

Sosyal Bilimlerde İmajoloji: Kuramsal ve Epistemolojik Bir Çerçeve

Sümeyye Kaya |  0000-0003-2665-9965 | sumeyye.kaya20@ogr.sakarya.edu.tr

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Sakarya, Türkiye

ROR  <https://ror.org/04ttnw109>

Öz

İmajoloji, Prof. Dr. Ali Öztürk'ün İmajoloji: Bir Disiplin Denemesi adlı eseriyle 2000'li yılların başında literatüre kazandırılan, imge kavramını merkeze alarak bilgi üretimini yeniden değerlendiren disiplinlerarası bir kuramsal çerçevedir. Bu makalede, imajolojinin kavramsal ve epistemolojik temelleri incelenmekte, sosyal bilimlerde kullanımı tartışılmakta ve klasik imajoloji yaklaşımlarından farkları tartışılmaktadır. İmajoloji, imgeleri yalnızca temsil unsurları olarak değil, aynı zamanda özgün bir bilgi türü ve epistemolojik kategori olarak ele almakta; felsefe, sosyoloji, psikoloji, kültürel çalışmalar ve iletişim gibi alanları bütünleştiren çok boyutlu bir model sunmaktadır. Çalışmada, dijital çağda imajların sanalite olgusu ve köpük bilinç kavramı aracılığıyla toplumsal yapıları nasıl dönüştürdüğü, modern medya ve iletişim araçlarının imajist bilgi üretimindeki rolü ve bu bağlamda toplumsal bilinç ile manipülasyon süreçleri değerlendirilmektedir. Ayrıca imajist bilgi metodolojisinin sosyal bilimlerde sunduğu yenilikler ve Batı merkezli imajoloji anlayışına getirdiği eleştiriler ele alınmaktadır. Sonuç olarak, imajolojinin görsel ve sembolik bilginin tarihsel, toplumsal ve dijital düzlemlerde çözülmesinde metodolojik bir açılım ve özgün katkı sunduğu ortaya konmaktadır. İmajoloji kuramı, doküman incelemesi yöntemiyle ve betimsel analiz çerçevesinde bütüncül bir yaklaşımla yeniden yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler

İmajoloji, İmge Epistemolojisi, Sanalite, Köpük Bilinç, İmajist Bilgi

Atıf Bilgisi

Kaya, Sümeyye. "Sosyal Bilimlerde İmajoloji: Kuramsal ve Epistemolojik Bir Çerçeve". *Sosyolojik Bağlam Dergisi* 7/2 (Ağustos 2026), 377-399.

<https://doi.org/10.52108/2757-5942.7.2.7>

Geliş Tarihi	14.06.2026
Kabul Tarihi	24.07.2026
Yayın Tarihi	15.08.2026
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Benzerlik Taraması	Yapıldı – Turnitin
Etik Bildirim	dergi@sosyolojikbaglam.org
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Yapay Zekâ Kullanımı	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde yapay zekâ tabanlı herhangi bir araç veya uygulama kullanılmamıştır. Çalışmanın tüm içeriği, yazar(lar) tarafından bilimsel araştırma yöntemleri ve akademik etik ilkelere uygun şekilde üretilmiştir.
Telif Hakkı & Lisans	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Imagology in the Social Sciences: A Theoretical and Epistemological Framework

Sümeyye Kaya |  0000-0003-2665-9965 |  sumeyye.kaya20@ogr.sakarya.edu.tr

Sakarya University, Institute of Social Sciences, Department of Sociology, Sakarya, Türkiye

 <https://ror.org/04ttnw109>

Abstract

Imagology is an interdisciplinary theoretical framework introduced into the academic literature in the early 2000s through Prof. Dr. Ali Öztürk's work *Imagology: An Essay on a Discipline*. Centering on the concept of the image, it reconsiders the production of knowledge. This study examines the conceptual and epistemological foundations of imagology, discusses its application within the social sciences, and highlights its differences from classical approaches to imagology. Rather than treating images merely as elements of representation, imagology conceptualizes them as a distinct form of knowledge and an epistemological category. In doing so, it offers a multidimensional model that integrates disciplines such as philosophy, sociology, psychology, cultural studies, and communication. The study explores how images reshape social structures in the digital age through the notions of "virtuality" and "foam consciousness," as well as the role of modern media and communication technologies in the production of imagological knowledge and evaluates the processes of social consciousness and manipulation. Furthermore, the article discusses the methodological innovations offered by imagological epistemology in the social sciences and its criticism of the Western-centered conception of imagology. The findings demonstrate that imagology provides a methodological advancement and an original contribution to the interpretation of visual and symbolic knowledge across historical, social, and digital contexts. Finally, imagology is reinterpreted through a holistic approach based on document analysis and descriptive analysis.

Keywords

Imagology, Image Epistemology, Virtuality, Foam Consciousness, Imagological Knowledge

Citation

Kaya, Sümeyye. "Imagology in the Social Sciences: A Theoretical and Epistemological Framework". *Journal of Sociological Context* 7/2(Ağustos 2026), 377-399.

<https://doi.org/10.52108/2757-5942.7.2.7>

Date of Submission	14.06.2026
Date of Acceptance	24.07.2026
Date of Publication	15.08.2026
Peer-Review	Double anonymous review - Two External Reviewers
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study, and that all the sources used have been properly cited.
Similarity Check	Done – Turnitin
Conflict of Interest	No conflicts of interest have been declared.
Complaints	dergi@sosyolojikbaglam.org
Use of Artificial Intelligence	No artificial intelligence-based tools or applications were used in the preparation of this study. All content of the study was produced by the author(s) in accordance with scientific research methods and academic ethical principles.
Copyright & License	Authors of articles in the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC-ND 4.0.

Giriş

Toplumsal imgelerin bilgi ve gerçeklik inşasındaki belirleyici rolü, akademik literatürde farklı disiplinler tarafından farklı biçimlerde ele alınmaktadır. Bu alanda Türkiye’de özgün ve sistematik bir kuramsal çerçeve ilk kez Ali Öztürk tarafından geliştirilmiştir. Öztürk, 2001 yılında tamamladığı Yüksek Lisans tezinde imge olgusunu salt edebi ya da kültürel bir mesele olarak değil, bağımsız bir bilgi kuramının nesnesi olarak konumlandırmış, bu yaklaşımını 2008 yılında yayımladığı *İmajoloji: Bir Disiplin Denemesi* adlı eseriyle kurumsal ve disiplinler bir çerçeveye taşımıştır. İmajoloji, gerçeğin ve olguların imgesel bilgisine odaklanan, insan bilincinin oluşum süreçlerinden medeniyet kuramlarına dek geniş bir yelpazede imgeyi analiz eden sistematik bir bilgi teorisi olarak tanımlanmaktadır.¹ Bu yönüyle imajoloji; felsefi, epistemolojik ve disiplinlerarası bir derinlik taşımaktadır.

Batı akademisinde ise imge çalışmaları, Öztürk’ün çalışmasından sonraki yıllarda, özellikle 2005’ten sonra Beller ve Leerssen gibi isimler öncülüğünde imajoloji başlığı altında karşılaştırmalı edebiyat ve kültürel çalışmalar ekseninde şekillenmiştir. Beller ve Leerssen’in tanımıyla *Imagology*, edebiyattaki ulusal stereotiplerin eleştirel analizidir.² Özellikle öteki ile kendimiz hakkındaki zihinsel imgelerle ilgili olması önemlidir.³ Fakat sadece karşılaştırmalı edebiyat ve ulusal bir imge anlayışı içerisinde değerlendirilen *Imagology* kuramsal derinlik konusunda sınırlılıkları bulunan bir kavramdır. Bu bağlamda, Prof. Dr. Ali Öztürk’ün çok daha önce ortaya attığı ‘imajoloji’ disiplini kuramsal bir derinlik ve bütünlük içerisinde kapsamlı bir perspektif sunmaktadır. Klasik imajoloji çalışmaları, bir ulusun diğerine ilişkin geliştirdiği imgeleri, özellikle edebi metinler ve söylemler üzerinden analiz eder; bu çerçevede metinlerdeki temsillerin ideolojik ve tarihsel bağlamlarını çözümler. Söz konusu yaklaşım kendi sınırları içinde tutarlı ve değerli bir çerçeve sunmakla birlikte, imge olgusunun felsefi temelleri, kullanım amaçları, insan bilincindeki derin yapılarla ilişkisi bakımından farklı bir odağa sahiptir. Diğer bir deyişle, Batı’daki imajoloji ile Öztürk’ün imajolojisi, birbirinin alternatifi ya da devamı olmaktan ziyade, imge meselesini farklı ölçek ve amaçlarla ele alan iki ayrı kuramsal girişim olarak değerlendirilmelidir.

Bu çalışma, Öztürk’ün imajoloji kuramını sosyal bilimler açısından disiplinler bir bilgi kuramı olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda öncelikle imajolojinin kavramsal ve epistemolojik çerçevesi ele alınmakta, ardından dijital çağda imgelerin artan belirleyiciliği, medya ve iletişim teknolojilerinin imajist bilgi üretimindeki rolü ve toplumsal bilinç yapılarının imajlar aracılığıyla nasıl dönüştüğü tartışılmaktadır. Sanalite olgusunun yükselişi, köpük bilinç gibi kavramlarla ifade edilen bilinç formları ve imajların toplumsal algı üzerindeki manipülatif işlevi de bu çerçevede irdelenmektedir. Son olarak

¹ Ali Öztürk, *İmajoloji: Bir disiplin denemesi* (Ankara: Elis Yayınları, 2013).

² Laura Dooley, *Second-level Students' Perceptions of Immigrants Investigated in the Classroom: An Imagological Mixed-Methods Approach* (Dublin: Dublin City University, Doctoral Dissertation, 2015).

³ Manfred Beller-Joep Leerssen (ed.), *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters: A Critical Survey* (Amsterdam: Rodopi, 2007).

imajoloji kuramıyla ilişkilendirilen çalışmalara yer verilmiş, imajolojinin kuramsal temelleri, sosyal bilimlerde kullanım alanları ve nasıl kullanılabileceği bütüncül bir biçimde ortaya konulmaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve: İmajolojinin Temelleri

Ali Öztürk'ün geliştirdiği imajoloji kuramı, imgeleri birer bilgi birimi ve epistemolojik yapı olarak ele alan disiplinlerarası bir kuramdır. Bu yaklaşım, imge epistemolojisi temelinde, gerçeğin, olgunun veya kavramların imgesel bilgisini kategorize etmeyi ve sistematik hale getirmeyi hedefler. Öztürk'e göre imajoloji, gerçekliği ve olguları imge temelinde yeniden anlamlandırmak, her türlü beşerî faaliyet ve bilgiyi imgesel boyutlarıyla yeniden teorileştirmek üzere tasarlanmış meta-multi-metodist bir disiplindir.⁴ Bu disiplin, klasik pozitivist bilgi anlayışının ötesine geçerek sembolik ve görsel bilgiyi de kapsayan genişletilmiş bir bilgi kuramı sunar. İmajoloji kapsamında "imajist bilgi", bilgiyi oluşturan türlerden biri olarak tanımlanmakta ve imgelerin, bireysel bilinçten toplumsal yapıya uzanan dönüştürücü rolü vurgulanmaktadır. İmajolojinin kuramsal çerçevesi, imgelerin tarihsel gelişimini ve toplumsal yapılarla ilişkisini inceleyen bir perspektife dayanmaktadır. Öztürk'ün eserinde imgelerin mitolojiden modern dijital kültüre uzanan dönüşümü, insan varoluşu ve bilinç tipolojisiyle imgeler arasındaki ilişki, imajların ontolojisi ve epistemolojisi detaylı biçimde analiz edilir. İmajolojiye göre, ilkel mitolojik sembollerden ulus-devlet ikonografisine, oradan da dijital çağın simülasyonlarına kadar imgeler, bilgi üretiminin ve toplumsal meşruiyetin merkezinde yer almıştır. Bu yaklaşım, imgelerin kutsal anlatılardan seküler ideolojilere evrilen serüvenini takip ederek hem geçmiş toplumlarda hem de çağımızda imajların bilgi yapıları kurmadaki işlevini ortaya koyar. Bir imge yeterince uzun süre tekrarlandığında ve toplumsal bilinçte yer ettiğinde, insanlar onu tartışmasız bir gerçek gibi algılamaya başlar. Örneğin, bir ulus sürekli olarak kahramanlık destanları, bayrak törenleri ve millî marşlar üzerinden "cesur, fedakâr" olarak sunulursa hem kendini algılayışı hem de dışarıdan onun algılanışı bu imgeye göre biçimlenecektir.

İmge ve simülasyona ilişkisine bakıldığında burada Baudrillard'ın simülasyon kuramı ön plana çıkmaktadır. İmgenin temsil ettiği şeyden ziyade başlı başına bir gerçeklik olduğunu vurgulamaktadır. Simülakrlar ve Simülasyon kitabında Baudrillard'ın da vurguladığı üzere artık simülakrlar bizatihi bir gerçeklik alanı oluşturmaktadır.⁵ Öyle ki artık imgeler sadece bir simge olmaktan çıkmış bizatihi kendileri odak noktaya konulmuştur. Örneğin reklamlardaki "mutluluk" imgesi, ürünü kullanma deneyiminden bağımsız olarak o ürünün mutluluk verdiği inancını doğurmaktadır.

Öztürk, imgeleri yalnızca temsil araçları olarak değil, bilginin oluşumunda merkezi unsurlar olarak değerlendirir. Bu bakış açısıyla imajoloji, bilginin kaynaklarını ve kanallarını

⁴ Ali Öztürk, "İmajoloji Disiplini Bağlamında Meta-Epistemolojik Arizi-Küllü-Usul Kritik Modeli ve Batı-İmgeci Metodolojinin Çıkması", *Academic Platform Journal of Education and Change* 1/2 (2018), 45-56.

⁵ Jean Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, çev. Oğuz Adanır (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2024).

imgesel düzeyde yeniden tanımlamaktadır. Örneğin, geleneksel toplumlarda mitolojik imgeler toplumsal düzeni meşrulaştıran kutsal semboller iken, modern dönemde ulusal marşlardaki veya bayraklardaki imgeler kolektif kimliği inşa eden araçlara dönüşmüştür. İmajoloji disiplini, bu dönüşümleri tarihsel derinlik içinde incelerken, modern toplumlarda reklam, medya, sanat gibi alanlardaki imgelerin de benzer şekilde bilgi ve bilinç inşasındaki rollerini analiz eder.

Batı'daki imajoloji (imgebilim) yaklaşımı, 1950'lerden itibaren Fransız, Alman ve Hollanda ekollerinde gelişmiş ve edebiyat merkezli bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmıştır. Bu gelenek, ulusların ötekine dair imgelerinin edebî metinler, seyahatnameler ve tarih yazımı üzerinden incelenmesine odaklanır.⁶ Örneğin, Fransızların İngilizleri nasıl betimlediği ya da seyahat yazılarında “Doğu” imgesinin nasıl inşa edildiği bu çalışmaların tipik konuları arasındadır. Özellikle Leerssen, kültürel milliyetçilik, karşılaştırmalı edebiyat ve tarih konularında imgebilimden derinlemesine faydalandığı görülmektedir.⁷ Ancak klasik imajoloji, temsil düzeyinde değerli katkılar sunmakla birlikte, imajların bilgi üretimindeki rolünü ve toplumsal bilinçle ilişkisini yeterince tartışmamıştır; imgelerin epistemolojik statüsünü, bilinç yapılarındaki derinliklerini ve dijital çağdaki dönüşümlerini yeterince ele almamıştır.⁸ Buna karşılık Ali Öztürk'ün geliştirdiği imajoloji, Batı'daki metin odaklı ve Avrupa merkezci yaklaşımlardan ayrılarak özgün, disiplinlerarası ve epistemolojik bir kuram olarak ortaya çıkmıştır.

Öztürk, imajolojiyi yalnızca ulusal stereotiplerin incelenmesine indirgememiş; çalışmasını “bir disiplin denemesi” olarak sunarak müstakil bir teori ve yöntem bütünü halinde geliştirmiştir. Dolayısıyla imajoloji, klasik imajolojinin sınırlarını aşarak görsel, sembolik ve toplumsal bilgiyi bütüncül bir epistemolojik çerçevede yeniden düşünmeyi mümkün kılmaktadır. İmajolojinin amacı incelendiğinde sosyal bilimlerde özellikle de dijital çağdaki imgelerin işlevinin irdelenmesi söz konusu olduğunda etkin bir biçimde kullanılabileceği düşünülmektedir. Yukarıda ortaya konan bu kavramsal ayrım gözetilerek, çalışmada yer verilen Batı kaynaklı literatür, Öztürk'ün yaklaşımını doğrudan eleştiren bir literatür olarak değil, kavramın karşılaştırmalı çerçevesini ortaya koyan bir zemin olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda Öztürk'ün imajolojisinde, imge olgusuna yaklaşım çok daha derinlemesine ve eleştireldir. İmajoloji, imgenin ideolojik ve bilişsel boyutlarını çözümlemeye girer; imgelerin arkasındaki bilinç yapıları, iktidar ilişkileri ve teknolojik ortamlar mercek altına alınır. Klasik imajoloji ise çoğunlukla metindeki imgeyi tespit etmek ve bağlamına oturtmakla yetinirken, imajoloji bu imgelerin toplumsal gerçekliği nasıl inşa ettiği, bilginin diğer türleriyle (bilimsel, kavramsal bilgi gibi) nasıl etkileştiği gibi sorular sorar. Öztürk'ün çalışmalarında, klasik bilimsel bilgi ile sembolik-imajist bilgi

⁶ Manfred Beller-Joep Leerssen (ed.), *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters: A Critical Survey* (Amsterdam: Rodopi, 2007).

⁷ Katharina Edstadler vd. (ed.), *New Perspectives on Imagology*, *Studia Imagologica* 30 (Leiden: Brill, 2022).

⁸ Joep Leerssen, «Imagology: On Using Ethnicity to Make Sense of the World», *Iberic@1* 10 (2016), 13-31.

arasındaki ayrım yeniden düşünülmekte; imgelerin de en az rasyonel kavramlar kadar bilgi üretimine katkı sunduğu savunulmaktadır. İmajoloji disiplini bu yönüyle postmodern bilgi tartışmalarına da eklenmekte, “hakikat”ın imgeler aracılığıyla inşasına eleştirel bakış geliştirmektedir. İmajolojinin bir diğer ayırt edici özelliği, son derece disiplinlerarası bir yönelime sahip olmasıdır. Öztürk’ün yaklaşımı, felsefe, sosyoloji, psikoloji, tarih, kültürel çalışmalar, iletişim ve medya teorisi, sanat tarihi, estetik, etik gibi pek çok alanı imge ekseninde birleştirir. Bu sayede imajoloji, insan deneyimini ve bilgisini bütüncül bir perspektifle ele alabilir. Örneğin felsefi açıdan bakıldığında imajoloji, Platon’dan günümüze “imge” kavramının ontolojik statüsünü ve bilgi değeri tartışmalarını içine alır. Sosyolojik açıdan, modern toplumda ideolojilerin ve kolektif kimliklerin imajlar yoluyla nasıl kurulduğunu inceler. Psikoloji ile kesiştiğinde, bilinçaltı imgeler, rüyalar veya kolektif bilinçdışı mitolojiler imajoloji kapsamında değerlendirilebilir.

Öztürk, imajolojide yatay ve dikey araçlar ayrımı yaparak disiplinlerarasılığa bir sistematik kazandırır. Yatay araçlar, reklamcılık, popüler medya, sosyal medya gibi geniş kitlelere yayılan ve günlük yaşamı kuşatan imge üreticileridir. Dikey araçlar ise ideoloji, sanat, din, eğitim gibi daha derin yapıların içinde yer alan, kültürel ve tarihsel bağlama nüfuz eden imge katmanlarıdır. Örneğin reklam ve medya dili, günümüz toplumunda sürekli bir imge bombardımanı yaratırken (yatay araç), sanat eserleri veya dini ritüeller yüzyıllar içinde biriken imgesel formları taşıyan dikey araçlardır.⁹ İmajoloji, bu farklı düzlemlerdeki imge üretimini birlikte analiz ederek hem güncel hem tarihsel perspektifi harmanlar. Bu sayede bir yandan dijitalleşme sonrası ortaya çıkan “köpük bilinç” gibi özgün bilinç modellerini tartışırken diğer yandan mitolojik dönemden beri süregelen sembolik formların izini sürebilir. İmajoloji disiplininin sunduğu çok boyutlu farkındalığa ve kuramsal çerçeveye rağmen literatürde yeterince karşılık bulmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, 2000’li yıllar sonrasında belirginleşen kavramsal boşluk, Öztürk’ün (2001) çalışmasıyla birlikte kuramsal bir zemine taşınmıştır. Nitekim 2001 öncesi sınırlı metinlerde yüzeysel bir içerikle yer bulan imaj terimi, bu tarihten itibaren daha net ve kapsamlı bir muhteva kazanmış ve akademik düzlemde sistematik bir yapıya kavuşmuştur.

2. Yöntem

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak yazılmıştır. Nitel araştırmalar, toplumsal olguları bağlamı içinde anlamaya, betimlemeye ve yorumlamaya yönelik araştırma desenleridir.¹⁰ Çalışmanın amacı, imajoloji kuramının kavramsal ve yöntemsel boyutlarını incelemek olduğundan, araştırma ampirik saha verilerine değil, literatür temelli dokümanlara dayandırılmıştır.

⁹ Öztürk, *İmajoloji*.

¹⁰ John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (Sage, 2013); Sharan B. Merriam, *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation* (Jossey-Bass, 2009); Ali Yıldırım-Hasan Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021).

Araştırmada kullanılan temel teknik doküman incelemesidir. Doküman incelemesi, yazılı materyallerin sistematik biçimde toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanması sürecini ifade eden bir nitel veri toplama yöntemidir.¹¹ Bu kapsamda, Ali Öztürk'ün imajoloji üzerine kaleme aldığı eserler başta olmak üzere, kuramın kavramsal temellerini ve metodolojik açılımlarını tartışan makaleler, kitap bölümleri ve akademik çalışmalar incelenmiştir. Doküman seçiminde belirli ölçütler esas alınmıştır. İlk olarak, incelenen kaynakların imajoloji kuramının kavramsal ve yöntemsel boyutlarıyla doğrudan ilişkili olması şartı aranmış, konuyla dolaylı ilişkili çalışmalar kapsam dışında bırakılmıştır. İkinci olarak, kaynakların akademik güvenilirliği gözetilmiş, hakemli dergilerde yayımlanmış makaleler, alanında tanınmış yayınevlerince basılmış kitaplar ve akademik tezler tercih edilmiştir. Üçüncü olarak, kuramın güncel tartışmalar içindeki konumunu yansıtabilmek amacıyla hem klasik imgebilim/imajoloji literatürü hem de Öztürk'ün Türkçe literatürdeki katkıları bir arada değerlendirilmiştir. Ayrıca kuramın eleştirel biçimde konumlandırılabilmesi için Batı merkezli imgebilim geleneğini temsil eden uluslararası kaynaklara da yer verilerek karşılaştırmalı bir okuma imkânı sağlanmaya çalışılmıştır.

Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Betimsel analiz, elde edilen verilerin önceden belirlenen temalar etrafında düzenlenmesi, yorumlanması ve tartışılması sürecini içerir.¹² Bu doğrultuda imajolojinin kavramları, kuramsal boyutları ve sosyal bilimlerdeki yöntemsel yeri belirlenen temalara göre sınıflandırılmış, yorumlayıcı bir çerçevede değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde hem kavramların tarihsel gelişimi hem de farklı disiplinlerle etkileşimleri dikkate alınmıştır. Araştırmanın epistemolojik yönelimi yorumlayıcı paradigma ile uyumludur. Bu paradigma, toplumsal gerçekliğin yalnızca nesnel gözlemlerle değil, bağlamsal ve öznel yorumlarla da anlaşılabilceğini savunur.¹³ Bu nedenle araştırmada ulaşılan sonuçlar, nesnel ölçümlere değil, literatürden elde edilen kavramsal çözümlemelere dayanmaktadır.

Çalışmanın sınırlılığı, yalnızca ikincil verilere ve kavramsal incelemelere dayanmasıdır. Ampirik saha araştırması yürütülmediğinden bulguların genellenebilirliği sınırlıdır. Ancak güvenilir akademik kaynaklara dayalı olarak gerçekleştirilen bu kuramsal çözümleme, imajoloji disiplininin yöntemsel katkılarını tartışmak için sağlam bir zemin sunmaktadır.

3. İmajolojinin Yöntemsel Yaklaşımı ve Epistemolojik Yeniliği

Bu bölümde imajolojinin kendine has yöntem önerisi üzerinde durulacaktır. Ali Öztürk, imajolojiyi “meta-multi-metodist” bir disiplin olarak tanımlar; yani birden fazla yöntemi meta düzeyde bir araya getiren, çok katmanlı bir metodoloji önerir. İmajoloji, ihtiyaç

¹¹ Glenn A. Bowen, «Document Analysis as a Qualitative Research Method», *Qualitative Research Journal* 9/2 (2009), 27-40.

¹² Ali Yıldırım- Hasan Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2021).

¹³ Thomas A. Schwandt, «Constructivist, Interpretivist Approaches to Human Inquiry», *Handbook of Qualitative Research*, ed. Norman K. Denzin- Yvonna S. Lincoln (Thousand Oaks: Sage, 1994), 118-137; Merriam, *Qualitative Research*.

duyduğunda metin çözümlemesi, göstergebilimsel analiz, tarihsel karşılaştırma, medya içerik analizi, psikolojik yorumlama gibi farklı yöntemleri birlikte kullanabilecek esnekliğe sahiptir. Bu yönüyle klasik yöntem yaklaşımlarına eleştirel bir alternatif oluşturur.

İmajolojinin yöntemsel yeniliği, klasik bilimsel bilgi ile sembolik bilgi arasındaki sınırı yeniden tartışmaya açmasıdır. Modern bilim paradigması, doğrulanabilir ve nesnel bilgiyi esas alırken, mitler, semboller veya imgeler gibi öznellik içeren unsurları genellikle bilgidışı sayma eğilimindedir. Oysa imajoloji, bu tavra itiraz ederek, imgesel olanın da bilgi üretebileceğini öne sürer. Nitekim insanlık tarihine bakıldığında, mitolojiler ve dini imgeler, toplumların dünyayı anlama çabasının bir parçası olmuş ve kolektif hafızada yer etmiştir. İmajoloji metodolojisi, nesnellik-iddiası taşıyan bilimsel bilgi ile öznelliğe açık imajist bilgi arasındaki etkileşimi ortaya koymayı hedefler. Bu yaklaşım, sosyal bilimlerde insanı ve toplumu anlamak için daha kapsayıcı bir yöntem seti oluşmasına katkı sunmaktadır.

İmajoloji, bir yöntem olarak sosyal bilimlerde araştırma nesnesini imgeler üzerinden tanımlamayı ve bu imgeleri çok katmanlı bağlamlarda çözümlemeyi mümkün kılar. Öncelikle imajoloji, inceleme konusunu bir imge ya da imgesel sistem üzerinden belirler; bu, bir şehir silueti, politik lider portresi, reklam kampanyasındaki mutluluk imgesi ya da dijital kültürdeki mem'ler olabilir. Belirlenen imge, tarihsel, kültürel, teknolojik ve ideolojik bağlamlarıyla birlikte ele alınır ve bu süreçte farklı yöntemlerin entegrasyonu devreye girer. İmajoloji, Ali Öztürk'ün tanımladığı "meta-multi-metodist" yaklaşım uyarınca tek bir metodolojiye bağlı kalmaz; göstergebilimsel çözümleme, tarihsel karşılaştırma, medya içerik analizi, söylem analizi ya da sosyolojik anket ve görüşmeleri bütünleştiren esnek bir çerçeve sunar. Böylelikle imajoloji, imgenin yalnızca bir temsil unsuru olmadığını, aynı zamanda bilgi üreten bir yapı olduğunu ortaya koyar. Bu bağlamda, araştırmacıya imgelerin nasıl bir bilgi ürettiğini, bireysel bilinçten toplumsal bilince nasıl aktarıldığını ve bu süreçlerin manipülasyonla nasıl ilişkili olduğunu sorgulama imkânı tanır. İmajolojinin bu yöntemsel boyutu, kent sosyolojisinden medya çalışmalarına, siyaset biliminden kültürel çalışmalar ve eğitim araştırmalarına kadar geniş bir alanda uygulanabilir olup, görsel ve sembolik bilgiyi disiplinlerarası bir perspektifle değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

Sonuç olarak, imajoloji yöntemsel olarak tek bir disipline veya metoda bağlı kalmayan, insan ve toplum araştırmalarında yeni kombinasyonlara imkân tanıyan bir yaklaşım geliştirmiştir. Bu yaklaşımın somut tezahürleri, sonraki bölümde dijital çağ, medya ve toplumsal bilinç konularındaki analizlerle gösterilecektir.

4. Analiz ve Tartışma

İmajolojinin kuramsal temellerinin anlaşılmasının ardından, bu bölümde kuramın öne çıkan tematik ve uygulamalı boyutları tartışılacaktır. Ali Öztürk'ün imajoloji modeli, çok katmanlı bir kuramsal şema sunar ve özellikle dijital çağ, medya, toplumsal bilinç ve imajist bilgi gibi konularda özgün kavramlar ve tespitler içermektedir. Aşağıda, belli başlıklar üzerinden imajolojinin getirdiği bakış açıları ele alınmaktadır.

4.1. Dijital Çağ, Sanalite ve “Köpük Bilinç”

21. yüzyılın dijital devrimi, imajoloji kuramının en dikkat çekici biçimde uygulandığı/ uygulanacağı alanlardan biridir. Öztürk, dijitalleşme sonucu ortaya çıkan yeni toplumsal yapılara “sanalite” adını verir. Sanalite, sanal gerçeklik kültürünün hâkim olduğu, ilişkilerin ve iletişimin büyük ölçüde imgeler ve sanal semboller üzerinden kurulduğu bir sosyolojik olgudur.¹⁴ Sosyal medya platformları, dijital oyunlar, sanal topluluklar gibi tüm bu mecralar, fiziksel gerçekliğin ötesinde bir sanal gerçeklik katmanını oluşturur. İmajoloji, sanaliteyi ayrıntılı bir model olarak ele alır ve dijital çağın imgelerini ekolojik bir perspektifle incelemektedir. Ekolojik bir perspektifle incelemeyi biraz daha açacak olursak, sanalite, imgelerin üretildiği, yayıldığı, beslendiği ve yok olduğu habitat gibi ele alınmaktadır. Nitekim metaverse evrenlerinde, sosyal medya platformlarında da bunun sıkça örneklerine rastlanmaktadır. Örneğin, bir sosyal medya akımında bakılması gerekenler; imgenin kaynağı (hangi kültürel, politik veya ticari aktörlerin hangi imgeleri ürettiği vs.), imgenin dolaşımı (nasıl ve kimler tarafından paylaşıldığı, hangi mecralarda daha çok tutunduğu), imgenin ömrü (bazıları -köpük bilinç kavramıyla da anlayacağımız üzere- çok hızlı tüketilir, bazıları ise kalıcılığını korur), imgeler arası etkileşim (bir imgenin başka imgelerle birleşerek yeni bir anlam doğurması) ve çevresel faktörler (trend listeleri, algoritmalar, yaygınlaşma kriterleri vb.) olmalıdır. Tüm bunlar bir ekosistem gibi belirleyici faktörleri oluşturur. Günümüze baktığımızda artık metaverse evrenlerinin yükselişe geçtiği görülmektedir. Bu evrenlerde de yeni bir ekosistem oluştuğunu ve ekolojik perspektifi göz önünde bulundurarak bir metodolojik yaklaşım sergilenebilmesi önemlidir.¹⁵

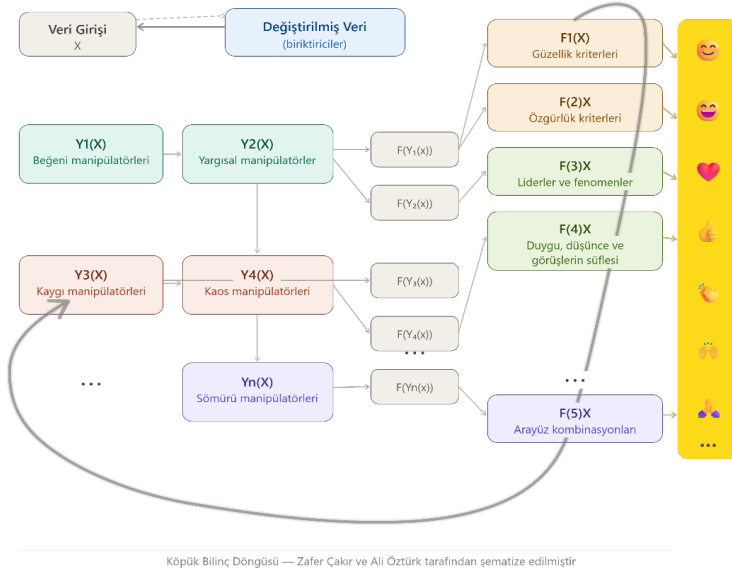
Bu bağlamda ortaya çıkan kavramlardan biri de “köpük bilinç” (foam consciousness) kavramıdır. Köpük bilinç, dijital ortamda oluşan parçalı, akışkan ve kısa ömürlü bilinç yapılarını tanımlamak için kullanılmaktadır. Nasıl ki köpük, baloncuklardan oluşan, geçici ve sürekli değişen bir yapı ise; dijital çağda bireylerin bilinç halleri de benzer şekilde tutarsız, anlık etkileşimlerle şekillenen bir karakter kazanmıştır. Örneğin, sosyal medyada kullanıcıların bir anyoğunlaştığı bir gündem, birkaç saat sonra tamamen unutulabilmektedir. İlgi ve dikkat, sürekli yeni imgeler ve içerikler arasında dağılmakta; derinlikli ve kalıcı bir bilinç yerine yüzeysel bir farkındalık hali yaygınlaşmaktadır. Öztürk, köpük bilinç kavramını imajolojinin özgün katkılarından biri olarak değerlendirmekte ve bu olguyu modern insanın yabancılaşma süreçleriyle ilişkilendirmektedir. Dijital dünyadaki imgelerin hızlı tüketimi, bireyin hem kendisine hem topluma yabancılaşmasını hızlandırmaktadır. İmajoloji, bu yabancılaşmayı eleştirel bir gözle inceler; sanal toplulukların ne tür kültürel ve psikolojik dönüşümlere yol açtığını anlamaya çalışır.

Öztürk, ‘köpük bilinci’ modelini temellendirirken disiplinlerarası bir yaklaşım sergilemiş esin kaynağı olarak; Platon’un mağara metaforundan Gazali’nin epistemolojisine, İbn-i Haldun’un

¹⁴ Öztürk, *İmajoloji*.

¹⁵ Sümeyye Kaya, “Metaverse’te Yeni Kimlik İnşası, Benlik Sunumu ve Dijital Ekonomi Deneyimi: Türkiye’de Uygulamalı Bir Nitel Araştırma”, *İstanbul University Journal of Sociology* 45/2 (Aralık 2025), 682-733.

insan doğası ve kültürel formlar üzerine ilkelerinden Mevlana'nın mistik modellerine, Bacon'ın putlar teorisinden Baudrillard'ın simülasyon teorisine ve Frankfurt Okulu'nun eleştirel yaklaşımlarına kadar uzanan geniş bir düşünsel zeminden beslendiğini ifade etmiştir.¹⁶



Şekil 1. Köpük Bilinç Döngüsü Şeması

(Ali Öztürk ve Zafer Çakır tarafından oluşturulmuş, yazar tarafından tekrar görselleştirilmiştir).

Köpük Bilinç Döngüsü Şeması, yalnızca dijital platformlarla sınırlı kalmayıp siyasetten günlük tüketime, eğitimden kültürel üretim pratiklerine kadar hayatın pek çok alanında uygulanabilir nitelikte evrensel bir model ortaya koymaktadır.¹⁷ Son yıllarda dijital platformların bireyin algı ve davranış kalıplarını nasıl dönüştürdüğü giderek daha fazla tartışılmakta, bu tartışmalar söz konusu dönüşümün kendiliğinden değil, sistematik bir işleyiş aracılığıyla gerçekleştiğine işaret etmektedir. Şemaya göre süreç, kullanıcıdan gelen ham verinin (X) platforma iletilmesiyle başlar. Bu veri, beğeni, yargısal, kaygı, kaos ve sömürü manipulatorleri aracılığıyla işlenerek dönüşüme uğrar. Her bir manipulator, veriye kendi işlev fonksiyonunu uygular ve ortaya çıkan çıktılar sırasıyla güzellik kriterleri, özgürlük kriterleri, liderler ve fenomenler, duygu-düşünce-görüş süfesi ile arayüz kombinasyonları biçiminde somutlaşmaktadır. Bu çıktılar birer tepki ve etkileşim olarak kullanıcıya geri döner. Beğeni, onay, hayranlık ve paylaşım gibi duygusal tepkimeler döngüyü besleyen unsurlardır. Böylece sistem, bireyin orijinal verisini kendi mantığına göre yeniden biçimlendirerek bireye geri yansıtır ve döngü durmaksızın kendini yeniler.

¹⁶ Ali Öztürk, "Dijital Farkındalık Çağı ve Köpük Bilinç Döngüsü: Yeni Bilinç Biçimi Üzerine Bir Model Deneme", *Sosyolojik Bağlam Dergisi* 4/3 (Aralık 2023), 224.

¹⁷ Öztürk, "Dijital Farkındalık Çağı ve Köpük Bilinç Döngüsü", 217-237.

Sonuç olarak birey, farkında olmaksızın hem bu döngünün üreticisi hem de tüketicisi konumuna düşmektedir.

Dijital çağda ortaya çıkan yeni topluluk biçimleri, geleneksel toplum tanımlarını da zorlamaktadır. Örneğin, çevrimiçi forumlar veya sosyal medya grupları, coğrafi yakınlık olmadan da “cemaat” duygusu yaratabilir. Ancak bu tür sanal cemaatlerde bağlar genellikle zayıf ve geçicidir. İmajoloji, bu durumu imgeler üzerinden kurulan ilişkisel ağlar olarak tanımlar. Yani insanlar artık ortak bir fiziksel mekân paylaştıkları için değil, ortak imgeler, mem’ler (sembolik dijital bağ denebilir), profiller paylaştıkları için bir araya gelmektedir. Bu durum toplum ve cemaat kavramlarının imgesel temelde yeniden düşünülmesini gerektirir.

İmajoloji kuramı, dijital kültürdeki imgelerin ekolojik gelişimini incelerken, bu imgelerin insan davranışları ve değerler üzerindeki etkilerini de analiz etmektedir. “Sanal ekoloji” diyebileceğimiz bu yaklaşım, dijital ortamın kendi içinde bir habitat gibi düşünülebileceğini öne sürer; bu habitatta imgeler besin zincirinin halkaları, algoritmalar ise ekosistemin görünmez düzenleyicileridir. Örneğin, sosyal medya algoritmaları hangi imgelerin yayılacağını belirleyerek dijital ekolojideki “doğal seçilimi” etkiler. Popüler kültür figürleri, viral videolar veya görsel mem’ler bu ortamın türleri olarak görülebilir ve imajoloji bunların yaşam döngülerini, evrimlerini inceleyebilir.

Özetle, dijital çağda imajoloji, sanal dünyayı anlamak için güçlü bir kuramsal araç sunar. Sanalite kavramı, günümüz dijital etkileşimleri ifade ederken, köpük bilinç, dijital çağ insanının zihinsel durumunu çarpıcı biçimde açıklar. İmajoloji, dijital imgelerin sadece iletişim aracı değil, aynı zamanda yeni bir bilinç ve toplumsallık formu yarattığını ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, sosyal bilimlerde dijitalleşme çalışmalarına özgün bir epistemolojik boyut kazandırmaktadır. Dijital imgelerin bu yeni bilinç ve toplumsallık formlarını yaratma kapasitesi, onların en önemli üreticisi ve taşıyıcısı olan modern medya mecralarının rolünü daha kritik hale getirmiştir. Dijitalleşme sosyolojisi alanında İmajoloji kuramının/kavramının etkin rol oynayabileceği düşünülmektedir.

4.2. Medya, Yeni İmaj Üreticileri ve İmajist Bilgi

Modern medya, özellikle 20. yüzyıldan itibaren imgelerin başlıca üreticisi ve taşıyıcısı haline gelmiştir. İmajoloji yaklaşımı, medya ve reklam dünyasını “yatay imaj araçları” olarak tanımlar. Televizyon, sinema, gazete, dergi ve günümüzde en önemlisi internet ve sosyal medya gibi mecralar, toplumsal bilinçte yer eden imgeleri sürekli olarak üretir ve dolaşıma sokar. Sonrasında ise artık üretilen bu imgeler farklı imgeleri doğurur ve gerçeklik alanı yaratır. Bu bağlamda, imajolojinin önemli tezlerinden biri “imajist bilgi” kavramıdır. İmajist bilgi, imgelerin sadece görsel temsil olmadığını; bilginin üretilmesi, aktarılması ve toplumsal belleğin oluşması süreçlerinde aktif rol oynadığını vurgular.¹⁸ Yeni medya, bu imajist bilginin ana dolaşım alanlarından biridir.

¹⁸ Öztürk, *İmajoloji*.

Öztürk'ün modelinde, reklamlar, popüler kültür öğeleri, algoritmik içerik üretimleri gibi unsurlar, imajist bilgi sisteminin birer parçası olarak ele alınır. Örneğin bir reklam kampanyası, sadece bir ürünün tanıtımı değildir; aynı zamanda o ürün etrafında bir imge ve anlam dünyası kurar. Coca-Cola reklamlarında mutluluk imgesi, Nike kampanyalarında başarı ve azim imgesi gibi... Bu imgeler, kitlelerin zihinlerinde belirli duyguları ve değerleri tetikleyerek toplumsal belleğe kazınır. Aynı şekilde, popüler bir film veya dizi, karakterler ve semboller aracılığıyla geniş kitlelere ortak imgeler sunar (örneğin Harry Potter'ın şimşek şeklindeki yara izi, Jedi ışın kılıcı, süper kahraman simgeleri vb.). İmajoloji, bu tür kültürel imgeleri de bilgi üretiminin bir parçası olarak görür; zira bunlar aracılığıyla insanlar dünyayı ve kendilerini anlamlandırmaktadır.

Yeni medya ise (sosyal medya, dijital platformlar, akıllı telefon uygulamaları vb.) imajist bilginin dolaşımını hız ve ölçek bakımından eşi görülmemiş bir seviyeye taşımıştır. Sosyal medya platformlarında her gün milyarlarca görsel paylaşılmakta, haber sitelerinde imgeler hızla yayılmaktadır. Bu durum, imajların toplumsal etkisini arttırdığı gibi, manipülasyon potansiyelini de yükseltmektedir. İmajoloji bu bağlamda medyayı iki uçlu bir araç olarak değerlendirir: Bir yandan medya, toplumsal hafızanın taşıyıcısı olarak imajist bilgiyi nesiller arası aktarır (örneğin ulusal bayramlarda yayınlanan tarihi görüntüler kolektif hafızayı canlı tutar). Öte yandan medya, gündelik gerçeklik algısını şekillendiren bir unsur olarak imajları kullanarak kitleleri yönlendirebilir. Burada birkaç örnek vermek yerinde olacaktır. Örneğin, Avrupa medyasının göçmenleri belirli imgelerle (kalabalık tekneler, sınır kapıları vb.) sürekli tekrarlaması, kamuoyunda “tehdit” algısı oluşturdu. Instagramda bir şarkıcının sesinden çok imajının ön plana çıkması, onun konuşulması ve örnek alınması örnek olarak verilebilir. Ayrıca belirli gruplarla ilgili içeriklerin algoritma tarafından öne çıkarılması, kullanıcıların zihninde o gruba dair imajları pekiştirebilir.

Ali Öztürk'ün çalışmasında medya ve reklam, imajolojinin yatay düzlemdeki araçları olarak incelenirken; ideoloji ve sanat dikey düzlemde ele alınır.¹⁹ Bu ayrım önemlidir çünkü medya ve reklamın etkisi anlık ve geniş kitleye hitap ederken, sanat ve ideolojinin imge etkisi daha derin ve uzun vadelidir. Ancak her iki durumda da mekanizma benzerdir: İmgeler aracılığıyla bir gerçeklik kurgusu yaratılır ve bu kurgular insanlar tarafından bilgi olarak içselleştirilir. Örneğin, bir haber kanalında sürekli belirli imgelerin (savaş görüntüleri, ekonomik kriz tablosu, lider portreleri vs.) tekrarı, izleyicinin o konuda bir “gerçeklik” algısı oluşturmaya yol açar. Kişi, doğrudan deneyimlemediği halde, medya aracılığıyla edindiği imajlar sayesinde dünya hakkında yargılara varır. Bu, imajist bilginin işleyişine tipik bir örnektir.

İmajolojinin medya analizine getirdiği en kritik katkılardan biri, manipülasyon ve sistematiğe olgusudur. İmajlar, belirli amaçlarla bir araya getirilip sistemli biçimde kurgulanarak kitleleri etkileyebilir. Bu, propaganda tekniklerinden reklam stratejilerine,

¹⁹ Öztürk, *İmajoloji*.

hatta gündelik politik iletişime kadar pek çok alanda gözlenen bir durumdur. İmajoloji, toplumsal gerçeklik algısının imajlar yoluyla şekillendirilebildiğini, dolayısıyla imajların birer güç aracı haline gelebildiğini ortaya koyar. Örneğin, otoriter rejimlerde liderin her yerde fotoğrafının bulunması, kalabalık miting imgeleri, bayrak ve milli sembollerin sürekli görünür kılınması, imajların bilinçli bir şekilde kullanılarak toplumsal gerçekliğin çerçevelenmesine hizmet eder. Yeri geldiğinde bireyin gururlanmasını ve ulusu sahiplenmesini sağlayarak yeri geldiğinde ise korku salarak bu yapılabilmektedir.

Modern medya ve siyasal sistemlerin ürettiği indirgemeci imgeler, çok katmanlı gerçekliğin yerine tek boyutlu ve yönlendirilmiş algılar koymaktadır. Bu durum, bireylerin daha zengin ve nüanslı bir dünya görüşü geliştirmesini engellerken, onları kolay yönetilebilir kitleler haline getirebilir. İmajoloji, bu manipülatif süreçlerin eleştirisini yaparak, bireyin kendi imgesel dünyasını daha bilinçli kurabilmesine katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Sonuç olarak, medya ve imajist bilgi ilişkisi, imajoloji kuramının çağımıza en doğrudan temas ettiği noktadır. Medya, bir yandan imajolojinin araştırma nesnesi (imgelerin taşıyıcısı) diğer yandan da potansiyel uygulama alanıdır (imajoloji ilkelerinin medya okuryazarlığına yansması gibi). İmajoloji, medya okuryazarlığını sadece metin veya içerik çözümlemesi boyutundan çıkarıp görsel okuryazarlık ve imge okuryazarlığı boyutuna taşır. Günümüzde doğru bilgi ile yanıltıcı bilgi arasındaki çizginin bulanıklaştığı “post-truth” çağında, imajolojinin medya analizine getirdiği bu derinlikli perspektif büyük önem taşımaktadır.

4.3. Toplumsal Bilinç, Manipülasyon ve Yabancılaşma

İmajolojinin temel inceleme alanlarından biri toplumsal bilinç ve onun imajlarla ilişkili dönüşümüdür. Tarih boyunca mitler, destanlar, dinî semboller ve sanat eserleri toplumsal bilincin inşasında belirleyici olmuştur. Öztürk’e göre modern dönemde bu işlevi kısmen ideoloji ve medya devralmış, ancak mekanizma aynı kalmıştır; bireysel zihinlerde üretilen imgeler kolektif bir düzlemde toplumsal gerçeklik algısına dönüşür. Bu süreçte imajların manipülatif kullanımı öne çıkar; belirli amaçlarla seçilen ve çoğaltılan imgeler toplumsal bilinci istenen yönde şekillendirebilir. Örneğin, öteki gruplara dair olumsuz imgeler düşmanlığı beslerken, propaganda afişleri veya lider portreleri kitleleri seferber eden sembolik kodlar üretir. Bu bağlamda Öztürk’ün “imge duvarı” kavramı, bireyin gerçekliği farklı açılardan görmesini engelleyen sembolik bariyerleri ifade eder.

Manipülasyonun bir sonucu olarak, tek boyutlu imgeler bireylerin hem kendisine hem de toplumsal gerçekliğe yabancılaşmasına yol açar. Popüler kültürde dayatılan ideal beden ya da yaşam tarzı imgeleri kişinin kendi gerçekliğini yetersiz görmesine neden olurken, düşman imgeleri toplum kesimlerini birbirine yabancılaştırır. İmajoloji, bu indirgemeci süreçleri eleştirerek çok katmanlı gerçekliğin nasıl perdelenebildiğini gösterir. Bunun yanında, toplumsal bilinçte mit ve kutsallığın rolüne de dikkat çeker. Geleneksel toplumlar da tanrılar ve kahramanlar düzenin sembolüken, modern toplumlar da ulus, bayrak ve ilerleme imgeleri benzer işlevleri üstlenmiştir; ulusal marşlar ve anıtlar modern mitolojinin taşıyıcılarıdır.

İmajolojinin toplumsal bilinç analizine kattığı bir diğer boyut meta-epistemolojik eleştiridir. Öztürk, Batı merkezli paradigmanın evrenselleştirilmesinin Batı dışı toplumlarda bir “epistemik jetlag” yarattığını, yani bilincin ithal kavramlarla şekillendirilerek yerel imgelerden koparıldığını vurgular. İmajoloji bu yanılsamayı aşmak için kültürel ve yerel imgeleri yeniden değerlendirmeyi önerir. Böylece toplumsal bilinç, evrensel kavramlarla birlikte kendi imgesel birikimine de yaslanarak gelişebilir.

Sonuçta imajoloji, toplumsal bilinç, manipülasyon ve yabancılaşma ilişkilerini eleştirel biçimde çözümler; toplumların imgeler aracılığıyla nasıl yönlendirildiğini gösterirken, daha çoğulcu ve katmanlı bir bilinç inşasının imkânına işaret eder. İmajoloji imajların önemini teslim ederken, bunun arkasında yatan gerçekliği gizlemesi-görünmez kılması durumunu eleştirir. Sosyal bilimlerde imajoloji kuramsallaştırmasının pek çok süreci analiz etmek için faydalı ve yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

4.4. Batı Merkezli İmgebilim Anlayışının Sınırlılıkları

İmajoloji kuramının ortaya çıkışı, aynı zamanda Batı merkezli klasik imgebilim (imajoloji) anlayışına bir eleştiri ve alternatif olma niteliği taşır. Klasik imajolojinin sınırlılıkları ve tek yanlı bakış açıları, Öztürk’ün eserlerinde sıkça vurgulanır. Batı menşeli imajoloji literatürü, daha önce belirtildiği üzere, büyük ölçüde Avrupa edebiyatı çerçevesinde gelişmiş ve Avrupa’nın ötekine bakışı etrafında şekillenmiştir. Bu çalışmaların bir kısmı, oryantalist diskurları çözümlenerek önemli katkılar sunsa da çoğu zaman Avrupa-merkezcilik tuzağından kurtulamamışlardır. Örneğin, “Fransızların Alman İmajı” veya “İngiliz Seyyahların Doğu İmajı” gibi çalışmalar değerli olmakla birlikte, imgenin evrensel bilgisini kuramlaştırmaktan ziyade yerel olgulara odaklanmıştır.

Ali Öztürk, Batı kaynaklı bu birikimi tamamen reddetmez, ancak önemli yapısal sorunlarına dikkat çeker. Birincisi, klasik imajoloji metin merkezli ve yorumlayıcı bir alan olarak kalmıştır. Bu nedenle sosyoloji, felsefe, psikoloji gibi disiplinlerle diyaloga girmekte zorlanmış, disiplinlerarası bir teori inşa edememiştir. İkincisi, bu alanın kavramsal çerçevesi belirsizlikler içermektedir; “imge”, “imaj”, “temsil” gibi temel kavramlar tutarlı bir epistemolojik zemine oturtulmamıştır. Bu eksiklik, imajolojinin uzun süre marjinal bir uğraş olarak kalmasına yol açmıştır. Üçüncüsü ve belki de en önemlisi, klasik imajoloji Batı deneyimini merkez almıştır. Başka bir deyişle, Batı toplumlarının diğerlerini nasıl gördüğü incelenirken, örneğin bir Afrikalı toplumun imge dünyası veya Doğu’nun Batı’ya bakışı gibi konular ihmal edilmiştir.

Öztürk’ün imajolojisi, bu eksikliği gidermeye yönelik bir girişimdir. Kendisinin ifadesiyle, imajoloji klasik literatür ve medya temalı kavramsallaştırmalardan ve Batı-imgeci metodolojinin çıkmazından bağımsız olarak ortaya konmuştur. “Batı-imgeci metodolojinin çıkmazı” ifadesiyle kastedilen, Batı’nın kendi tarihsel tecrübesine dayanarak evrenselleştirdiği bilgi yöntemlerinin, Batı dışı toplumlarda yol açtığı sorunlardır. Öztürk, modern paradigmanın akıl, eleştiri, analitik gibi kavramları yüceltirken, aslında bunların Batı’ya özgü deneyimlerin ürünü olduğunu belirtir.²⁰ Bu yöntemler evrensel hakikat

²⁰ Öztürk, *İmajoloji*.

arayışında tek geçer akçe sayıldığında, Batı dışı toplumlar kendilerini ifade etmekte güçlük çeker ve bir tür “gecikme” yaşarlar. Öztürk, bunu “epistemik jetlag” metaforuyla açıklar: Nasıl ki bir uçak yolculuğunda saat farkından dolayı biyolojik ritmimiz bozulursa, bilgi ve düşünce alanında da Batı’nın kavramlarını körü körüne alan toplumlar kendi ritimleriyle uyumsuz hale gelirler. Bu da entelektüel bir sarsıntı ve uyumsuzluk yaratır.

Batı merkezli imajolojinin kısıtlarına bir diğer örnek, imge olgusunun teknolojik boyutunu ihmal etmesidir. Avrupa imajoloji çalışmaları çoğunlukla 19. ve 20. yüzyıl metinlerine odaklanmış, televizyon, internet gibi modern imge üreticilerine pek eğilmemiştir. Oysa günümüzde imge denince akla basılı metinlerden çok dijital görseller gelmektedir. Bu noktada imajoloji, Batı’daki mevcut bir boşluğu doldurur: Dijital imge ve sanallık kuramları henüz emekleme aşamasındayken, Öztürk 2000’lerin başında bunlara dair öngörüler geliştirmiş ve kavramsal araçlar sunmuştur. “Köpük bilinç”, “sanalite”, “imge duvarı” gibi kavramlar, Batı akademisinde dahi o zaman henüz tartışılmamış meselelerdir ve imajoloji bu tartışmalara Türkiye’den özgün katkılar sağlamıştır.

Özetle, imajoloji kuramı Batı merkezli imajolojinin sınırlılıklarını eleştirel bir süzgeçten geçirmiş ve daha geniş bir ufuk önermektedir. Bu eleştiriye yaparken elbette Batı literatüründen de yararlanır -örneğin Öztürk, imajolojinin Fransız-Alman ekolünün sınırlı tanımlarını genişletirken onların kavramlarını yeniden yorumlar. Ancak nihayetinde vardığı nokta, imajolojinin evrensel bir bilgi disiplini olarak inşasıdır. Böyle bir disiplin, herhangi bir medeniyetin tekelinde olmayan, insanlığın müşterek imge birikimini çözümleyebilecek araçlarla donatılmış olmalıdır. Bu nedenle Öztürk, çalışmasında çok sayıda yeni kavram ve model geliştirmiş, bunları evrensel bir terminolojiye oturtmaya çabalamıştır. Örneğin “imge epistemolojisi” kavramı, doğrudan doğruya bilginin görsel/imaginal boyutunu evrensel düzeyde tartışmaya açar.

Batı merkezcilik eleştirisi, imajolojinin metodolojik yenilik iddiasıyla da bağlantılıdır. Öztürk, Batı-dışı toplumların kendilerini anlayabilmesi için, Batı’ya özgü kavramsal programların ötesine geçmesi gerektiğini savunur. Bu açıdan imajoloji, bir bakıma entelektüel bağımsızlık projesidir. Kendi tarihsel imge birikimimizi (mitolojilerimiz, destanlarımız, halk imgelerimiz vb.) bilimsel analize dahil etmemize olanak tanır. Batı-merkezci literatürün “irrasyonel” veya “bilim dışı” diyerek kenarda bıraktığı pek çok malzeme, imajoloji sayesinde bilgi nesnesine dönüşebilir. Mesela “İslam medeniyetinde imge” konusu, klasik imajoloji bakımından marjinal kalmışken, imajoloji perspektifinde ana damarlardan biri olarak ele alınabilir (nitekim Öztürk’ün Kudüs ve İslam imgesi üzerine çalışmaları bunun örneğidir).

Sonuç olarak, Batı merkezli imajolojinin sınırlılıkları üzerine yapılan bu değerlendirmeler, imajoloji kuramının özgün değerini daha net ortaya koymaktadır. Bu kuram, imge olgusunu tüm boyutlarıyla (tarihsel, sosyolojik, felsefi, teknolojik) ele alan, Doğu ile Batı’nın birikimlerini buluşturan ve sosyal bilimlerde yeni soru sorma biçimleri geliştiren bir açılım sağlamıştır.

4.5. İmajoloji Kuramının Literatürdeki Yansımaları ve Katkıları

Ali Öztürk'ün imajoloji kuramı, ilk ortaya çıkışından itibaren akademik ve entelektüel çevrelerde ilgi uyandırmış ve zamanla çeşitli araştırmalara ilham vermiştir. Literatürde, imajoloji perspektifini benimseyen veya bu kuramla diyalog kuran çalışmalar ortaya çıkmıştır. Bu bölümde, imajolojiyle ilişkilendirilen bazı yazarların katkıları ele alınacaktır. Özellikle Hacı Mustafa Açıköz, Murat Deniz, Mehmet Doğan, İbrahim Çelebi ve Hasan Hüseyin Kara gibi isimlerin çalışmaları, imajoloji kuramını ele almış veya uygulama örnekleri ortaya koymuştur.

İmajoloji kuramı Öztürk tarafından yazıldıktan sonra akademik literatürde ilk eğilen isimlerden biri Hacı Mustafa Açıköz olmuştur. Açıköz, Ali Öztürk'ün tezini ve imajoloji yaklaşımını erken dönemde fark ederek kendi eserlerinde bu kurama yer vermiştir. Nitekim Açıköz, 2005 tarihli *Etkili İletişim* kitabında imajolojiye özel bir bölüm ayırmış; klasik imajolojinin Batı'da sınırlı kullanımına değindikten sonra, Ali Öztürk'ün imajoloji çalışmasının yeni ve sistemli bir bakış açısı sunduğunu vurgulamıştır. Bu değerlendirme, imajolojikuramınıniletişimalanındauygulanabilirliğinedairilkışaretlerdenbirisayılabılır.²¹ Daha sonra Açıköz, 2016'da yayımlanan *İletişim Felsefesine Giriş* kitabının bir bölümünde de imajoloji kavramını ele almış ve Öztürk'ün analizlerini felsefi iletişim bağlamında tartışmaya devam etmiştir.²² Açıköz'ün bu çalışmaları, imajolojinin iletişim bilimleri ve felsefesiyle kesişimine dair önemli bir literatür oluşturmaktadır. Onun katkısı, imajolojinin sadece sosyoloji değil, iletişim disiplini için de yeni ufuklar açtığını göstermesidir. Özellikle imajoloji kuramının öne sürdüğü imge temelli iletişim modeli, Açıköz'ün metinlerinde kavramsal olarak işlenmiş ve bu sayede kuram daha geniş bir akademik kitleye tanıtılmıştır.

İmajoloji kuramının medya ve siyaset alanındaki uygulamalarına örnek teşkil eden önemli çalışmalardan biri Murat Deniz'e aittir. Murat Deniz, 28 Şubat süreci bağlamında medya ve manipülasyon ilişkisini incelediği *Medya ve Siyasal Manipülasyon: 28 Şubat Örneği* (2020) adlı kitabında Ali Öztürk'ün imajoloji kuramından yoğun biçimde yararlanmışır. Deniz, kitabının bir bölümünde medyanın tahrif (çarpıtma) yoluyla geliştirdiği bir manipülasyon modelini imajoloji perspektifiyle analiz ederek ortaya koymuştur.²³ Bu çalışma, imajolojinin çok boyutlu özelliklerine atıf yapmasıyla dikkat çekmektedir; zira Deniz, medya-siyaset ilişkisini sadece klasik iletişim modelleriyle değil, imajoloji kuramının kavramlarıyla açıklamaya girişmiştir. Örneğin, 28 Şubat sürecinde medya aracılığıyla oluşturulan toplumsal imajlar (irtica tehdidi imajı, ordu imajı, mağduriyet imajı gibi) Murat Deniz'in incelemelerinde merkezi bir yer tutar ve bu imgelerin toplumsal bilinçteki etkisi imajolojinin kuramsal araçlarıyla çözülür. Murat Deniz'in çalışması, imajoloji kuramının somut bir tarihsel olaya uygulanmasının güzel bir örneğidir ve özellikle siyaset sosyolojisi ve

²¹ Hacı Mustafa Açıköz, *Etkili İletişim* (Ankara: Elis Yayınları, 2005).

²² Hacı Mustafa Açıköz, *İletişim Felsefesine Giriş: İnsani İletişimin Felsefi Temelleri* (Ankara: Elis Yayınları, 2016).

²³ Murat Deniz, *Medya ve Siyasal Manipülasyon: 28 Şubat Örneği* (Ankara: Gece Kitaplığı, 2020).

iletişim bilimleri literatürüne özgün bir katkı sağlamıştır. Bu sayede imajolojinin, medyanın manipülatif yönlerini anlamada ne denli faydalı bir çerçeve sunabileceği gösterilmiştir.

Mehmet Doğan, imajoloji kuramını kendi disiplinine taşıyan bir diğer araştırmacıdır. Doğan, 2013 yılında yayımlanan *Hiperprestij Grupları* adlı kitabında imajoloji kuramının temel prensiplerine dayanarak toplumsal prestij olgusunu irdelemiştir. Ayrıca Doğan, imajoloji bağlamında sosyal hizmet disiplini yeniden ele alan bir kitap bölümü kaleme almış ve imajolojinin farklı disiplinlerde nasıl yeni ufuklar açabildiğini tartışmıştır. Doğan'ın hiperprestij grupları kavramı, toplumda yüksek saygınlığa sahip elit grupların kendi imajlarını nasıl inşa ettiklerini ve bu imajları yaygınlaştırarak güçlerini pekiştirdiklerini incelemektedir.²⁴ Bu analizde imajoloji kuramının “imge ve iktidar” ilişkisine dair sunduğu içgörülerden faydalanılmıştır. Örneğin, siyasi elitlerin veya entelektüel zümrelerin kamuoyundaki imajları, onların toplumsal etkilerini belirleyen önemli bir etmendir; Doğan, bu tür imajların yaratılması ve sürdürülmesi süreçlerini imajolojinin kavramsal araçlarıyla açıklamaya çalışır. Böylece imajoloji, sosyal statü ve prestij çalışmalarına da entegre edilmiş olur. Mehmet Doğan'ın katkısı, imajolojinin sosyal hizmet, sosyal politika gibi alanlarda uygulanabilirliğini göstererek disiplinlerarası yayılımını genişletmesi bakımından değerlidir.

İmajoloji kuramının edebiyat ve kültür alanındaki yaratıcı uygulamalarından biri İbrahim Çelebi tarafından gerçekleştirilmiştir. İbrahim Çelebi, dijital çağda şiir olgusunu incelediği *Sosyal Medya Şiiri* (2018)²⁵ adlı kitabında imajolojinin kavram ve yaklaşımlarını önemli ölçüde kullanmıştır. Çelebi, dijital platformlarda ortaya çıkan “diji-şiir” veya “sosyal medya şiiri” gibi yeni şiir formlarını analiz ederken, imajoloji kuramının kavramlarını hareket noktası olarak almıştır. Kitapta, dijital şiirin geleneksel şiirden farklı olarak imgeler, görseller, emoji ve simgelerle iç içe geçtiği; şair ile “fenomen” kavramlarının bulunduğu bir kültürel pratiğe dönüştüğü anlatılır. Çelebi, bu dönüşümü açıklarken Öztürk'ün imajoloji kuramından beslenmekte ve şiirin dijitalleşmesini, toplumsal imge üretiminin yeni bir boyutu olarak ele almaktadır. Özellikle sosyal medyada şiir paylaşımında oluşan yeni imgeler dünyası (örneğin Instagram'da şiir estetiği, şair imajı, takipçi kitlesinin kolektif algısı vb.), imajoloji perspektifiyle değerlendirilir. Çelebi'nin çalışması, imajoloji kuramının edebiyat eleştirisine ve kültürel çalışmalara uygulanmasına güzel bir örnektir. Onun analizleri, dijital kültürde sanatın dönüşümünü anlamak için imajolojinin ne denli verimli olabileceğini göstermiştir. Ayrıca Çelebi, Öztürk'ün “imajist bilgi” ve “imge epistemolojisi” kavramlarını şiir ekseninde tartışmaktadır.

Yukarıda adı geçen isimlerin dışında da imajolojiyle dolaylı veya doğrudan ilişkili çalışmalar literatürde yer almaktadır. Örneğin, Ali Öztürk'ün bizzat önsözünü yazdığı *Postmodern Bir Söylem Olarak Küçürek Öykü* (2018) adlı kitapta imajolojiye dair yaklaşımlara yer verilmiş; postmodern kısa öykülerin imajoloji imkânlarıyla nasıl okunabileceğine dair

²⁴ Mehmet Doğan, *Hiperprestij Grupları* (İstanbul: Neva Yayınları, 2020).

.(İbrahim Çelebi, *Sosyal Medya Şiiri* (Ankara: Gece Akademi, 2018

değerlendirmeler yapılmıştır. Yine sosyoloji ve edebiyatın kesişiminde, şehir sosyolojisi alanında Öztürk'ün "şehir imajolojisi" kavramını sempozyumlara taşıdığı görülmektedir. Bütün bu çalışmalar, imajoloji kuramının sadece teorik bir önerme olarak kalmadığını, farklı alanlara uygulanabilir canlı bir disiplin olduğunu göstermektedir.

Önemle belirtilmelidir ki, imajoloji henüz genç bir disiplindir ve literatürdeki yaygınlığı sınırlıdır. Bununla birlikte, Ali Öztürk'ün eseri sonrasında üretilen çok sayıda tez, makale ve kitabın bulunduğu, ancak bunların önemli bir kısmının henüz çevrimiçi ortamda erişime açılmadığı kaydedilmektedir. Dolayısıyla ilerleyen yıllarda imajoloji ile ilgili yayınların artması ve disiplinin daha geniş çevrelerce tanınması muhtemeldir. Özellikle dijital çağın dinamikleri, imajolojiye olan ihtiyacı artırmaktadır. Akademide medya çalışmaları, görsel kültür, dijital beşerî bilimler gibi alanlar geliştikçe, imajolojinin de bu çerçevede daha fazla benimsenebileceği öngörülebilir.

Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse; literatürde imajoloji kuramıyla ilişkilendirilen çalışmaların ortak paydası, görsel/imaginal olana eleştirel ve kuramsal bir ciddiyetle yaklaşmalarıdır. İmajoloji, bu çalışmalara kavramsal araçlar sağlamış; onlar da imajoloji kuramını zenginleştirmiştir. Hacı Mustafa Açıköz iletişim felsefesi üzerinden kurama teorik derinlik katarken, Murat Deniz gibi isimler somut toplumsal olaylar üzerinden kuramın uygulanabilirliğini göstermiştir. Mehmet Doğan gibi araştırmacılar, imajolojinin sosyal politika ve etik boyutlarına ışık tutmuş; İbrahim Çelebi gibi yazarlar ise kültür-sanat alanında imajolojinin ufkunu genişletmiştir.

Bu etkileşimler, imajoloji kuramının disiplinlerarası doğasının bir teyididir. Ali Öztürk'ün geliştirdiği model, farklı zihinler ve alanlar tarafından yorumlandıkça zenginleşmekte; bu da sosyal bilimlerde ender görülen bir kuramsal yayılım örneği sunmaktadır.

Sonuç

Bu makalede, Ali Öztürk'ün ortaya koyduğu imajoloji kuramı, sosyal bilimler bağlamında disiplinlerarası bir bilgi kuramı olarak kapsamlı biçimde incelenmiştir. İmajolojinin kavramsal ve epistemolojik çerçevesi ele alınmış; klasik Batı merkezli imajoloji yaklaşımlarından nasıl ayrıştığı ortaya konmuştur. Öztürk'ün imajoloji modeli, çok katmanlı bir bilgi felsefesi modeli olarak belirginleşmektedir -öyle ki, yalnızca edebî metin analiziyle sınırlı kalmayıp tarihsel, toplumsal ve teknolojik boyutları bir arada değerlendirebilen bütüncül bir perspektif sunmaktadır. Bu model, klasik Avrupa-merkezci anlayışların ötesine geçerek özetle üç temel noktada özgün katkılar sağlamaktadır:

- İmajist Bilgiyi Yeni Bir Düzeye Taşımak: İmajoloji kuramı, bilgi türleri arasında imajist bilgiyi ayrı bir kategori ve değer düzeyine yükseltmiştir. Bu sayede, imgelerin sadece estetik veya ikincil bir unsur olmadığı, bizzat bilgi üretiminin merkezinde yer alabildiği anlaşılmıştır. İmajoloji, "görsel olan"ın epistemolojik statüsünü yükselterek, modern bilimin ihmal ettiği geniş bir alana ışık tutmuştur.

- Birey-Toplum ilişkilerini İmgeler Üzerinden Yeniden Tanımlamak: İmajoloji, bireyin zihni ile toplumun kolektif bilinci arasındaki ilişkileri imgeler aracılığıyla yeniden kavramsallaştırmıştır. Geleneksel sosyolojik kuramlarda dil, ekonomi, kurumlar gibi unsurlarla açıklanan toplumsal bağlar, imajoloji perspektifinde imgeler ve semboller ekseninde deşifre edilmektedir. Bu yaklaşım, modern toplumlarda ortak payda oluşturan unsurların (örneğin milli marşlar, bayraklar, popüler kültür ikonları) anlaşılmasına katkı sunar.
- Teknoloji ve Medya Kültürünün Bilinç Yapılarına Etkisini Sistematik İncelemek: İmajoloji kuramı, dijital çağın getirdiği yeni bilinç formlarını (sanalite, köpük bilinç vb.) tarihsel derinlikten koparmadan, ancak yenilikleri de göz ardı etmeden inceleyebilmektedir. Modern teknoloji ve medya kültürünün insan bilinci üzerindeki etkileri, imajolojide hem felsefi hem sosyolojik bir sorun olarak ele alınır. Bu sayede, dijitalleşmenin toplumsal sonuçları üzerine daha bütüncül bir değerlendirme yapılabilir.

Yukarıdaki katkılar dikkate alındığında, Ali Öztürk'ün imajoloji çalışması sadece akademik bir inceleme değil, dijital çağ insanının kendini ve dünyayı yeniden yorumlamasına imkân tanıyan özgün bir entelektüel çerçeve olarak değerlendirilebilir. İmajoloji yaklaşımı, görsel ve sembolik bilgiyi tarihsel, felsefi, toplumsal ve teknolojik düzlemlerde ele alarak insan düşüncesine yeni bir bütüncülük kazandırmaktadır. Bu çerçevede imajoloji, imgeyi epistemolojik bir yapı olarak yeniden tanımlar. İmajoloji, imgelerin bilgi üretimindeki yerini yeniden tarif ederek, onları en az kavramlar kadar önemli epistemolojik birimler haline getirmektedir. Bu, "hakikat"ın yalnızca rasyonel argümanlarla değil, semboller ve imgelerle de iletilebildiği ve anlaşılabilirdiği anlamına gelir.

İmajoloji, dijital çağın bilinç dönüşümlerini tarihsel derinlikle analiz eder. İmajoloji, günümüz bilinç yapılarındaki dönüşümü (örneğin dikkat dağınıklığı, yüzeysellik, anlık duygular) incelerken, bu olguları tarihsel ve kültürel bağlama oturtur. Böylece dijital yabancılaşma gibi sorunlar, mitolojik yabancılaşma veya sanayi toplumu yabancılaşmasıyla karşılaştırmalı olarak değerlendirilebilir. Bu yaklaşım, dijital çağın getirdiği sorunlara daha köklü çözümler aramaya kapı aralayabilir.

İmajoloji, kültür ile bilgi üretimi arasındaki ilişkileri sorgular. İmajoloji disiplinlerarası bir etkinlik olarak kültürü ve kültürün bilgi üretimiyle ilişkisini sürekli sorgular. Bu sorgulama, bir toplumun kendi imgeleriyle barışık olup olmadığını, dışarıdan dayatılan imgeleri nasıl içselleştirdiğini veya direndiğini ortaya koyar. Bu da medeniyetler arası diyalogdan ulusal kimlik tartışmalarına kadar pek çok alanda yeni perspektifler sunar. Ayrıca bir toplum ona dayatılan imgelere direnebilmek için imgenin gerçeklik alanını, algı operasyonunu ve manipülasyon gücünü görebilmek zorundadır.

İmajoloji kuramının Türkiye'de kurumsallaşmasında Ali Öztürk'ün eserinin belirleyici

bir rol oynadığı; uluslararası literatüre de özgün katkılar yaptığı görülmektedir. Onun çalışmasından hareketle, önceleyen, etkilenen ve onu referans alan pek çok eser (kitap, tez, makale vb.) üretilmiştir. Dolayısıyla imajolojinin önümüzdeki dönemde daha görünür hale gelmesi ve belki de uluslararası düzeyde daha fazla tartışılması beklenmelidir.

Bilimsel yayın standartları açısından baktığımızda, imajoloji kuramı sosyal bilimlere metodolojik bir yenilik potansiyeli sunmaktadır. Görünen odur ki, imajoloji sayesinde klasik bilimsel bilgi ile sembolik bilgi arasındaki ayrım ve etkileşim daha iyi kavranabilecektir. Bu da sosyal bilimciye, insana ve topluma dair olguları incelerken daha esnek ve kapsayıcı bir yöntem seti sunar. Örneğin antropolojide ritüelleri incelerken imajoloji kullanılabilir, iletişim bilimlerinde medya okuryazarlığına imajoloji eklenilebilir, tarihte kolektif bellek çalışılırken imajoloji bakış açısı entegre edilebilir. Kuram olarak uygulama yönünde geliştirilmeye açık olduğu da açıktır. Her gün türeyen teknolojik uzantılar ve bunların insanlar üzerindeki etkisi gözlemlendikçe imajolojinin bir yöntem olma iddiasının da üzerine gitme gerekliliği gözler önüne serilmektedir.

Sonuç olarak, Ali Öztürk'ün imajoloji kuramı kavramsal zenginliği, disiplinlerarası yaklaşımı ve dijital çağın ruhunu yakalayan analizleriyle sosyal bilimler literatüründe özgün bir yer edinmiştir. Bu kuram, Batı merkezli paradigmaların ötesine geçerek evrensel ve çoğulcu bir bilgi teorisi oluşturma çabasıyla da dikkat çekmektedir. İmajoloji, modern dünyada imgelerin istilasına uğramış zihinlerimize bir ayna tutmakta, bize imgelerin dünyasını anlama ve eleştirme cesareti vermektedir. Böylece hem akademik alanda yeni araştırma yolları açmakta, hem de bireyin dijital çağda kendi benliğini ve dünyasını yeniden anlamlandırmasına katkıda bulunmaktadır. Bu yönüyle imajoloji, içinde yaşadığımız çağın çok katmanlı gerçekliğini kavrayabilmek için önemli bir kuramsal araç olma yolundadır.

Kaynakça | References

- Açıköz, Hacı Mustafa. *İletişim Felsefesine Giriş: İnsani İletişimin Felsefi Temelleri*. Ankara: Elis Yayınları, 3. Baskı, 2016.
- Açıköz, Hacı Mustafa. *Etkili İletişim*. Ankara: Elis Yayınları, 2005.
- Baudrillard, Jean. *Simülakrlar ve Simülasyon*. çev. Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2024.
- Beller, Manfred-Joep Leerssen (ed.). *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters, A Critical Survey*. Amsterdam: Rodopi, 2007.
- Bowen, Glenn A. "Document Analysis as a Qualitative Research Method". *Qualitative Research Journal* 9/2 (2009), 27-40.
- Creswell, John W. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks: Sage, 3. Baskı, 2013.
- Çelebi, İbrahim. *Sosyal Medya Şiiri*. Ankara: Gece Akademi, 2018.
- Deniz, Murat. *Medya ve Siyasal Manipülasyon: 28 Şubat Örneği*. Ankara: Gece Kitaplığı, 2020.
- Doğan, Mehmet. *Hiperprestij Grupları*. İstanbul: Neva Yayınları, 2020.
- Dooley, Laura. *Second-level Students' Perceptions of Immigrants Investigated in the Classroom: an Imagological Mixed-Methods Approach*. Doktora Tezi, Dublin City University, 2015.
- Edtstadler, Katharina vd. (ed.). *New Perspectives on Imagology. Studia Imagologica* 30. Leiden: Brill, 2022.
- Kaya, Sümeyye. "Metaverse'te Yeni Kimlik İnşası, Benlik Sunumu ve Dijital Ekonomi Deneyimi: Türkiye'de Uygulamalı Bir Nitel Araştırma". *İstanbul University Journal of Sociology* 45/2 (Aralık 2025): 682-733. <https://doi.org/10.26650/SJ.2025.45.2.0898>.
- Leerssen, Joep. "Imagology: On Using Ethnicity to Make Sense of the World". *Iberic@1* 10 (2016), 13-31.
- Merriam, Sharan B. *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass, 2009.
- Öztürk, Ali. *İmajoloji Disiplini Bağlamında Meta-Epistemolojik Arizi-Külli-Usul Kritik Modeli ve Batı-İmgeci Metodolojinin Çıkması*. *Academic Platform Journal of Education and Change* 1/2 (2018), 45-56.
- Öztürk, Ali. *İmajoloji: Bir disiplin denemesi*. Ankara: Elis Yayınları, 2. Baskı, 2013.
- Öztürk, Ali. "Dijital Farkındalık Çağı ve Köpük Bilinç Döngüsü: Yeni Bilinç Biçimi Üzerine Bir Modelleme Denemesi". *Sosyolojik Bağlam Dergisi* 4/3 (Aralık 2023), 217-237. <https://doi.org/10.52108/2757-5942.4.3.1>
- Schwandt, Thomas A. "Constructivist, Interpretivist Approaches to Human Inquiry". *Handbook of Qualitative Research*. ed. Norman K. Denzin -Yvonna S. Lincoln. Thousand Oaks: Sage, 1994, 118-137.
- Yıldırım, Ali-Hasan Şimşek. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 12. Baskı, 2021.