

Dinî İletişimde Hedef Kitle Sorunu

Mustafa KÖYLÜ, Doç. Dr.

Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi

Atrif/©– Köylü, M. (2003). Dinî iletişimde hedef kitle sorunu. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (1), 111-138.

Özet– İletişimin en önemli unsurlarından birisi de dinleyici grubudur. Dinî iletişim de dahil olmak üzere her hangi bir iletişimin başarı ya da başarısızlığı büyük ölçüde yeterli bir dinleyici analizine bağlıdır. İşte bu yüzden, makalenin temel amacı dinî iletişim ortamında dinleyicileri analiz etmektir. Makale temel olarak üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım alıcı konumundaki dinleyicileri yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, meslek, dinleyici sayısı, ikamet yerleri, siyasî görüş ve sosyal arka plan açılarından ele almaktadır. İkinci kısımda ise dinleyiciler, kaynak ve mesaja karşı olan değer, tutum ve inançlar gibi psikolojik açılardan tahlil edilmektedir. Üçüncü kısım, kültürel farklılıklar ve kültürler arası iletişime değinmektedir. Makale her hangi bir dinî iletişimde başarı için, kaynak ve mesajın kendisi kadar detaylı bir dinleyici analizinin de gerekli ve önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler– Dinî İletişim, Kültürel Farklılıklar, Kültürler Arası İletişim, Din Eğitimi, Vaaz.



Canlılar aleminde olmazsa olmaz türden temel ihtiyaçlardan biri de *iletişim*dir. Bu ihtiyaç sadece insanla sınırlı olmayıp, en gelişmişinden en basitine tüm canlı varlıklar için geçerlidir. Zira istek ve ihtiyaçlar, duygu ve düşünceler, ancak iletişim aracılığıyla paylaşılabilir. Nitekim iletişim, basit olarak *göndericiden alıcıya bir bilgi ve duygu nakli vasıtasıyla bir anlam yaratma süreci* olarak tanımlandığında, onun varlık hiyerarşisindeki tüm düzeyler arasında var olan bir olgu olduğu söylenebilir (Samovar & Mills, 1986; Tubbs & Moss, 1991).

Bu bağlamda insanın tüm hayatının günlük olarak yaklaşık % 75-80'inin bir şekilde iletişimle geçmekte olduğu, bir kişinin işi ve mesleği ne olursa olsun

değerler
eğitimi
dergisi

bu durumun genel olarak -şüphesiz bazı insanlar göreceli olarak iletişimlerinde daha az bir zaman harcamış olabilirler- değişmeyeceği ileri sürülmektedir (Samovar & Mills, 1986; Tubbs & Moss, 1991; Wolff, Marsnic, Tacey & Nichols, 1983). Zira günlük hayatta iletişim becerisi, sadece meslekî açıdan değil (Yoder, Hugenberg & Wallace, 1993), kişilik gelişimi, ruh ve beden sağlığı açılarından da oldukça önemlidir (Adler, Rosenfeld & Towne, 1980; Ersanlı, 1999; Tubbs & Moss, 1991). Bireyler ancak konuştukları ve başkaları tarafından konuştukları dikkate alındığında olumlu bir kimlik duygusu geliştirirler. Yine kimlik ve değer duygusu ancak, kişinin kendisini başkalarıyla/ötekiyle karşılaştırdığında gelişir (Tubbs & Moss, 1991).

Etkili bir iletişimi geçmişte olduğu gibi günümüzde de güçlü bir silahtır (sözün bir *silah* olma özelliğine dair çeşitli örnekler için bkz. Dance & Dance, 1986). Dolayısıyla etkili bir konuşmanın avantajlı yönleri olduğu kadar, sorumluluk gerektiren yönleri de vardır. İletişim konusunda bir yanlışlık ya da bir yanlış anlama lokantada yanlış bir yemek ısmarlanmasına ya da yanlışlıkla istenmeyen bir yemek gelmesine sebep olmak gibi *basit*; bir hava kontrolcüsünün verdiği yanlış bilgi ya da pilot tarafından yanlış anlaşılan bir bilgi durumunda ise *vahim* sonuçlar doğurabilir. Dinî alanda da namaz, oruç gibi bir konu hakkında verilen yanlış bir fetva belki sadece soran kişiyi ilgilendirebilir ve zararı da fazla olmaz. Ancak yanlış yorumlanan bir cihat ya da kaza-kader konusu ciddi anlamda sorunlara sebep olabilir (yanlış anlaşılan bazı konuların İslâm dünyasına verdiği zararlar için bkz. Al-Ghazali, 1982; Majid, 1991; Saeed, 1994; Watt, 1962, 1984).

Bir çok örneğinden hareketle iletişime ilişkin bilgi ve yeteneklerin din gibi insan hayatının ayrılmaz bir parçası olan alanda (Berger, 1969; Huxley, 1957; Moran, 1989; Schmit, 1980; Sezen, 1988; Maslow, 1964) hem fert hem de toplumlar açısından son derece önem arz ettiği tespit olunabilir. Nitekim günümüzde hem dinin öğretimi, hem de topluma yansımaları ciddi sorunlar teşkil etmektedir. Oysa sorun, dinin kendisinde (*mesaj*) olmayıp, dinle ilgili aktarımda bulunan kişilerin (*mesajı gönderen/aktaran*) yeterli bilgiye sahip ol(a)mamaları ya da yeterli iletişim tekniklerini kullan(a)mamalarından veya muhatapların yetersizliklerinden (*mesajın alıcısı/muhatabı*) kaynaklanmaktadır (Bayraktar, 1997; Özbek, 1999).

Muhatap konusuna belki ilk kez dikkat çeken ve gereken önemi veren kişi Aristo'dur. Nitekim araştırmacılar onun eserini dinleyici-merkezli olarak değerlendirmektedirler; örneğin, *Rhetorica* adlı eserinde tam 56 kez dinleyiciye göndermede bulunmaktadır (Sayer & Rickert, 1985). Gerçekten de eğer amaç,

muhataplara bilgi vermek ya da onları bir şekilde etkilemekse, o zaman alıcı durumunda olan kişileri analiz etmek de iletişimin en önemli öğelerinden biri olacaktır. Zira her çeşit insanı içerecek evrensel bir dinleyici kitlesine hitap etmek çok nadir hatta imkânsız olacağından, dinleyici analizinin önemi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır (Thomas, 1985).

Dinleyici analizi, sunulacak mesajı hitap edilecek kişilerin özel ilgi, ihtiyaç, tutum, inanç, değer ve sosyal arka planlarına adapte edebilmek için onlar hakkında bilgi sahibi olmaktır (Bradley, 1988; Samovar & Mills, 1986). Eğer dinleyici hesaba katılmaksızın konuşma yapılırsa, konuşmacının anlaşılma ya da desteklenme şansı oldukça düşüktür. Oysa bunun yerine “*Dinleyiciler kimlerdir?*”, “*Özellikleri nelerdir?*”, “*Ben ve mesajım hakkında ne düşünüyorlar?*” gibi sorulara cevap aranırsa, kullanılacak dilde, yürütülecek tartışmada, oluşturulacak atmosferde, getirilecek kanıt ve yapılacak izahlarda daha başarılı bir uyumlandırma sağlanmış olur (Samovar & Mills, 1986). Aslında mesajını, dinleyicinin ihtiyaç ve hislerini dikkate alarak sunması ve ona göre ayarlaması, anlaşılacak isteyen bir konuşmacının görevidir. Bu yüzden dikkatli bir dinleyici analizi her konuşma ortamının ayrılmaz bir parçası olmalıdır (Bradley, 1988; Thomas, 1985).

İletişimde Hedef Kitle olarak Dinleyiciler

Hangi iletişim şekli olursa olsun, iletişimin temel öğelerinden birisini alıcı durumunda olan hedef kitle oluşturmaktadır. Ancak başarılı bir iletişimin gerçekleşmesi de bu hedef kitlenin doğru tanınmasına ve tespit edilmesine bağlıdır. Makalenin de esas amacı bu olup, dinleyicileri dinî iletişim çerçevesinde; (i) demografik açıdan, (ii) psikolojik açıdan, (iii) kültürel farklılıklar açısından olmak üzere üç açıdan incelemeye çalışacaktır.

Demografik Açıdan Dinleyici Kitlesi

Demografik açıdan dinleyicileri incelemek iki hususu içermektedir. Bunlardan birincisi dinleyicilerin genel demografik özelliklerini belirlemek, ikincisi ise, bu özelliklerin konuşmaya olan etkisini incelemektir. Demografik özelliklerden en çok göze çarpan değişkenler ve konuşmaya olan etkileri şu şekilde özetlenebilir.

Yaş

Belki dinî iletişimde göz önünde bulundurulması gereken ilk husus, hitap edilecek kişilerin yaş durumudur. Zira yaş, kişilerin ilgi, motivasyon, değer ve tu-

tumlarını etkiler. Soruna biyolojik, psikolojik ve eğitimsel açıdan bakarsak yaşlar arası şu özellikleri belirtebiliriz.

Çocuklarla yetişkinler arasındaki en bariz özellik, çocukların bağımlı bir kişiliğe sahip olmalarına karşın, yetişkinlerin bağımsız bir kişiliğe sahip olmalarıdır. Dolayısıyla pedagojide öğrenci durumunda olan kişi bağımlı kişidir. Onların ne öğreneceği, ne zaman öğreneceği, hatta nasıl öğreneceği önceden belirlenmiştir. Andragojide, yani yetişkin eğitiminde ise, olgunlaşmanın tabii bir sonucu olarak yetişkin kişiden, bağımlı bir kişilikten bağımsız bir kişiliğe, kendi kendini idare eder duruma gelmesi beklenir. Yetişkinler her ne kadar bazı geçici durumlarda bağımlı olsalar bile, genellikle kendi kendini yönlendirme açısından derin bir psikolojik ihtiyaca sahiptirler (Though, 1971). Bu açıdan yetişkinlerle olan dinî iletişim ve eğitimde onların bu bağımsızlık özellikleri daima göz önünde bulundurulmalıdır.

Çocuklarla yetişkinler arasındaki diğer bir fark tecrübe konusudur. Bilindiği gibi yetişkinler, yetişkinlik dünyasına çocuklara kıyasla tecrübe açısından oldukça farklı bir konumda girerler. Çocukluğa ya da gençliğe oranla daha uzun süre yaşadıklarından, daha geniş ve büyük tecrübeleri vardır. Onlar sadece daha büyük tecrübeye değil, aynı zamanda çeşitli olarak da farklı tecrübelerle sahiptirler. Çocukların kendi hayatlarını kazanma, evlenme, çocuk sahibi olma, gerçek anlamda toplumsal sorumluluk üstlenme veya diğerlerinin refahını düşünme gibi konularda herhangi bir sorumlulukları olmazken, yetişkinlerin yukarıda sayılan her bir alana ilişkin önemli sorumlulukları vardır.

Dinî iletişim açısından ise şu sonuçlara ulaşılabilir: Yetişkinler büyük oranda kendilerini tecrübeleriyle tanımladıklarından onlar açısından tecrübelerin büyük değeri vardır. Yetişkinler geçmiş tecrübelerini kişisel kavram ve kişisel onurlarıyla bütünleştirirler. Yetişkin bireyler geçmiş tecrübelerine saygı duyulmasına ve önem verilmesine büyük ilgi gösterirler. Bunun sonucu olarak da devam ettikleri veya bulundukları herhangi bir eğitim kurumunda kendi tecrübelerine yer verilmez veya değeri küçümsenirse, böyle bir durumda, onlar bunu sadece tecrübelerinin reddi olarak değil, bizzat kendilerinin reddi olarak algırlar (bu konuda geniş bilgi için bkz. Köylü, 2000).

Çocuklarla yetişkinler arasındaki önemli farklardan birisi de, yetişkinlerin öğrenmeye karşı farklı motivasyonlara sahip olmalarıdır. Çocuklar “konu merkezli”dirler. Onlar öğrenimlerinin çoğunu daha sonraki bir zamanda uygulamaya yönelik olarak yaparlar. Örneğin ilkokulda alınan eğitim, ortaokul ve lise için, lisede alınan bir eğitim de üniversiteye giriş içindir. Üniversitede al-

dığı eğitim de kişiyi hayata hazırlayacak bir meslek içindir. Dolayısıyla çocuk için eğitim, temel olarak hayatın daha sonraki bir safhasında faydalı olacak olan bir birikimdir. Bu yüzden çocukların eğitimi çoğunlukla konu merkezlidir. Oysa yetişkinler öğrenmeye ancak gerçek hayatla ilgili herhangi bir problemleri olduğunda, böyle bir şeyi tecrübe ettiklerinde ve onları çözmeye ihtiyaç hissettiklerinde hazırdırlar. Yetişkinler –büyük oranda– öğrenme aşkı adına öğrenim görmezler. Onlar bir görevi yapabilmek, bir problemi çözebilmek ya da daha iyi bir şekilde yaşamak için eğitim ve öğretim faaliyetlerine katılırlar. Dolayısıyla onlar “*problem merkezli*”dirler. Onlar problemleri ortaya koyma ve onlara makul cevap bulma konusuyla ilgilenirler (Knowles, 1980).

Yetişkinler öğrenmeye daha çok problem merkezli bir yaklaşımla geldiklerinden, öğrendikleri şeylerin hemen uygulanmasıyla ilgilenirler. “Öğrendiğim bu bilgiyi nasıl kullanırım” sorusu, yetişkin kişi tarafından sorulan temel sorudur. Yetişkinler daha sonraları kullanacakları “depo bilgilendirme”lere veya sormadıkları sorulara cevap teşkil eden şeyleri dinlemeye fazla ilgi duymazlar (Foltz, 1986).

Dinî iletişim ve eğitim ortamında çocuk ve gençlere oranla yetişkinler için fiziksel ve psikolojik çevre daha önemlidir. Yetişkinin fiziksel çevresi onun ferahlık hissedeceği bir yer olmalıdır. Bunun için de oturulacak yerler rahat olmalı, sıcaklık ve soğukluk sistemi uygun bir şekilde ayarlanmalı, estetik olarak da iyi hazırlanmalıdır. Dekorasyonu ilgi çekici olup, aynen bir oturma odasını andırmalıdır. Fiziksel ortam ne çok kalabalık ne de çok seyrek olmalıdır. Eğitim ortamı doğal olarak yetişkinin durumuna göre düzenlenmeli, akustik ve ışıklandırma, yetişkinin görme ve işitme yeterlilikleri göz önünde bulundurularak yapılmalıdır (Knowles, 1980). Yetişkinler için sadece fiziksel çevre değil, psikolojik çevre de son derece önemlidir. Dolayısıyla yetişkinlerin bulunduğu ortam, yetişkinlerce kabul edilme, saygı duyulma ve desteklenme hissi verecek bir atmosfer oluşturulmalıdır. Eğitim ortamı, öğrenenlerle öğretmenlerin birlikte hareket edeceği, ceza ve gülünç duruma düşme korkusundan uzak, düşünce ve ifade özgürlüğünün sağlandığı bir ortam olmalıdır. İletişim ortamı karşılıklı saygı, güven ve sorumluluk esasına dayanmalıdır. İletişim ortamına katılan her bir kişi diğerini değişik tecrübe kaynağı olarak görüp birbirlerinin farklılıklarına önem vermelidir. Birbirlerini dikkatle dinleyip birbirlerine destek vererek birbirlerine karşı ihtimam göstermelidirler. İnsanlar emniyet içinde kendilerini açık bir şekilde ifade etmede ve gerçek fikirlerini açıkça ortaya koymada kendilerini serbest hissetmelidirler. Bunun sonucu olarak yetişkin eğitiminin yapıldığı ortam sadece bir öğretim mekanı değil, aynı zamanda bir öğrenme mekanı olmalıdır (Knowles, 1980).

Diğer önemli bir nokta, çocuk eğitiminde olduğu gibi yetişkin eğitiminde de önem verilmesi gereken temel hususların başında, kişisel farklılıkları, farklı düşünceleri kabul etmek, her bireye gereken önemi vermek ve bunu eğitim sürecinin bir parçası olarak görmek gelmektedir. Aksi takdirde katılım sağlayıcı tekniklere yer vermeyen ya da önemsemeyen eğitimciler dinleyicilerinin artan oranda ya fizikî yokluğuyla karşılaşacak ya da sunulan bilgiler bağlamında zihinsel yokluklarıyla karşılaşacaktır; ancak zihinsel yokluk da fiziksel yokluk kadar ve hatta ondan daha önemlidir (Brookfield, 1986).

Çocuklar ve yetişkinler dinî iletişimde son derece önemli olan zaman kavramını da farklı olarak algırlar. Bir çocuk veya genç, zamanı “doğumdan şu ana kadar” olarak algırlarken, 40’ını aşmış bir yetişkin zamanı “mevcut andan ölüme kadar” şeklinde değerlendirir (Foltz, 1986). Böylece yaşın ilerlemesiyle zaman birimi, örneğin bir yıllık yaşam, zamanın eksilen bir kısmı olur ve böyle kavranılır. Şüphesiz bu durum kişinin zaman ve hayat anlayışına etki ettiği gibi öğrenmeye ilişkin tutum ve davranışlarına da önemli derecede etki eder (Knowles, 1978). Sonuçta zaman kısaltıkça, öğrenmenin de daha çok hayatın o anki gerçek problemlerine yönelik olması beklenir ve yetişkin için geçmiş tecrübeler büyük önem arz eder. Diğer taraftan çoğu zaman yetişkinler, öğrenime gönüllü olarak katıldıklarından, zamanı kullanma konusunda oldukça duyarlıdırlar. Yetişkinler zamanlarını boşa geçirmek istemezler. Bu yüzden yetişkin eğitimcileri zamanın nasıl kullanılması gerektiği konusunda çok hassas olmalıdırlar. Bir şeyi zamanında başlayıp zamanında bitirmek, zaman cetveline uygun bir şekilde hareket etmek, zamanı kullanma konusunda esneklik göstermek, yetişkinlerin durumuna uygun olarak kısa ya da uzun süreli eğitim programları düzenlemek, başlıca zamanı etkili bir şekilde kullanma yöntemleridir.

Yaş grupları arasında biyolojik açıdan da önemli farklılıklar vardır. Dinî iletişim açısından en belirgin fark kendini işitmede gösterir. On beş yaşından küçük olan çocuklarda % 5 oranında dinleme bozukluğu olabilirken, bu kayıp altmış beş ve yukarısı için % 65’tir (Foltz, 1986). Kişinin davranışına olan etkisi açısından, işitme kaybının psikolojik etkisi, fizyolojik ya da fiziksel etkisinden daha önemli olabilir. Çünkü işitme kaybı, bireylerin kendi içlerine çekilip toplumdan uzaklaşmalarına neden olarak, kişinin kendine güvenini kaybetmesine ve emniyetsiz hissetmesine yol açabilir, kişinin artık yeni şeyler öğrenemiyor hissini yaşamasına neden olabilir. Yeni bir duruma girme konusunda, ona uyum sağlayamayacağı endişesiyle, özellikle kalabalık ya da karışık durumlarda, daha çekingen davranmaya sebebiyet verebilir. İşitme kaybının, kişide ter-

kedilmişlik hissine kapılma, dışlanmışlık düşüncesi geliştirme, diğer insanların kendisi hakkında dedikodu yaptıkları vehmine düşme, çeşitli paranoyakça belirtiler yaşama gibi sonuçları da olasıdır (Köylü, 2000).

Yeterli bir iletişim için yaşlılık, beraberinde sadece yüksek sesi değil, aynı zamanda cevaplama süresi için de daha fazla zamanı gerektirir. Yaşlı kişilerin sadece orijinal uyarıcıları algılamada daha fazla zamana ihtiyaçları olmaz, aynı zamanda sesin anlamını nakletme ve ona göre cevap vermede de daha uzun zamana ihtiyaçları vardır. Kadınlar alçak seslere, erkeklerse yüksek seslere karşı hassasiyeti kaybederler. Bu da yaşlı kadınların kadınlarla, yaşlı erkeklerin de yaşlı erkeklerle daha iyi anlaşmalarını sağlar (Cross, 1981).

Yaş faktörü sadece ilgi, öğrenme, tutum, davranış ve düşünce değişimi üzerine değil, iletişim üzerinde de etki yapar. Bu alanda yapılan araştırmalar (Masterson, Beebe & Watson, 1983) genç kişilerin daha kolay ikna olurken, yaşlıların uzun süredir sahip oldukları inanç, tutum ve değerleri değiştirmenin daha zor olduğunu ortaya koymaktadır. Dil konusunda da gençlerle yaşlılar arasında farklılık vardır. Yaşlılar daha fazla tutucu ve gelenekçi iken, gençler daha fazla yeniliklere ve uydurukça kelimeler kullanmaya açıktırlar (Samovar & Mills, 1986).

Yaş faktörü, yeni ve farklı fikirlere gösterilecek tepkide de belirleyici bir rol oynamaktadır. Genç kişiler yaşlılara oranla daha atılgan, daha fevri ve daha radikal olmaya ve düşüncelerini daha hızlı bir şekilde değiştirmeye meyilli olabilirken; yaşlılar, değişime karşı daha yavaş ve genellikle daha çok tutucudurlar. Orta yaşlılara gelince bunlar her iki aşırı ucun ortasında yer alırlar (Andersch & Staats, 1966). İnsanlar yaşlandıkça fikirlerinin pratiği konusunda daha fazla ilgilenir, siyasal ve dinî tutumlarına ilişkin olarak daha kararlı tutumlar geliştirmeye başlarlar. Elbette bu durum herkes için geçerli olmaya bilir, ancak daha özel analizler için bir başlangıç noktası teşkil edebilirler (Mudd & Sillars, 1986).

İşte dinî iletişim, yaşlar arası tüm bu farklar dikkate alınarak gerçekleştirilmelidir. Yoksa her yaş grubuna aynı şeyi aynı şekilde anlatmaya çalışmak, başarı yerine başarısızlık getirecektir.

Cinsiyet

Dinî iletişimdeki en önemli değişkenlerden birisi de hiç şüphesiz cinsiyet faktörüdür. Dinî algılama ve yaşama şekillerinde olduğu kadar (Uysal, 1995) dinî iletişim şeklinde de cinsler arasında birtakım farklılıkların olduğu araştırmaların ortaya koyduğu bir gerçektir. Biz burada aşağı yukarı her toplumda

kadınlarla erkekler arasındaki farklılıkları ortaya koymak için söylenmiş ve karikatürize edilmiş bir takım söylentilere değinme yerine (Türk toplumundaki bu türden karikatürize söylentileri derleyip değerlendiren iki çalışma için bkz. Harlak, 2000; Tezcan, 1974) bu konudaki bilimsel çalışmaların bulgularına yer vereceğiz. Bilimsel çalışmalara göre, bu farklılıkların başında iki cins arasındaki beyin gelişimi gelmektedir. Biyolojik olarak kız ve erkek çocuklar farklı beyin gelişimi özellikleri gösterirler. Örneğin 10-12 yaşlarında kızların kafa (head) gelişimi erkeklerinkinin aşağı yukarı iki katıdır. Ancak 15 yaşlarında durum tersine döner. Bu fiziksel ayrılığa ek olarak sol ve sağ beyinlerin fonksiyonlarında da cinsiyetler arasında fark vardır. Bu iki alanın her biri farklı fonksiyonları yerine getirir. Beynin sol tarafı daha çok dille ilişkili fonksiyonlar grubuna giren mantıkî, ardışık ve analitik şekilde bilgileri üretirler. Böylece sol alan “sözel” alan olarak bilinir. Bu görüşü doğrulayan bir sonuç olarak, beynin sol tarafında her hangi bir zedelenme, travma vs. geçiren kişiler algılama kabiliyetlerini, konuşma, yazma veya yazılı sembolleri yorumlama kabiliyetlerini kaybederler. Beynin sağ tarafı bilgiyi bir bütünlük (*gestalt*) içinde, çoğunlukla görsel-uzaysal bir organizasyon yapısı içinde yorumlar. Beynin sağ tarafında zarar gören kişiler sol tarafında zarar gören kişilerin gösterdiği aynı tecrübeyi yaşamazlar. Buna karşılık nesneleri bir bütün olarak algılama yetilerini kaybederler. Yaygın olarak sağ kürenin sanat ve müzik kabiliyetlerinin de yer aldığı daha çok estetik duygu ve yetilerin merkezi olduğu kabul edilmektedir. Bazı insanlarda beynin bu iki kısmı eşit derecede gelişmez. Bazılarının sağ beyni daha büyükken, diğerlerinin de sol beyni daha büyüktür. Bu gelişmeye paralel olarak da değişik öğrenme özellikleri gösterirler (beynin fonksiyonlarına ilişkin daha geniş bilgi için bkz. Fausto-Sterling, 1985; Lidz, 1986; Weiten, 1992).

Beynin fonksiyonunun cinsiyetle olan ilişkisine gelince, cinslerin hem fizikî gelişim hem de sahip oldukları beyin yarım küresi açısından farklılıklar gösterdikleri görülmektedir (Feshbach & Weiner, 1991). Bunun sonucu olarak da kadın ve erkekler farklı biçimde düşünürler. Erkekler beynin sağ yarım küresini ağırlıklı olarak kullanırken, kadınlar beynin her iki yarım küresini kullanma eğilimindedirler. Bu alanda yapılan araştırmalar, erkeklerin yarım küreselleşme eğilimi gösterirken, kadınların öğrenme ve düşünmede hem sağ hem de solu daha bütüncül bir şekilde kullanma temayülünde olduklarını göstermektedir (Fausto-Sterling, 1985; Pearson, 1985).

Araştırmalar dinleme konusunda da cinsler arasında bazı farklılıkların olduğunu göstermektedir. Erkeklerin olayları daha iyi yorumlayıp, daha seçici ve dikkatli dinlerken, kadınların olaylara biraz daha duygusal, sezgisel ve parçacı yaklaştıkları görülmüştür (Franken, 1988).

Erkek ve kadınlara ilişkin bu biyolojik farklılıkların ötesinde daha başka farklılıklar da vardır. Bu konuda önemli çalışmaları olan Pearson'a göre, erkeklerle kadınlar arasında isimsel (substantive) ve yapısal (structurel) farklılıklar da vardır (Pearson, 1985).

İsimsel (Substantive) Farklılık

Kadın ve erkekler farklı kelimeler kullanırlar. Erkekler, kadınlara oranla daha fazla konuşma diline ait ve standart olmayan şekilleri kullanırlar. Diğer bir farklılık, kadınların erkeklere oranla daha ayrıntılı renk isimlerini kullanmalarıdır. Erkekler cinsel terminolojideki kelimeleri daha fazla kullanırlarken, kadınların bu konuda klinik kelimeleri kullandıkları, daha az konuştukları ya da bu tür konulardan hoşlanmadıkları ortaya çıkmıştır. Yine erkekler daha fazla kırıncı söz ve düşmanlık ifade eden kelimeler, küfürlü ve argo kelimeler kullanırlarken, kadınlar bu tür kelimeleri daha az kullanmaktadırlar.

Konuşma ile ilgili olarak bir başka özellik de, kadınların erkeklere oranla daha fazla düzeltme yoluna (hypercorrection) gitmeleridir. Bir kişi hata yaptığında onun doğru şeklini hatırlatma kadınlar arasında daha yaygındır. Araştırmacılar buna ilave olarak, kadınların kelime ve terimleri erkeklere oranla daha doğru kullandıklarını da belirtmektedirler. Ayrıca kadınlar erkeklere oranla daha fazla *o halde, böylece, oldukça, korkunç* gibi zarfları kullanmaktadırlar. Genelde kadınlar erkeklere kıyasla dil açısından, daha tam, muntazam ve naziktirler.

Yapısal (Structural) Farklılık

Yapısal farklılık derken, karşılıklı konuşmalarda kimin daha fazla konuşmak istediği, kimin konuşmaya hâkim olmak istediği, kimin sözü sık sık kestiği, kimin konuşmaya daha fazla müdahil olduğu ve konuşma sürecinde sessizliğin nasıl kullanıldığı gibi konulardaki cinsiyet farkı akla gelmektedir.

O halde kim daha fazla konuşur, erkek mi kadın mı? Bu alanda yapılan araştırmaları özetleyen B. Thorne şu sonuca ulaşmıştır: "Pek çok çalışma ya erkeklerin kadınlardan daha fazla konuştuklarını ya da erkeklerle kadınların konuşma miktarı arasında her hangi bir farkın olmadığını ortaya koymaktadır." (Thorne, 1981). O, kadınların erkeklerden daha fazla konuştuklarını gösteren bir çalışmanın olmadığını, ancak yüksek statüde bulunan kadınların düşük statüde bulunan kadınlardan daha fazla konuşma eğiliminde bulunduklarını ileri sürmektedir (Thorne, 1981).

Söz kesme konusuna gelince, erkeklerin kadınlardan daha fazla söz kestikleri, kadınların sözlerinin de erkeklerden daha fazla kesildiği görülmektedir (Adler et al., 1980).

Tüm bu farklılıklara rağmen şu da bir gerçektir ki, kadınlarla erkekler arasındaki pek çok sosyal ayırım artık tarihe karışmak üzeredir. Artık bir zamanlar büyük çoğunlukla kadınlara has olan görevleri erkekler, erkeklere has olan görevleri de kadınlar yerine getirmektedir. Dolayısıyla günümüz kadın ve erkekleri geçmişe oranla daha geniş alanda tecrübe, ilgi ve istekleri paylaşmaktadırlar. Bununla beraber şunu da unutmamak gerekir ki, erkek ve kadın hâlâ farklı olarak sosyalleşmekte ve farklı roller üstlenmektedir. Bu nedenle konuşmacı erkek ve kadınlar arasındaki bu ayrılık ve benzerlikleri daima göz önünde bulundurmalıdır.

Eğitim Durumu

Başarılı bir dinî iletişimin temel öğelerinden biri de muhatabın eğitim durumunun dikkate alınmasıdır. Bu duruma bizzat Peygamberimiz, insanların anlayış derecelerine göre meseleleri izah etmemiz gerektiğini vurgulayarak, dikkatimizi çekmektedir (çeşitli örnekler için bkz. Kazancı, 1980; Özbek, 1988). Nitekim Hz. Peygamber aynı tip dinî sorulara dahi değişik cevaplar vererek, muhataplarının bireysel anlayış farklılıklarını daima göz önünde bulundurmuştur (Özbek, 1988).

Çağdaş eğitimciler de kişiler arası iletişimde dinleyici grubunun hem okullarda aldıkları resmî (*formal*) eğitimlerinin, hem de hayat tecrübesi denilen gayri resmî (*informal*) eğitimlerinin dikkate alınması gerektiğini belirtmektedirler (Ertekin, 2000). Eğitim düzeyi insanların mevcut olaylara, dünya işlerine, geleceğe ilişkin beklentilerine ve olayları kontrol etmedeki yeterlilik düzeylerine etki eder. Ayrıca kişinin sahip olduğu eğitim seviyesi onun diğer insanlara karşı göstereceği toleransın düzeyine, tutumlarının oturmuşluğuna, yoğunluğuna ve tutarlılığına da etki eder. Eleştirel düşünce ve kelime haznesinin genişliği de yine büyük ölçüde eğitim seviyesiyle yakından ilgili olan bir husustur (Bradley, 1988).

Dinî iletişimde eğitim seviyesi daha da önem arz etmektedir. Çünkü her şeyden önce “*din dili*” belli bir din eğitimi ve alt yapıyı gerektirir (Koç, 1995). Muhatap olunan kişi ya da kişiler bu dinî terminolojilerden habersiz iseler, onlarla başarılı bir dinî iletişim gerçekleştirmek mümkün olmayabilir. Diğer taraftan dinî anlatımlardaki pek çok şey gerçek anlamda olmayıp, sembolik bir anlam ya da farklı şeyler ifade edebilir (Koç, 1995). İşte dinî iletişimci tüm bunları dikkate almak durumundadır. Çünkü hedef kitlenin sahip olduğu hem formal dinî eğitim, hem de yaşları ve işleri gereği sahip oldukları deneyimlerinin toplamı, onların ne düşündüğüne ve nasıl tepki göstereceklerine yön verecektir (Samovar & Mills, 1986).

Meslekî Durumu

Kişilerin meslekî durumları da onların ne çeşit bilgilere sahip olduklarını ve ne tür konulara ilgi duyacaklarını az-çok belirleyebilir; örneğin, ilahiyat eğitimi almış bir kişinin ilgisi ile, bir maden işçisinin, bir ziraatçının ya da bir serbest meslek sahibi kişinin ilgileri birbirinden farklı olabilecektir.

Dinî iletişimci bu durumla ilgili olarak kendisine şu soruları sormalıdır: Dinleyicilerin meslekleri nedir? Onlar sadece belirli meslekten mi, yoksa farklı mesleklerden gelen kişiler midir? Kırsal kesimde çalışan köylü aileler mi, yoksa devlet memuru kişiler midir? vs. Dinleyicilerin meslekleri de yapılan konuşmanın etkili olup olmamasında önemli bir öge olarak değerlendirilmelidir. Konuşmada ele alınan konu meslek sahibi kişilerin meslekleriyle ilişkilendirilirse, konunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olabilir (Samovar & Mills, 1986).

Dinleyici Sayısı

Dinleyici kitlesinin sayısı sadece dinî iletişimi etkilemez, aynı zamanda iletişime iştirak eden kişilerin görevlerini yerine getirme derecelerini de etkiler. Örneğin küçük grupları ikna etmek daha kolay iken, büyük grupları ikna ve memnun etmek o kadar kolay değildir. Dinleyici kitlesinin sayısı arttıkça, bireyler daha fazla görüş ayrılığı göstermekte ve diğerlerine karşı daha büyük karşıtlıklar sergilemektedirler. Buna ilave olarak, dinleyici kitlesi arttıkça, daha fazla alt gruplar ortaya çıkmakta bu da uyumu zorlaştırmaktadır. Küçük gruplar arasında sevgi bağı ve yakınlık oluşturmak daha kolay iken, bunu büyük grup üyeleri arasında oluşturmak daha güçtür. Şu durumda, “İdeal bir iletişim ortamının oluşması için dinleyici sayısının kaç olması gerekmektedir?” sorusu akıllara gelecektir. İletişimciler sayıca en uygun rakamın beş olabileceğini ileri sürmektedirler (Schultz, 1989). Ancak her zaman bu sayıyı bulmak ve korumak kolay olmayabilir. Özellikle sayı sorunu dinî iletişim açısından daha problematik bir konudur. Çünkü dinî iletişim iki kişiyle olabileceği gibi, yirmi, iki yüz, ya da daha fazla insana yönelik de olabilir. Dinî iletişim ortamındaki kişi sayısı; dinî iletişimde takip edilecek iletişim strateji, metot ve tekniklerini de etkileyecektir. Genellikle insan sayısı ne kadar az olursa, iletişim de o kadar kişisel olur; örneğin tek kişiyle olan dinî iletişimde mümkün olduğu kadar göz kontağı kurmak, dokunmak, karşılıklı konuşmak temel özelliklerdir. Yine verilmek istenen her hangi bir mesajı tek kişiye uyarlamak, daha kalabalık insan gruplarına uyarlamak ve

ayarlamaktan daha kolaydır. Öte yandan dinleyici sayısı konuşmada kullanılacak materyal ve teknikleri de etkileyecektir; örneğin yirmi kişiye hitap etmede kullanılacak tekniklerle, bir kaç yüz kişiye konuşulduğunda kullanılacak materyal ve teknikler de farklı olacaktır. Yine dinleyici grubu ne kadar büyük olursa, kullanılacak dilin de o kadar resmî bir şekil alması gerekecektir (Andersch & Staats, 1966). Diğer bir ifadeyle, kelime seçimine ve ses düzenine dikkat edilmesi gerekir. Özel konuşmalarda samimiyete ve doğallığa önem verilirken, kalabalık gruplara yönelik konuşmalarda daha çok amaçlı ve düzenli bir konuşma yapısı (Tubbs & Moss, 1991). Bunlara ilave olarak dinleyici sayısı arttıkça geri bildirimleri yorumlamadaki yanlışlık hatası da artmaktadır. Çünkü herkesi aynı anda kontrol etme imkânı yoktur (Yoder et al., 1993).

İkamet Yeri

Dinî iletişimde hedef kitlenin eğitim durumu, sayısı, yaşı ve cinsiyeti kadar ikamet ettiği yer de önemlidir. Dinleyicilerin ikamet yeri neresidir; şehirde mi, köyde mi, yoksa varoşlarda mı yaşıyorlar? Bölge olarak Kuzeyde mi, Güneyde mi, Doğuda mı, yoksa Batıda mı yaşıyorlar? Bu farklı yerleşim yerlerinin her biri dinleyicilerin inanç, tutum ve ilgilerini etkileyebilecektir. Örneğin Doğuda yaşayan bireylerin dine bakış açısıyla, Batıda yaşayan kişilerin dine karşı ilgileri bir olmayabileceği gibi, yaşam standartları, dünya görüşleri, meslekleri, eğitim durumları gibi pek çok açılardan farklılıklar olabilecektir. Çünkü ilgi ve tutumlar, yerleşim yerlerine ilişkin tecrübelerle ve yaşanılan mekandaki sosyo-ekonomik imkanlarla da ilintilidir (Samovar & Mills, 1986).

Bu konuya asırlar önce klasik İslam bilginleri de değinmişlerdir. Örneğin İmam Şafii'nin Bağdat'ta yazdıklarını Mısır'da yeniden gözden geçirdiğini ve zaman zaman fetva ve görüşlerinde değişiklik yaptığı bilinmektedir (Zehra, 1987). İbn Haldun (Öl. 1406) da, yerleşim yerlerinin, insanların tenleri, renk, çehre, ahlak ve dinleri gibi pek çok şeye etki ettiğini ileri sürmektedir. Ona göre, mutedil iklimlerin insanları en mükemmel insanlar olup, bundan dolayı peygamberler de dünya küresinin bu elverişli iklimlerinden ortaya çıkmıştır. Ayrıca İbn Haldun huy ve tabiatların da iklimle çok yakından ilgili olduğunu belirtmektedir (İbn Haldun, 1986).

Tüm bu klasik ve çağdaş bilim adamlarının görüşleri doğrultusunda, başarılı bir dinî iletişim için insanların yaşadıkları yerleşim yerlerinin dikkate alınması gerektiğini belirtebiliriz.

Siyasî Görüş

Dinî iletişimde göz önünde bulundurulması gereken diğer önemli bir faktör de, hedef kitlenin sahip olduğu siyasî, felsefî ve ideolojik görüşlerin dikkate alınmasıdır. Çünkü görüşler kişilerin tutumlarının alt yapılarını oluşturmaktadır. Elbette evrensel olarak, ne herkesin aynı siyasî görüşe sahip olması, ne de aynı siyasî görüşe sahip kişilerin aynı özellikleri göstermesi beklenebilir. Her ülkenin kendine göre bir siyasî yapısı ve partileri vardır. Burada önemli olan, konuşmacının kendi siyasî ve ideolojik görüşlerini parantez içine alarak, dinleyicilerin hangi siyasî görüşe ve ideolojiye ait oldukları ve sahip oldukları temel düşünceleri tanımaya çalışmasıdır. Zira bireylerin sahip oldukları siyasî görüş ve ideolojiler, onların dinî ve dünyevî görüşlerine de etki edecektir. Bu sebeple konuşmacının, hitap ettiği kimselerin siyasî eğilimlerini de dikkate alması gerekir. Çünkü dinleyici grubunun sahip olduğu siyasî görüşe aykırı ifadelerde bulunmak, dinleyici grubunun konuşmacı ve konudan uzaklaşmasına neden olabilir.

Sosyal Arka Plan

İnsanların içinde yaşadığı şartlar, büyüme şekilleri, ebeveynlerinin sahip olduğu inanç ve değerler, toplumdaki mevcut konumları dinleyicilerin sosyal arka planlarını oluşturur ve konuşmacının fikirlerine ne şekilde tepki gösterecekleri konusunda önemli bir etkiye sahiptirler (Mudd & Sillars, 1986).

Sosyal arka plan ile ilgili önemli hususlardan bir tanesi de grup üyeliğidir. Eğitim ve kültür seviyesine bağlı olarak, hitap edilen insanlar belli bazı siyasî ya da dinî grup ve cemaatlere bağlı olabilirler. Bu sebeple dinî iletişimde daima bu durumun göz önünde bulundurulması gerekir. Bu bağlamda konuşmacının, dinleyicilerin ortak bir grup ilişkilerinin olup olmadığını araştırması gerekir. Çünkü bazı gruplar pek çok farklı özelliklere sahip olsalar bile, ortak bir bağla birbirlerine bağlanabilirler. Bunları diğer insanlardan ya da gruplardan ayıran temel bazı özellikler vardır. Dolayısıyla onların konulara yaklaşımları da farklı olacaktır. Aslında pek çok grubun yazılı bir kültürü de vardır. Konuşmacının bunları inceleyerek onların ideal ve hedeflerini anlaması zor değildir. Konuşmacı muhataplarının inanç ve değerlerini bilerek, seçilen konunun içeriğini ve metodunu ona göre ayarlamaya çalışmalıdır (Mudd & Sillars, 1986).

Demografik alanın bileşenlerinin çoğu birbirleriyle ilişkilidir. Bazen bir demografik özellik, diğerini gereksiz kılabilir. Ancak küçük bir ayrıntının gözden kaçması, yapılan konuşmanın başarısına önemli bir gölge düşürebilir.

Dolayısıyla dinleyicilerle ilgili ne kadar fazla bilgiye sahip olunursa, başarı oranı o kadar artacaktır. Tabii burada önemli olan, sadece dinleyicileri yukarıda sıralanan bazı demografik değişkenler açısından sınıflandırmak ya da analiz etmek değil, yapılan dinî konuşmayı onların bu özelliklerine göre düzenlemek ve onların konuşmaya nasıl bir tepki göstereceklerini kestirebilmektir. Böylece anlatılacak konu dinleyicilerin özel konumlarıyla ilişkilendirilip, kırıcı ve gereksiz engeller oluşturacak ifadelerden kaçınmak mümkün olabilecektir.

Demografik olarak dinleyicileri analiz etmek, onların genel olarak sahip oldukları sosyal ve fizikî özelliklerinin irdelenmesi olduğundan ve konuşmacının dinleyicilerin sahip oldukları bu özellikleri doğrudan gözlemleyebileceğinden demografik analizi yapmak dinleyicilerin psikolojik analizini yapmaktan daha kolaydır. Ancak etkili bir dinî iletişim için sadece demografik analiz yeterli olmayacaktır. Buna ilave olarak dinleyicileri psikolojik özellikleri açısından da değerlendirmek gerekir.

Psikolojik Özellikleri Açısından Dinleyiciler

Etkili bir iletişim için dinleyici grubunu sadece demografik açıdan değil, psikolojik açıdan da analiz etmek gerekir. Özellikle dinleyicilerin düşünceleri etkilenmek istendiğinde önem kazanan psikolojik analiz, dinleyicilerin sahip oldukları temel inanç, tutum ve değerlerin irdelenmesini içerir (Gronbeck, McKerrow, Ehninger & Monroe, 1990).

İnançlar

Dinî iletişimde hedef kitleye ilişkin tespit edilmesi zor, ancak oldukça önemli olan değişkenlerin başında, onların inançları gelmektedir. İnançlar “*gerçek dünyada*” neyin doğru neyin yanlış olduğu hakkındaki fikirlerdir (Gronbeck et al., 1990). İnançlar, birinci elden tecrübe yoluyla elde edileceği gibi, okunan ya da işitilen bilgilerden ya da neyin doğru neyin yanlış olduğunu söyleyen otorite kişilerin söylediği şeylerden de öğrenilebilir.

Sabit ve değişken olmak üzere iki çeşit inanç vardır (Le Bon, 1997). Sabit inançlar, bireylerin yaşamları boyu sağlamlaştırdıkları ve düşüncelerine merkez teşkil ettikleri inanç şeklidir. İlk çocukluk dönemine ait inançların pek çoğu “kötü davranışlar cezalandırılır” ya da “çok çalışırsan, başarılı olursun” gibi sabit fikir ve inançlardır. Bazı inançlar sadece sabitleştirilmekle kalmaz, aynı zamanda iyice pekiştirilir de... Bu tür inançlar yaşla daha çok sağlamlaşırlar ve yaş ilerledikçe onları değiştirmek de güçleşir. Örneğin insanlar yaş-

landıkça, aynı siyasî partiye oy verme, aynı çeşit arabayı alıp sürme, bazı insan ve mesleklerin diğerlerinden daha saygın olduğuna inanma eğilimi gösterirler ve tıpkı bunlar gibi bağlı bulundukları dinî grup ve cemaatlerini değiştirmeme yönelimleri de pekişir.

Diğer taraftan değişken inançlar, önceki inanç şeklinin aksine, kişinin zihin ve tecrübelerinde çok yer etmemiştir. Örneğin henüz bir meslek seçmemiş olan bir lise öğrencisi kolaylıkla öğretmenlerinin yönlendirmesine kapılabilir. Edebiyat öğretmeni kendisinin çok iyi kompozisyon yazdığını söylediğinde kendisinin iyi bir yazar, Biyoloji öğretmenin biyolojide çok başarılı olduğunu söylemesi durumunda da kendisini geleceğin doktoru olarak görebilir. Bu durumda liseli, kendi kabiliyetlerine ilişkin olarak karşılaştığı her durumdan etkilenecek kendi yetenek ve kabiliyetleri konusundaki inançlarını değiştirebilir.

Dinleyicilerin sahip oldukları inançları bilmek üç nedenden dolayı önemlidir: (i) Muhatapların sahip oldukları sabit inançların edinim süreçlerinden çıkarılacak stratejiler kullanılarak kuvvetlendirilebilir ya da değiştirilebilir. Örneğin, eğer dinleyiciler, otorite ifadelerine dayalı olarak inançlarını oluşturuyorlarsa, konuşmacı da benzer tekniği kullanabilir. (ii) İnanca dair değerlendirme, konuşma içinde yapılacak bazı hususların iskeletini çıkarmada da yardımcı olabilir. Eğer dinleyiciler daha çok deneysel kanıtları gerçek olarak düşünüyorlar ve kabulleniyorlarsa, o takdirde onlara daha çok bilimsel ya da istatistikî bilgiler sunulabilir. Veya ilâhi kaynaklara inanıyorlarsa, o takdirde de onlara bu kaynaklardan deliller sunulabilir. (iii) Yapılacak inanç eksenli bir değerlendirme konuşmacıya, konuşmasını hazırlarken gerçekçi beklentiler içinde olma imkânı tanır. Çünkü tüm dinleyicilerin inançları aynı tarz bir konuşmayla değiştirilemez. (Gronbeck et al., 1990).

Tutumlar

Psikolojik görünümün ikinci yanını dinleyicilerin tutumları oluşturmaktadır. Tutumlar, “*insanlara, objelere ya da fikirlere karşı olumlu ya da olumsuz tepki verme temayülü*” olarak tanımlanabilir (Gronbeck et al., 1990). Tutumlar, ‘demokrasi komünizmden daha iyidir’ ya da ‘ayrımcılık yanlıştır’ gibi bireysel tercih veya duyguların ifadeleridirler.

Konuşmacının dinleyici tutumlarını etkilediği gibi, dinleyicilerin tutumları da konuşmacıyı etkilemektedir. D. C. Bryant’ın belirttiği gibi, eski Yunan döneminden beri, retorik sürecin temelini “*fikirleri insanlara, insanları da fikirlere ayarlama prensibi*” oluşturmaktadır (Bryant & Wallace, 1960). Konuşma, esas itibarıyla ‘dinleyici merkezli’ ise, dinleyicilerin konuşmacıya karşı

tutumlarını analiz etmek, konuşmanın başarıya ulaşmasının temel şartlarından biridir. Konuşmacıya karşı tutumları açısından her bir dinleyiciyi teker teker ele alıp incelemek mümkün olmasa da, onları bir grubun üyesi olarak ele alıp incelemek imkan dahilindedir. Bu bağlamda genel olarak üç grup dinleyiciden söz edilebilir.

Lehte olan dinleyiciler: Muhtemelen bu grup en hâkim olan dinleyici grubunu oluşturmaktadır; örneğin cami cemaatinin genelde bu tür dinleyicilerden oluştuğu söylenebilir. Aslında insanlar genellikle hoşlanmadıkları ya da sevmedikleri bir kişiyi ya da konuyu dinlemeye gitmezler. Yine insanlar genellikle sevdikleri yazarları okur ve hoşlarına giden TV programlarını izlerler. Böyle olsa bile, lehte olan insanlara bir şeyler konuşmak durumunda kaldığında, onların inançlarını güçlendirmeye çalışmak, diğerlerine karşı kullanacakları yeni argümanları kazandırmak ya da iknaya karşı olanlar için onları hazırlamaya çalışmak gerekir (Mudd & Sillars, 1986).

Karşıt dinleyiciler: Bu tür dinleyicilerle ilgilenmek ya da onlara konuşma yapmak oldukça zordur. Çünkü konuşmacının görüşlerine katılmayan kişiler, seçici olarak dinlerler. Onlar söylenen şeyleri duymadıkları gibi, duydukları şeyleri de tahrif ederler. Herkes, kendi düşünce yapısına ve inanışına göre konuşmadan bir şeyler çıkarmaya çalışır. Bu gibi durumlarda dinleyici grubunun karşıtlığının güç ve şiddetini bilmek de önemlidir (Mudd & Sillars, 1986).

İlgisiz dinleyiciler: Kendileriyle ilgilenilmesi en zor olan da bu gruptur. Bunun çözümü onları ilgilendirecek derecede destekleyici materyal bulmaya, uygun dil kullanmaya ve kişinin kendi amaçlarına uyum gösterecek kendi ilgileriyle konuşmacının amaçlarının örtüştüğü konuları bulmaya bağlıdır (Mudd & Sillars, 1986).

Başarılı bir konuşmacı, dinleyicilerin tutumuna göre konuşmasına yön verebilir. Ancak şunu da unutmamak gerekir ki, konuşma öncesi yapılan dinleyici analizi her zaman tam olarak doğru çıkmayabilir. Hatta dinleyicilerin tutumları, konuşma yapılırken bile değişebilir. Dolayısıyla dinleyicilerin mesajı karşı reaksiyonlarını ölçmek için daima dikkatli olmak gerekir. Dinleyicilerin oturma şekli, yüz ifadeleri, gülme, alkışlama, ıslık çalma ve sair duyulabilir tepkileri konuşmacı için, muhataplarının kendisine, konuya ve amacına karşı olan tutumlarına ilişkin ip uçlarıdır. Başarılı bir konuşmacı, dinleyicilerden gelen tüm bu geri bildirimleri doğru okuyup ona göre kendini duruma uyarlayabilir.

Değerler

Dinleyici psikolojisinin üçüncü önemli unsuru değerlerdir. Değerler bir kişinin hayat tarzını organize eden temel unsurlardır. Onlar dünyaya bakmanın ya da sorunlara tepki vermede alışlagelmiş bakış yollarıdır. Değerler genellikle inançlar ve onun etrafında toplanan tutumlar için temeldirler.

Tutumlar, inançlar ve değerler birbirleriyle ilişkilidirler; bir zincirin halkaları gibidirler. Bununla beraber değerler, tutum ve inançlardan daha temeldirler. Çünkü değerler, belirli inanç ve tutumları motive edebilen daha geniş kategorileri temsil ederler. Örneğin bir kişi 'insan hayatı kutsaldır' şeklinde bir değere sahiptir ve bu değer ilgili kişi tarafından çeşitli tutumlarla ifadeye dönüştürülebilir: 'kürtaj yanlıştır', 'ötenazi ahlâkî değildir' gibi. İnançlar da bu değeri desteklerler (Gronbeck et al., 1990).

Dinleyicilerin sahip oldukları değerleri keşfetmek dinleyici analizinin kritik bir parçasıdır. Bu değerler onların ifade ettikleri inanç ve tutumları organize eder, hatta çoğunlukla etkiler. Kişiler farklı değerlere sahip oldukları gibi, bu farklı değerlere etki eden faktörler de çeşitlidir. Örneğin erkeklerle kadınların değer sıralamaları farklı olacağı gibi, yaş faktörü de bu değer sıralamasında önemli bir faktör olabilir (Güngör, 1993).

Sonuç olarak; anlatıcı ve dinleyiciler, ortak noktaları ve kendi aralarında paylaştıkları değerleri keşfetmedikçe, (Kur'an'ın bu konudaki emir ve tavsiyeleri için bkz. 2/Bakara, 69; 5/Maide, 69) başarılı bir iletişimden bahsetmek mümkün değildir. Ortak nokta bulma, dinleyici analizinde önemli ve son adımdır.

Kültürel Farklılık ve Kültürler Arası İletişim

Eğer dinimizi evrensel bir din olarak kabul edersek -ki , Kur'an-ı Kerim İslam'ın evrensel bir din olduğunu açıkça belirtmektedir, (örnek olarak bkz. 7/Araf, 128; 21/Enbiya, 107; 25/Furkan, 1; 38/Sa'd, 87; 68/Kalem, 52)- o zaman dinî iletişimci, sadece içinde yaşadığı kendi kültürünü değil, aynı zamanda diğer kültürleri de mümkün olduğu kadar tanımak zorunda kalacaktır. Zaten küreselleşmenin bir sonucu olarak artık diğer toplum ve kültürlerden ayrı kalmak ve yaşamak pek mümkün gözükmemektedir. Özellikle son zamanlardaki dinler arası diyalog çalışmaları da hem değişik dinler, hem de değişik kültürler arasında yer alan dinî iletişimin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır (Köylü, 2001; Talbi, 1990).

Dolayısıyla *bir toplumun sahip olduğu öğrenilmiş tutum, davranış ve fikirlerin bir bileşkesel sistemi olan* (Hiebert, 1983) ve birçok farklı ve girift öğeden oluşan kültürün tahlili başarılı bir dinî iletişim için vazgeçilmez temel hususlardandır. Çünkü dinî ve siyasi sistemler, örf ve âdetler, giyim tarzı, sanat anlayışı, bireylerin ebeveynleriyle olan ilişkileri, yeme ve içme tarzı, konuşulan dil gibi günlük yaşamın bir çok bileşeni kültürden etkilenir, kültür tarafından şekillenirler. Kültür kişileri teneffüs ettikleri hava gibi çevreler ve bireylerin tutum, davranış, dil ve kişiler arası ilişkilerini şekillendirir (Persell, 1987). Doğal olarak bu, belirli bir gruba bağlı olan tüm kişilerin her şeyinin ortak olacağı ya da her şeyi paylaşacağı anlamına gelmez; ancak, yine de bir takım yaygın özellikler grup üyeleri tarafından paylaşarak sürdürülür.

Kültürler arası iletişim ise *“kendi toplumlarının temellendiği farklı inanç ve prensiplere sahip iki kişi ya da grup arasındaki iletişim”* olarak tarif edilmektedir (Yoder et al., 1993). Kültürler arası iletişim sadece farklı ülkelerin insanları arasında değil, aynı ülke, aynı şehir, aynı mahalle ve hatta aynı evdeki bireyler arasında bile gerçekleşebilir. Dolayısıyla farklı ırk, etnik ve dinî gruplar arasında olabileceği gibi, çocuklarla ebeveyn, erkeklerle kadınlar arasında ve farklı meslekler arasında da kültürler arası iletişimden bahsedilebilir (Perşembe, 1999; Yoder et al., 1993).

Yukarıda da belirtildiği gibi son zamanlarda dinler arası ve kültürler arası iletişim büyük önem kazanmıştır. Bunun en önemli nedeni, insanların artık geçmişte olduğu gibi birbirinden bağımsız, ayrı bir şekilde değil, daha çoğulcu bir toplumda yaşamalarıdır (Thompson, 1988). Hızlı ulaşım imkânları ve iletişim sayesinde milyonlarca insan ya farklı ülke ve kültürle karşılaşmakta ya da kendi oturma odalarında bile farklı kültürleri izleyebilmekte (Aslan, 2002). Ancak her ne kadar iletişim teknolojisinde çok büyük ilerlemeler kaydedilse de, bu farklı kültürlerle sahip insanlar arasındaki etkileşim birbirlerini anlamadan ziyade, çoğu zaman yanlış anlamalara neden olabilmektedir (Talbi, 1988; Tubbs & Moss, 1991).

Kültürler arası iletişimi başarıyla sürdürebilmek için her şeyden önce kültürler arası iletişimi engelleyen faktörleri bilmek gerekir. İletişimciler, kültürler arası iletişimde şu hususların dikkate alınması gerektiğini belirtmektedirler; (i) tutumlar, (ii) roller ve rol gereksinimi, (iii) dil, (iv) jest ve mimikler, (v) yerin kullanım ve organizasyonu ve (vi) zaman kavramı (Porter, 1988).

Tutumlar

Özellikle iki tutum şekli, kültürler arası iletişime önemli derece etki eder. Bunlar; kültürel ben merkezilik (*ethnocentrism*) ve kültürel basmakalıp düşünce ve inançlar (*cultural stereotyping*). *Ethnocentrism*, kişinin kendi etnisitesini evrenin merkezine koyup, diğer tüm insanları bu etnik kökene olan mesafesine göre değerlendirmesidir. Bu görüşe sahip olanlar, kendi ülkelerini, kendi gruplarını, kendi kültürlerini ve kendi dinlerini diğer ülke, grup, kültür ve dinlerden üstün tutarak, kendilerini en iyi olarak görürler. Kültürel ben merkezilikle ilgili düşüncenin temelinde şu vardır: “Benim kültürüm diğer kültürlerden daha üstündür. O halde diğer kültürlerin, o kültüre kendilerini uydurmaları gerekir” (Yoder et al., 1993). Kültürler arası iletişime bu duygu hâkim olunca, bu düşünceye sahip kişiler diğerlerine karşı objektifliği kaybedeceğinden, kültürler arası iletişimin etkinliği de azalır. Bunun da en açık ve belirgin olarak görüldüğü alan, dinî ve ahlakî alandır. Bu aşırı şekilde olduğunda, *öteki*yle iletişime girme arzu ve isteği de önemli derecede engellenmiş olacaktır (Köylü, 2002; Porter, 1988). Oysa bir kişi farklı kültürden birisiyle iletişim kurduğu zaman, sadece *bir bireyle* iletişim içindedir. Onun sahip olduğu kültürle ya da o kültüre mensup tüm insanlarla iletişim kurmamaktadır. İletişim kurduğu kişi, o kültürün sadece *bir üyesidir*.

Tutumlarla ilgili ikinci bir engel olarak söz edilen *kültürel basmakalıp düşünce ve inançlar* bir kişinin farklı kültürden biriyle karşılaştığında onda gördüğü özellikleri o kişinin sahip olduğu kültürün tüm fertlerine genellemesi ya da bir kültür hakkında sahip olunan kanaatin o kültürden gelen herkese genellenmesidir. Oysa bu durum en azından iki açıdan problem teşkil eder; (i) bu tür basmakalıp yargılar o kültüre ait olan bir özellik olarak herkese genellenemez. (ii) Bu tür önyargılar, muhtemelen doğru olmayan ve söz konusu kültürün eksik temsilcisidir.

Böyle bir bakış açısı, muhatap olunan kültürün zengin tecrübelerini görmezden gelir ve genellikle yanlış kanaatlere, eski bilgilere ve genelleştirilmiş mitoslara dayalıdır. Ayrıca kültürel önyargılar diğer kültüre mensup bir kişiyi tam olarak tasvir edemez. Bu konuda Harlak'ın İzmir'in Kiraz ve Kuşadası ilçelerinde yaşayan Türklerin on sekiz millet için kullandıkları sıfat ve stereotiplere yönelik yaptığı araştırmada ilginç sonuçlar ortaya çıkmıştır. Örneğin araştırma örneklemini oluşturan kişiler (toplam 361 kişi) dost olarak Japonları, Gürcüleri, İtalyanları, Almanları, Filistinlileri ve Amerikalıları görürken; düşman olarak da Ermenileri, Yunanlıları, Suriyelileri, Bulgar-

ları, İranlıları, Rusları ve Iraklıları nitelendirmişlerdir. Yine aynı çalışmada Almanlar iyi, çalışkan, dürüst, ırkçı, soğuk, milliyetçi, zengin, eğitilmiş, rahat, bencil ve ilerlemiş olarak tasvir edilirken; Suudi Arabistanlılar pis, zengin, dindar görünen, tembel, şeriatçı ve katı kanunları olan kişiler şeklinde betimlenmişlerdir (Harlak, 2000).

Yukarıda da değindiğimiz gibi bu tür sıfatlar elbette o milletin tüm bireylerini kapsamaz. Aslında bu tür kalıp yargıların sebebi -bu konuda başka hipotezler de geliştirilmiş olmakla beraber- genel olarak “*basım grupların birbirleri hakkında gerçekçi olmayan bir şekilde olumsuz beklentiler oluşturdukları ve birbirleriyle temastan kaçındıkları*” şeklindeki temel fikre dayanır (Harlak, 2000).

Eğer farklı millet ve kültüre sahip bireylerle sağlıklı bir iletişim kurulmak isteniyorsa, o zaman her iki tarafın da bu tür stereotiplerden mümkün olduğu kadar kaçınması ve bu tür olumsuz sıfatları o milletin tüm fertlerine genellememesi gerekir.

Roller ve Rol Gereksinimi

Her kültür, sadece kendisine ait olan bir dünya görüşü sunar. Örneğin bir Amerikalıya göre, bir kişiyle konuşurken ona bakmak saygılı bir davranış iken, İspanyol (Hispanic) çocuklara öğretilen, büyükleriyle konuştuklarında gözlerini aşağı indirmektir. Bu onlara göre bir saygı ifadesi iken, Amerikalılara göre bir saygısızlığın ifadesidir (Tubbs & Moss, 1991). Yine Batıda kadın ve erkeklerin kol kola gitmeleri, halk içinde birbirlerine sarılmaları oldukça yaygın olan bir davranış olup bir ahlaksızlık belirtisi olarak görülmezken, dünyanın bazı yörelerinde bu davranış oldukça uygunsuz, hatta müstehcen bir davranış olarak algılanabilir. Paralel örnekler çoğaltılabilir. Her kültürün, kadın ve erkeğe biçtiği roller birey ve grupların ilişkileri, hatta Allah ile kul arasındaki ilişkilere dair farklı görüşleri vardır (Erdoğan, 2000; Güvenç, Otkan, Akarsu, Tözeren ve Özden, 1990; Hiebert, 1983).

Dil

Belki kültürler arasında iletişim kurmada en büyük engellerden biri dildir. Yaygın kanaat, yabancı bir kültüre ait dili öğrenmekle o kültürün anlaşılacağı şeklindedir. Her ne kadar kültür, üyelerinin düşüncesini etkilese de, bir dil öğrenmek genellikle ‘mana anlamlı öğrenme’dir. Oysa âdetler, tecrübeler, yazılı olmayan kurallar ve kültürün diğer temel unsurları sözlükte bulunmayıp, dilin imalı anlamlarını teşkil ederler (Yoder et al., 1993). Ayrıca dilin kullanımıyla ilgili farklılıklar da mevcuttur. Örneğin Batı kültüründe dilde genellikle

le kesinlik ve açıklık tercih edilirken, Doğu kültüründe muğlaklık tercih edilir (Verderber & Verderber, 1989). Ancak şu da bir gerçektir ki, ortak bir anlaşma sağlayacak dile sahip olmadıkça, etkili bir iletişimden bahsetmek de mümkün değildir.

Jest ve Mimikler

Sözel olmayan davranışlar da kültürler arası iletişimde önemli rol oynarlar. Her kültür kendi bireylerine yer, zaman, hareket, göz kontağı, yüz ifadeleri ve dokunmaya ilişkin olarak farklı şeyler sunar (Samovar & Mills, 1986). Kültürler arası ilişki ve iletişimde en zor anlaşılan hususlardan biri de bu jest ve mimiklerdir. Belki yabancı dil öğrenilebilir, ancak o dili konuşan milletin jest ve mimiklerini öğrenmek o kadar kolay değildir. Dolayısıyla bir kültürde etkili bir iletişim sembolü olan bir şey, başka bir kültürde hiç de uygun anlamları olmayan bir jest ya da mimik olabilir; böylece New York'ta başarılı olan bir iletişim tekniği, New Delhi'de ölüme neden olabilir (Porter, 1988).

Yerin Kullanımı ve Organizasyonu

Yerin kullanımı ve organizasyonu derken, daha çok iletişim ortamındaki konuşma mesafesi ve davranış şekli kastedilmektedir. Bu durum da bazen kültürler arası iletişimde ciddi sorunlar oluşturabilir. Her ne kadar kültürden kültüre farklılık olsa da, yine her kültürde iletişimdeki kişiler arası mesafe önemlidir. Örneğin Amerikan halkı için şu ölçüler verilmektedir; çok samimi mesafe (46 cm); kişisel mesafe (46-140 cm), sosyal mesafe (140-420 cm), halk/genel mesafesi (4,2 m ve daha fazlası) (Stewart & D'Angelo, 1988; Duck, 1987). Belirtilen bu mesafeler konusunda kadınlarla erkekler arasında da fark vardır. Araştırmalar kadınların erkeklere göre daha çok yakın konuşmayı istediklerini göstermektedir (Stewart & D'Angelo, 1988).

Yerin kullanımı açısından en dikkat çekici farklılıklardan bir tanesi de evlerin konumudur. Evler sadece ekolojik konum ve teknolojik açıdan farklılık arz etmez, aynı zamanda kullanım açısından da farklılık arz ederler. Örneğin pek çok kültürde misafirler ve arkadaşlar oturma odasında ağırlanırken ve yatak odaları ve banyolar mahrem sayılırken, güney Hintliler de çoğunlukla arkadaşlarını kendi yatak odalarında ağırlayıp eğlendirirler. Ancak onlara göre de mutfaklar son derece özel olup, aile üyesi olmayan kişilerin mutfığa girmesi ciddi bir ahlaksızlık olarak kabul edilir. Onların varlığı orayı kirletir ve ciddi bir temizliğin yapılmasını gerektirir (Hiebert, 1983).

Zaman Kavramı

Kültürler arası farklılıklar sadece yeme-içme alışkanlığı, giyinme, barınma ve benzeri maddî kültür alanında değil, aynı zamanda insanların dünyalarını organize etme ve algılama şekilleri açısından da görülmektedir. Bunun en tipik örneği zaman kavramında ortaya çıkmaktadır. Örneğin Amerikalılar için “zamanında olmak” demek, kararlaştırılan zamandan beş dakika önce ya da beş dakika sonra buluşma yerinde hazır olmak demektir. Amerikan kültürüne göre bir kişi randevusuna “on beş dakika” geç kalmışsa özür dilemesi beklenir. Ancak çok detaylı bir şekilde niçin geç geldiğini anlatmasına gerek olmayabilir. Bununla beraber eğer, on beş dakikadan geç gelinirse, o zaman ciddi anlamda özür dilenmesi ve gerçek bir gecikme nedeninin olması gerekir. Oysa aynı durum Mısır’da gayet normal karşılanabilir (Hiebert, 1983).

Değinilen –ve tabii değinilmeyen– kültürler arası farklılıkları sadece değişik ülke insanları arasında aramak doğru değildir. Kişinin kendi ülkesinde bile değişik uygulama ve farklılıklar mevcuttur. Bu sebeple başarılı iletişimin koşullarından bir tanesi de mümkün olduğu kadar bu farklılıkların ayırında olmak ve ona göre davranmaktır. Ancak bunun çok zor olduğu ve hatta bazı durumlarda imkânsız olduğu da bir gerçektir. Bu bağlamda bir diğer çözüm de farklı kültürlerle sahip kişilerin birbirlerinin kültürlerine uymak yerine, iştirak edilen iletişim bağlamında iki farklı kültüre dayanan “üçüncü bir kültür” oluşturmak olabilir. Bu yaklaşımda kimse kendi kültürünü ön plana çıkarmayacak, ortak noktalar üzerinde durarak, üçüncü kültürü beraberce inşaaya çalışacaklardır. Üçüncü kültür, katılımcılar için kültürler arasında köprü kuracak anlamlar yaratmaya çalışmalıdır (Yoder et al., 1993). Bunu başarmak için de, işbirliği oluşturacak bir iklim yaratmak, yeni anlam ve ihtimallere açık olmak, kendi kültürüne ilişkin ön yargılardan uzaklaşmak ve karşılıklı diyalog tutumuna ağırlık vermek gerekir.

Sonuç

Anlatılâgelen dinî iletişim ve hedef kitle ilişkisine bakıldığında, başarılı bir dinî iletişimin çok da kolay olmadığı söylenebilir. Ancak, eğer dinî iletişimden amaç, sadece dinî konularda öyle ya da böyle konuşmuş olmak değil de, aynı zamanda karşı tarafa bilgi vermek, motive etmek ya da ikna etmek ise, bu takdirde, çağdaş iletişim tekniklerine uygun hareket etmek gerekir. İletişimin temel unsurlarından bir tanesi de *alıcı* durumunda olan hedef kitledir. Bu ailede çocuk ve eş, okulda öğrenci, iş yerinde müşteri, camide cemaat, tele-

vizyon ekranında ise daha geniş halk kitlesi vs. olabilir. Ancak değişmeyen şey, bunların *alıcı* konumunda olan hedef kitleyi oluşturmaları ve farklı özelliklere sahip olmalarıdır.

O halde başarılı bir dinî iletişim de büyük ölçüde hedef kitlenin tanınmasına ve ona uygun olarak hareket edilmesine bağlıdır. Dolayısıyla dinleyici kitlesinin hem yaş, cinsiyet, eğitim vs. gibi *demografik açıdan*, hem de inanç, tutum ve değerler gibi *psikolojik açıdan*, hem de *kültürel farklılıklar açısından* ciddi bir analize tabi tutulması gerekir. Şu husus da unutulmamalıdır ki, çağdaş eğitimde artık “öğretmen merkezli” yaklaşım yerine “öğrenci merkezli” yaklaşım benimsenmektedir. Bunun da anlamı; dinleyicilerin biyolojik, psikolojik ve sosyal gelişimlerinin dikkate alınıp, ona göre hareket edilmesi; doğal olarak ideal bir dinî iletişim ve din eğitimi de bu kuralın dışında değildir ve tutulamaz.

Kaynakça

- Adler, R. B., Rosenfeld, L. B., & Towne, N. (1980). *Interplay: The process of interpersonal communication*. New York: Holt.
- Andersch, E., & Staats, L. C. (1966). *Speech for everyday use* (Rev. ed.) New York: Holt.
- Aslan, A. (2002). Yirminci yüzyıl, küreselleşme ve din. *Bilgi ve Düşünce*, 1 (1), 64-71.
- Bayraktar, M. F. (1997). *Türkiye’de vaizlik: Tarihçesi ve problemleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Berger, P. L. (1969). *The sacred canopy: Elements of a sociological theory of religion*. Garden City, NY: Doubleday.
- Bradley, B. E. (1988). *Fundamentals of speech communication*. Dubuque, Iowa: WGB Publishers.
- Brookfield, S. D. (1986). *Understanding and facilitating adult learning*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bryant, D. C., & Wallace, K. R. (1960). *Fundamentals of public speaking* (3rd ed.). New York: Appleton.
- Cross, K. P. (1981). *Adults as learners*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Dance, F. E. X., & Dance, C. C. Z. (1986). *Public speaking*. New York: Harper and Row.
- Duck, S. (1987). *Human relations: An introduction to social psychology*. London: Sage Publishing.
- Erdoğan, İ. (2000). *Çağdaş eğitim sistemleri* (4. baskı). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Ersanlı, K. (1999). *Ben olmak istiyorum* (3. baskı). Samsun: Eser Ofset.
- Ertekin, Y. (2000). *Halkla ilişkiler* (4. baskı). Ankara: Yargı Yayınevi.

- Fausto-Sterling, A. (1985). *Myths of gender: Biological theories about women and men*. New York: Basic Books.
- Feshbach, S., & Weiner, B. (1991). *Personality* (3rd ed.). Lexington: D. C. Heath and Company.
- Foltz, N. T. (1986). Basic principles of adult religious education. In N. T. Foltz. (Ed.), *Handbook of adult religious education* (pp. 25-58). Birmingham, Alabama: Religious Education Press.
- Franken, R. E. (1988). *Human motivation* (2nd ed.) Pacific Grove, California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Al-Ghazali, M. (1982). *The message of Islam to greet the fifteenth century (A. H.)*. New Delhi.
- Gronbeck, B. E., McKerrow, R. E., Ehninger, D., & Monroe, A. H. (1990). *Principles and types of speech communication* (11th ed). Glenview/Illinois: Scott.
- Güngör, E. (1993). *Değerler psikolojisi*. Amsterdam: Hollanda Türk Akademisyenler Birliği Vakfı Yayınları.
- Güvenç, B., Otkan, P., Akarsu, F., Tözeren, S. & Özden, M. A. (1990). *Japon eğitimi*. Ankara: M.E.B. Yayınları.
- Harlak, H. (2000). *Önyargılar: Psikososyal bir inceleme*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Hiebert, P. G. (1983). *Cultural anthropology* (2nd ed.) Michigan: Baker Book.
- Huxley, J. S. (1957). *Religion without revelation*. New York: Harper and Brothers.
- İbn Haldun. (1986). *Mukaddime I* (çev. Z. K. Ugan). İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Kazancı, A. L. (1980). *Peygamber efendimizin hitabeti*. İstanbul: Marifet Yayınları.
- Knowles, M. S. (1978). *The adult learner: A neglected species*. London: Gulf Pub., Houston.
- Knowles, M. S. (1980). *The modern practice of adult education: From pedagogy to andragogy*. Chicago: Follett.
- Koç, T. (1995). *Din dili*. Kayseri: Rey Yayıncılık.
- Köylü, M. (2000). *Yetişkin din eğitiminin teorik temelleri*. Samsun: Etüt Yayınları.
- Köylü, M. (2001). *Dinler arası diyalog*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Köylü, M. (2002). Farklı inançların buluşma zemininde itici etkenler. S. Cebeci (Ed.), *Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Türkiye'de Din Eğitimi ve Sorunları Sempozyumu Bildirileri içinde* (s. 245-273). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Le Bon, G. (1997). *Kitleler psikolojisi* (haz. Y. Ender). İstanbul: Hayat.
- Lidz, T. (1986). *The Person: His and her development throughout the life cycle* (Rev. ed.) New York: Basic Books.
- Majid, M. (1991). *Ethical theories in Islam*. Leiden: E. J. Brill.

- Maslow, A. H. (1964). *Religious values and peak experiences*. Columbus: Ohio State University Press.
- Masterson, J. T., Beebe, S. A., & Watson, N. H. (1983). *Speech communication: Theory and practice*. New York: Holt.
- Moran, G. (1989). *Religious education as a second language*. Birmingham, Alabama: Religious Education Press.
- Mudd, C. S., & Sillars, M. O. (1986). *Speech: Content and communication* (5th ed.) Cambridge: Harper and Row.
- Özbek, A. (1988). *Bir eğitimci olarak Hz. Muhammed*. Konya: Selam Yayınevi.
- Özbek, A. (1999). Din eğitiminin problemleri. *Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 6, 124-129.
- Pearson, J. C. (1985). *Gender and communication*. Dubuque, Iowa: WCB Pub.
- Persell, C. H. (1987). *Understanding society: An introduction to sociology* (2nd ed.) New York: Harper and Row.
- Perşembe, E. (1999): Genç-aile ilişkilerinde uyumun sağlanmasında dinin fonksiyonel rolü üzerine. *On dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11, 7-19.
- Porter, R. E. (1988). Intercultural small group communication. In R. S. Cathcart & L. A. Samovar (Eds.), *Small group communication* (5th ed.) (pp. 155-169). Dubuque, Iowa: Wm. C. Brown.
- Saeed, J. (1994). *Islam and modernization: A comparative analysis of Pakistan, Egypt, and Turkey*. Westport, Conn: Praeger.
- Samovar, L. A., & Mills, J. (1986). *Oral communication: Message and response* (6th ed.) Iowa: WCB, Dubuque.
- Sayer, J. E., & Rickert, V. E. (1985). *Functional speech communication: Theory and practice in oral communication* (2nd ed.). Kendall/Hunt.
- Schmit, R. (1980). *Exploring religion*. California: Wadsworth Belmont.
- Schultz, B. G. (1989). *Communicating in the small group: Theory and practice*. New York: Harper and Row.
- Sezen, Y. (1988). *Sosyoloji açısından din*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Stewart, J., & D'Angelo, G. (1988). *Together: Communicating interpersonally*. New York: Random House.
- Talbi, M. (1988). Possibilities and conditions for a better understanding between Islam and the West. *Journal of Ecumenical Studies*, 25 (2), 161-193.
- Talbi, M. (1990). Islam and dialogue: Some reflections on a current topic. In P. J. Griffiths (Ed.), *Christianity thorough Non-Christian eyes* (pp. 82-101). New York: Orbis Books.
- Tezcan, M. (1974). *Türklerle ilgili stereotipler (kalıp yargılar) ve Türk değerleri üzerine bir de-*

- neme. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Thomas, S. H. (1985). *Personal skills in public speech*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Thompson, N. H. (1988). The challenge of religious pluralism. In N. H. Thomson (Edt). *Religious pluralism and religious education* (pp. 7-36). Birmingham, Alabama: Religious Education Press.
- Thorne, B. (1981). *Public speech at Michigan State University*. East Lansing, Michigan.
- Though, A. (1971). *Adult's learning projects*. Toronto: Institute for Studies in Education.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (1991). *Human communication* (6th ed.) New York: McGraw-Hill.
- Uysal, V. (1995). Dinî hayat ve şahsi özellikler. *Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 2, 165-180.
- Verderber, R., & Verderber, K. S. (1989). *Inter-act: Using interpersonal communication skills* (5th ed.) Belmont, California: Wadsworth Pub.
- Watt, W. M. (1962). *Islamic philosophy and theology*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Watt, W. M. (1984). *Free will and predestination in early Islam*. London: Luzac.
- Weiten, W. (1992). *Psychology: Themes and variations* (2nd ed.). California: Brooks/Cole Pub.
- Wolff, F. I., Marsnic, N. C., Tacey, W. S., & Nichols, R. G. (1983). *Perceptive listening*. New York: Holt.
- Yoder, D., Hugenberg, L., & Wallace, S. (1993). *Creating competent communication*. Wisconsin: Brown and Benchmark.
- Zehra, M. E. (1987). *İmam Şafî* (Çev. O. Keskiöglü). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yay.

The Issue of Target Population in Religious Communication

Citation/©– Köylü, M. (2003). Dinî iletişimde hedef kitle sorunu. Değerler Eğitimi Dergisi, 1 (1), 111- 138.

Abstract- One of the most important aspects of communication is the listener group. The success or failure of any type of communication, including religious communication, mostly depends on adequate listener analyzing. Thus, the main purpose of this article is to analyze the listeners in religious communication. It basically consists of three parts. The first part examines the listeners/receivers in terms of their demographic characteristics such as age, sex, educational level, occupation, the number of listeners, residential places, political views, and social background. The second part elaborates the listeners from psychological point of views such as receivers' values, beliefs and attitudes toward the source and message. The third part explains cultural differences and inter-cultural communication. It concludes that a detailed listener analyzing is crucial and important for the success of any kinds of religious communication as much as the source and message itself.

Key Words- Religious Communication, Cultural Differences, Inter-cultural Communication, Religious Education, Preaching.