



Büşra Nur URHAN

Kahramanmaraş Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, İlahiyat Bölümü, Kahramanmaraş / TÜRKİYE

Citation: Urhan, B.N. (2021). “Nebevi Davet ve Propaganda” eseri incelemesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(65), 202-206.

“NEBEVİ DAVET VE PROPAGANDA”

Dr. Fahri HOŞAB

İlahiyat Yayınları, Kahramanmaraş,
2019, 2. Baskı, 343 Sayfa,
ISBN 978-807-40-5-7

FAHRİ HOŞAB tarafından kaleme alınan ve “Nebevi Davet ve Propaganda” adıyla yayınlanan kitap, önsöz, dört bölüm, sonuç, kaynakça, sözlük ve indeksten oluşmaktadır. Kitabın muhtevası, yazarın doktora tezinin genişletilmesiyle ortaya çıkmıştır.

Yazar, kitabın önsözünde İslâm davetinin bir bütün olarak “dini propaganda” terimi ile ifade edilemeyeceği ve tamamen bir propaganda faaliyeti olarak anlaşılamayacağını ancak bunun da “İslâm Davetinde hiçbir propaganda unsuru bulunmadığı” anlamına gelmeyeceğini ifade etmektedir. Devamla, İslâm’a davetin ideal modelini ortaya koyan Hz. Peygamber’in (sav) davet şekli ve tarzını ifade eden “Nebevi Davet” terimine ait müfredat içerisinde, İslâm’ın ruhuna uygun bazı propaganda unsurlarının bulunduğu tespitine yer vermektedir (S.17). Bununla beraber yazar, İslâm davetinin propaganda ile şekil, vasıta ve metot kullanımı açısından bazı benzerlik ve ortak noktalarının olmasının onun bir propaganda faaliyeti olduğunu göstermeyeceğini ifade etmektedir (S.16).

Çalışmasında yazar, konuya örnek teşkil edecek ayet ve hadisleri kullanmıştır. Önsözden anlaşıldığına göre yazar, tezi kaleme almadan önce propaganda ile ilgili çalışmalarda dağınık hâlde bulunan konuları, başlıkları ve terimleri derleyerek sistemli bir şekilde sınıflandırmıştır. Yazar, “nebevi davet” ve “propaganda” terimlerinin aralarındaki benzerlikleri ve mahiyetlerini karşılaştırarak konuyu farklı bir bakış açısı ile değerlendirmiştir.

Yazar bu çalışmayı rahat ve anlaşılır bir üslupla kaleme almış; İslâm daveti ve propaganda ile ilgili bugüne kadar kaleme alınmış farklı eserleri inceleyerek aralarında benzerlik bulunan her iki terimi bir araya getiren bir eser oluşturmayı amaçlamıştır (S.18).

Birinci bölümü yazar, “Nebevi Davetin Mahiyeti ve Muhtevası” başlığı altında altı alt başlık ve ikinci başlığı on yedi, üçüncü başlığı beş, beşinci başlığı dört ve altıncı başlığı da on maddeye ayırarak şekillendirmiştir. Bu alt başlıklar, “Nebevi Davet” terimi, “Hz. Peygamber’in Şahsiyeti ve Davetteki Yeri”, “Hz. Peygamber’in Kullandığı Davet Vasıtaları”, “İslâm’a Davette Metotlu Hareket Etme ve Önemi”, “Hz. Peygamber’in Davet Metotları”, “Nebevi Davetin Hedefleri” şeklinde sıralanmaktadır.

Yazar bu başlıkta adından da anlaşılacağı üzere “Nebevi davet” terimini açıklamış, Hz. Peygamber’in (sav) şahsiyet özelliklerini sırasıyla ele almış, ikinci alt başlıktan sonra sıralamış olduğu maddeleri açıklayarak değerlendirmelerine devam etmiştir.

Üçüncü alt başlıkta ise Nebevi davette kullanılan davet vasıtalarını hitabet, yazı, ilim, sanat ve spor faaliyetleri olarak sınıflandırıp bunları da maddelere ayırmıştır.

Yazarın tespitine göre Hz. Peygamber (sav), İslâm'ı tebliğ ve yayma faaliyetlerinde bazı vasıtalar kullanmıştır. Bu vasıtalar, O'nun davetinde bir takım pratikler sağlamış, İslâm'ın fert ve kitlelere daha kısa yoldan ulaşmasına ve onlar üzerinde daha tesirli olmasına vesile olmuştur. Allah Resulü (sav), bu vasıtaları kullanırken bir taraftan da onları yaygınlaştırmış ve geliştirmiştir (S. 50).

Yazar dördüncü alt başlıkta, “İslâm’a davette metotlu hareket etmek şarttır. Çünkü bu bir muvaffakiyet vesilesidir. Metotlu hareket ise Yüce Yaratıcı tarafından insan fitratına yerleştirilen kanunlara uyma ve buna uygun bir usûl ve üslûbu tercih etmedir. Hz. Peygamber (sav), davet faaliyetlerini bir takım metotlar üzerine bina etmiş ve bu hususu hadisleriyle tavsiye etmiştir. İslâm’a davet vazifesini yerine getirenler de hedefe ulaşabilmek için doğru ve sıhhatli metotlara müracaat etmek zorundadırlar.” (S.80-81) tespitine yer vermektedir.

Beşinci alt başlıkta yazar, Hz. Peygamber’in (sav) kullandığı davet metotlarını “Fertleri Kazanmaya Yönelik Metotlar”, “Sosyal Yapılanmaya Yönelik Metotlar”, “Siyasi Yapılanmaya Yönelik Metotlar” ve davetin tamamına hâkim olan “Tedric Metodu” olmak üzere dört alt başlığa ayırıp bu alt başlıkları da maddelere ayırmış ve şu tespitlerde bulunmuştur:

“Hz. Peygamber (sav), insanları fert fert kazanmak için büyük gayretler sarf etmiş, onların akıllarına ve kalplerine ulaşabilmek için insan fitratına ve muhatapların sahip olduğu şartlara en uygun metotları tercih etmiştir. O (sav), insanlara tebliğ ve telkinde bulunabilmek için önce onlarla yakınlık kurmayı dener, imkânlar ölçüsünde muhataplarıyla fert fert ilgilenirdi.” (S.82).

“Hz. Peygamber’in (sav) davetinde iman kardeşliği de önemli bir yere sahip olduğu için Ensar ve muhaciri kardeş ilân edip mekân ve imkânlarını paylaşmaya teşvik etmiştir. O (sav), davetin başarılı olabilmesi için kendi devrinin kitle haberleşme imkânlarını da kullanmıştır.” (S.82-110).

“Hz. Peygamber, İslâm Daveti, insanlara ulaşmaya başladığında mevcut siyasi gücün ciddi muhalefetiyle karşılaşmıştır. İslâm Devletinin siyaseten güçlenmesi ve yapılanması, hem mensuplarının muhafazası hem muhaliflerin baskı ve saldırılarının önüne geçilmesi hem de İslâm’ın geniş kitlelere ulaşabilmesi için hayati bir ihtiyaçtı. Allah Resulü (sav), gelişen ve değişen şartlara paralel olarak bu hedefi gerçekleştirmek için kademeli bir takım metotlar uygulamıştır.” (S.111-112).

“Nebevi davette tedric metodunun uygulanışını her şeyden önce tebliğin şeklinde ve muhataplarında görüyoruz. Allah Resulü’ne (sav) peygamberlik vazifesi verildiği ilk safhada tebliğ gizli yapıldı. Aradan geçen yıllar içerisinde mü’minlerin sayıca belli bir orana ulaşması ve şartların belli ölçüde olgunlaşmasından sonra ilahi emirle aleni tebliğ safhasına geçildi. Medine döneminde ise, Hz. Peygamber’in (sav) davetine Arap kabilelerinin yanı sıra Ehl-i Kitap olan Yahudiler ve daha sonra Hristiyanlar da muhatap oldu. Hudeybiye Barışından sonra ise İslâm Daveti dış dünyaya açılmıştı. Nebevi Davetin muhtevasında da tedrici bir bilgi akışı ve tedrici olarak bildirileni uygulamaya koyma görülmektedir.” (S.129).

Yazar altıncı alt başlıkta ise şöyle demektedir: “Ana konularını iman, ibadet, muamelat (beşeri ilişkiler) ve ahlâk olarak sınıflandırabileceğimiz İslâm Daveti’nin bir takım hedefleri vardır. Hz. Peygamber (sav), davetinde vasıta ve metotları bu hedeflere ulaşmak için kullanmış ve uygulamıştır.” (S.132).

Daha sonra yazar ikinci bölüme geçmiş ve “Propagandanın Mahiyeti ve Muhtevası” başlığı altındaki sekiz başlıkla ikinci bölümü şekillendirmiştir. Ayrıca dördüncü ve beşinci alt başlığı altı maddeye, altıncı alt başlığı da beş maddeye ayırmıştır. Bu alt başlıklar sırasıyla; “Propaganda” Terimi, “Propaganda ve Günlük Hayat”, “Propagandanın Tarihçesi”, “Propaganda Çeşitleri”, “Propaganda Vasıtaları”, “Propaganda Metotları”, “Propagandanın Hedefleri” ve son olarak da “Propagandanın Gücü ve Sınırları”dır.

Yazar birinci alt başlıkta adından da anlaşılacağı üzere propaganda terimi ile yapılmış olan tanımlara yer verip değerlendirmeler yapmıştır (S.145). İkinci alt başlığı ise

“Propaganda kelimesi, günlük konuşmalarda birçok insan tarafından kullanılır. İnsanlar isteyerek veya istemeyerek, propaganda yapmak veya propagandaya muhatap olmak suretiyle propaganda faaliyetlerinin içinde yer alır.”

“Propaganda yapma, insanlarda fitri bir meyildir. İnsanların, fitratındaki istidatlar, duygular ve zihni melekeler açısından birbirinden farklı olan taraflar vardır. Bu fitrat gerçeği, üstün varlık olan insanda, ikna etme, insan kazanma ve nüfuz sahasını genişletme gayreti şeklinde kendini göstermektedir. Propaganda çağımızda, bir ihtiyaç halini almıştır. Zira artık hükümetlerin/devletlerin siyasi, ticari, askeri, dini ve kültürel teşebbüsler konusunda kamuoyunu yanına almadan ve kitleleri ikna etmeden bir netice elde etmesi zordur.”

“Propaganda” kelimesi kulağa ilk geldiğinde insan zihni onu genellikle hile, yalan, menfaat sağlama gibi menfi fiillerle bir arada düşünür. İnsan zihninin propaganda ile bu fiilleri yan yana getirmesinin sebebi, hukuki ve ahlaki tariflere uymayan propaganda faaliyetlerinin varlığından ve bu tür menfi faaliyetlerin, propaganda faaliyetleri içerisinde önemli bir oran teşkil etmesinden kaynaklanmaktadır.”

“Propaganda, bir bakıma insanlık tarihi ile yaşittir. Ancak günümüz propagandası, eski propaganda faaliyetlerinden bir hayli farklıdır. Yirminci yüzyıla damgasını vuran siyasi hadiseler, her şeyden önce propagandanın gücüyle şekillenmiştir. O, bir silahtır ve kazananlar, onu iyi kullandıkları için başarılı olmuştur.” ifadeleriyle açıklamıştır (S.146-149).

Üçüncü alt başlıkta ise yazar, propagandanın tarihçesinden ve propagandanın insanlık tarihi ile ortaya çıktığından bahsedip örneklendirmeler yaparak devam etmektedir (S.150).

Dördüncü alt başlıkta yazar, *“Propaganda, muhtevası, muhatapları, sahası, kullanıldığı metotlar, teknik ve taktikler açısından farklı sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır.”* tespitinde bulunarak, propagandayı yöneldiği sahalara göre altı başlığa ayırarak incelemektedir. Bu başlıklar sırasıyla, “Siyasi-İdeolojik Propaganda”, “Dini Propaganda”, “Kültür Propagandası”, “Ticari Propaganda (Reklamcılık)” ve “Askeri Propaganda”dır (S.155-164).

Yazar beşinci alt başlıkta, propaganda vasıtaları konusunu ele almış ve bazı başlıklar altında örneklerle açıklamıştır. Bu başlıklar sırasıyla, “Söz”, “Yayınlar”, “Bilim”, “Sanat”, “Spor”, “Sosyal Faaliyetler” olarak sıralanmıştır (S.164-177).

Altıncı alt başlıkta ise yazar, “Propaganda Metotları” konusunu ele almış ve konuyu bazı başlıklar altında incelemiştir. Bu başlıklar, “Propagandada Psikolojik Metotlar”, “Propagandada Sosyopsikolojik Metotlar”, “Propaganda Taktikleri”, “Propaganda Teknikleri” ve “Karşı Propaganda” olarak sıralanmıştır (S.181-208).

Yedinci alt başlıkta yazar, “Propagandanın Hedefleri” konusunu inceleyip şunları söylemiştir:

“Propagandanın varmak istediği hedeflerden birisi, bir gruptaki fertlerin tavır ve hareketlerini telkin yoluyla kontrol etmektir. Kontrolden maksat; aleyhte olabilecek tavır ve hareketlerin önüne geçip imkânlar dâhilinde lehe çevirebilmektir.” (S.206).

Sekizinci başlıkta yazar, “Propagandanın Gücü ve Sınırları” konusunu ele almış ve şu ifadelerle yer vermiştir: *“Propaganda güçlü bir silahtır; ancak gücü sınırlıdır. En tesirli propaganda, muhatapları iyi tahlil edilmiş zamanlaması iyi yapılmış, alt yapısı iyi hazırlanmış; vasıta, teknik ve taktik açısından donanımlı olanlarıdır.”* (S.208).

Üçüncü bölümü yazar “Nebevi Davet ve Müsbet Propaganda” başlığı altında yedi alt başlık ve üçüncü alt başlığı beş maddeye, dördüncü alt başlığı üç maddeye ve yedinci alt başlığı da beş maddeye ayırarak şekillendirmiştir. Bu alt başlıklar sırasıyla, “İslâm Davetinde Müsbet Propagandanın Yeri”, “Kur’an ve Müsbet Propaganda”, “Nebevi Davette Müsbet Propaganda”, “Nebevi Davet ve Kamuoyu”, “Hz. Peygamber’in Şahsiyeti ve Müsbet Propagandacı Profili”, “Nebevi Davet ve Propaganda Vasıtaları”, “Nebevi Davet ve Müsbet Propaganda Metotları”dır.

Yazar birinci alt başlıkta adından da anlaşılacağı üzere “İslâm Davetinde Müsbet Propagandanın Yeri” konusunu ayetler ve hadisler ışığında incelemiştir ve şu ifadelerle yer vermiştir:

“İslâm Davetinde yer verilen metotlardan bazıları, bugün “propaganda” müfredatı içinde yer almaktadır. Bu tespitten hareketle bilimsel açıdan, İslâm’da menfi uygulama ve maksatlardan uzak müsbet bir propaganda müessesesinin varlığından söz etmek mümkündür. Ancak İslâm Devleti’nde propagandanın karşılığı olan uygulamalar, dini muhtevanın telkin edilmesini,

takdimini ve insanları kazanmayı esas alan uygulamalar olup davet faaliyetinin alt yapısı ve şekli ile ilgilidir.” (S. 215).

İkinci alt başlıkta ise yazar, “Kur’an ve Müsbet Propaganda” konusunu ayetlerden örnekler vererek ve açıklamalar yaparak ele almıştır (S.215-217).

Yazar üçüncü başlıktan sonra sıraladığı başlıklara ayet ve hadislerden örnekler ile devam ederek şöyle demiştir:

“Allah Resûlü (sav) davet vazifesini yaparken muhalefete ve husumete dayalı bir takım propagandalarla karşılaşmış; gerek bu propagandalara karşı koymak maksadıyla gerekse İslâm’ı fertlere ve kitlelere ulaştırmada pratik sağladığı için müsbet propaganda müessesesi diyebileceğimiz bir teşkilatlanma da ortaya koymuştur.” (S.217).

“İslâm Daveti hiçbir zaman siyasetin bir alt kurumu vazifesi görmemiş, müsbet siyaseti besleyen siyaset üstü bir kurum olarak bugüne intikal etmiştir. İslâm Tarihine de genel olarak baktığımızda; siyaset adamlarının, icraatlarını, genellikle İslâm’ın ilmi mercileri durumundaki şahıs veya kurumlara sunmak ihtiyacı hissettiklerini ve onlara ait menfi icraatların bu mercilere tasdik görmediğini tespit etmek mümkündür.” (S.264).

Dördüncü alt başlıkta yazar, nebevi davette kamuoyunun önemi ve oluşturulması ile ilgili faaliyetleri ele almış ve bazı hadisleri örnek olarak zikretmiş ve şu ifadelerle yer vermiştir:

“Allah Resûlü (sav), kamuoyuna büyük bir değer vermiştir. Mesela; “Ben (kıyamet günü) diğer ümmetlere karşı çokluğunuzla övüneceğim.” hadisinde, kamuoyunda çoğunluk teşkil etme telkini de yer alırken; “Bir kimsenin Rabbinin katındaki değerini öğrenmek isterseniz, halkın onun hakkında söylediği senaya bakın.” ve “Hayırlı iş yapan kimseyi insanların takdir etmesi, Allah’ın rızasının peşin işaretidir.” hadisleriyle de kamuoyunun kanaatine ve takdirine verdiği değeri ifade eder.” (S.265)

Yazar beşinci alt başlıkta, Hz. Peygamber’in (sav) şahsiyeti ve müsbet propagandacı profili ilişkisini ele almış ve şunları dile getirmiştir:

“Hz. Peygamber’in (sav) liderlik ve örnek vasıfları, İslâm Davetinin fert ve kitlelere daha kısa, daha kolay ve daha sağlıklı bir yolla ulaşmasına ve yayılmasına; tarihte benzeri bulunmayan büyük bir başarı elde edilmesine vesile olmuş, önemli katkılar sağlamıştır. O’nun liderlik profili, bugün ve gelecek için de ideal bir örnek teşkil etmektedir.” (S.274).

Altıncı alt başlıkta nebevi davet ve propaganda vasıtalarına örnekler vererek bir davetin veya propagandanın muhataplar üzerinde tesirli olmasında, kullanılan güçlü vasıtaların rolünün büyük olduğunu ifade etmiştir (S.274-279).

Yazar yedinci alt başlıkta “Nebevi Davet ve Müsbet Propaganda Metotları” konusunu ele almış ve konuyu bazı başlıklar altında hadislerle açıklamıştır. Bu başlıklar, “Nebevi Davet ve Müsbet Propagandada Psikolojik Metotlar”, “Nebevi Davet ve Müsbet Propaganda da Sosyopsikolojik Metotlar”, “Nebevi Davet ve Müsbet Propaganda Teknikleri”, “Nebevi Davet ve Karşı Propaganda” olarak sıralanmıştır (279-293).

Daha sonra yazar dördüncü bölüme geçmiş ve “Nebevi Davet ve Modern Propaganda” başlığı altındaki dört alt başlıkla dördüncü bölümü şekillendirmiştir. Ayrıca birinci ve ikinci alt başlığı iki maddeye, üçüncü ve dördüncü alt başlığı üç maddeye ayırmıştır.

Bu alt başlıklar sırasıyla “Ahlâki Değerlendirme”, “Hukuki Değerlendirme”, “Eğitim Açısından Değerlendirme” ve “Sosyolojik Açısından Değerlendirme”dir.

Yazar birinci alt başlıkta adından da anlaşılacağı üzere ahlâki değerlendirme yaparak şunları söylemiştir:

“Modern propagandanın menfi uygulamalarının çatıştığı değerler bütününden birisi ahlâktır. Ahlâk, fert ve toplum açısından vazgeçilmez bir müessesedir. Bu sebeple, modern propagandanın sebep olduğu problemleri, -içinde ahlâki esasları barındıran ve ahlaklı davranmaya, usulüne uygun bir dini hayatın gereği olarak tarif eden- İslâm Davetinin

ölçüleriyle tespit ederek ve bir değerlendirmeye tabi tutarak müsbet alternatiflerini ortaya koymak faydalı olacaktır.” (S.296-316).

Yazar ikinci alt başlıkta hukuki değerlendirme konusunu ele almış ve iki kısa başlık altında hadisler ve tarihi olaylarla örnekler vererek ve iki maddeye ayırarak incelemiştir. Bu maddeler; “Nebevi Davette Hukukun Üstünlüğü” ve “Modern Propaganda Faaliyetleri ile İhlal Edilen Hak ve Hürriyetler”dir. Bu başlıklar altında yazar, propagandayı, hukuku esas alan ve onu her türlü menfaatin üstünde tutan İslâm’a/ Nebevi Davete ait uygulamalarla bir değerlendirmeye tabi tutmanın yerinde olacağını vurgulamıştır (S.316-327).

Üçüncü alt başlıkta yazar, eğitim açısından değerlendirme konusunu ele almış ve üç başlık altında hadislerle açıklamıştır. Bu başlıklar, “Modern Propagandaya Göre İnsan Unsuru”, “Nebevi Davete Göre İnsan Unsuru” ve “Nebevi Davette Eğitimin Hedefleri”dir (S.327-338).

Dördüncü alt başlıkta ise yazar, sosyolojik açıdan değerlendirme konusunu ele almış ve üç başlık şeklinde konuyu hadis ve ilmi açıklamalarla okuyucuya sunmaya çalışmıştır. Bu başlıklar, “Modern Propaganda ve Pragmatizm”, “Modern Propagandanın Sosyal Hayatta Zararları” ve “Nebevi Davette Gözetilen Sosyal Menfaatler” şeklindedir (S.338-347).

Yazar sonuç bölümünde, “İslâm davetinin propaganda ile şekil, vasıta ve metot kullanımı açısından bazı benzer ve ortak taraflarının olması, İslâm davetinin başlı başına bir propaganda faaliyeti olduğunu değil, İslâm davetinin geniş çerçevesi içerisinde propaganda sınıfında değerlendirilebilecek bazı hususlar olduğunu gösterir.” diyerek İslâm davetinin bütün olarak bir “dini propaganda faaliyeti” olarak görmenin hem ilmi hem de muhtevası ve uygulamaları açısından mümkün olmadığını ifade etmiştir (S.349-351).

Özellikle bölüm içerikleri hakkında kısa bilgiler vermeye çalıştığımız bu çalışma, kendi alanında önemli bir yere sahiptir. Sürekli gündemde kalmış bir konuyu ele almıştır.

Çalışma, nebevi davet ve propaganda konusuyla ilgili meseleleri derinlemesine ve kapsayıcı bir yaklaşımla ele almaktadır. Her konu, Kur’an ayetleri, hadisler ve Hz. Peygamber’in (sav) uygulamaları çerçevesinde değerlendirilmiş, ilgili çalışmalardan da faydalanılmıştır. Eserin muhtevasını, İslâm davetinin propaganda ile şekil, vasıta ve metot kullanımı açısından bazı benzer ve ortak yönlerinin ve İslâm davetinin geniş çerçevesi içerisinde propaganda sınıfında değerlendirilebilecek bazı hususların olduğu tespiti şekillendirmiştir. Bunun yanında, Hz. Peygamber’in (sav) davet faaliyetlerinde, askeri, siyasi, askeri, kültürel ve iktisadi sahalara yönelik, İslâm daveti kaynaklı müsbet bir propaganda müessesesinin varlığı, vasıtaları ve metotlarının çerçevesi çizilmiş, müfredatı oluşturulmuştur. Ayrıca çalışma içerisinde modern propagandanın menfi ve problemlü uygulamaları da tespit edilmiş ve bunların yerine ikame edilebilecek, İslâm davetine ait alternatif esaslar ve uygulamalara da yer verilmiştir.