

# İmajoloji

Bir Disiplin Denemesi

Ali ÖZTÜRK

elis

### **Ali ÖZTÜRK**

1974'te Sarıkamış'ta doğan ÖZTÜRK, ilköğretim ve ortaöğretim tahsilini İstanbul-Maltepe ve Kocaeli-Gebze'de yaptı. 1999'da Muğla Üniversitesi Sosyoloji Bölümünden mezun oldu. Yüksek lisansını aynı üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalında 2001'de tamamladı. 2006'da girdiği İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalında Doktora programını 2010'da tamamladı. 2004-2010 yılları arasında çeşitli illerde Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde rehber öğretmen olarak çalıştı. 2011'de kurucu bölüm başkanı olarak Bartın Üniversitesi Sosyoloji bölümünde çalışmaya başlayan Öztürk hala bu bölümde görevini sürdürmektedir. Yurt içinde ve yurt dışında birçok yerde bilimsel faaliyette bulunan Öztürk'ün çok sayıda yayımlanmış ve yayımlanmaya hazır kitap, makale, bildiri ve çeşitli çalışmaları bulunmaktadır. Çalışmalarından bazıları aşağıda zikredilmiştir.

[www.imajoloji.com](http://www.imajoloji.com)

İletişim adresi: [imajoloji@gmail.com](mailto:imajoloji@gmail.com)

Eserleri

Öztürk, Ali, 2011, *Kriz Sosyolojisi, Batı Merkeziliğinin Yapısal Sorunları ve Kriz*, Doğu Kitabevi, İstanbul.

**Elis Yayınları: 63**

© Ankara Okulu Basım Yayın San. ve Tic. Ltd. Şti.

*İmajoloji/*Ali ÖZTÜRK

Editör

*Doç. Dr. Mehmet VURAL*

Ofset Hazırlık

*Zeynep Özger*

Dizgi

*Ankara Dizgi Evi*

Kapak

*Elis*

Baskı, Cilt, Kapak Baskısı  
*SAGE Yay. Mat. San. Tic. Ltd. Şti.*

Birinci Basım

*Şubat 2008*

İkinci Basım

*Ekim 2013*

ISBN: 978-975-8774-65-4

**Elis Yayınları**

*İstanbul Cad. İstanbul Çarşısı 48/81 İskitler/Ankara*

*Tel/faks: (0312) 341 06 90*

*web: www.ankaraokulu.com*

*e-mail: ankaraokulu@ankaraokulu.com*

# İMAJOLOJİ

(Bir Disiplin Denemesi)

Ali ÖZTÜRK

**Elis Yayınları**  
Ankara 2013

# İLOJOLAMI

"Beni çocuk yaşta bu yabancı dünyada yalnız başına bırakmak zorunda kalan, ancak yanuma yoldaş olarak; ilim ve irfan sevgisini miras bırakan Merhum Babamın Aziz Hatırasına..."

İlk Yayınları  
1. Baskı  
2. Baskı  
3. Baskı

Yazar

Doç. Dr. Mehmet Yılmaz

AKTÖR

Yazarın Adı

Yazarın Adı

Yazar

Arşiv No

Konu

İlk

Baskı Cilt Kapak Baskısı

1. Baskı  
2. Baskı  
3. Baskı

Baskı No

Baskı No

Baskı No

Baskı No

ISBN: 978-975-4071-00-4

İlk Yayınları

Yayıncı: İlk Yayınları  
Adres: İlk Yayınları  
Tel: İlk Yayınları  
Web: İlk Yayınları

Tel: İlk Yayınları

Web: İlk Yayınları

ISBN: İlk Yayınları

## İÇİNDEKİLER

<b>YENİDEN BAŞLARKEN (İKİNCİ BASIMA ÖNSÖZ) .....</b>	<b>9</b>
<b>BAŞLARKEN .....</b>	<b>13</b>
<b>GİRİŞ.....</b>	<b>21</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### **İMAJOLOJİ ÜZERİNE .....** **37** |

I. İmajolojiye Giriş.....	37
I.1. Yeni Bir Disiplin Denemesinin Amacı ve Gereği.....	39
I.2. İmg ve Bilginin Bilinç ile ilişkisi.....	47
I.3. Spekülasyonculuğun Teorik Gelişimi .....	53
I.4. Spekülasyonculuğun Amentüsü, İlmihali ve Düşünce tarihiyle Ayrışması Sorunu .....	55
I.5. Felsefe Düşünce Modları ve Felsefeye Çağrı.....	59

### İKİNCİ BÖLÜM

#### **İMAJİST BİLGİNİN TARİHSEL ÇERÇEVESİ .....** **63** |

II.1. İmajist Bilginin Tarihsel Süreçteki Gelişimi.....	63
II.1.1. Geleneksel Dönemde İmajist Bilginin Gelişimi.....	66
II.1.1.1. Mitoloji-İmajist Bilgi İlişkisi .....	75
II.1.1.2. Kutsallık - İmajist Bilgi İlişkisi .....	82
II.1.1.3. İmajist Kişileştirmeler .....	90
II.1.2. Sanayileşme ile Birlikte İmajist Bilginin Yeni Bir Yüz Kazanması (Sanayileşme Efsanesi ve İmajist Bilgi) ....	93
II.1.3. İmajist Dönem (Sanayi Toplum Sonrası Dönem: Dijital Mitolojiler; Kutsallıklar ve Kahramanlar) .....	95

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### **KAVRAMSAL ve OLGUSAL SÜREÇTE**

#### **İMAJİST BİLGİNİN SERİMİ .....** **101** |

III.1. İnsan - İmajist Bilgi ilişkisi .....	101
III.1.1. İnsanın Kendini Dışa Vurum Güdüsü .....	104
III.1.2. İnsanın Dışı İçselleştirme Güdüsü .....	107
III.1.3. İmaj Kültürü (İmajist Bilginin Sosyal Alt-Yapısı) .....	109

III.1.4. Dil Olgusu ve Kavramsal Bilginin İmajist Bilgi Açısından Önemi .....	114
III.1.5. Beden Dili (İmajist Bilginin Modern Mitsel İletişim Kanalı).....	120
III.1.6. Araç ve Ürünün Metaforlaştırılması .....	125

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **İMAJİST BİLGİ TEORİSİ..... 131**

IV.1. İmajist Bilginin Mahiyeti, Genel Özellikleri ve Diğer Bilgi Türleri ile İlişkisi .....	131
IV.1.1. İmajist Bilginin Mahiyeti ve Genel Özellikleri .....	131
IV.1.2. İmajist Bilginin Diğer Bilgi Türleri ile İlişkisi .....	139

## **BEŞİNCİ BÖLÜM**

### **İMAJİST BİLGİ TEORİSİNİN ONTOLOJİK YANSIMALARI..... 155**

V.1. İmajist Bilgi Kuramı Açısından İnsanın Ontolojik Tipolojisi ve İmajist Yabancılaşma Kuramı .....	155
V.1.1. İmajist Bilgi Kuramı Açısından İnsanın Ontolojik Tipolojisi .....	155
V.1.2. İmajist Yabancılaşma Kuramı.....	164

## **ALTINCI BÖLÜM**

### **İMAJİST BİLGİ METODOLOJİSİ, ETİĞİ, ESTETİĞİ**

### **VE TARİH FELSEFESİ..... 171**

VI.1. İmajist Bilgi Metodolojisi.....	171
VI.2. İmajist Bilgi Açısında Etik Sorunu ve İmajizmin Yaygın Etiği (Modern Bir Etik) .....	179
VI.3. İmajist Estetik Sorunsalı .....	187
VI.4. İmajist Bilgi Açısından Tarih Felsefesi .....	190
VI.4.1. İmajist Bilgi Açısından Toplum ve Kurumsal Aygıtları.....	194

## **YEDİNCİ BÖLÜM**

### **İMAJOLOJİNİN DİKEY ARAÇLARI ..... 205**

VII.1. İmajist Bilginin Evrensel Araçları .....	205
VII.1.1. İmajist Bilgi-İletişim İlişkisi .....	205
VII.1.2. İmajist Bilgi-Sanat İlişkisi .....	208
VII.1.3. İmajist Bilgi-İdeoloji İlişkisi .....	213

**SEKİZİNCİ BÖLÜM**

<b>İMAJOLOJİNİN YATAY ARAÇLARI -I.....</b>	<b>221</b>
VIII.1. İmajist Bilginin Modern Araçlarına Giriş .....	221
VIII.1.1. İmajist Bilginin Modern Aracı Olarak Reklam .....	224
VIII.1.1.1. Reklamın Tarihsel ve Kavramsal Gelişimi ...	225
VIII.1.1.2. Reklam (Etkileşimsel) İletişim Modeli ve Reklam Dili .....	226
VIII.1.1.3. Reklamın Tüketimi Şekillendirici Tutum ve Davranış Kalıpları Oluşturması .....	228
VIII.1.1.4. Reklamın Kitle Psikolojisi Oluşturması.....	229
VIII.1.1.5. Sosyal Bir Sistem Olarak Reklam .....	230
VIII.1.1.6. Reklam Ekolojisi Çerçevesinde Sosyal Evrimi .....	231
VIII.1.1.7. İhtiyacın Dış Etkinlik ile Oluşturulması .....	232
VIII.1.1.8. Hedef Kitlenin Etkin Hedefleşme Sendromu.....	233
VIII.1.1.9. Kimlik ve Reklam .....	234

**DOKUZUNCU BÖLÜM**

<b>İMAJOLOJİNİN YATAY ARAÇLARI -II .....</b>	<b>237</b>
İMAJİST BİLGİ-MEDYA İLİŞKİSİ .....	237
IX.1. İmajist Bilginin Modern Aracı Olarak Medya .....	237
IX.1.1. Medyanın Kavramsal ve Tarihsel Gelişiminin İmajist Bilgi ile Olan Etkileşimi .....	239
IX.1.2. İmajist (Modelsel) İletişim Modeli .....	242
IX.1.3. Popülizm, Sansasyonel ve İmajizasyon.....	244
IX.1.4. Kimlik Edinimlerinde Değer Aşınması: Liderler ve Kitlelerin İmajist Dönüşümü .....	246

**ONUNCU BÖLÜM****İMAJİST BİLGİNİN EKOLOJİK GELİŞİMİ**

<b>(BİR MODELİN EVRİMİ): SANALİTE .....</b>	<b>251</b>
X.1. Sanalite: İmajist Bilginin Ekolojik Gelişimi.....	251
X.1.1. Gelenek ve Sanalite .....	251
X.1.2. Modernite ve Sanalite .....	253
X.1.3. Sanal Topluma Doğru.....	258



X.1.3.1. Sanal Homojen (Etkisizleşme) İletişim Modeli ..	261
X.1.3.2. Sanal Sağduyunun Genel Çerçevesi .....	268
X.1.3.3. İnançtan Sanaliteye .....	272
<b>SONUÇ</b> .....	<b>275</b>
<b>Ek-1</b>	
<b>Metin Metodolojisi Üzerine .....</b>	<b>285</b>
<b>Ek-2</b>	
<b>Sosyal Bilimlerde Kavram ve Olgu Modülasyonu Bağlamında</b>	
<b>Bir Tekno-Metodoloji Denemesi .....</b>	<b>293</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>305</b>
<b>DİZİN</b> .....	<b>317</b>

Ali ÖZTÜRK

# İmajoloji

İmajoloji, köklü birtakım tespitlerin kavramsallaştırılarak teklifli metotlarla sistematize edildiği büyük ölçüde muhalif bir disiplindir. Fakat muhalefeti indirgemeci ve yıkıcı değil tam anlamıyla indirgemeci ve yıkıcı güçlerin insanı istila ettiği bir çağda insana, doğaya ve değerlere çağrının muhalefettir. Esasen yeni bir sistematığe de çok ihtiyacımız var. Çünkü Batı'nın bu paradigmalara dünyaya verecek iyi bir şeyi kalmamıştır. Geriye daha çok güç ve gölge oyunları kalmıştır.

Antik Yunan'dan bu yana Batı'nın bilgi üzerindeki tahakküm arzusu -iki bin beş yüz yıllık teknik düşüncesi fasit daire kurgusu- esasen imajist bir kurgu dâhilindedir. Yazar, bu fasit dairenin tüm unsurlarını tükenmez bir şevkle sarsıyor, oyunu yeniden karıyor. Bu sebeple işin en baştan bir metot ve disiplin yenilenmesiyle olabileceğini iddia eden yazar, bize yeni bir bilgi disiplini sunuyor. İmajoloji adını verdiği bu bilgi disiplini sayesinde, elimizdeki bütün bilgi kaynaklarını nasıl ve ne şekilde ele alacağımıza ilişkin bir yol haritası çiziyor. Şark ve Garp arasında kadimden bu yana vuku bulan temel ayrışmanın en temelde bilgi ve bilgilenme bilgisi veçhesinde cereyan ettiğini ortaya koyan eser, her iki dünyanın da eldeki malzemelerini mukayese ettikten sonra yeni bir bakış açısının var edilebileceğini ispat ediyor.



elis yayınları

