine inanmasıdır. Bunların yanı sıra insanın her şeye kendi açısından bakıp değiştirme gayreti, keşkecilik ve toptancı yaklaşım gibi kalıplaşmış ve katılaşmış düşünceler de bulunmaktadır (Dökmen, 2002).

Küçük yaşlardan itibaren Şuur altına yerleşmiş veya yerleşmemiş olan duygular, iletişim sürecinde insanı rahatsız eder. Bu duygular çevremizde olup bitenleri yanlış algılamamıza ve anlamlandırmamıza sebep olduklarından, tutum ve davranışlarımızla sağlıklı iletişim kurmamıza engel teşkil edebilirler (Dökmen 2002, s. 101-103).

Bilinçli ve art niyetli aynı zamanda alışkanlığa dönüşmüş duyarsızlık, mesajın içeriğini kişiselleştirme şeklinde ortaya çıkan alınganlık ve iletilen mesajın doğruluğu ve yanlışlığı hususunda bir türlü tutum belirleyememeyi ifade eden kararsızlık gibi bir dizi iletişimi olumsuz yönde etkileyen ve engelleyen duyguların varlığı söz konusudur (Açıkgöz 2005, s. 71-74). Dolayısıyla din iletişimcisi mesajın konu ve içeriğini kendi ilgi ve ihtiyacından ziyade, hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentilerine göre belirlemelidir. Kaynağın bunu yapabilmesi de büyük ölçüde muhataplarına empatiyle yaklaşıp, onların nabzını iyi tutup, yüreklerine nüfuz etmesiyle mümkün olabilir (Açıkgöz, 2005, s. 141-142).

2.3.7.Rızanın İmalatı: Medya ve Kitle İletişim Araçları

"Rıza imalatı" terimi ilk olarak Walter Lipmann tarafından kullanılmıştır.

"O, demokrasi yönteminde, 'uyumun-rızanın imalatı' adlı yeni bir sanat bulunduğunu belirtiyor. Rızanın imalatıyla, resmi olarak çok sayıda insanın seçme hakkına sahip olmasının üstesinden gelebilirsiniz. Bunu geçersiz kılabiliriz çünkü 'rıza imalatı' ile onların seçim ve davranışlarını, her zaman bizim söylediğimiz şekilde yapılandırabiliriz. Böylece düzgün şekilde işleyen gerçek bir demokrasiye sahip oluruz. Bu, propaganda ajansının derslerinin uygulanmasıdır." (Chomsky ve Herman, 2004, s. 20)

Toplumsal yaşam gittikçe daha çok farklılaşmakta kişilerarası ilişkiler giderek azalıp zayıflarken insanlar birlikte oturup sohbet edip birbirlerinin dertleriyle dertleşmek yerine, ya bir şeyler izlemekte ya da internet üzerinden gerçek olmayan ilişkiler kurmakta, ya da alışveriş merkezlerinde toplanıp kahve içip ihtiyacı olmayan eşyaların satın almasını yapmaktadır. Bu süreç yukarda bahsedilen "bizim söylediğimiz şekilde yapılandırabiliriz " metninin sonucunu doğurmaktadır.

Kitle iletişim araçları bu anlamda insanlara yol göstermek ve yardımcı olmak bir yana onun sorunlarına çözüm bulmasını engeller. Diğer taraftan kitle iletişim araçları insanları enformasyon bombardımanına tutarak aslında onları bilgilendirmekten çok bilgisiz bırakır. "Böylece kitle iletişim araçları bireye hiçbir zaman elde edemeyeceği ölçüde ayrıntılı bilgi ve haber verir. Fakat bu ayrıntılı haber

ve bilgiler verilirken, bunlar arasında gerçek bir bağlantının bulunup bulunmadığı hakkında açıklamalar getirmez. Bireylerin bunalım ve gerilimleri karşısında rasyonel bir bakış açısı da sunmaz. Aksine, bu gibi sunumlarda bireye ya şiddet ya da hiçbir şeyi ciddiye almaması telkin edilir veya önerilir" (Mills akt: Baran, 1997, s. 99-100).

Medya önemli bir sosyalizasyon aracı olarak rıza üretiminde kullanılmaktadır. Kapitalist devlet ekonomiyi ve tüm baskı araçları ile birlikte kitle iletişim araçlarını da elinde tutmaktadır. Kendi varlığını sürdürmek ve çoğunluğu baskı altında tutarken onun bundan rahatsız olmamasını sağlamak için çeşitli yaklaşımlar geliştiren düzen koruyucuları aile ve eğitimden sonra medyayı bu amaç için kullanmaktadırlar. Aileler statükonun sürdürülmesi için vazgeçilmez araçlardır, ancak tek başına yeterli değildir. Bu anlamda insanı çevreleyen tüm alanlarda eğitim, kültür ve iletişim alanlarında girdi ve çıktılar tamamıyla denetlenmekte ve düzeni tehdit eden unsurlar ayıklanmaktadır. Bununla beraber bazı yerlerde boşluklar bırakılarak kimi isyanlara ve sistem eleştirilerine izin verilmektedir. Çünkü tamamıyla yasaklamak ve engeller koymak rıza üretme anlamında devleti zora sokacaktır. (Çoban, 2013, s. 149)

Medya tüm dünyada rıza üretmeye devam etmektedir. Bu rızayı sürekli olarak yenilemek ve tüm insanlara yaydıkça ayakta durabilecektir. Bunun için de televizyon ve interneti sistemli bir şekilde kullanmaktadır. Medya ve internet üzerinde özelde sosyal medya ve televizyon üzerinden toplumların denetimini sağlamaya kontrol altına almaya çalışmaktadırlar. Bunu yaparken de en temel de aileyi, eğitimi, kapitali ve dini konuları kullanmaktadırlar. Kamunun kontrolü için temelde bu dört konu başı çekmektedir. Kitle iletişim araçları, serbest zamanın organize edilmesinde ve kitlelerin kontrol altında tutulmasında çok önemli bir etkinliğe erişmiştir. Bütün yönlendirmelerini insanları boşluğa bırakıp düşünmeyen, sadece eğlenen ve tüketen, günü kurtaran sürekli koşuşturmacanın içinde bıraktığı toplum oluşturmanın peşindedir. Bireylerin dışsal dünyayla ve sosyal olaylarla ilgili dışardan dostlarından veya ağızdan ağıza yayılan bilgi ve düşüncelerin oranını gitgide azaltmaktadır. Bunu yerine kontrol edilen, neyin ne kadar verilmesi gerektiğini belirlenen bilgiler yayılmaktadır.

Chomsky, devletin uyguladığı ve eğitimli sınıflar tarafından desteklenen propaganda ile toplumda genel bir kabul etme eğilimi oluşturulduğunu belirtir. Walter Lippmanın da demokrasi sanatında devrim kavramıyla, rızanın üretilmesi, yeni halkın istemediği veya iletiyi hazırlayan, hazırlatan halkın üstündeki gücün propaganda, tekrar, ikna teknikleri ile istediği mesajları empoze ettiğini iddia etmiştir. Onlara göre ortak çıkarlar seçkinler ve iktidar sahipleri tarafından belirlenir ve yönetilir. Uzmanlaşmış bir sınıf (Kanaat önderi, kapı tutucular da denebilir) tarafından tüm bu işlemler planlanır ve uygulanır. Bu küçük grubun dışındaki kitle şaşkın sürü diye adlandırılan büyük çoğunluktan oluşmaktadır. Şaşkın sürünün demokrasideki pozisyonu katılımcı değil, izleyici konumundadır. Şaşkın sürünün eğitilerek evcilleştirilmesi, kontrol altına alınması gerektiğini savunurlar, bunun oluşabilmesi içinde medya üzerinden uygulanan propaganda ve ikna süreçleri rıza üretimini sağlamaktır (Bal, 2013, s.160). Tam bu noktada dini enformasyonların halka aktarılması, din adamı imajının ve dindarlık kavramlarının kamu nezdinde günümüzde nasıl değer kaybettiği, yanlış konumlandırıldığı ve olmayan yönleri ile nasıl yanlış aktarıldığının göstergesi olarak medyanın din ve imam hakkındaki özellikle cumhuriyet döneminden sonra detaylıca incelenmesi birçok sorunun cevabını verecektir.

Medyanın, bireyi ve toplumu yönlendirmede sonsuz gücü vardır. Kitle iletişim araçlarının ilettiği her mesaj, insanlar üzerinde belirgin etkilere yol açar. Canlı bir organizma olarak nitelendirilen alıcı yani birey, kitle iletişim araçları tarafından gönderilerin iletiler karşısında tepkide bulunur (Cebeci, 2003. s. 68). Günümüz toplumlarında kitle iletişim araçları, çok yönlü etkilerin ve vazgeçilmez alışkanlıkların merkezi haline gelmiştir. Geleneksel yapı içerisinde bireylerin, toplumların fikir oluşturmalarında ve davranış geliştirmelerinde öncelikle aile, yakın çevre, dini kuruluşlar, eğitim kurumları birinci derecede rol oynamaktaydı (Doğan, 1993, s. 21).

Son çeyrek yüzyılda kitle iletişim araçları, gündelik hayatın vazgeçilmez bir unsuru olarak toplumsal hayattaki yerini pekiştirmiştir. Yine bu araçlar vasıtasıyla kıtalar arasındaki mesafeler yok olmuş, ulusal sınırlar sembolik bir hal kazanmaya, dünya hızla küreselleşmeye başlamıştır (Adıgüzel, 2001, s. 73). Kitle iletişim araçları,

yalnızca coğrafi sınırları aşmakla kalmamakta, aynı zamanda sınıfsal, ırksal, kültürel, politik ve cinsiyetle ilgili sınırları da geçerek belirli bakış açılarını ve anlam üretme biçimlerini de sürekli olarak yineleyerek ve yerleştirerek bireylerin ve toplumların deneyimlerini yapılandırmakta, toplumsal gerçekliğin kurulmasına ve düzenlenmesine yardımcı olmaktadır (Lull, 2001, s. 88).

Dünya, özellikle haberleşme tekniklerinin ve ulaşım olanaklarının hızlı bir şekilde gelişmesi sonunda küçülmüştür. Günümüzde dünya artık insanların ceplerinde hayat bulmaktadır. İnsanlar, birçok olayı akıllı telefonlarından facebook, twitter, instagram gibi sosyal mecralardan takip etmektedir. Kitle iletişim araçları ile önce bir dünya imajı çizilmekte, ardından da çizilen bu imaj hakkında ne düşünülmesi gerektiği kitlelere empoze edilmektedir. Dünya hakkında bütün bildiklerimiz veya bildiğimizi düşündüklerimiz bize, klasik ve yeni medya araçlarından aktarılmakta ve benimsetilmeye çalışılmaktadır.

Medyanın Toplumsal İşlevleri ve Etkileri Kitle iletişim araçları, sosyal, ekonomik ve siyasi kurumların birbiriyle olan eşgüdümlülüğü içinde biçimlenmektedir. Ülkelerin siyasal sistemleri ve tercih ettikleri toplum felsefeleri, medyanın nasıl bir işlev üstlenmesi gerektiğini, normatif medya kuramlarına göre belirlemektedir. Bu bakış açsı aynı zamanda medyanın kamusal rollerine de açıklık getirmektedir (Güçlü, 2005, s. 362).

Medya, toplumun yapısını, kurulu düzenini ve bireyler arasında cereyan eden toplumsal ilişkileri yeniden yaratma, yeniden şekillendirme, yeniden üretme ve yorumlama gücüne ve yeteneğine sahiptir. Semboller, işaretler, sayılar, sözcükler ve resimlerden ya da bunların bileşkesinden oluşan iletiler yalnızca mesaj taşımazlar. Aynı zamanda insanların dünyasını yeniden şekillendirip yorumlar, ona yeni boyutlar kazandırır. Medyanın bu şekillendirme ve değiştirme etkisi bireyler ve genel anlamda toplum boyutuyla da sınırlı kalmayıp, toplumsal ve siyasi yapı içinde etkin bir konuma sahip olan siyasi liderleri ve meşru hükümetin politikalarını da kapsayacak boyutlara ulaşabilmektedir (Rivers, 1982, s. 213).

Medya düşünce ve kamuoyu oluşturan bir mekanizmadır. Etki alanı insan zihinleridir. Dolayısıyla eylemlere de egemen olur; insanların davranışlarını, arzularını, inançlarını, yaşam biçimlerini, yaptıkları seçimleri etkisi altına alır. Medyanın yaptığı etkinin asıl sonuçları, kısa dönemde değil, uzun dönemde ortaya çıkar. Çünkü insanlar kitle iletişim araçlarına bütün ömürleri boyunca açıktır; sinyaller üst üste birikerek, sonunda kişilerin düşünce ve vicdan kalıplarına da medyanın mesajlarına elverişli bir biçim verebilirler. Bir yalan, tekrarlana tekrarlana sonunda gerçek gibi algılanır. Medya tek tek verdiği mesajların ötesinde, uzun dönemde etkili olan küresel sunum özellikleriyle zihin ve davranışları yönlendirir (Dura, 1984, s. 5).

Kitle iletişim araçları özellikle yukarda da bahsedildiği şekliyle insanların zihinlerini hedef alarak duygu ve düşünce dünyalarına etki eder. Böylece istenilen, arzu edilen bir toplum inşa edilmeye çalışılır. İnsanoğlu farkında bile olmadan inşa edilen zihin dünyasının etkisi ile hareket eder ve medya gücünü elinde bulunduranlar tarafından yönlendirilir. Nerede ne zaman nasıl tepki vereceği kodlarla zihinde belirlenmiş topluluğun yönlendirilmesi oldukça kolaylaşmıştır. Toplum üzerinde hakimiyet kuran bu güç bir müddet sonra önü alınmaz düzeltilemez problemlerin odağı olur. İnsanların davranışlarını, inançlarını, yaşam biçimlerini ailelerini, ticaretlerini şekillendirilmiş ve her an istenilen yöne dönebilecek bir toplum inşa edilmiştir. Elbette bu güç istenildiğinde olumlu yönde kullanıldığında doğru sonuçların alınmasını da kolaylaştıran bir güçtür.

Kitle iletişim araçlarının ve bilgisayarın yaygınlaştığı toplumlarda bireyler, gruplar ve cemaatler daha özgürlükçü, daha demokratik, daha eşitlikçi olabildikleri, kendilerini bilinçli kılabildikleri, bu temel değerler için mücadele edebildikleri, örgütlenebildikleri ve örgütsel eylemlerini arttırabildikleri ölçüde kitle toplumunun sınırını daraltabilir. Bilimsel ve teknolojik gelişmenin doğrultusunu daha insana ait bir dünya tasarımı içine çekebilir ve kendi tikel varlıklarını koruyup sürdürebilirler (Oktay, 1995, s. 175).

Kitle iletişim araçlarının en büyük özelliği insanlara oyalayıcı malzeme vermeleridir. Yapılan çeşitli araştırmalar göstermiştir ki okuyucu, izleyici ve dinleyici, kitle iletişim araçlarının eğlendirici, oyalayıcı hizmet vermelerinden yanadırlar.

Örneğin Türkiye'deki televizyon izleyicilerinin, yapılan araştırmalara göre, daha çok eğlence programlarını tercih ettikleri görülmüştür. Yazılı basın organlarının çoğu da "magazin'' diye andıkları eğlendirmeyi amaçlayan yazı türlerine geniş ölçüde yer vermektedirler. Yalnızca bu türe özgülenmiş yayın organlarının sayısı Türkiye'de hızla çoğalmaktadır. Kamuoyunun bu eğilimi, kitle iletişim araç sahip ve yöneticilerini eğlendirme çabalarını yoğunlaştırmaya itmiştir. Bu durum, iletişim araçlarının olumlu potansiyelinin yitirilmesine, giderek bu kaynağın savurganca kullanılmasına yol açmıştır. Böylelikle eğlendirici türlerin toplumsal işlevinin kötüye kullanıldığı ya da kültürün yaygınlaştırılması, bakış perspektifinin genişletilmesi, hayal gücünün arttırılması, vb. yolunda kullanılmadığı gözlenmektedir (Şenyapılı, 1981, s. 61).

Medya tarafından empoze edilen tüm kişileştirmeler, bireyin kendi dışındakiler, hakkındaki imajının belli bir çerçeve içine alınmasını sağlar. Bu çerçeve içinde yaşanılan organik bütünlüğe bir isim verilerek herkesin bu isme uyması sağlanır. Böylece medya, siyasal sistem açısından en çarpıcı işlevini bir tür yanılsama içinde gerçekleştirir. Herkesin ve fakat hiç kimsenin tanımlanmış dünyası ortak bir vitrin (veya akvaryum) içinde tekrarlanır, durur. Medyada boy gösteren her imgesel aktör, geniş yığınların gündelik yaşamlarında başvuracakları birer prototip olarak belleklerde yer eder. Ondan sonra hangi bireysel davranışımızın hangi toplumsal bağlamda değerlendirebileceğine dair bazı zekâ oyunlarıyla, bireyler vitrinde yasamayı bir sanat ve biteviye bir yarış olarak benimserler. Bu bağlamda artık medya tarafından empoze edilmesi koşuluyla tüm imgesel değerlerin kitle kültürünün geçici, anlı kimliği içinde birer moda değer/yargı olarak benimsenmesi mümkün olur. Moda düşünce, moda konuşma, moda meslek, moda ilişki, moda bilim, moda davranış, moda görüş… (Güneş, 1996, s. 196-197).

Basın, bir yandan yazarların ve yazarların bağlı bulundukları, resmi ya da resmi olmayan grupların ve örgütlerin kanaatlerini yönetime duyuran bir yandan da hedef kitlesinde, kanaatlerin oluşturulması sürecinde görev alan bir araç olarak görülmektedir (Girgin, 2000, s. 127-128).

Batı Alman sosyoloğu Elizabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen suskunluk sarmalı modeli, medyanın belirli konu ve baslıkları kamunun görüş ve

tartışma alanından uzaklaştırabilme yeteneği üzerinde durması bakımından gündem oluşturma modelinin negatif bakış açısıdır. Bu model, bireylerin toplumda çoğunluk tarafından benimsenmeyen tutumlar, inançlar ya da kanaatleri benimsemekten kaçınarak yalıtılma ya da dışlanmaya maruz kalmamaya çalıştıkları varsayımına dayanır. Bireyler hangi görüşlerin çoğunluk tarafından kabul gördüklerini ya da güçlenmeye başladıklarını ve hangi görüşlerin azınlıkta kaldığını ya da gözden düştüğünü anlamak için çevrelerini tararlar. Ve görüşlerini bu izlenimlerine göre şekillendirirler (Fejes, 1994, s. 260). Türkiye'de 28 şubatta yaşanan başörtüsü problemini açıklayan en kapsamlı teori suskunluk sarmalı olmuş ve sosyologlar tarafından ortaya koyulmuştur. İslamiyetin emri olan bir konuyu medya tarafından siyasi bir obje haline getirilip, yüzde doksan dokuzu Müslüman olan bir ülkede toplumun çoğunluğunun görüşüymüş gibi aktarılması medyanın gücünün ve rızanın imalatına iyi bir örnek teşkil etmektedir.

Medya, dünyayı yorumlayan ve sunan önemli bir aktör olarak kendi değerlerine öncelik tanıdığı gibi, hâkim konumdakilerin çıkarlarını medya yoluyla aktararak yeniden üretmektedir. Bu süreçte yer alan aktörler sabit değil, kaygan "özne" olarak bu mücadele alanı içerisinde sürekli yer değiştirmekte, yeni özneler ortaya çıkarmaktadır. Medya mantığı, verilerin düzenlenişini belirler. İçeriğin nasıl düzenleneceğini, üsluba nasıl uydurulacağını ve sunulacağını ortaya koyar. Belirlenen format içinde toplumsal olgu/olaylar, yasam biçimleri sergilenir, yorumlanır. Bazı konular verilir, bazıları görmezden gelinir. Toplumun gündemi geniş bir politik arenada yönlendirilir (Baytar, 2007, s. 269).

"Medya menajerleri; imajların ve haberlerin oluşması, işlenmesi, rafine edilmesi ve bunlara uyulması, dolayısıyla inançlarımızı, tutumlarımızı ve davranışlarımızı yönlendirme işini kendilerine vazife edinmişlerdir. Sosyal mevcudiyetin gerçeklerine tekabül etmeyen mesajları, kasıtlı olarak ürettiklerinde medya menajerleri, zihin menajerleri olup çıkmaktadırlar. Realitenin kusurlu olarak algılanmasına, hayatın gerçeklerini kavrama gücünden yoksun bırakılmış bir şuurun oluşmasına sebebiyet veren mesajlar, zihin menajerleri tarafından bilinçli olarak üretilmiş manipülasyon amaçlı mesajlardır. İnsan zihninin manipülasyonu, bir çeşit

fetih aracıdır. Toplumun hâkimiyetini elinde bulunduran seçkinlerin, kitleleri kendi amaçları doğrultusunda biçimlendirmesinin vasıtalarından biridir. Mevcudiyetin hâkim koşullarını açıklayan, meşruiyet kazandıran manipülatörler, çoğunluğun çıkarları doğrultusunda oluşturulmamış bir düzenin devamını temin için çoğunluğun desteğini kazanırlar." (Schiller, 1993, s. 9). Bourdieu; (1997, s. 23) "Televizyon, nüfusunun çok büyük bir bölümünün beyinlerinin oluşturulmasında bir tür fiili tekele sahiptir" bu beyin yıkama işlemini medyadaki kapı tutucular veya medyanın ürettiği kanaat önderleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Ana akımın ideoloji ve isteği doğrultusunda toplumu yönlendirecek ve motive edecek doğrultuda çalışmaktadırlar. Din adamları medya da kanaat önderi olarak yer aldığında toplum ancak, doğru bilgiyi birincil kaynaktan manipüle edilmemiş şekliyle alabilecektir. Medyanın gücü kullanılarak bugüne kadar ki yanlış aktarılan din ve din adamı imajı kısa sürede olumlu yöne çevrilip olması gerektiği noktaya toplum genelinde doğru zemine getirilebilir.

2.3.8.Din ve Medya

İletişim teknolojileri, her şeye el attığı gibi dinsel yaşamın içine de girmiştir. Kitle iletişim araçları çeşitli dinsel inançları daha çekici kılmak için çağdaş propaganda yöntemlerini kullanmaktadır. Bu olgu, sadece teknolojinin gücünü ve çekiciliğini göstermekle kalmaz, dinin günümüz koşullarında medyadan uzak duramayacağını kanıtlamaktadır. Daha ötesinde en kutsal kavramları ticari meta haline dönüştürülebileceğini göstermektedir (Oktay, 1995, s. 90).

Küresel bir kavram olarak ortaya çıkan elektronik din, kitle iletişim araçlarının öneminin artmasına bağlı olarak, dini inançların kitle iletişim araçları yoluyla, özellikle radyo, televizyon ve internet aracılığıyla geniş halk kitlelerine anlatılması ve dini mesajların verilmesini ifade eder. Amerika'da tele-vaizlik olgusu diye adlandırılan bu durum medya –din ilişkisini somut bir biçimde ortaya koyar. Hıristiyan Batı dünyasında özellikle Evanjeliklerin öncülüğünde ortaya çıkan ve bu yüzden "televangelizm''olarak da adlandırılan bu gelişmenin bir anlamda misyonerliğin modern sekli olarak da nitelendirilmesi mümkündür. Televizyonda bu şekilde vaaz veren kişiler öncelikle modern Amerikan toplumuna göre sınırlandırılmış

ve bunun din değiştirmiş grubuna hitap etmektedir. Bu tür propagandalar ve uygulamalarla hem yeni üyeler kazanılmakta, üye tabanı genişletilmekte hem de önemli miktarda bağışlar toplanmakta, hatta bazı ürünler pazarlanmaktadır (Kırman, 2004, s. 71).

Medyada dinin görünümlerinden biri de radyo ve televizyonlarda belli saatlerde yapılan dini yayınlardır. Yılın kutsal sayılan belli gün ve gecelerinde yapılan belli dini törenlere katılma da bu kapsamda değerlendirilebilir. Türkiye'de de popüler olan bu uygulamalar, bazı kanallarda günlük, haftalık olarak yapılmakta ise de daha ziyade Ramazan ayında yoğunlaşmaktadır. Nitekim Ramazan ayında özel televizyon kanalları, prime time olarak kabul edilen iftar ve sahur saatlerinde daha çok seyirci çekebilmek için tanınmış bilim adamları ile konuşmalar yapmak, şöhret olmuş sarkıcı ve türkücülere ezan ve mevlit okutmak için kendi aralarında büyük bir rekabet yaşamaktadırlar (Kırman, 2004, s. 182).

Türkiye'de medyanın bu şekilde çalışması tıpkı Avrupa'da ve bütün dünyada olduğu ticari bir faaliyet nazarıyla temelde ortaya çıkmıştır. Medya da ticari bir işletme olduğu için ve rekabetin çok hızlı ve acımasız olduğu bu mecrada, en temel konu kapital olunca bir müddet sonra yayının içeriği veya kalitesi değil, ne kadar izlenme veya tıklanma alacağı gündeme gelmektedir. Bu durum içeriğin kaybına ve sadece ramazan veya dini gecelerde dinin varlığının yeterli olacağı düşüncesini ortaya çıkarmaktadır. Dini içerikler yayınlar zamana yayılıp yılın, ayın, haftanın, günün belli vakitlerine profesyonel medyacılar tarafından hazırlanmış işinin ehli din adamları tarafından hedef kitleye servis edilmelidir. Türkiye'de din-medya ilişkisi uzun yıllardır medyayı elinde bulunduran güçler tarafından tamamen kendi dünya görüşüne göre şekillendirilmektedir.

Medyada din-medya ilişkisini ortaya koyanlar her zaman işin uzmanı olmayabilirler. Gerek Batı basını gerekse Türk basınında dinle (hem kişisel, hem mesleki olarak) pek ilgisi olmayan çok sayıda insan, medyada söz sahibi olunabilecek alanlarda bulunmaktadırlar. Bu konum modern Avrupa'da dini bertaraf edici tavırların sürmesindeki tek (belki de temel) sebeptir. Bu tavırlar medya çevrelerinde bilhassa yönetim düzeyinde yaygındır. Modern toplumlarda dinin karmaşık evrimiyle ilgili

epeyce bilgiye rağmen, bu alandaki bazı profesyonel gazeteciler bu görüşleri gerekli ayrıntılarla geliştirmek için yeterli zaman ve ortama sahip olmadıklarını belirtmektedir (Davle, 2005, s. 135).

Batı medyasının büyük çoğunluğu, İslamiyet'i, terörü, şiddeti ayrılmaz bir bütün olarak görmektedir. Bunları da çeşitli İslam ülkelerindeki olaylarla abartılı bir şekilde örneklendirerek vermektedirler. Batının medyada izlediği bu politikaların birçok amacı vardır. Batının kendi egemenliğini meşrulaştırması düşüncesini medya yoluyla tasvip ettirmek; Batının gücünü olduğu gibi kabullendirmek, idealize ettirmektir (Said, 2002, s. 31). Batı medyası kendi ideolojisinin yaygınlaşması için medya üzerinden çok ciddi çalışmalar yapmaktadır. Türkiye'deki ve Avrupa'daki din algısına bakıldığında özellikle İslamafobinin bugünkü sonuçlarında kısmen de olsa başarılı oldukları görülmektedir.

İslamiyet'in bu şekilde, Batı toplumlarına tanıtılmasında en büyük etken basındır. İslamiyet'in bu şekilde medyada yer alması farklı İslamiyet tablolarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunlardan ilki spesifik bir İslamiyet resminin ortaya çıkmasıdır. İkincisi İslamiyet'in anlamının veya mesajının belirli bir çerçeve içine alınması ve klişeleştirilmesidir. Üçüncüsü, bizi İslamiyet'le kapıştıran düşmanca bir siyasal durumun yaratılmış olmasıdır. Sonuncusu ise, İslamiyet'in bu yalınlaştırılmış imajının İslam dünyası üzerindeki etkileri ve nihayet basının yarattığı İslamiyet ile bizim ona karşı takındığımız tavrın bize sadece İslamiyet hakkında değil, kendi haber, bilgi ve milli politika kurumlarımız hakkında pek çok şey öğretebilecek nitelikte olmasıdır (Said, 2002, s. 120).

2.3.9.İmam ve Medya

Medya bireylerin bilgi, kanaat, tutum, duygu ve davranışları üzerinde büyük oranda bir etkileme gücüne sahiptir. Yalnızca bireyler değil, onların yanı sıra toplumsal gruplar, organizasyonlar, toplumsal kurumlar, kısacası bütün toplum ve kültür medyanın gücünün etkileme alanının sınırları içindedir. Klapper, medyanın toplumu değiştirme doğrultusundaki etkilerini üç ana kategori içinde toplar

(Barrett&Braham, 1995, s. 84): Değiştirip dönüştürme, önemsiz değişiklikler yapma, kuvvetlendirme.

Konu bu boyuttan ele alındığında medya, kültürü geliştirmek-yaşatmak, bireylerin sağlıklı kişilik gelişimlerine katkıda bulunmak şöyle dursun; tam tersine ulusal kültürü yıpratıp zayıflatıcı, bireylerin kişiliklerini ve ruh sağlıklarını bozucu nitelikte bir etki de oluşturabilmektedir. Okulda eğitimcilerin, aile de ebeveynlerin ve öteki toplumsal kontrol (sosyalizasyon) ajanlarının öğrettikleri aşıladıklarının tam tersini ön plana çıkartarak, özellikle çocukları ve gençleri çelişkiler içine sürükleyebilmektedir. Bu durum ise, toplumun mevcut değer ve normlarından sapma olarak tanımladığımız sapkın davranışları körükleyip arttırıcı bir etki yapabilmektedir. Bütün bu olup bitenler de, bireyler arası ilişkileri düzenleyen toplumsal değerleri, normları, davranış kalıplarını yıpratarak, hatta yok ederek toplumun ve kültürün geleceğini tehdit edici bir boyuta ulaşabilmektedir. Ayrıca, medyanın bireylere "örnek rol modelleri" sunduğunu da bilmeyen yoktur. Özellikle belli yaş dönemlerindeki bireylerin, özdeşim kurarak kendilerini geliştirmek arayışı içinde oldukları da herkesçe bilinen bir gerçektir. Hatta bireylerin bu özdeşim kurma eğilimlerinin yalnızca çocuklarla ve gençlerle sınırlı kalmadığını da sosyologlar, psikologlar ve eğitim bilimciler tarafından gerçekleştirilen araştırmalar ortaya koymaktadır (Arslan, 2006, s. 10). Bütün bu gerçekler göz önüne alındığında televizyon başta olmak üzere medyanın etik olmayan çerçevede kapitalist, eğlence menşei çerçevesinde hizmet ettiğini görebilmekteyiz. Dolayısıyla günümüzde din ve din adamı imajının yansıtılmasında televizyon ve medya uluslararası arenadaki standartlarda hizmet vermektedir. Medyanın çok güçlü bir silah olduğu göz önünde bulundurularak imamın imajı ve statüsü, doğru olarak aktarıldığında toplumun din ve din adamı ile ilgili imajı da doğru yönde ivme kazanacaktır.

Kitle iletişim araçları hayatın tüm alanlarında olduğu gibi dini sosyalleşme konusunda da etkinliğini giderek artırmaktadır. Kitle iletişim araçları; yapıcı veya yıkıcı her türlü veriye ulaşma konusunda sağladığı kolaylık, bireyin bilinçaltını onun isteği dışında doldurması yeteneği yanında bilgiyi kirletmedeki işlevi, her şeyi tüketim olgusu içinde sunma eğilimi ve yüz yüze ilişkileri geri plana atma işlevi gibi

özellikleri itibariyle sosyalleşme konusunda tarihte hiç olmadığı kadar önemli bir rol üstlenmektedir. Etkinliliğini modern dönemle birlikte her alanda daha fazla hissettiren kitle iletişim araçlarının, uygunsuz sosyalleşmeye neden olan birçok yönünden de söz edilebilir. Bunun yanında örneğin dini sosyalleşme konusunda, birçok işlevsel yönü olduğu da kuşkusuzdur. Mesela yazılı veya görsel basındaki dini içerikli yayınların, dinî hayatı motive edici rolü yanında, geleneksel dinsel anlayışların yeniden yorumu konusunda ihtiyaç olup bu noktada bir takım imkanlar sağladığı da bir gerçektir (Okumuş, 2014, s. 448). Medyanın doğru kullanılması sonucunda doğru yönlendirmeler ortaya çıkacaktır. Medyayı doğru kullanma ehil kişilerin direksiyona geçmesi veya medyayı kullananların bu doğrultuda doğru kaynaklara ulaşıp ortak hareket etmesi ile gerçekleşir. Son döneme kadar film ve dizi sektöründe imam portresi kara sakallı, rüşvetçi, üç kağıtçı, kadın düşkünü, para karşılığı nuska yazan, cahil olarak yansıtılmıştır. Aktarılan bu yanlış imaj imamların bağlı olduğu diyanet camiası tarafından çok ciddi lobi faaliyetleri yapılıp maalesef bertaraf edilememiştir. İmam imajının sıkıntılı olduğu dönemlerden örnek vermek gerekirse:

Tek Partili dönemin "Tek Yönetmen"i olan Muhsin Ertuğrul eskiyi gözden düşürme görevini ilk yüklenen yönetmen olmuştur. Bu nedenle Türk sinemasında din, dindar ve din adamı namına kullanılan bütün olumsuz klişeleri icad eden Muhsin Ertuğrul"dur. Musahipzade Celal'in tiyatro eseri "Aynaroz Kadısı"nı 1938 yılında sinemaya uyarlayan Ertuğrul, böylece "rüşvetçi, hilebaz, şehvet düşkünü ve haklının değil kudretlinin yanında saf tutan din adamı" şablonunun Türk sinemasındaki ilk örneğini ortaya koymuştur. Hemen ertesi yıl çektiği "Bir Kavuk Devrildi" adlı filmi ile de etkisi yıllarca sürecek olan menfî tutumunu devam ettirmiştir. Sonraki yıllarda da dindar tiplemesi adına olumlu bir gelişme yaşanmaz. 1970 ve 1980'li yıllar boyunca dindar karakterler sinsiliğin, üçkâğıtçılığın, yobazlığın, örtülü bir şehvetperestliğin simgeleri olarak onlarca filmde boy göstermişlerdir. Örneğin Halit Refiğ"in Teyzem (1987) adlı filminde dindar olan karakter üvey kızına hem şiddet uygulamakta hem de cinsel tacizde bulunmaktadır (Güven, 2009, s. 105-106). Dahası milli mücadele yıllarını konu alan bazı filmlerde din görevlileri vatan haini ve milli mücadelenin önündeki engel teşkil eden tipler olarak gösterilmiştir (Menekşe, 2005, s. 47).

Yıllarca özellikle 1920 ile 1980 arası Türk sinemasında dinî motiflere çok fazla yer verilmezdi. Aktarılan dini motiflerde genel de Yeşilçam filmlerindeki sempatik ve sevecen olmayan, bilgisiz ve duyarsız bir hoca tiplemesiydi. "Kara kaşların gölgesinde fırıl fırıl dönen bir çift göz, karışmış takma sakalın altında sağa sola eğrilen ağız ve koca göbeğin üzerinde buluşup ovuşturulan eller... Genelde halkı ayaklandıran, menfaatinin peşinde koşan, fitne fücur bir kişi olarak ya da yalan yanlış resmedilen bir cenazede, nikâh töreninde ekrana aktarılan" din adamını temsil eden hocalardan oluşmaktaydı. Sinema yıllarca % 99'u Müslüman olan bir ülkede dini gerçekleri görmedi dolayısıyla aktarmadı, aktarsa da doğru olarak değil alaycı bir tavırla beyaz perdeye yansıttı. Daha sonra Hazretli filmler akımı başladı, Peygamberlerin, evliyaların, İslam tarihindeki önemli karakterlerin hayatları peş peşe sinemaya taşınmaya başladı. Lakan yapımcıların tek kaygısı maalesef sadece ticari idi, dini veya dinsel öğretilerin aktarılması senaryolarda yer bulmamaktaydı. Sonuç olarak da Türk sineması dini anlamda hem yücelten hem de yeren figürlerin karışımına uğradığı sancılı bir süreç yaşadı. (Deniz, Türk sinemasının din ile imtihanı, file:///C:/Users/ HNK/ Download s/ Aksiyon.pdf, 22.12.2016)

Diğer taraftan din hizmetleri, bu hizmeti yürütenlerle ilgili basının haber ve yorumlarında çoğu kez menfi yaklaşımlara ve yoğun şekilde itibarsızlaştırma çabalarına maruz kalmıştır (Bulut, 2006, s. 33). Yazılı basındaki konuyla ilgili yaklaşımlar hakkında son yayınlanan bir araştırmanın sonuçlarına göre "imam" kimliğinde olumsuz özellikleri vurgulayan haber sayısının hala azımsanamayacak derecede olduğu vurgulanmaktadır (Yenen, 2012, s. 174).

Din görevlilerinin filmlerdeki kötü imajlarının yanı sıra, din hizmetlerini yürütenler arasında ehil olmayan bazı kimselerin de olumsuz tutum ve katkılarıyla, din adamlarının o yıllara kadar toplum önündeki mevcut saygınlığı ve itibarı ortadan kaldırılmak istenmiştir. Böylelikle dine ait olan birçok şeyin artık kullanılamaz olduğu düşüncesi toplumda yaygınlaştırılmaya çalışılmıştır. Zira din adamlarının geçmiş dönemde toplumun aydını sayıldığı, sokak, çarşı, cami ve her nerede olursa olsun halk tarafından büyük bir saygı ile karşılandığı, her konuda kendilerine güvenilip itimat

edildiği, dini bilgi ve genel kültür düzeylerinin toplumun genel eğitim düzeyinin üzerinde olduğu bilinmektedir (Buyrukçu, 1995, s. 340).

Son dönemde yaygınlaşan teknolojik gelişmeler imamlarında artık var olan kötü imajlarını düzeltmeleri konusunda oldukça yardımcı olmaktadır. Hızla değişen dünyada bilgiye ulaşmanın kolaylığı ile birlikte her konuda kendilerini geliştirmektedirler. Bu ivme arttıkça imamlar kendini geliştirip cemaatimi ve hedef kitlesi üzerinde etki edip doğru olarak yönlendirdikçe lokaldan ulusala doğru gelişip, hedef kitle üzerinde doğru imaj ve statüye oturacaktır. Zincirin halkaları gibi doğru medya kanallarını kullanıp doğru iletilerle hedef kitleye direkt ve olması şekliyle ulaşabileceklerdir.

Türk sineması yıllarca din ve dini motifleri beyaz perdeye yansıtmamış, yansıttığında da doğru ve olduğu şekliyle değil, yalan yanlış, ahlaksız, din üzerinden izleyicileri güldürecek pis, paspal, başarısız imam ve din adamı imajı ile beyazperde de ve medyada yer bulmuştur.

Son dönemlerde bir kısmının samimi bir şekilde dini öğelere yer verdiği söylenebilir. Bu gruba kurtlar vadisi ırak, yumurta, sıfır dediğimde gibi filmleri örnek gösterebiliriz. Bunun yansıra takva, girdap, ulak gibi filmlerde ise din, dindar ve din adamına karşı olumsuz saldırgan hal hareket ve sahneler çirkin dindar tiplemeleri gizli bir şekilde, artık inandırıcılığını yitirdiği için devam etmektedir (Enderun, 2011, s. 50).

2.3.10.Dini Motiflerin ve İmam İmajının Kitle İletişim Araçlarındaki Yansımaları

Her türden medyanın içeriğine baktığımız zaman, bireyi olumsuz manada etkileme potansiyelinin çok yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Medyanın şiddet, cinsellik, yalnızlaşma, saldırganlık, pasifleştirme kültürel yozlaşma, alkol, sigara ve uyuşturucu alışkanlığı kazandırma gibi pek çok yan etkisi mevcuttur (Villani, 2001, s. 392-401 akt.Nazıroğlu).

Medya bu olumsuzlukların dışında manipülasyon, dezenformasyon, propaganda, yanlış bilinçlendirme, gerçekleri çarpıtma gibi bir sürü suçlamanın da

odağındadır. Buna rağmen medyanın toptan bir cadıya dönüştürülmesi yerine bireyin medya bilincinin geliştirilmesi seçeneği üzerinde artık literatürde önemli bir uzlaşının olduğunu söylemek mümkündür. Bu yüzden medyanın eğitim kurumu dışında kalamayacağı, temel ve orta öğretim düzeyinde medya konusunda bilgilenme ve bilinçlenmenin çok erkenden başlaması gerektiği kabul edilmektedir (İnal, 2009, s. 16-25).

Çocukluk döneminde, aileden ve temel eğitim kurumlarından edinilen bilgi, inanç, tutum ve değerler, ergenliğin ilk yıllarında bireyin kendi kişisel değerlerini oluşturma sürecine girmesiyle yeniden gözden geçirilir. Gençlik döneminin çalkantıları, bu dönemde din ve ahlak gelişimi üzerinde de önemli bir baskı oluşturur. Genç birey tarafından otoriter birer sosyal olgu olarak kabul edilen din ve ahlak, bireyin otorite sevmezliği karşısında ciddi sorgulamaya tabi tutulur (Hökelekli, 2005, s. 270-273).

Ülkenin en önemli teminatı genç nesillerdir, çünkü ülkeyi toplumu, milleti ve aileyi onlar devam ettireceklerdir. Bunun adımlarının atıldığı ilk dönem aile ortamı ev ve evin içinde olan televizyondur. Çocuk maalesef ilk öğrenmeyi aileden almış olsa bile, çocuğun çocukluğunu yaşatan, öğreten, eğiten medya genelinde televizyon olmaktadır. Çocukların izlediği çizgi filmlerden dizilerdeki reklam içeriklerine kadar etkilenmektedir. Çocuk temelde alması gereken ahlak, etik, saygı, sevgi, toplumu benimse, dini bilgi ve vecibeler gibi temel konuları öğrenmemekte veya eksik ve yanlış öğrenmekte. Çocuk günümüzde Avrupa'da ki bir filmi bir sanatçıyı veya bir futbolcuyu çok net bir şekilde biliyor hızlı şekilde öğreniyor yorumluyor lakin kendi topraklarının temel yapıtaşlarını bilmiyor hatta mensubu olduğu dinin en temel konularında bile eksik kalıyor. Çünkü televizyon bireylere ideal bir insan portresi ve hayat akışı çizmekte ve bireyleri çizdiği bu modelde yetiştirmektedir.

Diğer taraftan medyanın dine bakışı sadece film ve dizilerde kendini göstermemektedir. Bazı televizyon kanallarındaki dini programlara konuk olarak çağırılan kimseler, özellikle çok kolay bir şekilde gülünç duruma düşürülebilir ve aşağılanabilir kişilerden seçilmektedir. Bu durum da toplumun dine bakışı noktasında olumsuz bir etki meydana getirmektedir. Aynı zamanda yapılan programlarda doğru

konuk veya doğru bilgi sahibi olan değil popülistliği yüksek konuklar üzerinden reyting artışıyla ticari menfeate dönüştürülen dini yayınlar olumsuz bir bakış açısı oluşturulabilmektedir.

Günümüzde gerek T.R.T.'de ve gerekse özel kanallarda kontrolsüz olarak yayınlanan bir yığın yabancı dizi bulunmaktadır. Bunlar bireylerin dini yaşantılarında çeşitli psiko-sosyal çatışmalara neden olmaktadır. Şöyle ki; televizyon kanallarında dışarıdan satın alınarak yayınlanan Arkası Yarın dizileri ve diğer dış kaynaklı sinema yayınlardaki din adamı karakterine baktığımızda bunların toplumsal barışın sağlanmasında önemli görevler üstlenen, insanlara her türlü konuda rehberlik yapan, bilgili, kültürlü, temiz giyimli ve güzel görünümlü insanlar olduğu görülmektedir. Bu dizileri izleyen bireyler buradaki din adamı imajını yerli filmlerdeki din adamı imajı ile karşılaştırdığında, kendi dini adına bir hayal kırıklığı yaşayabilmektedir. Bu durumu bir gazeteci şu şekilde dile getirmektedir: "Batı'daki 'toplum sorunlarını', 'insanların kişisel dramlarını' çözmeye çalışan barışçı rahibin, İslam'da bir karşılığı olamadı. Onun yerine camilerde, İslam'ın çok geri ve çağdışı yorumunu benimsemiş "İmam" profili ön plana çıktı. O yüzden Türk filmlerinde ve romanında çok az sayıda, batıdakine benzeyen 'olumlu imam' tipi görebildik. (Özkök, 2003)

Makine olarak bakıldığında tüm kameralar birer optik ve lensden oluşmakta ve birey için masum görünmektedir. Lakin; Makinanın kullanımı bireyin eline geçti andan itibaren makina masumiyet ortadan kalkmakta, kullanan bireyin ahlak, ideoloji, kültür v.b. gibi sosyal olguları devreye girmektedir. Kamera dış dünyayı gördüğü şekliyle çeker ve kaydeder. Ama içinde bulunduğu, perdeye ve cama yansıttığı hiçbir zaman gerçeği yansıtmamakta, kamerayı kullananın ideoloji, ahlak, kültürel ve dini değerleri doğrultusunda aksiyon alır. Bütün filmler, gerçekliği onu oluşturanın ideolojisi doğrultusunda yeniden üretirler. Sinema yeniden ürettiği gerçekliği adım adım topluma enjekte eder. Değiştiren, yönlendiren ve sonunda devrimi yapan sinema değil, sinemanın verdiği mesajları yöneten ekran ve perdenin arkasındaki kişiler olmakla birlikte, bu süreci yavaş yavaş ve hissettirmeden yönetirler. Bunun en net örneğini türk sinemasında görebiliriz: M. Ertuğrul'un Karım beni aldatırsa filminde görmek mümkündür (akt: Enderun, 2011, s. 71): "Filmde ilk kez mayolu Türk

kızlarını perdeye yansıtması üzerine birçok sinema seyircisi başını önüne eğmiş ‘günah, günah’ diye bağırarak tepki vermiş, film müstehcen olduğu için salonu terk edenler olmuş, fakat öte yandan sinemadan tepki göstererek ayrılan kişilerden çok daha fazlası birbirlerini iterek filmi izlemeye çalışmıştır”. Eşlerin birbirlerini aldatması, serbest kız-erkek ilişkileri, dekolte giyim kuşam o döneme kadar Türk toplumun örf adet gelenek ve görenek formlarında olmamasına rağmen süregelen zaman içinde Ertuğrul’un filminden sonra tekrar eden bir çok film tekrarıyla Türk toplumu için tabii bir kavram ve yaşam biçimi haline gelmiş, Yadırganmamakta aksine normal olarak toplum tarafından karşılanmaktadır. Önceleri sadece beyaz perde ve medyada yer bulan yaşam biçimleri zamanlar artık günümüzde sokaklarda kendini göstermektedir. Dolayısıyla Türk toplumun ahlaki ve toplumsal gelenek ve göreneklerinin kodları ile oynanmasında medya ve sinemanın rıza imalatı fonksiyonu bağlamında ciddi ve etkin bir rolü olduğu gözlemlenmektedir.

Sinema, özellikle medya üzerindeki kitle iletişim araçları ile 2000’lerin yeni etki silahı olan sosyal medya araçları; toplum üzerinde kalıcı ve kökten değiştirici değişiklikler yavaş yavaş sağlamaktadır. Bu araçlar üzerinden hedef kitlelere aktarılan din, dindarlık ve din adamı hakkındaki olumsuz enformasyonlar zaman içinde toplum üzerinde dine dair çok ciddi hasarlar oluşturmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KANAAT ÖNDERLİĞİ BAĞLAMINDA İMAMLIK ROLÜ ÜZERİNE SAHA ÇALIŞMASI

Tezin bu bölümünde öncelikle araştırmanın künyesi, konusu, kapsamı, yöntemi ve çalışma kapsamında deneklere yöneltilen bağımlı ve bağımsız değişkenleri içeren sorular ve yapılan çalışma kapsamında elde edilen bulgulara yönelik değerlendirmelere yer verilmiştir. Yapılan değerlendirmeler ve literatürden elde edilen bilgiler ışığında mevcut durum tespiti yapılmaya çalışılmış ve bu durumun çözümüne yönelik öneriler sunulmuştur.

3.1. Araştırmanın Künyesi

Araştırmanın künyesi başlığı altında araştırmanın konusu, yönteni, sayıltıları, bulguları ve çözümlenmesi başlıkları yar almaktadır.

3.2. Araştırmanın Konusu

İletişim sürecindeki kaynağın işlevini yükümlendiğini varsaydığımız imamların hedef kitle nezdinde bu işlevini ne düzeyde ifa ettiğini gözlemlemek amacıyla gerçekleştirdiğimiz bu araştırma; kaynak güvenirliği bağlamında, imamlık mesleğinin nasıl ifa edildiğine dair veri derlemeyi hedeflemektedir. İmamlık mesleği gereği biçilmiş bu rolün, imamlık görevinin ifa edilmesi aşamasında, imamların, rol model olarak ve kanaat önderi vasfı ile imamların kişiliğinde ve ilişkilerinde nasıl tebarüz ettiğini gözlemlemek, bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma ile ölçüm araçlarıyla elde edilecek verilerle imamların şahsi, mesleki ve hedef kitle üzerindeki kanaat ve düşüncelerini tespit etmek; İmamlık mesleğinin toplumsal kanaat önderi itibarına etkisini ölçümlemek, rol model olarak imamların toplum statüsünde nereye konumlandırıldıklarını ortaya koymak hedeflenmektedir. Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte

ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Karasar,1991). Araştırmanın teorik safhasında ise araştırma konusu ile ilgisi olan önceden yapılmış araştırmalara ve çalışmalara ulaşılmaya çalışılmıştır. Ulaşılabilen tüm kaynaklar, kaynak gösterilerek belirtilmiştir.

Araştırmanın yöntemi kısmını incelerken evreni, örneklemi, verilerin toplanması konularına tek tek değinmek gerekmektedir. Araştırmanın evrenini Türkiye cumhuriyeti Devleti sınırlarındaki İmamlar oluşturmaktadır. Bizim çalışma evrenimizi ise İstanbul ilindeki; Şişli, Üsküdar, Sultanbeyli, Ataşehir, Fatih ilçelerindeki görev yapan imamlar oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemi İstanbul ili Anadolu ve Avrupa yakasındaki beş ilçedeki (Şişli, Üsküdar, Sultanbeyli, Ataşehir, Fatih) toplam 100 camideki 100 imamdan oluşmaktadır. Örneklem olarak seçilen cami ve imamlar rastgele tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiştir.

Araştırmanın teorik safhasında araştırma konusu ile ilgisi olan, önceden yapılmış araştırmalara ve çalışmalara ulaşılmaya çalışılmıştır. Ulaşılabilen tüm kaynaklar, kaynak gösterilerek belirtilmiştir. Araştırmanın verilerinin toplanması için ise öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Daha sonra, konu ile ilgili araştırmalardan ve mesleki tecrübeye sahip uzman kişilerin tecrübelerinden faydalanılarak bir protest gerçekleştirilmiş, gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra ölçüm araçlarına son şekli verilmiş ve belirlenen ölçüm tekniklerine göre örneklem grubundaki deneklerle yüz yüze mülakat yöntemiyle araştırma gerçekleştirilmiştir.

Anket, toplamda seksen beş sorudan oluşmaktadır. Anket camilere tek tek gidilerek namaz vakitlerinde ise namaz sonrasında namaz vakti dışında ise lojmanında veya cami müştemilatında ziyaret edilerek sorulara cevap alınmıştır. Deneklerin az bir kısmından soruların uzunluğu ile ilgili şikayet gelmiştir. Diğer deneklerle sohbet ortamında gibi, sorulan soruya kendi yorumunda katarak şu konularla alakalı da sıkıntımız var vb. gibi önerilerde bulunularak sorulara cevap alınmıştır.

Anket, Demografik, mesleki, eğitim, gelir düzeyleri, siyasi kimlik meslek seçimleri gibi özellikleri belirlemek için hazırlanan sorularla başlamış, akabinde imamların ve imamlık mesleğinin itibarını nasıl gördükleri, kaynağın güvenirliliği bağlamında imam'ın nasıl konumlandırıldığı, kanaat önderi olarak imam'ın hedef kitle üzerindeki etkisi, imam- medya ilişkisi ve imamların medyayı kullanımının ilişkilendirilmesi, imamların mesleki tatmin ve sahiplenmelerinin mesleklerine yansımasının tespiti, imamın şahsi ve mesleki fikir ve beklentilerinin mevcut durumunu ne olduğu, imamların mesleki yetkinliklerinin ve almış olduğu eğitimlerinin mesleklerinde ve şahıslarındaki etkileri, imamın hedef kitle ile iletişimi ve toplumsal ilişkilerinin nasıl ve ne seviyede olduğunun tespitine yönelik sorular şekilde sıralanmaktadır. Seksen beş soru deneğe yöneltilirken yukarıdaki sıraya göre yöneltilmemiş sorular karma yapılarak sorulmuştur. Hazırlanan ve deneğe sunulan anket formu ekte **(EK-1)** verilmiştir.

Anket formundaki katılımcılara ilk gruptaki sorular için; medeni durumunuz, yaşınız, görev süreniz, Ailenizin ekonomik durumu, hayatınızın çoğunu nerede geçirdiniz, eğitim durumu, eğitim şekli, siyasal kimlik, doğduğunuz bölge sorularına tek cevap hakkı, imam olma nedeniniz, imam olmamın bana sağlayacağı faydalar, cemaatiniz genelde hangi konularda size danışır sorularında ise şıklardan birini seçme seçeneği ve diğer kapsamında açık uçlu soru yöntemi uygulanmış, diğer yetmiş üç soruda ise konuyla ilgili bazı ifadeler verilmiş ve bu ifadeleri "katılıyorum", "kesinlikle katılıyorum", "katılmıyorum", "kesinlikle katılmıyorum", şeklinde değerlendirmeleri istenmiştir. Anket sonuçları SPSS 15 yöntemi ile değerlendirilmiştir.

3.4.Araştırmanın Sayıltıları

İmamların kanaat önderliği bağlamında toplumda rol model olarak konumlandırılmasının değerlendirilmesi için yapılan araştırmada sekiz ayrı hipotez öne sürülmüştür.

H1: İmamlar toplum nezdinde mesleklerini saygın, kendilerini itibarlı olarak görmektedirler.

H2: İmamlar güvenilir bir iletişim kaynağı olarak konumlandırılmaktadır.

H3: İmamlar hedef kitleleri nezdinde Kanaat önderidir.

H4: İmamların medyadaki imajları değişmiştir.

H5: İmamlar mesleklerini severek yapmaktadır ve mesleki tatminleri yüksektir.

H6: İmamların aldıkları eğitimleri yeterli değildir.

H7: İmamların eğitim ve birikimleri mesleği gerektiği gibi icra etmeleri için yeterli değildir.

H8: İmamların mesleki hedef kitlesi iletişimleri yoğun ve yüz yüzedir.

3.5. Araştırmanın Çözümlenmesi

Anket çalışması, İstanbul ili Anadolu ve Avrupa yakasındaki beş ilçedeki (Şişli, Üsküdar, Sultanbeyli, Ataşehir, Fatih) toplam 100 camideki 100 imam üzerinde uygulandıktan sonra, toplanan tüm anketler kodlanarak, SPSS programına aktarılmıştır. SPSS istatistik paket programı kullanılarak frekans, yüzde değerler, çapraz tablolar kullanılarak çözümleme yapılmıştır.

3.6.Araştırmanın Bulguları

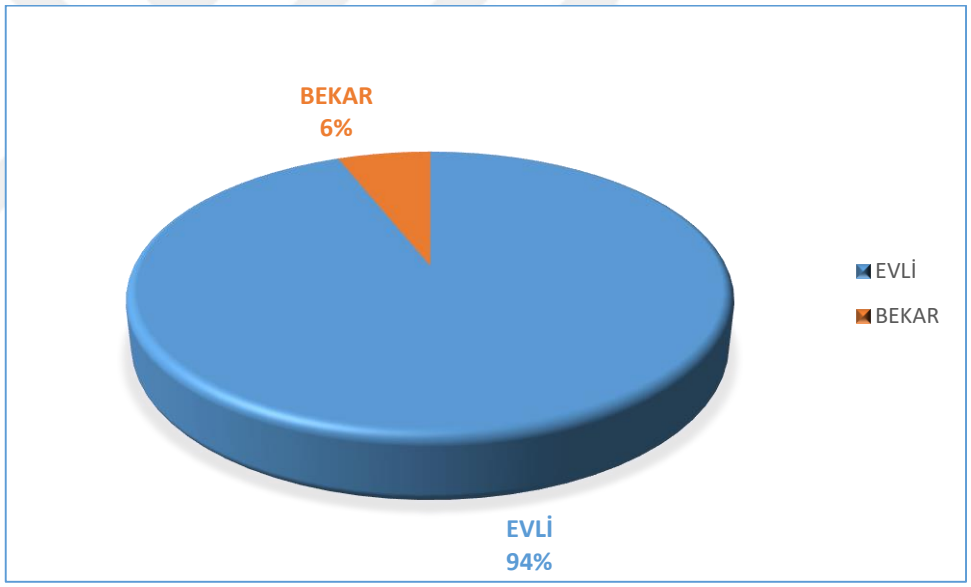
Araştırmanın bu bölümünde, İstanbul İli Anadolu ve Avrupa yakasındaki beş ilçedeki (Şişli, Üsküdar, Sultanbeyli, Ataşehir, Fatih) toplam 100 camideki 100 imam üzerindeki araştırmamızda kanaat önderliği bağlamında imamın rolü ve bu süreçte ki yetkinlik, eğitim, medya ve toplumsal ilişkiler ve bunların gerçekleşme düzeylerinin neler olduğunu ölçmek için yapılmış olan anket çalışması sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Sonuçlar SPSS-15 programı kullanılarak yorumlanmış ve üç boyutlu grafikler haline getirilerek gerekli açıklamalar yapılmıştır. Bulguların daha iyi anlaşılabilmesi için grafiklerin altında açıklamalara yer verilmiştir.

3.6.1. İmamların Kişisel Bilgilerine Ait Bulgular

Örneklem grubunu oluşturan imamların kişisel bilgileri anketin birinci bölümünde yer alan dokuz (9) adet sorudan elde edilmiştir. Anketleri yanıtlayan kişilerin profilini çıkarmak için bu bölümde ilgili verilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu sorular: Medeni durum, yaş aralığı, görev süresi, ailenin ekonomik durumu, yaşamının çoğunluğu nerede geçirdiği, eğitim durumu, eğitimin şekli, ideolojik / siyasal kimlik, doğum yeri bölgesi, sorularından oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan imamların medeni durumlarına ilişkin dağılım Grafik 1'de gösterilmiştir.

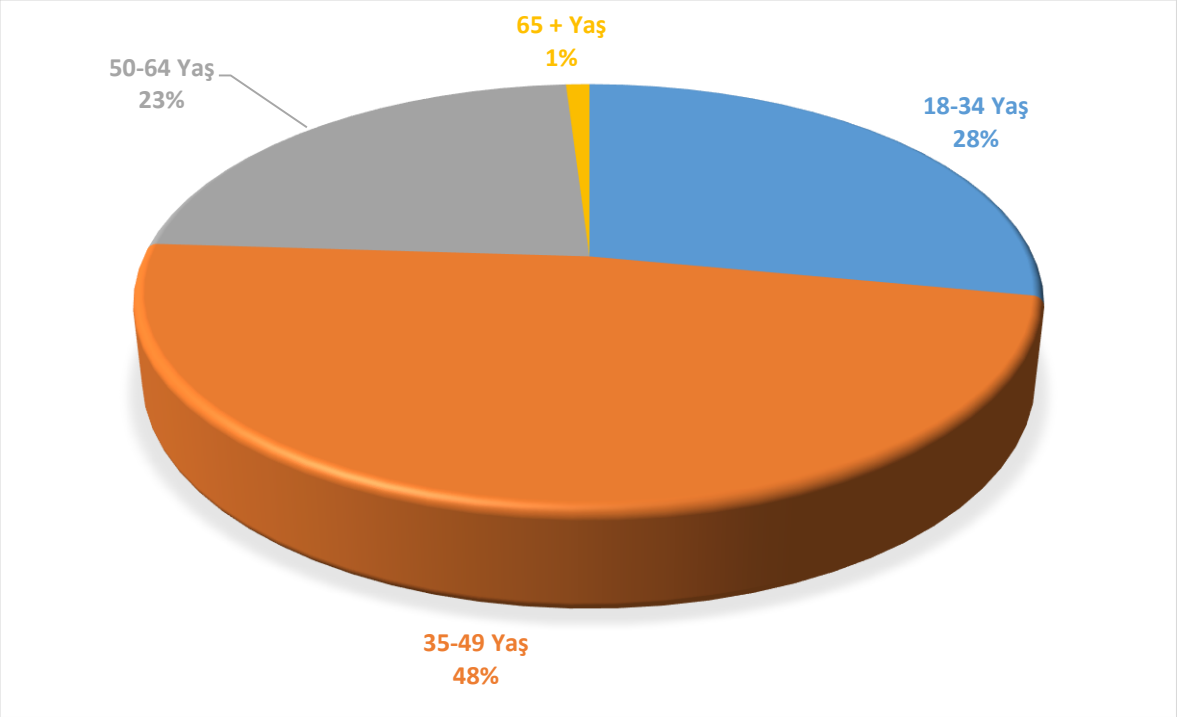
Grafik 1: İmamların Medeni Durumlarına Ait Bulgular



Grafik 1 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; %94'ü evli, % 6'sı bekar imamlardan oluşmaktadır. Anket uygulanan hedef kitle içinde boşanmış deneğe rastlanmamıştır.

Araştırmaya katılan imamların yaşlarına göre dağılım ilişkisi Grafik 2'de gösterilmiştir.

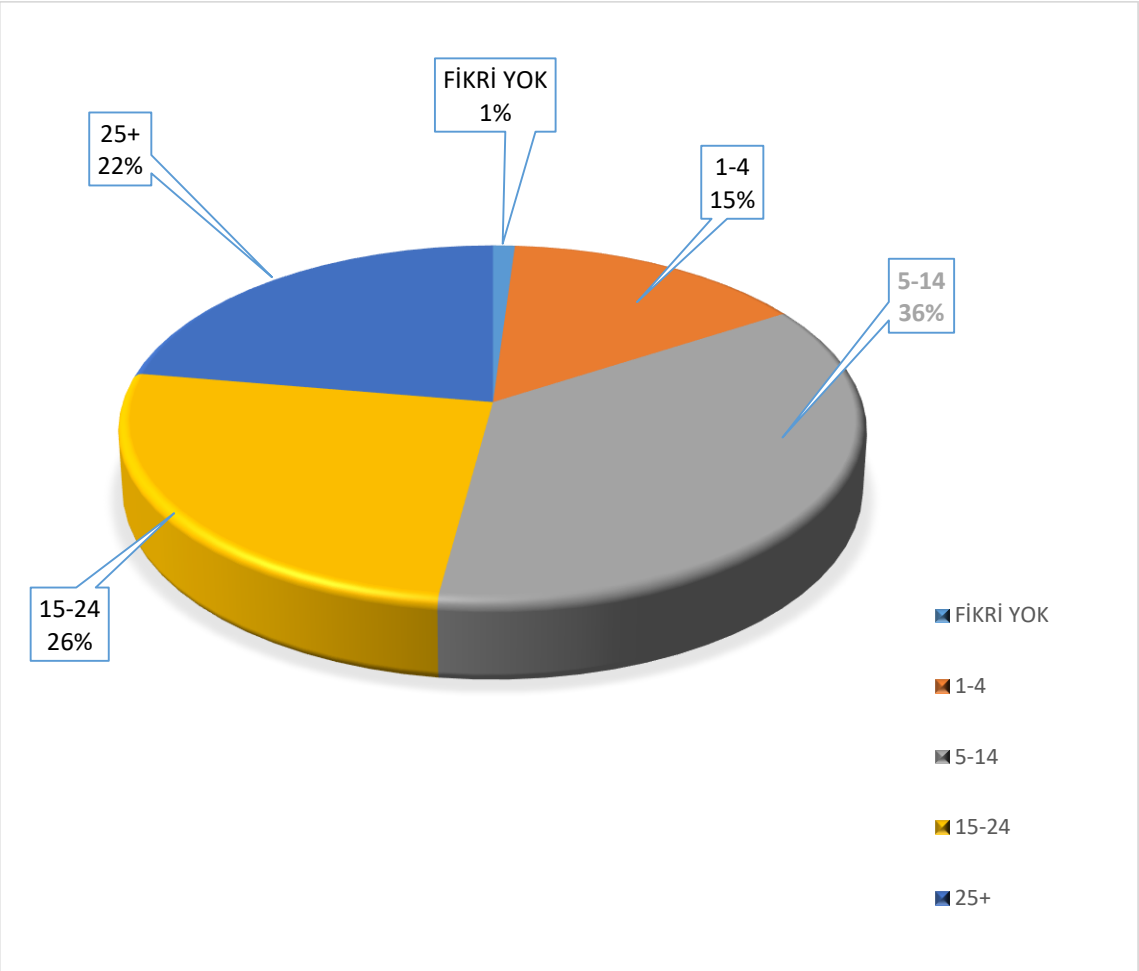
Grafik 2: İmamların Yaşlarına Ait Bulgular



Grafik 2 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 48'i 35 – 49 yaş aralığında, % 28'i 18- 34 yaş aralığında, % 23'ü 50 – 64 yaş aralığında, % 1'ise 65 yaş ve üzerindedir. Ankete katılan imamların daha çok 35 - 49 yaş grubunda olduğu tespit edilmektedir. Bizim anket çalışmamıza göre şu an görevdeki imamların kendi içinde baktığımızda çoğunluğunun orta yaş da olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan imamların görev süresine ilişkin dağılım Grafik 3'de gösterilmiştir.

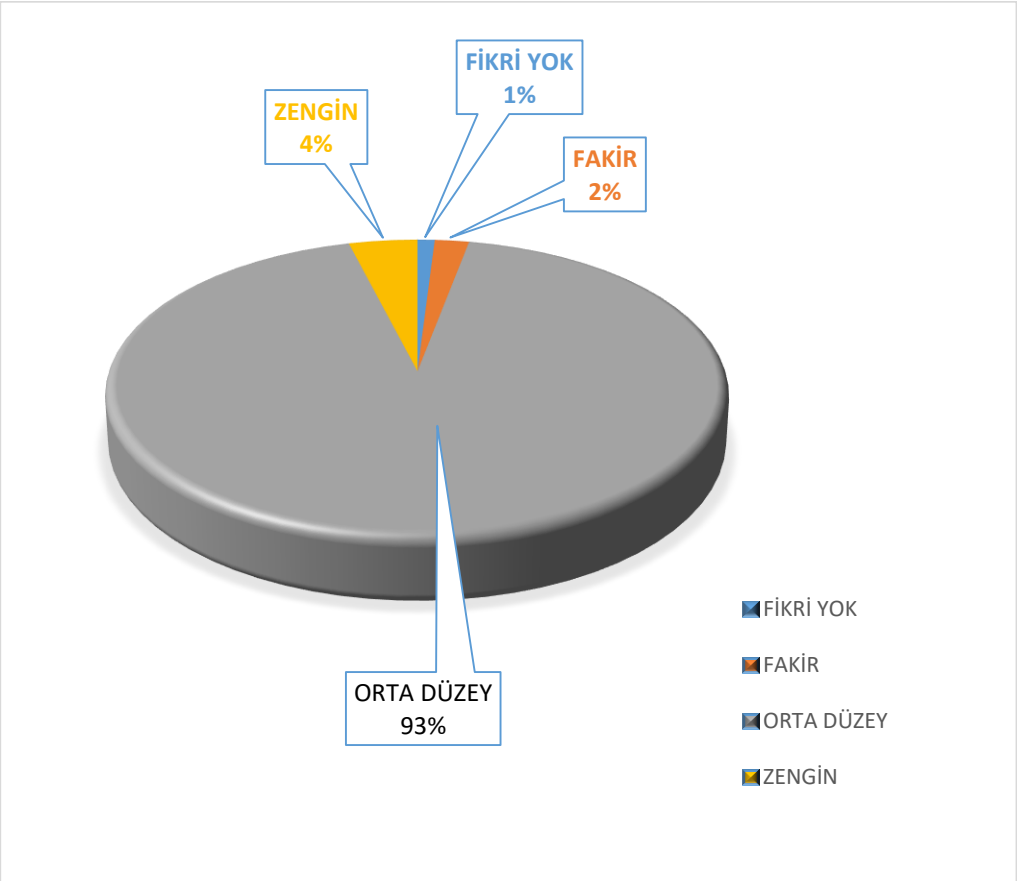
Grafik 3: İmamların Görev Sürelerine Ait Bulgular



Grafik 3 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 36'sı 5 – 14 yıl, % 26' sı 15 – 24 yıl, % 22'si 25 yıl ve üzeri, % 15'i 1 – 4 yıl, görev yapmaktadır. % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. Anket sonuçlarına baktığımızda imamların çoğunun görev sürelerinin başında oldukları tespitine varılmaktadır.

Araştırmaya katılan imamların ailelerinin ekonomik durumuna ilişkin dağılım grafik 4'de gösterilmiştir.

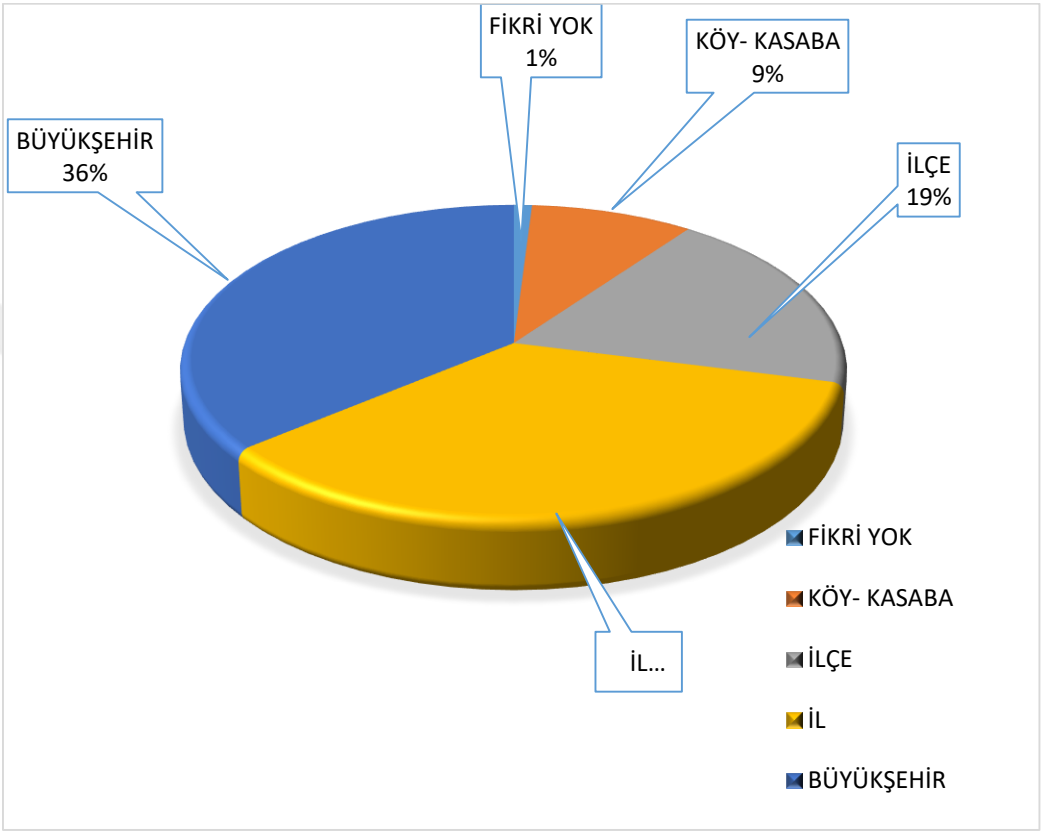
Grafik 4: İmamların Ailelerinin Ekonomik Durumlarına Ait Bulgular



Grafik 4 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 93'ü orta düzey gelirli aileden, % 4'ü zengin gelirli aileden, %2'si fakir gelirine sahip aileden geldiklerini belirtmişlerdir. % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. Anket sonuçlarına göre, imamlık mesleğini seçen imam olarak hayatına devam eden bireylerin azami çoğunluğunun orta düzey ekonomik gelir durumuna sahip ailelerden olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan imamların yaşamlarının çoğunluğunu nerede geçirdiklerine durumuna ilişkin dağılım grafik 5'de gösterilmiştir.

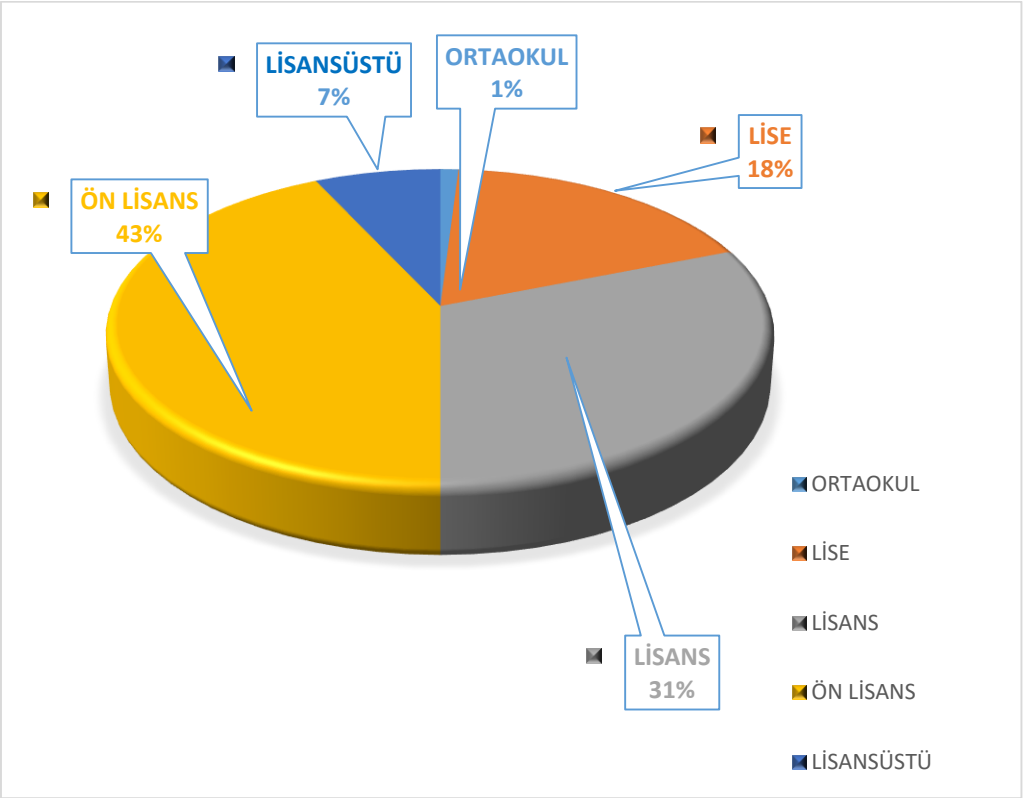
Grafik 5: İmamların Yaşamlarını Nerede Geçirdiklerine Ait Bulgular



Grafik 5 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 36'sı büyükşehirlerde, % 35'i illerde, % 19'u ilçelerde % 9'u köy-kasabalarda hayatının çoğunluğunu geçirmiştir. % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. Anket sonuçlarına göre, imamlık mesleğini seçen imamların ekseri çoğunluğu il ve büyükşehirlerde hayatını idame ettirmiş ve idame ettirmeye devam etmektedir.

Araştırmaya katılan imamların eğitim durumlarının tespitine ilişkin dağılım grafik 6'da gösterilmiştir.

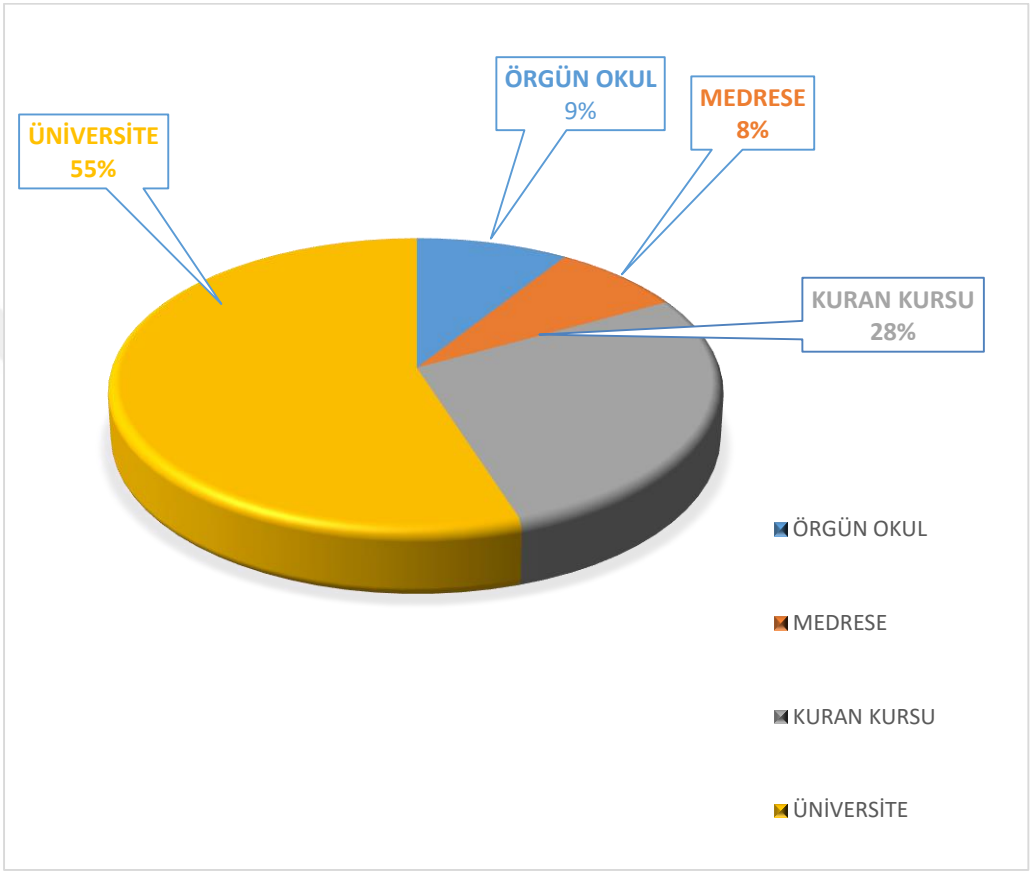
Grafik 6: İmamların Eğitim Durumlarına Ait Bulgular



Grafik 6 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 43'ü önlisans, % 31'i lisans, % 18'i lise, % 7'si lisansüstü, % 1'i ise ortaokul mezunu olduğu tespit edilmiştir. Denek İmamların büyük çoğunluğunun 2 yıllık ilahiyat önlisans açıköğretim mezunu oldukları kanaatimizce ortaya çıkmaktadır.

Araştırmaya katılan imamların almış oldukları eğitim şeklinin tespitine ilişkin dağılım grafik 7'de gösterilmiştir

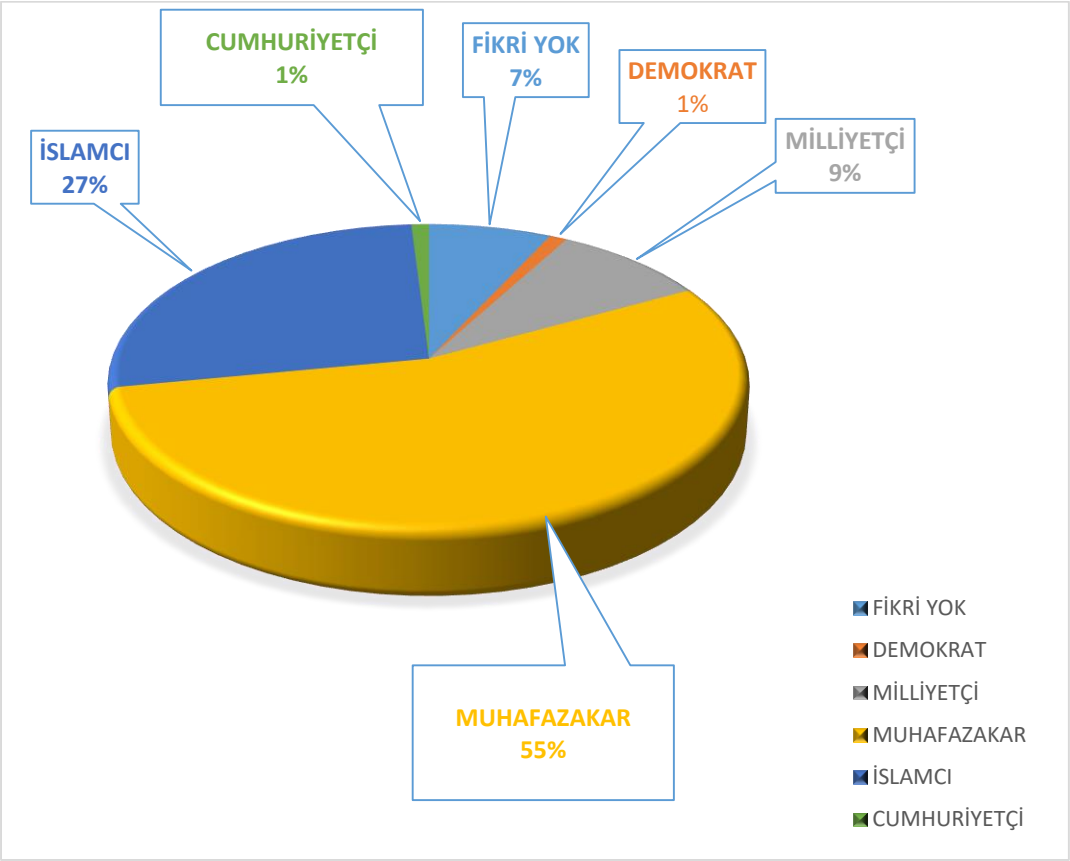
Grafik 7: İmamların Eğitim Şeklinin Tespitine Ait Bulgular



Grafik 7 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 55'i üniversite, % 22'si Kuran kursu, % 8'i medrese, % 7'si örgün okul yöntem ile eğitimlerini tamamlamışlar. Ankete katılan imamların, yaklaşık % 35'i medrese ve kuran kursunda geleneksel ilim ve metodlarla hazırlanıp imamlığa başladıkları tespit edilmektedir.

Araştırmaya katılan imamların ideolojik kimliklerinin tespitine ilişkin dağılım grafik 8'de gösterilmiştir.

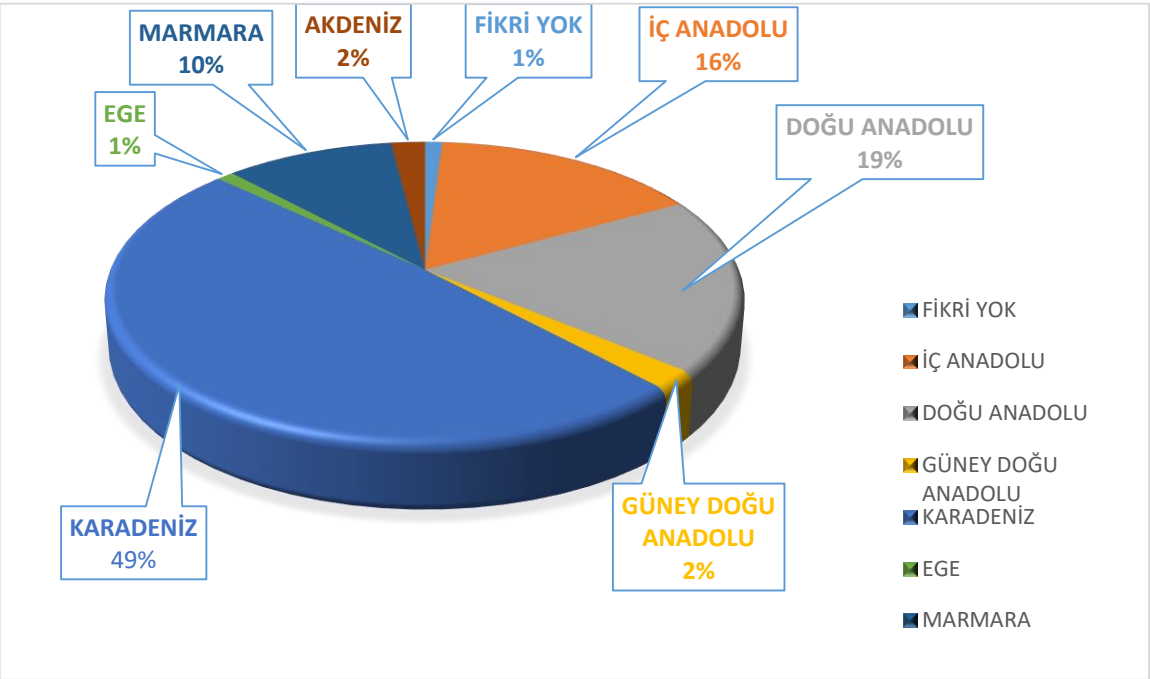
Grafik 8: İmamların İdeolojik Kimliklerine Ait Bulgular



Grafik 8 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 55'i muhafazakar, % 27'si İslamcı, % 9'u milliyetçi, % 1'i cumhuriyetçi, % 1'i demokrat olarak siyasi ve ideolojik kimliklerini tanımlamaktadırlar. % 7'si ise fikrim yok diyerek siyasi kanaatlerini belirtmemişlerdir.

Araştırmaya katılan imamların bölgesel bazda doğum yerlerinin tespitine ilişkin dağılım grafik 9'de gösterilmiştir.

Grafik 9: İmamların Bölgesel Doğum Yerlerine Ait Bulgular

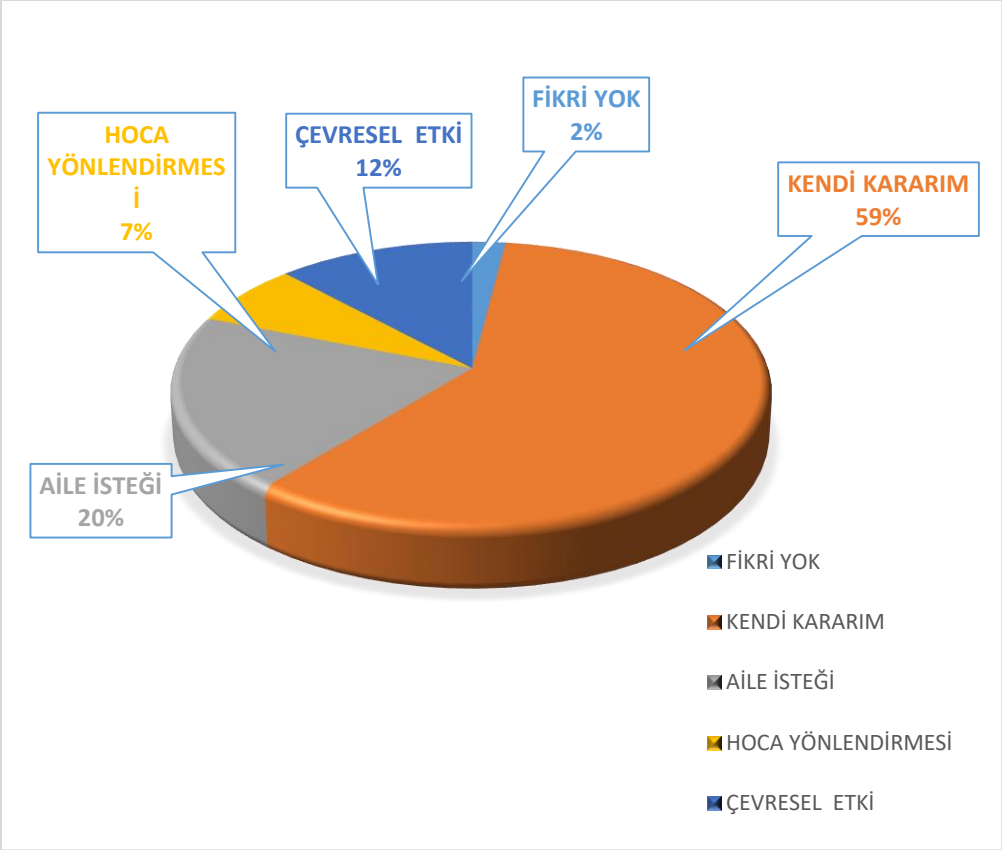


Grafik 9 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 49'u Karadeniz de, % 25'i Güney Doğu Anadolu da, % 19'u Doğu Anadolu da, % 16'sı İç Anadolu da, % 10'u Marmara da, % 2'si Akdeniz de, % 1'i Ege de doğmuş ve kökenleri itibari dağılımlarına baktığımızda en az imamın Ege, Akdeniz ve Marmara batı ve güney kısmından çıktığı tespit edilmiştir. %1'i se fikrini belirtmemiştir.

Araştırmaya Katılan İmamların İmam Olma Nedenlerine Ait Kişisel Bulgular

Araştırmaya katılan imamların; imam olma nedenlerinin tespitine ilişkin dağılım grafik 10'da gösterilmiştir.

Grafik 10: İmamların İmam Olma Nedenlerine Ait Bulgular

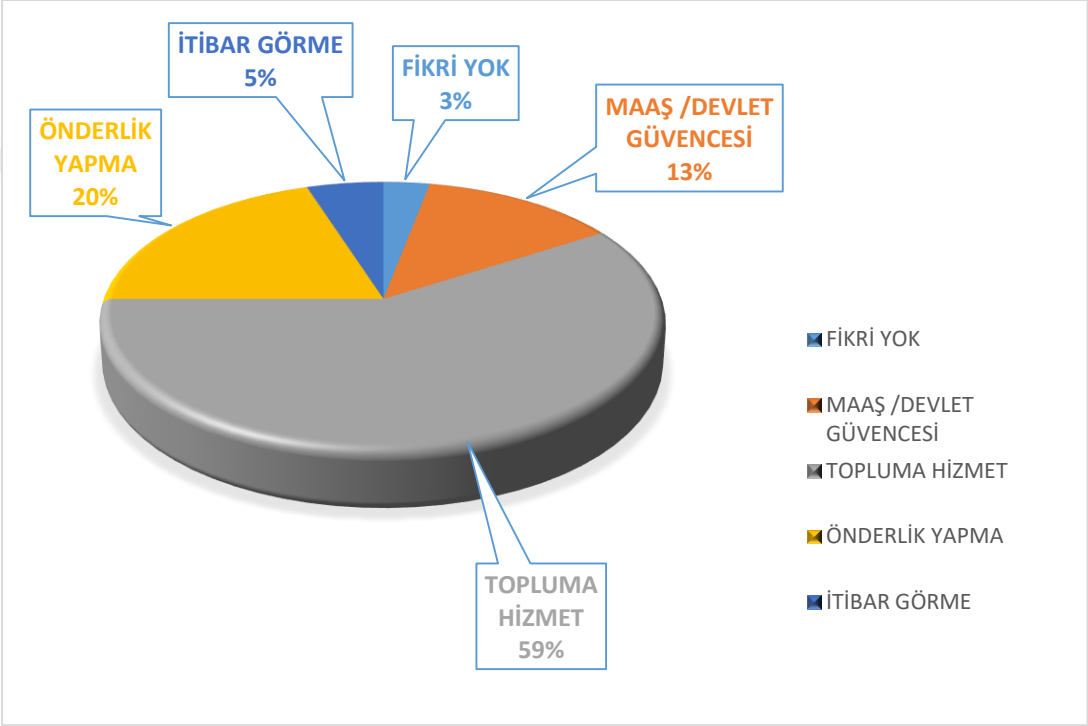


Grafik 10 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 59'nun Kendi kararı ile imamlığı seçtiği, % 20'si ailesinin isteği doğrultusunda imam olduğu, % 12'nin çevresel etkilerin imam olmada etkili olduğu, % 7'si ise hocasının yönlendirmesi ile imam olduğu tespit edilmiştir. % 2'si ise fikir belirtmemiştir. Tablodan anlaşıldığı üzere imamların çoğunluğu kendi istek ve kararları doğrultusunda mesleği seçtikleri anlaşılmaktadır.

Araştırmaya Katılan İmamların Kendilerine Sağladığı Faydalarına Ait Kişisel Bulgular

Araştırmaya katılan imamların; imam olmalarının kendilerine sağlayacağı faydaların tespitine ilişkin dağılım grafik 11'de gösterilmiştir.

Grafik 11: İmam Olmanın Sağlayacağı Faydalara Ait Bulgular

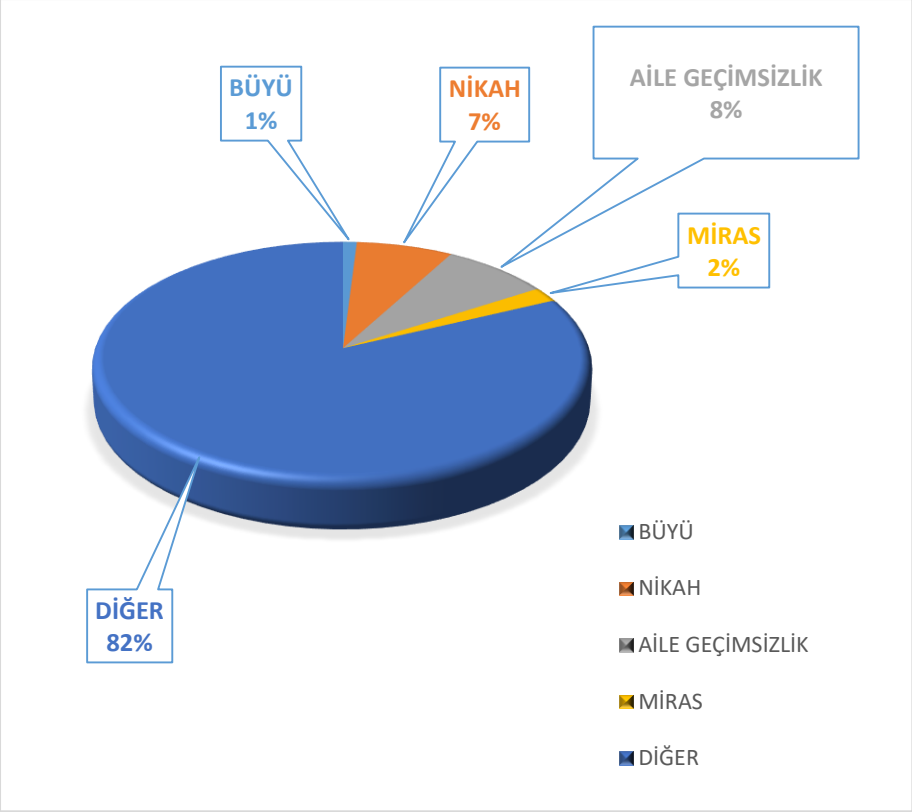


Grafik 11 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamların; % 59'u topluma hizmet etmeyi kendileri için bir fayda olarak görmekte, % 20'si imam olarak önderlik yapma statüsünü kazanacağını fayda olarak belirtmekte, % 12'si ise devlet ve maaş güvencesine sahip olmamın imam olarak kendi hayatında fayda sağladığını düşünmekte, % 5'si ise imam olarak toplumda itibar sahibi olmayı kendinde fayda olarak belirtmekte, % 3'de fikir belirtmemiştir. Tablodan anlaşıldığı üzere araştırmaya katılan imamların çoğunluğu imam olarak görev yapmanın imam mesleği ile hayatını idame ettirmeyi kendi hayatlarında topluma hizmet etme manevi tatmin ile kendilerine şiar edindikleri tespit edilmiştir.

Araştırmaya Katılan İmamların Hedef Kitlelerinin (Cemaatlerinin) Ağırlıklı olarak Hangi Konularda Danıştıklarına Ait Bulgular

Araştırmaya katılan imamların; hedef kitlelerinin özelikle cemaatlerinin ağırlıklı olarak hani konuda onlara danıştıklarının tespitine ilişkin dağılım grafik 12'de gösterilmiştir.

Grafik 12: Hedef Kitlenin Danıştıkları Konulara Ait Bulgular



Grafik 12 incelendiğinde; araştırmaya katılan imamlara hedef kitlelerinin % 8'i aile içi geçimsizlik ile alakalı, % 7'si nikah konuları ile ilgili, % 2'si miras meseleleriyle alakalı, % 1'ise büyü konularında dorular sormaktadır. Yapılan araştırmada imamlar bu konuların dışında özellikle fıkhi fetvalar ağırlıklı güncel İslami ve toplumsal bir çok farklı konuda cemaatlerinin kendilerine gelip danıştıklarını ve bu oranın ankette de % 82'i olduğunu görmekteyiz.

3.6.2. İmamların Tutum Ölçeklerine Ait Bulgular

Ölçümleme aracı toplam 85 sorudan oluşmaktadır. 12 soru kategorik ölçek olarak kullanılmış ve imamların sosyo-demografik, ekonomik özellikleri ile onlara ilişkin diğer kişisel bilgilerin elde edilmesine yönelik kullanılmıştır. Diğer 73 soru ölçeğil ile deneklerin tutumları gözlemlenmeye çalışılmıştır.

Tutum ölçeklerine ilişkin 73 soru 8 grup halinde kategorize edilerek incelenmiş ve raporlaştırılmıştır. Bu kategoriler şunlardır.

- **İmamların ve İmamlık Mesleğinin İtibarının Konumlandırılması**
- **Kaynağın Güvenirliliği Bağlamında İmam'ın Konumlandırılması**
- **Kanaat Önderi Olarak İmam'ın Konumlandırılması**
- **İmam Medya İlişkisinin Konumlandırılması**
- **İmamların Mesleki Tatmin ve Sahiplenmelerinin Konumlandırılması**
- **İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerinin Konumlandırılması**
- **İmamların Mesleki Yetkinliklerinin ve Almış Olduğu Eğitimlerinin Konumlandırılması**
- **İmamın Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkilerinin Konumlandırılması**

8 kategoriye ilişkin bulgular grafikler ve değişkenler arası ilişkileri gösteren crostable'lar ve onlara ilişkin değerlendirmeler birlikte aşağıda sunulmaktadır.

4.6.2.1.İmamların ve İmamlık Mesleğinin İtibarının Konumlandırılması

Bu başlık altında altı adet soru kullanılmıştır. Bu sorulara ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 1'de bulunmaktadır:

Tablo 1: İmamların ve İmamlık Mesleğinin İtibarının konumlandırılmasına Ait Sorular ve Sonuçlar

	Sorular	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikri Yok
13	İmamlık Benim ve Ailem İçin Bir Gurur Kaynağıdır.	30	67	2	-	1
14	Mesleğim Toplumdaki Saygın Mesleklerdendir.	33	63	4	-	-
29	Mesleğim Sayesinde İleride Daha Çok Sevilen Ve İtibarı Olan Bir Kişi Olacağıma İnanıyorum.	55	21	20	1	3
68	İmam Toplumun Tüm Katmanlarında Eşit Şekilde İtibar Görür.	23	12	47	15	3
83	Yapmış Olduğum Vaaz Ve Derslere Aileler Çocukları İle Beraber Katılır.	38	4	49	6	3
85	Cemaatim Benimle Sohbet Ederken Konuşma Hal, Hareket ve Tavırlarına Dikkat Eder.	67	23	5	4	1

4 ölçüm aracı ile elde edilen verilere topluca bakıldığında % 67 ile kesinlikle katılımın en yoğun olduğu bulgu: "imamlık benim ve ailem için bir gurur kaynağıdır" yargısı ile dile getirilen kanaattir. Mesleğin saygınlığı ile ilgili yargı ikinci sırada yer almaktadır. Vaazlara ailelerin çocuklarıyla katılımı ve imamlık mesleğinin her kesim nezdinde itibar görmemesi katılımın nispeten düşük olduğu yargılardır. Buna göre, ailelerin imamla ilişkilerde çocuklarıyla birlikte hareket etmeye düşük oranda eğilim duyuyor olması önemli bir veridir. Bu konu ayrı bir inceleme konusu olmayı hak

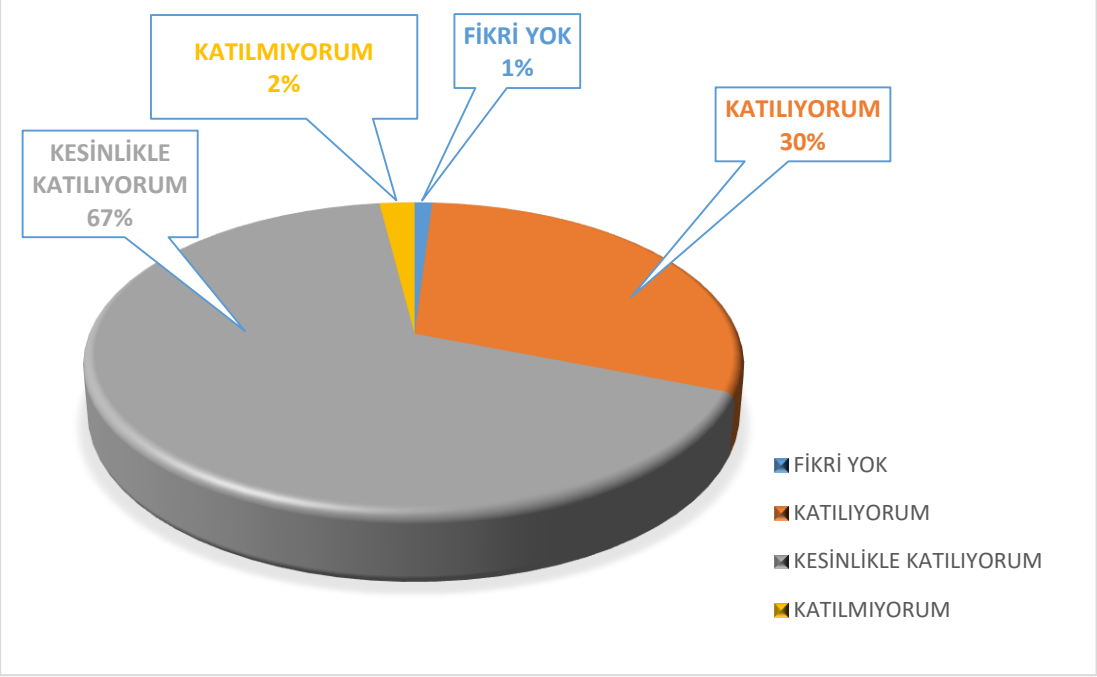
etmektedir. Ayrıca bazı kesimlerin imamlara çok da olumlu bir gözle bakmadıklarına dair imamlarda baskın olan bu kanaat önemli bir diğer araştırma bulgusudur. Demek ki imamların algılarını olumsuz etkileyen bazı deneyimler söz konusudur.

Bununla birlikte çok açık bir biçimde gözlemlenmiştir ki, her imam mesleği ile ilgili gurur duymaktadır. Mesleğine bu anlamda duygusal bir bağlılık göstermekte, iş tatmini açısından mesleğini oldukça tatminkar bulmaktadır.

Araştırmaya Katılan İmamların, İmamlık Mesleğinin İtibarının Konumlandırılması Tespitine Ait Bulguların Grafik ve Yorumları

Soru: İmamlık Benim ve Ailem İçin Bir Gurur Kaynağıdır. (S.13)

Grafik 13: İmamlık Gurur Kaynağımızdır İfadesine Ait Bulgular

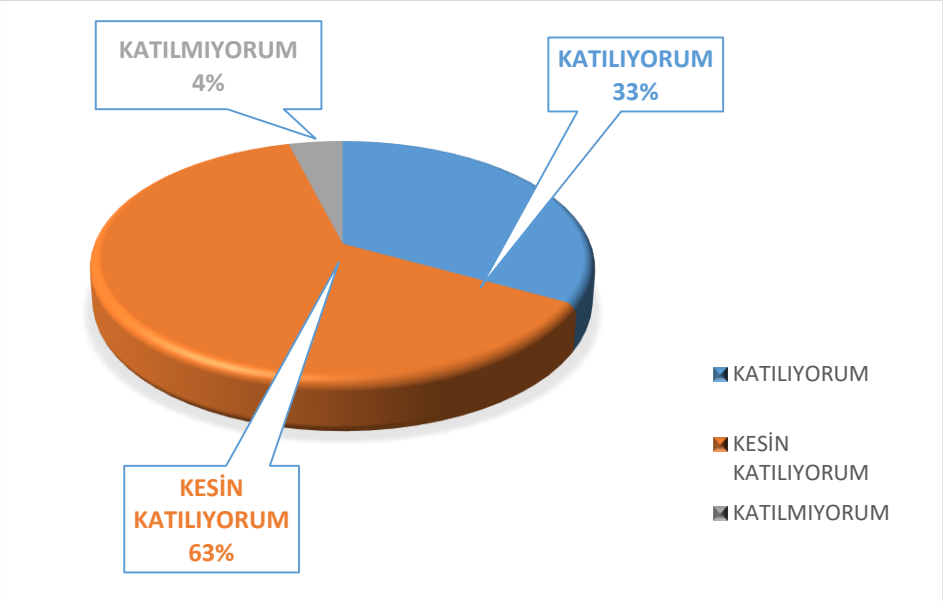


İmamlık benim ve ailem için bir gurur kaynağıdır ifadesinin yer aldığı 13. soruya ankete katılan imamların % 30'u katılmakta, % 67'si kesinlikle katılmakta, % 2'si katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemekte. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum", en az işaretlenen seçenek ise fikir belirtenler içinde, "katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; mesleki bağlılıkların yüksek olduğu ve asgari çoğunluğunun mesleklerini severek yaptıkları ve benimsedikleri sonucuna varmaktayız.

Soru: Mesleğim Toplumdaki Saygın Mesleklerdendir. (S. 14)

Grafik 14: İmamlık Saygın Meslektir İfadesine Ait Bulgular



Mesleğim toplumdaki saygın mesleklerdendir ifadesinin yer aldığı 14. soruya ankete katılan imamların % 63'ü kesinlikle katılmakta, % 33'ü katılmakta, % 4'ü ise katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum", hiç işaretlenmeyen seçenek ise "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir,

Araştırmaya katılan imamların; mesleklerini saygın ve itibarlı meslek olarak nitelendirmekte, bu şekilde benimsemekte 13. Sorudaki imamlık benim ve ailem için gurur kaynağıdır ifadesi ile paralel bir sonuç ortaya koymaktadır.

İmamlık Mesleğinin İtibarı ile Saygınlığı Bağımlı Değişkeni ile Kişisel Özelliklere ilişkin Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 2: Mesleki Tatmin Değişkenleri İle Bazı Bağımsız değişkenlerin İlişkisi

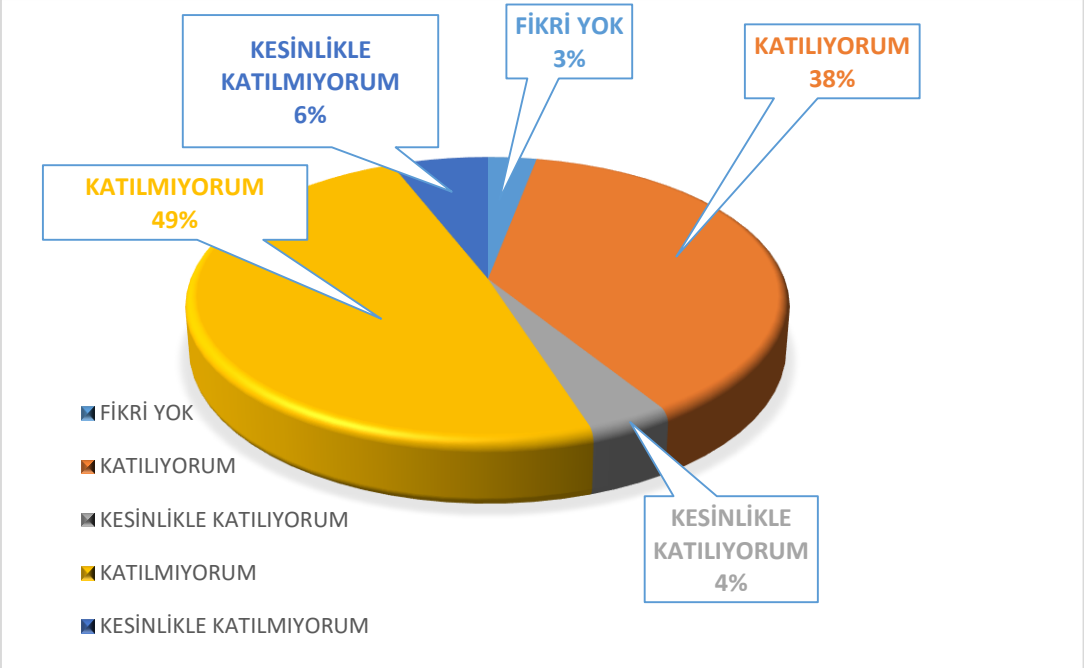
	İmamlık Gurur Kaynağım					**Mesleğim Saygındır**			
EĞİTİM	***Katılır***		***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	1		0	0	0	1	13	0	0
Lise	7		10	1	0	4	20	1	0
Lisans	8		22	0	0	10	27	1	0
Önlisans	11		32	0	0	15	3	1	0
Lisansüstü	3		3	1	0	3	0	1	0
EĞİTİM ŞEKLİ									
Okul	2		5	1	0	2	6	1	0
Medrese	4		4	0	0	3	5	0	0
Kuran Kursu	8		20	0	0	8	19	1	0
Üniversite	16		38	1	0	20	33	2	0
FAYDA									
Maaş/İş güven	5		7	1	0	5	7	1	0
Öğretmek	22		36	0	0	21	36	2	0
Önderlik	2		17	1	0	7	12	1	0
İtibar görme	1		4	0	0	0	5	0	0

İmamlık mesleği ile iş tatmini arasında çok açık bir biçimde görülmektedir ki, doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe iş tatmini artmaktadır. Mesleği ile en çok gurur duyan 22 kişi lisans 32 kişi ön lisans mezunudur. Ancak mesleğin itibarı ile ilgili yargı söz konusu olduğunda bu eğilim azalmaktadır. Aynı eğilim eğitim şekli için de söz konusudur. Kuran kursu ve üniversite mezunları mesleklerine gurur duyma ve saygın bulma yargılarına en yüksek düzeyde katılan kategorilerdir. Ayrıca kanaat önderliği bağlamında da kanaatler oldukça berraktır bilgi vermek ve öğretmek amacıyla imam olanların meslekleriyle gurur duyma ve mesleklerini saygın bulma düzeyleri en yüksek düzeyi bulmaktadır.

Buna göre eğitim ve bilgi birikimi ile imamlık mesleğine ilişkin iş tatmini arasında çok açık bir biçimde doğrusal ilişki gözlenmektedir. Demek ki, imamlık mesleğinde iş tatminini arttırmanın ve mesleği daha itibarlı ve saygın hale getirmenin en kestirme ve etkin yolu imamların eğitim düzeyini arttırmak ve onları, bilgi birikimi ve mesleki yeterlilik açısından sürekli eğitmek olmalıdır. Bu eğitim ve donanım aynı zamanda onların mesleklerini, toplumsal bağlamda kanaat önderi olarak daha etkin ve verimli bir biçimde ifa etmelerine vesile olacaktır.

Soru: Yapmış Olduğum Vaaz ve Derslere Aileler Çocukları İle Beraber Katılır. (s.83)

Grafik 15: Cami Faaliyetlerine Aileler Çocukları ile Katılır İfadesine Ait Bulgular



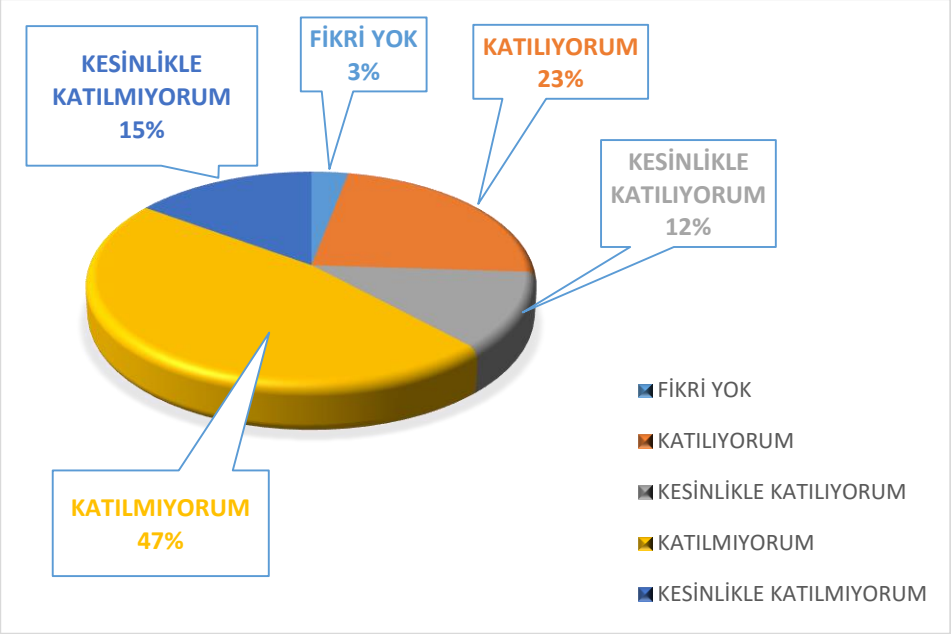
Yapmış olduğum vaaz ve derslere aileler çocukları ile beraber katılır ifadesinin yer aldığı 83. soruya ankete katılan imamların % 38'i katılmakta, % 4'si kesinlikle katılmakta, % 49'u katılmamakta, % 6'sı ise kesinlikle katılmamakta, %

3’ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek “katılmıyorum”, en az işaretlenen seçenek “kesinlikle katılıyorum”, seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; camide yapmış oldukları mesleki ve dini faaliyetlere örneğin; vaaz, fıkıh dersleri, kuranı kerim dersleri v.b. gibi temel görevlerin dışındaki ekstra yapılan programlara sadece babaların katıldığı çocukların gençlerin getirmediği veya katılımın olmadığı görüşü, yarısından fazla imamda görülmektedir. Bununla birlikte yarından az bir kısmı da yapmış oldukları programlara babaların çocuklarını getirdiklerini, gençlerin camiye katılımının olduğunu belirten de ciddi bir kısım olduğu tespit edilmiştir.

Soru: İmam Toplumun Tüm Katmanlarında Eşit Şekilde İtibar Görür. (S.68)

Grafik 16: İmam Toplumun Tüm Kesimlerinden İtibar Görür İfadesine Ait Bulgular



İmam toplumun tüm katmanlarında eşit şekilde itibar görür ifadesinin yer aldığı 68. soruya ankete katılan imamların % 23'ü katılmakta, % 12'si kesinlikle katılmakta, % 47'si katılmamakta, % 15'i ise kesinlikle katılmamakta, % 3'ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; mesleklerin ve temsil ettikleri makamların toplumun tüm kesim katmanlarında eşit olarak itibar görür fikrine neredeyse yarı yarıya katılma ve katılmama fikrine sahip oldukları tespit edilmiştir. Yarısından fazlası, toplumun tüm katmanlarında eşit olarak itibar görmediği fikrini belirtmişlerdir. Kanaatimizce imamların görev yapmış oldukları ilçeler bazında fikir ayrılıkları ve gözlem farklılıkları ortaya çıkmaktadır. Bu sonuçta imamın toplumun tüm kesimlerinde aynı algı ve imaja sahip olmadıklarını ortaya koymaktadır.

İmamlık Mesleğinin İtibar ve Etki Bağımlı Değişkeni ile Kişisel Özelliklere ilişkin Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 3: Mesleki İtibar ve Etki Değişkenleriyle Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkisi

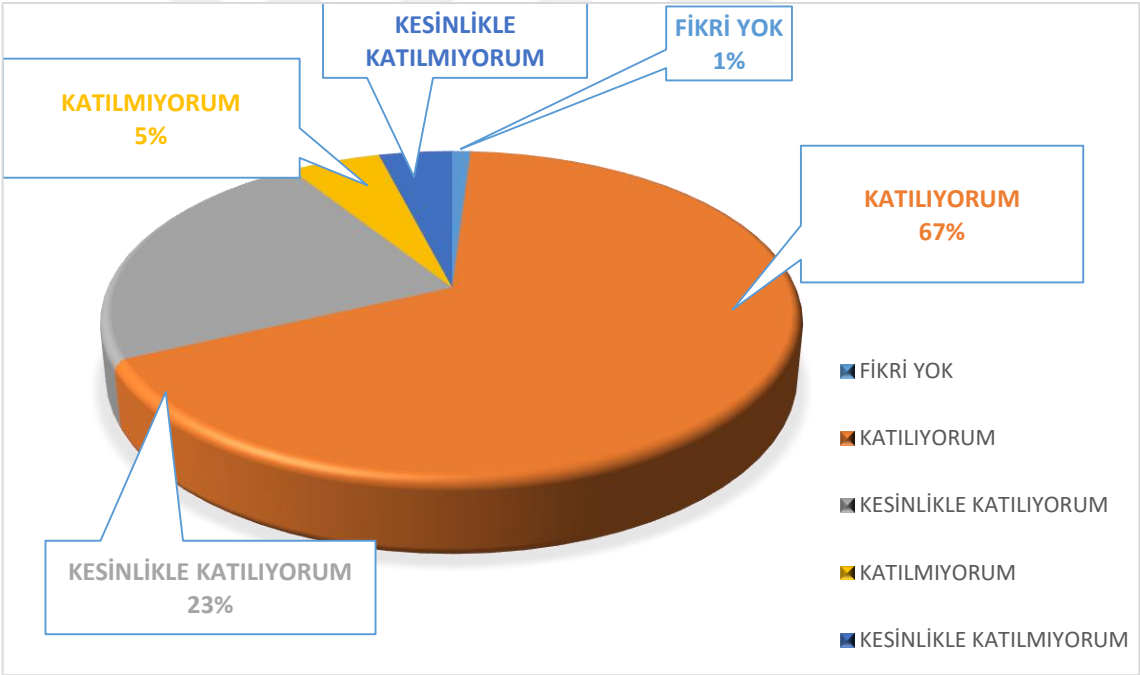
	Vaazlara çocuklarıyla katılır				Tüm kesimler itibar gösterir			
YAŞAMI	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Köy-kasaba	4	0	5	0	2	3	4	0
İlçe	6	1	10	1	5	2	9	2
İl	14	0	18	3	11	2	16	5
Büyükşehir	14	3	15	2	5	5	17	8
İDEOLOJİSİ								
Demokrat	0	0	1	0	0	0	1	0
Liberal								
Milliyetçi	3	2	3	1	3	0	3	2
Muhafazakar	21	1	30	3	14	9	24	7
İslamcı	11	1	10	2	4	3	15	5
Cumhuriyetçi	0	0	1	0	0	0	1	
Laik								
DOĞUM YERİ								
İç Anadolu	4	2	8	2	5	1	7	2
Doğu Anadolu	8	0	10	1	5	0	10	3
G.Doğu Anadolu	0	0	2	0	0	0	1	1
Karadeniz	21	2	21	3	11	8	22	8
Ege	1	0	0	0	0	0	1	0
Marmara	2	0	0	0	1	3	4	1
Akdeniz	2	0	0	0	1	0	1	0

İmamlık mesleği ile iş tatmini arasında çok açık bir biçimde görülmektedir ki, doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe iş tatmini artmaktadır. Mesleği ile en çok gurur duyan 22 kişi lisans 32 kişi ön lisans mezunudur. Ancak mesleğin itibarı ile ilgili yargı söz konusu olduğunda bu eğilim azalmaktadır. Aynı eğilim eğitim şekli için de söz konusudur. Kuran kursu ve üniversite mezunları mesleklerine gurur duyma ve saygın bulma yargılarına en yüksek düzeyde katılan kategorilerdir. Ayrıca kanaat önderliği bağlamında da kanaatler oldukça berraktır bilgi vermek ve öğretmek amacıyla imam olanların meslekleriyle gurur duyma ve mesleklerini saygın bulma dereceleri en yüksek düzeyi bulmaktadır.

Buna göre eğitim ve bilgi birikimi ile imamlık mesleğine ilişkin iş tatmini arasında çok açık bir biçimde doğrusal ilişki gözlenmektedir. Demek ki, imamlık mesleğinde iş tatminini arttırmanın ve mesleği daha itibarlı ve saygın hale getirmenin en kestirme ve etkin yolu imamların eğitim düzeyini arttırmak ve onları, bilgi birikimi ve mesleki yeterlilik açısından sürekli eğitmek olmalıdır. Bu eğitim ve donanım aynı zamanda onların mesleklerini, toplumsal bağlamda kanaat önderi olarak daha etkin ve verimli bir biçimde ifa etmelerine vesile olacaktır.

Soru: Cemaatim Benimle Sohbet Ederken Konuşma Hal, Hareket ve Tavırlarına Dikkat Eder.

Grafik 17: Cemaatim Benimle İletişim Halindeyken Dikkatli Davranır İfadesine Ait Bulgular

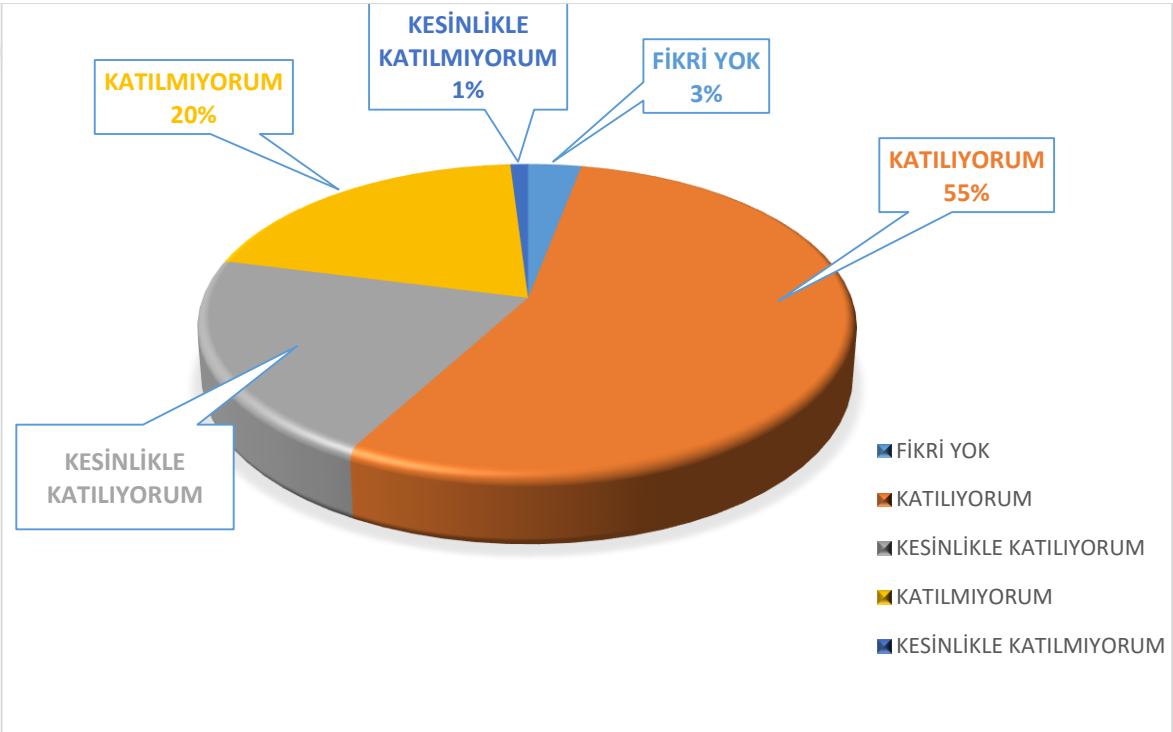


Cemaatim benimle sohbet ederken konuşma hal, hareket ve tavırlarına dikkat eder ifadesinin yer aldığı 85. soruya ankete katılan imamların % 67'si katılmakta, % 23'ü kesinlikle katılmakta, % 5'i katılmamakta, % 4'ü ise kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; cemaatle olan ilişkisi saygı sevgi ve belli bir uslüp çerçevesinde geliştiğine dair yüksek oranda fikir birliği olduğu tespit edilmiştir. Cami cemaatlerinin nezdinde imamların saygıya şayan bir statüde durduğu yorumuna varabiliriz.

Soru: Mesleğim Sayesinde İleride Daha Çok Sevilen ve İtibarı Olan Bir Kişi Olacağıma İnanıyorum. (S.29)

Grafik 18: İmamlık Mesleği Daha da İtibarlı Yapacaktır İfadesine Ait Bulgular



Mesleğim sayesinde ileride daha çok sevilen ve itibarı olan bir kişi olacağıma inanıyorum ifadesinin yer aldığı 29. soruya ankete katılan imamların % 55'i katılmakta, % 21'i kesinlikle katılmakta, % 20'si katılmamakta, % 1'i ise kesinlikle katılmamakta, % 3'ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu mesleklerinin bugünde ilerde de itibarında ve saygınlığında problem olmayacağını düşünmekte, mesleklerindeki saygınlığın kendilerini de saygın yaptığına inanmaktadırlar.

3.6.2.2.Kaynağın Güvenirliliği Bağlamında İmam'ın Konumlandırılması

İmamların Tutum ölçeklerine ilişkin 73 soru 8 grup halinde kategorize edilerek incelenmiş olan çalışmamızın 2. grubu olan Kaynağın güvenirliliği bağlamında İmam'ın konumlandırılmasına ilişkin bulgular grafikler ve değişkenler arası ilişkileri gösteren crostable'lar ve onlara ilişkin değerlendirmeler birlikte aşağıda sunulmaktadır.

Bu başlık altında 4 adet soru kullanılmıştır. Bu sorulara ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 4' de sunulmaktadır:

Tablo 4: Kaynağın Güvenirliliği Bağlamında İmam'ın Konumlandırılmasına Ait Sorular ve Sonuçlar

	Sorular	**Katılıyorum**	**Kesinlikle katılıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kesinlikle Katılmıyorum**	**Fikri Yok**
17	Cemaatim İhtiyaç Sahiplerini Gözetme Konusunda (Zekat, Fitre, Fidye, Bağış) Bana Güvenir, Benim Üzerimden İhtiyaç Sahiplerine Ulaştırırlar.	43	38	14	3	2
36	Cemaatim Hakemlik ve Arabuluculuk Meselelerinde Bana Danışırlar.	56	18	23	2	1
70	İmamlar Kürsüden Hakkıyla Kuranın Tüm Ahkamlarını Cesurca Anlatırlar.	45	7	37	9	2
84	Herhangi Bir Şahsa veya Kuruma Yardım Yapılması Gerektiğini Paylaştığım Zaman Cemaatim Gerekli Yardımı Yapar.	54	24	15	4	3

4 ölçüm aracı ile elde edilen verilere topluca bakıldığında % 56 ile katılımın en yoğun olduğu bulgu: “Cemaatim Hakemlik ve Arabuluculuk Meselelerinde Bana Danışırlar.” yargısı ile dile getirilen kanaattir. Mesleğin güvenirliği bağlamı ile ilgili yargı ikinci sırada yer almaktadır. Bu yargı “Her hangi bir şahsa veya kuruma yardım yapılması gerektiğini paylaştığım zaman cemaatim gerekli yardımı yapar.” Bu konu ayrı bir inceleme konusu olmayı hak etmektedir.

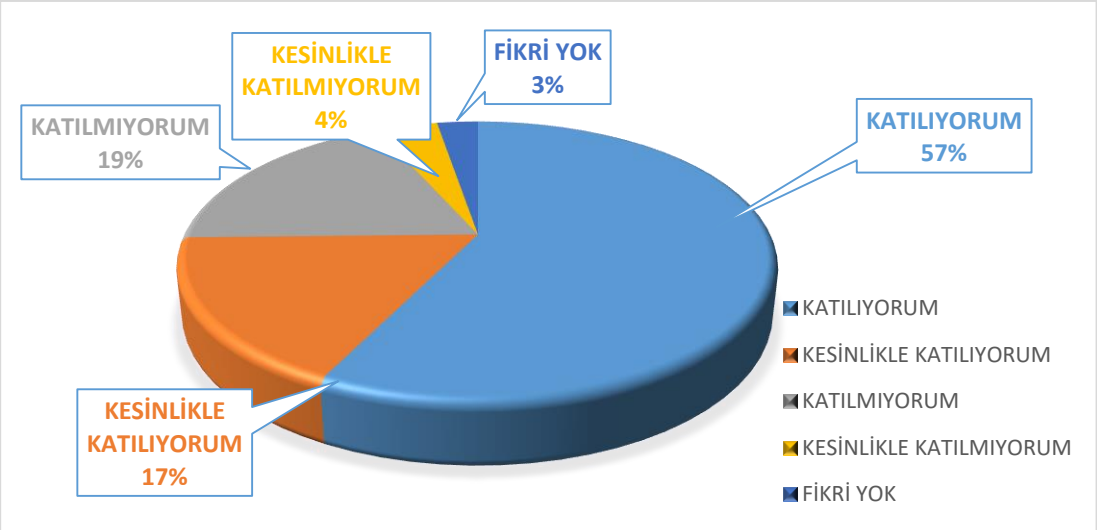
Bununla birlikte çok açık bir biçimde gözlemlenmiştir ki, her imam mesleği ile ilgili gurur duymaktadır. Mesleğine bu anlamda duygusal bir bağlılık göstermekte, iş tatmini açısından mesleğini oldukça tatminkar bulmaktadır.

Araştırmaya Katılan İmamların, Kaynağın Güvenirliliği Bağlamında İmam’ın Konumlandırılması Kanaat Önderi Olarak Konumlandırılması Tespitine Ait Bulgular

İmamı, iletişim süreçlerindeki kaynak konumunda konumlandırdığımızda kaynağın güvenirliliği gönderilen iletinin alıcı tarafında istenen yönde etki etmesi için önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda imamın kaynak güvenirliliğini ölçmeye yönelik, araştırmaya katılan imamlara 4 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara ait grafikler aşağıda sunulmuştur.

Soru: Cemaatim İhtiyaç Sahiplerini Gözetme Konusunda (Zekat, Fitre, Fidye, Bağış) Bana Güvenir, Benim Üzerimden İhtiyaç Sahiplerine Ulaştırırlar. (S.17)

Grafik 19: Cemaatimin Bağışlarını Ulaştırırım İfadesine Ait Bulgular

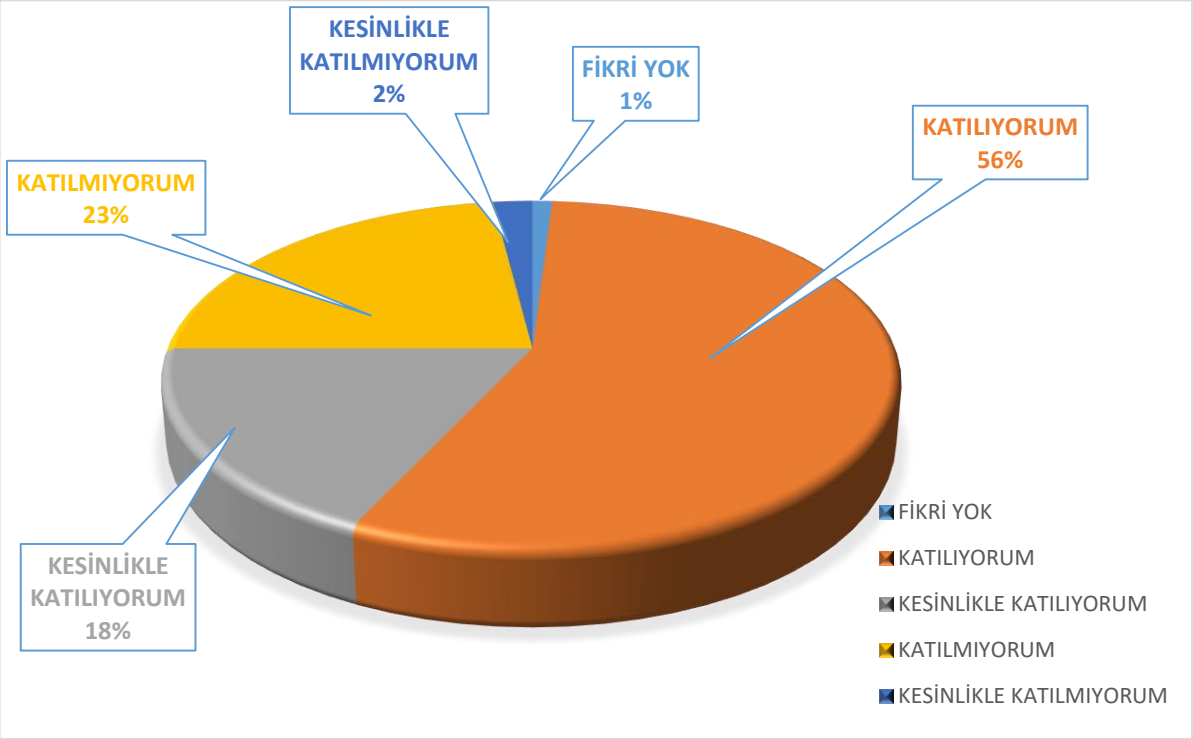


Cemaatim ihtiyaç sahiplerini gözetme konusunda (zekat, fitre, fidye, bağış) bana güvenir, benim üzerimden ihtiyaç sahiplerine ulaştırırlar ifadesinin yer aldığı 17. soruya ankete katılan imamların % 57'si katılmakta, % 17'si kesinlikle katılmakta, % 19'u katılmamakta, % 4'ü ise kesinlikle katılmamakta, % 3'ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık dörtte üçlük bir kısmı cemaatin güvenini kazanmış cemaati veya hedef kitlesi yapacak olduğu farz veya nafile ibadet ve yardımlarında imamına güveniyor, danışıyor onun yönlendirdiği veya onun söylediği yere yardımlarını yapmakta olduğu tespit edilmektedir. İmamların yaklaşık dörtte bir kısmı da cemaatlerinin yardımlarının kendi üzerinden olmadığını belirtmişlerdir.

Soru: Cemaatim Hakemlik ve Arabuluculuk Meselelerinde Bana Danışırlar. (S.36)

Grafik 20: Cemaatime Hakemlik ve Arabuluculuk Yaparım İfadesine Ait Bulgular

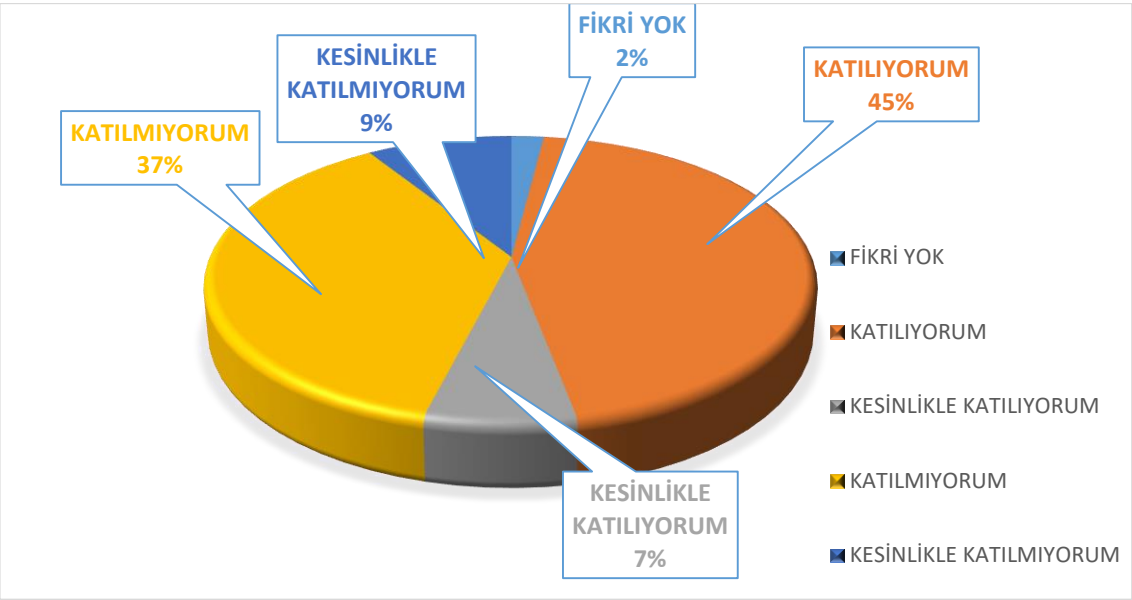


Cemaatim hakemlik ve arabuluculuk meselelerinde bana danışırlar ifadesinin yer aldığı 36. soruya ankete katılan imamların % 56'sı katılmakta, % 18'i kesinlikle katılmakta, % 23'ü katılmamakta, % 2'si ise kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; cemaat imam ilişkisi bağlamında cemaatlerinin kendilerine olan güvenlerinin bir kanıtı olarak bireyler diğer bireylerle ihtilafa düştüklerinde hakem, arabulucu veya eski tabirle ihtiyarlık yapma gibi konularda imama müracaat ettiklerini söyleyen ankete katılanların yaklaşık dörtte üçlük bir kısmı. Kalan dörtte birlik kısımdaki imamlarda kendilerine böyle bir talebin gelmediğini ifade etmişlerdir.

Soru: İmamlar Kürsüden Hakkıyla Kuranın Tüm Ahkamlarını Cesurca Anlatırlar. (S.70)

Grafik 21: İmam Kuran'ın Hükümlerini Açıkça Aktarır İfadesine Ait Bulgular



İmamlar kürsüden hakkıyla kuranın tüm ahkamlarını cesurca anlatırlar ifadesinin yer aldığı 70. soruya ankete katılan imamların % 45'i katılmakta, % 7'si kesinlikle katılmakta, % 37'si katılmamakta, % 9'u ise kesinlikle katılmamakta, % 2'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık yarısından fazlası kürsüden hedef kitlesine açıkça ve cesurca Kuran'ın tüm ahkamlarını aktardığını belirtmiş olduğu gibi, yaklaşık olarak yarıya yakını da tam aksi yönde tüm doğruları ve dinin tüm getirdiklerini hakkıyla aktaramadıklarını belirttikleri tespit edilmiştir. Bu noktada imamların görevi olan dini tüm esas ve kaideleri anlatmak olan bir mesleğe sahip olmalarına rağmen yarıya yakının anlatamaması özellikle incelenmesi gereken bir konu olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Hakkıyla kürsüden, mihraptan, minberden anlatamama sebepleri eğitim seviyelerinin yeterli olmaması mı yoksa ideolojik veya

siyasi iktidarın bir baskısı sonucunda mı oluşmakta incelenmeye gerek bir konu olduğu kanaatimiz hasıl olmuştur.

İmamlık Mesleğinin İtibarı ile Saygınlığı Bağımlı Değişkeni ile Kişisel Özelliklere ilişkin Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 5: Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

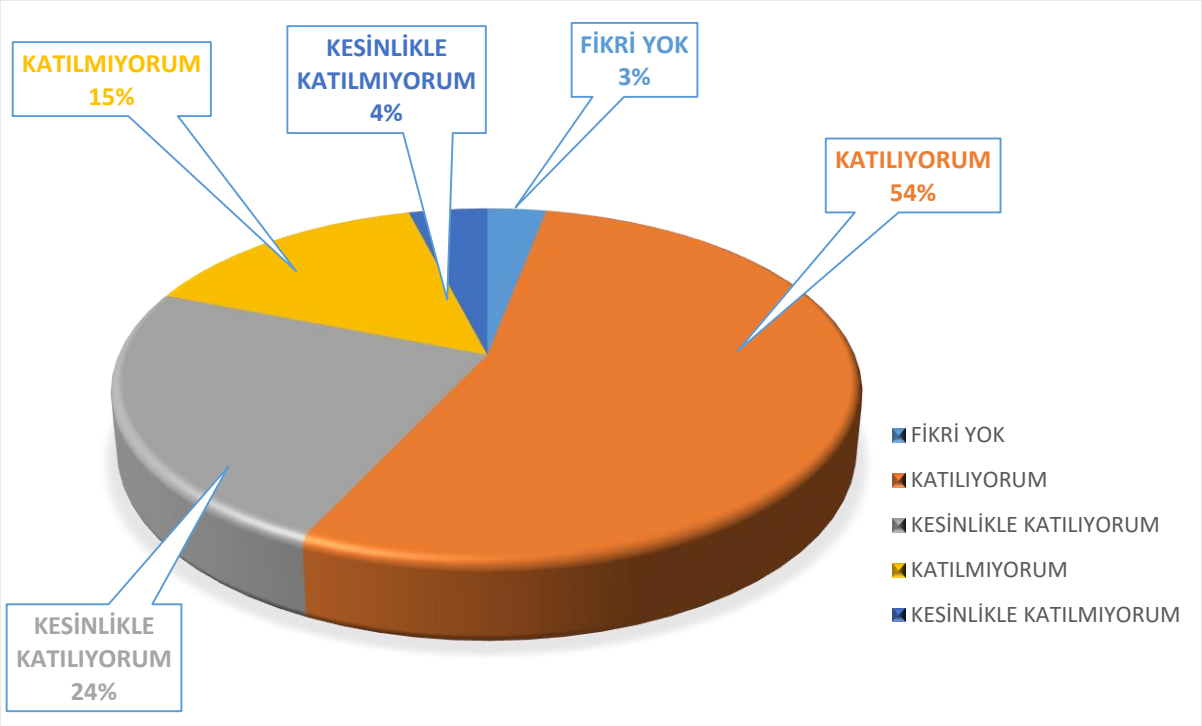
	İmam Hakem Ve Arabulucudur				**Kur'an'ın Hükümlerini Anlatır**			
Eğitim	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.Mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.Mam***
Ortaokul	0	0	1	0	0	0	0	1
Lise	10	4	2	1	9	2	5	2
Lisans	18	7	6	0	15	2	8	4
Önlisans	18	7	6	0	20	3	18	2
Lisansüstü	3	1	3	0	1	0	6	0
Eğitim.Şekli								
Okul	5	0	2	1	4	1	1	1
Medrese	4	1	3	0	2	1	4	1
Kuran Kursu	17	6	4	1	14	1	11	2
Üniversite	30	11	14	0	25	4	21	5
Fayda								
Maaş/İş Güven	7	4	1	1	6	2	3	2
Öğretmek	30	10	17	1	24	5	24	5
Önderlik	14	3	3	0	10	0	8	1
İtibar Görme	2	1	2	0	2	0	2	1
Süre								
1-4	5	3	5	1	4	0	6	3
5-14	22	2	10	0	14	2	13	5
15-24	18	6	5	1	14	4	11	1
25 +	10	7	3	0	12	1	7	0
İdeoloji								
Demokrat	1	0	0	0	0	0	1	0
Liberal								
Milliyetçi	3	1	4	1	4	2	2	1
Muhafazakar	32	12	10	0	30	3	19	3
İslamcı	15	4	7	1	9	2	12	3
Cumhuriyetçi	1	0	0	0	0	0	0	1
Laik								

İmamlık mesleği ile kanaat önderliği arasında çok açık bir biçimde görülmektedir ki, doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. İmamların hakem ve arabulucu

olduğunu düşünen 18 kişi aynı zamanda ön lisans ve lisans mezunudur. Ancak imamların kuranın hükümlerini anlatır sorusuna 18 kişi ile verilen olumsuz cevap ile imamlar kuranın hükümlerini anlatır sorusuna olumlu cevap veren 20 kişi eşit bir dağılım sergilemiştir.

Soru: Her hangi Bir Şahsa veya Kuruma Yardım Yapılması Gerektiğini Paylaştığım Zaman Cemaatim Gerekli Yardımı Yapar. (S.84)

Grafik 22: Cemaatimi Yardım Konusunda Yönlendiririm İfadesine Ait Bulgular



Herhangi bir şahsa veya kuruma yardım yapılması gerektiğini paylaştığım zaman cemaatim gerekli yardımı yapar ifadesinin yer aldığı 84. soruya ankete katılan imamların % 54'ü katılmakta, % 24'ü kesinlikle katılmakta, % 15'i katılmamakta, % 4'ü ise kesinlikle katılmamakta, % 3'ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; kaynak güvenirliliği bağlamında probleme baktığımızda cemaatin dörtte üçünden fazlası cemaatini yönlendirebildiği, cemaati üzerinde hakim rol alabildiği, cemaatini maddi ve manevi noktada kontrol edebildiği veya bir gücü elinde bulundurduklarını tespit edilmiştir. Yaklaşık beşte birlik kısmı da cemaatini olumlu yönde yönlendiremediğini belirtmiştir. İmamlar hedef kitlelerine kendilerini kabul ettirdikleri miktarda, hedef kitle üzerinde de o oranda etki ve ikna kabiliyetleri artacaktır.

3.6.2.3. Kanaat Önderi Olarak İmamın Konumlandırılması

İmamların Tutum ölçeklerine ilişkin 73 soru 8 grup halinde kategorize edilerek incelenmiş olan çalışmamızın 3. grubu olan Kanaat önderi olarak imamın konumlandırılmasına ilişkin bulgular grafikler ve değişkenler arası ilişkileri gösteren crostable'lar ve onlara ilişkin değerlendirmeler birlikte aşağıda sunulmaktadır.

Bu başlık altında 11 adet soru kullanılmıştır. Bu sorulara ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 6 ' da sunulmaktadır:

Tablo 6: Kanaat Önderi Olarak İmamın Konumlandırılmasına Ait Sorular ve Sonuçlar

Sorular		Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikri Yok
33	Cemaatim Eşler Arasında Problem Yaşadığında Aracı Olmam İçin Bana Başvururlar.	51	18	23	4	4
34	Tanıdıklarım Vardır Diye, Bölgede Tanınan Biri Olarak, Cemaatim Kendisine İş Konusunda Yardımcı Olmamı İstiyor.	38	10	43	8	1
39	Cemaatim Ailem Yaşantım Konusunda Beni Örnek Alır.	42	21	35	1	1
42	Cemaatimle Düzenleyeceğimiz Ortak Programlarda Cemaatim (Emir,Öncü,Başkan) Beni Seçer.	61	26	9	3	1
45	Merkezi Yayınlar (Ezan-Vaaz) Cemaatle Aramdaki İlişkiyi Azaltmaktadır.	48	23	21	8	0
49	İmamlar Güncel Meselelerde Cemaatini Yönlendirmektedir.	46	12	31	9	2
60	Cami Cemaatim Dışındaki Hedef Kitleyle İletişime Geçiyorum.	68	18	13	0	1
61	Bölgemdeki Kanaat Önderleri ile İletişim Halindeyim.	58	14	28	0	0
62	Caminin Dışındaki Hedef Kitleye Tebliğ Görevinde Bulunurum.	63	19	17	0	1
77	Ülkemizdeki Şiddet Uyuşturucu v.b.	50	35	12	2	1

	Kötü Alışkanlıklarla Mücadele İmamın Rolü Büyüktür.					
79	Toplu Katılım Olan Bir Programı Cemaatime Bildirdiğim Zaman Benimle Birlikte O Programa Katılım Yüksek Olur.	58	17	20	2	3

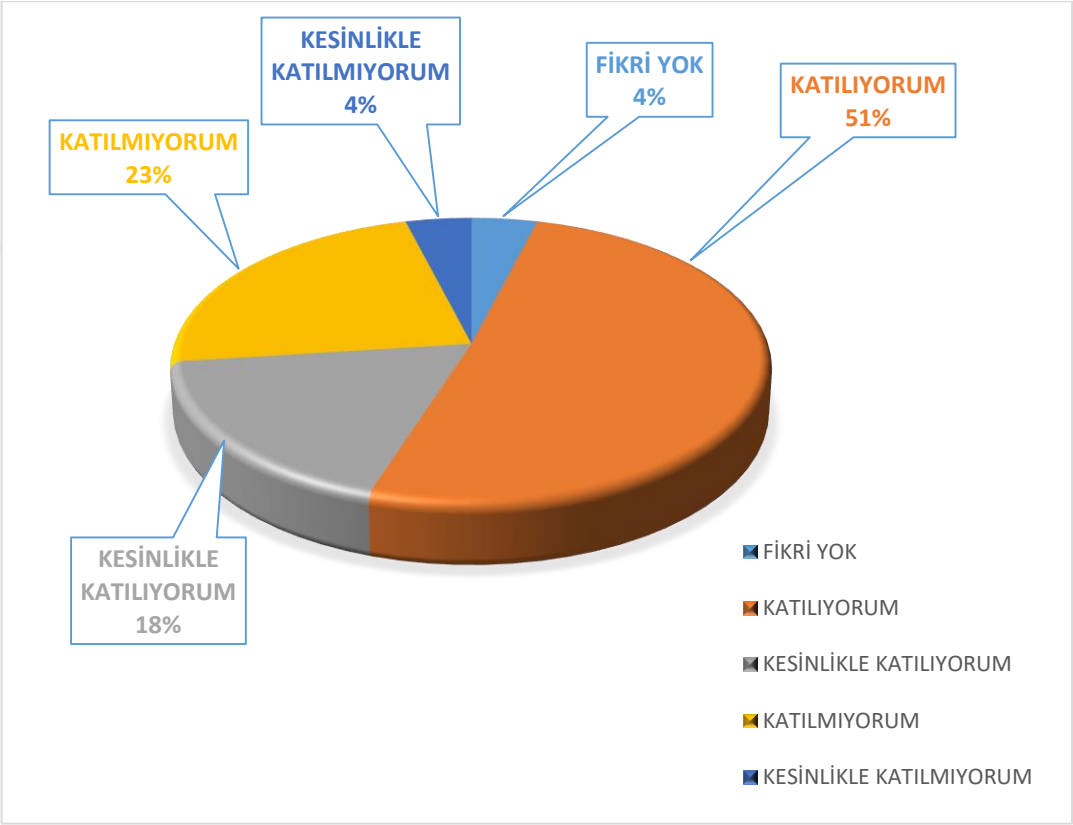
11 ölçüm aracı ile elde edilen verilere topluca bakıldığında % 68 ile kesinlikle katılımın en yoğun olduğu bulgu: "cami cemaatim dışındaki hedef kitleyle iletişime geçiyorum". İmamların cami dışında ki cemaatle olan ilişkisini anlatan ve imamların sadece cami cemaati değil bulunduğu bölgenin tüm halkına karşıda kendini sorumlu hissederek davranma eğilimi gösterdiği yargı ise en yüksek yüzdelik dilimle ikinci sırada bulunmaktadır. Mesleğin saygınlığı ile ilgili yargı ikinci sırada yer almaktadır. Veriler incelendiğinde günümüzde imamların kanaat önderliği hususunda toplum nezdinde saygın bir yerde olduğu sonucunu çıkarmak mümkündür. Sorulan sorunların büyük kısmına olumlu cevap verilmiş, imamların aile yaşantıları dahil her türlü konuda imam, lider olarak kanaat önderi vasfıyla toplumda özel bir yerde konumlanmış olduğunu söyleyebiliriz.

Araştırmaya Katılan İmamların, Kanaat Önderi Olarak Konumlandırılması Tespitine Ait Bulgular

İmamı, camisinde, bölgesinde, cemaatinde daha genel incelemek gerekirse hedef kitle üzerinde kanaat önderi olarak konumlandırılıp konumlandırılmadığına dair bu çalışmamızın temelini oluşturan problem olarak araştırmaya katılan imamlara 11 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara ait grafikler aşağıda sunulmuştur.

Soru: Cemaatim Eşler Arasında Problem Yaşadığında Aracı Olmam İçin Bana Başvururlar. (S.33)

Grafik 23: Cemaatim Eşler Arasındaki İhtilaflarda Bana Başvurular İfadesine Ait Bulgular



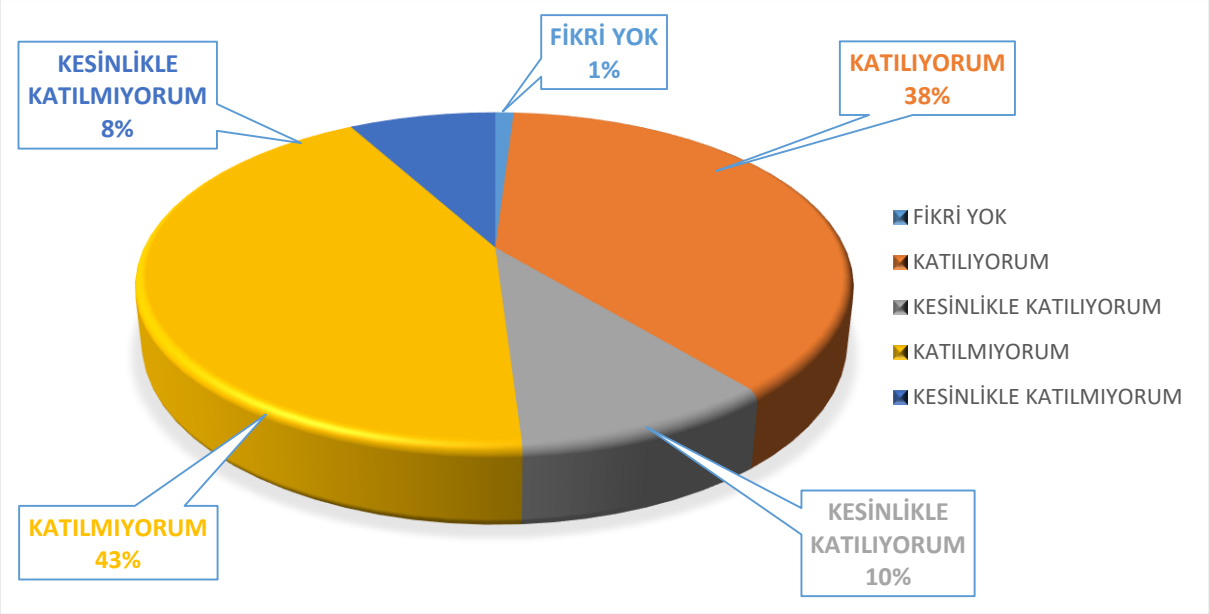
Cemaatim eşler arasında problem yaşadığında aracı olmam için bana başvururlar ifadesinin yer aldığı 33. soruya ankete katılan imamların % 51'i katılmakta, % 18'i kesinlikle katılmakta, % 23'ü katılmamakta, % 4'ü ise kesinlikle katılmamakta, % 4'ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık dörtte üçü cemaatlerinin ailevi problemleri olduğu zaman kendilerine başvurduklarını ifade etmişlerdir. İmam cemaat üzerinde olumlu bir imaj, doğru kaynak algısını oluşturmuş ve eşler aralarındaki problemin çözümü için imama kanaat önderi arabulucu olarak başvurduğu tespit edilmektedir. Sadece dini bir görevi olan sadece beş vakit namaz kıldıran değil,

gerektiğinde bölgenin büyüğü ve güvenilir kimliğiyle gidilip başvurulan bir konumda olduğu sonucuna varabilmekteyiz.

Soru: Tanıdıklarım Vardır Diye, Bölgede Tanınan Biri Olarak, Cemaatim Kendisine İş Konusunda Yardımcı Olmamı İstiyor. (S.34)

Grafik 24: Hatırlı Olduğumdan Cemaat İş Bulmada Aracı Olmamı İster İfadesine Ait Bulgular



Tanıdıklarım vardır diye, bölgede tanınan biri olarak, cemaatim kendisine iş konusunda yardımcı olmamı istiyor ifadesinin yer aldığı 34. soruya ankete katılan imamların % 38'i katılmakta, % 10'u kesinlikle katılmakta, % 43'ü katılmamakta, % 8'ü ise kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık yarısı cemaatinin iş konusunda onlara başvurduğunu aracılık etmek istediklerini belirtirken diğer yarısı da cemaatlerinden böyle bir talebin gelmediğini ifade etmişlerdir. İş konusunda herhangi bir bireye referans olmak veya referans yazılabilmek için referansın sağlam ve güvenilir olması en temel şarttır.

İmamların Kanaat Önderliği ile Kişisel Özelliklere ilişkin Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 7: Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

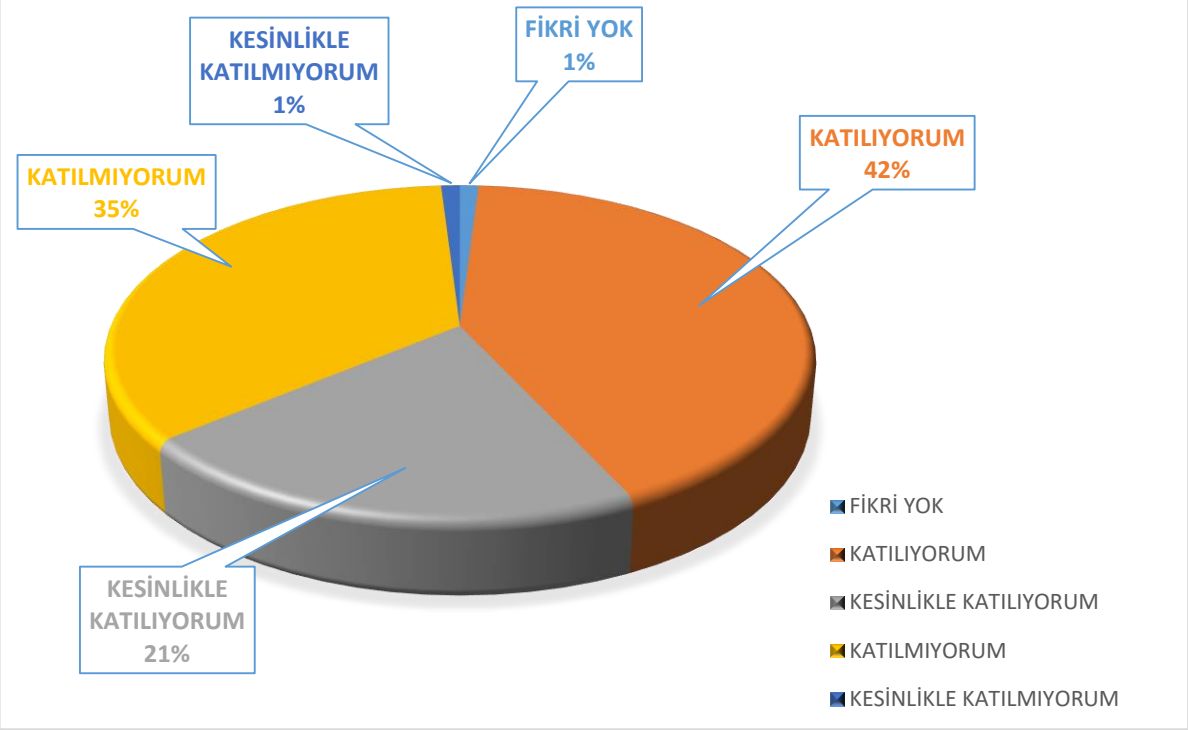
	Eşler Arası İhtilafları Çözmem İstenir				**Hatırlı Olduğumdan Cemaat İş Bulmamı İster**			
Eğitim	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.Mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.Mam***
Ortaokul								
Lise	13	2	3	0	9	2	6	1
Lisans	15	5	8	1	13	2	6	1
Önlisans	19	10	10	3	12	5	22	3
Lisansüstü	4	1	2	0	4	1	2	0
Fayda								
Maaş/İş Güven	6	4	3	0	3	1	8	1
Öğretmek	31	9	14	3	22	4	28	5
Önderlik	10	4	4	0	9	4	5	1
İtibar Görme	2	1	1	1	1	1	2	1
Süre								
1-4	7	1	3	2	2	0	9	3
5-14	13	2	15	1	17	3	9	3
15-24	19	7	3	1	11	4	15	0
25 +	11	8	2	0	8	3	9	1
İdeoloji								
Demokrat	1	0	0	0	0	0	0	1
Liberal								
Milliyetçi	4	1	4	0	2	1	6	0
Muhafazakar	30	9	13	3	20	5	26	4
İslamcı	13	7	4	1	12	4	9	2
Cumhuriyetçi	0	0	1	0	1	0	0	0
Laik								

İmamlık mesleğinin toplum nezdinde kanaat önderi olarak kabul gördüğü görüşlerine önem verildiği yapılan araştırmada görülmektedir. İmamlık mesleğini 15-24 yıldır yapan imamlara eşler arasındaki ihtilafın çözümü için başvurulduğunu söyleyen 19 kişi aynı zaman da ön lisans mezunudur. Mesleğe yeni başlamış kesinlikle katılımın olduğu sadece 1 kişidir. Bu da imamlık mesleğinde kanaat önderliği ya da cemaatin sorunlarına getirilebilecek çözümler düşünüldüğünde yaş ve tecrübenin artışı ile toplumun verdiği önemin doğru orantılı şekilde arttığını söylemek mümkündür.

Buna göre imamlık mesleğinde geçen sürenin tecrübe ile birleştiğinde toplumun imama verdiği değerin arttığını, sorunlarına çözüm bulmak için imama başvurduğu ve imamı bir kanaat önderi olarak görüp saygı duyduğu açık bir şekilde gözlenmektedir.

Soru: Cemaatim Ailem Yaşantım Konusunda Beni Örnek Alır. (S.39)

Grafik 25: Cemaatim Aile Yaşantımda Beni Örnek Alır İfadesine Ait Bulgular

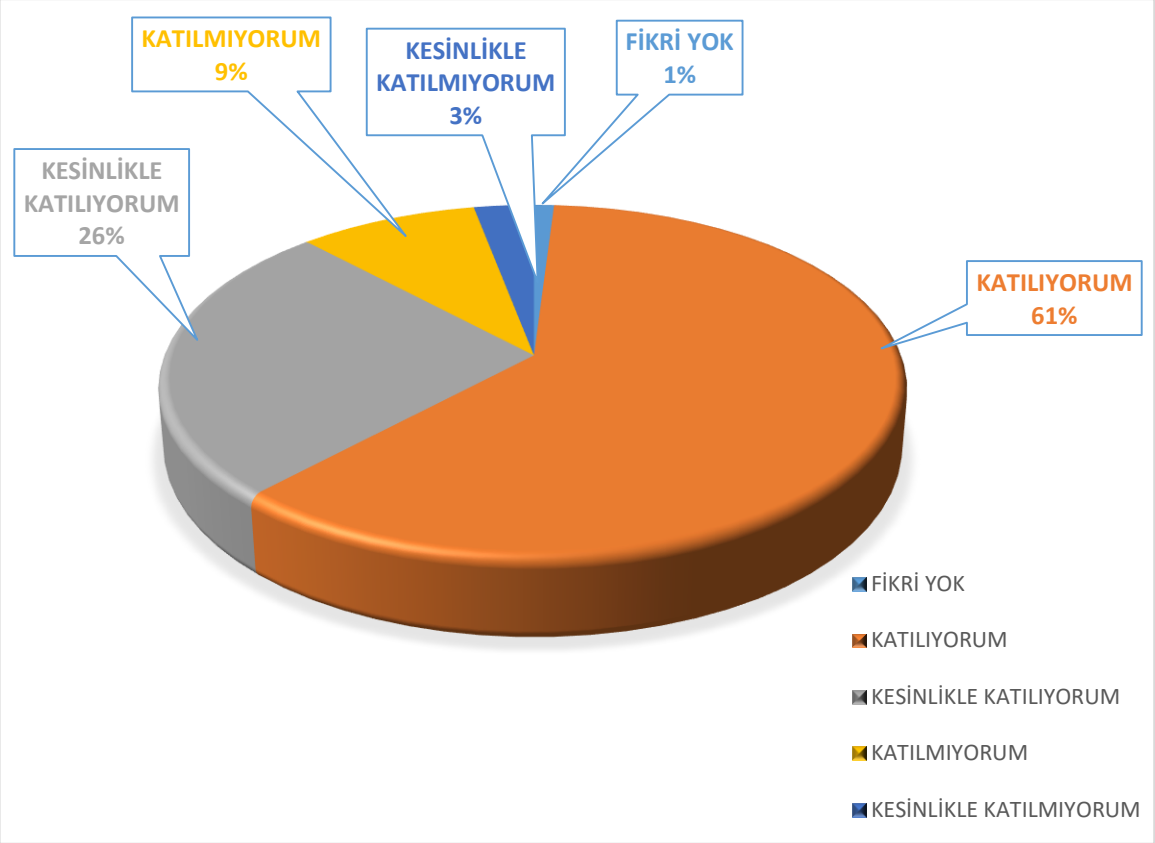


Cemaatim ailem yaşantım konusunda beni örnek alır ifadesinin yer aldığı 39. soruya ankete katılan imamların % 42'si katılmakta, % 21'i kesinlikle katılmakta, % 35'i katılmamakta, % 1'i ise kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi cemaatlerinin şahsi yaşantılarını örnek aldığını ifade etmiştir.

Soru: Cemaatimle Düzenleyeceğimiz Ortak Programlarda Cemaatim (Emir, Öncü, Başkan) Beni Seçer. (S. 40)

Grafik 26: Cemaatim Beni Lider Olarak Kabul Eder İfadesine Ait Bulgular

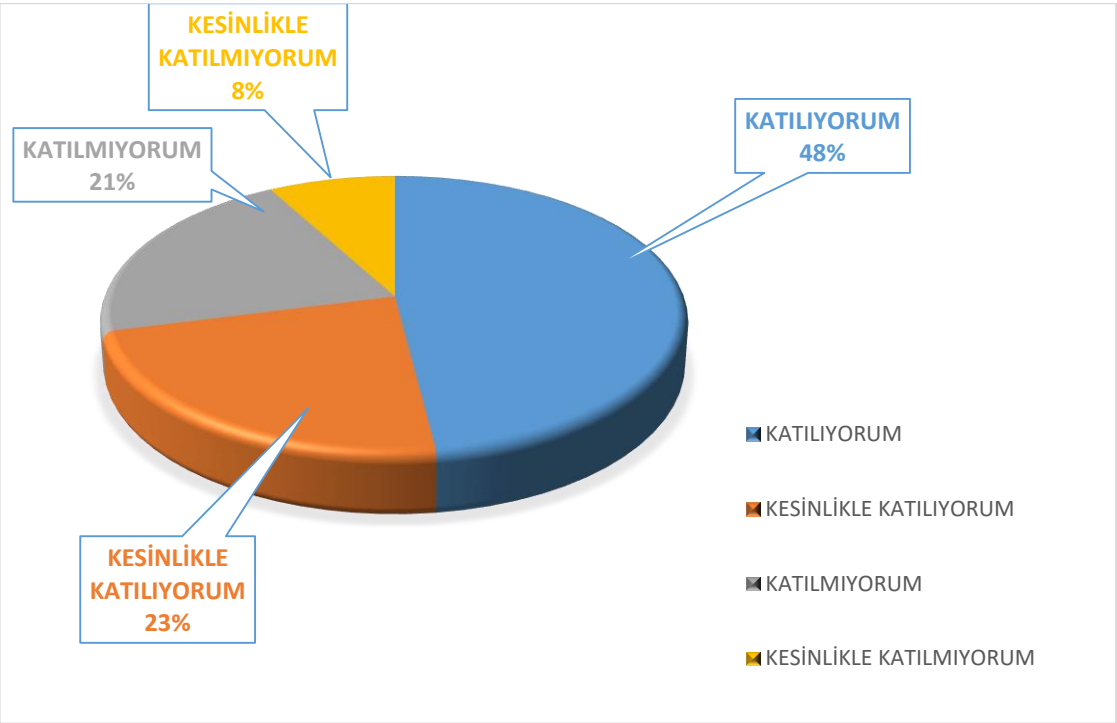


Cemaatimle düzenleyeceğimiz ortak programlarda cemaatim (emir, öncü, başkan) beni seçer ifadesinin yer aldığı 42. soruya ankete katılan imamların % 61'i katılmakta, % 26'sı kesinlikle katılmakta, % 9'u katılmamakta, % 3'ü ise kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu cemaatle yapacakları programlarda, programı veya ekibi yöneten sözü dinlenen liderlik yapan kişinin kendileri olduklarını ifade etmişleridir. Cemaatin imama saygı göstermesi ortak programlarda yöneticilik ve öncülük yetkisini kendine vermesi cemaati cem etmesi imamı rol model örnek alınan kanaat önderi noktasında güçlendirmektedir.

Soru: Merkezi Yayınlar (Ezan-Vaaz) Cemaatle Aramdaki İlişkiyi Azaltmaktadır. (S.45)

Grafik 27: Merkezi Yayınlar Cemaat İle İletişimimi Azaltıyor İfadesine Ait Bulgular



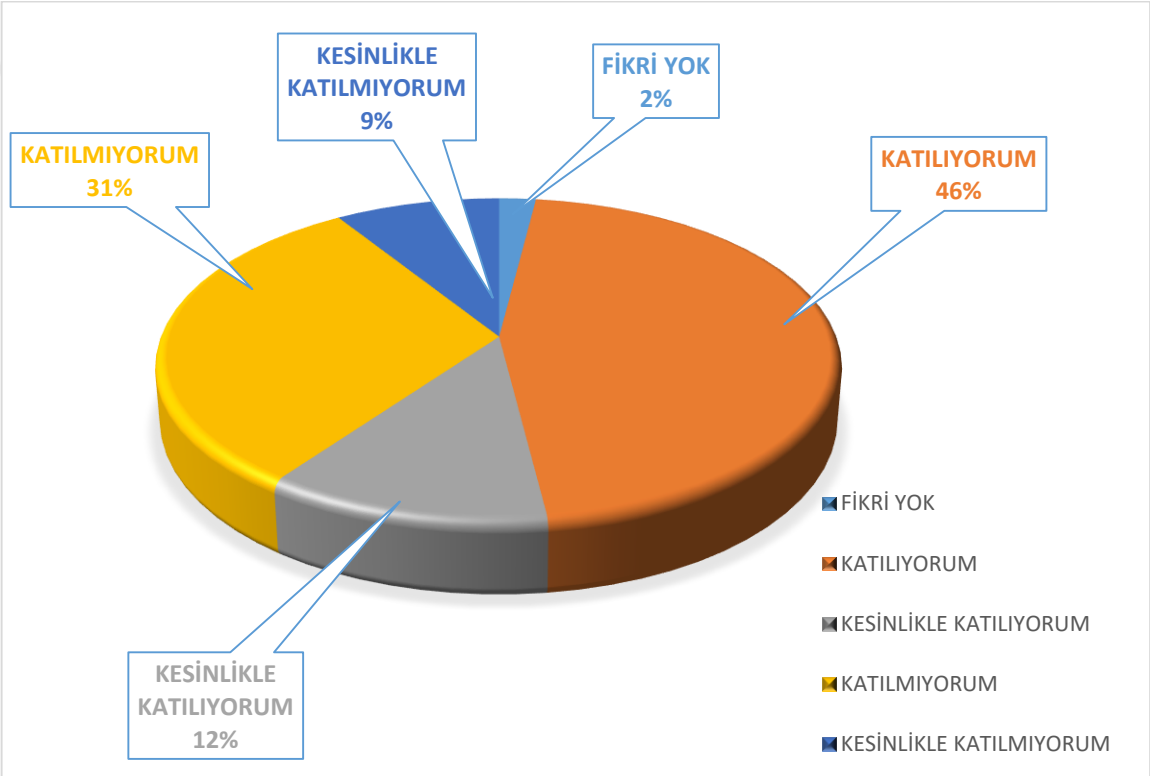
Merkezi yayınlar (ezan-vaaz) cemaatle aramdaki ilişkiyi azaltmaktadır ifadesinin yer aldığı 45. soruya ankete katılan imamların % 48'i katılmakta, % 23'ü kesinlikle katılmakta, % 21'i katılmamakta, % 8'i ise kesinlikle katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi merkezi yayınların cemaatle olan ilişkisini olumsuz yönde etkilediğini iletişim ve etkileşimde kopukluklar olduğunu ifade etmişlerdir. İmam cemaatle ilişkisini ilk kürsüden yaptığı tebliğ vaaz ve nasihatle başlar. İletişim süreci başladığında beden dili, retorik, yüz yüze iletişim olduğu alıcıdan aldığı feedback karşılığında vaaz veya tebliğin yani iletilerin şekil ve içeriklerinde değişiklik yaparak cemaati sürekli canlı tutma şansı olabilmektedir. Lakin merkezi yayınlar yüz yüze iletişimden uzak genel şayan konular üzerinden

yapılan canlı performansın olmadığı cemaatin imama karşı aidiyetini kaybettiği bir ortam oluşturmaktadır. İmamların büyük çoğunluğu da cemaate birebir dokunup iletişimde bulunamadığından ilişkisinin ve etkileşimini uzun vadede sekteye uğradığını belirtmişlerdir.

Soru: İmamlar Güncel Meselelerde Cemaatini Yönlendirmektedir. (S.49)

Grafik 28: İmamlar Güncel Meselelerde Cemaati Yönlendirir İfadesine Ait Bulgular



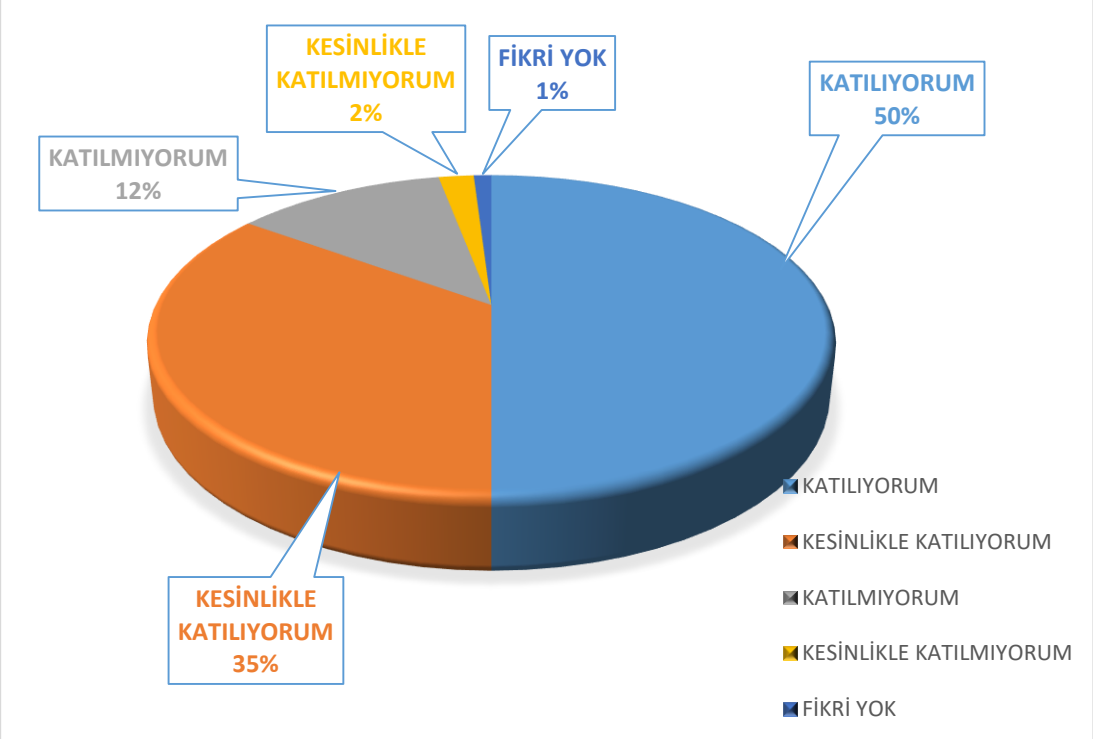
İmamlar güncel meselelerde cemaatini yönlendirmektedir ifadesinin yer aldığı 49. soruya ankete katılan imamların % 46'sı katılmakta, % 12'si kesinlikle katılmakta, % 31'i katılmamakta, % 9'u ise kesinlikle katılmamakta, % 2'si ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum", en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yarısından fazlası imamların cemaatleri yönlendirdiklerini belirtmişlerdir. İmamlar merkezden gelen hutbelerin okunması,

merkezden duyurularla örneğin Cuma namazı sonrası Suriye'deki Müslüman kardeşlerimize yardım toplanacak dendiğinde cemaatini etkilemesi gibi cemaatin tamamına hitap eden konularda etkili olmaktadırlar. Diğer taraftan yakın zamanda yaşadığımız 15 Temmuz darbe girişiminde Diyanet İşleri Başkanlığı'nın talimatı ile Türkiye'nin tüm bölgelerindeki camilerden ezan ve sala okuyarak toplumu etkiledikleri yapılan çalışmalar ile de ortaya koyulmuştur.

Soru: Ülkemizdeki Şiddet Uyuşturucu v.b. Kötü Alışkanlıklarla Mücadele İmamın Rolü Büyüktür. (S.77)

Grafik 29: Kötü Alışkanlıkların Önlenmesinde İmam'ın Rolü Vardır İfadesine Ait Bulgular



Ülkemizdeki şiddet uyuşturucu v.b. kötü alışkanlıklarla mücadele imamın rolü büyüktür ifadesinin yer aldığı 77. soruya ankete katılan imamların % 50'si katılmakta, % 35'i kesinlikle katılmakta, % 12'si katılmamakta, % 2'si kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum", seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu şiddet uyuşturucu v.b. kötü alışkanlıklarla mücadele imamın rolünün büyük olduğunu ifade etmişlerdir. İmam caminin dışındaki genç hedef kitlesi ile iletişimini güçlendirdikçe, diğer taraftan şiddet uyuşturucu v.b. gibi ahlak dışı bireye ve topluma zarar veren konularla mücadele eden sivil toplum kuruluşları ve kanaat önderleri iletişimlerini güçlendirip, ortak projelerle hastalar üzerinde manevi ve psikolojik desteği imamlar üzerinden yürütülme imkanı doğabilir.

İmamların Kanaat Önderliği ile Kişisel Özelliklere ilişkin Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

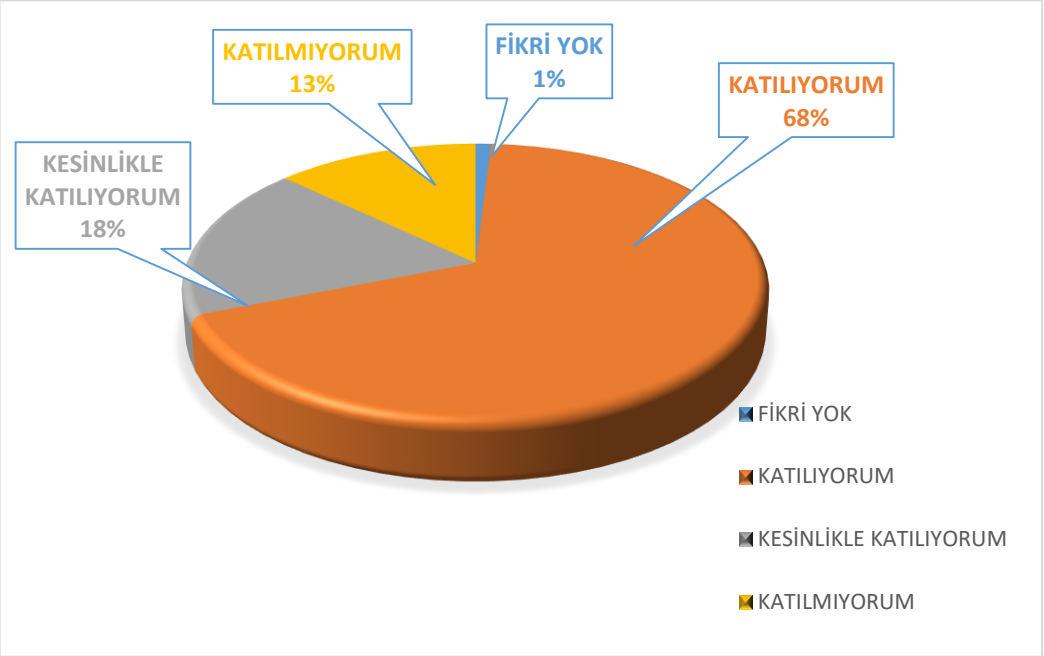
Tablo 8: Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	İmamlar Güncel Konularda Cemaati Yönlendirmeli				Kötü Alışkanlıkların Önlenmesinde İmamın Rolü Vardır			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.Mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.Mam***
Ortaokul	0	0	1	0	0	0	1	0
Lise	9	1	5	3	11	5	1	0
Lisans	13	6	8	3	17	9	4	1
Önlisans	21	5	13	3	19	20	4	0
Lisansüstü	3	0	4	0	3	1	2	1
FAYDA								
Maaş/İş Güven	5	3	2	3	9	2	2	0
Öğretmek	30	3	22	4	24	24	10	1
Önderlik	7	6	4	1	13	5	0	1
İtibar Görme	2	0	2	1	2	3	0	0
SÜRE								
1-4	6	1	3	3	7	7	0	0
5-14	13	5	13	2	20	8	4	1
15-24	16	3	8	3	13	11	5	1
25 +	10	3	7	1	9	9	3	0
İDEOLOJİ								
Demokrat	0	1	0	0	1	0	0	0
Liberal								
Milliyetçi	3	3	2	1	5	2	1	1
Muhafazakar	27	5	19	4	26	21	7	0
İslamcı	13	3	7	3	14	12	1	0
Cumhuriyetçi	0	0	0	1	0	0	0	1
Laik								

İmamların güncel konuları takibi ve cemaatini kötü alışkanlıklardan koruma konusundaki etkisini inceleyen tabloda görülmektedir ki ön lisans mezunu 21 kişi imamların dini konular haricinde güncel konularla da ilgilenmesi ve bu konularda cemaati yönlendirmesi gerektiği görüşünü taşımaktadır. Yine ön lisans mezunu 20 kişi imamların kötü alışkanlıkların önlenmesinde imamın rolü olduğu bu konuda olumlu etkisi olduğu görüşünü taşımaktadır. İmamlık mesleğini cemaatine bir şeyler öğretmek adına fayda sağlayarak yaptığını düşünen 30 kişinin imamların güncel konularda cemaatini yönlendirmeli görüşünde olması mesleğini insanlara fayda sağlamak amacıyla yapan imamların daha duyarlı olduğunu göstermektedir. İmamlık mesleğinde eğitim düzeyinin artmasıyla cemaatin kötü alışkanlıklar edinmesini önlemede imamların rolünün etkin olduğu görüşü doğru orantılı şekilde ilerlediği görülmektedir.

Soru: Cami Cemaatim Dışındaki Hedef Kitleyle İletişime Geçiyorum. (S.60)

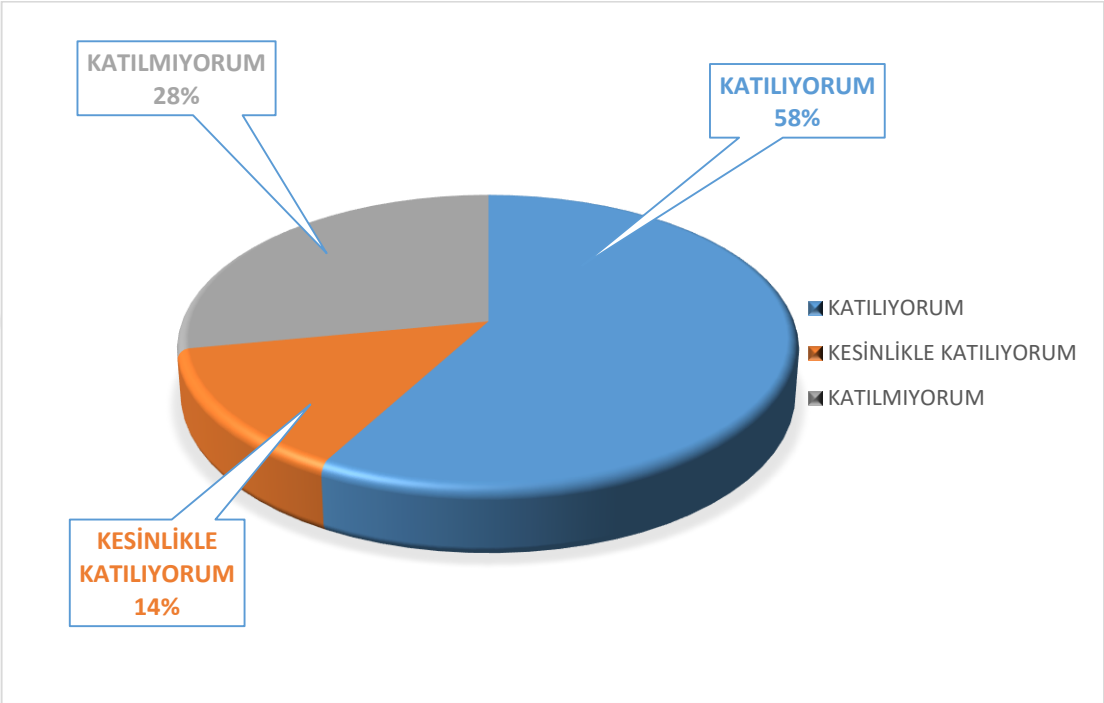
Grafik 30: Hedef Kitlem Sadece Cami İle Sınırlı Değildir İfadesine Ait Bulgular



Cami cemaatim dışındaki hedef kitleyle iletişime geçiyorum ifadesinin yer aldığı 60. soruya ankete katılan imamların % 68'i katılmakta, % 18'i kesinlikle katılmakta, % 13'ü katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum", seçeneğidir. "Kesinlikle katılmıyorum" seçeneğine cevap verilmemiştir. Araştırmaya katılan imamların; üçte ikiden fazlası hedef kitlelerini sadece cami cemaatleri olarak görmemekte, camisinin dışındaki kamu ile de iletişime geçmektedir. Bu ifadeye göre imamlar sadece camileri ile sınırlı değil tebliğ, irşad, iyiliği emredip kötülükten nehyetmek görevlerini ifa ettikleri alan olarak tüm iletişim kanallarını kullanmaktadırlar.

Soru: Bölgemdeki Kanaat Önderleri ile İletişim Halindeyim. (S.61)

Grafik 31: Diğer Kanaat Önderleri İle İletişim Kurarım İfadesine Ait Bulgular



Bölgemdeki kanaat önderleri ile iletişim halindeyim ifadesinin yer aldığı 61. soruya ankete katılan imamların % 58'i katılmakta, % 14'üi kesinlikle katılmakta, % 28'i katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum", seçeneğidir. "Kesinlikle katılmıyorum" seçeneğine cevap verilmemiştir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi bölgedeki diğer kanat önderleri ile iletişim halinde olduklarını belirtmişlerdir. Karşılıklı bilgi ve fikir alış verişinde bulunduklarını yüz yüze mülakatlarda dile getirmişlerdir.

İmamların Kanaat Önderliği ile Kişisel Özelliklere ilişkin Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere

göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 9: Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

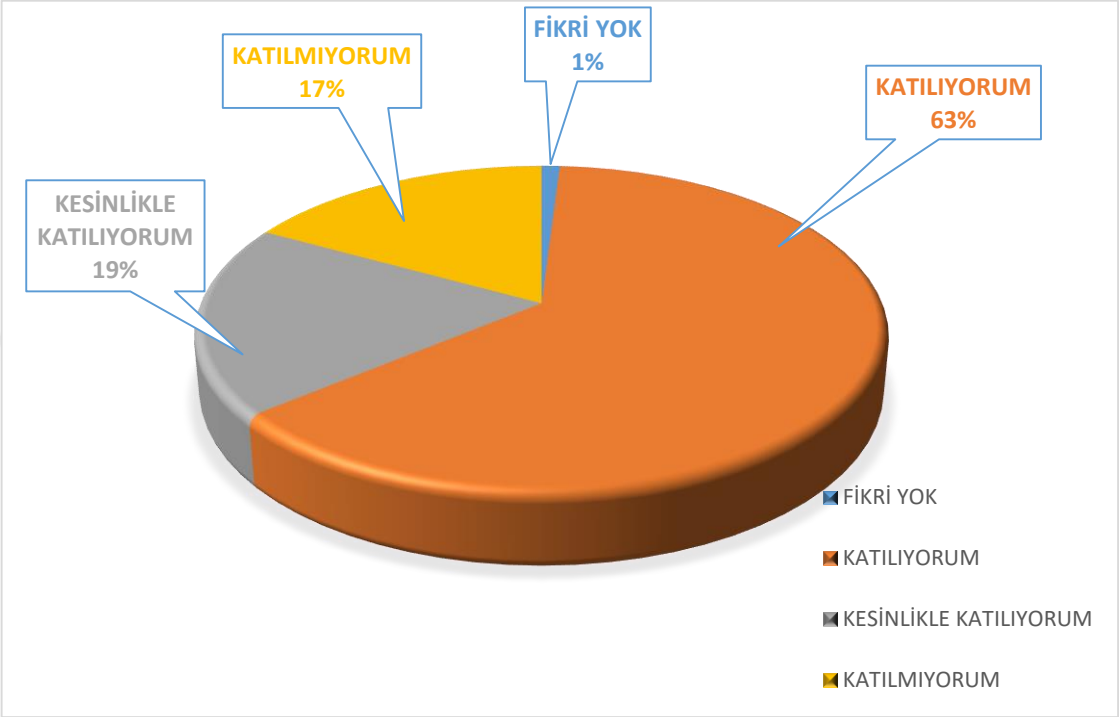
	Cemaatim dışındaki Hedef Kitleyle iletişime geçerim				Diğer Kanaat Önderleri İletişime Geçerim			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	1	0	0		1	0	0	
Lise	14	0	4		12	2	4	
Lisans	15	11	4		14	8	9	
Önlisans	33	6	4		25	4	14	
Lisansüstü	5	1	1		6	0	1	
FAYDA								
Maaş/İş Güven	6	5	2		6	4	3	
Öğretmek	43	6	9		33	7	19	
Önderlik	11	7	2		13	3	4	
İtibar Görme	5	0	0		4	0	1	
SÜRE								
1-4	10	2	2		10	0	4	
5-14	22	8	4		18	6	10	
15-24	24	2	4		19	4	7	
25 +	11	6	3		10	4	7	
İDEOLOJİ								
Demokrat	1	0	0		1	0	0	
Liberal								
Milliyetçi	7	2	0		7	1	1	
Muhafazakar	36	11	7		32	8	15	
İslamcı	19	3	5		14	3	10	
Cumhuriyetçi	0	1	0		0	1	0	
Laik								

İmamların cami cemaati dışında yaşadığı bölgedeki kişilerle de iletişime geçtiğini imamlık mesleğinin sadece namaz kıldırmakla sınırlı olmadığını bu bölümdeki sorulara verilen kesinlikle katılımın en yoğun olduğu cevaplardan yola çıkarak görüyoruz. Cami dışında ki cemaatle iletişime geçen 33 kişi ön lisans mezunudur. Mesleği öğretme amacı güderek yaptığını belirten 43 kişi cemaati dışındaki hedef kitle ile iletişime geçerim ölçeğine katılırım cevabı vermiştir.

Buna göre mesleğini öğretme amacı güderek yapan imamların cemaati dışındaki hedef kitle ile iletişime geçmesi onlara faydalı olma düşüncesi taşıyor olduğunu göstermektedir. Eğitim seviyesinin yükselmesi ve ilkesel bir düşünce ile imamlık mesleğini icra etmeye çalışan kişilerin çevreye olan duyarlığı imamlık mesleğin de eğitimin önemini ortaya çıkarmaktadır.

Soru: Caminin Dışındaki Hedef Kitleye Tebliğ Görevinde Bulunurum.

Grafik 32: Cemaatim Dışındakilere Tebliğde Bulunurum İfadesine Ait Bulgular

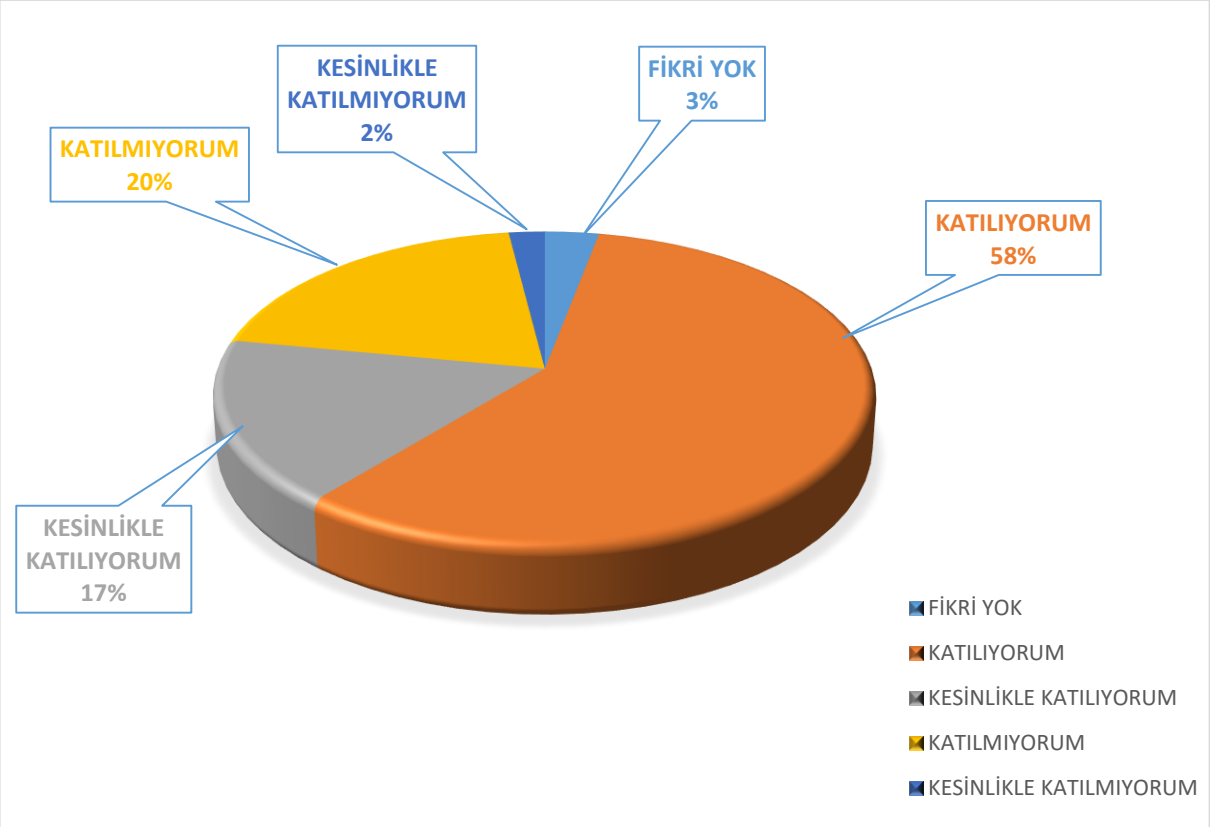


Caminin dışındaki hedef kitleye tebliğ görevinde bulunurum ifadesinin yer aldığı 62. soruya ankete katılan imamların % 63'ü katılmakta, % 19'u kesinlikle katılmakta, % 17'si katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum", seçeneğidir. Kesinlikle katılmıyorum" seçeneğine cevap verilmemiştir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası caminin dışındaki hedef kitleye de ulaşmak için gayret göstermekte, toplumun o bireylerine de tebliğ ve irşad faaliyetlerinde bulunduklarını belirtmişlerdir. Sadece camide beş vakit namazını kıldırıp haricinde Cuma ve bayram namazlarını kıldırmakla imamın görevi bitmemekte, asli ve akil görevi olan toplumu milli ve manevi anlamda doğru enformasyonla bilgilendirmek, öncülük etmek gerekmekte, bunun için de imam caminin dışına çıkmalı, kendini, görev ve sorumluluklarını mihrap ve minber arasında sıkıştırmamalıdır.

Soru: Toplu Katılım Olan Bir Programı Cemaatime Bildirdiğim Zaman Benimle Birlikte O Programa Katılım Yüksek Olur.

Grafik 33: Cemaatim Davetime İcabet Eder İfadesine Ait Bulgular



Toplu katılım olan bir programı cemaatime bildirdiğim zaman benimle birlikte o programa katılım yüksek olur ifadesinin yer aldığı 79. soruya ankete katılan imamların % 58'i katılmakta, % 17'si kesinlikle katılmakta, % 20'si katılmamakta, %

2’si kesinlikle katılmamakta, % 3’ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek “katılıyorum” en az işaretlenen seçenek “kesinlikle katılmıyorum” seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası cemaati ile bir program düzenlediğinde veya kendisi bir program düzenlediğinde cemaatinin iştirakinin olacağını ifade etmişlerdir. Bu durum imamların cemaatleri üzerindeki etkilerini ve iletişimlerinin gücünü ortaya koymaktadır.

3.6.2.4. İmam ve Medya İlişkisinin Konumlandırılması

İmamların Tutum ölçeklerine ilişkin 73 soru 8 grup halinde kategorize edilerek incelenmiş olan çalışmamızın 4. grubu olan İmam medya ilişkisinin konumlandırılmasına ilişkin bulgular grafikler ve değişkenler arası ilişkileri gösteren crostable’lar ve onlara ilişkin değerlendirmeler birlikte aşağıda sunulmaktadır.

İmam ve medya ilişkisi son dönemlerde sıkça gündeme gelen bir konudur. İmama ait tiplemeler, oluşturulan olumsuz algı ve imaj operasyonları özellikle 60’lardan itibaren klasik ve Yeşilçam filmlerinde beyaz perde ve televizyon aracılığı ile olumsuz olarak medya tarafından kamuya pompalanmıştır. Günümüzde bu tartışmalar hala devam etmekte olup, birçok film ve dizide son zamanlarda farklı farklı karakterlerle imam tip ve karakteri yer almaktadır. Bu karakterlerin toplum nezdinde nasıl algılandığı geri dönüşlerin ne olduğu, vb. gibi konular bizim konumuzun değil, bambaşka bir araştırma konusu olarak ele alınmalıdır.

Bu başlık altında 4 adet soru kullanılmıştır. Bu sorulara ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 10’ da sunulmaktadır:

Tablo 10: İmam ve Medya İlişkisinin Konumlandırılması

Sorular		Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikri Yok
53	Cemaatimle İletişime Geçerken İnternet Ve Sosyal Medya Araçlarını Kullanırım.	53	15	28	3	1
67	1980'lerdeki Medyanın Topluma Sunduğu İmam Tipiyle, Bugünkü İmam Tipi Farklıdır.	49	37	7	5	2
71	Medya, İmamın Algı ve İmajını Topluma Olumlu Olarak Enjekte Etmektedir.	23	1	51	24	1
80	Medyadaki Dizi ve Magazin Programlarını Takip Ederim.	22	5	39	33	1

4 ölçüm aracı ile elde edilen verilere topluca bakıldığında % 53 ile katılımın en yoğun olduğu bulgu: "cemaatimle iletişime geçerken internet ve sosyal medya araçlarını kullanırım." yargısı ile dile getirilen kanaattir. İmamların medyada ki tipi ile ilgili yargı ikinci sırada yer almaktadır. İmamlar hakkında ki algı ve imajın topluma medya aracılığıyla olumlu olarak yansıtıldığına ait görüş ise en az katılımın olduğu yargıdır. Buna göre, imamların çoğunluğu medyanın kendilerine olan bakış açısında bir değişim olduğunu düşünmekte fakat bunun medya tarafından olumlu olarak yansıtıldığı görüşüne katılmamaktadır. Bu konu ayrı bir inceleme konusu olmayı hak etmektedir. Ayrıca sosyal medyanın hayatımızda ki yeri ve imamların güncel teknoloji takibi dikkate değer bir veridir.

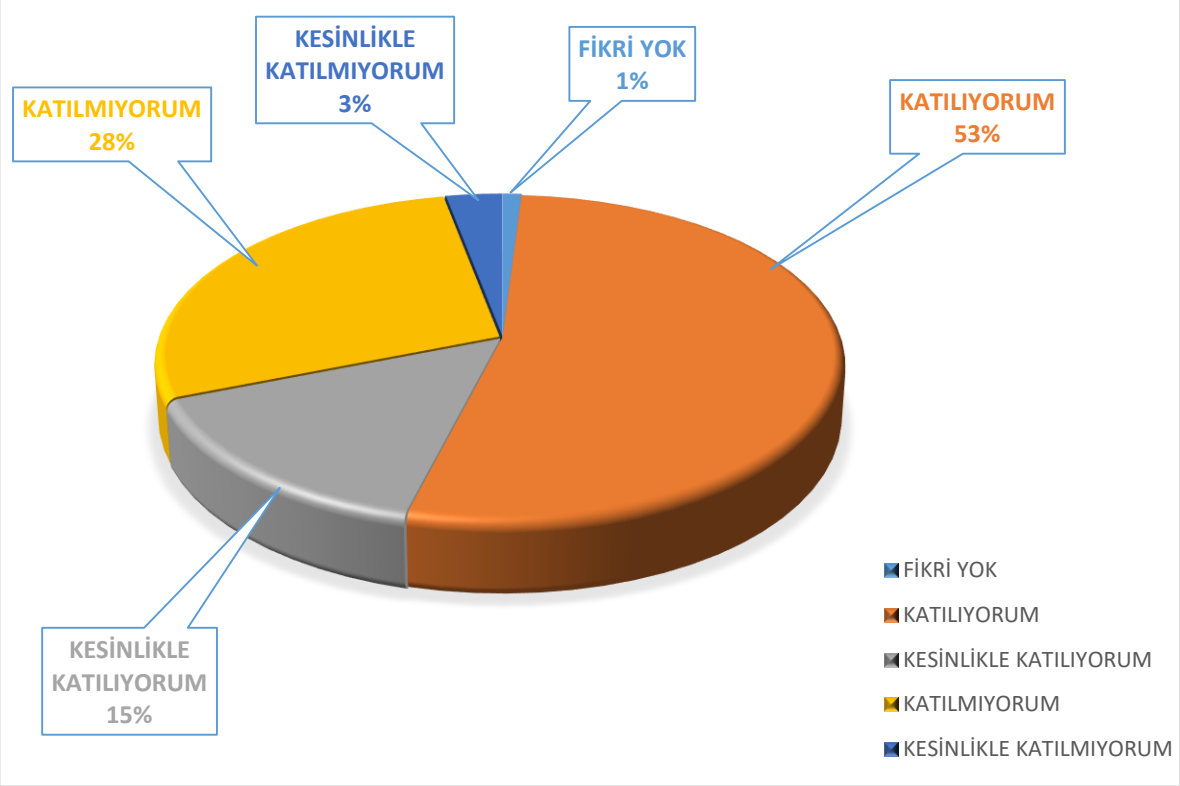
Araştırmaya Katılan İmamların, Medya ile İlgili Düşünce ve Kanaatlerinin konumlandırılması Tespitine Ait Bulgular

İmamı, camisinde, bölgesinde, cemaatinde daha genel incelemek gerekirse hedef kitle üzerinde kanaat önderi olarak konumlandırılıp konumlandırılmadığına dair

bu çalışmamızın temelini oluşturan problem olarak araştırmaya katılan imamlara 4 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara ait grafikler aşağıda sunulmuştur.

Soru: Cemaatimle İletişime Geçerken İnternet Ve Sosyal Medya Araçlarını Kullanırım. (S.53)

Grafik 34: Cemaatim ile İletişimde İnternet ve Yeni Medyayı Kullanırım İfadesine Ait Bulgular



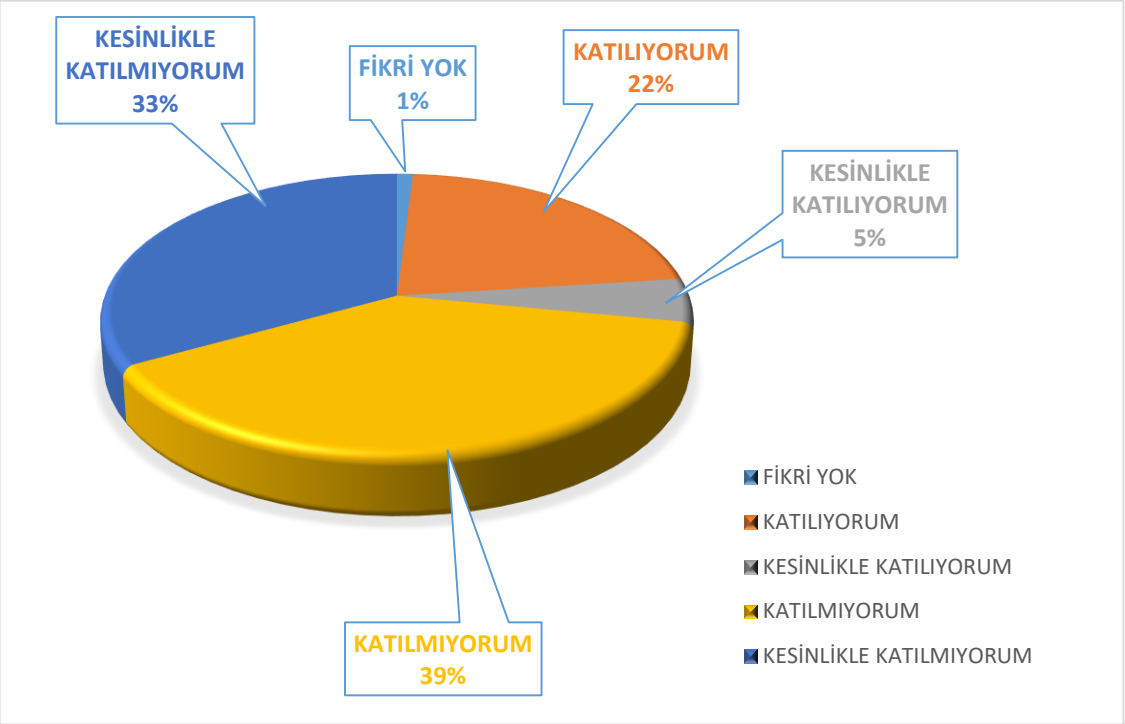
Cemaatimle iletişime geçerken internet ve sosyal medya araçlarını kullanırım ifadesinin yer aldığı 53. soruya ankete katılan imamların % 53'ü katılmakta, % 15'i kesinlikle katılmakta, % 28'i katılmamakta, % 3'ü kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi cemaati ile iletişime geçerken yeni medya diye tanımladığımız sosyal mecraları (facebook, twitter, v.b.) kullandıklarını ifade etmişlerdir. İmamların yeni medyayı kullanmaları, cemaatlerinin

her daim yanında olmalarını hem de aynı bilgi ve birikime sahip olmalarını sağlamakta, dolayısıyla hitap edeceği sesleneceği hedef kitlenin birçok özelliğini öğrenme şansını yakalayıp kişiye özel kişinin en önemli noktasından hareketle tebliğ ve irşad faaliyetinde bulunabilme olanağı sağlamaktadır.

Soru: Medyadaki Dizi ve Magazin Programlarını Takip Ederim. (S.80)

Grafik 35: Dizi ve Magazin Programlarını Takip Ederim İfadesine Ait Bulgular



Medyadaki dizi ve magazin programlarını takip ederim ifadesinin yer aldığı 80. soruya ankete katılan imamların % 22'si katılmakta, % 5'i kesinlikle katılmakta, % 39'u katılmamakta, % 33'ü kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası medyadaki dizi ve magazin programlarını takip etmemektedirler. Üçte birlik kısmı ise dizi ve magazin programlarını takip ettiklerini ifade etmişlerdir.

İmamların Medya ile İlgili Düşünceleri ve Kullanımları ile Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 11: Kaynak Güvenilirliğine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	Cemaatimle İnternet ve Sosyal Medya Kullanırım				Medyadaki Dizi ve Magazin Programlarını İzlerim			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	0	0	0	1	0	0	0	1
Lise	6	3	7	2	7	0	5	5
Lisans	16	6	9	0	5	3	12	11
Önlisans	26	6	9	0	9	2	16	16
Lisansüstü	5	0	2	0	1	0	6	0
YAŞ								
18 – 34	19	4	5	0	8	2	10	7
35 – 49	23	9	13	2	9	2	17	20
50 – 64	11	2	9	1	5	1	11	6
65 +	0	0	1	0	0	0	1	0
SÜRE								
1-4	8	2	4	0	2	0	6	5
5-14	21	4	7	1	10	3	11	10
15-24	14	6	9	1	6	1	11	12
25 +	10	2	8	1	3	1	11	6
İDEOLOJİ								
Demokrat	0	0	1	0	0	0	0	1
Liberal								
Milliyetçi	3	3	2	1	1	1	4	3
Muhafazakar	30	8	15	1	15	3	22	15
İslamcı	15	4	8	0	5	1	9	11
Cumhuriyet	1	0	0	0	0	0	0	1
Laik								
EĞİTİM ŞEKLİ								
Örgün Okul	4	2	2	1	2	0	4	3
Medrese	6	1	0	1	1	0	4	3
Kuran Kursu	14	3	10	1	7	1	11	8
Üniversite	29	9	16	0	12	4	20	19

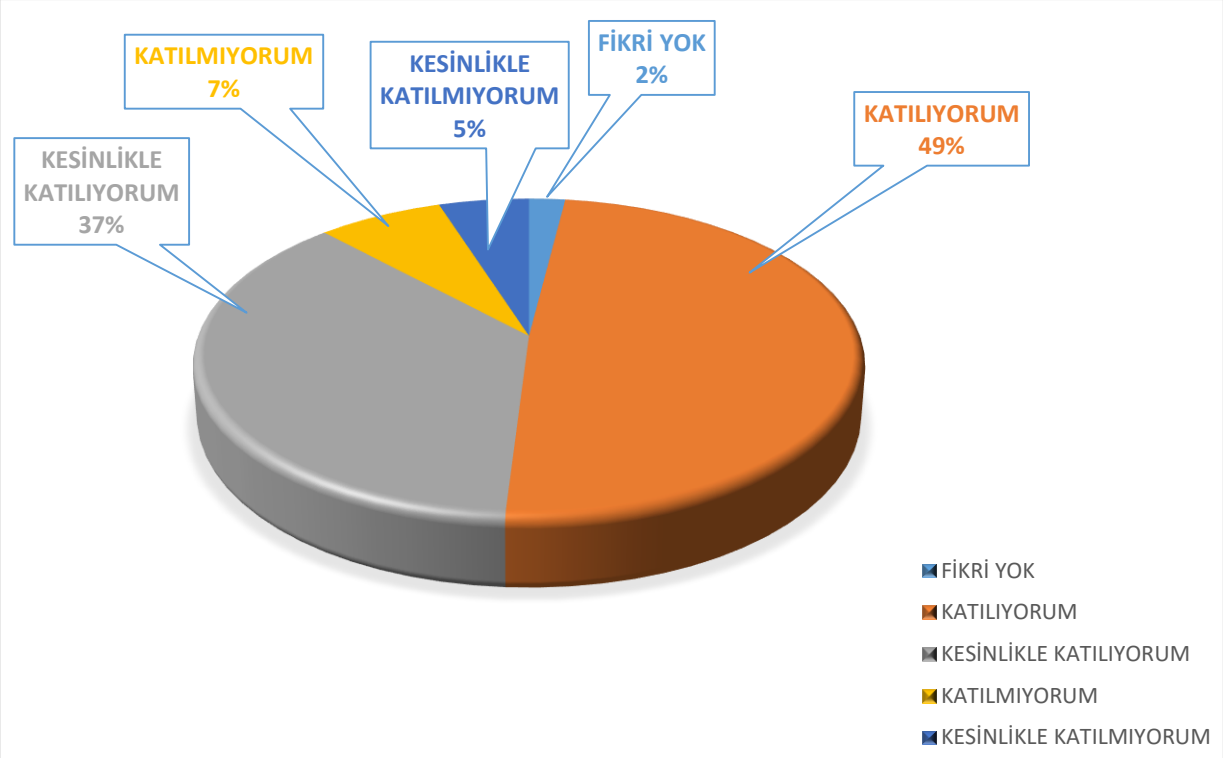
Yukarıda ki veriler incelendiğinde İmamların lisans mezunu, muhafazakar çoğunluğunun magazinsel programları ve dizileri izlemediği yargısına varabiliriz. Eğitim seviyesi ile magazin ve dizi izleme oranı arasında çok açık bir biçimde görülmektedir ki, doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe izlenen Tv programlarının içeriği değişiyor diyebiliriz. Dizi ve magazin izleyen 12 üniversite mezunu imam kendini muhafazakar olarak tanımlıyor. Kendini muhafazakar olarak tanımlayan 30 imam ise sosyal medya kullanıyor. Ayrıca üniversite mezunu sosyal medya kullanımına katılan 29 imam eğitim seviyesi artıkça sosyal medya kullanım oranının yükseldiği yargısına varmamızı sağlıyor.

Buna göre eğitim ve bilgi birikimi ile imamların sosyal medya kullanımı, dizi ve magazin izleme oranlarına ilişkin çok açık bir biçimde doğrusal ilişki gözlenmektedir. Demek ki, imamlar teknolojik gelişmeleri takip etmeleri ve

mesleklerini çağın getirdiği yeniliklere ayak uydurma konusunda, diyanetin de yardımı ile hem teşvik edilmeli hem de eğitilmelidir. Bu eğitim ve donanım aynı zamanda onların mesleklerini, toplumsal bağlamda kanaat önderi olarak daha etkin ve verimli bir biçimde ifa etmelerine vesile olacaktır.

Soru: 1980'lerdeki Medyanın Topluma Sunduğu İmam Tipiyle, Bugünkü İmam Tipi Farklıdır.

Grafik 36: Eski Medya ile Yeni Medyadaki İmam Tipi İfadesine Ait Bulgular



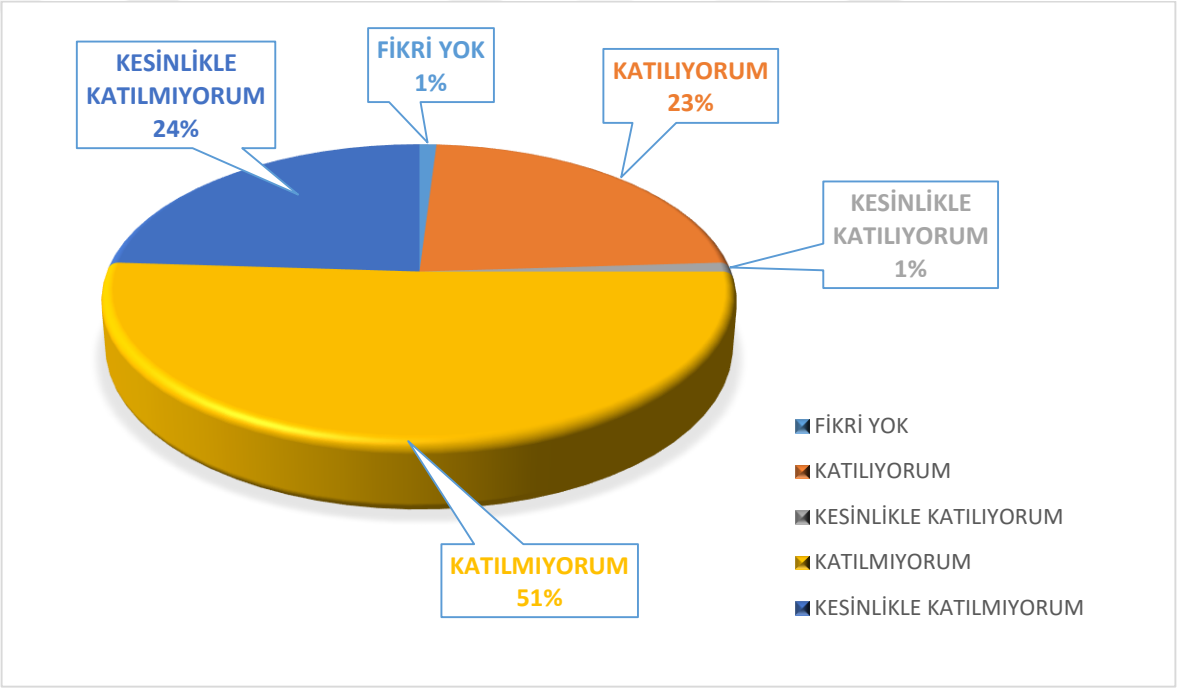
1980'lerdeki medyanın topluma sunduğu imam tipiyle, bugünkü imam tipi farklıdır ifadesinin yer aldığı 67. soruya ankete katılan imamların % 49'u katılmakta, % 37'si kesinlikle katılmakta, % 7'si katılmamakta, % 5'i kesinlikle katılmamakta, % 2'si ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık yarısı medyada geçmişteki imam tipinin değiştiğini, diğer yarısı ise hala kötü olarak devam ettiğini belirtmişlerdir. Medyadaki yanlış verilen pis, sarkıntılık yapan, üç kağıtçı imam tipi özellikle 80

kuşağındaki Yeşilçam ve klasik Türk filmlerinde ısrarla işlenmiştir. Günümüzde ağırlıklı olarak dizilerde imam tip ve farklı karakterlere yer verilmektedir. Yukardaki tabloya göre imamların yarısı günümüzde de imam tip ve karakterinin kendilerinin olduğu gibi veya olması gerektiği şekliyle temsil edilmediğini ifade etmişlerdir.

Soru: Medya, İmamın Algı ve İmajını Topluma Olumlu Olarak Enjekte Etmektedir.

Grafik 37: Medya İmamı Topluma Olumlu Enforme Eder İfadesine Ait Bulgular



Medya, imamın algı ve imajını topluma olumlu olarak enjekte etmektedir ifadesinin yer aldığı 71. soruya ankete katılan imamların % 23'ü katılmakta, % 1'i kesinlikle katılmakta, % 51'i katılmamakta, % 24'ü kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası medyanın imamı ve imam karakterini doğru olarak topluma aktarmadığını ifade etmişlerdir. İmam karakterini markalamak yerine olumsuz damgalamaktadırlar. Bir önceki sorudaki

"1980'lerdeki medyanın topluma sunduğu imam tipiyle, bugünkü imam tipi farklıdır" ifadesine verilen cevap ile "Medya, imamın algı ve imajını topluma olumlu olarak enjekte etmektedir" ifadesine verilen cevap paralellik arz etmektedir. İmamlar bugün için imam tipinin belki eskisi kadar kötü ve olumsuz aktarılmadığını belirtseler de, konu genel olarak kamuya aktarılma meselesine gelince ciddi anlamda eksik ve yanlış olduklarını ifade etmişlerdir.

İmamların Medya ile İlgili Düşünceleri ve Kullanımları ile Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 12: İmam ve Medya İlişkisinin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	Eski İmam ile Bugunkü İmam Tipi Farklı				**Medya, İmamı Topluma Olumlu Anlatır**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	1	0	0	0	0	0	1	0
Lise	10	6	2	0	5	0	11	2
Lisans	15	13	0	2	9	0	12	10
Önlisans	18	16	5	3	8	1	21	12
Lisansüstü	5	2	0	0	1	0	6	0
YAŞ								
18 – 34	13	11	2	0	7	0	17	4
35 – 49	24	20	3	1	10	1	24	12
50 – 64	11	6	2	4	6	0	9	8
65 +	1	0	0	0	0	0	1	0
SÜRE								
1-4	5	7	1	0	4	0	5	4
5-14	20	11	2	0	8	0	20	6
15-24	13	14	2	1	8	1	14	7
25 +	10	5	2	3	3	0	11	7
İDEOLOJİ								
Demokrat	1	0	0	0	0	0	1	0
Liberal								
Milliyetçi	3	5	0	1	2	0	4	3
Muhafazakar	26	21	5	2	15	1	29	9
İslamcı	16	7	2	2	5	0	13	9
Cumhuriyetçi	0	1	0	0	0	0	0	1
Laik								
EĞİTİM ŞEKLİ								
Örgün Okul	4	5	0	0	2	0	4	3
Medrese	6	0	0	0	1	0	5	2
Kuran Kursu	12	13	3	0	4	0	17	7
Üniversite	27	19	4	3	16	1	25	12

İmamlık mesleğinin 80'li yıllarda yaşadığı ağır imaj dezenformasyonuna ilişkin düşüncelerin değiştiğini iddia edebiliriz. Ancak hala imamlar arasında medyada imamlar hakkında olumlu değerlendirmeler yapıldığına dair bir kaanatin olmadığını görüyoruz. Üniversite mezunu 25 imamın medya imamı topluma olumlu anlatır sorusuna olumsuz cevap vermiştir.

Buna göre eğitim durumu yüksek imamların çoğunluğu 80'li yıllardan sonra imam imajının değiştiğini fakat bunun medya kanalıyla olmadığı düşücesinde olduklarını söyleyebiliriz. Yani değişen dünya ile birlikte imamların kendi imajlarını düzeltme çabasına medyanın çok da destek vermediği sonucunu çıkarabiliriz. Bu durumda diyanetin de desteği ile birlikte medyada imamların imajı düzeltilmeli bu yönde programlar, diziler ve eğitici yayınlara yer verilmek suretiyle iyileştirmeye gidilmelidir diyebiliriz.

3.6.2.5. İmamların Mesleki Tatmin ve Mesleklerini Sahiplenmelerinin Konumlandırılması

İmamların Tutum ölçeklerine ilişkin 73 soru 8 grup halinde kategorize edilerek incelenmiş olan çalışmamızın 5. grubu olan İmam medya ilişkisinin konumlandırılmasına ilişkin bulgular grafikler ve değişkenler arası ilişkileri gösteren crostable'lar ve onlara ilişkin değerlendirmeler birlikte aşağıda sunulmaktadır.

Bireyin işinde başarılı olmasının, işinde yükselmesinin birçok etkeni vardır. Bunların en başında işi ile alakalı iyi bir eğitime sahip olmak, işini severek ve isteyerek yapmak ve mesleğine bağlık kalmak, manevi ve psikolojik tatmine ulaşmak bunlardan bazılarıdır. İmamlık mesleği gibi toplumun önünde olan, bireylerin ve toplumun dini ve manevi tatmin ihtiyaçlarını karşılama görevinde bulunan bir mesleği icra eden bireyinde mesleğinde başarılı olması, bireye ve topluma maksimum fayda sağlayabilmesinin yolu mesleğini severek, isteyerek ve mesleğini benimseyip sahiplenerek görevini ifa etmektir.

İmamların yaptıkları iş ve meslekleri gereği, mesleklerini ne kadar sevdikleri, isteyerek ve bilerek seçip seçmedikleri, görevde oldukları süre itibari ile mesleklerine ne kadar bağlı oldukları, mesleklerinden manevi ve psikolojik tatmine ulaşıp ulaşmadıklarını, düşüncelerine yönelik fikirlerini tespit etmek için araştırmaya katılan imamlara 9 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara ait grafikler aşağıda sunulmuştur.

Bu başlık altında 9 adet soru kullanılmıştır. Bu sorulara ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 13'de sunulmaktadır.

Tablo 13: İmamların Mesleki Tatmin ve Mesleklerini Sahiplenmelerinin Konumlandırılmasına Ait Sorular ve Sonuçlar

	Sorular	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikri Yok
15	**İmamlığı Seçmemdeki En Önemli Etken İslamiyet'e Hizmet Etmektir.**	22	76	1		1
16	**Benim İçin Yaptığım İşten Zevk Almak Para Kazanmaktan Daha Önemlidir.**	29	67	2	1	1
18	**Meslekteki Birincil Önceliğim Para Değil Peygamber Mesleğine Sahip Çıkmaktır.**	29	68	2	0	1
21	**İmam Olduğuma Pişman Değilim.**	23	64	9	2	2
26	**Yetenek Ve Becerilerime Uygun Bir İşi Yapmanın Mutluluğunu Tam Anlamıyla Yaşıyorum.**	57	34	9	0	0
30	**İmam Olmamın Beni İyi Bir Kariyer Sahibi Yaptığına İnanıyorum.**	42	26	27	1	2
55	**İmamlık Mesleğimde Heyecanımı Kaybettiğimi Hissediyorum.**	13	4	56	27	

74	**Önemli Gün ve Gecelerde Programlar Düzenlerim.**	55	41	2	0	2
82	**Cuma Vaazları Dışında Ekstra Dersler Yaparım.**	60	34	3	0	3

10 ölçüm aracı ile elde edilen verilere topluca bakıldığında % 76 ile kesinlikle katılımın en yoğun olduğu bulgu: "imamlığı seçmemdeki en önemli etken İslamiyet'e hizmet etmektir". Meslekteki birincil önceliğim para değil peygamber mesleğine sahip çıkmaktır ile ilgili yargı ise ikinci sırada yer almaktadır. İmamların yaptığı işi bir ideale bağlaması ve bu amaçla yapması ayrıca bir inceleme konusu olabilir. İmamların tıpkı bir öğretmen gibi, bir doktor gibi manevi ve daha çok ulvi bir görev görülerek mesleğini yaptığı yargısına varmamız mümkün.

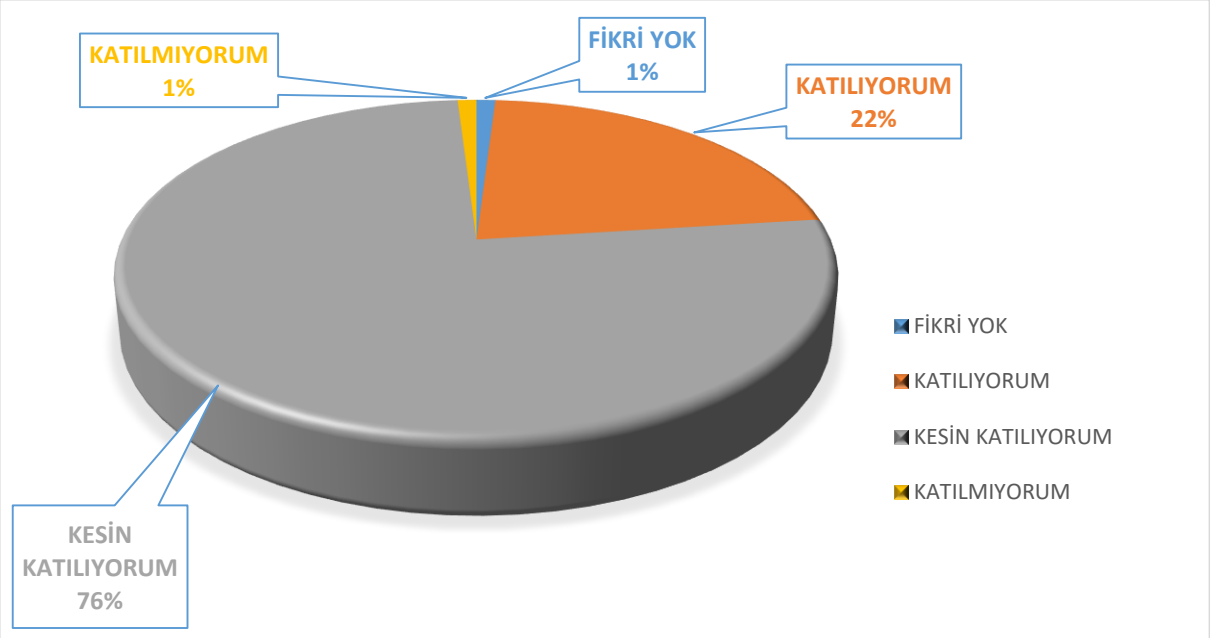
Bununla birlikte çok açık bir biçimde gözlemlenmiştir ki, her imam mesleğini heyecanla yapmakta, yaptığı işten pişmanlık duymamakta ve mesleki tatmini yüksek duygularla yaşamaktadır.

Araştırmaya Katılan İmamların, Mesleki Tatmin ve Mesleki Sahiplenmelerinin Tespitine Ait Bulgular

İmamı, camisinde, bölgesinde, cemaatinde daha genel incelemek gerekirse hedef kitle üzerinde kanaat önderi olarak konumlandırılıp konumlandırılmadığına dair bu çalışmamızın temelini oluşturan problem olarak araştırmaya katılan imamlara 9 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara ait grafikler aşağıda sunulmuştur.

Soru: İmamlığı Seçmemdeki En Önemli Etken İslamiyete Hizmet Etmektir.(S.15)

Grafik 38: İslamiyete Hizmet Etmek En Önemli Hedefimdir İfadesine Ait Bulgular

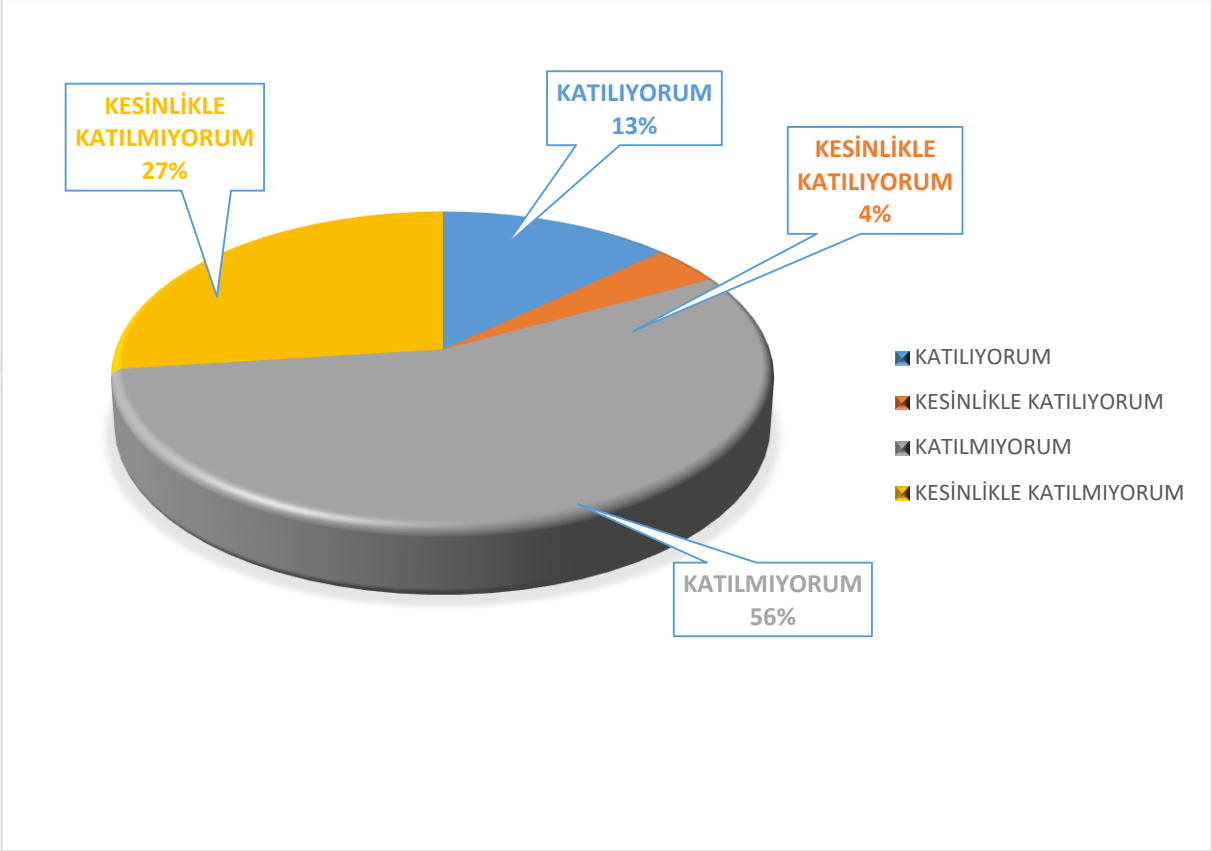


İmamlığı seçmemdeki en önemli etken İslamiyet'e hizmet etmektir ifadesinin yer aldığı 15. soruya ankete katılan imamların % 22'si katılmakta, % 76'i kesinlikle katılmakta, % 1'i katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum" seçeneğidir. Kesinlikle katılmıyorum seçeneğine cevap verilmemiştir

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse tamamı meslek olarak imamlığı seçmelerinin sebebini islamiyete hizmet etmek olduğunu ifade etmişlerdir.

Soru: İmamlık Mesleğimde Heyecanımı Kaybettiğimi Hissediyorum.(S.55)

Grafik 39: Mesleğimde Heyecanımı Kaybettim İfadesine Ait Bulgular



İmamlık mesleğimde heyecanımı kaybettiğimi hissediyorum ifadesinin yer aldığı 55. soruya ankete katılan imamların % 13'ü katılmakta, % 4'ü kesinlikle katılmakta, % 56'sı katılmamakta, % 27'si kesinlikle katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu mesleklerindeki heyecanlarını kaybetmediklerini ifade etmişler, çok az bir kısmının heyecanının azaldığını ifade etmiştir Bireyler uzun süre aynı işleri yaptıkça işine ve mesleğine karşı heyecanını kaybedebilmektedir. Birey yaptığı işte kendini motive eder, işine kendini ne kadar verirse, işinde ki başarısı ve bağlılığı artacaktır. Bunu tetikleyen etken de ilk günkü gibi aynı heyecan, aynı hizmet etme aşkıyla samimiyet ve peygamber ardılı

mesleğe sahip çıkmanın verdiği manevi ve psikolojik hazla sürekli ve taze olarak imamların heyecanı canlı kalmaktadır.

İmamların Mesleki Tatmin ve Mesleklerini Sahiplenmelerinin Düşünceleri Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 14: İmamların Mesleki Tatmin ve Sahiplenmelerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

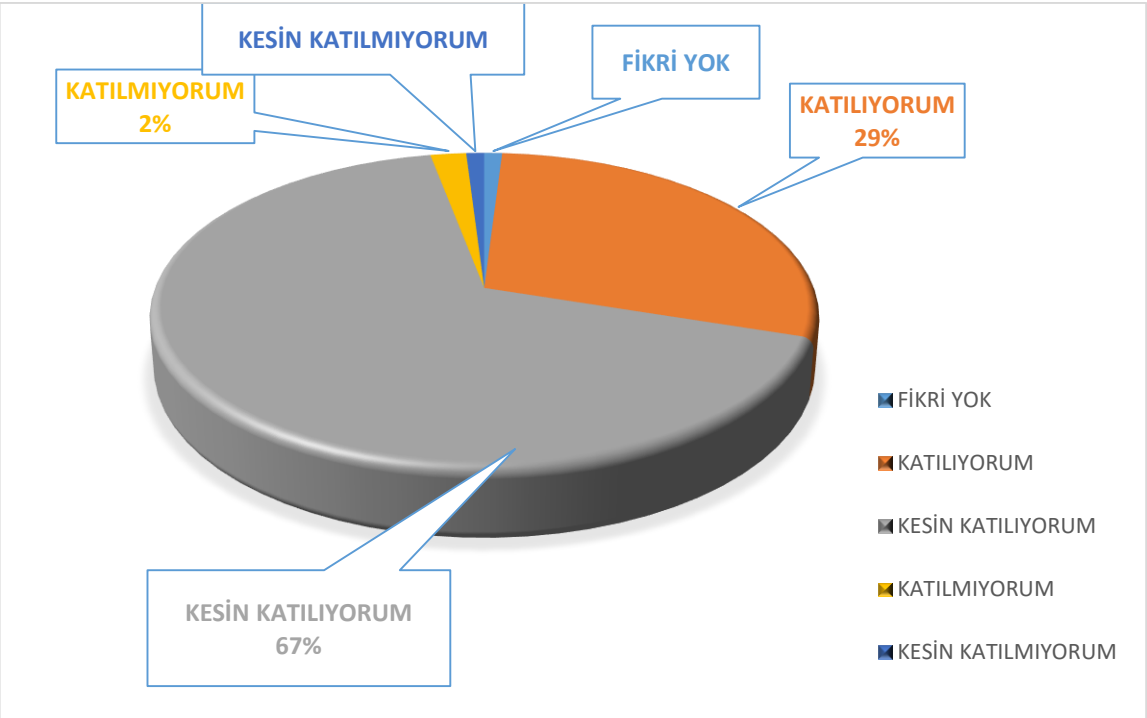
	İslamiyet'e Hizmet Etmek				**Mesleğimde Heyecanımı Kaybettim**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	1	0	0		0	0	1	0
Lise	4	13	1		0	1	12	5
Lisans	7	23	0		4	2	12	13
Önlisans	6	37	0		8	1	26	8
Lisansüstü	4	3	0		1	0	5	1
SÜRE								
1-4	3	11	0		2	0	10	2
5-14	11	23	0		5	2	18	9
15-24	6	23	1		5	1	16	8
25 +	2	18	0		1	1	11	8
FAYDA								
Maaş iş garantisi	5	7	1		3	1	6	3
Topluma hizmet	12	46	0		6	1	34	18
Önderlik	4	16	0		4	2	8	6
İtibar görme	1	4	0		0	0	5	0
NEDENLER								
Kendi kararım	8	51	0		6	1	32	20
Aile isteği	7	11	1		3	3	10	4
Hoca yönlendirme	2	5	0		1	0	5	1
Çevresel etkiler	3	9	0		3	0	8	1
GELİR DÜZEYİ								
Fakir	0	0	1		0	1	0	1
Orta Düzey	22	70	0		13	3	53	24
Zengin	0	4	0		0	0	2	2
YAŞAM YERİ								
Köy kasaba	3	6	0		1	0	6	2
İlçe	5	14	0		2	0	12	5
Kent	11	24	0		6	2	18	12
Büyükşehir	3	31	1		13	4	56	27

İmamlık mesleğini inandığı dine hizmet amacı ile yaptığını söyleyen kesinlikle katılımın en yoğun olduğu 37 kişinin ön lisans mezunu olması, eğitim seviyesinin

artmasıyla mesleğe verilen değerin ve idealist olmanın doğru orantılı olduğunu görüyoruz. Özellikle kendi kararıyla imam olmayı seçen 51 kişinin işini manevi tatmin ve yüksek sorumluluk duygusuyla beraber yaptığı ancak köyde yaşayan imamların bu soruya en düşük katılımla cevap vermesi köy yaşamında İslam dinine hizmet etmekten daha çok sırdan bir görev ifa etme bilinciyle hareket edildiği sonucunu görmekteyiz. Yine mesleğimde heyecanımı kaybettim sorusuna katılıyorum cevabı veren deneklerin 13 tanesinin büyükşehirde olması ayrıca araştırma konusu olmayı hak ediyor. Büyükşehirlerde ki yoğunluk, kalabalık cemaat, şehrin yorucu ve hızlı yaşamı diğer mesleklerde olduğu gibi imamlık mesleğinde de belirgin şekilde göze çarpmaktadır. Buna göre eğitim ve bilgi birikimi işine idealist yaklaşım ile imamlık mesleğine ilişkin manevi tatmini arasında çok açık bir biçimde doğrusal ilişki gözlenmektedir.

Soru: Benim İçin Yaptığım İşten Zevk Almak Para Kazanmaktan Daha Önemlidir. (S.16)

Grafik 40: Maddi Gelir Değil Mesleğim Daha Değerlidir İfadesine Ait Bulgular

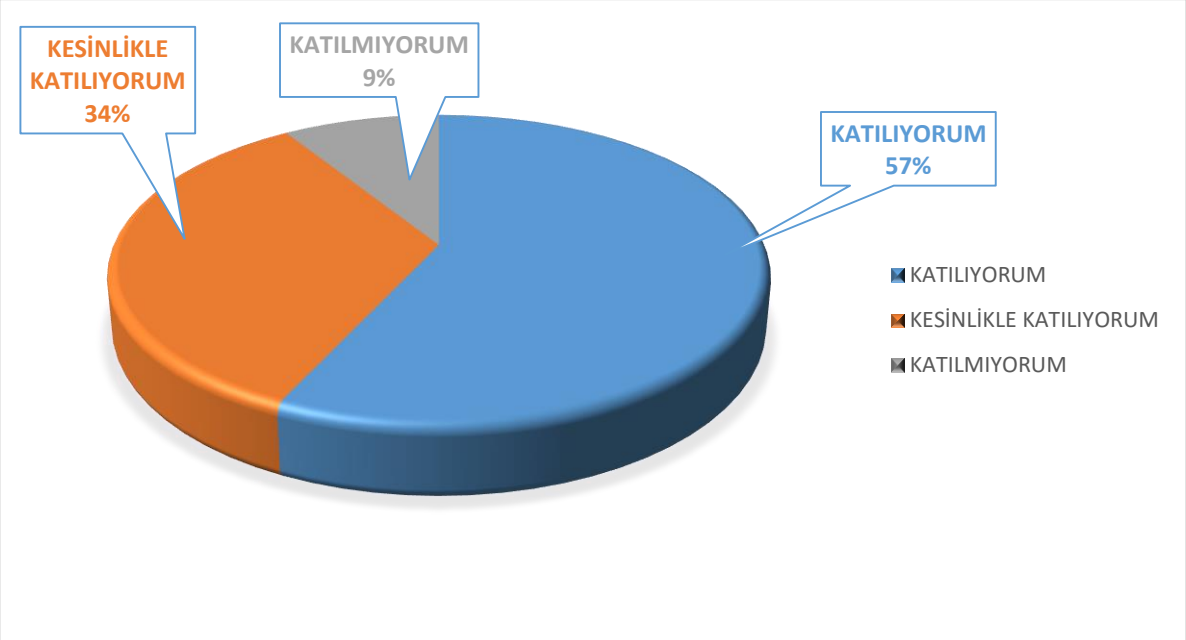


Benim için yaptığım işten zevk almak para kazanmaktan daha önemlidir ifadesinin yer aldığı 16. soruya ankete katılan imamların % 29'u katılmakta, % 67'i kesinlikle katılmakta, % 2'si katılmamakta, % 2'si kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum" ve "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse tamamı mesleklerindeki birinci öncelikleri para değil, severek görevlerini ve mesleklerini icra etmektir.

Soru: Yetenek ve Becerilerime Uygun Bir İşi Yapmanın Mutluluğunu Tam Anlamıyla Yaşıyorum. (S.26)

Grafik 41: Mesleğim Yetenek ve Becerilerime Uygundur İfadesine Ait Bulgular



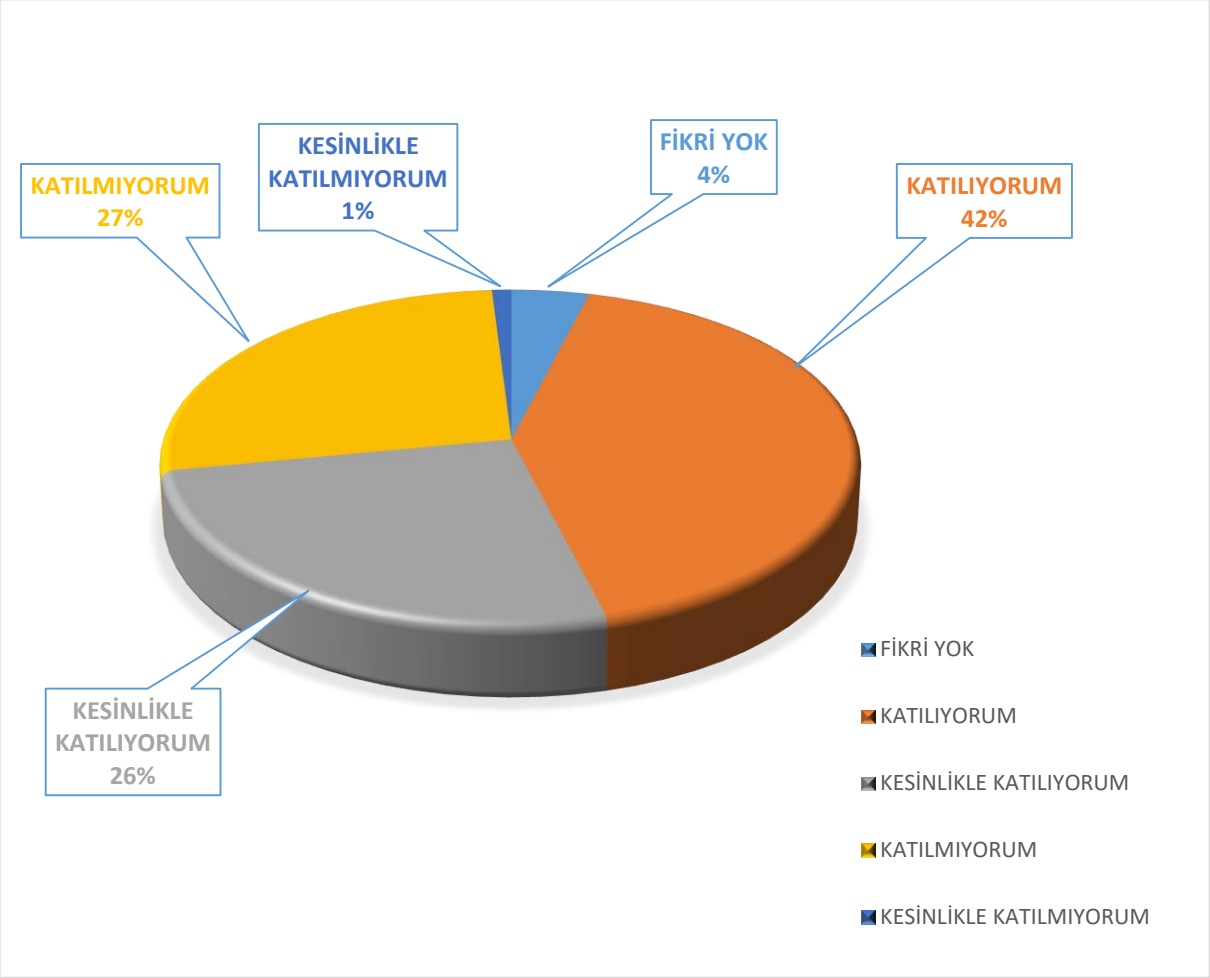
Yetenek ve becerilerime uygun bir işi yapmanın mutluluğunu tam anlamıyla yaşıyorum ifadesinin yer aldığı 26. soruya ankete katılan imamların % 57'si katılmakta, % 34'ü kesinlikle katılmakta, % 9'u katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum", hiç işaretlenmeyen seçenek ise "Kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse tamamı karakterlerine ve yeteneklerine uygun bir mesleği icra ettiklerini ifade etmişlerdir. Bireyler severek,

isteyerek, benimseyerek işe sahip çıkarlarsa, işlerini icra ettiklerinde başarılı olmalı kolaylaşır, hem de tam anlamıyla hem iş de hem de sosyal ve ailevi ilişkilerinde başarılı olurlar.

Soru: İmam Olmamın Beni İyi Bir Kariyer Sahibi Yaptığına İnanıyorum.(S.30)

Grafik 42: Mesleğim İyi Bir Kariyer Sağlar İfadesine Ait Bulgular

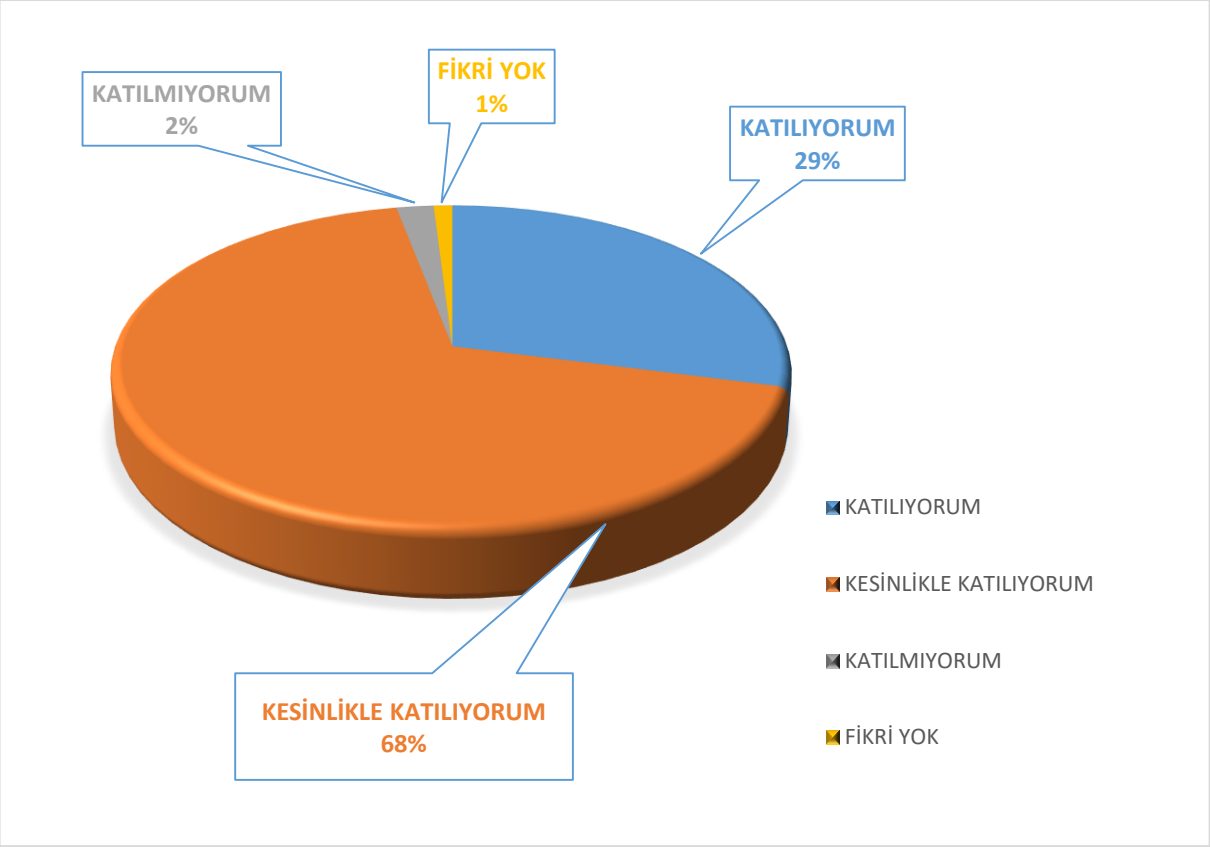


İmam olmamın beni iyi bir kariyer sahibi yaptığına inanıyorum ifadesinin yer aldığı 30. soruya ankete katılan imamların % 42'si katılmakta, % 26'sı kesinlikle katılmakta, % 27'si katılmamakta, % 1'i kesinlikle katılmamakta, % 4'ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse üçte ikisi imam olmalarının onları iyi bir kariyer sahibi yaptığını, kalan kısmı da tam aksi yönde fikir belirtmiştir.

Soru: Meslekteki Birincil Önceliğim Para Değil Peygamber Mesleğine Sahip Çıkmaktır. (S.18)

Grafik 43: Peygamber Mesleğine Sahip Çıkacağım İfadesine Ait Bulgular



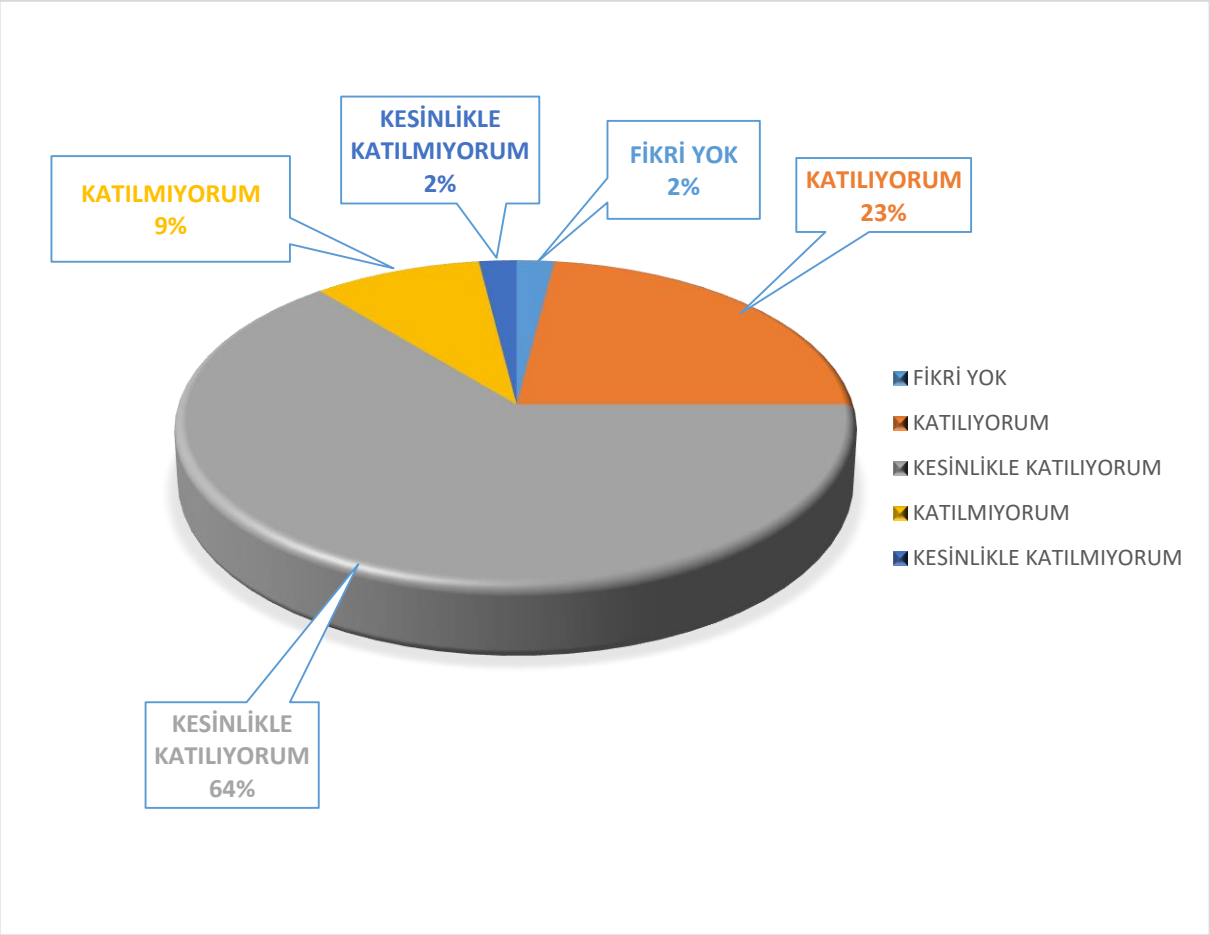
Meslekteki birincil önceliğim para değil peygamber mesleğine sahip çıkmaktır ifadesinin yer aldığı 18. soruya ankete katılan imamların % 29'u katılmakta, % 68'i kesinlikle katılmakta, % 2'si katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum seçeneğidir. Kesinlikle katılmıyorum seçeneği cevaplandırılmamıştır.

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse tamamı mesleklerini para için değil manevi yükümlülükler için yerine getirmektedir. Bir önceki sorudaki "Benim için yaptığım işten zevk almak para kazanmaktan daha önemlidir" ifadesindeki sonuçla, Meslekteki birincil önceliğim para değil peygamber mesleğine sahip çıkmaktır"

ifadesindeki sonuç paralellik arz etmektedir. İmamlar görevlerini yerine getirirken birincil maddi beklenti, para, makam v.s. değil, peygamber mesleği ve emaneti olan mihraba sahip çıkmak ve bu işi yaparken severek benimseyerek yapmak ifade edilmiştir.

Soru: İmam Olduğuma Pişman Değilim. (S.21)

Grafik 44: İmam olduğuma Pişman Değilim İfadesine Ait Bulgular



İmam olduğuma pişman değilim ifadesinin yer aldığı 21. soruya ankete katılan imamların % 23'ü katılmakta, % 64'i kesinlikle katılmakta, % 9'u katılmamakta, % 2'si kesinlikle katılmamakta, % 2'si ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu neredeyse tamamı imam oldukları için bu mesleği seçtikleri için pişman olmadıklarını ifade etmişlerdir.

Mesleklerini bilerek veya bilmeyerek, birilerinin etkisinde veya çevresel etkileri ve yönlendirmeler etkisiyle mesleğe katılmış olsalar bile yaptıkları işi severek ve mesleklerinden pişmanlık duymadan icra ettikleri sonucuna varılmaktadır.

İmamların Mesleki Tatmin ve Mesleklerini Sahiplenmelerinin Düşünceleri Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

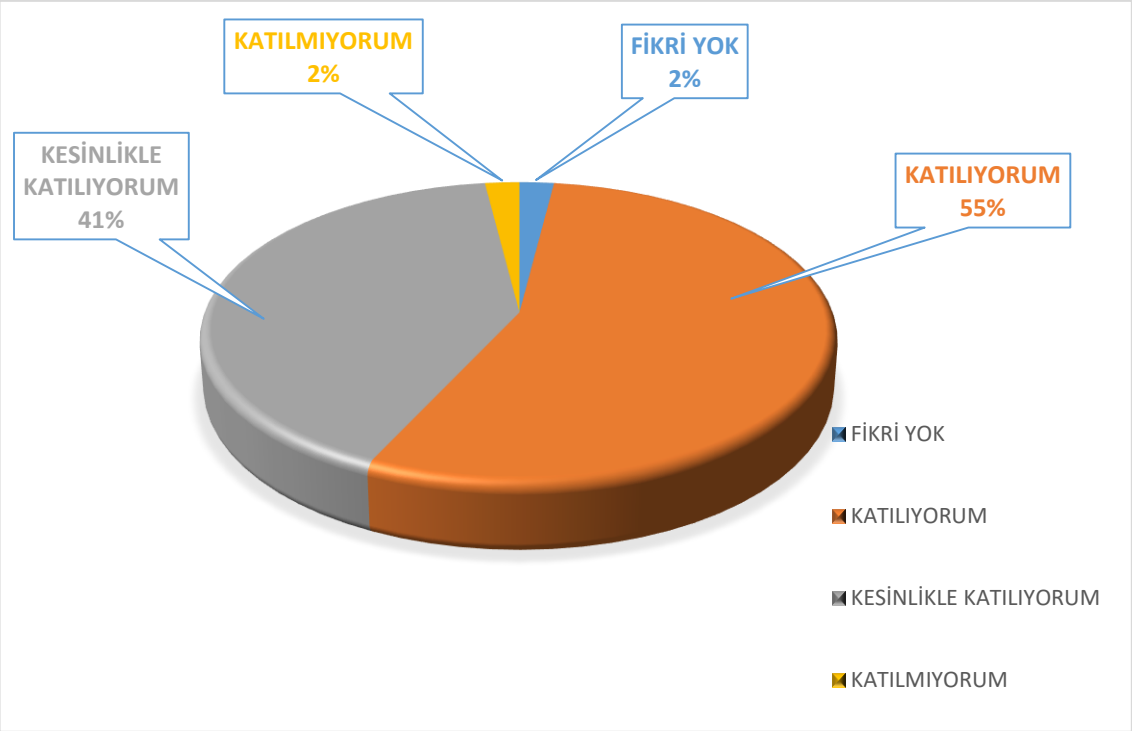
Tablo 15: İmamların Mesleki Tatmin ve Sahiplenmelerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	Peygamber Mesleğine Sahip Olmak				**İmam Olduğuma Pişman Değilim**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	1	0	0		0	1	0	0
Lise	6	11	1		3	13	1	0
Lisans	8	23	0		6	20	3	1
Önlisans	10	31	1		10	27	5	1
Lisansüstü	4	3	0		4	3	0	0
SÜRE								
1-4	4	10	0		1	9	2	1
5-14	13	19	1		8	22	3	0
15-24	6	19	1		8	20	1	1
25 +	5	16	0		5	13	3	0
FAYDA								
Maaş iş garantisi	6	5	2		4	7	2	0
Topluma hizmet	16	43	0		14	40	3	2
Önderlik	6	13	0		5	11	2	0
İtibar görme	1	4	0		0	3	2	0
NEDEN İMAM								
Kendi kararım	14	45	0		14	38	4	2
Aile isteği	8	10	2		5	12	3	0
Hoca yönlendirme	2	4	0		0	5	1	0
Çevresel etkiler	4	8	0		3	8	1	0
GELİR								
Fakir	0	1	1		0	0	1	0
Orta Düzey	29	62	1		23	61	7	1
Zengin	0	4	0		0	3	0	1
YAŞAM YERİ								
Köy kasaba	3	5	0		2	7	0	0
İlçe	6	13	0		6	12	0	0
Kent	10	24	1		9	22	2	1
Büyükşehir	10	25	1		6	23	6	1

İmamlık mesleğini peygamber mesleği olarak gören 43 kişi bu işi toluma hizmet etmek amaçlı yapan kişiler olduğunu görüyoruz. Aynı zamanda kendi kararı ile imam olan 45 kişinin peygamber mesleğine sahip çıkma niyetiyle bu mesleği yaptığı ve eğitim seviyesi yükseldikçe bu görüşü beyan edenlerin sayısında bir artma olduğu gözlenmektedir. İmamların yaptığı mesleği büyük bir sorumlulukla sadece devlet memuru olarak görevini yerine getirme amacı ile değil peygamber mirasına sahip çıkma duygusu ve bilinci ile hareket ettiklerini söylemek mümkündür. Aynı eğilim imam olduğum için pişman değilim ölçeğine verilen cevaplar içinde geçerlidir. Ön lisans mezunu 27 kişi mesleği seçtiğine pişman olmadığını ve bu mesleği topluma hizmet amacıyla yaptığını söyleyen 40 kişi katılımın en yoğun olduğu ölçek olarak görülmektedir.

Soru: Önemli Gün Ve Gecelerde Programlar Düzenlerim. (S.74)

Grafik 45: Önemli Günlerde Programlar Düzenlerim İfadesine Ait Bulgular

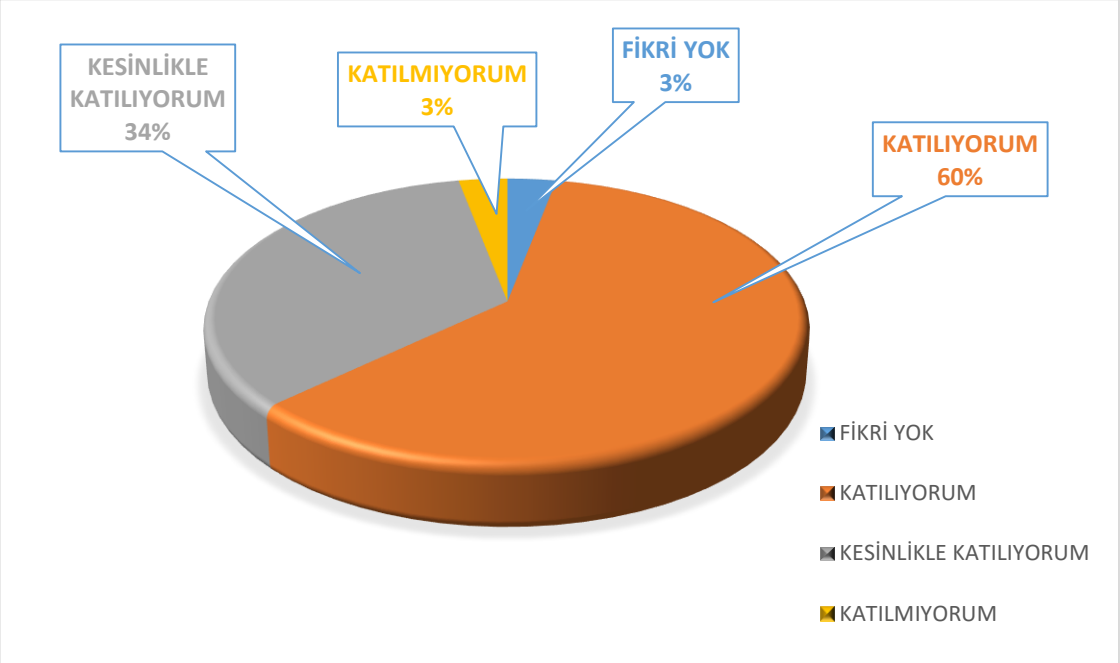


Önemli gün ve gecelerde programlar düzenlerim ifadesinin yer aldığı 74. soruya ankete katılan imamların % 55'i katılmakta, % 41'i kesinlikle katılmakta, % 2'si katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum", hiç işaretlenmeyen seçenek ise "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu neredeyse tamamı önemli gün ve gecelerde camisinde cemaate yönelik günün anlam ve önemine binaen çeşitli programlar düzenlemekte olduklarını ifade etmişlerdir. İmamların bu şekilde faaliyetlerde bulunmaı cemaati birbirine kaynaştırmakta, imam ile cemaat arasındaki iletişimi güçlendirmekte, imamın mesleğine ve hedef kitlesine olan aidiyetini güçlendirmekte ve mesleki sahiplenmesini olgunlaştırmaktadır

Soru: Cuma Vaazları Dışında Ekstra Dersler Yaparım. (S.82)

Grafik 46: Hedef Kitlem ile Ekstra Dersler Yaparım İfadesine Ait Bulgular



Cuma vaazları dışında ekstra dersler yaparım ifadesinin yer aldığı 82. soruya ankete katılan imamların % 60'ı katılmakta, % 34'ü kesinlikle katılmakta, % 3'ü

katılmamakta, % 3'ü fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum", hiç işaretlenmeyen seçenek ise "kesinlikle katılmıyorum"

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu neredeyse tamamı Cuma vaazları dışında da camide sohbetler, vaazlar tebliğ ve irşad faaliyetlerinde bulunduklarını ifade etmişlerdir.

İmamların Mesleki Tatmin ve Mesleklerini Sahiplenmelerinin Düşünceleri Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 16: İmamların Mesleki Tatmin ve Sahiplenmelerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	Önemli Günlerde Programlar Düzenlerim				**Cuma Vaazları Dışında Ekstra Dersler Yaparım**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	0	1	0		1	0	0	
Lise	8	10	0		12	4	1	
Lisans	17	14	0		15	16	0	
Önlisans	24	15	2		28	11	2	
Lisansüstü	6	1	0		4	3	0	
SÜRE								
1-4	6	6	1		8	5	0	
5-14	21	13	0		24	6	3	
15-24	15	13	1		15	14	0	
25 +	12	9	0		12	9	0	
FAYDA								
Maaş iş garantisi	7	6	0		6	5	2	
Topluma hizmet	30	28	0		32	25	1	
Önderlik	12	6	1		17	2	0	
İtibar görme	3	1	1		2	2	0	
NEDEN İMAM								
Kendi kararım	35	20	2		38	19	1	
Aile isteği	10	10	0		11	7	2	
Hoca yönlendirmesi	4	3	0		6	1	0	
Çevresel etkiler	5	7	0		4	6	0	
GELİR								
Fakir	2	0	0		2	0	0	
Orta Düzey	50	39	2		54	33	3	
Zengin	2	2	0		3	1	0	
YAŞAM YERİ								
Köy kasaba	5	4	0		8	0	1	

İlçe	11	8	0		11	6	1	
Kent	15	17	2		19	14	1	
Büyükşehir	23	12	0		21	14	0	1

İmamların cami cemaatine günlük ibadetlerinin yapılmasında ki öncülüğü dışında özel gün ve gecelerde cemaati ile bir araya gelmeye vesile olma amaçlı anma ve kutlama içeren programlar hazırladıklarını "önemli gün ve gecelerde programlar düzenlerim" ölçeğine verilen cevaplarla imamların cemaatine mesleğinin icapları dışında da iletişime girebileceği her imkanı değerlendirdiğini görüyoruz. 28 kişinin katıldığı topluma hizmet amacı güderek imamlık mesleğini yaptığını söyleyen kişilerin aynı zamanda 24' ü ön lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Buna göre imamlık mesleğini kendi isteğiyle seçmiş imamların cemaati ile cami dışında da iletişime geçtiğini mesleğini topluma hizmet amacı güderek yapmanın sorumluğunu bilincini taşıyan imamların ellerinde ki tüm fırsatları doğru bir biçimde kullandığını düşünebiliriz. Demek ki, imamlık mesleğinde kendi isteğiyle bu mesleği seçmenin ve topluma hizmet amacı gütmenin mesleği verimli ve kaliteli şekilde yapmaya sebep olduğu görülmektedir.

3.6.2.6. İmamın Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkilerinin Konumlandırılması

İmamların Tutum ölçeklerine ilişkin 73 soru 8 grup halinde kategorize edilerek incelenmiş olan çalışmamızın 6. grubu olan İmamın Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkilerinin Konumlandırılması İmam medya ilişkisinin konumlandırılmasına ilişkin bulgular grafikler ve değişkenler arası ilişkileri gösteren crostable'lar ve onlara ilişkin değerlendirmeler birlikte aşağıda sunulmaktadır

Bireyler doğumundan ölümüne kadar sürekli olarak diğer canlılarla iletişim ve etkileşim halindedir. Birey ailesi, çevresi, iş ilişkileri, akrabalık, arkadaşlık gibi birçok ortam ve statüde farklı kişi ve gruplarla farklı zeminlerde birbirinden farklı iletişime geçer. İmamlar özelinde incelemek gerekirse bu çalışmamızda birebir hedef kitleleri ve ikincil üçüncül diye literatüre geçmiş olan diğer ve uzak hedef kitlerle olan ilişkisi

ne durumdadır ve beklentileri nelerdir ne sıklıkladır konularının tespitine yönelik bir takım sorular sorduk.

İmamların yaptıkları iş ve meslekleri gereği, hedef kitleleri ile olan iletişimlerinin boyutları, hedef kitlesinin dışındaki diğer kamuyla olan ilişkisi mesleki etkileşimine dair fikir ve düşüncelerini tespit etmek için araştırmaya katılan imamlara 10 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara ait grafikler aşağıda sunulmuştur.

Bu başlık altında 10 adet soru kullanılmıştır. Bu sorulara ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 17'da sunulmaktadır.

Tablo 17: İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkilerin Konumlandırılması

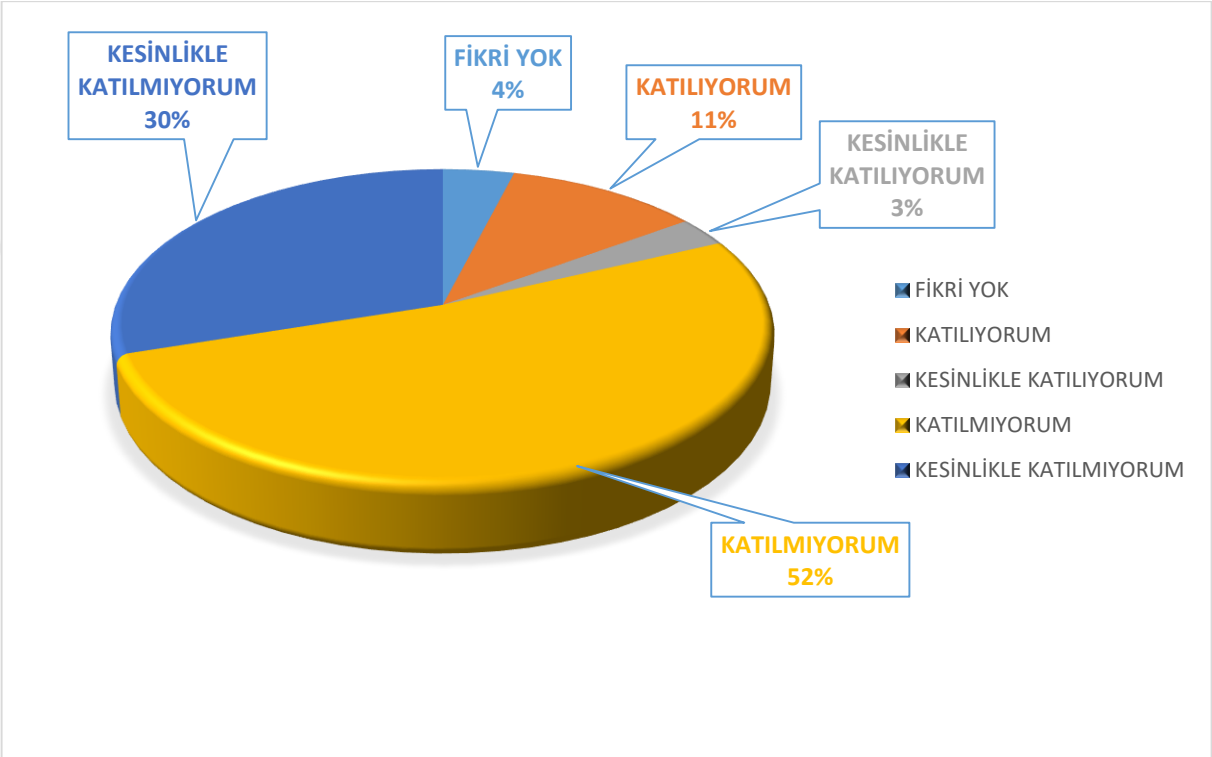
	Sorular	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikri Yok
50	**İmamlar Cemaate Siyasete Dair konularla İlgili Bilgi Vermektedir.**	11	3	52	30	4
54	**İmam Cemaatle Arasına Mesafe Koymalıdır.**	44	8	31	16	1
58	**Başım Sıkıştığında Cemaatim Bana Destek Olur.**	54	14	20	8	4
81	**Desteklediğim Siyasi Görüşü İçeren Sohbet ve Nasihatleri Cemaatimle Paylaşırım.**	14	5	47	32	2
57	**Şahsi İşlerimde (Alışveriş de, Alım Satım da v.b.) Mesleki Konumumu Kullanırım.**	7	4	55	33	1
63	**İmamlık Kişiliğim ve Kimliğimle Kumarhane Meyhane Gibi Mekanlara İrşad İçin Giderim.**	17	3	57	21	2
64	**Cemaatimden Birinin Başı**	69	27	2	2	0

	Sıkıştığında Ziyaretinde Bulunurum.					
69	**İmamlar Bulunduğu Ortamın Sosyal ve Ekonomik Statüsüne Göre Tebliğ ve Vaaz İçeriklerini Değiştirirler.**	51	21	18	6	4
72	**Hedef Kitlem Bana 24 Saat Ulaşabilir.**	57	28	12	3	0
59	**Kadınlara Dini Eğitim Veririm.**	19	9	52	19	1

10 ölçüm aracı ile elde edilen verilere topluca bakıldığında % 69 ile katılımın en yoğun olduğu bulgu: "cemaatimden birinin başı sıkıştığında ziyaretinde bulunurum" yargısı ile dile getirilen kanaattir. Mesleğin iletişim yönünden rahatlığını kapsayan yargı ise % 57 ile ikinci sırada yer almaktadır. İmamlar cemaati tarafından 24 saat ulaşılabilir olduğunu söylemişlerdir. Katılımın en düşük olduğu yargı ise kadınlara eğitim veririm sorusuna verilen cevap olduğu görülmektedir. İmamların başım sıkıştığında cemaatim bana destek olur yargısına verilen olumlu cevabın bizi imamların hedef kitlesinde ki konumunun olumlu olduğu yargısına ulaşmamızı sağlamaktadır.

Soru: İmamlar Cemaate Siyasete Dair konularla İlgili Bilgi Vermektedir. (S.50)

Grafik 47: İmamlar Siyasi Konularda Cemaatini Bilgilendirir İfadesine Ait Bulgular

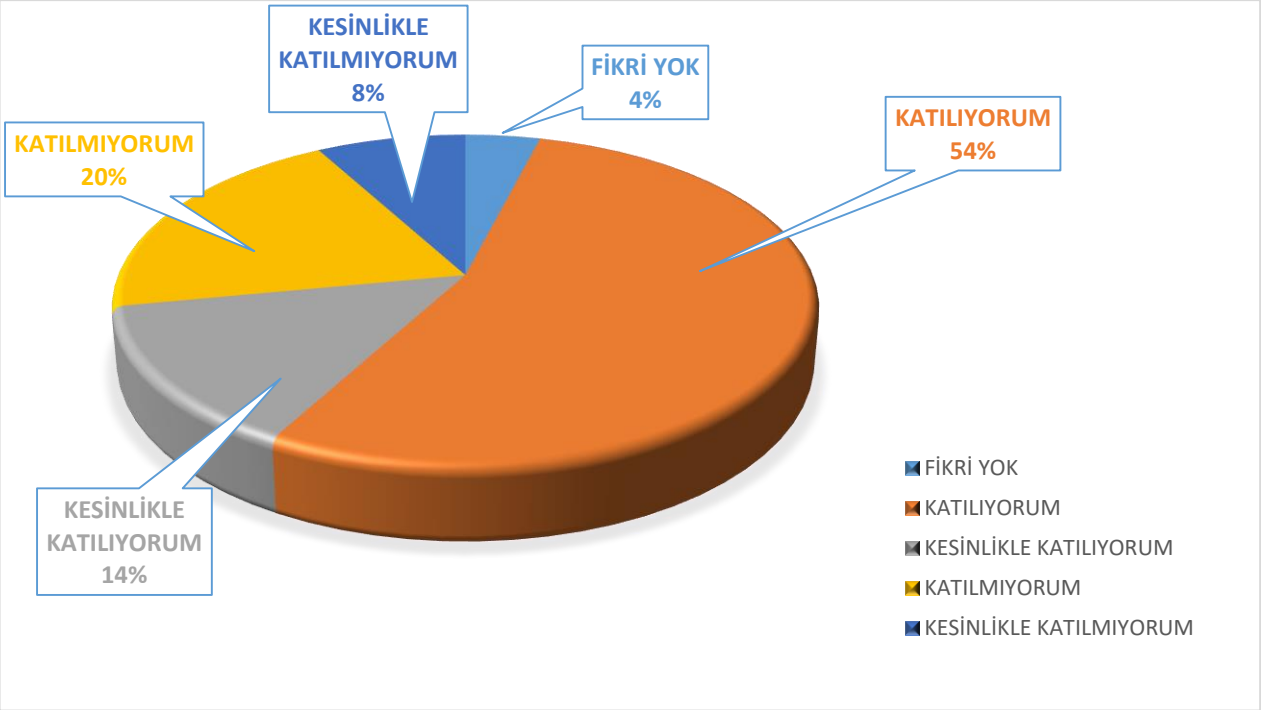


İmamlar cemaate siyasete dair konularla ilgili bilgi vermektedir ifadesinin yer aldığı 50. soruya ankete katılan imamların % 11'i katılmakta, % 3'ü kesinlikle katılmakta, % 52'si katılmamakta, % 30'u kesinlikle katılmamaktadır. % 4'ü fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu cemaatlerine siyasi konularla alakalı bilgi paylaşımı yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Siyasi erkin ve hakim ideolojinin fikir taşımacılığını yapamayan sadece manevi ve dini açığı, eksikliği kapatmaya çalışan, görevini severek ilk günkü heyecanla yapan bir meslek grubuna sahip imamların olduğu yapılan anket çalışmasındaki denekler üzerinden ortaya çıkmaktadır.

Soru: Başım Sıkıştığında Cemaatim Bana Destek Olur. (S.58)

Grafik 48: Problemle Karşılaştığımda Cemaatim Bana yardımcı Olur İfadesine Ait Bulgular

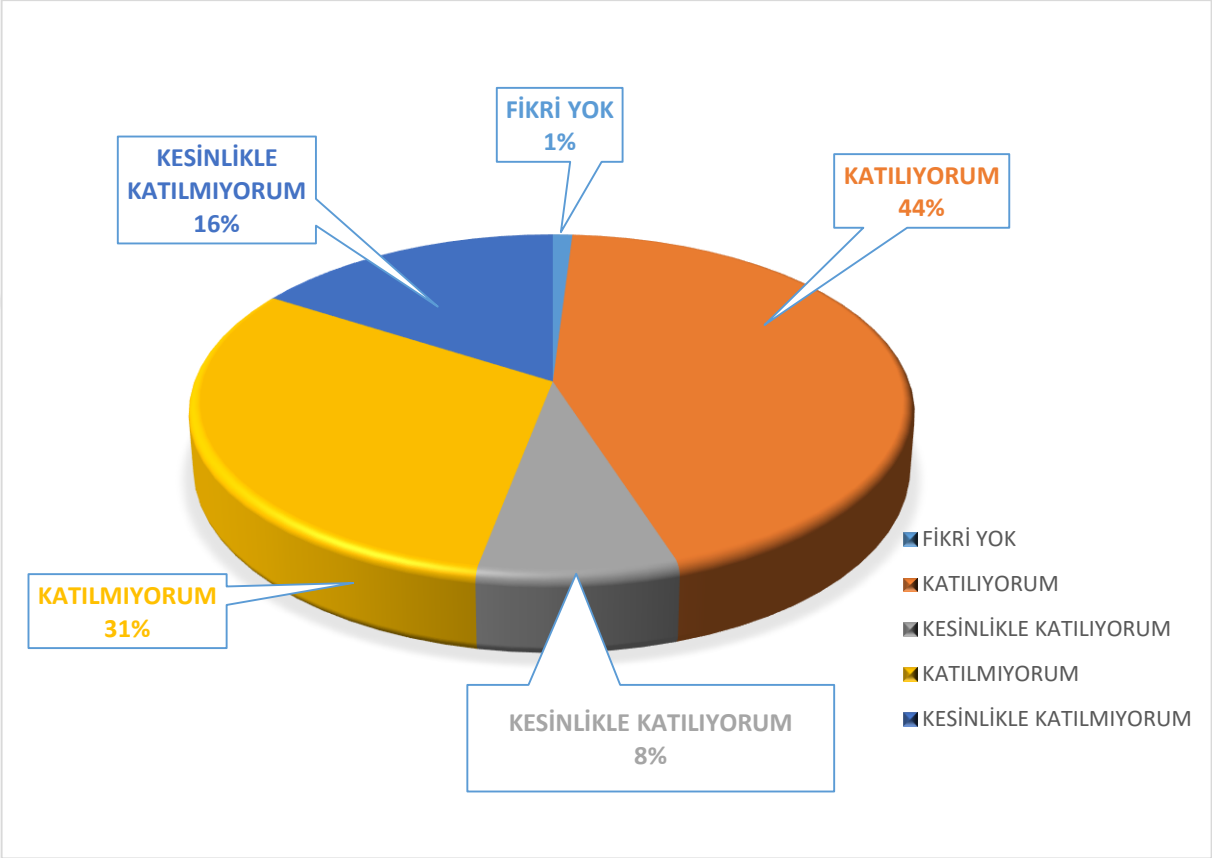


Başım sıkıştığında cemaatim bana destek olur ifadesinin yer aldığı 58. soruya ankete katılan imamların % 54'ü katılmakta, % 14'ü kesinlikle katılmakta, % 20'si katılmamakta, % 8'i kesinlikle katılmamakta % 4'ü fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi cemaatine güvenmekte, cemaatinin arkasında durduğunu / duracağını ifade etmişlerdir. Cemaatin imamına sahip çıkması, imamına güvendiğini, onu örnek aldığını, onun liderliğine güvendiğini ortaya koymaktadır.

Soru: İmam Cemaatle Arasına Mesafe Koymalıdır.(S.54)

Grafik 49: İmam ile Cemaat Arasında Mesafe Olmalı İfadesine Ait Bulgular



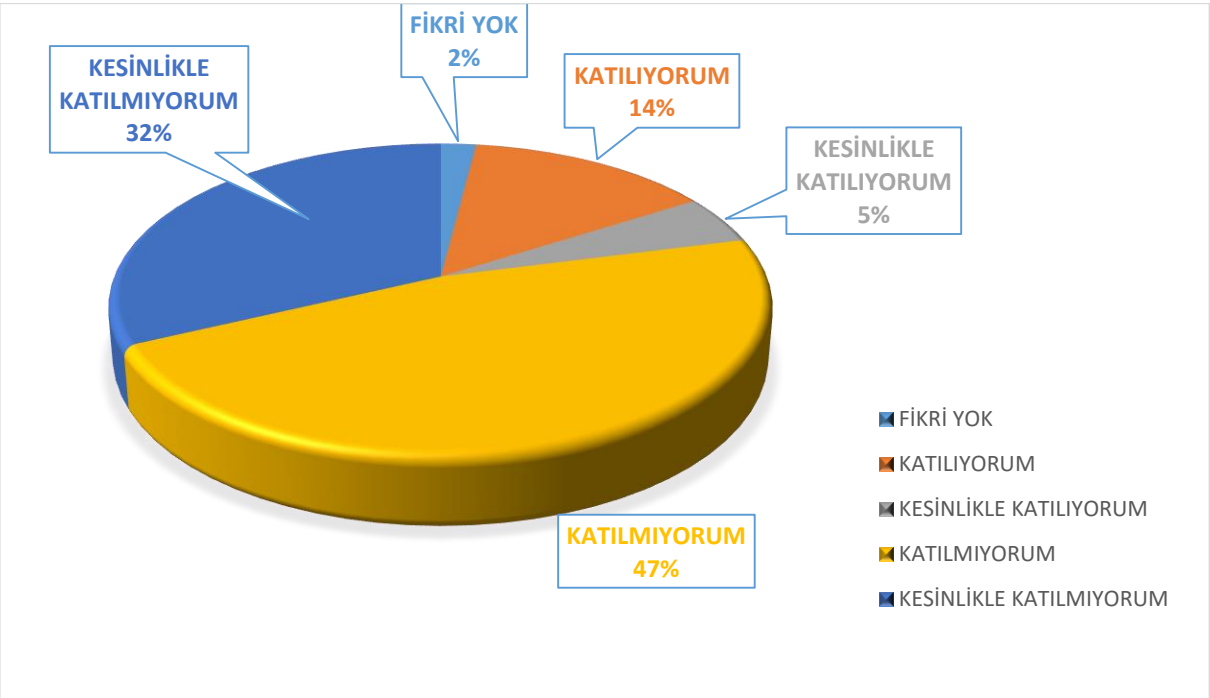
İmam cemaatle arasına mesafe koymalıdır ifadesinin yer aldığı 54. soruya ankete katılan imamların % 44'ü katılmakta, % 8'i kesinlikle katılmakta, % 31'si katılmamakta, % 16'sı kesinlikle katılmamaktadır. % 1'i fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse yarısı cemaatle arasına mesafe koymayı kabul etmemekle birlikte, diğer yarısı da mesafe koymanın doğru olacağını ifade etmişlerdir. Saygı, sevgi, nezaket kuralları çerçevesinde yakınlaşma ve samimiyet ortamı her beşerde olduğu gibi imam ile cemaat arasında da olmalıdır. Lakin bu samimiyet fazla ileriye gidip imamın örnek rol model olmasını engelleyecek

seviyede olmamalıdır. Tam aksine de imam kendini cemaatten soyutlamamalı veya kendi şahsına kutsiyet atfedip, şahsını ulaşılamaz seviyelere çıkarıp cemaatle ilişkisini resmi bir düzene sokmamalıdır.

Soru: Desteklediğim Siyasi Görüşü İçeren Sohbet ve Nasihatleri Cemaatimle Paylaşırım (S.81)

Grafik 50: Siyasi Görüşüm Sohbetlerimin İçeriğini Şekillendirir İfadesine Ait Bulgular



Desteklediğim siyasi görüşü içeren sohbet ve nasihatleri cemaatimle paylaşırım ifadesinin yer aldığı 81. soruya ankete katılan imamların % 14'ü katılmakta, % 5'i kesinlikle katılmakta, % 47'si katılmamakta, % 32'si kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası cemaatine yapmış vaaz ve nasihatlerde siyasi kimliği kapsamında ideolojik enformasyon ekmediğini ifade etmişlerdir. Siyasi, bürokratik, politik hiçbir çizgiyi rol model almadan sadece

Allah'ın Kuran ve Resul'ünün Sünneti çizgisinde hedef kitlelerine gerekli dini bilgileri aktarmalıdır. Sahip olduğu cemaati veya hedef kitleleri kendisinin savunduğu veya kabul ettiği ideolojik veya siyasal kimlikten olmadığı durumlarda camiye veya dini meclisler siyasi partilerin söylem ve ideolojilerin yayılması için kullanılan bir kanal konumuna gelebilmektedir ve bireyler bundan olumsuz olarak etkilenmekte, imamın uygulamış olduğu bu tarz uzun vadede dine ve cemaatin birlik ve beraberliğine zarar vermesini tetikleyebilmektedir.

İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkileri ile Alakalı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 18: İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İletişimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	İmam Cemaatle Arasına Mesafe Koyar				**Siyasi Görüşüme Uygun Sohbet ve Nasihatte Bulunurum**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	0	0	1	0	0	0	1	0
Lise	6	1	6	5	4	0	7	6
Lisans	10	4	10	6	4	2	14	11
Önlisans	24	2	13	4	5	2	21	14
Lisansüstü	4	1	1	1	1	1	4	1
SÜRE								
1-4	6	2	4	2	1	1	8	3
5-14	16	5	8	4	7	1	8	3
15-24	11	0	14	5	4	2	14	10
25 +	11	1	4	5	2	1	9	9
EĞİTİM ŞEKLİ								
Okul	4	1	1	3	2	0	4	3
Medrese	2	0	4	2	0	1	6	1
Kuran kursu	12	3	7	6	5	1	12	8
Üniversite	26	4	19	5	7	3	25	20
İDEOLOJİ								
Demokrat	1	0	0	0	0	0	0	1
Liberal								
Milliyetçi	6	0	0	3	2	0	3	4
Muhafazakar	24	5	18	7	10	3	24	18
İslamcı	9	2	11	5	2	2	14	8
Cumhuriyet	0	1	0	0	0	0	1	0
laik								
YAŞAM YERİ								
Köy kasaba	3	0	4	2	0	0	7	2

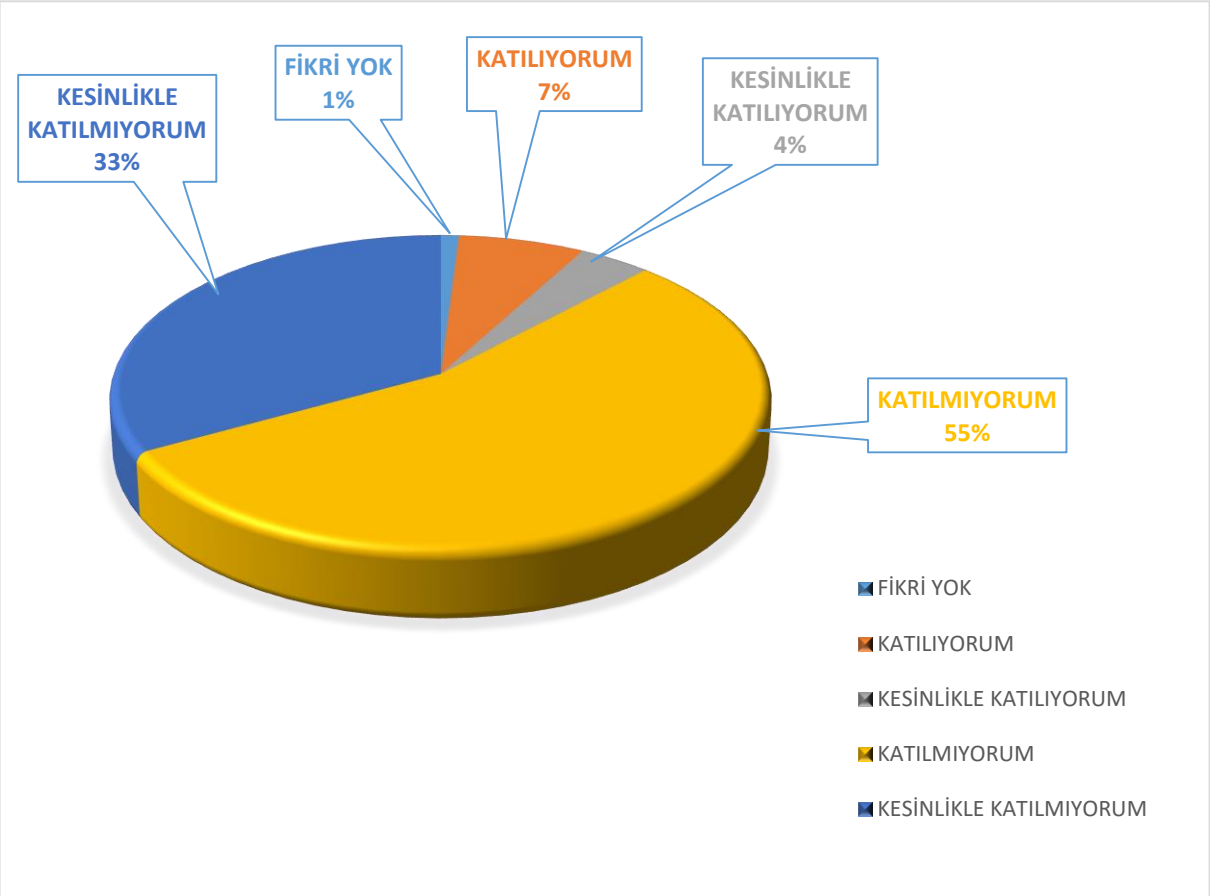
İlçe	11	1	6	1	3	0	8	8
Kent	17	3	11	4	7	4	13	11
Büyükşehir	12	4	10	9	4	1	18	11

İmamların siyasi görüşlerini mesleklerinden ayrı tuttuğu yargısına vardığımız katılımın en düşük olduğu ölçek ile cemaate vaaz vererek iyiye güzele doğruya yönlendirme amacı güden imamların cemaatin siyasi görüşünü etkilememek için vaazlarını dikkatle yaptığı yargısına varabiliriz. Eğitim seviyesi arttıkça cemaatle imam arasında mesafe olmalıdır ölçeğine katılımın yüksek olması ayrı bir araştırma konusu olmalıdır. Meslekte geçen sürenin artmasıyla cemaatle imam arasında mesafe olmalıdır ölçeğine verilen cevap katılımın en düşük olduğu ölçek olarak tecrübenin iletişimdeki etkinliğine dikkat çeken bir yargı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Buna göre eğitim ve tecrübenin imamlık mesleğinde hedef kitle ile iletişime geçme konusunda doğrudan bir ilişki olduğunu gözlemlemekteyiz.

Soru: Şahsi İşlerimde (Alışveriş de, Alım Satım da v.b.) Mesleki Konumumu Kullanırım. (S.57)

Grafik 51: Şahsi İşlerimde Mesleki Konumumu Kullanırım İfadesine Ait Bulgular



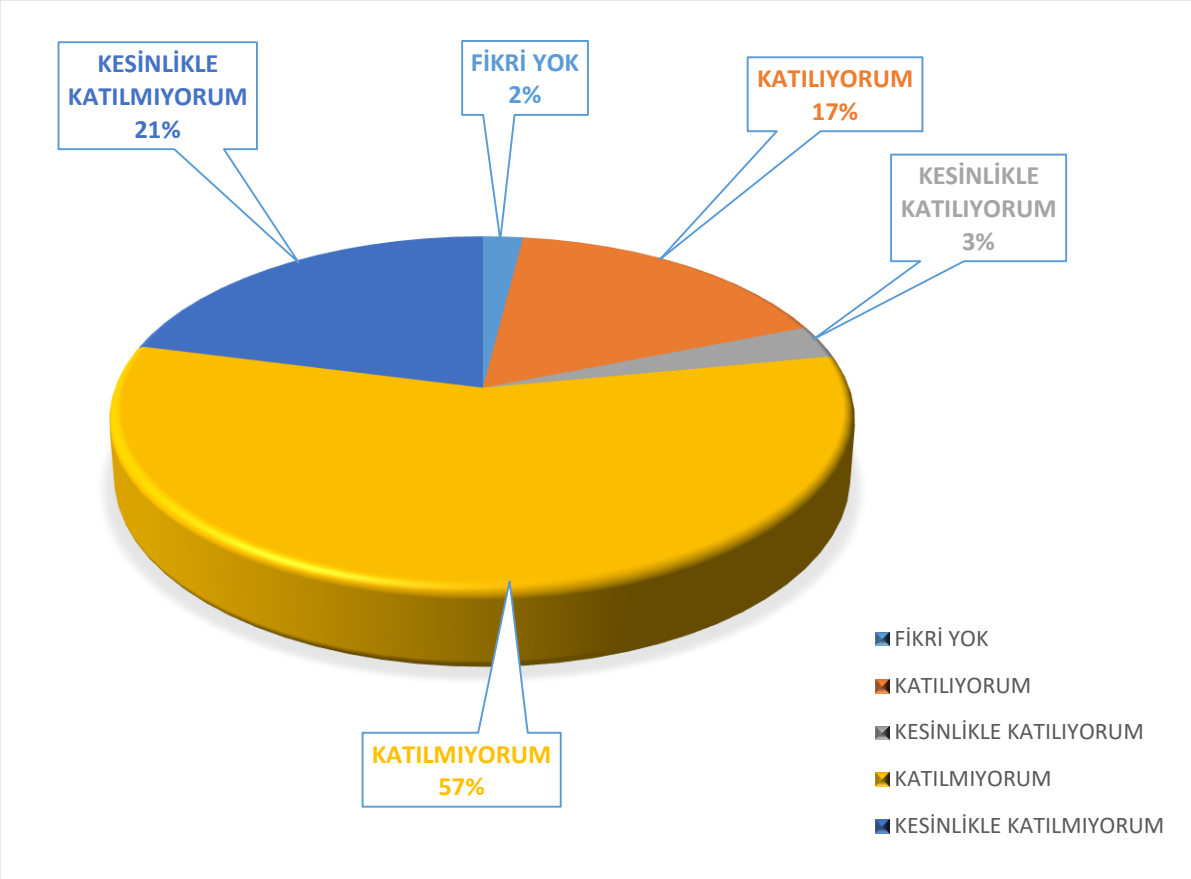
Şahsi işlerimde (alışveriş de, alım satım da v.b.) mesleki konumumu kullanırım ifadesinin yer aldığı 57. soruya ankete katılan imamların % 7'si katılmakta, % 4'ü kesinlikle katılmakta, % 55'i katılmamakta, % 33'ü kesinlikle katılmamakta, % 1'i fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu şahsi statülerini, mesleki itibarlarını kullanarak kişi, kurum ve kuruluşlardan şahsi hiç bir beklenti ve talep içinde bulunmadıklarını ifade etmişlerdir. Rol model olan imam şahsi ve maddi beklenti içeren işleri için hiçbir birey ve kurum önünde kendini ve mesleğini

kullanarak kendini rencide edici, birey nezdinde küçük düşürücü söylem ve harekette bulunmamalıdır.

Soru: İmamlık Kişiliğim ve Kimliğimle Kumarhane Meyhane Gibi Mekanlara İrşad İçin Giderim.(S.63)

Grafik 52: Kumarhane ve Meyhanelerde de Tebliğde Bulunurum İfadesine Ait Bulgular



İmamlık kişiliğim ve kimliğimle kumarhane meyhane gibi mekanlara irşad için giderim ifadesinin yer aldığı 63. soruya ankete katılan imamların % 17'si katılmakta, % 3'ü kesinlikle katılmakta, % 57'si katılmamakta, % 21'i kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası kumarhane, meyhane, bar, pavyon gibi ahlak ve İslam ile örtüşmeyen mekanlara tebliğ için gitmediklerini

ifade etmişlerdir. İmamlar cami dışındaki hedef kitle ile de iletişime geçerim sorusuna azami çoğunlukla olumlu cevap vermiş olmasına rağmen imamların mesleki duruşları ve sahip oldukları kimlikleri onları bu süreçten uzak tutmaktadır. Kanaatimizce önerimiz müftülüklerin kontrolünde her ilçeye ve bölgeye özel ekipler kurularak ikna ve retorik kabiliyeti yüksek imamlar görevlendirilip tebliğ ve irşad faaliyetleri yürütülmelidir.

İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkileri ile Alakalı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

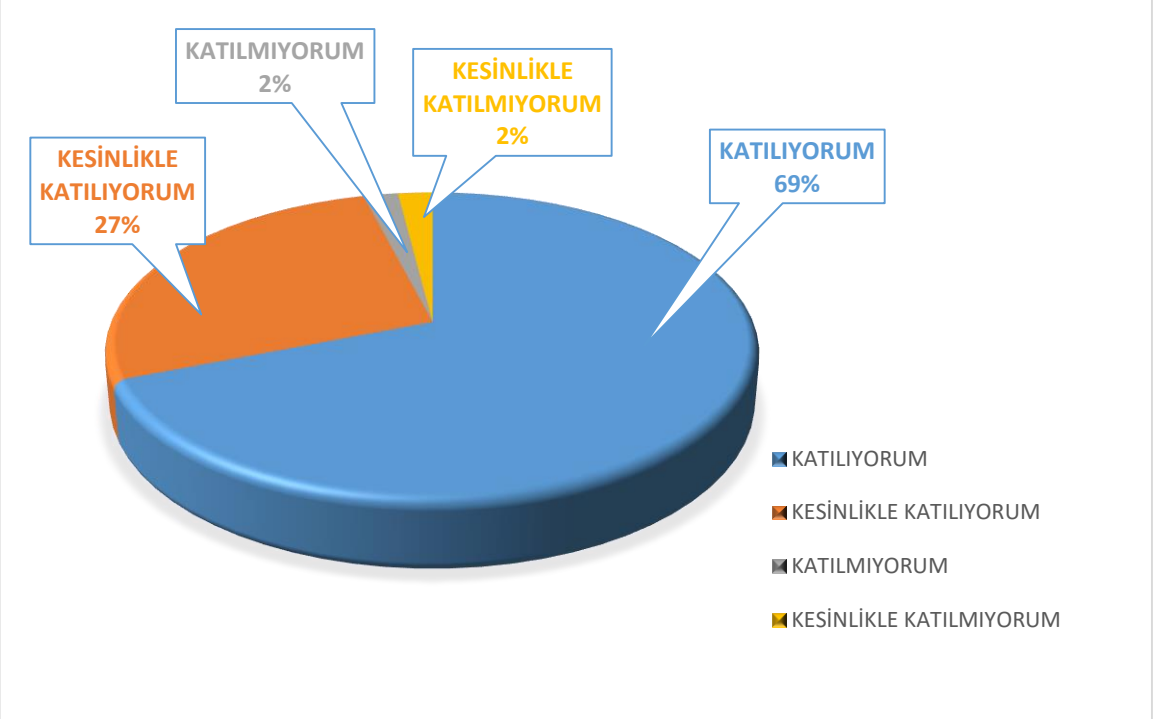
Tablo 19: İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İletişimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	Şahsi İşlerde Mesleki İtibarımı Kullanırım				**Kumarhane, Meyhanelerde de tebliğ yaparım**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	0	0	1	0	1	0	0	0
Lise	1	1	11	4	3	1	9	5
Lisans	1	2	15	13	5	1	18	7
Önlisans	4	1	24	14	7	0	25	9
Lisansüstü	1	0	4	2	1	1	5	0
SÜRE								
1-4	1	0	8	5	3	1	5	4
5-14	2	1	18	13	7	1	20	5
15-24	3	1	16	10	3	1	18	8
25 +	1	2	12	5	4	0	13	4
EĞİTİM ŞEKLİ								
Okul	0	0	5	3	2	1	4	2
Medrese	0	2	4	2	4	0	3	1
Kuran kursu	3	2	18	5	7	0	14	5
Üniversite	4	0	28	23	4	2	36	13
İDEOLOJİ								
Demokrat	0	0	0	1	0	0	1	0
Liberal								
Milliyetçi	1	0	4	3	1	1	5	1
Muhafazakar	5	1	31	18	10	2	27	16
İslamcı	1	2	15	9	4	0	19	4
Cumhuriyetçi	0	0	0	1	0	0	1	0
Laik								
YAŞAM YERİ								
Köy kasaba	0	1	7	1	2	0	6	1
İlçe	1	0	11	7	1	0	15	3
Kent	2	2	19	12	7	2	16	10
Büyükşehir	4	1	17	13	7	1	19	7

İmamların "kumarhane, meyhanelerde de tebliğ yaparım" sorusuna verilen cevaplarda katılımın en düşük olduğu yargılardan biri olduğu gözlemlenmektedir. Bu yargı bizi imamların toplumun farklı kesimlerine ulaşmalarında tutundukları tavır ve çekimserlik hakkında bir veri elde etmemize imkan tanımıştır. Özellikle büyükşehirlerde yaşayan ve burada görev yapan imamlardan bu soruya verilen cevaba en yüksek katılımın olması konu üzerinde ayrıca bir araştırma konusu olmayı hak ediyor. İmamlık mesleğini kişinin nerde ve kaç yıldır yaptığına göre değişen veriler bize, iletişimde mekanın ve zamanın önemi hakkında bir yargıya varmamızı sağlıyor. Ayrıca mesleğinin itibarını kendi özel işlerinde kullanmadığını söyleyen katılımın en yoğun olduğu 24 kişinin ön lisans mezunu olması eğitim ile mesleğini bilinçli ve sorumluluk sahibi bireyler olarak yapmanın doğru orantılı olduğunu bize göstermektedir.

Soru: Cemaatimden Birinin Başı Sıkıştığında Ziyaretinde Bulunurum. (S.64)

Grafik 53: Cemaatimin Sorunlarına Karşılık Ziyaret Ederim İfadesine Ait Bulgular

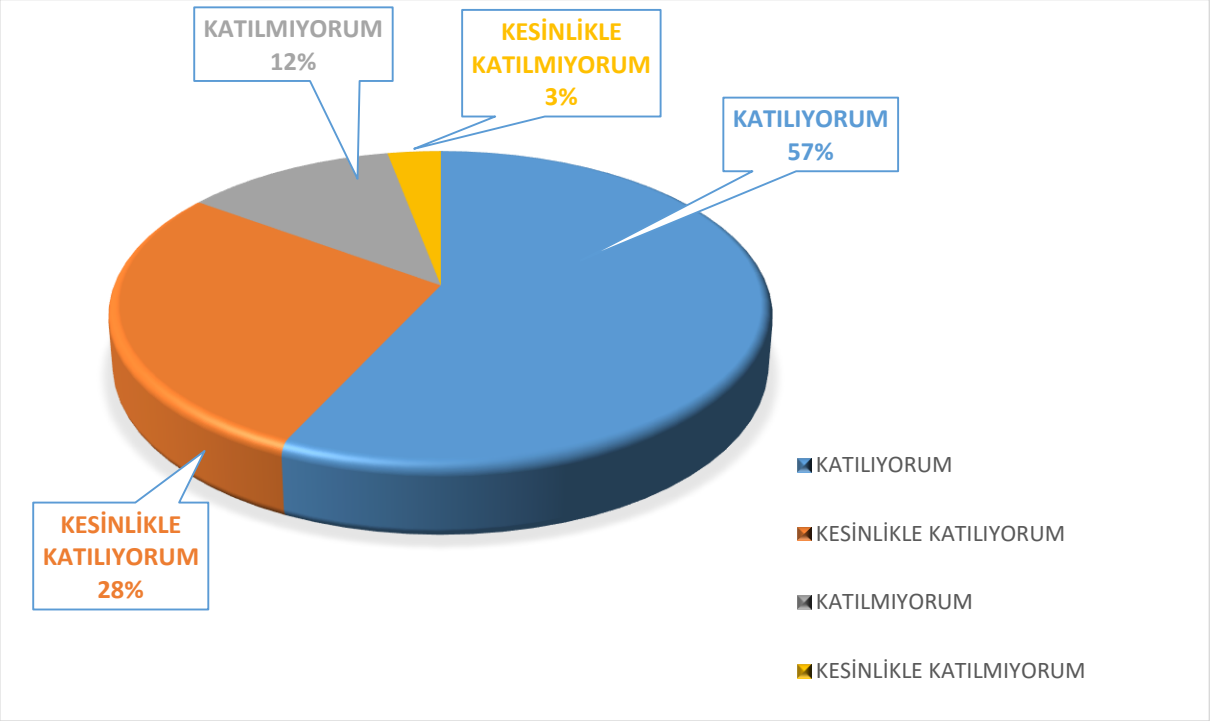


Cemaatimden birinin başı sıkıştığında ziyaretinde bulunurum ifadesinin yer aldığı 64. soruya ankete katılan imamların % 69'u katılmakta, % 27'si kesinlikle katılmakta, % 2'si katılmamakta, % 2'i kesinlikle katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" ve "katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse tamamı cemaati ilişkileri durağan değil akıcı ve çift yönlü olarak sürdüklerini ifade etmişlerdir. Cemaati ve hedef kitlesi ile etkileşiminin devam etmesi imamın sosyal yetisinin güçlü olduğunu, birebir ilişkilerinin başarılı olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Cemaatinin sorunları ile hem hal olan, onları dinleyen elinden geldiğince manevi psikolojik destek lan imamın hem hedef kitlesi zerinde hem de toplumun kanaatindeki imaj ve algısında olumlu rol oynamaktadır.

Soru: Hedef Kitlem Bana 24 Saat Ulaşabilir.(S.72)

Grafik 54: Hedef Kitlem Bana Her Zaman Ulaşır İfadesine Ait Bulgular

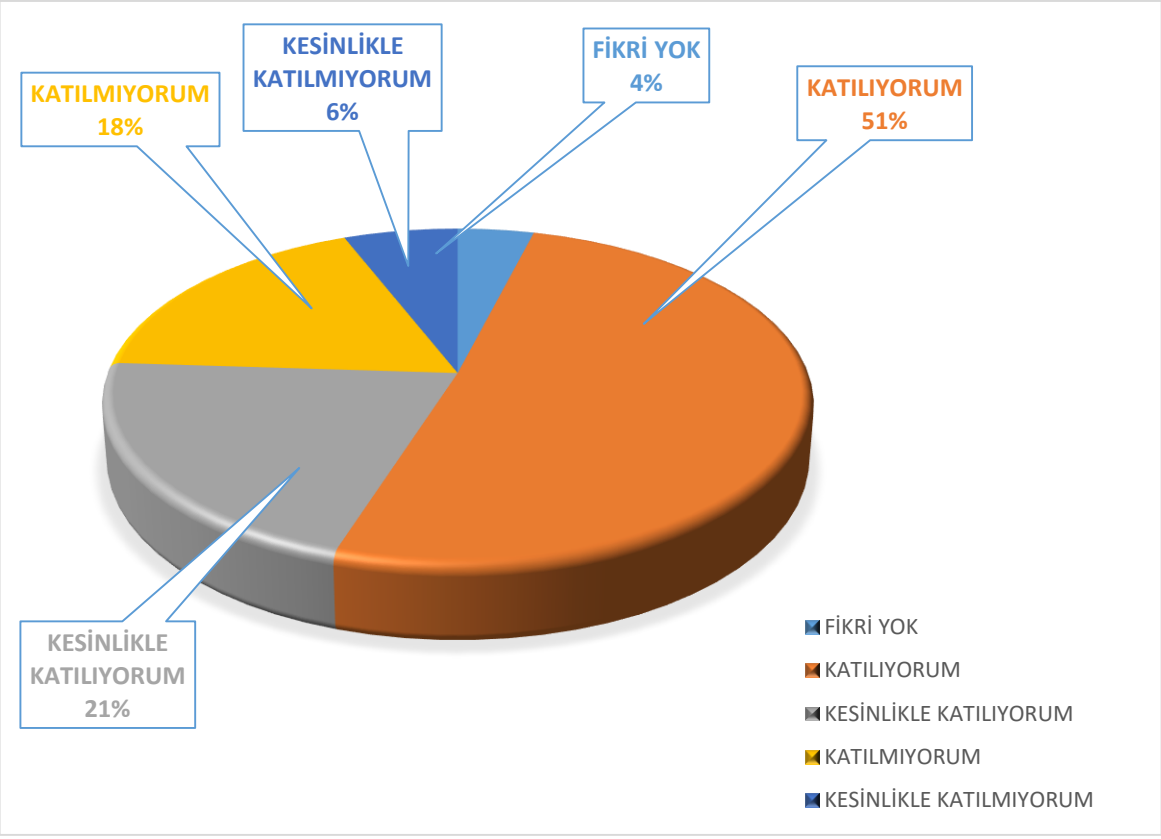


Hedef kitlem bana 24 saat ulaşır ifadesinin yer aldığı 72. soruya ankete katılan imamların % 57'si katılmakta, % 28'i kesinlikle katılmakta, % 12'si katılmamakta, % 3'ü kesinlikle katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; asgari çoğunluğu hedef kitlelerin her daim kendilerine ulaşabildiklerini, sürekli iletişime açık olduklarını ifade etmişlerdir. Hedef kitlesi ile izole olmamış, sürekli ve aktif şekilde etkileşimde olan, cemaatinin düğün, cenaze, hastalık v.b. gibi en önemli anında aradığında ulaşabildiği bir dost, bir öndere sahip olduğunu bilmesi, imamın bireysel ve toplumsal ilişkilerini güçlendirmektedir.

Soru: İmamlar Bulunduğu Ortamın Sosyal ve Ekonomik Statüsüne Göre Tebliğ ve Vaaz İçeriklerini Değiştirirler.(S.69)

Grafik 55: İmamlar Tebliğlerinin İçeriklerini Ortama Göre Değiştirir İfadesine Ait Bulgular

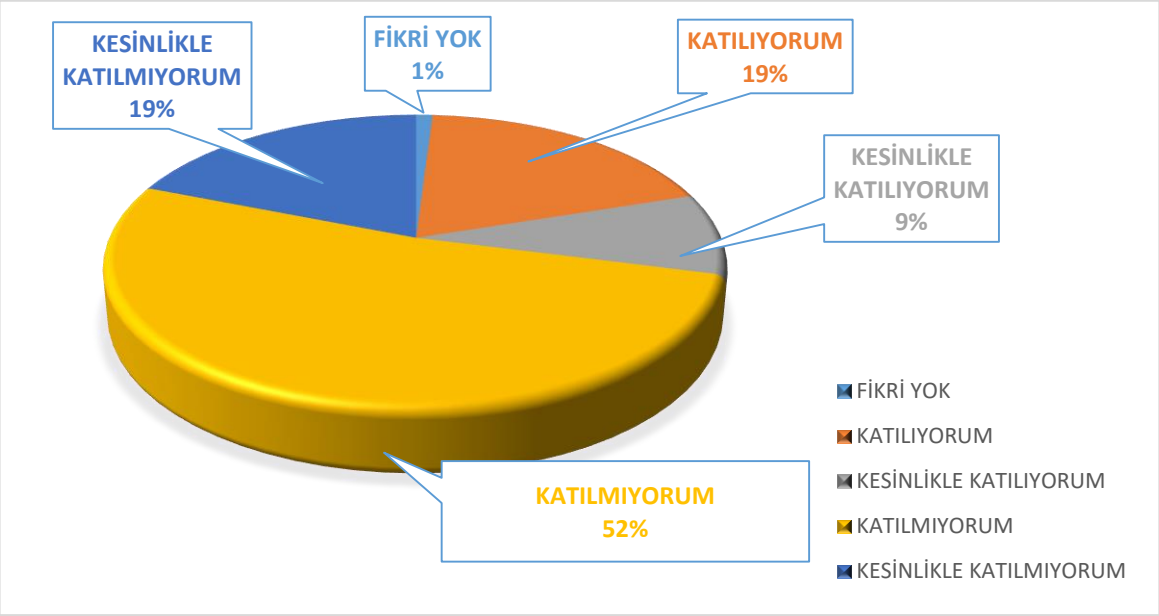


İmamlar bulunduğu ortamın sosyal ve ekonomik statüsüne göre tebliğ ve vaaz içeriklerini değiştirirler ifadesinin yer aldığı 69. soruya ankete katılan imamların % 51'i katılmakta, % 21'i kesinlikle katılmakta, % 18'i katılmamakta, % 6'sı kesinlikle katılmamakta, % 4'ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası imamların vaaz ve sohbet faaliyetleri gerçekleştirirken bulunduğu ortamın gelir düzeyi, sosyal çevreleri, eğitim seviyeleri gibi konular göz önünde alınarak içeriğin şekillendiğini ifade etmişlerdir. İmamlar hakkı hakkıyla aktarmak konusunda sorumlu ve vebal altındadırlar. Bulundukları ortamın eğitim durumuna göre anlatım tarzını örneklem ve betimleme yöntemini konunun özünü değiştirmeden aktarabilir, lakin bireylerin siyasi ve dini görüşlerine göre haramı helal veya helali haram yapacak açıklamalarda bulunmak, veya toplumun güncel yaşayışından ötürü örneğim faiz, gayrimeşru ilişki gibi konulardan bahsetmemek imamlığın en büyük veballerindendir. İmamlar bu iki çizgi arasındaki sınırı iyi belirlemelidirler.

Soru: Kadınlara Dini Eğitim Veririm.(S.59)

Grafik 56: Kadınlara Dini Eğitim Veririm İfadesine Ait Bulgular



Kadınlara dini eğitim veririm ifadesinin yer aldığı 59. soruya ankete katılan imamların % 19'u katılmakta, % 9'u kesinlikle katılmakta, % 52'si katılmamakta, % 19'u kesinlikle katılmamakta, % 1' ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası kadınlara dini eğitim vermediklerini, üçte birlik kalan kısmı ise kadınlara dini eğitim verdiklerini ifade etmişlerdir.

İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkileri ile Alakalı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 20: İmamların Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İletişimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	İmam Bulunduğu Ortama Göre Vaaz ve Tebliğ Yapar				Kadınlara Dini Eğitim Veririm			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	1	0	0	0				
Lise	8	3	3	4	4	1	11	2
Lisans	16	10	4	0	7	5	14	5
Önlisans	21	8	9	2	6	3	23	11
Lisansüstü	5	0	2	0	2	0	4	1
SÜRE								
1-4	10	3	0	1	3	1	5	5
5-14	18	7	7	1	5	1	19	8
15-24	15	6	6	3	6	3	17	4
25 +	7	5	5	1	5	4	10	2
EĞİTİM ŞEKLİ								
Okul	3	1	2	2	1	0	4	4
Medrese	6	2	0	0	3	2	1	1
Kuran kursu	13	6	5	3	7	1	16	4
üniversite	29	12	11	1	8	6	31	10
İDEOLOJİ								
Demokrat	1	0	0	0	0	0	1	0
Liberal								
Milliyetçi	4	2	2	1	3	1	2	3
Muhafazakar	26	12	12	5	7	4	34	10
İslamcı	17	5	4	0	8	3	12	4
Cumhuriyet	0	1	0	0	0	1	0	0
Laik								
YAŞAM YERİ								
Köy kasaba	7	0	1	0	1	2	6	0
İlçe	7	5	5	1	1	1	12	5
Kent	20	5	6	4	9	3	15	8
Büyükşehir	17	11	6	1	8	3	18	6

İmamların kadınlara dini eğitim veririm ölçeğine verdiği olumsuz cevabın ülkemizde hala kız çocuklarının eğitimine olan bakış açısıyla değerlendirilebileceğinin bir göstergesi olabilir ve bu ayrıca araştırma konusu olmayı hak eden bir mevzudur. Katılımın en yoğun olduğu kadınlara dini eğitim vermem diyen 34 kişinin kendini muhafazakar olarak nitelemesi ve eğitim düzeyinin üniversite olan 33 kişinin bu soruya olumsuz cevap vermesi imamların bu konuya verdikleri cevabın eğitim ya da kişisel dünya görüşü ile ilgisi olmadıkları yargısına varmamıza neden olmaktadır. İmamların bulunduğu yere ve ortama göre vaaz yapar ölçeğine verilen ve katılımın en yüksek olduğu eğitim seviyesi üniversite olan 29 kişi ile hedef kiteley nasıl hitap edilmesi gerektiğinin bilincinde olan kişilerin yanlış bir konu ya da o cemaatte hassasiyet oluşturacak mevzuların vaaz edilmemesi toplum gözünde imamın olumlu rolünü sağlamlaştırmaktadır. Kimle nerde nasıl konuşulup vaaz edilmesi gerektiği

konusunda yeterince bilgi, eğitim ve donanıma sahip imamların hedef kitlesine amacına uygun ulaşabilmesi çok daha kolay olacaktır.

3.6.2.7.İmamların Mesleki Yetkinliklerinin ve Almış Oldukları Eğitimlerinin Konumlandırılması

İmamların Tutum ölçeklerine ilişkin 73 soru 8 grup halinde kategorize edilerek incelenmiş olan çalışmamızın 7. grubu olan İmamın Hedef Kitle ile İletişimi ve Toplumsal İlişkilerinin Konumlandırılması İmam medya ilişkisinin konumlandırılmasına ilişkin bulgular grafikler ve değişkenler arası ilişkileri gösteren crostable'lar ve onlara ilişkin değerlendirmeler birlikte aşağıda sunulmaktadır

İletişim sürecini başlatan birey alıcı konumundaki hedef kitlesi için kaynak konumundadır. Alıcılar, kaynaktan gelen mesajı alımlarken kaynağın güvenirliliğine, bilginin doğruluğuna, kaynağın sosyolojik ve kültürel durumuna, eğitim seviyesine, konu hakkındaki donanımına v.b. gibi bireyin bilgiye dayalı temel yapı taşlarının bazen tamamını bazen bir kısmını dikkate alarak değerlendirir. Bu noktada özellikle dini kaynak konumunda olan imam dini bilgisi, almış olduğu eğitim, mesleki yeterlilik alıcı hedef kitle için önem arz etmektedir.

İmamların yaptıkları iş ve meslekleri gereği, hedef kitleleri ile olan iletişimlerinin boyutları, hedef kitlesinin dışındaki diğer kamuyla olan ilişkisi mesleki etkileşimine dair fikir ve düşüncelerini tespit etmek için araştırmaya katılan imamlara 13 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara ait grafikler aşağıda sunulmuştur.

Bu başlık altında 13 adet soru kullanılmıştır. Bu sorulara ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 21'da sunulmaktadır.

Tablo 21: İmamların Mesleki Yetkinliklerinin ve Almış Olduğu Eğitimlerinin Konumlandırılmasına Ait sorular ve Sonuçlar

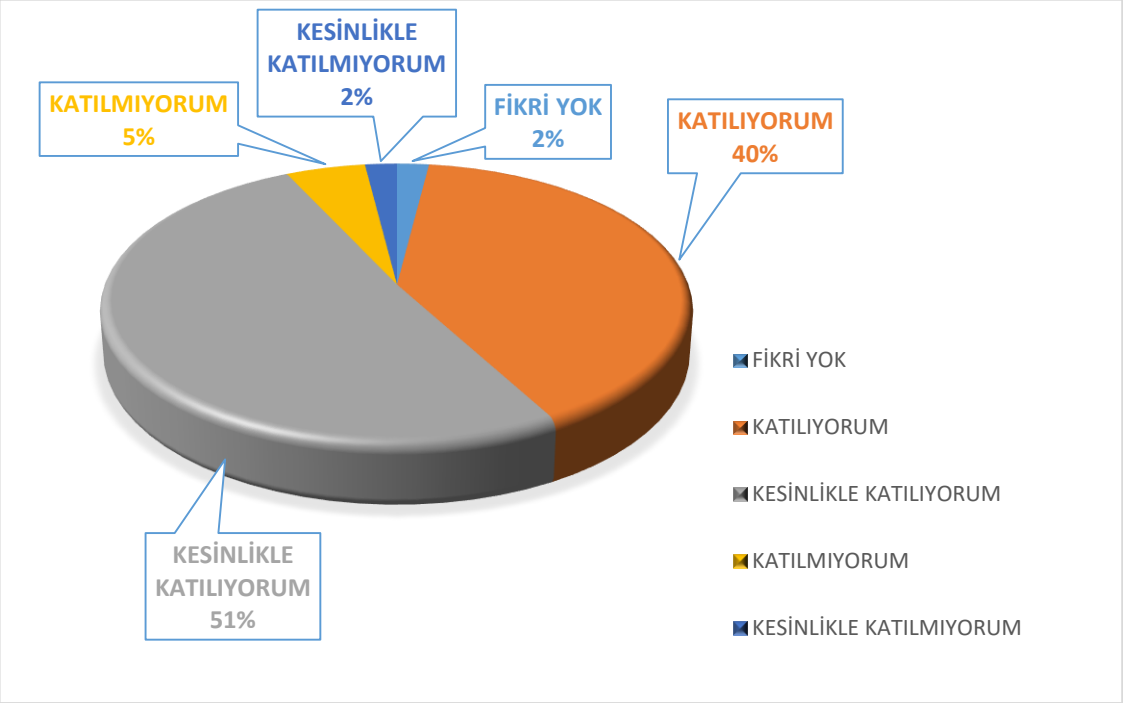
	Sorular	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikri Yok
19	**Cami Faaliyetlerinin (Sohbet, Ezan, Kuran Okuma v.b.) Kendimi ve Mesleğimi Geliştirdiğini Düşünüyorum.**	40	51	5	2	2
46	**Merkezi Yayınlar (Ezan-Vaaz) İlmi Yetkinlik Noktasında Beni Köreltmektedir.**	49	23	17	11	
48	**İmamlar Mihrab Yetkinliği Konusunda Yeterlidir.**	23	6	54	16	1
56	**Cemaatimin Psikolojik Sorunlarına Çözüm Üretecek Bilgi ve Birikime Sahibim.**	48	19	31	2	
65	**Kürsüden Yaptığım Vaazlarda Tebliğ Yöntemi Olarak Hikaye ve Menkıbeleri Kullanırım.**	67	16	11	4	2
66	**Kürsüden Yaptığım Vaazlarda Tebliğ Yöntemi Olarak Sadece Hadis, Kuran Ve Tefsiri Kullanırım.**	47	24	26	1	2
75	**Günün Anlam Ve Önemine Anlatan, Cemaatin İhtiyaçlarına Uygun Hutbe Hazırlar ve Sunarım.**	51	17	27	3	2
23	**Şimdiye Kadar Aldığım Eğitim Mesleğim İçin Yeterlidir.**	25	13	50	10	2
25	**Eğitimde (Okulda, Kuran Kursunda,**	54	41	1	3	1

	Üniversitede) Edindiğim Bilgilerin Mesleki Hayatımda İşime Yaradığını / Yarayacağını Düşünüyorum.					
28	**Aldığım Eğitimler İmamlık İçin Gerekli Alt Yapıyı Sağlamaktadır.**	53	25	17	3	2
31	**Şimdiye Kadar Aldığım Eğitim Beni Geleceğe Yönelik Mesleki Beklentilerim Açısından Hayal Kırıklığına Uğratmadı.**	50	30	15	2	3
47	**İmamlar Kuran İlmi Noktasında Yeterlidir.**	15	7	59	18	1
76	**Dini Bilgilerimi Artırmaya ve Kendimi Geliştirmeye Yönelik Olarak, Bağlı Bulunduğum Diyanet İşleri Başkanlığı Eğitim Programları Düzenler.**	60	25	12	2	1

Araştırmaya Katılan İmamların, Mesleki Yetkinliklerinin ve Sahip Oldukları Eğitim Seviyelerinin ve Kalitesinin Tespitine Ait Bulgular

Soru: Cami Faaliyetlerinin (Sohbet, Ezan, Kuran Okuma v.b.) Kendimi ve Mesleğimi Geliştirdiğini Düşünüyorum.(S.19)

Grafik 57: Cami Faaliyetleri Beni ve Mesleğimi Geliştirir İfadesine Ait Bulgular

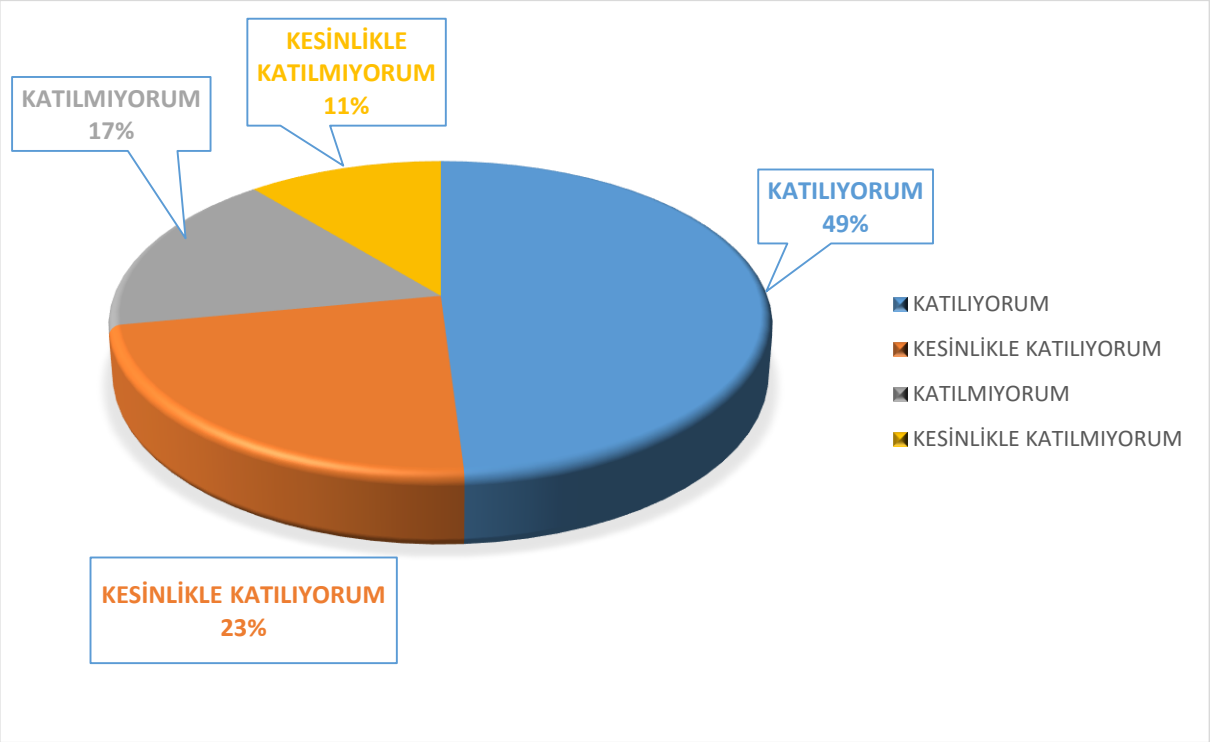


Cami faaliyetlerinin (sohbet, ezan, kuran okuma v.b.) kendimi ve mesleğimi geliştirdiğini düşünüyorum ifadesinin yer aldığı 19. soruya ankete katılan imamların % 40'ı katılmakta, % 51'i kesinlikle katılmakta, % 5'i katılmamakta, % 2'si kesinlikle katılmamakta, % 2' ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu neredeyse tamamı camide icra ettikleri faaliyetler sohbet, ezan, kuran okuma, mevlidi şerif, ilmihal dersleri, özel gün ve gecelerdeki programlar sayesinde kendilerini ve mesleklerini geliştirdiklerini ifade etmişlerdir. İmamlar bilgilerinin taze ve canlı kalması hem de cemaatle iletişimlerinin kopmaması için camideki ve toplumdaki birlik ve beraberliğin devamı için camideki dini lobi faaliyetleri devam etmelidir.

Soru: Merkezi Yayınlar (Ezan-Vaaz) İlmi Yetkinlik Noktasında Beni Köreltmektedir. (S.46)

Grafik 58: Merkezi Yayınlar Beni Köreltiyor İfadesine Ait Bulgular

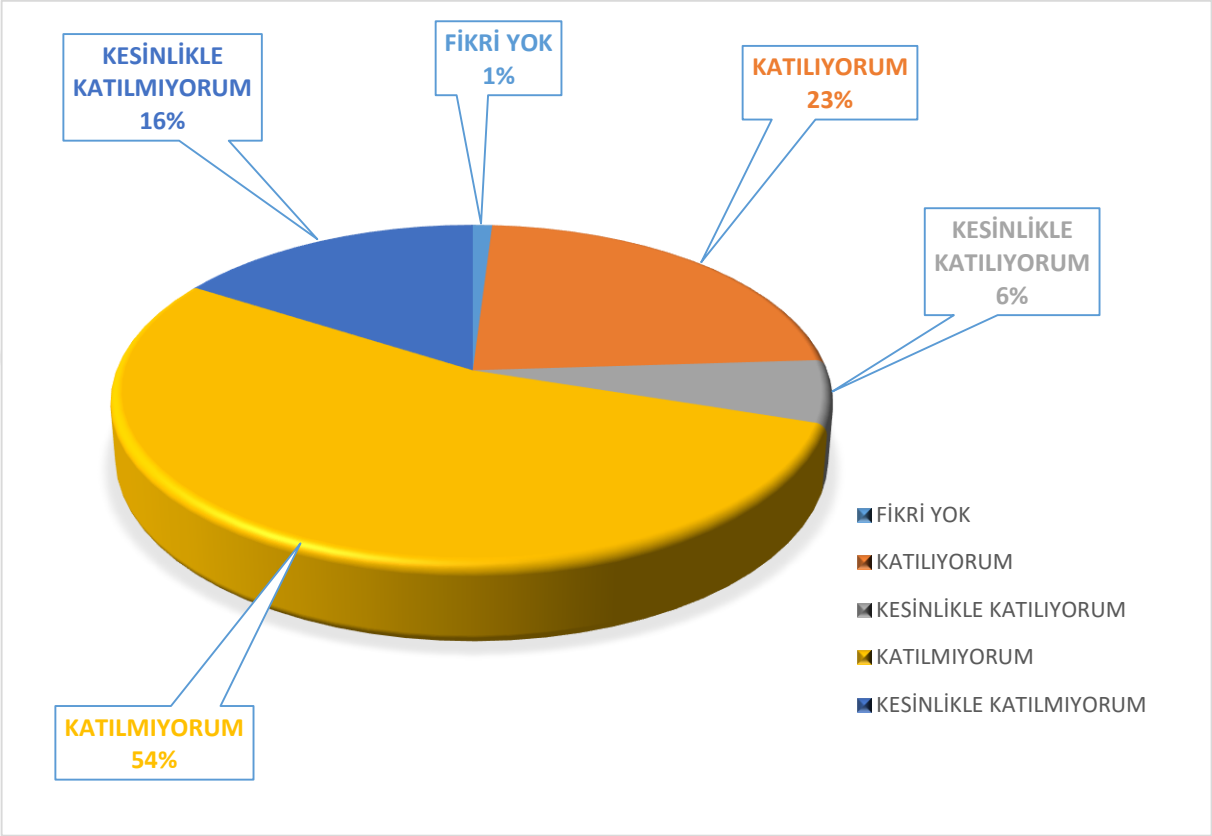


Merkezi yayınlar (ezan-vaaz) ilmi yetkinlik noktasında beni köreltmektedir ifadesinin yer aldığı 46. soruya ankete katılan imamların % 49'ı katılmakta, % 23'ü kesinlikle katılmakta, % 17'si katılmamakta, % 11'i kesinlikle katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası merkezden yapılan yayınlar dolayısıyla ilmi ve mesleki anlamda kendilerinin gerilediğini ve köreldiklerini ifade etmişlerdir. İmamın ilk görev yeri olan birincil hedef kitlesi ile ilk buluşma noktası olan cami, imamın hedef kitle ile iletişime geçtiği en üst nokta olarak karşımıza çıkmakta dini iletişim bağlamında en iyi şekilde değerlendirilmelidir.

Soru: İmamlar Mihrap Yetkinliği Konusunda Yeterlidir.(S.48)

Grafik 59: İmamlar Mihrap Yetkinliğine Sahiptir İfadesine Ait Bulgular



İmamlar mihrap yetkinliği konusunda yeterlidir ifadesinin yer aldığı 48. soruya ankete katılan imamların % 23'ü katılmakta, % 6'sı kesinlikle katılmakta, % 54'ü katılmamakta, % 16'sı kesinlikle katılmamakta, % 1' ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası meslektaşlarının mihrap yetkinliği konusunda eksik olduklarını ifade etmişlerdir. İmamların mihrap yetkinliği sadece dini ilime yeteri kadar sahip olmakla değil, vakıf olduğu ilmi hedef kitlesine aktaracak eğitimli ve yetenekli hitabet ilmine sahip olmalı, bunun yanı sıra söylediği aktardığı vaaizi nasihatleri kendi hayatında tatbik etmeli, yaşatışı ve güzel ahlakı ile bireylere örnek teşkil edecek bir yaşantı mihrap yetkinliğinin ana çatısını

oluşturmaktadır. Dini Yetkinlik sadece gerekli eğitime sahip olmakla değil, ilmin ve yaşantının ortak kümesinin çakışmasından zuhur etmektedir.

İmamların Mesleki Yetkinlikleri ve Almış Olduğu Eğitimleri ile Alakalı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 22: İmamların Mesleki Yetkinlikleri ve Almış Olduğu Eğitimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

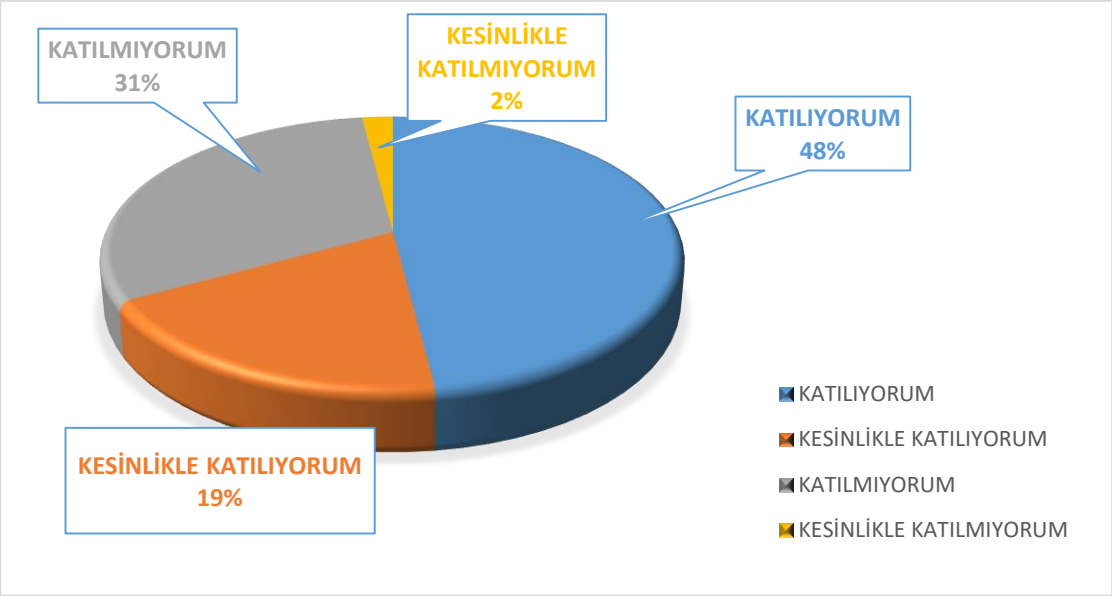
	Merkezi Yayınlar Beni Köreltiyor				**İmamlar Mihrapta Yeterli Değildir**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	1	0	0	0	0	0	1	0
Lise	4	7	4	3	5	3	8	2
Lisans	16	7	3	5	9	2	15	5
Önlisans	24	8	9	2	8	1	26	7
Lisansüstü	4	1	1	1	1	0	4	2
SÜRE								
1-4	6	4	3	1	3	1	7	3
5-14	19	8	4	3	5	0	21	7
15-24	16	5	5	4	7	2	17	4
25 +	8	6	4	3	7	3	9	2
EĞİTİM ŞEKLİ								
Okul	3	1	3	2	2	2	3	2
Medrese	4	1	2	1	1	1	4	2
Kuran kursu	12	10	4	2	6	1	14	6
Üniversite	30	11	8	6	14	2	33	6
FAYDA								
Maaş devlet güvencesi	5	1	3	4	5	4	2	2
Hizmet etmek	28	17	10	4	11	0	40	8
Önderlik	9	5	3	3	2	2	10	5
İtibar görme	4	0	1	0	3	0	1	1

İmamların mesleklerini icra ederken sistemsel yaşadıkları bir takım sorunlardan biri olan merkezi yayınların kendilerini körelttiğini söyledikleri ölçeğe kesinlikle katılımın olduğu 30 kişi üniversite mezunudur. Mesleğini topluma hizmet amaçlı yaptığını söyleyen 28 kişi yine merkezi yayınların kendilerini körelttiğini söyleyerek merkezi sistem tarafından yönlendirilmenin kendilerini için iyi olmadıkları yönünde görüş bildirmişlerdir. İmamlık mesleğinin hitap ettiği geniş hedef kitleyi göz

önünde bulundurduğumuzda merkezi ayyınların zaman zaman imamlar için sorun teşkil etmesi olasıdır. İmamlık mesleği icra eden bir kişi örneğin Cuma hutbesinde merkezden yayınlanan hutbe dışına çıkmasını gerektirecek çok önemli bir mevzu ile karşı karşıya kalabilir. Bulunduğu yerde cemaatini ilgilendiren çok önemli bir konuyu hutbeden anlatarak orta yolu bulmak zorunda kalabilir kalıcı düşmanlıkları ya da çok daha farklı konuların gündeme alınması ile çözüme ulaşarak hedef kitlesine yardımda bulunabilir. Ayrıca sürekli aynı konuların tekrarı imamı araştırma ve kendini geliştirme konusunda tembelliğe sevk edebilir.

Soru: Cemaatimin Psikolojik Sorunlarına Çözüm Üretecek Bilgi ve Birikime Sahibim.(S.56)

Grafik 60: Cemaatimin Psikolojik Sorunlarını Çözerim İfadesine Ait Bulgular



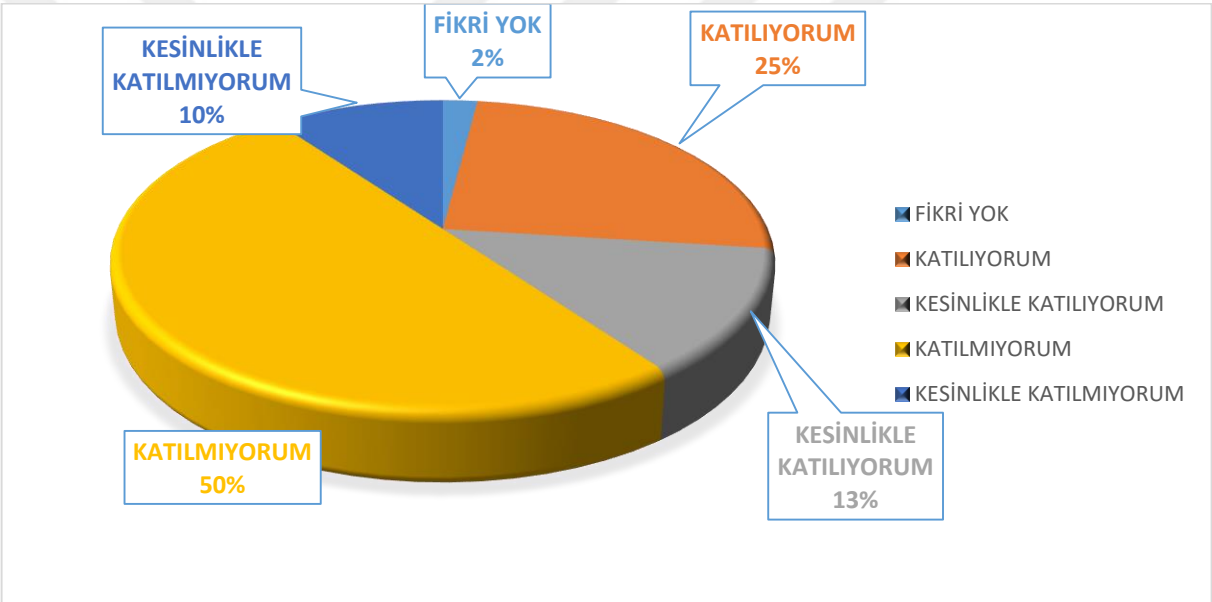
Cemaatimin psikolojik sorunlarına çözüm üretecek bilgi ve birikime sahibim ifadesinin yer aldığı 56. soruya ankete katılan imamların % 48'i katılmakta, % 19'u kesinlikle katılmakta, % 31'i katılmamakta, % 2'si kesinlikle katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi cemaatinin manevi, din ve psikolojik problemlerine müdahale edecek onlara ilaç olabilecek bilgi birikime sahip

olduklarını ifade etmişlerdir. Yukarlardaki ifadelerin incelenmesinde de belirttiğimiz imam sadece mihrap ile minber arasında sıkışıp kalmamalı, cemaatin maddi manevi ruhsal, ailevi, psikolojik tüm sıkıntılarında tıpkı psikolog gibi, lakin tıbbı bir psikolog değil dini ve manevi desteğin ve hazzın yaşandığı, bireyin tüm ruhsal problemlerin incelenip, dikkatlice dinlenip, manevi reçetenin yazılması gerekliliği imamların rol model olarak hedef kitle üzerindeki görev ve sorumluluklarıdır.

Soru: Şimdiye Kadar Aldığım Eğitim Mesleğim İçin Yeterlidir.(S.23)

Grafik 61: Aldığım Eğitim Mesleğim İçin Yeterlidir İfadesine Ait Bulgular



Şimdiye kadar aldığım eğitim mesleğim için yeterlidir ifadesinin yer aldığı 23. soruya ankete katılan imamların % 25'i katılmakta, % 13'ü kesinlikle katılmakta, % 50'si katılmamakta, % 10'u kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi almış oldukları eğitimin kendileri için yeterli olmadığını ifade etmişlerdir. İmamların eğitimlerini yetiştirilme metodlarının yeniden elden geçirilmesi gerekmektedir. Eski dönemdeki medrese

eğitim metodolojisi ile yeni dönemin üniversite kültürünün cem edileceği din adamı yetiştirmeye yönelik islami ilimler enstitüsü uygun olabilecektir.

İmamların Mesleki Yetkinlikleri ve Almış Olduğu Eğitimleri ile Alakalı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 23: İmamların Mesleki Yetkinlikleri ve Almış Olduğu Eğitimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

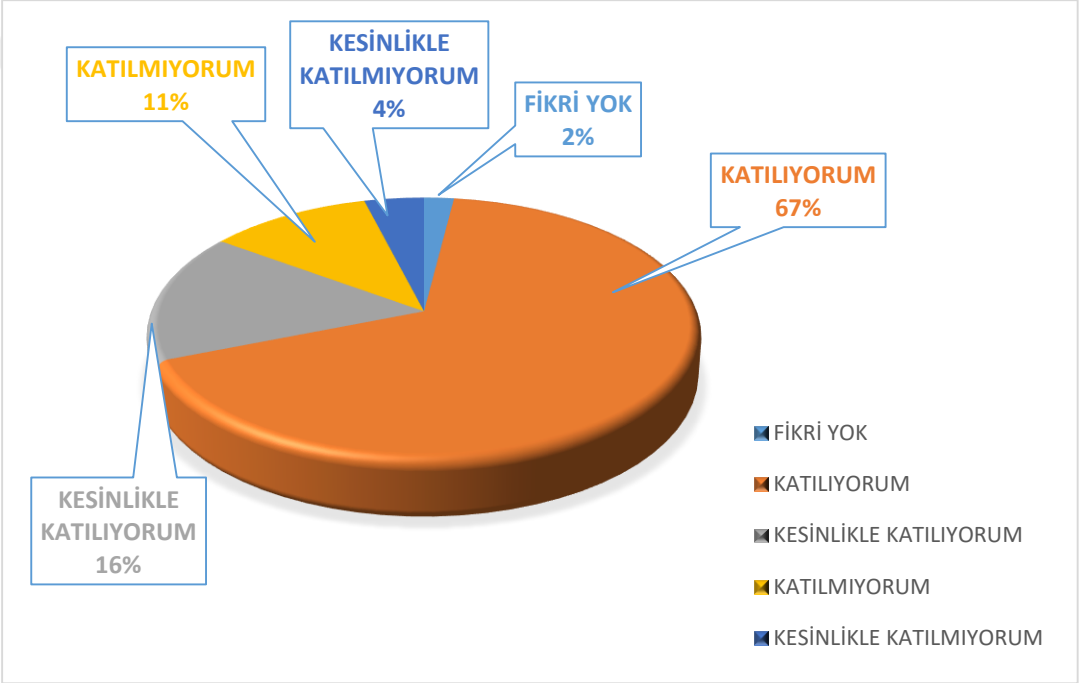
	Cemaatimin Psikolojik Sorunlarını Çözerim				**Aldığım eğitim Mesleğim İçin Yeterlidir**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	1	0	0	0	0	1	0	0
Lise	11	2	3	2	6	1	10	1
Lisans	13	12	6	0	7	6	14	2
Önlisans	21	4	18	0	11	3	23	6
Lisansüstü	2	1	4	0	1	2	3	1
SÜRE								
1-4	6	2	5	1	2	2	9	1
5-14	15	6	13	0	7	8	13	4
15-24	15	5	9	1	10	0	19	1
25 +	11	6	4	0	5	3	9	4
EĞİTİM ŞEKLİ								
Okul	4	2	2	1	3	1	3	2
Medrese	5	1	2	0	2	1	4	1
Kuran kursu	16	2	9	1	7	3	15	3
Üniversite	23	14	18	0	13	8	28	4
FAYDA								
Maaş devlet güvencesi	5	5	2	1	3	2	7	1
Hizmet etmek	26	11	21	1	12	7	33	5
Önderlik	13	3	4	0	7	3	8	2
İtibar görme	3	0	2	0	1	1	1	2

İmamlık mesleğini yapan üniversite mezunu 28 kişinin aldığı eğitimi mesleği için yeterli bulmuyor olması konunun çok daha derin bir inceleme ile araştırılması gerektiği yargısını ortaya çıkarmaktadır. Üniversite mezunu olduğu halde eğitimini yeterli bulmayan imamlara hangi konular üzerinde eksiklik hissettikleri sorulabilir ve ortaya çıkan cevaplar ile eğitim sistemi sorgulanabilir bun ayrıç bir araştırma konusu olmayı hak ediyor. Mesleğini uzun yıllar yaptığını söyleyen 15 kişi cemaatinin

psikolojik sorunlarına yardımcı olabileceğini ifade etmiş böylece meslekte geçen uzun yılların ardından hedef kitleyi yakından tanıyan imamın kendine olan özgüveni ile cemaatine yardımcı olacağı konusunda görüş beyan etmiştir.

Soru: Kürsüden Yaptığım Vaazlarda Tebliğ Yöntemi Olarak Hikaye ve Menkıbeleri Kullanırım.(S.65)

Grafik 62: Vaazlarımda Hikaye ve Menkıbelerimi Kullanırım İfadesine Ait Bulgular



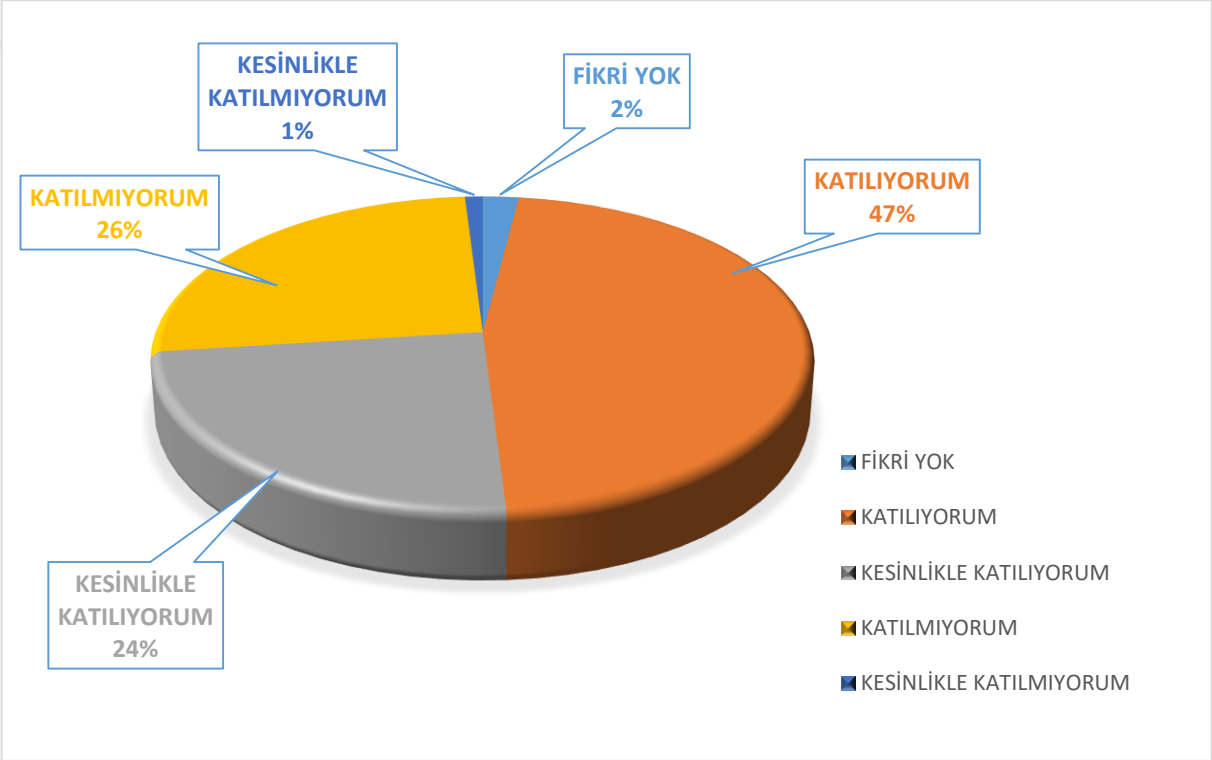
Kürsüden yaptığım vaazlarda tebliğ yöntemi olarak hikaye ve menkıbeleri kullanırım ifadesinin yer aldığı 65. soruya ankete katılan imamların % 67'si katılmakta, % 16'sı kesinlikle katılmakta, % 11'i katılmamakta, % 4'ü kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi cemaatine kürsüden yapmış olduğu vaazlarında tebliğ yöntemi olarak hikaye ve menkıbeleri kullandıklarını ifade etmişlerdir. İmamlar Tebliğ ve irşad metodu olarak müjdeleyici bir yol benimsemeli,

bu yöntemde kullandığı ilim kuran ve sünnet ışığında, hikayeler ve tarihteki menkıbelerle desteklenerek, genişletilmiş betimlemelerle hedef kitleye güzel söz sanatları kullanılarak aktarılmalıdır.

Soru: Kürsüden Yaptığım Vaazlarda Tebliğ Yöntemi Olarak Sadece Hadis, Kuran ve Tefsiri Kullanırım.(S.66)

Grafik 63: Hadis, Kuran, Tefsir Dışındaki Bilgilere Yer Vermem İfadesine Ait Bulgular

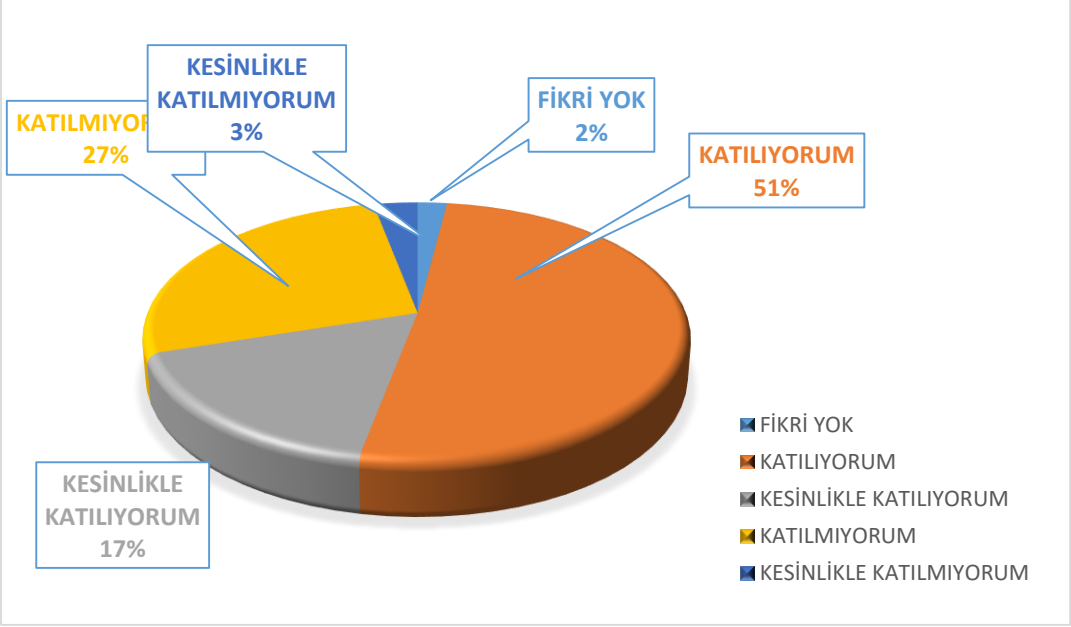


Kürsüden yaptığım vaazlarda tebliğ yöntemi olarak sadece hadis, Kuran ve tefsiri kullanırım ifadesinin yer aldığı 66. soruya ankete katılan imamların % 47'si katılmakta, % 24'ü kesinlikle katılmakta, % 26'sı katılmamakta, % 1'i kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi cemaatine kürsüden yapmış olduğu vaazlarında tebliğ yöntemi olarak kuran, hadis ve tefsiri kullandıkları tespit edilmiştir. Üstteki ifade de yer alan "cemaatine kürsüden yapmış olduğu vaazlarında tebliğ yöntemi olarak hikaye ve menkıbeleri kullanırım" ifadelerine paralel cevaplar verilmiştir. İmamlar Tebliğ ve irşad metodu olarak kuran ve sünnet temelinde, konuları aktarırken hikaye ve menkıbelerle örnekleyip ve betimleyip aktarmaktadırlar.

Soru: Günün Anlam ve Önemini Anlatan, Cemaatin İhtiyaçlarına Uygun Hutbe Hazırlar ve Sunarım.(S.75)

Grafik 64: Cemaatime Uygun ve Özel Hutbe Hazırlarım İfadesine Ait Bulgular



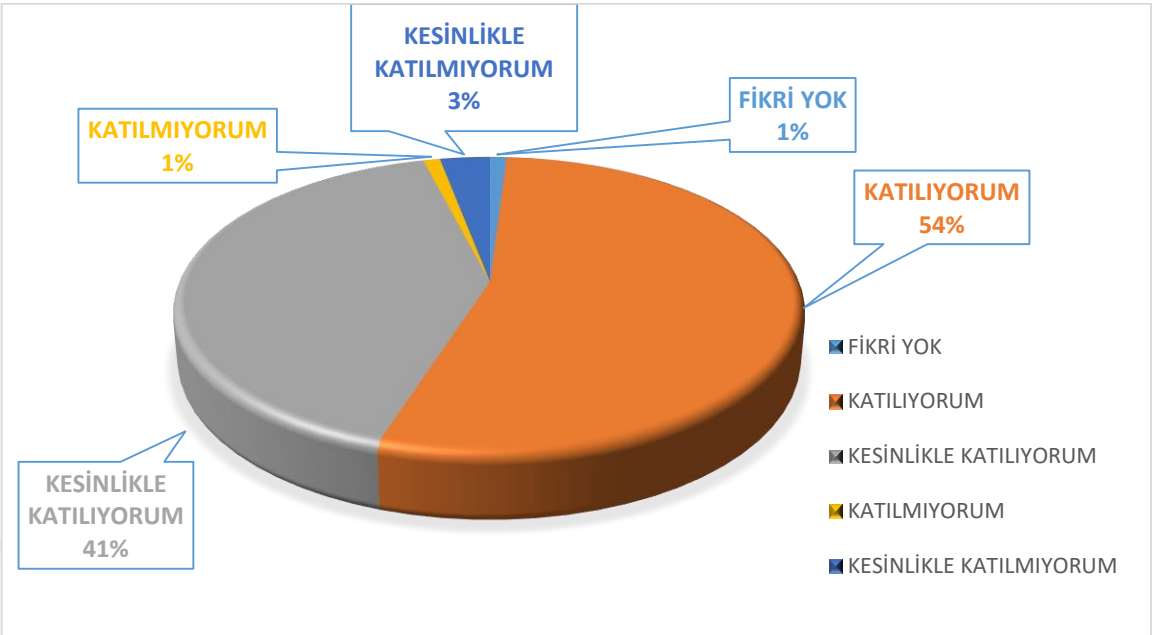
Günün anlam ve önemini anlatan, cemaatin ihtiyaçlarına uygun hutbe hazırlar ve sunarım ifadesinin yer aldığı 75. soruya ankete katılan imamların % 51'i

katılmakta, % 17'si kesinlikle katılmakta, % 27'si katılmamakta, % 3'ü kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi cemaatine özel ve güncel konulara dair hutbe hazırlayıp sunarım ifadesi tespit edilmiştir. Hutbe Cuma namazının farzı konumunda olup, Cumanın olmazsa olmazlarıdır. İçerik olarak hutbe islam tarihi boyunca hizmet ettiği bölgeye ait 1 hafta içinde oluşmuş olumsuz ve yanlış hal ve hareketlerin ber tarafı veya olumlu hal ve hareketlerin cemaatle paylaşılıp hız kazanmasını sağlamaya hizmet eden Müslümanların cem olduğu bir zamandaki ikna ve etki kanalıdır. İmamlarda kendi bölgelerine özel veya toplumun genelini ilgilendiren konularda kendi cemaat profillerine uygun şekilde cumalardaki hutbe görevini ifa etmelidir.

Soru: Eğitimde (Okulda, Kuran Kursunda, Üniversitede) Edindiğim Bilgilerin Mesleki Hayatımda İşime Yaradığını / Yarayacağını Düşünüyorum. (S.25)

Grafik 65: Aldığım Eğitim Mesleğimde Faydalı oldu İfadesine Ait Bulgular

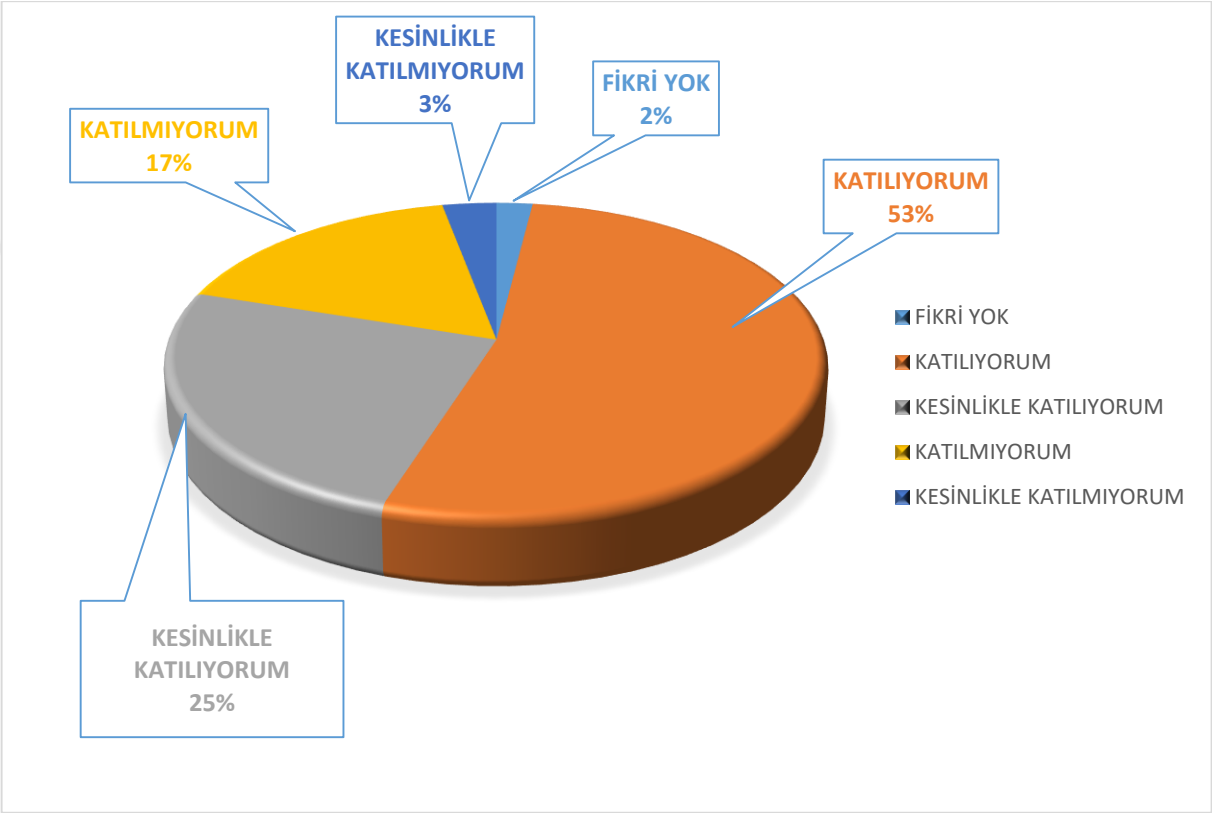


Eğitimde (okulda, kuran kursunda, üniversitede) edindiğim bilgilerin mesleki hayatımda işime yaradığını / yarayacağını düşünüyorum ifadesinin yer aldığı 25. soruya ankete katılan imamların % 54'ü katılmakta, % 41'i kesinlikle katılmakta, % 1'i katılmamakta, % 3'ü kesinlikle katılmamakta, % 1'i fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu almış oldukları eğitimler edinmiş oldukları bilgi ve birikimler meslek hayatlarında işlerine yaradıklarını ifade etmişlerdir. Bir üst sorudaki "Şimdiye kadar aldığım eğitim mesleğim için yeterlidir " ifadesine verdikleri cevap ile beraber değerlendirdiğimizde, aldıkları eğitim eksik yeterli değil, mevcut hali bile onların standart şekilde hizmet vermesini sağlamakta, almış oldukları eğitim geliştirilip tam donanımlı hale getirildiğinde hizmet kalitesinin artacağı çıkarımına varılmaktadır.

Soru: Aldığım Eğitimler İmamlık İçin Gerekli Alt Yapıyı Sağlamaktadır.(S.28)

Grafik 66: Eğitimim Mesleğim İçin Gerekli Altyapıyı Sağlamaktadır İfadesine Ait Bulgular

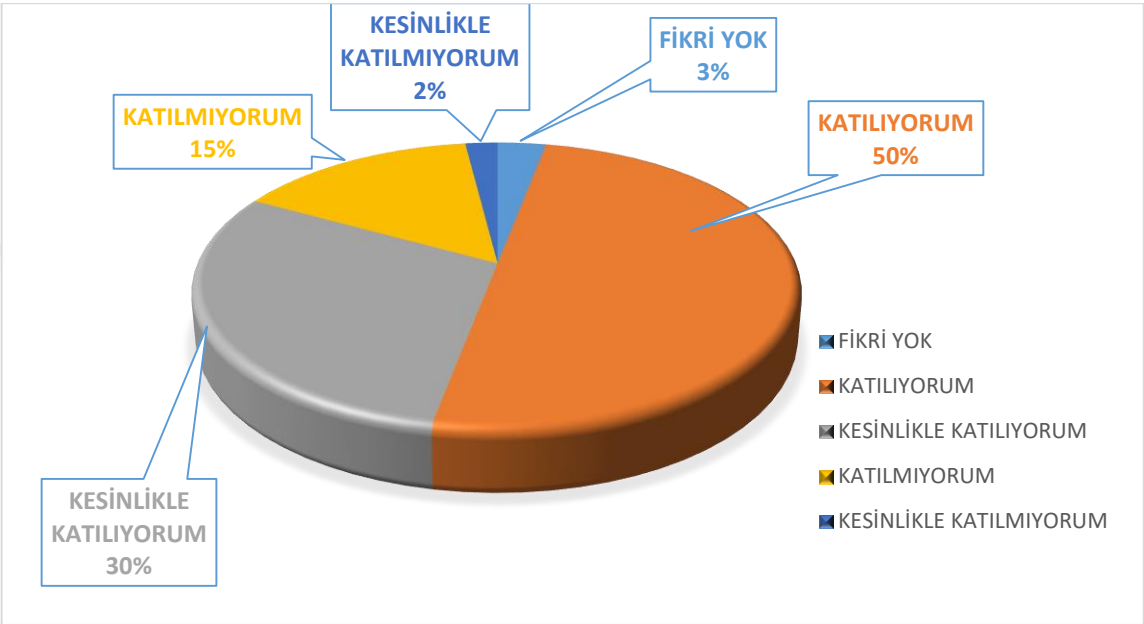


Aldığım eğitimler imamlık için gerekli altyapıyı sağlamaktadır ifadesinin yer aldığı 28. soruya ankete katılan imamların % 53'ü katılmakta, % 25'i kesinlikle katılmakta, % 17'si katılmamakta, % 3'ü kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası aldıkları eğitimler imamlık mesleği için gerekli altyapıyı sağlamaktadır ifadesi tespit edilmiştir. Yukardaki ifadelerden de yola çıkarsak imaların aldıkları eğitim tam olmamakla birlikte mesleklerin temelini oluşturacak eğitimi alarak mesleğe başlamaktadırlar, lakin eğitimler tam ve yeterli değildir daha iyi olması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Soru: Şimdiye Kadar Aldığım Eğitim Beni Geleceğe Yönelik Mesleki Beklentilerim Açısından Hayal Kırıklığına Uğratmadı.

Grafik 67: Eğitim Bilgim Hayal Kırıklığı Yaşatmadı İfadesine Ait Bulgular

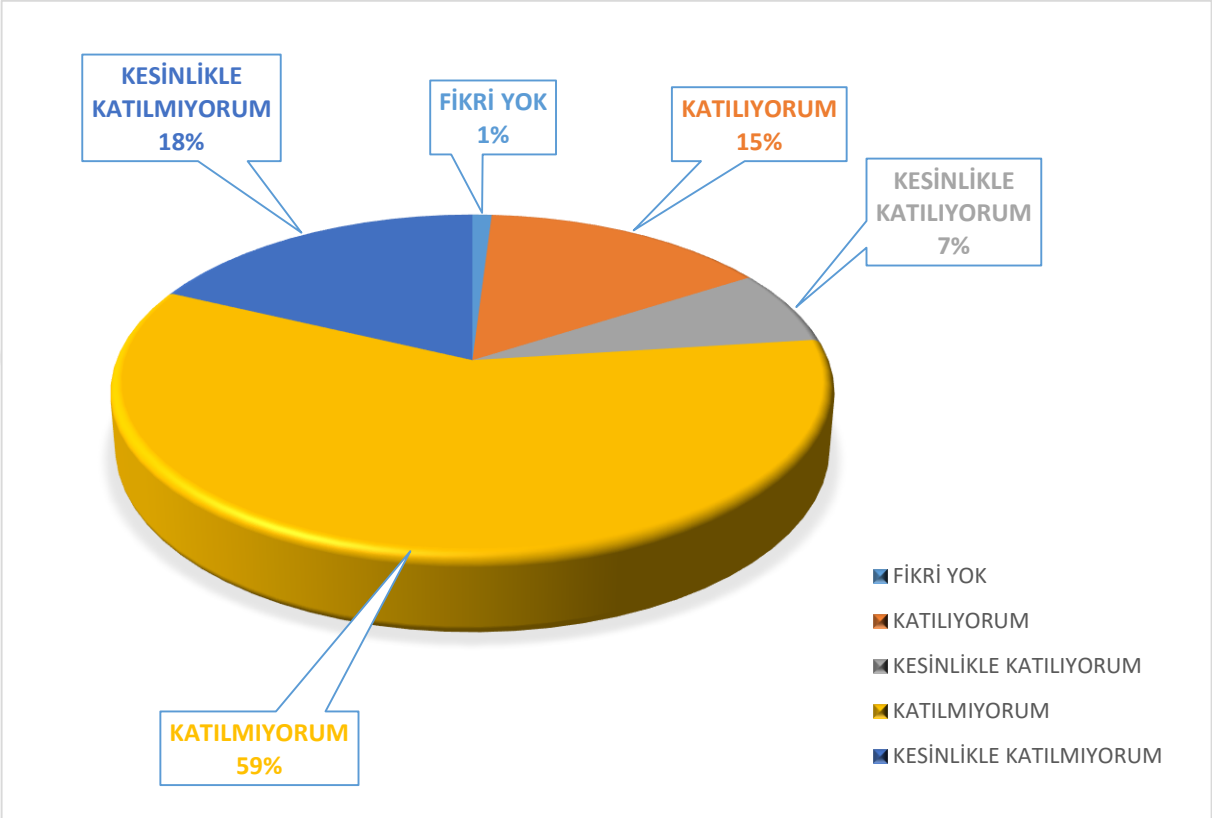


Şimdiye kadar aldığım eğitim beni geleceğe yönelik mesleki beklentilerim açısından hayal kırıklığına uğratmadı ifadesinin yer aldığı 31. soruya ankete katılan imamların % 50'si katılmakta, % 30'u kesinlikle katılmakta, % 15'si katılmamakta, % 2'si kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası aldıkları eğitimlerin geleceğe yönelik mesleki beklentiler için hayal kırıklığı uğratmadığını ifade etmişlerdir. Yukarda da aktardığımız gibi altyapı eğitimleri kısmen yeterli, lakin tam anlamıyla doyurucu değil daha kaliteli ve geniş çaplı bir eğitimin ve altyapının sağlanması talepleridir varsayımına varılabilmektedir.

Soru: İmamlar Kuran İlmi Noktasında Yeterlidir.(S.47)

Grafik 68: İmamların Kur'an Bilgisi Yeterlidir İfadesine Ait Bulgular

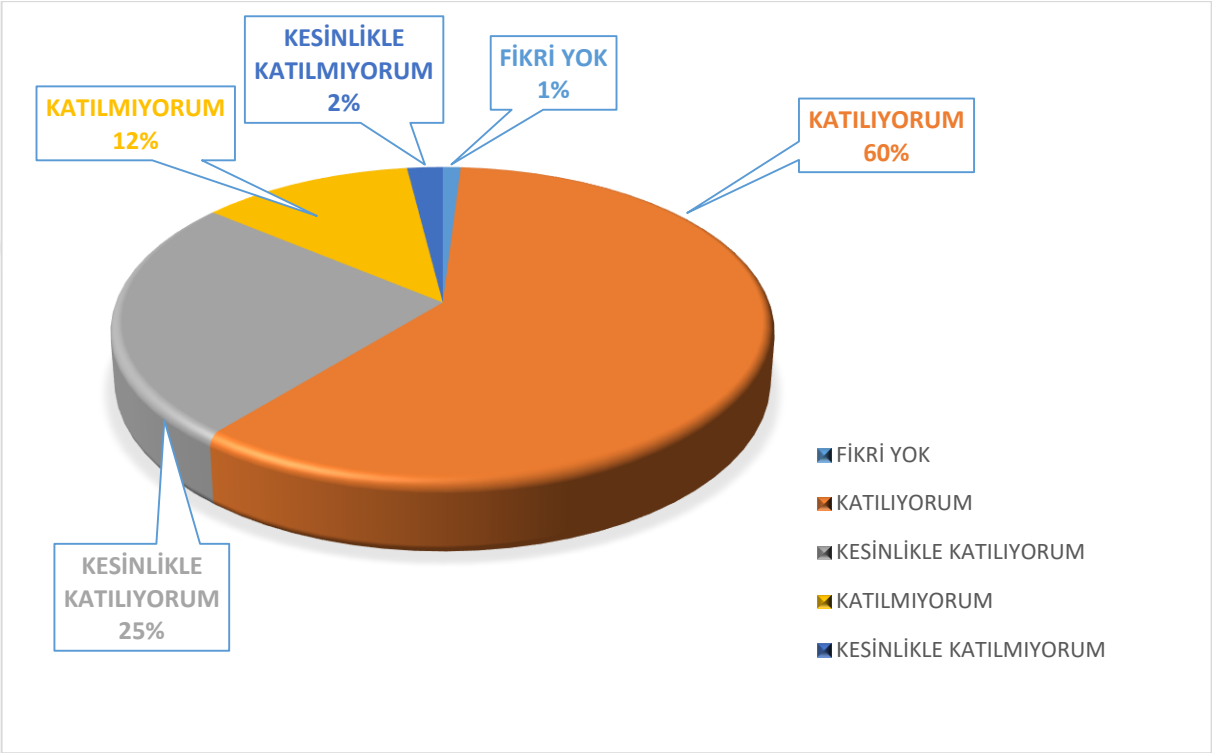


İmamlar Kur'an ilmi noktasında yeterlidir ifadesinin yer aldığı 47. soruya ankete katılan imamların % 15'i katılmakta, % 7'si kesinlikle katılmakta, % 59'u katılmamakta, % 18'i kesinlikle katılmamakta, % 1'i fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası aldıkları Kur'an eğitimlerinin imamları yeterli kılmadığını ifade etmişlerdir. İmamlar Kur'an ilmi noktasında meslektaşlarının yeterli olmadıklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda diyanet işleri başkanlığı mevcut imam kadrosunu tek tek Kur'an ilmi noktasında elden geçirmeli, imametin ilk ve en önemli şartı olduğunu unutmamak gerekir. Kur'an ilmi imametin temelini oluşturduğu gibi arapça ilmi ve güzel ses musiki ile de desteklenmelidir.

Soru: Dini Bilgilerimi Artırmaya ve Kendimi Geliştirmeye Yönelik Olarak, Bağlı Bulunduğum Diyanet İşleri Başkanlığı Eğitim Programları Düzenler.(S.76)

Grafik 69: Diyanet Kurum içi Eğitim Düzenler İfadesine Ait Bulgular



Dini bilgilerimi artırmaya ve kendimi geliştirmeye yönelik olarak, bağlı bulunduğum diyanet işleri başkanlığı eğitim programları düzenler ifadesinin yer aldığı 76. soruya ankete katılan imamların % 60'ı katılmakta, % 25'si kesinlikle katılmakta, % 12'si katılmamakta, % 2'si kesinlikle katılmamakta, % 1'i fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası diyanet işleri başkanlığının dini bilgilerini artırmaya ve kendilerini eğitim programları düzenlediğini ifade etmişlerdir. İmamlar bağlı oldukları Diyanet işleri başkanlığının kendilerini geliştirmeye yönelik eğitim seminer v.s. düzenlediğini ve bunlardan memnun kaldıklarını dile getirmişlerdir.

İmamların Mesleki Yetkinlikleri ve Almış Olduğu Eğitimleri ile Alakalı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 24: İmamların Mesleki Yetkinlikleri ve Almış Olduğu Eğitimlerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	İmamların Kur'an Bilgisi Yeterlidir				**Aldığım eğitim Mesleğim İçin Yeterlidir**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	0	0	1	0	0	1	0	0
Lise	4	5	8	1	6	1	10	1
Lisans	4	2	19	6	7	6	14	2
Önlisans	6	0	26	10	11	3	23	6
Lisansüstü	1	0	5	1	1	2	3	1
SÜRE								
1-4	2	1	8	3	2	2	9	1
5-14	4	0	23	6	7	8	13	4
15-24	6	1	17	6	10	0	19	1
25 +	2	5	11	3	5	3	9	4
EĞİTİM ŞEKLİ								
Okul	0	3	4	2	3	1	3	2
Medrese	1	2	3	2	2	1	4	1
Kuran kursu	5	2	15	5	7	3	15	3
Üniversite	9	0	37	9	13	8	28	4
FAYDA								
Maaş devlet güvencesi	4	2	5	2	3	2	7	1
Hizmet etmek	6	3	40	10	12	7	33	5
Önderlik	2	2	10	5	7	3	8	2
İtibar görme	2	0	2	1	1	1	1	2

İmamlık mesleği yapan üniversite mezunu 37 kişinin imamların kuran bilgisinin yeterli olmadığını aynı zamanda imamlık mesleğinin topluma hizmet amaçlı yapan 40 kişi de aynı görüşte cevap vermişleridir. Mesleğini 15 ila 24 yıl arası yapan imamlardan 23 kişi de yine kuran bilgilerinin yeterli olmadığını söylemişlerdir. Aldıkları eğitimi yeterli bulmadıklarını beyan eden imamların aynı şekilde kuran bilgilerinin de yeterli olmadıklarını söylemeleri dikkat çekici bir konudur.

3.6.2.8. İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerinin Konumlandırılması

İmamların Tutum ölçeklerine ilişkin 73 soru 8 grup halinde kategorize edilerek incelenmiş olan çalışmamızın 8. grubu olan. İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerinin Konumlandırılması ilişkin bulgular grafikler ve değişkenler arası ilişkileri gösteren crostable'lar ve onlara ilişkin değerlendirmeler birlikte aşağıda sunulmaktadır

İmamların mesleklerinde kendilerini nereye ve nasıl konumlandırdıkları, meslekleri ile alakalı fikir ve düşünceleri, şahsi ekonomik beklentilerine yönelik konuların fikir ve düşüncelerini tespit etmek için araştırmaya katılan imamlara 16 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara ait grafikler aşağıda sunulmuştur

İmamların yaptıkları iş ve meslekleri gereği, hedef kitleleri ile olan iletişimlerinin boyutları, hedef kitlesinin dışındaki diğer kamuyla olan ilişkisi mesleki etkileşimine dair fikir ve düşüncelerini tespit etmek için araştırmaya katılan imamlara 16 adet soru yöneltilmiştir. Sorulara ait grafikler aşağıda sunulmuştur.

Bu başlık altında 16 adet soru kullanılmıştır. Bu sorulara ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 25'de sunulmaktadır.

Tablo 25: İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerinin Konumlandırılmasına Ait Sorular ve Sonuçlar

	Sorular	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikri Yok
22	**Mesleğim Sorulduğunda İmam Değil Memur Olduğumu Söylerim.**	7	7	35	50	1
27	**İmam Olduğumu Her Ortamda Açıkça Söylerim.**	38	58	4		
43	**İmam Namaz Vakitleri Dışında Camide Bulunmalıdır.**	29	11	51	8	1
44	**İmamın Temel Görevi 5 Vakit Namaz Kıldırmaktır.**	21	12	48	18	1
78	**Mensubu Bulunduğum Cemaatin, Dini, Sosyal ve Siyasi Değerlerine Bağlı Kalarak Mesleğimi İcra Ederim.**	39	15	32	12	2
20	**İmamlığı Seçmek İstemem Bir An Önce İşe Başlayabilmek Ve Para Kazanabilmek İçindir.**	13	6	48	33	
24	**Cemaatimden Gelen (Mevlüt, Tilavet, Düğün, Cenaze Doğum v.b.) Gibi Talepleri Ek Gelir Olsun Diye Kabul Ederim.**	24	7	38	29	2
73	**Görevimi Aksatmadan Ek İş (Servisçilik, Esnaflık, emlakçılık v.b.)Yaparım.**	12	4	43	41	
40	**İmamın Mesai Saatleri İçinde Devletin Kılık Kıyafet Kurallarına**	40	13	30	14	3

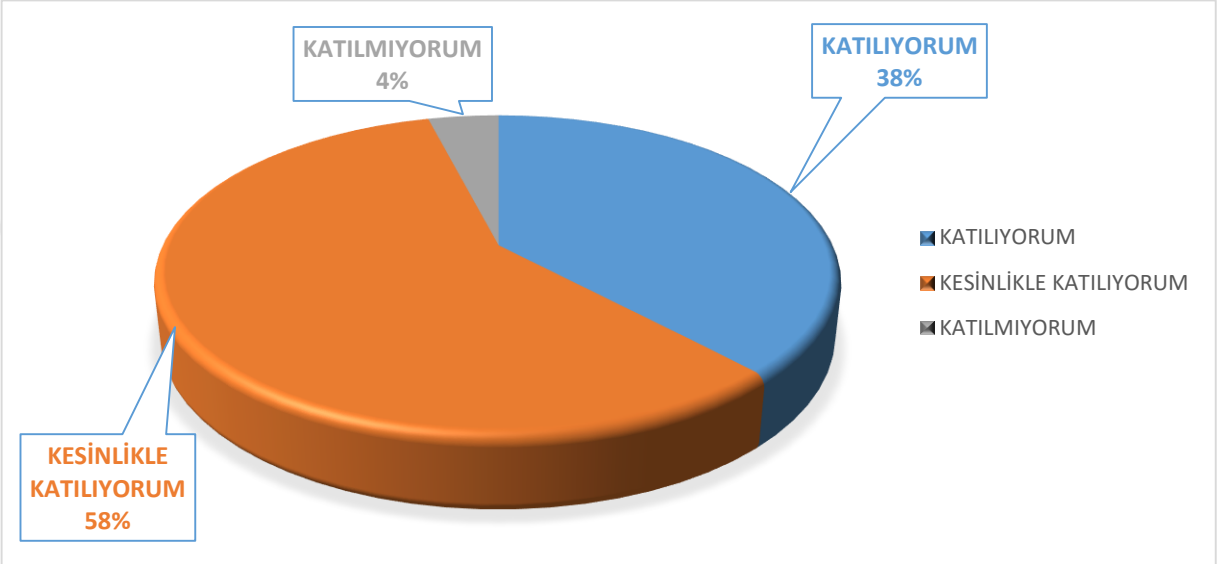
	Uyması Gerekmektedir.					
41	**İmam Sakallı Olarak Görevini İfa Etmelidir.**	42	39	12	5	2
52	**Ben ve Diğer Meslektaşlarım Diyanet İşleri Başkanımız Gibi Dışarda da Dini Kıyafetlerimizle Hedef Kitleyle İletişime Geçmeliyiz.**	37	15	35	11	2
32	**İmam Olarak Camimde Cemaatten Para Toplanmasını Uygun Buluyorum.**	29	6	40	24	1
35	**Cami Derneklerinin Camiye Ve Bana Faydalı Olduğunu Düşünüyorum.**	47	7	24	20	2
37	**Cami Binasının ve Eklerinin Dini Faaliyetlerde Kullanılması Uygundur.**	52	43	1	3	1
38	**Cami Binasının ve Eklerinin Ticari Faaliyetlerde Kullanılması Uygundur.**	16	15	38	26	5
51	**Diyanet Devletten Bağımsız Olmalıdır.**	19	20	29	28	4

16 ölçüm aracı ile elde edilen verilere topluca bakıldığında % 58 ile kesinlikle katılımın en yoğun olduğu bulgu: “ imam olduğumu her ortamda açıkça söylerim” yargısı ile dile getirilen kanaattir. Cami binasının ve eklerinin dini faaliyetlerde kullanılması uygundur ile ilgili yargı %43 ile ikinci sırada yer almaktadır. İmamların mesleklerini gururla yaptığını her ortamda rahatlıkla bunu dile getiriyor olmaları imamlık mesleğinin günümüzde çok daha saygın bir yerde olduğu kanaatine varmamızı sağlıyor.

Araştırmaya Katılan İmamların, Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerinin Ne Olduğunun Tespitine Ait Bulgular

Soru: İmam Olduğumu Her Ortamda Açıkça Söylerim.(S.27)

Grafik 70: İmam olduğumu Açıkça Söylerim İfadesine Ait Bulgular

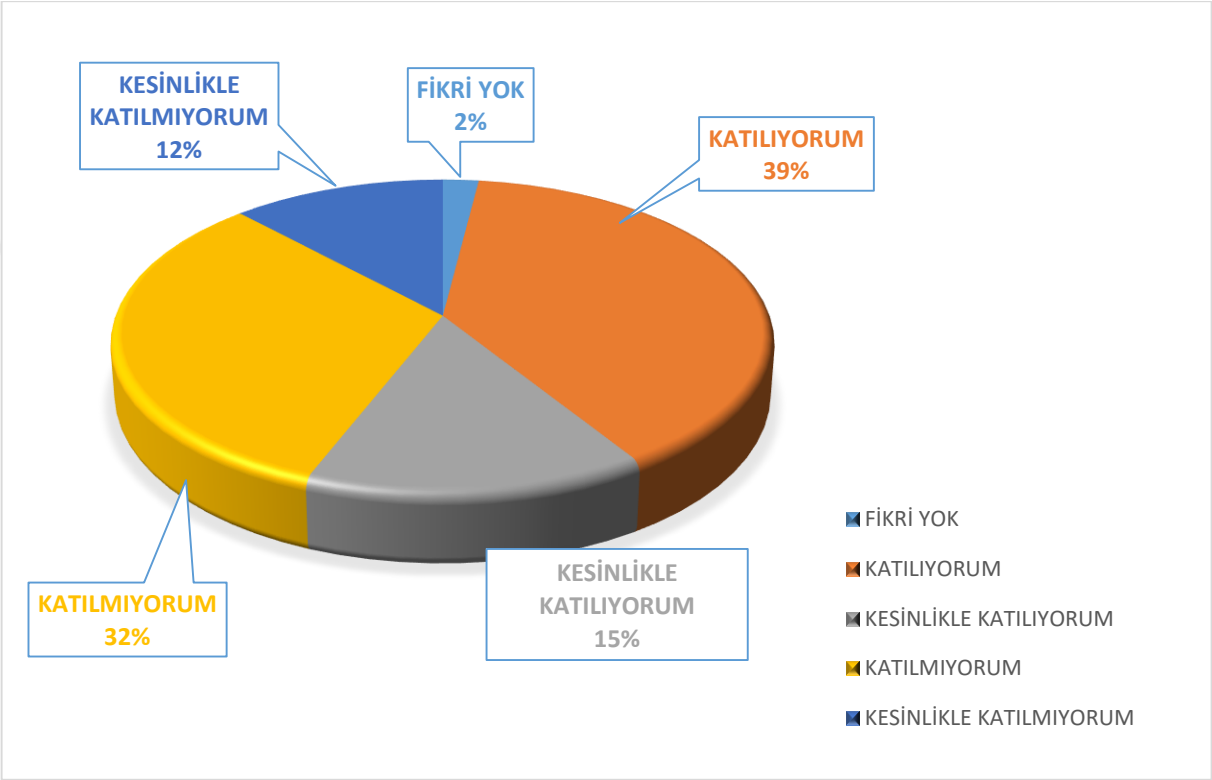


İmam olduğumu her ortamda açıkça söylerim ifadesinin yer aldığı 27. soruya ankete katılan imamların % 38'i katılmakta, % 58'i kesinlikle katılmakta, % 4'ü katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum" hiç işaretlenmeyen seçenek ise "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğunun imam olduklarını her ortamda açıkça ifade ettikleri tespit edilmiştir. Bir önceki sorudaki "imamların meslekleri sorulduğunda doğrudan doğruya imam olduklarını söylerler" ifadesiyle paralellik arz etmekte, mesleklerine sadece memuriyet addetmeyip, gurur ve övünç kaynağı olarak mesleklerine sahiplenmektedirler.

Soru: Mensubu Bulunduğum Cemaatin, Dini, Sosyal ve Siyasi Değerlerine Bağlı Kalarak Mesleğimi İcra Ederim.(S.78)

Grafik 71: Mesleğimi İcra Ederken Mensubiyet İçinde Olduğum Cemaatin Değerlerinden Beslenirim İfadesine Ait Bulgular



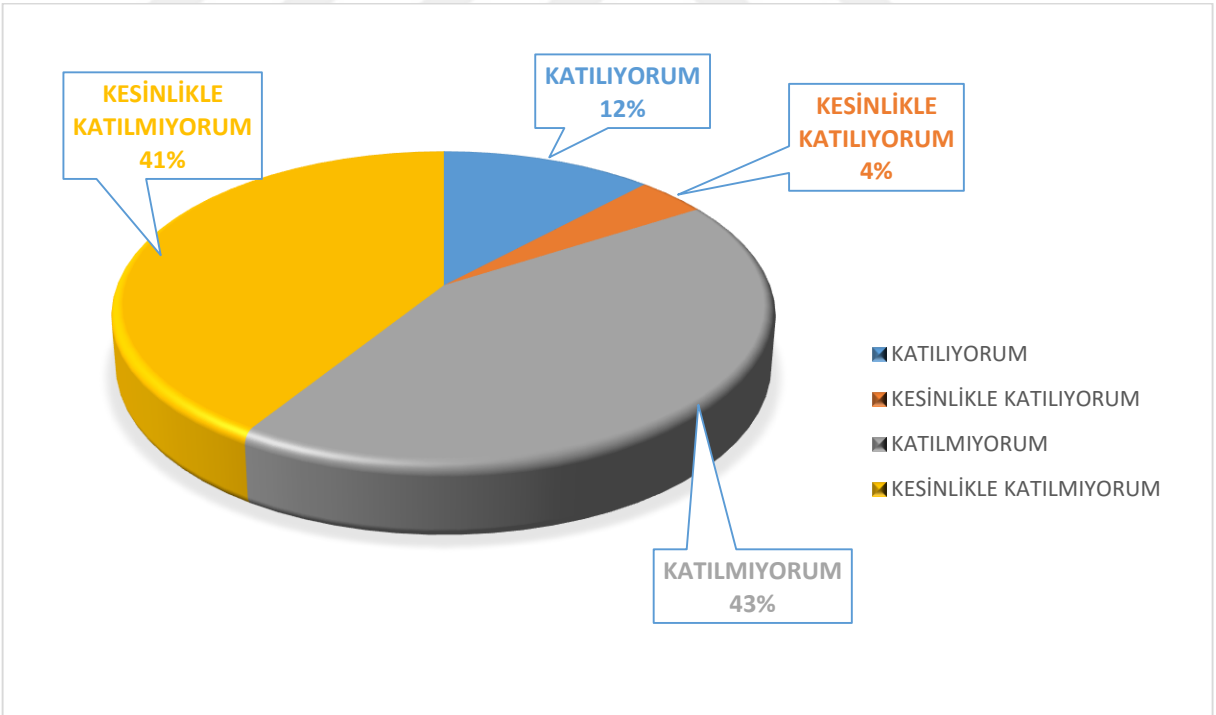
Mensubu bulunduğum cemaatin, dini, sosyal ve siyasi değerlerine bağlı kalarak mesleğimi icra ederim ifadesinin yer aldığı 78. soruya ankete katılan imamların % 39'u katılmakta, % 15'i kesinlikle katılmakta, % 38'i katılmamakta, % 12' si kesinlikle katılmamakta, %2'si ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık yarısı mensubu bulundukları dini cemaatlerin dini, sosyal, siyasi ve ideolojik düşünce ve ritüellerinin etkisinde kalarak mesleğini icra ettiklerini ifade etmişlerdir. Yaklaşık Diğer yarısı da mensubu bulundukları cemaatlerin görüşlerine göre icra etmediklerini ifade etmişlerdir. İmamlar görevlerini icra ederken sorumluluk alacakları beslenecekleri tek yer, mirasını devam ettirdikleri Peygamberimiz (s.a.v.) kendisi olmalıdır. İmam görev

dışında sosyal yaşantısında farklı bir cemaate farklı bir tarikata veya sivil toplum kuruluşuna intisap etmiş olabilir, kişi veya kurumla alakalı aidiyet taşıyor olabilir. Lakin sosyal yaşantısındaki bu süreç cami de ve cami görevlerini ifa ederken hedef kitlesi ile iletişimde bulunurken sosyal kimliğini bir kenra bırakmalıdır. Eğer sosyal kimlikler ön plana çıkarılır, dini ve insani kimlikleri ile hareket etmezsek toplum ve ümmet arasına fitne girmiş olacaktır. Bir müddet sonra a cemaatin camisi, b cemaatinin camisi ayrımı başlayıp, uzun vadede ülke ve ümmet içinde tefrikalara ve ayrımlara sebep olacaktır. İslam camiasının en çok ihtiyacı olan birlik ve beraberlik şiarını ilk evvela ümmetin örnekleri ve toplumun kanaat önderleri konumundaki imamlardan başlayarak tahsis etmeliyiz.

Soru: Görevimi Aksatmadan Ek İş (Servisçilik, Esnaflık, Emlakçılık v.b.)Yaparım.(S.73)

Grafik 72: Ek Gelir için Talepleri Kabul Ederim İfadesine Ait Bulgular

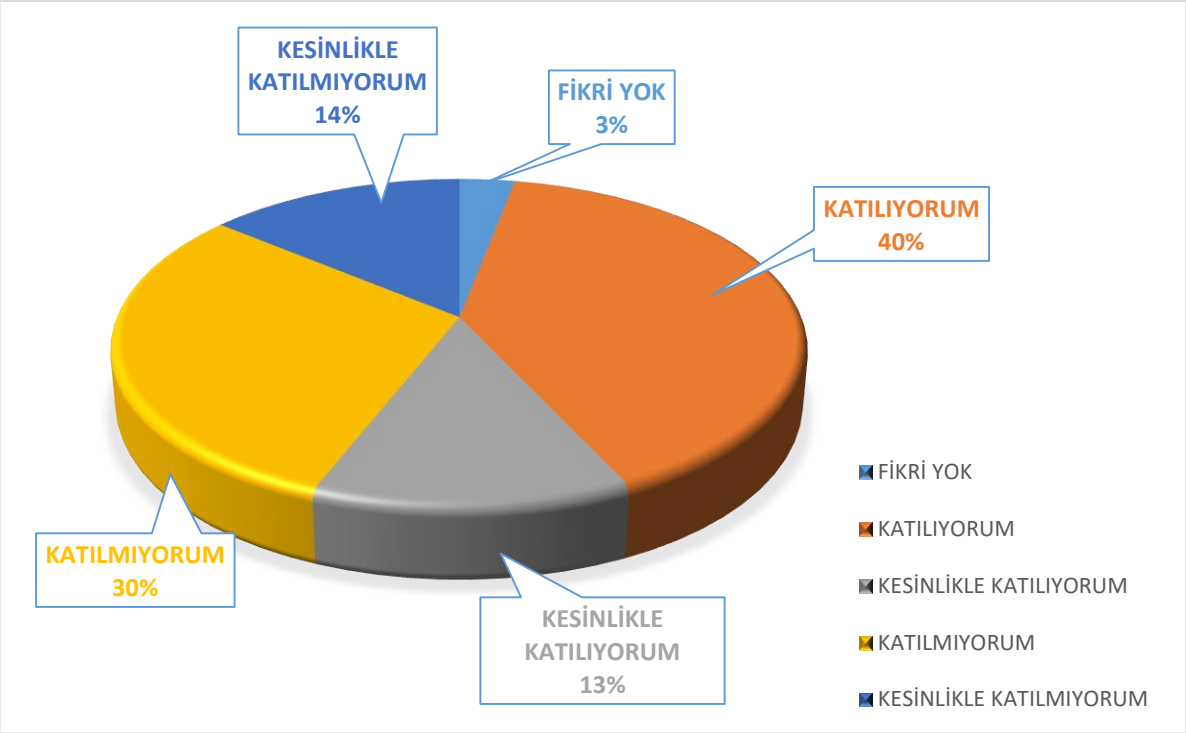


Görevimi aksatmadan ek iş (servisçilik, esnaflık, emlakçılık v.b.) yaparım ifadesinin yer aldığı 73. soruya ankete katılan imamların % 12'si katılmakta, % 4'ü kesinlikle katılmakta, % 43'ü katılmamakta, % 41'i kesinlikle katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; Asgari çoğunluğu mevcut hayatlarını idame ettirirken devletten aldıkları maaşı kendilerine yeterli görmekte, bunun haricinde boş vakitlerinde veya zamanlarının büyük kısmında ek gelir olması düşüncesiyle farklı bir işle meşgul olmadıklarını belirtmişlerdir. Lakin az da olsa yaklaşık altıda birlik kısmı ek gelir olsun diye farklı iş ve zanaatlar ile uğraşdıklarını ifade etmişlerdir.

Soru: İmamın Mesai Saatleri İçinde Devletin Kılık Kıyafet Kurallarına Uyması Gerekmektedir.(S.40)

Grafik 73: İmam Kılık Kıyafetine Dikkat Etmeli İfadesine Ait Bulgular

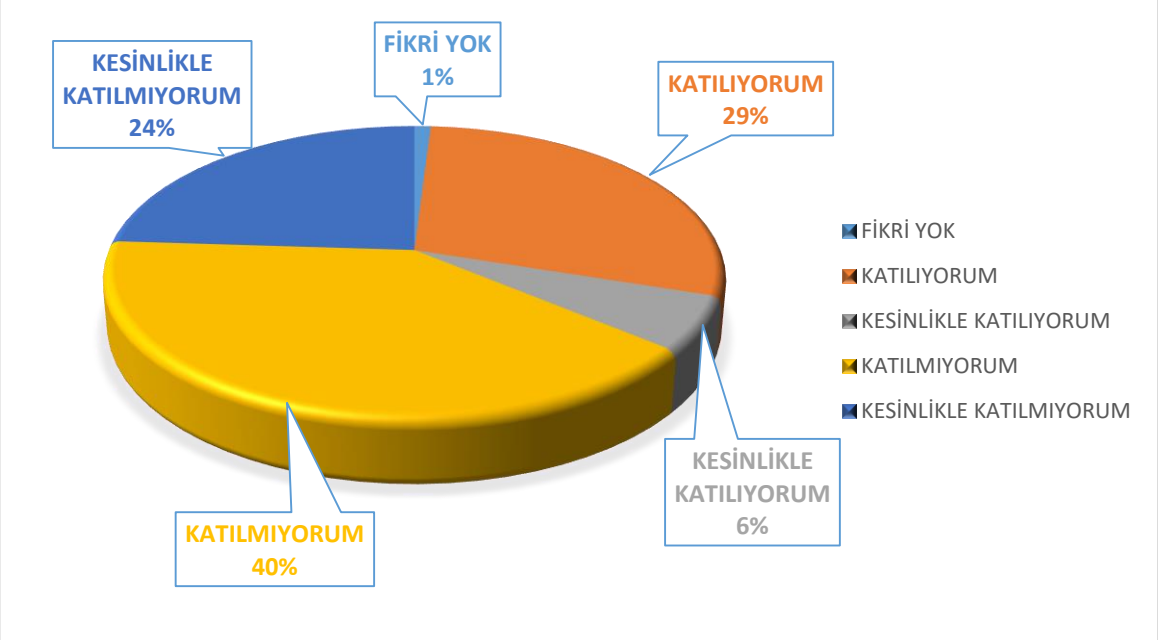


İmamın mesai saatleri içinde devletin kılık kıyafet kurallarına uyması gerekmektedir ifadesinin yer aldığı 40. soruya ankete katılan imamların % 40'ı katılmakta, % 13'ü kesinlikle katılmakta, % 30'ü katılmamakta, % 14'i kesinlikle katılmamakta, % 3'ü fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yarısından fazlası görevleri ifa ederken devletin imamlar için ön gördüğü sarık ve cübbe ile cemaatinin önüne geçmeyi kabul görürken, yaklaşık üçte biride sarık cübbe olmadan da hizmet edilebilceğini belirtmiştir. Buradaki önemli husus mesai saatleri kavramında ön plana çıkmaktadır. Mesai saaatleri sadece camideki namaz kıldırma ile sınırlımı, yoksa tüm gün dışardaki programlar, evlerdeki mevlüt, nikah, düğün, cenaze programlarıda dahil mi bu noktada fikir ayrılığı ortaya çıkmaktadır.

Soru: İmam Olarak Camimde Cemaatten Para Toplanmasını Uygun Buluyorum.(S.32)

Grafik 74: Cemaatten Para Toplamak Uygundur İfadesine Ait Bulgular

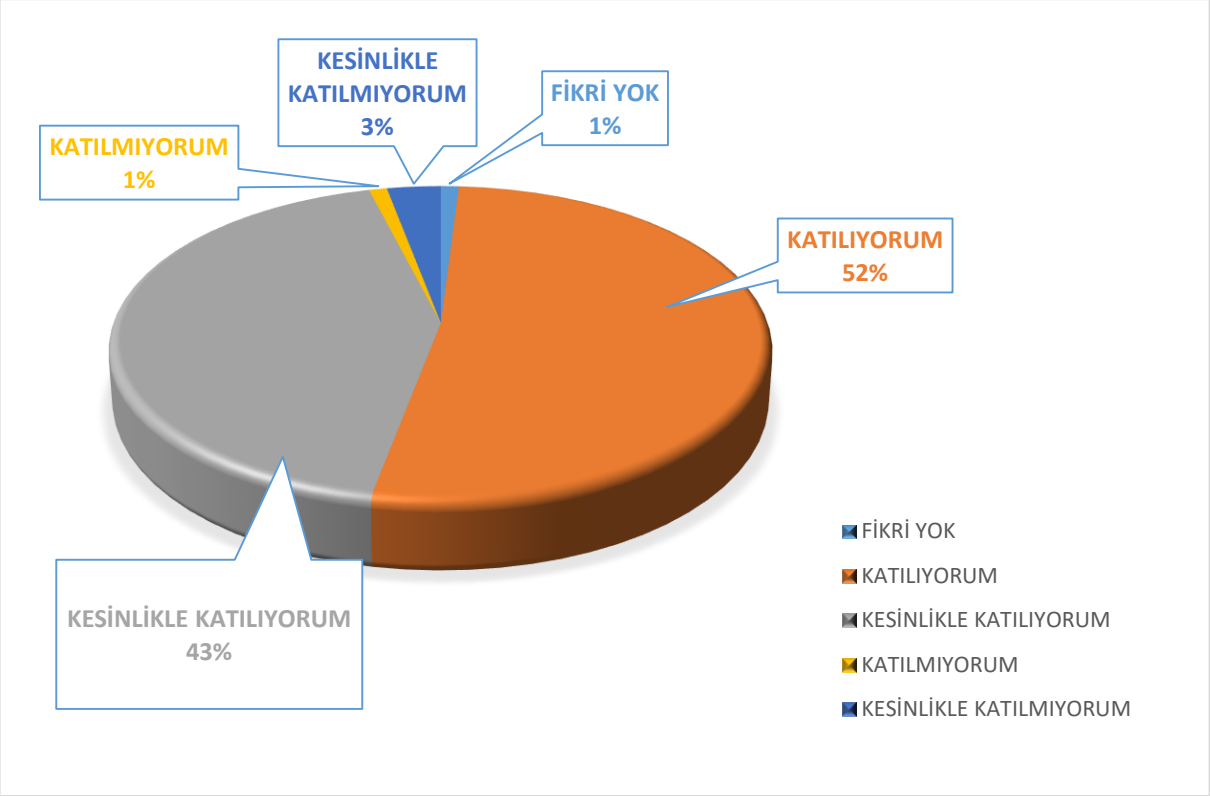


İmam olarak camimde cemaatten para toplanmasını uygun buluyorum ifadesinin yer aldığı 32. soruya ankete katılan imamların % 29'u katılmakta, % 6'sı kesinlikle katılmakta, % 40'ı katılmamakta, % 24'ü kesinlikle katılmamakta, % 1'i fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse üçte ikisi cemaatten para toplanmasını uygun bulmamaktadır. Öyle ki özellikle Cuma ve bayram namazlarında cemaatten her seferinde cami ihtiyaçları için para toplanması, sanki cami ve namazın para ile ibadet yapılıyor mantığını ön plana çıkarmaktadır. Türkiye'de cami inşaaları devlet eliyle değil, milletin hayırsever vatandaşaları tarafından üstlenilmekte ve yaşatılmaktadır. Cami derneklerinin kurulum sebebinin temelinde de bu yatmaktadır. Ne zamanki devlet cami ihtiyacını bölgesel anlamda belirler ve kontrol altına alır, nerde, ne kadar kaapsiteli cami yapılması gerektiğini tespit eder ve yapımını devlet ve millet olarak üstlenir hayata geçirirse, o zaman camiler sadece camideki ibadet edenlerin olacak, islami cemaatlere veya derneklere ait olmaktan çıkacaktır. Devlet stadyumdan maç çıkışında maç izlemeye gelen seyircilerden 'yeni bir stad yapacağız, az çok demiyelim boş geçmiyelim sayın seyirciler' diyerek yardım talebinde bulunmuyor ise, İslam dininin temel simgesi olan insanları bir araya getiren, cem eden camilerin yapımı ve bakımı içinde cami çıkışında yardım toplamayı kesmeli, devlet ana fonlayıcı olmalı ve milletin desteği ile cami inşaalarını hayata geçirmelidir.

Soru: Cami Binasının ve Eklerinin Dini Faaliyetlerde Kullanılması Uygundur.(S.37)

Grafik 75: Cami Binaları Dini Faaliyetlerde Kullanılmalıdır İfadesine Ait Bulgular



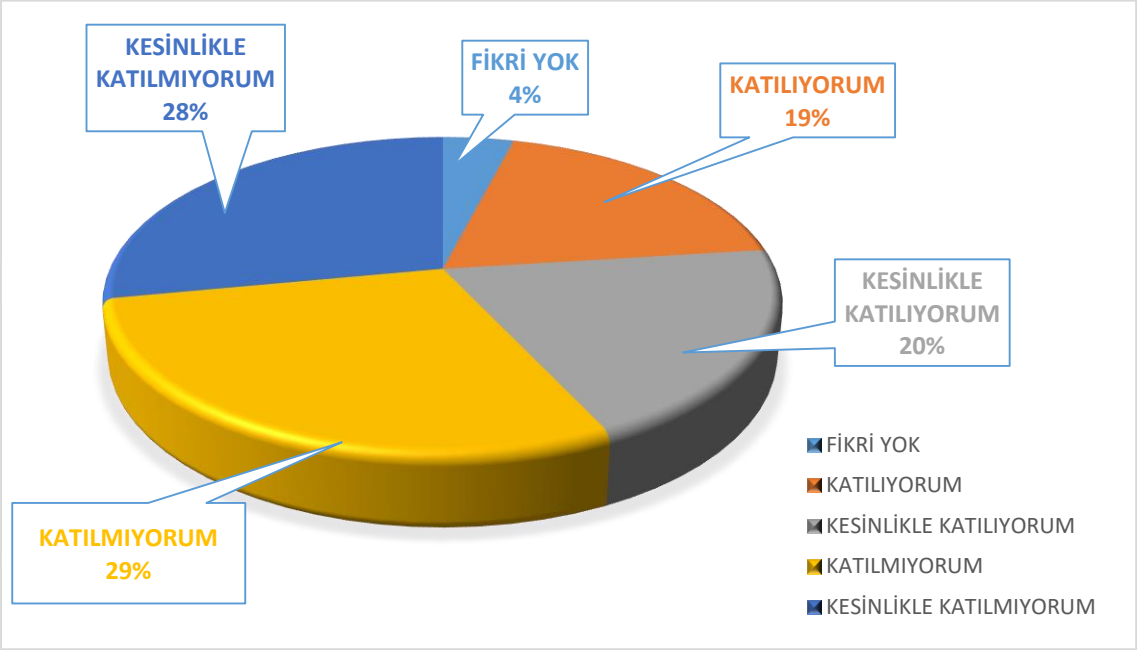
Cami binasının ve eklerinin dini faaliyetlerde kullanılması uygundur ifadesinin yer aldığı 37. soruya ankete katılan imamların % 52'si katılmakta, % 43'ü kesinlikle katılmakta, % 1'i katılmamakta, % 3'ü kesinlikle katılmamakta, % 1'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse tamamı cami müştemilatlarının ve eklerinin camii hizmetinde, din hizmetinde, sosyal çalışmalarda kullanılmasının uygun olduğunu ifade etmişlerdir. Lakin günümüzde camilerin durumuna baktığımızda cami altlarında müsaitlik olduğu zaman genel itibari ile markete veya ticari işletmelere

kiraya verilip cami ve cami derneğine gelir sağlamaya çalışılmaktadır. Ama asıl olan bu yerlerin insanlara ve islama hizmet edecek lokasyonlara çevrilmesi doğrudur.

Soru: Diyanet Devletten Bağımsız Olmalıdır.(S.51)

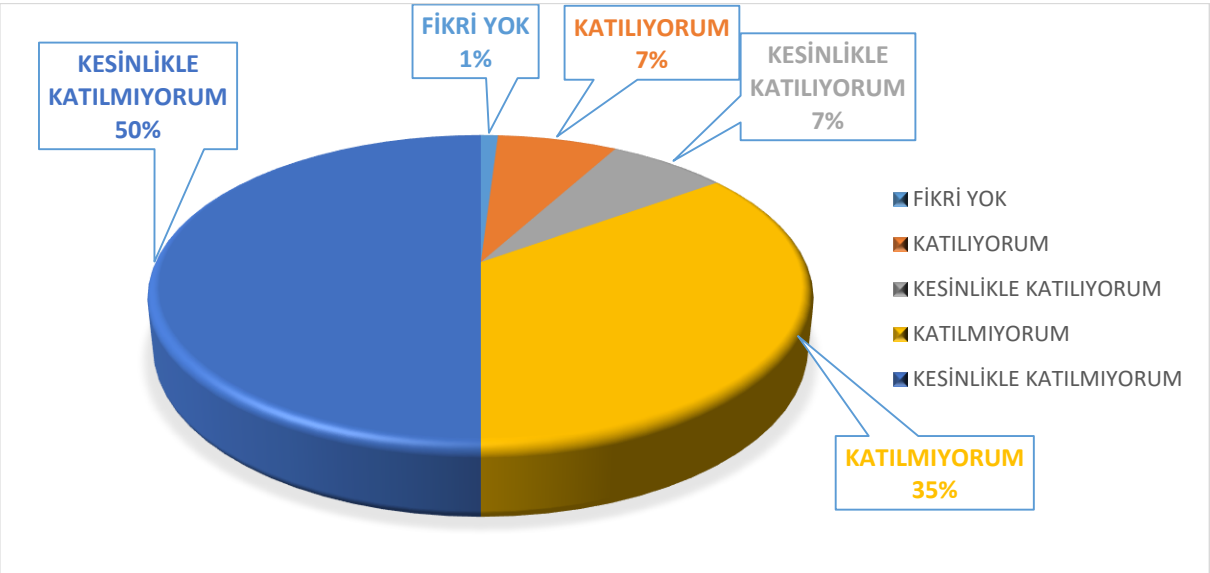
Grafik 76: Diyanet Devletten Bağımsız Olmalıdır İfadesine Ait Bulgular



Diyanet devletten bağımsız olmalıdır ifadesinin yer aldığı 51. soruya ankete katılan imamların % 19'u katılmakta, % 20'si kesinlikle katılmakta, % 29'u katılmamakta, % 28'i kesinlikle katılmamakta, % 4'ü ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "katılıyorum" seçeneğidir.

Soru: Mesleğim Sorulduğunda İmam Değil Memur Olduğumu Söylerim.(S.22)

Grafik 77: Mesleğim Sorulduğunda İmam Değil Memur Olduğumu Belirtirim ifadesine Ait Bulgular



Mesleğim sorulduğunda imam değil memur olduğumu söylerim ifadesinin yer aldığı 22. soruya ankete katılan imamların % 7'si katılmakta, % 7'si kesinlikle katılmakta, % 35'i katılmamakta, % 50'si kesinlikle katılmamakta, % 1'i fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" ve "katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğunun görüşüne göre meslekleri sorulduğunda doğrudan doğruya imam olduklarını söylediklerini ifade etmişlerdir. Mesleki bağlılık mesleğe sahiplenme, işini sevmenin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Görevini ve mesleğini hakkıyla sahiplenme onunla gurur duymak mesleğin ve statünün kalkınmasında önemli rol oynamaktadır.

İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentileri ile Bağıntılı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

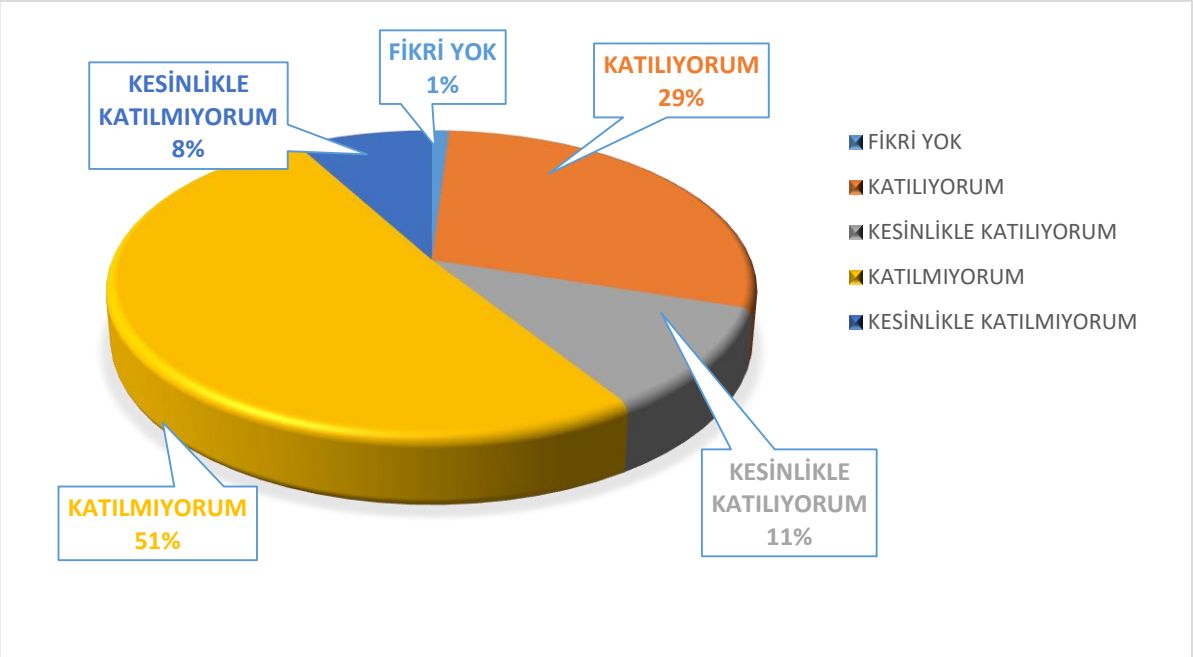
Tablo 26: İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	Diyanet Devletten Bağımsız Olmalıdır				**Mesleğimi Sorana İmam Değil Memur Derim**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	0	0	1	0	0	0	0	1
Lise	1	3	2	11	1	0	6	10
Lisans	6	5	13	6	1	5	6	19
Önlisans	12	8	11	10	3	2	19	19
Lisansüstü	0	4	2	1	2	0	4	1
YAŞ								
18-34	4	6	10	8	2	2	9	15
35-49	10	10	14	11	3	2	18	25
50-64	5	4	4	9	2	3	8	9
65 +	0	0	1	0	0	0	0	1
EKONOMİK DURUM								
Yoksul	0	0	1	0				
Fakir	0	0	0	1	0	0	1	
Orta düzey	19	18	26	27	7	4	34	47
Zengin	0	2	2	0	0	1	0	3
FAYDA								
Maaş devlet güvencesi	0	1	1	1	1	1	5	5
Hizmet etmek	12	11	20	13	3	3	20	33
Önderlik	4	7	5	3	2	3	9	6
İtibar görme	3	0	1	1	1	0	1	3
NEDEN								
Kendi kararim	12	14	18	12	3	4	22	30
Ailemin isteği	5	2	3	10	1	2	7	9
Hoca yönlendirmesi	0	2	2	6	0	1	3	3
Çevresel faktörler	2	2	2	6	3	0	2	7
İDEOLOJİ								
Demokrat	1	0	0	0	0	0	1	0
Liberal								
Milliyetçi	2	1	1	5	0	1	4	3
Muhafazakar	12	12	14	15	4	2	20	29
İslamcı	2	6	10	7	3	3	6	15
Cumhuriyetçi	0	1	0	0	0	0	0	1
Laik								

İmamlık mesleği yerine getiren imamların diyanetin devletten bağımsız olmalıdır soruna verdikleri cevaplar incelendiğinde eşit bir dağılımın söz konusu olduğu görülmektedir. Muhatapların eğitim düzeylerinin mesleki tecrübelerinin ve yaş dağılımının fark etmediği hemen tüm ölçeklere eşit sayıda cevap verilmiş olması diyanetin konumu hakkında imamların net bir görüşe sahip olmadıkları ya da çalıştıkları kurum hakkında objektif yorum yapamadıkları yargısını ortaya çıkarmaktadır. İmamlara meslekleri sorulduklarında büyük çoğunluğunun tereddütsüz kendilerini imam olarak tanıttıkları gözlemlenmektedir. Mesleği kendi tercih ederek seçmiş 30 kişinin verdiği cevap imamların meslekleri ile gurur duydukları ve bunu söylerken çekinmediklerini kendilerini memur olarak tanıtmak zorunda hissetmedikleri yargısını ortaya çıkarmaktadır.

Soru: İmam Namaz Vakitleri Dışında Camide Bulunmalıdır.(S.43)

Grafik 78: Namaz Vakitleri Dışında da İmam Camide Olmalı İfadesine Ait Bulgular



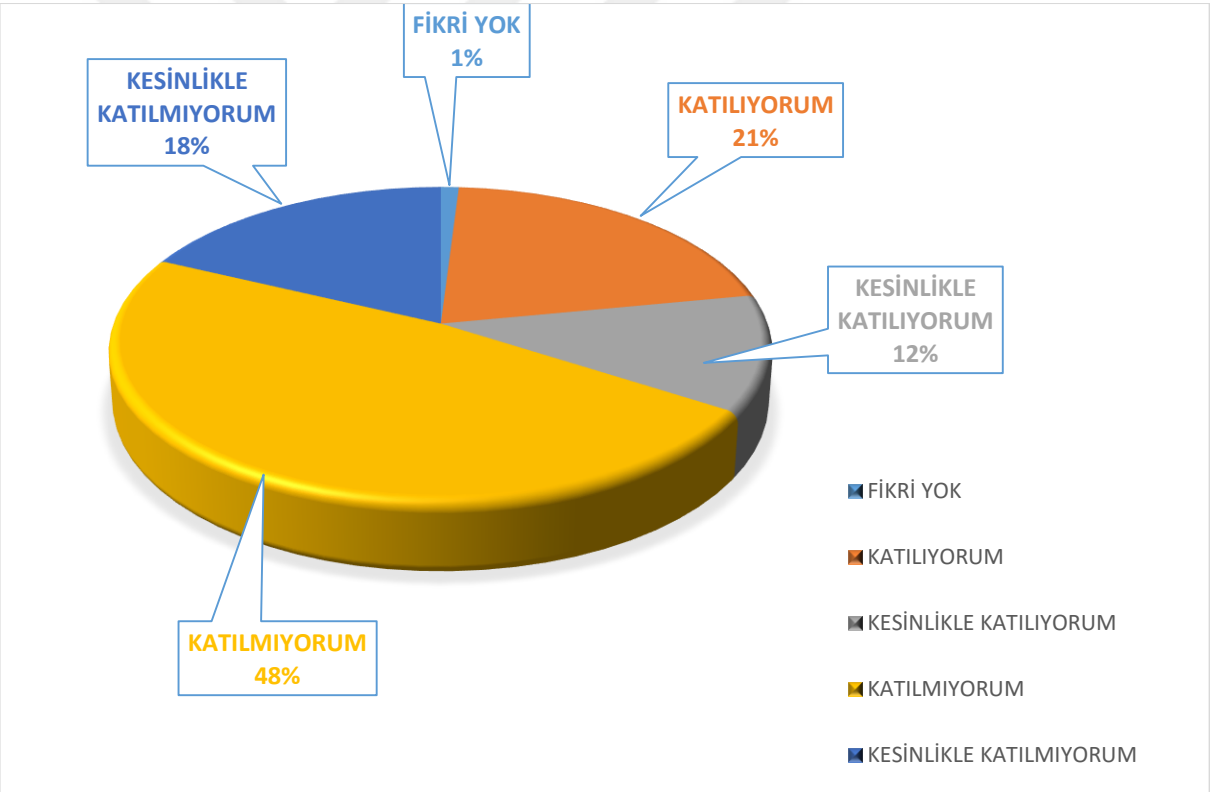
İmam namaz vakitleri dışında camide bulunmalıdır ifadesinin yer aldığı 43. soruya ankete katılan imamların % 29'u katılmakta, % 11'i kesinlikle katılmakta, %

51'i katılmamakta, % 8' i kesinlikle katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılmıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yarısından fazlası imamın namaz vakitleri dışında camide bulunmaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Diyanet işleri başkanlığı yakın tarihte imamların namaz vakitleri dışında da camide bulunması gerektiğine dair bir uygulama başlatmış lakin günümüzde uygulamanın eseri kalmamıştır.

Soru: İmamın Temel Görevi 5 Vakit Namaz Kıldırmaktır.(S.44)

Grafik 79: İmam Sadece Beş Vakit Namaz Kıldırmalıdır İfadesine Ait Bulgular



İmamın temel görevi 5 vakit namaz kıldırmaktır ifadesinin yer aldığı 44. soruya ankete katılan imamların % 21'i katılmakta, % 12'i kesinlikle katılmakta, % 48'i katılmamakta, % 18' i kesinlikle katılmamakta, % 1'i ise fikrini belirtmemiştir.

En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi imamın temel görevinin 5 vakit namaz kıldırmak olmadığını ifade etmiştir. İmamlar beş vakit namaz kıldırmayı rutin görevleri olarak görüp asıl sorumlulukları olan tebliğ ve irşad faaliyetlerini camide ve dışardaki hedef kitle üzerinde yoğunlaşarak görevlerini ifa etmelidirler.

İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentileri ile Bağıntılı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 27: İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

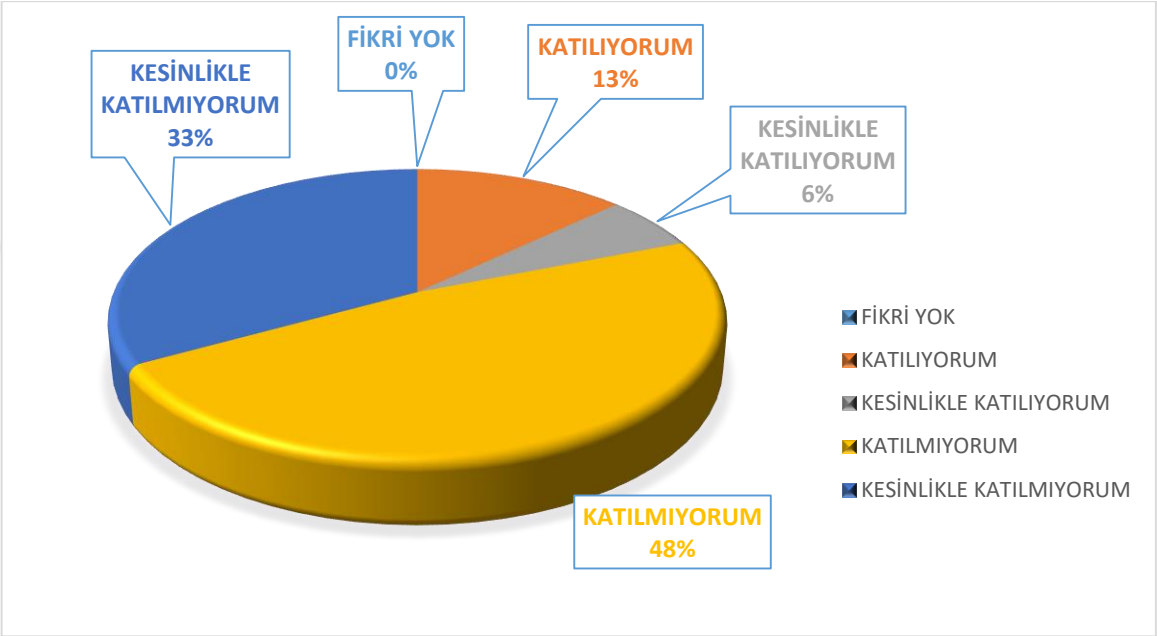
	İmam Namaz Vakitleri Dışında Camide Bulunmalıdır				**İmam Sadece Beş vakit Namaz Kıldırmalıdır**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	0	0	1	0	0	0	0	1
Lise	4	3	9	2	4	7	4	3
Lisans	10	3	16	2	7	2	16	5
Önlisans	14	4	21	3	6	3	25	9
Lisansüstü	1	1	4	1	4	0	3	0
YAŞ								
18-34	6	2	16	4	6	3	14	5
35-49	14	7	25	2	11	6	24	7
50-64	8	2	10	2	4	3	10	5
65 +	1	0	0	0	0	0	0	1
EKONOMİK DURUM								
Yoksul								
Fakir			1		0	1	1	0
Orta düzey	27	11	47	7	20	9	45	18
Zengin	1	0	3	0	1	2	1	0
FAYDA								
Maaş devlet güvencesi	2	5	4	2	4	6	1	2
Hizmet etmek	20	4	31	4	14	3	30	12
Önderlik	7	2	9	2	2	3	11	4
İtibar görme	0	0	4	0	1	0	4	0
NEDENİ								
Kendi kararim	20	4	31	3	12	5	31	11
Ailemin isteği	4	3	10	3	7	5	3	4
Hoca yönlendirmesi	3	0	4	0	0	0	6	1

Çevresel faktörler	1	4	5	2	2	2	6	2
İDEOLOJİ								
Demokrat	1	0	0	0	0	0	0	1
Liberal								
Milliyetçi	3	2	1	3	0	1	7	1
Muhafazakar	13	7	31	3	12	8	26	9
İslamcı	9	2	15	1	7	3	11	5
Cumhuriyetçi	0	0	0	1	1	0	0	0
Laik								

İmamların namaz vakitleri dışında camide bulunması sorusuna bakıldığında büyük çoğunluğun bu konuya olumsuz cevap verdiği görülmektedir. Üniversite mezunu sadece 3 kişinin olumlu cevap verdiği bu soruya mesleği topluma hizmet etmek için yaptığını söyleyen imamlar arasında sadece 4 kişinin olumlu cevap vermesi imamların camide namaz dışında bulunmak istemedikleri yargısına bizi ulaştırıyor. Fakat imamlar sadece beş vakit namaz kıldırmalıdır sorusuna verilen cevaplar imamların namaz dışında camide bulunmalıdır sorusuna verilen cevaplarla tezat oluşturmaktadır. Namaz vakitleri dışında camide bulunmak istemeyen imamların aynı zamanda görevlerinin sadece beş vakit namaz kıldırmakla sınırlı kalmasını istememeleri bu konuda tam olarak imamın vazifeleri nedir, imam namaz vakitleri dışında nelerle uğraşmalıdır, cami dışında görev yerleri nereler olmalıdır sorularını beraberinde getirmektedir ve bu ayrıca bir araştırma konusu olmayı hake etmektedir.

Soru: İmamlığı Seçmek İstemem Bir An Önce İşe Başlayabilmek ve Para Kazanabilmek İçindir.(S.20)

Grafik 80: İş Sahibi Olmak ve Para Kazanmak için İmam Oldum İfadesine Ait Bulgular

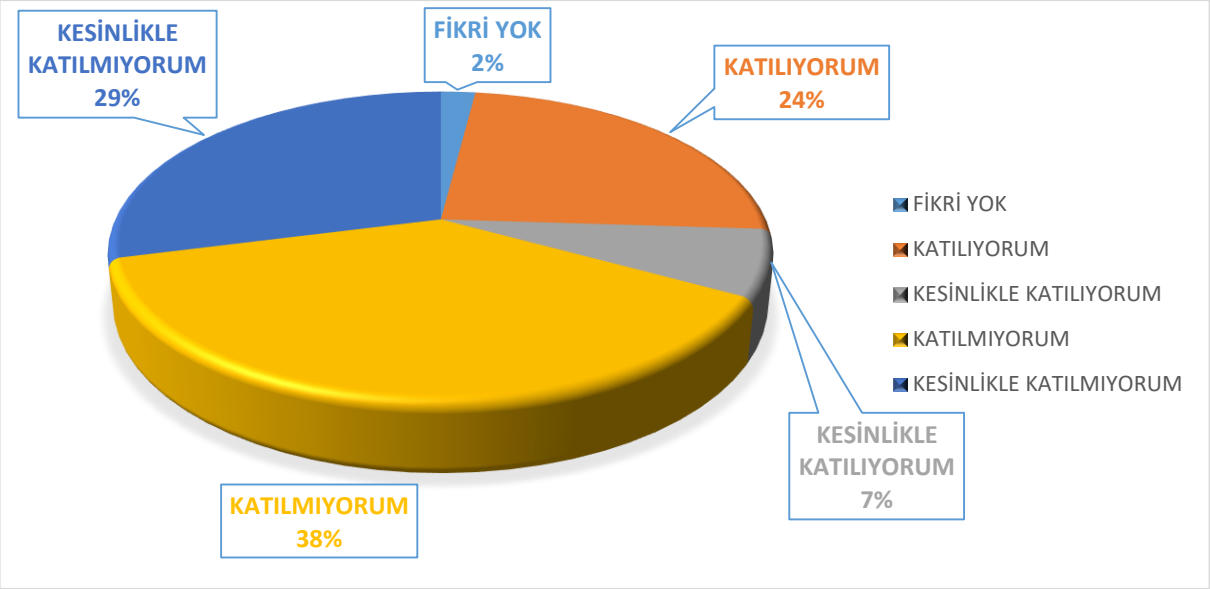


İmamlığı seçmek istemem bir an önce işe başlayabilmek ve para kazanabilmek içindir ifadesinin yer aldığı 20. soruya ankete katılan imamların % 13'ü katılmakta, % 6'sı kesinlikle katılmakta, % 48'i katılmamakta, % 33'ü kesinlikle katılmamaktadır. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisinden fazlası imamlığı meslek sahibi ve para kazabilmek için seçmediklerini ifade etmişlerdir. İmamlar mesleklerini severek genelde kendi kararları ve ailelerinin yönlendirmeleri ile imamlık mesleğini seçmiş mesleklerini aidiyetle bağlı, manevi hazzı yaşayarak icra etmektedirler.

Soru: Cemaatimden Gelen (Mevlüt, Tilavet, Düğün, Cenaze Doğum v.b.) gibi Talepleri Ek Gelir Olsun Diye Kabul Ederim.(S.24)

Grafik 81: Ek Gelir için Mevlüte Gideirm İfadesine Ait Bulgular



Cemaatimden gelen (mevlüt, tilavet, düğün, cenaze, doğum v.b.) gibi talepleri ek gelir olsun diye kabul ederim ifadesinin yer aldığı 24. soruya ankete katılan imamların % 24'ü katılmakta, % 7'si kesinlikle katılmakta, % 38'i katılmamakta, % 29'u kesinlikle katılmamakta, % 2'si ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisinden fazlası imamlığı meslek sahibi ve para kazabilmek için seçmediklerini ifade etmişlerdir. İmamlar mesleklerini severek genelde kendi kararları ve ailelerinin yönlendirmeleri ile imamlık mesleğini seçmiş mesleklerini aidiyetle bağlı, manevi hazzı yaşayarak icra etmektedirler.

İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentileri ile Bağıntılı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

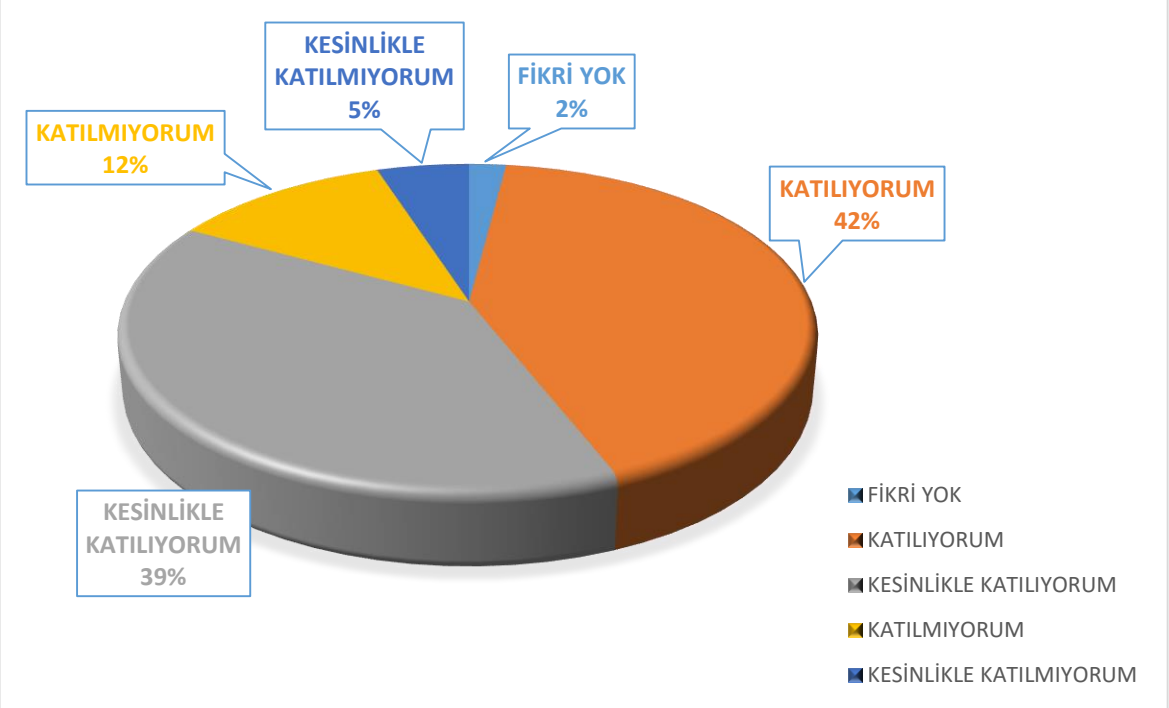
Tablo 28: İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	İş Sahibi ve Para Kazanmak İçin İmam oldum				**Ek Gelir İçin Mevlüt, Düğün, Cenaze v.s. Talepleri Kabul Ederim**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	0	0	0	1	0	0	0	1
Lise	4	1	9	4	3	1	9	5
Lisans	0	4	12	15	9	1	9	11
Önlisans	7	1	23	12	11	4	17	10
Lisansüstü	2	0	4	1	1	1	3	2
YAŞ								
18-34	1	1	17	9	4	2	13	8
35-49	9	3	21	15	15	3	18	11
50-64	3	2	10	8	5	2	7	9
65 +	0	0	0	1	0	0	0	1
EKONOMİK DURUM								
Yoksul								
Fakir	0	0	1	0	0	0	2	0
Orta düzey	13	4	46	30	23	7	34	28
Zengin	0	0	1	0	1	0	2	1
FAYDA								
Maaş devlet güvencesi	6	2	4	1	3	0	5	5
Hizmet etmek	6	3	28	22	16	2	21	18
Önderlik	1	1	11	7	5	3	8	4
İtibar görme	0	0	3	2	0	2	1	2
NEDEN								
Kendi kararim	4	2	29	24	14	3	25	16
Ailemin isteği	4	3	9	4	6	2	6	6
Hoca yönlendirmesi	0	1	5	1	1	1	3	1
Çevresel faktörler	5	0	4	3	3	1	3	5
İDEOLOJİ								
Demokrat	0	0	1	0	0	0	1	0
Liberal								
Milliyetçi	0	0	5	4	1	1	4	3
Muhafazakar	9	2	29	15	14	5	21	15
İslamcı	4	3	9	11	9	0	9	8
Cumhuriyetçi	0	0	1	0	0	0	0	1
Laik								

İmamların büyük çoğunluğunun mesleklerini seçerken ilk etapta para ve güvenceli bir iş sahibi olmak adına seçmediklerini "iş sahibi ve para kazanmak için imam oldum" sorusuna verilen cevaplardan anlıyoruz. Bu soruya katılmıyorum diyen 23 kişi ön lisans mezunu, 29 kişi kendi kararı ile imamlık mesleğini seçmiş, 46 kişi ise orta düzey ekonomik gelir seviyesinde bulunan kişiler olmaları imamlık mesleği ve gönüllülük ilkesinin doğru orantılı olduğu yargısına bizi ulaştırır. İmamların ek gelir için cemaatinde gelen mevlit, düğün, cenaze, gibi merasimlere ücret karşılığında icabet etme konusunda olumsuz verilen cevaplar bu yargıyı sağlamlaştırmaktadır. **"**Ek gelir için mevlit, düğün, cenaze v.s. talepleri kabul ederim" sorusuna orta düzey ekonomik gelire sahip 34 kişi katılmam, 28 kişi ise kesinlikle katılmam cevabı vermiştir.

Soru: İmam Sakallı Olarak Görevini İfa Etmelidir.(S.41)

Grafik 82: İmam Sakallı Görev Yapmalıdır İfadesine Ait Bulgular

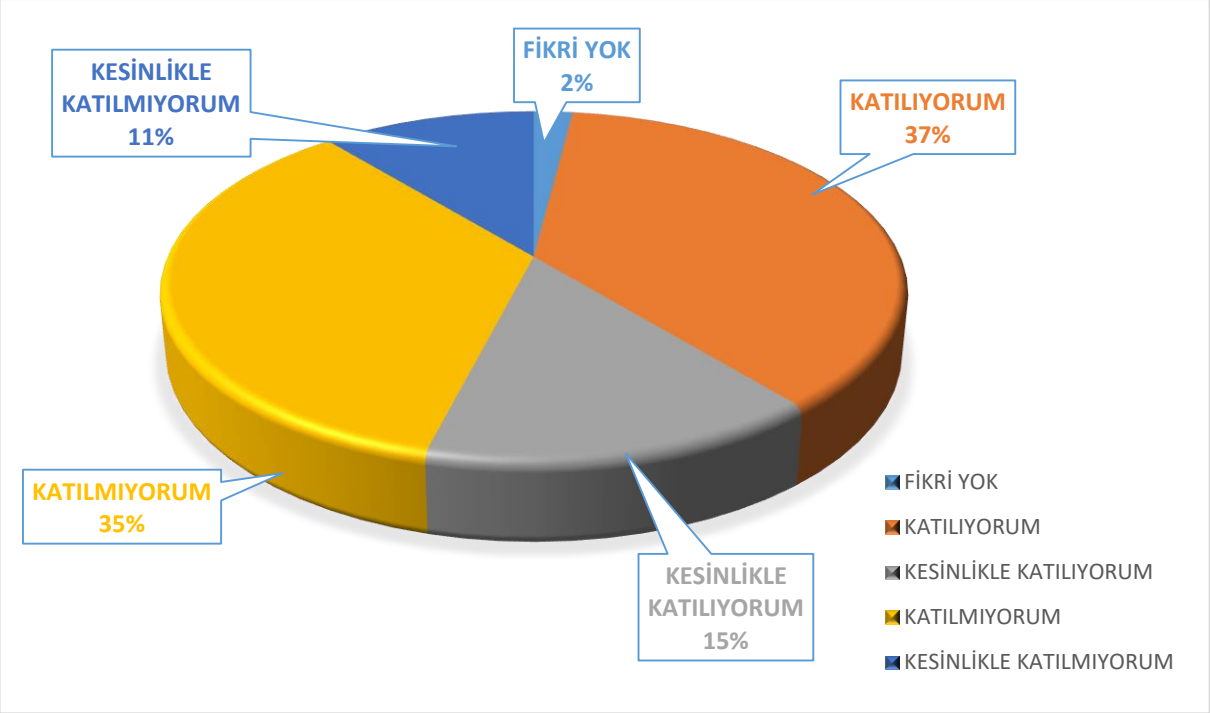


İmam sakallı olarak görevini ifa etmelidir ifadesinin yer aldığı 41. soruya ankete katılan imamların % 42'si katılmakta, % 39'u kesinlikle katılmakta, % 12'si katılmamakta, % 5'i kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla

işaretlenen seçenek “katılıyorum” en az işaretlenen seçenek “kesinlikle katılmıyorum” seçeneğidir.

Soru: Ben ve Diğer Meslektaşlarım Diyanet İşleri Başkanımız Gibi Dışarda da Dini Kıyafetlerimizle Hedef Kitleyle İletişime Geçmeliyiz.(S.52)

Grafik 83: Başkanımız Gibi Bizde, Cami Dışında Dini Kıyafetlerimizle İletişime Geçmeliyiz İfadesine Ait Bulgular



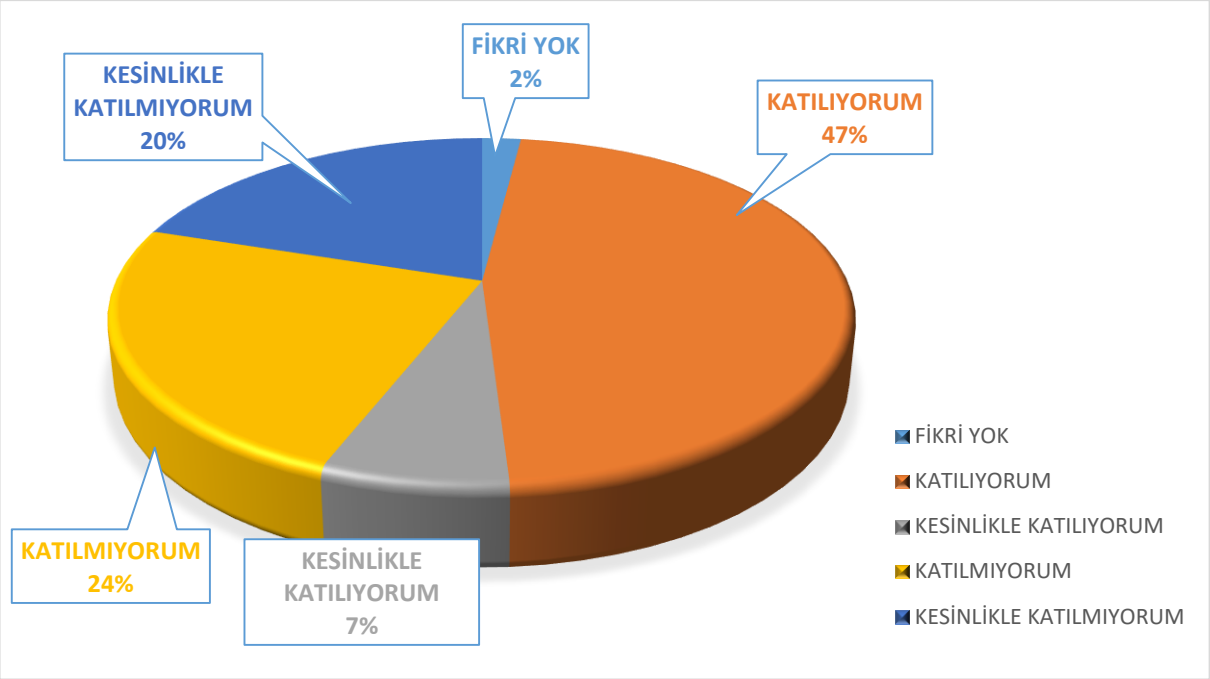
Ben ve diğer meslektaşlarım diyanet işleri başkanımız gibi dışarda da dini kıyafetlerimizle hedef kitleyle iletişime geçmeliyiz ifadesinin yer aldığı 52. soruya ankete katılan imamların % 37’si katılmakta, % 15’i kesinlikle katılmakta, % 35’si katılmamakta, % 11’i kesinlikle katılmamakta, % 2’si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek “katılıyorum” en az işaretlenen seçenek “kesinlikle katılmıyorum” seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yarısı cami dışında da bağlı oldukları kurumun başkanı olan diyanet işleri başkanı gibi dini kıyafetle dolaşmayı uygun gördüklerini ifade ederken, diğer yarısı ise cami deki görev hariç diğer zamanlarda dini kıyafetin

olmaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Papaz ve hahamlar görevleri süresince gün her saatinde, toplumun her katmanında, her ortamında resmi kıyafetleri gezip, dolaşmakta, misyonerlik faaliyetlerini hayata geçirmektedir. Hristiyan ülkelerinden hangisine giderseniz gidin, sokakta, caddede, toplum içinde dini bir lider olduğunu çok rahat fark eder, dini bir konu hakkında bilgi alabilir veya manevi ve psikolojik destek alabilirsiniz. Lakin İslam toplumlarından hangisine giderseniz gidin, sokakta, cadde de, toplumun herhangi bir noktasında dini önderin, imamın yanınızdaki masada dahi otursa, hatta otobüste yan koltuğunuzda bile hareket etse onu tanıma, ondan manevi anlamda faydalanma şansınız olmayacaktır. Son ve hak din olan İslam dininin önderleri ve öğreticileri olan dini önder ve lider dediğimiz imamlar toplum içinde resmi kılık kıyafetleri ile yani sarık ve cübbe ile görevlerini ifa etmeleri, belki bir nebze olsun toplum- din ilişkisini daha sağlam zeminlere oturtacak, insanlar dini dedesinden nenesinden, camideki hocasından değil, her daim ve her an karşılaşabileceği, herhangi bir dini cemaate veya hiyerarşiye bağlı olmayan devletin memuru dinin öğretici konumundaki imamdan öğrenebilecektir.

Soru: Cami Derneklerinin Camiye ve Bana Faydalı Olduğunu Düşünüyorum.(S.35)

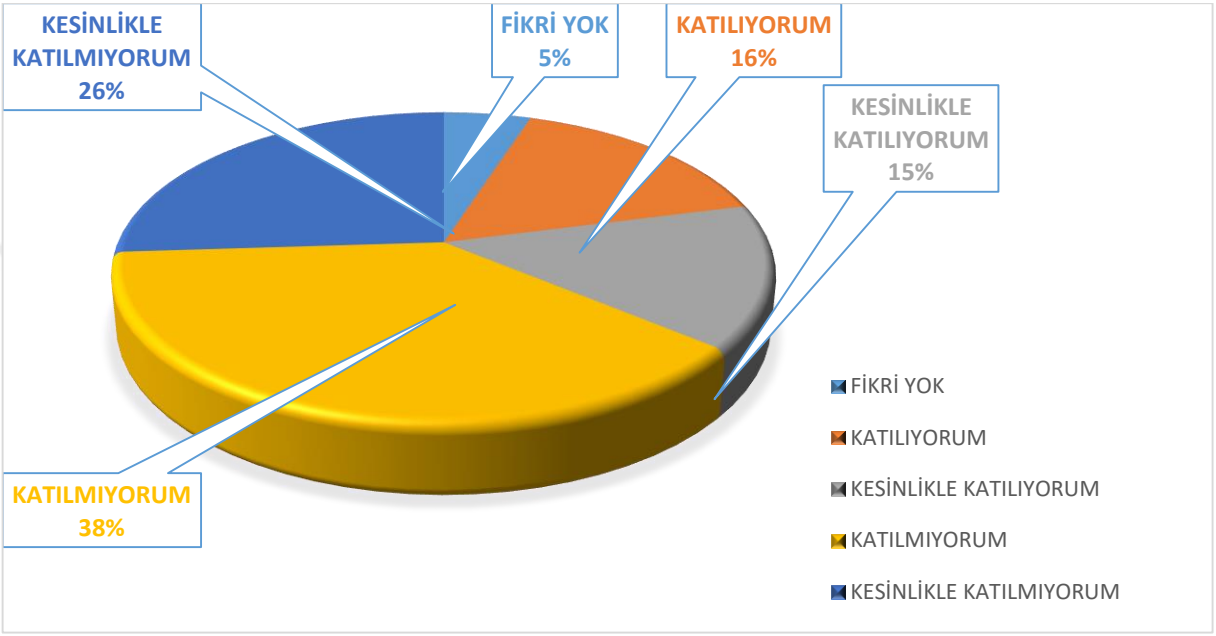
Grafik 84: Cami Dernekleri Faydalıdır İfadesine Ait Bulgular



Cami derneklerinin camiye ve bana faydalı olduğunu düşünüyorum ifadesinin yer aldığı 35. soruya ankete katılan imamların % 47'si katılmakta, % 7'si kesinlikle katılmakta, % 24'ü katılmamakta, % 20'si kesinlikle katılmamakta, % 2'si fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Soru: Cami Binasının ve Eklerinin Ticari Faaliyetlerde Kullanılması Uygundur.(S.38)

Grafik 85: Cami Binaları ve Ekleri Ticari Faaliyetlerde Kullanılmalıdır İfadesine Ait Bulgular



Cami binasının ve eklerinin ticari faaliyetlerde kullanılması uygundur ifadesinin yer aldığı 38. soruya ankete katılan imamların % 16'sı katılmakta, % 15'1 kesinlikle katılmakta, % 38'i katılmamakta, % 26'sı kesinlikle katılmamakta, % 5'i ise fikrini belirtmemiştir. En fazla işaretlenen seçenek "katılmıyorum" en az işaretlenen seçenek "kesinlikle katılıyorum" seçeneğidir.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık üçte ikisi cami eklerinin ve müştemilatlarının ticari faaliyetlerde kullanılmaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Dolasıyla yukardaki soruda da açıkladığımız cami ev ekleri tümüyle, dine, camiye, cemaate, insana, topluma, Müslümana velhasıl ümmete hizmet etmelidir.

İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentileri ile Bağıntılı Bazı Bağımsız Değişkenlerin İlişkileri

Kesinlikle katılımın en yoğun olduğu iki değişkenin deneklerin hangi kişisel özellikleri ile ilgili olduğunun belirlemek ve bu değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre herhangi bir değişiklik geçirip geçirmediğini anlamak amacıyla değişkenler arasındaki aşağıdaki ilişkiler gözlemlenmiştir.

Tablo 29: İmamın Şahsi ve Mesleki Fikir ve Beklentilerine İlişkin Değişkenlerin Deneğin Bazı Kişisel Özellikleri İle İlişkisi

	Cami Dernekleri Faydalır.				**Cami Binası Ticari Faaliyetlerde Kullanılmalı.**			
EĞİTİM	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***	***Katılır***	***K.Katılır***	***Katılmam***	***K.K.mam***
Ortaokul	0	0	1	0	0	0	1	0
Lise	6	1	5	6	6	3	4	4
Lisans	17	3	5	5	3	4	14	9
Önlisans	20	3	10	9	5	7	16	13
Lisansüstü	4	0	3	0	2	1	3	0
YAŞ								
18-34	12	2	10	4	6	1	12	7
35-49	19	3	13	11	3	9	20	13
50-64	15	2	1	5	7	5	6	5
65 +	1	0	0	0	0	0	0	1
EKONOMİK DURUM								
Yoksul								
Fakir	0	0	2	0	0	0	1	1
Orta düzey	44	6	21	20	16	15	33	24
Zengin	2	1	1	0	0	0	3	1
FAYDA								
Maaş devlet güvencesi	4	1	4	4	3	5	3	2
Hizmet etmek	26	5	16	11	6	9	26	15
Önderlik	10	1	4	4	5	1	6	7
İtibar görme	5	0	0	0	2	0	2	0
NEDENİ								
Kendi kararim	27	5	14	11	10	8	21	17
Ailemin isteği	10	1	5	4	5	4	7	3
Hoca yönlendirmesi	2	0	3	2	0	0	4	3
Çevresel faktörler	7	1	1	3	1	2	5	3
İDEOLOJİ								
Demokrat	1	0	0	0	0	0	1	0
Liberal								
Milliyetçi	5	0	0	0	3	0	1	5
Muhafazakar	28	4	11	12	9	11	22	11
İslamcı	9	3	10	5	3	4	11	9
Cumhuriyetçi	0	0	0	1	0	0	0	1
Laik								

İmamların cami binasını ticari faaliyet olarak kullanılmasına verdikleri olumsuz cevap ile caminin toplum nezdindeki kutsal yerinin sarsılacağı endişesi

taşıdıkları yargısına varabiliriz. Nitekim imamlık mesleğini topluma hizmet amaçlı yaptığını söyleyen 26 kişi bu soruya olumsuz cevap vermiştir. Aynı zamanda cami derneklerinin faaliyetlerini faydalı buldukları yargısına vardığımız sorumuza üniversite mezunu 20 kişi katılım göstermiş aynı soruya imamlık mesleğini toluma hizmet amaçlı yaptığını söyleyen 26 kişi ile katılım en yüksek sayıya ulaşmıştır. Buna göre imamların caminin faaliyet alanlarını derneklerle sınırlı tutulması ticari amaçlarla kullanılarak kutsallığını kaybetmesini istemediklerini söyleyebiliriz.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde daha çok "din görevlisi" diye adlandırılan imamların kanaat önderlikleri rolü üzerine gerçekleştirdiğimiz tezimizi, birinci ve ikinci bölüm teorik çalışma, üçüncü bölümde ise kanaat önderliği bağlamında imamlık rolü üzerine gerçekleştirilen saha çalışmasıyla tamamlamış bulunmaktayız.

Tezimizin birinci bölümünde, çalışmamızın kuramsal alt yapısını oluşturan, Paul Lazarsfeld'in geliştirdiği iki aşamalı akış ve kanaat önderliği kavramları, birey, toplum ve imam olgularının daha iyi anlaşılabilmesi için çalışmamızın kaynağı konumundaki imam'ın konumlandırmasına uygun sosyal fonksiyonlar incelenmiştir. İkinci bölümde din olgusu toplumsal, psikolojik ve sosyolojik boyutlarıyla ele alınmış, dindarlık kavramı ve rol model olan imam kavram tartışılmıştır. Üçüncü bölümde iletişim ve medya kapsamında, iletişimin süreçleri, özellikle kaynak ve hedef kitle faktörleri, din ve imamın medya yansımaları ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde ise araştırmamızın saha çalışması ile ilgili bulgular yer almaktadır. İletişim sürecindeki kaynağın işlevini yükümlendiğini varsaydığımız imamların hedef kitle nezdinde bu işlevini ne düzeyde ifa ettiğini gözlemlemek amacıyla gerçekleştirdiğimiz bu araştırma; kaynak güvenirliği bağlamında, imamlık mesleğinin nasıl ifa edildiğine dair veri derlemeyi hedeflemektedir. İmamlık mesleği gereği biçilmiş bu rolün, imamlık görevinin ifa edilmesi aşamasında, imamların, rol model olarak ve kanaat önderi vasfı ile imamların kişiliğinde ve ilişkilerinde nasıl tebarüz ettiğini gözlemlemek, bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

Çalışmamızın son bölümü olan sonuç ve öneriler kısmında, kısaca birinci ve ikinci bölümde ele aldığımız teorik kapsamda elde ettiğimiz bilgiler ışığında varmış olduğumuz sonuçların kısa özetini verdikten sonra araştırmaya katılan imamların beyan ettikleri ifadeler doğrultusunda, hipotezlerimiz bağlamında fikir ve önerilerimizi sunarak çalışmamızı sonlandıracağız.

Kanaat önderleri toplumdan izole olmuş bireyler değillerdir, onlar da diğer bireyler gibi bulunduğu çevreden, doğup büyüdüğü ortamdan, geliştiği topraktan, gelenek ve göreneklerden etkilenirler. Dolayısıyla farklı davranarak, yaşadığı sosyal

ortamdan kendini soyutlayarak bireylere kendini kabullendiremez, tam aksine toplumdan biri olarak, bireylerin beklentilerine uygun, güvenilir, kabiliyetli, kültürü ile özdeşik hayat tarzına sahip bireyler kişilerarası iletişimde başarılı olma ihtimalleri gerçeğe daha yakındır.

Kamuoyunda görüşlerine saygı duyulan, önerilerine değer verilen, toplumun düşünce ve yaşayışında örnek alınan kişiler, topluma liderlik edenlerdir. Kanaat önderinin, aktaracağı bir fikir veya iletmek istediği mesaj, hedef kitlede hızlı ve etkili bir şekilde karşılık bulacaktır. Kanaat önderi olarak konumlandırılan kişi veya statülere örnek vermek gerekirse; muhtar, imam, öğretmen, köy korucusu, gazeteciler, iş adamları, dini liderler, dernek ve birlikler vs. gibi kişi ve kurumlar öne çıkmaktadır. Kanaat önderleri kırsal alanlarda ve metropol de farklılık gösterir. Kullandıkları yöntem, mesajı ilettikleri kanalın farklılığı, eğitim şekilleri v.b. gibi farklılıklar bulunmaktadır. Medya eliyle kanaat önderleri üzerinden kamuoyuna ulaşmak istenildiğinde genel kanaat, egemen gücün, ideoloji ve düşüncelerinin baskın olmasıdır.

Bireyler statüleri gereği yaşamlarını ve diğer bireylerle olan iletişimlerini düzenlerler. Bir takım statüler doğuştan var olduğu gibi, sosyolojik, ekonomik, eğitim, çevresel vb. gibi statüler bireylerin kendi gayret ve seçimleri ile sonradan kazanılmakta ve yaşanmaktadır. Sonradan kazanılan statüler de bireyin yaşamı sürecinde kendi içinde geçişlilik sağlayabilmektedir. Bireyler yaşamları boyunca farklı, değişik iş ve sorumluluklar üstlenirler. Üstlendikleri bu görevler bireyde rol olarak üzerinde kalmaktadır. Örneğin bir imam; yaşadığı çevrede, görev yaptığı mesken mahalde, cemaati nezdinde karizmatik ağırbaşlı bir önder konumunda varlığını sürdürürken, diğer taraftan çocuğun babası, eşinin kocası rolüyle hayatına devam edebilmektedir. Dolayısıyla bireyin hayatında rol ve statü kavramları ekonomik, politik, siyasal, kültürel ve dini çevreler gibi bireyin topluma karşı yansıması olan konularda geçişlilik arz edebilmektedir.

Din bir toplum içerisinde ortaya çıkıp hayat bulur ve varlığını devam ettirir. Dine bağlı bireyler gruplaşma, cemaat veya cemiyetler bugünkü haliyle sivil toplum kuruluşları, dernek, vakıf veya platformların oluşturduğu ortamlarda dini

örgütlenmelerde bulunur ve dini inanç doğrultusunda diğer üyelerle ortak noktada hareket etmek ister. Bu aynı zamanda din bağı üzerinde olduğu gibi bazen de dini inançlar gereği dini birlik, gruplaşma ve cemaatleşmeyi de beraberinde getirmektedir. Dini cemaatler kendi sistemleri içinde, inançlar, değerler, kurumlar, pratikler, ayinler ve teşkilatlanmalar üretmektedirler. Her dinde ve her dini cemaat yapılanmasında farklı içerik, yol ve yöntem üretilmiş olsa da, en temelde varılmak istenen tek ve bir olan doğruya ulaşmaktır.

Araştırma konumuz kapsamındaki önemli mesafe taşlarımızdan biri olan ve imamın önemli görevlerinden birini oluşturan tebliğ ve irşad kavramlarıdır. Yaptığımız teorik araştırmalardan sonra tebliğ ve irşad konusunda şu kanaate varmaktayız: İmam tebliğde çok hassas davranmalı hedef kitleyi incitmeden, zorlaştırmadan, sevdirerek, tüm detayları aktararak, Allah'ın rızasını gözeterek ve mevcuttaki iletişim kanal ve sistemlerini kullanarak hareket etmelidir. Tebliğdeki önemli hususlardan biri muhatabın bilgi seviyesi, inanç ve düşünceleri göz önüne alınarak, sahip olduğu inanç ve düşüncelerin yanlışlığından tebliğe başlamadan neyin nasıl ve ne şekilde olması gerektiğini aktarıp, muhataba sorgulama şansı vermek, muhatabın direkt olarak görüşmeye ket vurmasını engelleyecek, tebliğ sürecinin doğru yönetilmesini sağlayacaktır.

İnsanların duygu ve düşüncelerini etkilemek, istenilen yönde davranış değişikliği sağlamak süreç içerisinde gerçekleşebilecek bir olaydır. Bunun için tekrar ve sabır gerekli ve iletişim sürecindeki geri dönüşler mutlaka değerlendirilmelidir. Davranış değişikliği süreci bir anda meydana gelen bir süreç değil, zamana, bilgiye ve imkana ihtiyaç olan bir devamlılık arz etmektedir..

İrşat, bir propaganda aracı ve amacı olmadığı gibi, sadece tebliğ amacı da barındırmadığı için bir usul ve yöntem de değildir. Dini anlamda İrşat, kişinin olumsuz ve kötü davranışlardan alıkoyulması, manevi ve ruhsal dinginliğinin sağlanması kısacası, Emribil maauruf vel nehyi anil münker düsturunca bireylerin psikolojik ve manevi anlamda daha iyi mertebelere ulaştırılması demektir. İrşat faaliyetlerinin başarılı ve verimli olması; amaç ve hedeflerin doğru ve net belirlenmesi, gerekli tüm alt yapının hazırlanması, doğru yöntem ve tekniklerin kullanılması, muhatabın

psikolojik ve sosyolojik yönlerinin iyi tespit edilmesi, belirlenen hedefe varmadaki başarıyı arttıracaktır. İrşat denilince sadece cami, cami cemaati, cenaze, mevlüt, hutbe, vaaz gelmemeli, irşat sadece camide dini objelerle sabit kalmamalı, cami dışına çıkıp günümüz şartlarındaki problemlerin tespiti ve çözümüne yönelik hem camide hem cami dışı hedef kitle olan kamu da irşattan nasiptar olmalıdır.

Medya tüm dünyada rıza üretmeye devam etmektedir. Bu rızayı sürekli olarak yenilemek ve tüm insanlara yaydıkça ayakta durabilecektir. Bunun için de televizyon ve interneti sistemli bir şekilde kullanmaktadır. Medya ve internet üzerinde özelde sosyal medya ve televizyon üzerinden toplumların denetimini sağlamaya kontrol altına almaya çalışmaktadırlar. Bunu yaparken de en temel de aileyi, eğitimi, kapitali ve dini konuları kullanmaktadırlar. Kamunun kontrolü için temelde bu dört konu başı çekmektedir. Kitle iletişim araçları, serbest zamanın organize edilmesinde ve kitlelerin kontrol altında tutulmasında çok önemli bir etkinliğe erişmiştir. Bütün yönlendirmelerini insanları boşluğa bırakıp düşünmeyen, sadece eğlenen ve tüketen, günü kurtaran sürekli koşuşturmacanın içinde bıraktığı toplum oluşturmanın peşindedir. Bireylerin dışsal dünyayla ve sosyal olaylarla ilgili düşüncelerini dizayn etmektedirler.

Medyanın doğru kullanılması sonucunda doğru yönlendirmeler ortaya çıkacaktır. Medyayı doğru kullanma ehil kişilerin direksiyona geçmesi veya medyayı kullananların bu doğrultuda, doğru kaynaklara ulaşıp ortak hareket etmesi ile gerçekleşir. Son döneme kadar film ve dizi sektöründe imam portresi kara sakallı, rüşvetçi, üç kağıtçı, kadın düşkünü, para karşılığı muska yazan, cahil olarak yansıtılmıştır. Aktarılan bu yanlış imaj imamların bağlı olduğu diyanet camiası tarafından çok ciddi lobi faaliyetleri yapılarak bertaraf edilmelidir.

Son dönemde yaygınlaşan teknolojik gelişmeler var olan kötü imajlarını düzeltmeleri konusunda imamlara oldukça yardımcı olmaktadır. Hızla değişen dünyada bilgiye ulaşmanın kolaylığı ile birlikte her konuda kendilerini geliştirmektedirler. Bu ivme arttıkça imamlar kendini geliştirip cemaatimi ve hedef kitlesi üzerinde etki edip doğru olarak yönlendirdikçe lokaldan ulusala doğru gelişip, hedef kitle üzerinde doğru imaj ve statüye oturacaktır. Zincirin halkaları gibi doğru

medya kanallarını kullanıp doğru iletilerle hedef kitleye direkt ve olması şekliyle ulaşabileceklerdir.

Birinci ve ikinci bölümün değerlendirmelerinin ardından tezimizin üçüncü bölümünde ele aldığımız kanaat önderliği bağlamında imamlık rolü üzerine yapmış olduğumuz saha çalışmamızın sonuçlarına da kısaca değinerek konumuzu tamamlamak istiyoruz.

Araştırmaya ait bulgulardan aldığımız en önemli sonuçlardan biri; mesleki bağlılıkların yüksek olduğu ve asgari çoğunluğunun mesleklerini severek yaptıkları ve benimsedikleri sonucudur. İmamların mesleki tatmin ve bağlılık anlamında baktığımızda; İmamlık mesleği ile iş tatmini arasında çok açık bir biçimde görülmektedir ki, doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe iş tatmini artmaktadır Ayrıca imamlar kanaat önderliği bağlamında da kanaatler oldukça berraktır bilgi vermek ve öğretmek amacıyla imam olanların meslekleriyle gurur duyma ve mesleklerini saygın bulma düzeyleri en yüksek düzeydedir. Buna göre eğitim ve bilgi birikimi ile imamlık mesleğine ilişkin iş tatmini arasında çok açık bir biçimde doğrusal ilişki gözlenmektedir. Demek ki, imamlık mesleğinde iş tatminini arttırmanın ve mesleği daha itibarlı ve saygın hale getirmenin en kestirme ve etkin yolu imamların eğitim düzeyini arttırmak ve onları, bilgi birikimi ve mesleki yeterlilik açısından sürekli eğitmek olmalıdır. Bu eğitim ve donanım aynı zamanda onların mesleklerini, toplumsal bağlamda kanaat önderi olarak daha etkin ve verimli bir biçimde ifa etmelerine vesile olacaktır.

Araştırmaya katılan imamların; cemaatle olan ilişkisi saygı sevgi ve belli bir uslüp çerçevesinde geliştiğine dair yüksek oranda fikir birliği olduğudur. Buradan hareketle Cami cemaatlerinin nezdinde imamların saygıya şayan bir statüde durduğu yorumuna varabiliriz.

Bununla birlikte çok açık bir biçimde gözlemlenmiştir ki, her imam mesleği ile ilgili gurur duymaktadır. Mesleğine bu anlamda duygusal bir bağlılık göstermekte, iş tatmini açısından mesleğini oldukça tatminkar bulmaktadır.

Cemaat imam ilişkisi bağlamında cemaatlerinin kendilerine olan güvenlerinin bir kanıtı olarak bireyler diğer bireylerle ihtilafa düştüklerinde hakem, arabulucu veya eski tabirle ihtiyarlık yapma gibi konularda imama müracaat ettikleri kanaatine varmaktayız, bu kanaat imamın cemaat nezdindeki güven ve itibar tesis ettiğini ortaya çıkarmaktadır.

Araştırmaya katılan imamların; yaklaşık yarısından fazlası kürsüden hedef kitlesine açıkça ve cesurca Kuran'ın tüm ahkamlarını aktardığını belirtmiş olduğu gibi, yaklaşık olarak yarıya yakını da tam aksi yönde tüm doğruları ve dinin tüm getirdiklerini hakkıyla aktaramadıklarını ifade etmişlerdir. Bu noktada imamların görevi olan dini tüm esas ve kaideleri anlatmak olan bir mesleğe sahip olmalarına rağmen, yarıya yakının anlatamaması özellikle incelenmesi gereken bir konu olduğunu tekrar vurgulamak isteriz. Hakkıyla kürsüden, mihraptan, minberden anlatamama sebepleri eğitim seviyelerinin yeterli olmaması mı yoksa ideolojik veya siyasi iktidarın bir baskısı sonucunda mı oluşmakta incelenmeye gerek bir konu olduğu kanaatine varmaktayız.

İmamlar, cemaati üzerinde hakim rol alabildiği, cemaatini maddi ve manevi noktada kontrol edebildiği veya gücü elinde bulundurduklarını ifade etmişlerdir. İmamlar hedef kitlelerine kendilerini kabul ettirdikleri miktarda, hedef kitle üzerinde de o oranda etki ve ikna kabiliyetleri artacaktır.

Araştırmaya katılan imamlar cemaatlerinin ailevi problemleri olduğu zaman kendilerine başvurduklarını ifade etmişlerdir. İmam cemaat üzerinde olumlu bir imaj, doğru kaynak algısını oluşturmuş ve eşler aralarındaki problemin çözümü için imama kanaat önderi, arabulucu olarak başvurduğu sonucuna varmaktayız.

İmam cemaatle ilişkisini ilk kürsüden yaptığı tebliğ vaaz ve nasihatle başlar. İletişim süreci başladığında beden dili, retorik, yüz yüze iletişim olduğu alıcıdan aldığı feedback karşılığında vaaz veya tebliğin yani iletilerin şekil ve içeriklerinde değişiklik yaparak cemaati sürekli canlı tutma şansı olabilmektedir. Lakin merkezi yayınlar yüz yüze iletişimden uzak genel şayan konular üzerinden yapılan canlı performansın olmadığı cemaatin imama karşı aidiyetini kaybettiği bir ortam oluşturmaktadır.

İmamların büyük çoğunluğu da cemaate birebir dokunup iletişimde bulunamadığından ilişkisinin ve etkileşimini uzun vadede sekteye uğradığını belirtmişlerdir. Yarısından fazlası imamların cemaatleri yönlendirdiklerini belirtmişlerdir. İmamlar merkezden gelen hutbelerin okunması, merkezden duyurularla örneğin Cuma namazı sonrası Suriye'deki Müslüman kardeşlerimize yardım toplanacak dendiğinde cemaatini etkilemesi gibi cemaatin tamamına hitap eden konularda etkili olmaktadırlar. Diğer taraftan yakın zamanda yaşadığımız 15 Temmuz darbe girişiminde Diyanet İşleri Başkanlığı'nın talimatı ile Türkiye'nin tüm bölgelerindeki camilerden ezan ve sala okuyarak toplumu etkiledikleri yapılan çalışmalar ile de ortaya koyulmuştur.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu şiddet uyuşturucu v.b. kötü alışkanlıklarla mücadele imamın rolünün büyük olduğunu ifade etmişlerdir. İmam caminin dışındaki genç hedef kitlesi ile iletişimini güçlendirdikçe, diğer taraftan şiddet uyuşturucu v.b. gibi ahlak dışı bireye ve topluma zarar veren konularla mücadele eden sivil toplum kuruluşları ve kanaat önderleri iletişimlerini güçlendirip, ortak projelerle hastalar üzerinde manevi ve psikolojik desteği imamlar üzerinden yürütülme imkanı doğabilir.

Araştırmaya katılan imamların; bölgedeki diğer kanat önderleri ile iletişim halinde olduklarını belirtmişlerdir. Karşılıklı bilgi ve fikir alış verişinde bulunduklarını yüz yüze mülakatlarda dile getirmişlerdir. Sadece camide beş vakit namazını kıldırıp haricinde Cuma ve bayram namazlarını kıldırmakla imamın görevi bitmemekte, asli ve akil görevi olan toplumu milli ve manevi anlamda doğru enformasyonla bilgilendirmek, öncülük etmek gerekmekte, bunun için de imam caminin dışına çıkmalı, kendini, görev ve sorumluluklarını mihrap ve minber arasında sıkıştırmamalıdır. Buna göre mesleğini öğretme amacı güderek yapan imamların cemaati dışındaki hedef kitle ile iletişime geçmesi onlara faydalı olma düşüncesi taşıyor olduğunu göstermektedir. Eğitim seviyesinin yükselmesi ve ilkesel bir düşünce ile imamlık mesleğini icra etmeye çalışan kişilerin çevreye olan duyarlığı imamlık mesleğin de eğitimin önemini ortaya çıkarmaktadır.

İmam ve medya ilişkisi son dönemlerde sıkça gündeme gelen bir konudur. İmama ait tiplemeler, oluşturulan olumsuz algı ve imaj operasyonları özellikle

60’lardan itibaren klasik ve Yeşilçam filmlerinde beyaz perde ve televizyon aracılığı ile olumsuz olarak medya tarafından kamuya pompalanmıştır. Günümüzde bu tartışmalar hala devam etmekte olup, birçok film ve dizide son zamanlarda farklı farklı karakterlerle imam tip ve karakteri yer almaktadır. Bu karakterlerin toplum nezdinde nasıl algılandığı geri dönüşlerin ne olduğu, vb. gibi konular bizim konumuzun değil, bambaşka bir araştırma konusu olarak ele alınmalıdır. Lakin imamların yaklaşık yarısı medyada geçmişteki imam tipinin değiştiğini, diğer yarısı ise hala kötü olarak devam ettiğini ifade etmişlerdir. Medyadaki yanlış verilen pis, sarkıntılık yapan, üç kağıtçı imam tipi özellikle eski kuşakta ısrarla işlenmiştir. Günümüzde ağırlıklı olarak dizilerde imam tiplemelerine ve karakterlerine yer verilmektedir. İmamların yarısı günümüzde de imam tip ve karakterinin kendilerinin olduğu gibi veya olması gerektiği şekliyle temsil edilmediğini ifade etmişlerdir. İmam karakterini markalamak yerine olumsuz damgalamaktadırlar. İmamlar bugün için imam tipinin belki eskisi kadar kötü ve olumsuz aktarılmadığını belirtseler de, konu genel olarak kamuya aktarılma meselesine gelince ciddi anlamda eksik ve yanlış olduklarını ifade etmişlerdir. İmamlık mesleğinin 60’lı yıllardan beri yaşadığı ağır imaj dezenformasyonuna ilişkin düşüncelerin değiştiğini iddia edebiliriz. Ancak hala imamlar arasında medyada imamlar hakkında olumlu değerlendirmeler yapıldığına dair bir kaanatin olmadığını görüyoruz. Değişen dünya ile birlikte imamların kendi imajlarını düzeltme çabasına medyanın çok da destek vermediği sonucunu çıkarabiliriz. Bu durumda diyanetin de desteği ile birlikte medyada imamların imajı düzeltilmeli bu yönde programlar, diziler ve eğitici yayınlara yer verilmek suretiyle iyileştirmeye gidilmelidir.

İmamlar hakkında ki algı ve imajın topluma medya aracılığıyla olumlu olarak yansıtıldığına ait görüş çok azdır. Buna göre, imamların çoğunluğu medyanın kendilerine olan bakış açısında bir değişim olduğunu düşünmekte fakat bunun medya tarafından olumlu olarak yansıtıldığı görüşüne katılmamaktadır. Bu konu ayrı bir inceleme konusu olmayı hak etmektedir. Ayrıca sosyal medyanın hayatımızda ki yeri ve imamların güncel teknoloji takibi dikkate değer bir veridir. Araştırmaya katılan imamlar cemaati ile iletişime geçerken yeni medya diye tanımladığımız sosyal mecraları (facebook, twitter, v.b.) kullandıklarını ifade etmişlerdir. İmamların yeni medyayı kullanmaları, cemaatlerinin her daim yanında olmalarını hem de aynı bilgi ve

birikime sahip olmalarını sağlamakta, dolayısıyla hitap edeceği sesleneceği hedef kitlenin birçok özelliğini öğrenme şansını yakalayıp kişiye özel kişinin en önemli noktasından hareketle tebliğ ve irşad faaliyetinde bulunabilme olanağı sağlamaktadır.

Çalışmalar sonucunda eğitim ve bilgi birikimi ile imamların sosyal medya kullanımı, dizi ve magazin izleme oranlarına ilişkin doğru orantı olduğu gözlemlenmektedir. Demek ki, imamlar teknolojik gelişmeleri takip etmeleri ve mesleklerini çağın getirdiği yeniliklere ayak uydurma konusunda, diyanetin de yardımı ile hem teşvik edilmeli hem de eğitilmelidir. Bu eğitim ve donanım aynı zamanda onların mesleklerini, toplumsal bağlamda kanaat önderi olarak daha etkin ve verimli bir biçimde ifa etmelerine vesile olacaktır.

Bireyin işinde başarılı olmasının, işinde yükselmesinin birçok etkeni vardır. Bunların en başında işi ile alakalı iyi bir eğitime sahip olmak, işini severek ve isteyerek yapmak ve mesleğine bağlık kalmak, manevi ve psikolojik tatmine ulaşmak bunlardan bazılarıdır. İmamlık mesleği gibi toplumun önünde olan, bireylerin ve toplumun dini ve manevi tatmin ihtiyaçlarını karşılama görevinde bulunan bir mesleği icra eden bireyinde mesleğinde başarılı olması, bireye ve topluma maksimum fayda sağlayabilmesinin yolu mesleğini severek, isteyerek ve mesleğini benimseyip sahiplenerek görevini ifa etmektir. İmamların tıpkı bir öğretmen gibi, bir doktor gibi manevi ve daha çok ulvi bir görev görülerek mesleğini yaptığı yargısına varmamız mümkün. Bununla birlikte çok açık bir biçimde gözlemlenmiştir ki, her imam mesleğini heyecanla yapmakta, yaptığı işten pişmanlık duymamakta ve mesleki tatmini yüksek duygularla yaşamaktadır. Ayrıca neredeyse tamamı meslek olarak imamlığı seçmelerinin sebebini islamiyete hizmet etmek olduğunu ifade etmişlerdir. Buna göre eğitim ve bilgi birikimi işine idealist yaklaşım ile imamlık mesleğine ilişkin manevi tatmini arasında çok açık bir biçimde doğrusal ilişki gözlenmektedir. Araştırmaya katılan imamların; neredeyse tamamı karakterlerine ve yeteneklerine uygun bir mesleği icra ettiklerini ifade etmişlerdir. Bireyler severek, isteyerek, benimseyerek işe sahip çıkarlarsa, işlerini icra ettiklerinde başarılı olmalı kolaylaşır, hem de tam anlamıyla hem iş de hem de sosyal ve ailevi ilişkilerinde başarılı olurlar.

İmamlar görevlerini yerine getirirken birincil hedefleri maddi beklenti, para, makam v.s. değil, peygamber mesleği ve emaneti olan mihraba sahip çıkmak ve bu işi yaparken severek benimseyerek yapmak olduklarını ifade etmişlerdir. İmamlar bu mesleği seçtikleri için pişman olmadıklarını ifade etmişlerdir. Mesleklerini bilerek veya bilmeyerek, birilerinin etkisinde veya çevresel etkileri ve yönlendirmeler etkisiyle mesleğe katılmış olsalar bile yaptıkları işi severek ve mesleklerinden pişmanlık duymadan icra ettikleri sonucuna varılmaktadır.

Buna göre imamlık mesleğini kendi isteğiyle seçmiş imamların cemaati ile cami dışında da iletişime geçtiğini mesleğini topluma hizmet amacı güderek yapmanın sorumluğunu bilincini taşıyan imamların ellerinde ki tüm fırsatları doğru bir biçimde kullandığını düşünebiliriz. Demek ki, imamlık mesleğinde kendi isteğiyle bu mesleği seçmenin ve topluma hizmet amacı gütmenin mesleği verimli ve kaliteli şekilde yapmaya sebep olduğu görülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre; İmamların cemaatlerine siyasi konularla alakalı bilgi paylaşımı yapmadıklarını, siyasi erkin ve hakim ideolojinin fikir taşımacılığını yapmayan sadece manevi ve dini açığı, eksikliği kapatmaya çalışan, Siyasi, bürokratik, politik hiçbir çizgiyi rol model almadan sadece Allah'ın Kuran ve Resul'ünün Sünneti çizgisinde hedef kitlelerine gerekli dini bilgileri aktardıklarını gözlemlemekteyiz. Sahip olduğu cemaati veya hedef kitleleri kendisinin savunduğu veya kabul ettiği ideolojik veya siyasal kimlikten olmadığı durumlarda camiye veya dini meclisler siyasi partilerin söylem ve ideolojilerin yayılması için kullanılan bir kanal konumuna gelebilmektedir ve bireyler bundan olumsuz olarak etkilenmekte, imamın uygulamış olduğu bu tarz uzun vadede dine ve cemaatin birlik ve beraberliğine zarar vermesini tetikleyebilmektedir.

Saygı, sevgi, nezaket kuralları çerçevesinde yakınlaşma ve samimiyet ortamı her beşerde olduğu gibi imam ile cemaat arasında da olmalıdır. Lakin bu samimiyet fazla ileriye gidip imamın örnek rol model olmasını engelleyecek seviyede olmamalıdır. Tam aksine de imam kendini cemaatten soyutlamamalı veya kendi şahsına kutsiyet atfedip, şahsını ulaşılamaz seviyelere çıkarıp cemaatle ilişkisini resmi bir düzene sokmamalıdır.

Araştırmadan çıkan diğer önemli bir sonuç ise; Kumarhane, meyhane, bar, pavyon gibi ahlak ve İslam ile örtüşmeyen mekanlara tebliğ için gitmediklerini ifade etmeleridir. İmamlar cami dışındaki hedef kitle ile de iletişime geçerim sorusuna azami çoğunlukla olumlu cevap vermiş olmasına rağmen imamların mesleki duruşları ve sahip oldukları kimlikleri onları bu süreçten uzak tutmaktadır. Bu durum imamların toplumun farklı kesimlerine ulaşmalarında tutundukları tavır ve çekimserlik hakkında bir veri elde etmemize imkan tanımıştır. Özellikle büyükşehirlerde yaşayan ve burada görev yapan imamlardan bu sonuç alınmıştır. İmamlarda neden böyle bir durum olduğu psikolojik bir baskıdan mı yoksa alttan yatan başka sebeplerden mi kaynaklanıyor mutlak ve önemle incelenmesi gereken bir konu olduğunu düşünüyoruz. Kanaatimizce önerimiz müftülüklerin kontrolünde her ilçeye ve bölgeye özel ekipler kurularak ikna ve retorik kabiliyeti yüksek imamlar görevlendirilip tebliğ ve irşad faaliyetleri yürütülmelidir.

Araştırmaya katılan imamların; neredeyse tamamı cemaati ilişkileri durağan değil akıcı ve çift yönlü olarak sürdüklerini ifade etmişlerdir. Cemaati ve hedef kitlesi ile etkileşiminin devam etmesi imamın sosyal yetisinin güçlü olduğunu, birebir ilişkilerinin başarılı olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Cemaatinin sorunları ile hem hal olan, onları dinleyen elinden geldiğince manevi psikolojik destek veren imamın hem hedef kitlesi üzerinde hem de toplumun kanaatindeki imaj ve algısında olumlu rol oynamaktadır.

Araştırmaya katılan imamlar hedef kitlelerin her daim kendilerine ulaşabildiklerini, sürekli iletişime açık olduklarını ifade etmişlerdir. Hedef kitlesi ile izole olmamış, sürekli ve aktif şekilde etkileşimde olan, cemaatinin düğün, cenaze, hastalık v.b. gibi en önemli anında aradığında ulaşabildiği bir dost, bir öndere sahip olduğunu bilmesi, imamın bireysel ve toplumsal ilişkilerini güçlendirmektedir.

Araştırmaya katılan imamların çoğunluğu vaaz ve sohbet faaliyetleri gerçekleştirirken bulunduğu ortamın gelir düzeyi, sosyal çevreleri, eğitim seviyeleri gibi konular göz önünde alınarak içeriğin şekillendiğini ifade etmişlerdir. İmamlar hakkı hakkıyla aktarmak konusunda sorumlu ve vebal altındadırlar. Bulundukları ortamın eğitim durumuna göre anlatım tarzını örneklem ve betimleme yöntemini

konunun özünü değiştirmeden aktarabilir, lakin bireylerin siyasi ve dini görüşlerine göre haramı helal veya helali haram yapacak açıklamalarda bulunmak, veya toplumun güncel yaşayışından ötürü örneğim faiz, gayrimeşru ilişki gibi konulardan bahsetmemek imamlığın en büyük veballerindendir. İmamlar bu iki çizgi arasındaki sınırı iyi belirlemelidirler.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğu neredeyse tamamı camide icra ettikleri faaliyetler sohbet, ezan, kuran okuma, mevlidi şerif, ilmihal dersleri, özel gün ve gecelerdeki programlar sayesinde kendilerini ve mesleklerini geliştirdiklerini ifade etmişlerdir. İmamlar bilgilerinin taze ve canlı kalması hem de cemaatle iletişimlerinin kopmaması için camideki ve toplumdaki birlik ve beraberliğin devamı için camideki dini lobi faaliyetleri devam etmelidir. Bunun yanı sıra imamlar meslektaşlarının mihrap yetkinliği konusunda eksik olduklarını ifade etmişlerdir. İmamların mihrap yetkinliği sadece dini ilime yeteri kadar sahip olmakla değil,, vakıf olduğu ilmi hedef kitlesine aktaracak eğitimli ve yetenekli hitabet ilmine sahip olmalı, bunun yanı sıra söylediği aktardığı vaaizi nasihatleri kendi hayatında tatbik etmeli, yaşatışı ve güzel ahlakı ile bireylere örnek teşkil edecek bir yaşantı mihrap yetkinliğinin ana çatısını oluşturmaktadır. Dini yetkinlik sadece gerekli eğitime sahip olmakla değil, ilmin ve yaşantının ortak kümesinin çakışmasından zuhur etmektedir.

İmamların mesleklerini icra ederken sistemsel yaşadıkları bir takım sorunlardan biri olan merkezi yayınların kendilerini körelttiğini ifade etmişlerdir. Merkezi sistem tarafından yönlendirilmenin kendilerini için iyi olmadıkları yönünde görüş bildirmişlerdir. İmamlık mesleğinin hitap ettiği geniş hedef kitleyi göz önünde bulundurduğumuzda merkezi yayınların zaman zaman imamlar için sorun teşkil etmesi olasıdır. İmamlık mesleği icra eden bir kişi örneğin Cuma hutbesinde merkezden yayınlanan hutbe dışına çıkmasını gerektirecek çok önemli bir mevzu ile karşı karşıya kalabilir. Bulunduğu yerde cemaatini ilgilendiren çok önemli bir konuyu hutbeden anlatarak orta yolu bulmak zorunda kalabilir kalıcı düşmanlıkları ya da çok daha farklı konuların gündeme alınması ile çözüme ulaşarak hedef kitlesine yardımda bulunabilir. Ayrıca sürekli aynı konuların tekrarı imamı araştırma ve kendini geliştirme konusunda tembelliğe sevk edebilir.

İmamların eğitimlerini yetiştirilme metodlarının yeniden elden geçirilmesi gerekmektedir. Eski dönemdeki medrese eğitim metodolojisi ile yeni dönemin üniversite kültürünün cem edileceği din adamı yetiştirmeye yönelik islami ilimler enstitüsü uygun olabilecektir.

İmamlar kürsüden yapmış oldukları vaazlarda tebliğ yöntemi olarak hikaye ve menkıbeleri kullandıklarını ifade etmişlerdir. İmamlar Tebliğ ve irşad metodu olarak müjdeleyici bir yol benimsemeli, bu yöntemde kullandığı ilim kuran ve sünnet ışığında, hikayeler ve tarihteki menkıbelerle desteklenerek, genişletilmiş betimlemelerle hedef kitleye güzel söz sanatları kullanılarak aktarılmalıdır. İmamlar Tebliğ ve irşad metodu olarak kuran ve sünnet temelinde, konuları aktarırken hikaye ve menkıbelerle örnekleyip ve betimleyip aktarmaktadırlar.

Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası aldıkları Kur'an eğitimlerinin imamları yeterli kılmadığını ifade etmişlerdir. İmamlar Kur'an ilmi noktasında meslektaşlarının yeterli olmadıklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda diyanet işleri başkanlığı mevcut imam kadrosunu tek tek Kur'an ilmi noktasında elden geçirmeli, imametin ilk ve en önemli şartı olduğunu unutmamak gerekir. Kur'an ilmi imametin temelini oluşturduğu gibi arapça ilmi ve güzel ses musiki ile de desteklenmelidir. Araştırmaya katılan imamların; üçte ikisinden fazlası diyanet işleri başkanlığının dini bilgilerini artırmaya ve kendilerini eğitim programları düzenlediğini ifade etmişlerdir. İmamlar bağlı oldukları Diyanet işleri başkanlığının kendilerini geliştirmeye yönelik eğitim seminer v.s. düzenlediğini ve bunlardan memnun kaldıklarını dile getirmişlerdir.

Araştırmaya katılan imamların; azami çoğunluğunun imam olduklarını her ortamda açıkça ifade ettikleri tespit edilmiştir. Bir önceki sorudaki "imamların meslekleri sorulduğunda doğrudan doğruya imam olduklarını söylerler" ifadesiyle paralellik arz etmekte, mesleklerine sadece memuriyet addetmeyip, gurur ve övünç kaynağı olarak mesleklerine sahiplenmektedirler.

İmamlar mensubu bulundukları dini cemaatlerin dini, sosyal, siyasi ve ideolojik düşünce ve ritüellerinin etkisinde kalarak mesleğini icra ettiklerini ifade

etmişlerdir. Yaklaşık Diğer yarısı da mensubu bulundukları cemaatlerin görüşlerine göre icra etmediklerini ifade etmişlerdir. İmamlar görevlerini icra ederken sorumluluk alacakları beslenecekleri tek yer, mirasını devam ettirdikleri Peygamberimiz (s.a.v.) kendisi olmalıdır. İmam görev dışında sosyal yaşantısında farklı bir cemaate farklı bir tarikata veya sivil toplum kuruluşuna intisap etmiş olabilir, kişi veya kurumla alakalı aidiyet taşıyor olabilir. Lakin sosyal yaşantısındaki bu süreç cami de ve cami görevlerini ifa ederken hedef kitlesi ile iletişimde bulunurken sosyal kimliğini bir kenara bırakmalıdır. Eğer sosyal kimlikler ön plana çıkarılır, dini ve insani kimlikleri ile hareket etmezsek toplum ve ümmet arasına fitne girmiş olacaktır. Bir müddet sonra a cemaatin camisi, b cemaatinin camisi ayrımı başlayıp, uzun vadede ülke ve ümmet içinde tefrikalara ve ayrımlara sebep olacaktır. İslam camiasının en çok ihtiyacı olan birlik ve beraberlik şiarını ilk evvela ümmetin örnekleri ve toplumun kanaat önderleri konumundaki imamlardan başlayarak tahsis etmeliyiz.

İmamların çoğunluğu mevcut hayatlarını idame ettirirken devletten aldıkları maaşı kendilerine yeterli görmekte, bunun haricinde boş vakitlerinde veya zamanlarının büyük kısmında ek gelir olması düşüncesiyle farklı bir işle meşgul olmadıklarını belirtmişlerdir. Lakin az da olsa yaklaşık altıda birlik kısmı ek gelir olsun diye farklı iş ve zanaatlar ile uğraştıklarını ifade etmişlerdir. İmam tüm vaktini, enerjisini ve heyecanını cemaatine, hedef kitlesine iyiliği emredip, kötülükten nehyetmek üzere kurgulamalıdır.

İmamların çoğunluğu cemaatten para toplanmasını uygun bulmamaktadır. Öyle ki özellikle Cuma ve bayram namazlarında cemaatten her seferinde cami ihtiyaçları için para toplanması, sanki cami ve namazın para ile ibadet yapılıyor mantığını ön plana çıkarmaktadır. Türkiye'de cami inşaaları devlet eliyle değil, milletin hayırsever vatandaşaları tarafından üstlenilmekte ve yaşatılmaktadır. Cami derneklerinin kurulum sebebinin temelinde de bu yatmaktadır. Ne zamanki devlet cami ihtiyacını bölgesel anlamda belirler ve kontrol altına alır, nerde, ne kadar kaapsiteli cami yapılması gerektiğini tespit eder ve yapımını devlet ve millet olarak üstlenir hayata geçirirse, o zaman camiler sadece camideki ibadet edenlerin olacak, islami cemaatlere veya derneklere ait olmaktan çıkacaktır. Devlet stadyumdan maç çıkışında maç izlemeye

gelen seyircilerden ‘yeni bir stad yapacağız, az çok demiyelim boş geçmiyelim sayın seyirciler’ diyerek yardım talebinde bulunmuyor ise, İslam dininin temel simgesi olan insanları bir araya getiren, cem eden camilerin yapımı ve bakımı içinde cami çıkışında yardım toplamayı kesmeli, devlet ana fonlayıcı olmalı ve milletin desteği ile cami inşaalarını hayata geçirmelidir.

İmamlar cami müştemilatlarının ve eklerinin camii hizmetinde, din hizmetinde, sosyal çalışmalarda kullanılmasının uygun olduğunu ifade etmişlerdir. Lakin günümüzde camilerin durumuna baktığımızda cami altlarında müsaitlik olduğu zaman genel itibari ile markete veya ticari işletmelere kiraya verilip cami ve cami derneğine gelir sağlamaya çalışılmaktadır. Ama asıl olan bu yerlerin insanlara ve islama hizmet edecek lokasyonlara çevrilmesidir.

İmamların çoğunluk görüşü, imamın namaz vakitleri dışında camide bulunmaması gerektiğini yönündedir. Diyanet işleri başkanlığı yakın tarihte imamların namaz vakitleri dışında da camide bulunması gerektiğine dair bir uygulama başlatmış lakin günümüzde uygulamanın eseri kalmamıştır. Bunun yanı sıra imamın temel görevinin 5 vakit namaz kıldırmak olmadığını ifade etmişlerdir. İmamlar beş vakit namaz kıldırmayı rutin görevleri olarak görüp asıl sorumlulukları olan tebliğ ve irşad faaliyetlerini camide ve dışardaki hedef kitle üzerinde yoğunlaşarak görevlerini ifa etmelidirler.

İmamların bir kısmı cami dışında da bağlı oldukları kurumun başkanı olan diyanet işleri başkanı gibi dini kıyafetle dolaşmayı uygun gördüklerini ifade ederken, diğer yarısı ise cami deki görev hariç diğer zamanlarda dini kıyafetin olmaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Papaz ve hahamlar görevleri süresince gün her saatinde, toplumun her katmanında, her ortamında resmi kıyafetleri gezip, dolaşmakta, misyonerlik faaliyetlerini hayata geçirmektedir. Hristiyan ülkelerinden hangisine giderseniz gidin, sokakta, caddede, toplum içinde dini bir lider olduğunu çok rahat fark eder, dini bir konu hakkında bilgi alabilir veya manevi ve psikolojik destek alabilirsiniz. Lakin İslam toplumlarından hangisine giderseniz gidin, sokakta, cadde de, toplumun herhangi bir noktasında dini önderin, imamın yanınızdaki masada dahi otursa, hatta otobüste yan koltuğunuzda bile hareket etse onu tanıma, ondan manevi

anlamda faydalanma şansınız olmayacaktır. Son ve hak din olan İslam dininin önderleri ve öğreticileri olan dini önder ve lider dediğimiz imamlar toplum içinde resmi kılık kıyafetleri ile yani sarık ve cübbe ile görevlerini ifa etmeleri, belki bir nebze olsun toplum - din ilişkisini daha sağlam zeminlere oturtacak, insanlar dini dedesinden nenesinden, camideki hocasından değil, her daim ve her an karşılaşabileceği, herhangi bir dini cemaate veya hiyerarşiye bağlı olmayan devletin memuru dinin öğretici konumundaki imamdan öğrenebilecektir.

Sonuç olarak özetlemek gerekirse;

İmamlar meslekleri sorulduğunda doğrudan doğruya imam olduklarını söylediklerini ifade etmişlerdir. Mesleki bağlılık mesleğe sahiplenme, işini sevmenin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Görevini ve mesleğini hakkıyla sahiplenme onunla gurur duymak mesleğin ve statünün kalkınmasında önemli rol oynamaktadır.

İletişim sürecini başlatan birey alıcı konumundaki hedef kitlesi için kaynak konumundadır. Alıcılar, kaynaktan gelen mesajı alımlarken kaynağın güvenirliliğine, bilginin doğruluğuna, kaynağın sosyolojik ve kültürel durumuna, eğitim seviyesine, konu hakkındaki donanımına v.b. gibi bireyin bilgiye dayalı temel yapı taşlarının bazen tamamını bazen bir kısmını dikkate alarak değerlendirir. Bu noktada özellikle dini kaynak konumunda olan imam dini bilgisi, almış olduğu eğitim, mesleki yeterlilik alıcı hedef kitle için önem arz etmektedir.

Bu süreçte sadece cami ile cemaat arasında sıkışıp kalmayan hem cemaatinin tüm sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarında yanında olan hem de cami dışındaki hedef kitle ile bir araya gelmek için mücadele eden, çaba sarfeden ve bu konuda gayret sarfeden imamlar rol model imam olma konusunda mesafe katedeceklerdir. Din görevlisi kendi bölgesinde kendi camisinde kendi mahallesinde aktif rol model olarak gayret etmeli sadece camiyi açıp günde beş vakit namaz kıldıran değil kendi gayret ve çabalarıyla kendi ilmini geliştirerek kendi donanımın yenileyerek bölgesinde hizmet etmelidir ve o bölgenin kanaat önderleri alanına girmelidir.

İnsanın tabiatüstü bir kudrete güce bağlanması insanın manevi gücünü ve motivasyonun güçlendirir. Allah sevgisi ve korkusu bireyin manevi ve kişisel hayatını ve ilişkilerini düzenlediği gibi, toplumsal düzenin oluşması ve korunmasında da önemli rol oynamaktadır. Çünkü bireyleri mukaddes duygu, vicdan ve ahlak etrafında cem ettiği gibi, toplumları da yücelten ve huzura kavuşturan formlara ve olgulara sahiptir. Din bunun yansıra özelde insanlara yol gösteren bireyi içsel olarak kuşatan ahlaki ve vicdani sistemleri kuran ve yöneten bir kurumdur. Bu sebeple dinin yüceldiği ve yaşandığı ortamlarda ahlaki çöküntüler azalacak, anarşizm, şiddet, huzursuzluk gibi toplumsal problemeler yerini hoşgörü, sadakat ve toplumsal mutabakata bırakacaktır.

İnsan kendi içinde psikolojik olarak rahatlamak ve manevi tatmine ulaşabilmek için dini motivasyona ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada önünde aldığı rol model zaman zaman dini vesikalar olmaktadır. Dinle toplum arasında iç içe bir ilişki mevcuttur. Birbirinden bağımsız olarak değil iç içe hareket ettikçe hem sosyolojik olarak toplum düzenlenebilir hem de psikolojik olarak birey kendini olumlu yönde motive ederek kendini psikolojik tatmine ulaştırabilir. Bireyler dini normlara ne kadar uyarsa birey ve toplum o kadar dini çizgide ilerleyecektir. Dinin toplumsal işlevinin açık ve etkin bir şekilde toplum üzerinde görünmesi insanların vicdanlarında dini ve dinin fonksiyonları benimsedikleriyle doğru orantılıdır. Dinin, toplumsal hayatta olumsuz olarak karşılanacak tüm iş ve davranışlardan bireyi uzak tutacak, bireylerin ve toplumu olumlu yönde şekillendirebilecek, sosyo-kültürel hayatı bireyin değil toplumun menfaatine uygun şekilde dizayn etmesi herkesçe kabul gören ve arzulanan etkilerinden veya işlevlerinden biri olacaktır.

Günümüzde din sadece camide, kilisede, cenazede, var olan bir kavram olmaktan çıkmış, kitle iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte toplum içinde bireylerin her anına etki eden bir olgu haline gelmiştir. Zaman içerisinde din ve gelenek örtüşmekte dini ritüeller gelenek halini alabilmekte, geleneklerde dini ritüeller olarak toplum yaşamında boy gösterebilmektedir. Genel kanaate baktığımızda dini ilke ve kuralların, toplumun şekillenmesinde, birlik ve beraberlik içerisinde yaşanmasında katkıda bulunduğu görülmektedir. Din kanun, ahlak, gelenek ve görenekle birlikte

topluma ışık tutar, toplumun can suyu kıvamındaki bu kavramlar topluma hayat verdikçe toplumun güven mutluluk, saygı ve sevgisi birlikteliği daim olur. Bunu sağlayacak yegane kaynak ise İmamdır.

İmam toplumda kanaat önderi veya benimsenen rol model olabilmesi için Hz. Peygamberin iletişim yöntemlerini ve hayat tarzını örnek alarak çok kısa sürede çok uzun yol katedebilir. Hz. Peygamber (s.a.v.) insanları Allah'ın yoluna samimiyet, güzel ahlak ve güzel sözle çağırmış; her zaman kolaylaştırıcı ve müjdeleyici olmuştur. Sonuçta; kısa zamanda ortak dava ve aynı hedef çevresinde birlik olan, güç birliği, birbirinin derdiyle dertlenen birbirlerine ensar ve muhacir olan kardeşlik duygu ve düşüncelerinin hakim olduğu sağlam temelli ve medeni bir toplum hasıla gelmiştir.

İmamlar günümüz insanın tüm ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde iyi bir eğitime ve kültürel donanıma sahip olmalıdır. İlmi ehliyete sahip olan din görevlileri insanları etkilemek ve dini hakikatleri aktarırken daha kolay alıcıyı etkileyebilecektir. İyi bir eğitim tek başına yeterli değildir. Eğitimden sonra en önemli mesele ahlak ve yaşayış olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz ve hareketleri örnek teşkil etmelidir. Söylediklerinin aksini yapan bir din görevlisine insanların örnek alması ve güven duyması itaat etmesi düşünülebilir bir durum değildir. İmamlar sadece devletin belirlediği beş vakit namaz, Cuma, vaaz, cenaze, nikah vb. cami içinde kalmamalıdır. Cemaatinde bölgesinde mahallesinde aktif olmalı sosyal problemlere eğilmeli, halkın arasında olmalı yaşamış olduğu örnek teşkil edecek hayatı potansiyel hedef kitlesine aktarmalıdır. Sahada olduğu sürece özellikle insanlarla münasebetlerinde aşırılıklardan sakınanmalı, uslüp ve davranışlarında, insanlarla olan iletişimlerinde ölçülü olmalı, bilgisizlikten dolayı kimseyi aşağılamamalı, herkesi her camiayı kucaklayan, peygamber şefkati misali birleştirici ve bütünleştirici olmalıdır. İlişkilerinde son derece mütevazi, tatlı dilli, alçak gönüllü bir edep ile sevdirerek ve benimseterek dini bilgi ve birikimleri aktarmalıdır.

Din görevlisinin, İmamın toplumda rol model olması insanlar tarafından güzel örnek alınabilmesi için özellikle; İtikadı sağlam; salih amelli, ahlâkı güzel, sözünü tutan kişi olmalıdır. Bütün söz ve davranışlarında yüce Mevlâ'nın rızasını, insanların menfaatini ve korunmasını kendine şiar edinmelidir. Etkileşimde olduğu kişilerle

müsamaha ve anlayışla davranmalı, insanlara herkesin anlayabileceği şekil ve metotla yaklaşmalıdır. İstişare ehli, kararlı, azimli, sabırlı, metanet sahibi ve ümitvâr olmalıdır. Farabi'nin aktardıklarını da göz önüne aldığımızda dinin psikolojik bir olgu olduğunu da değerlendirirsek insanın inanç ve değerlerinin, insanın ruhsal ve psikolojik yönünü dizayn etmede kişilik ve karekterinin olgunlaşmasında, ahlaki tutum ve davranışlarının üzerindeki etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Bu süreci yönetenlerin ilmen ve bilmen kendilerini geliştirmiş, konusunda uzman, öğrenmeyi ve öğretmeyi seven, öğrendikleri ile yaşayan hayatına yansıtan, çevresindekiler tarafından saygıyla karşılanan hedef kitlesi gözünde kanaat önderi statüsüne oturmuş akil adam olma yolunda emin adımlarla ilerleyen, işini sadece meslek için değil peygamber ardılı bir vakarla görevine devam edenler gerçek manada rol model bir imam olmaları kaçınılmaz olacaktır.

KAYNAKÇA

Açıkgöz, H. M. (2005), Etkili İletişim, Ankara: Elis Yayınları

Adıgüzel, Y. (2001). Kitle Toplumunun Açmazları Kültür Endüstrisi, İstanbul: Şehir Yayınları.

Akçay, M. (2002), Çağdaş Dünyada İnsan ve Sorumluluğu, İstanbul: Işık Yayınları.

Akseki, A. H.(1960). İslâm Dini, Ankara: MEB Yayınları

Aktay, Y. (2011). Karizma Zamanları, İstanbul: Timaş Yayınları.

Akyüz, N. ve Çapcıoğlu, İ. (2008). Ana Başlıklarıyla Din Sosyolojisi. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.

Alemdar.İ.ve Korkmaz. A. (2005). Öteki Kuram. İstanbul: Erk Yayınları

Altaş, N. (2012). Din Hizmetleri ve Dini Danışmanlık İlişkisi, Dini Danışmanlık ve Din Hizmetleri, Ed. N. Altaş- M. Köylü, Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık

Anık, C. (2014). İletişim Sosyolojisi kuramsal Temeller. İstanbul: Der Yayınları.

Arslan, A.(2006). Medyanın Birey, Toplum Ve Kültür Üzerine Etkileri, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi,

Arslan, H. (2009). "Dinî Tutumların Oluşum, Gelişim ve Değişimi", Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 9 (1), 77-96.

Arslantürk, Z. ve Amman, T. (1999). Sosyoloji, İstanbul: İFAV Yayınları

Aslan, A. (2002). Küreselleşme ve Din, Küreselleşme ve İslam Dünyası ve Türkiye, Tartışmalı İlmi Toplantılar Dizisi, İstanbul: Ensar Neşriyat

Bal, H. (2013). İletişim Sosyolojisi, Ankara: Sentez Yayınları

Baltacı, C. (2005). İslam Medeniyetinde Camii, İstanbul: İFAV Yayınları

Baran, G. A. (1997). İletişim sosyolojisi, Ankara: Afşaroğlu Matbaası.

Barrett, Braham (1995), Media, Knowledge And Power, London: Routledge.

Baytar, O. (2007). Gerçekliğin Yeniden Oluşması Bağlamında Medyanın Gündem Kurma Süreci, Medya Eleştirileri 2007. Der**:** Can Bilgili ve Nesrin Tan Akbulut. İstanbul: Beta Yayınları.

Becer, E. (1999). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Yayınları.

Berger, P. L. (2005). Kutsal Şemsiye. Çev: A. Coşkun. İstanbul: Rağbet Yayınları

Berger, P. L., Luckmann, T. (2008). Gerçekliğin Sosyal İnşâsı. Çev. Vefa Saygın Öğütle. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Beydilli, K. (2001). Osmanlı Döneminde İmamlar ve Bir İmamın Günlüğü, İstanbul: Tarih ve Edebiyat Vakfı Yayınları.

Bilgin, N. (2001). İnsan İlişkileri ve Kimlik, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Bourdieu, P. (1997). Televizyon Üzerine, Çev: Turhan Ilgaz. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bourse, M. ve Yücel, H. (2012). İletişim Bilimlerinin Serüveni. İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Budak, S. (2000), Psikoloji Sözlüğü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

Bulut, M. (2006. Din Görevlileri Üzerine Bazı Tespitler, Din Hizmetlerinde Yöntem ve Verimlilik. Der: Hayrullah Köken. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları

Buyrukçu, R. (1995). Din Görevlisinin Mesleğini Temsil Gücü, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları

Cebeci, S. (2012). Dini Danışma ve Rehberlik, Ankara: DİB Yayınları.

Cebeci, S. (2013). İletişim Kavramı ve Modelleri, Din Eğitimi ve Din Hizmetlerinde Rehberlik, Ed: Mehmet Emin AY, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları

Certel, H. (2008). Din-İletişim İlişkisi ve Dini İletişim Engelleri. SDÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı: 21, Isparta.

Chomsky, N. ve Herman, S. E. (2004). Propaganda Modeli Medyanın

Cüceloğlu, D. (1996), İnsan ve Davranışı, İstanbul: Remzi Kitabevi

Cüceloğlu, D. (2004). Yeniden İnsan İnsana. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Çoban, S. (2013). Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya, İstanbul: Parşömen Yayınları

Davle, G. (2005). Modern Avrupa'da Din**,** Çev**:** Akif Demirci. İstanbul: Küre Yayınları,

Demir, Ö. ve Acar, M. (1993). Sosyal Bilimler Sözlüğü, İstanbul: Ağaç Yayıncılık.

Devito, J. A. (2004). The Interpersonel communication Book, Tenth Ediiton, USA: Ally and Bacon Inc. Akt. Gürüz. D. Ve Eğinli. A.T. (2015). Kişilerarası İletişim, Ankara: Nobel Yayın

Doğan, D. M. (1993). İletişim veya Dehşet Çağı, İstanbul: TimaşYayınları.

Dökmen, Ü. (2002). İletişim Çatışmaları ve Empati, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Dönmezer, S. (1990). Sosyoloji, İstanbul: Savaş Yayınları

Dura, C. "Medya ve İnsan", Türk Yurdu Dergisi, Ankara, 1984: 82-5

Durkheim, E. (2005). Dini Hayatın İlkel Biçimleri, Çev: Fuat Aydın, İstanbul: Ataç Yayınları

Enderun, M. A. (2011). Beyaz Perdenin Din Algısı, İzmir: Işık Yayınları.

Er, İ. "Hademe-i Hayrattan Din Görevliliğine", Diyanet Aylık Dergi, Ekim, 2007.

Erdoğan, İ. (1999). İşletmelerde Davranış. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Erdoğan, İ. (2014). Medya Teori ve Araştırmaları, Ankara: Erk Yayınları

Erdoğan, İ., Keloğlu, E., Durmuş, N., (2005). "Kitle İletişiminde Pozitivist Ampirik Geleneğin Kuruluşu: Lazarsfeld ve Yönetimsel Araştırmalar". Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, 20(2): 1-48.

Ergin, A. ve Birol, C. (2000). Eğitimde İletişim, Ankara: Anı Yayınları

Erkut, A. "Tevbe Suresinin 9/31. Ayeti Çerçevesinde Din Adamı ve Karizma İlişkisi" Diyanet İlmi Dergi, Cilt: 51, Sayı: 4, Ekim-Kasım-Aralık, 2015.

Falk, R. (2003). Küreselleşme ve Din, İnsani Küresel Yönetişim, Çev: Hasan Tuncay Başoğlu, İstanbul: Küre Yayınları

Farabi, (2013). İdeal Devlet (El Medinet'ül Fazıla). Çev: Ahmet Arslan, Ankara: Divan Kitap

Fejes, F. (1994). Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri Medya, İktidar, İdeoloji. Der ve Çev: Mehmet Küçük. Ankara: Ark Yayınları

Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş, Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Freedman J.L., Sears D.O., Carlsmith.J.M. (1993). Sosyal Psikoloji, Çev: Ali Dönmez, Ankara: İmge Kitabevi

Freyer, H. (1964). Din Sosyolojisi, Çev: Turgut Kalpsiz, Ankara: A.Ü.İ.F. Yayınları

Girgin, A. (2000). Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği**,** İstanbul: İnkilap Yayınları

Güçlü, S. (2005). Kurumlara Sosyolojik Bir Bakış, İstanbul: Birey Yayınları

Günay, Ü. (2014). Din Sosyolojisi. İstanbul: İnsan Yayınları.

Güngör, N. (1997), Toplum Yaşamında İletişimin Yapısı ve İşlevi. İstanbul: İletişim Yayınları.

Güngör, N. (2013), İletişime Giriş, Ankara: Siyasal Kitabevi

Gürüz. D. ve Eğinli. A.T. (2015). Kişilerarası İletişim. Ankara: Nobel Yayın

Güven, A. M. "Türk Sineması" nın Din ve Dindarlıkla 95 Yıllık İmtihanı", Din ve Hayat Dergisi, (Ekim 2009), S.3, s. 105-106.

Hasan, H. İ. (1985), İslâm Tarihi, Çev. İ. Yiğit, S. Gümüş. İstanbul: Kayıhan Yayınları.

Hökelekli, H. (2009). İslam Psikolojisi Yazıları, İstanbul: Dem Yayınları

Hökelekli, H. (2010). Din Psikolojisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İlahiyat Önlisans Programı.

Hökelekli, H. "Din Hizmetlerinde Yöntemle İlgili Sorunlar", Diyanet İlmi Dergi, C.41, S.3, Ankara, 2005, s.95

Işık, M. (2012). Kitle İletişim Teorilerine Giriş, Konya: Eğitim Kitabevi

Işık, M. Biber, L. Öztekin, A. Öztekin, H. (2010). Genel ve Teknik İletişim. Konya: Eğitim Kitabevi.

İnal, K. (2009). Medya Okuryazarlığı El Kitabı, Ankara: Ütopya Yayınları

İnceoğlu, M. (2011). Tutum Algı İletişim, Ankara: Siyasal Yayınları.

James, J. (1999). Beden Dışı Olumlu İmaj Oluşturma, Çev: Murat Sağlam, İstanbul: Alfa Yayınları

Kağıtçıbaşı, Ç. (1999), Yeni İnsan ve İnsanlar, İstanbul: Evrim Yayınları

Kamuoyu İmalatı, İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi.

Karaca, F. (2010). Dindarlığın Etkileri. Ed: Hökelekli, H. Din Psikolojisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İlahiyat Ön lisans Programı.

Karaçoşkun, ,M.D. (2012). Din Psikolojisi Bilimi ve Türkiye'deki Gelişimi. Ed: Karaçoşkun, M. Doğan. Din Psikolojisi. Ankara: GrafikerYayınları.

Karagöz. İ. (2006) Din Görevlisinin Vizyonu ve Misyonu, Din Hizmetlerinde Yöntem ve Verimlilik. Der: Köken. H. Ankara: DİB Yayınları.

Kaya, K. (1994). Türkiye'de Din ve Devlet İlişkileri, İstanbul: Basılmamış Doktora Tezi, İ.Ü.S.B.E.

Kaya, M. (1998). Din Eğitiminde İletişim ve Dini Tutum, Samsun: Etüt Yayınları.

Kirman, M. A. (2004). Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü, İstanbul: Rağbet Yayınları.

Koçel, T. (2005). İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Arıkan Basın Yayın.

Komisyon, (1992). Hitabet ve Meslekî Uygulama, İstanbul

Köse, A. ve Ayten, A. (2013). Din Psikolojisi, İstanbul: Timaş Yayınları

Köylü, M. (2003), Psiko-Sosyal Açıdan Dini İletişim, Ankara: Ankara Okulu Yayınları.

Krech D. ve Crutchfıld, R. S. (1999). Sosyal Psikoloji, Çev: Erol Güngör, İstanbul: Ötüken Yayınları

Krech D. ve Crutchfıld, S. R. (1999), Sosyal Psikoloji, Çev: Erol Güngör, İstanbul: Ötüken Yayınları

Küçükaşçı, M. S. (2000). İmam, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

Lazar, J. (2009). İletişim Bilimi, Çev: Anık, Cengiz, Ankara: Vadi yayınları

Lull, J. (2001). Medya İletişim Kültür, çev. N. Güngör, Ankara: Vadi Yayınları

Lyman, P. W. ve Karlena, R. H.(1983). Communication in Organizations Handbook Of Industrial and occupational Pyschology, 2nd Editon Newyork.

Maalouf, A. (2000). Ölümcül Kimlikler, Çev. Aysel Bora, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Maıgret, E. (2014). Medya ve İletişim Sosyolojisi, Çev: Halime Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları

Menekşe, Ö. "Türk Sinemasında Din ve Din Adamı İmajı", II. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi Tebliğ ve Müzakereleri, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2005, s.47-50.

MILLS, C. W. (1974) İktidar Seçkinleri. Çev: Ünsal Oskay, Ankara: Bilgi Yayınevi,

Okay, A. (1999). Kurum Kimliği, Ankara: Mediacat Yayınları

Oktay, A. (1995). Medya ve Hedonizm, İstanbul: Yön Yayınları.

Okumuş, E. (2014). Din ve sosyalleşme, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkish Volume 9/11 Fall 2014, p. 429-454,

Oman, D. ve. Thoresen, E. C. (2013). Din ve Maneviyat Sağlığı etkiler mi, Çev. Özer Çetin, Din ve maneviyat Psikolojisi, Der: Paloutzian, R. F. ve Park, C. L. Ed: İhsan Çapçıoğlu, Ali Ayten,. Ankara: Phoenix Yayınevi

Oskay, Ü. (1985). Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş, Ankara: A.Ü. S.B.F Yayınları

Oskay, Ü. (1997). İletişimin ABC' si. İstanbul: Der Yayınları.

Özdoğan, Ö. "İnsanı Anlamaya Yönelik Bir Yaklaşım: Pastoral Psikoloji", AÜİFD, C. 47, S. 2, Ankara, 2006, s. 128-129.

Özgüven, İ. E. (2007). Psikolojik Danışma ve Rehberlik, Ankara: Psikolojik Danışma ve Rehberlik Eğitim Merkezi Yayınları

Özkök, E. Laikliğin Anavatanında Bir Manşet, Hürriyet Gazetesi, 21. Ocak. 2003

Peker, H. (2008), Din Psikolojisi, İstanbul: Çamlıca Yayınları

Renan, E. (2012) Millet Nedir, M. Türköne içinde, Milletler ve Milliyetçilikler, İstanbul: Etkileşim Yayınları

Rivers, W. L.(1982). The Other Government: Power and the Washington Media, New York: Universe Books

Sabuncuoğlu, Z. ve Gümüş, M. (2008). Örgütlerde İletişim, İstanbul: Arıkan Yayıncılık.

Said, W. E. (2002). Haberlerin Ağında İslam, Çev: Alev Alatlı. İstanbul: Babil Yayınları.

Saka, Ş. (1991). Kur'an-I Kerim'in Davet Metodu, İstanbul: Seha Neşriyat

Sancaktar. H.Ş. (2006). Dini Hizmet, Din Görevlisi ve Özellikleri, Din Hizmetlerinde Yöntem ve Verimlilik. Der: Köken, H. Ankara: DİB Yayınları.

Schiller, H. (1993). Zihin Yönlendirenler, Çev: Cevdet Cerit. İstanbul: Pınar Yayınları.

Sezen, Y. (1990). Sosyolojide ve Din Sosyolojisinde Temel Bilgiler ve Tartışmalar, İstanbul: M.Ü.İFAV Yayınları

SEZEN, Y. (2004). İslâm'ın Sosyolojik Yorumu, İstanbul: İz Yayınları.

Smıth, M.B. (1968), "Attitude Change" International Encyclopedia Of The Social Sciences (S.458-467). Crowell Collier And Mac Millan.

Soysaldı, M. "Kur'an'da Tebliğ Yöntemleri ile İlgili Kavramların Analizi", Diyanet İlmi Dergi, Cilt: 39; Sayı: 3; Temmuz Ağustos Eylül- 2003, s. 63.

Subaşı, N. (2004). Gündelik Hayat ve Dinsellik. İstanbul: İz Yayınları

Şenyapılı, Ö. (1981). Toplum ve İletişim, Ankara: Turan Kitapevi Yayınları.

Tan, H. (1992). Psikolojik Yardım İlişkileri: Danışma ve Psikoterapi, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi

Taş, K. (2002). Türk Halkının Gözüyle Diyanet, İstanbul: İz Yayıncılık

Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2013). İletişim Araştırmaları ve Kuramları, İstanbul: Beta Yayınları

Tengilimoğlu, D. ve Yüksel, Ö. (2011) İşletmelerde Halkla İlişkiler, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Turner, B. S. (1997). Max Weber ve İslam, Çev: Yasin Aktay, Ankara: Vadi Yayınları

Tutar, H ve Yılmaz, M.K.(2010), Genel iletişim Kavram ve Modeller, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tümer, G. ve Küçük, A. (1997). Dinler Tarihi, Ankara: Ocak Yayınları

Türkmen, İ.(2000), Yöneticiler İçin Etken İletişim Modeli, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.

Uludağ, S. (1998), İslam'da İrşad. İstanbul: Marifet Yayınları.

Ülgener, S. F. (1981). İktisadî Çözülmenin Ahlâk ve Zihniyet Dünyası, İstanbul: DER Yayınları

Villani, S. (2001). "Impact of Media on Children and Adolescents: A 10-Year Review of the Research", Journal of American Academy of Child and Adolescent Psychiatry, c.40, ss. 392-401. Akt: Nazıroğlu, B. (2015). Din Eğitiminin Gerekliliği Açısından Dini Medya Okuryazarlığı. Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi, Cilt 15, Sayı 2, Ss. 191-220

Wach, J. (1987). Din Sosyolojisine Giriş, Çev. Battal İnandı, Ankara: A.Ü. Basımevi

WACH, J. (1995). Din Sosyolojisi. Çev: Ünver Günay, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.

Weber, M. (2004). Sosyoloji Yazıları, Çev. Taha Parla, İstanbul: İletişim Yayınları.

Yatkın, A. (2003). Halkla İlişkiler ve İletişim, Ankara: Nobel Yayınları.

Yaylagül, L. (2010). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları

Yenen, İ. "Yazılı Basında "Din Adamı" Kimliğinin Temsili", Turkish Studies, S.7/2, Bahar Dönemi, 2012.

Yıldırım, C. "İrşad ve İrşadda Metod", I. Din Şurası Tebliğ ve Müzakereleri (1-5 Kasım 1993), C.1, DİB Yayınları, Ankara, 1995, s.340.

Yılmaz, H. "Vaazın Etkinliğinde Dil ve Üslubun Önemi" Vaaz ve Vaizlik Sempozyumu (17-18 Aralık 2011), DİB Yayınları, Ankara, 2013, s.101.

Yılmaz, H. “Hz. Peygamber Döneminden Günümüze Kadınlar ve Cami Eğitimi”, Değerler Eğitimi Dergisi, C.5, S.14, İstanbul, 2007, s.107.

Zıllıoğlu, M. (2014). İletişim Nedir?, İstanbul: Cem Yayınları

Zuckerman, P. (2006). Din Sosyolojisine Giriş. Çev: İ. Çapçıoğlu, H. Aydınalp, Ankara: Birleşik Kitabevi.

(http://2014hit.blogspot.co m.tr/2014/12/pa ul -lazarsfeld-ve-neil-postmann-kitle.html, 16.12.2016).

(http://2014hit.blogspot.com.tr/2014/12/paul-lazarsfeld-ve-neil-po st mann-kitle. html) (16. 12. 2016).

http://www.diyanet.gov.tr/tr/icerik/kurulus-ve-tarihce/8, 27.12.2016, Erişim tarihi,)

Deniz, Türk sinemasının din ile imtihanı, file:///C:/Users/ HNK/ Download s/ Aksiyon.pdf, 22.12.2016)

EK

KANAAT ÖNDERLİĞİ BAĞLAMINDA İMAMLIK ROLÜ ÜZERİNE SAHA ARAŞTIRMASI ANKET ÇALIŞMASI SORULARI

1	**Medeni Durumunuz**	Evli ( )	Bekar ( )	Boşanmış ( )				
2	**Yaşınız**	18-34 ( )	35-49 ( )	50-64)	65 ve üzeri ( )			
3	**Görev Süreniz**	1-4 yıl ( )	5-14 yıl ( )	15-24 ( )	25 ve üzeri ( )			
4	**Ailenizin Ekonomik Durumunu Hangi İfadeyle Tanımlarsınız.**	Yoksul ( )	Fakir ( )	Orta Düzey ( )	Zengin ( )			
5	**Hayatınızın Çoğunu Nerede Geçirdiniz?**	Köy – Kasaba ( )	İlçe ( )	İl ( )	Büyükşehir ( )			
6	**Eğitim Durumunuz**	Ortaokul ( )	Lise ( )	Lisans ( )	Ön Lisans ( )	Lisansüstü ( )		
7	**Almış Olduğunuz Eğitim Şekliniz**	Okul ( )	Medrese ( )	Kuran Kursu ( )	Üniversite ( )	Diğer ( )		
8	**Siyasal Kimliğinizi En Uygun Tanımlayan Kavram Hangisidir?**	Demokrat ( )	Liberal ( )	Milliyetçi ( )	Muhafazakar ( )	İslamcı ( )	Cumhuriyetçi ( )	Laik ( )
9	**Doğdunuz Bölge Neresidir?**	İç Anadolu ( )	Doğu Anadolu ( )	Güney Doğu Anadolu ( )	Karadeniz ( )	Ege ( )	Marmara ( )	Akdeniz ( )
10	**İmam Olma Nedeniniz**	Kendi Kararım ( )	Ailemin İsteği ( )	Hocamın Yönlendirmesi ( )	Çevresel Etkiler ( )	Diğer / Belirtiniz		

11	**İmam Olmamın Bana Sağlayacağı Faydalar**	Maaş garantisi / Devlet Güvencesi ( )	Topluma Bir şeyler Öğretme ( )	Önder olma ( )	Toplumda İtibar Görme ( )	Diğer / Belirtiniz	
12	**Cemaatiniz Genelde Hangi Konularda Size Danışırlar ?**	Büyü ( )	Nikah ( )	Aile İçi Geçimsizlik ( )	Miras ( )	Fıkhi Fetvalar ( )	Diğer Belirtiniz

Soru No	Araştırma Soruları	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
13	İmamlık Benim Ve Ailem İçin Bir Gurur Kaynağıdır.				
14	Mesleğim Toplumdaki Saygın Mesleklerdendir.				
15	İmamlığı Seçmemdeki En Önemli Etken İslamiyete Hizmet Etmektir.				
16	Benim İçin Yaptığım İşten Zevk Almak Para Kazanmaktan Daha Önemlidir.				
17	Cemaatim İhtiyaç Sahiplerini Gözetme Konusunda (Zekat, Fitre, Fidye, Bağış) Bana Güvenir, Benim Üzerimden İhtiyaç Sahiplerine Ulaştırırlar.				
18	Meslekteki Birincil Önceliğim Para Değil Peygamber Mesleğine Sahip Çıkmaktır.				
19	Cami Faaliyetlerinin (Sohbet, Ezan, Kuran Okuma v.b.) Kendimi Ve Mesleğimi Geliştirdiğini Düşünüyorum.				
20	İmamlığı Seçmek İstemem Bir An Önce İşe Başlayabilmek Ve Para Kazanabilmek İçindir.				
21	İmam Olduğuma Pişman Değilim.				
22	Mesleğim Sorulduğunda İmam Değil Memur Olduğumu Söylerim.				
23	Şimdiye Kadar Aldığım Eğitim Mesleğim İçin Yeterlidir.				
24	Cemaatimden Gelen (Mevlüt, Tilavet, Düğün, Cenaze Doğum v.b.) Gibi Talepleri Ek Gelir				

	Olsun Diye Kabul Ederim.				
25	Eğitimde (Okulda, Kuran Kursunda, Üniversitede) Edindiğim Bilgilerin Mesleki Hayatımda İşime Yaradığını / Yarayacağını Düşünüyorum.				
26	Yetenek Ve Becerilerime Uygun Bir İşi Yapmanın Mutluluğunu Tam Anlamıyla Yaşıyorum.				
27	İmam Olduğumu Her Ortamda Açıkça Söylerim.				
28	Aldığım Eğitimler İmamlık İçin Gerekli Alt Yapıyı Sağlamaktadır.				
29	Mesleğim Sayesinde İleride Daha Çok Sevilen Ve İtibarı Olan Bir Kişi Olacağıma İnanıyorum.				
30	İmam Olmamın Beni İyi Bir Kariyer Sahibi Yaptığına İnanıyorum.				
31	Şimdiye Kadar Aldığım Eğitim Beni Geleceğe Yönelik Mesleki Beklentilerim Açısından Hayal Kırıklığına Uğratmadı.				
32	İmam Olarak Camimde Cemaatten Para Toplanmasını Uygun Buluyorum.				
33	Cemaatim Eşler Arasında Problem Yaşadığında Aracı Olmam İçin Bana Başvururlar.				
34	Tanıdıklarım Vardır Diye, Bölgede Tanınan Biri Olarak, Cemaatim Kendisine İş Konusunda Yardımcı Olmamı İstiyor.				

35	Cami Derneklerinin Camiye Ve Bana Faydalı Olduğunu Düşünüyorum.				
36	Cemaatim Hakemlik ve Arabuluculuk Meselelerinde Bana Danışırlar.				
37	Cami Binasının ve Eklerinin Dini Faaliyetlerde Kullanılması Uygundur.				
38	Cami Binasının ve Eklerinin Ticari Faaliyetlerde Kullanılması Uygundur.				
39	Cemaatim Aile Yaşantım Konusunda Beni Örnek Alır.				
40	İmamın Mesai Saatleri İçinde Devletin Kılık Kıyafet Kurallarına Uyması Gerekmektedir.				
41	İmam Sakallı Olarak Görevini İfa Etmelidir.				
42	Cemaatimle Düzenleyeceğimiz Ortak Programlarda Cemaatim (Emir,Öncü,Başkan) Beni Seçer.				
43	İmam Namaz Vakitleri Dışında Camide Bulunmalıdır.				
44	İmamın Temel Görevi 5 Vakit Namaz Kıldırmaktır.				
45	Merkezi Yayınlar (Ezan-Vaaz) Cemaatle Aramdaki İlişkiyi Azaltmaktadır.				
46	Merkezi Yayınlar (Ezan-Vaaz) İlmi Yetkinlik Noktasında Beni Köreltmektedir.				
47	İmamlar Kuran İlmi Noktasında Yeterlidir.				
48	İmamlar Mihrab Yetkinliği Konusunda Yeterlidir.				
49	İmamlar Güncel Meselelerde Cemaatini Yönlendirmektedir.				

50	İmamlar Cemaate Siyasete Dair konularla İlgili Bilgi Vermektedir.				
51	Diyanet Devletten Bağımsız Olmalıdır.				
52	Ben ve Diğer Meslektaşlarım Diyanet İşleri Başkanımız Gibi Dışarda Da Dini Kıyafetlerimizle Hedef Kitleyle İletişime Geçmeliyiz.				
53	Cemaatimle İletişime Geçerken İnternet Ve Sosyal Medya Araçlarını Kullanırım.				
54	İmam Cemaatle Arasına Mesafe Koymalıdır.				
55	İmamlık Mesleğimde Heyecanımı Kaybettiğimi Hissediyorum.				
56	Cemaatimin Psikolojik Sorunlarına Çözüm Üretecek Bilgi ve Birikime Sahibim.				
57	Şahsi İşlerimde (Alışveriş de, Alım Satım da v.b.) Mesleki Konumumu Kullanırım.				
58	Başım Sıkıştığında Cemaatim Bana Destek Olur.				
59	Kadınlara Dini Eğitim Veririm.				
60	Cami Cemaatim Dışındaki Hedef Kitleyle İletişime Geçiyorum.				
61	Bölgemdeki Kanaat Önderleri İle İletişim Halindeyim.				
62	Caminin Dışındaki Hedef Kitleye Tebliğ Görevinde Bulunurum.				
63	İmamlık Kişiliğim ve Kimliğimle Kumarhane Meyhane Gibi Mekanlara İrşad İçin Giderim.				
64	Cemaatimden Birinin Başı Sıkıştığında Ziyaretinde Bulunurum.				

65	Kürsüden Yaptığım Vaazlarda Tebliğ Yöntemi Olarak Hikaye ve Menkıbeleri Kullanırım.				
66	Kürsüden Yaptığım Vaazlarda Tebliğ Yöntemi Olarak Sadece Hadis, Kuran Ve Tefsiri Kullanırım.				
67	1980'lerdeki Medyanın Topluma Sunduğu İmam Tipiyle, Bugünkü İmam Tipi Farklıdır.				
68	İmam Toplumun Tüm Katmanlarında Eşit Şekilde İtibar Görür.				
69	İmamlar Bulunduğu Ortamın Sosyal ve Ekonomik Statüsüne Göre Tebliğ ve Vaaz İçeriklerini Değiştirirler.				
70	İmamlar Kürsüden Hakkıyla Kuran'ın Tüm Ahkamlarını Cesurca Anlatırlar.				
71	Medya, İmamın Algı ve İmajını Topluma Olumlu Olarak Enjekte Etmektedir.				
72	Hedef Kitlem Bana 24 Saat Ulaşabilir.				
73	Görevimi Aksatmadan Ek İş (Servisçilik, Esnaflık, emlakçılık v.b.)Yaparım.				
74	Önemli Gün Ve Gecelerde Programlar Düzenlerim.				
75	Günün Anlam Ve Önemine Anlatan, Cemaatin İhtiyaçlarına Uygun Hutbe Hazırlar Ve Sunarım.				
76	Dini Bilgilerimi Artırmaya ve Kendimi Geliştirmeye Yönelik Olarak, Bağlı Bulunduğum Diyanet İşleri Başkanlığı Eğitim Programları Düzenler.				
77	Ülkemizdeki Şiddet Uyuşturucu v.b. Kötü Alışkanlıklarla Mücadele İmamın Rolü				

	Büyüktür.				
78	Mensubu Bulunduğum Cemaatin, Dini, Sosyal ve Siyasi Değerlerine Bağlı Kalarak Mesleğimi İcra Ederim.				
79	Toplu Katılım Olan Bir Programı Cemaatime Bildirdiğim Zaman Benimle Birlikte O Programa Katılım Yüksek Olur.				
80	Medyadaki Dizi Ve Magazin Programlarını Takip Ederim.				
81	Desteklediğim Siyasi Görüşü İçeren Sohbet Ve Nasihatleri Cemaatimle Paylaşırım.				
82	Cuma Vaazları Dışında Ekstra Dersler Yaparım.				
83	Yapmış Olduğum Vaaz Ve Derslere Aileler Çocukları İle Beraber Katılır.				
84	Herhangi Bir Şahsa Veya Kuruma Yardım Yapılması Gerektiğini Paylaştığım Zaman Cemaatim Gerekli Yardımı Yapar.				
85	Cemaatim Benimle Sohbet Ederken Konuşma Hal, Hareket ve Tavırlarına Dikkat Eder.				