

DİL, İDEOLOJİ VE SEMBOL İLİŞKİSİ

- Biraz da Siyaset -

Haluk YAMAN



© Copyright 2024

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi AŞ'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN 978-625-375-156-2
Sayfa ve Kapak Tasarımı Akademisyen Dizgi Ünitesi

Kitap Adı DİL, İDEOLOJİ VE SEMBOL İLİŞKİSİ
- Biraz da Siyaset -
Yayıncı Sertifika No 47518

Yazar Haluk YAMAN
ORCID iD: 0000-0001-6536-9042
Baskı ve Cilt Vadi Matbaacılık

Yayın Koordinatörü Yasin DİLMEN
Bisac Code SOC000000
DOI 10.37609/akya.3365

Kütüphane Kimlik Kartı

Yaman, Haluk.

Dil, İdeoloji ve Sembol İlişkisi - Biraz da Siyaset - / Haluk Yaman.

Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2024.

137 s. : resim. ; 135x210 mm.

Kaynakça var.

ISBN 9786253751562

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi AŞ

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

Eşim, Eymen ve Ali Aras'a...

ÖNSÖZ

Dil, ideoloji ve semboller siyasetin aktörleri üzerinde etkili olan argümanlardır. Bu argümanlar teknolojinin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte daha fazla görünür olmuştur. İdeoloji ve sembollerin kullanımı çoğu zaman dilin söyleminde, haberin içeriğinde ve fotoğrafın retoriğinde sergilenir. İdeoloji yüklü söylemlerin etkinliği ulaştıkları kitlelerin sayısı ile orantılı olarak her geçen gün artmıştır ve söylem dili, kitleler üzerinde etkileyici bir güç olarak baskısını hissettirmektedir. Bu baskının en güçlü yanı kendini gizleyebilme yetisinde yatar. Bu kitabın amacı son derece farklı tanımlamalarla açıklık getirilen ideoloji kavramını, dil ve sembol ile birlikte değerlendirmektir. Siyasetin bu kavramlar etrafında medya tarafından nasıl şekillendirildiğine dair bir katkı sunabilmektir.

Bu kitap Gazi Üniversitesi'nde hazırlamış olduğum “Dil, İdeoloji ve Sembol Bağlamında 2015 Yılı Seçimlerinin Medya Analizi” başlıklı master tezinin bir bölümünün düzenlenmesi ve güncellenmesi neticesinde şekillenmiştir. Çok emek verilmiş bu çalışmanın daha fazla okuyucu ile buluşması amaçlanmaktadır. Bilgisi, konulara yaklaşımı ve hissettirdiği yakınlığı ile beni derinden etkilemiş olan hocam Sayın Prof. Dr. Gonca Bayraktar Durgun'a sonsuz şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

Giriş.....	1
Düşünceye Yön Veren Kavram İdeoloji	7
Söylem ve Hegemonya	25
Hangi Medya.....	45
Dil Ne İşe Yarar: Düşünce ile Olan İlişkisi.....	63
Siyasal İletişim mi? Propaganda mı?.....	83
Sembol ve Algısı.....	95
Sembol- Temsil ve Siyaset.....	111

BÖLÜM 1

DÜŞÜNCEYE YÖN VEREN KAVRAM İDEOLOJİ

“İdeoloji, geniş bir alanda ve yoğun kullanıma sahip bir kavramdır” ifadesi bilimsel olsun ya da olmasın ideoloji ile ilgilenen herkesin kabullendiği bir söylemdir. İdeolojinin kavram olarak her alanda ve durumda yoğun olarak kullanımı ideolojiyi çoğu zaman, Neuman ’nın “totolojik” olarak ifade ettiği kavramlardan biri haline getirmiştir. Neuman bu kavramı “birinin yeni bir şey söylüyormuş gibi görüldüğü ama aslında daireler çizerek konuştuğu ve tanımını gereği doğru olan bir bildirimde bulunarak dairesel usamlama yapması” şeklinde tanımlar.¹ Ancak ideolojiyi totolojik yapan onun doğru ve tek kabul edilmiş bir tanımının sürekli ifadesi değil; çoğu zaman doğru/yanlış olduğu düşünülen durumların tanımlanmasında kullanılmasıdır. Doğru, kişinin kendi düşüncesini temsil ederken; yanlış, karşısında yer aldığı düşüncedir, ideolojik olandır. Bu anlayışla ideolojiyi önemli kılan nokta tanımından ziyade kullanım alanının sahip olduğu çokluklardır. Ve ideolojinin önemli kılındığı bir başka nokta kavramın bireyler ve gruplar arasında, toplumsal yapılar içerisinde farklı düşüncelerin oturtulduğu kapsamıdır.

Althusser’in ideoloji yaklaşımının temeline koyduğu “İdeoloji her yerdedir” yaklaşımı ideolojinin geniş kullanımının

¹ Neuman, W. L. (2014). Toplumsal Araştırma Yöntemleri I. (Çev. S. Özge). Ankara: Ayrıntı Odası Yayınları. s. 246.

Kaynakça

- Akert, R., Aronson, E, R. ve Wilson, T. (2012). Sosyal Psikoloji. (Çev. O. Gündüz). Kaknüs Yayınları: İstanbul.
- Althusser, L. (2014). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları. (Çev. A. Tümertekin). İthaki Yayınları: İstanbul.
- Cemalcılar, Z, KAğıtçıbaşı, Ç. (2014). Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş. Evrim Yayınevi: İstanbul.
- Çetin, H. (2007). Çağdaş Siyasal Akımlar. Orion Yayınevi: Ankara.
- Eagleton, T. (2015). İdeoloji. (Çev. M. Özcan). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Foucault, M. (2015). Kelimeler ve Şeyler. (Çev. M.A. Kılıçbay). İmge Kitabevi Yayınları: Ankara.
- Hunt, A. Ve Purvis, T. (2014). Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji... (Çev. S. Coşar). Momentum Dergisi, (1), 6.
- Jahoda, G. (2017). Aydınlanmadan İkinci Dünya Savaşına Sosyal Psikoloji Tarihi. (Çev. Ş. Başlı). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Mardin, Ş. (1997). İdeoloji. İletişim Yayınları: İstanbul.
- Marx, K. Ve Engels, F. (2014). Komünist Manifesto. (Çev. N. Satlıgan ve T. Ağaoğlu). Yordam Kitap: İstanbul.
- McClellan, D. (2012). İdeoloji. (Çev. B. Yıldırım). Bilgi Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- Meriç, C. (2005). Bu Ülke. İletişim Yayınları: İstanbul.
- Neuman, W, L. (2014). Toplumsal Araştırma Yöntemleri I. (Çev. S. Özge). Ayrıntı Odası Yayınları: Ankara.
- Örs, H. B. (2009). Postmodern Dünyada İdeolojinin Dönüşümü. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi. 40, (3).
- Şenel, A. (2008). Siyasal Düşünceler Tarihi. Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara.

BÖLÜM 2

SÖYLEM VE HEGEMONYA

Toplumsal ilişkilerin büyük bir kısmının dile dayandığı gerçeği gibi insanın bütün hayatının dile yansması da bir gerçektir.¹ Temel gereksinimlerini gerçekleştiren insanın toplumda kendini konumlandırmasında ve kendine yer edinmesinde dili kullanım becerisi ve iletişim yeteneği önemlidir. İletişim sayesinde insan kendi evreniyle etkileşime geçer, kendi dünyasının dışına taşar ve kültürler arası birliktelik sağlar. Dil sayesinde bilgi alışverişinin önemli bir gerekçesi tamamlanır. Dilin kullanılmadığı noktada iletişimin yaygınlaşmadığı ve yavan kaldığı bir gerçektir. Bütün iletişim türleri ele alındığında duyguların, düşüncelerin ifadesi ve aktarımı en anlamlı ve kalıcı bir şekilde dil sayesinde sağlanabilir. Dilin aracı rolü bir ihtiyacın giderilmesine yöneliktir. Bu ihtiyaç insanın sosyalleşmesidir. Sosyalleşme ihtiyacının giderilmesi iletişim sayesinde ve dilin aracılığı ile gerçekleşir.

Dilin iletişim aracı olarak kullanılması, söylemin iletişim içerisinde yer almasının sebebidir.² Söylemin işlevsel bir halde kullanılması toplumsal bir amaç için kurgulanmış bir yöntemdir. Bu bakışta dil söylemde, söylem de iletişim içerisinde canlanır. Söylemin sahip olduğu düşünce yaratma yetisi, iletişimde bağlam içerisinde farklı ifadelerin aynı anlamı vermesini

¹ Özkan, M. (2009). İnsan, İletişim ve Dil. Akademik Kitapları: İstanbul. s. 10.

² Achard, P. (1994). Toplumbilim. (Çev. D. Kırımsoy). İletişim Yayınları: İstanbul. s. 15.

İdeoloji ve hegemonya kavramlarının birlikteliği hegemonyanın kurduğu düzen içerisinde gelişip ilerlemek durumundadır. İdeoloji hegemonyanın kurgulanıp devam ettirilmesinde araçsal bir öneme sahiptir. İdeoloji egemen sınıf tarafından yayılan, geliştirilen inançları dışlayamaz. Ancak egemen sınıf ideolojinin farkındadır. Yani bilinçle aynı şey olmadığını bilir. İdeolojiyi bilince indirgemez. Yönetilen sınıflar veya Marx'ın deyişiyle altyapı ideolojinin zerk edilmeye çalışıldığı toplumsal tabakadır. Ezilen sınıflarda ise ideoloji ile bilinç aynı düzeyde ele alınır. Ya egemen ideoloji bilinçtir ya da ezilen kitlelerin bilinci egemen sınıfın ideolojisidir. İdeolojinin hegemonya içerisinde kurgulanmasında yardımcı unsurlar olarak ideolojik aygıtlar önemlidir. İdeolojik aygıtlarda ideolojinin maddi bir niteliğe bürünmesi toplumsal yapı ile daha somut ilişkilerin kurulmasını sağlarken hegemonyanın da sürekliliğine katkı sunar.

Kaynakça

- Achard, P. (1994). Toplum bilim. (Çev. D. Kırımsoy). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Akert, R., Aronson, E., R. and Wilson, T. (2012). Sosyal Psikoloji. (Çev. O. Gündüz). Kaknüs Yayınları: İstanbul.
- Althusser, L. (2000). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları. (Çev. Y. Alp, M. Özışık). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Bobbio, N., Texier, J. (1982). Gramsci ve Sivil Toplum, (Çev. Arda İpek ve Kenan Somer). Savaş Yayınları: Ankara.
- Çoban, B. (2015). Söylem ve İdeoloji. (Edt.). Su Yayınevi: İstanbul.
- Doğanyigit, S.Ö. (2012). Medya İzleyici Çalışmalarında Kültürel Çalışmalar ve Stuart Hall'un Katkısı. Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi. İnternet Erişim Tarihi: 15.05.2020.
- Eagleton, T. (2015). İdeoloji. (Çev. M. Özcan). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Foucault, M. (1987). Söylemin Düzeni. (Çev. T. Ilgaz). Hil Yayınları: İstanbul.
- Foucault, M. (1999). Bilginin Arkeolojisi. (Çev. V. Urhan). Birey Yayınları: İstanbul.

- Gramsci, A, (1975). Felsefe ve Politika Sorunları. (Çev. Adnan Cemgil). Payel Yayınları: İstanbul.
- Gramsci, A. (1986). Hapishane Defterleri. (Çev. Kenan Somer). Onur Yayınları: İstanbul.
- Hall, S, Lumley, B, McLennan, G, (1985). Siyaset ve İdeoloji “Gramsci”. (Çev. Sadun Emrealp). Birey ve Toplum Yayınları: Ankara.
- Heywood, A. (2013). Siyaset. Adres Yayınları: Ankara.
- Hunt, A., Purvis, T. (2014). Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji... (Çev. S. Coşar). Momentum Dergi, (1), 6.
- Laclau, E. ve Mouffe, C. (1992). Hegemonya ve Sosyalist Strateji. (Çev. A. Kardam, D. Şahiner). Birikim Yayınları: İstanbul.
- Lenin, V. İ. (2011). Ne Yapmalı. (Çev. A. Berberoğlu). Evrensel Basım Yayın: İstanbul.
- Özkan, M. (2009). İnsan, İletişim ve Dil. Akademik Kitapları: İstanbul.
- Portelli, H. (1982). Gramsci ve Tarihsel Blok. (Çev. Kenan Somer). Savaş Yayınları: Ankara.
- Williams, R. (1990). Marksizm ve Edebiyat. (Çev. E. Tarım). Adam Yayınları: İstanbul.

BÖLÜM 3

HANGİ MEDYA

Medya terimi iletişimde hizmet sunan araçların bütününe ifade eden bir kavramı tanımlarken aynı zamanda bu araçlarla sunulan hizmetin gerçekleştiği ortamın da adıdır. Medya hem iletişimin merkezinde yer alır hem de ideolojik düşüncelerin mücadele ettiği bir ortamı ifade eder. Medyanın araç olma özelliği kaynaktan çıkan mesajların hedefe ulaştırılmasını sağlamasındandır. Ortam ise kaynak, hedef ve araç unsurlarının hepsini içinde barındırır. Kaynak, kendinde barındırdığı özellikler ile önemli hale gelir. Kaynağın farklı özelliklerinin hedefler üzerinde farklı etkiler doğurduğu sosyolojik deneylerle de kanıtlanan bir durumdur. Kaynağın güvenilirliği bu bağlamda amaca yönelik farklılaşmanın sağlanması açısından oldukça önemlidir. Mesajın içeriği de hedeflenen kitle üzerinde önemli etki bırakır. Mesajın anlaşılabilir olması ilerleyen süreçte değişebilecek diğer faktörler karşısında, kaynağın güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlayabilmek adına önemlidir.

Medya, insanların haber değeri taşıyan verilere ulaşabilmesi ve insana dair gerçekleşen her türlü olaydan haberdar olunabilmesi adına gazetelerin öncülüğünde ortaya çıkmış ve sürekli gelişme göstermiştir. Zamanla gelişen medya görselliğe de hitap eden bir aşamaya ulaştıkça her türlü farkındalığın yaratılmasında

Siyasi haberlere yaklaşım ise çıkar ilişkilerinin daha farklı beklentiler üzerinden sergilenmesiyle ortaya konmaktadır. Siyasi haberler çoğu zaman birer propaganda aracına dönüşmektedir. Son dönem Amerikan medyasında Başkan Trump'ın medya ile olan ilişkisi dikkate değer siyasi argümanlarla şekillenmektedir. Siyasi propaganda ve siyasi reklamlar medyada iç içe geçmiş durumdadır. Siyasi reklamlar aynı zamanda içerisinde propagandayı da barındırır. Siyasi partilere sempatican derecesinde bağlılık gösteren bireylerin/seçmenlerin propaganda faaliyetlerinden çok fazla etkilenmesi, varsayılacak bir durum olmasa gerek. Ancak kararsız kitleler ve siyasi anlamda bağımlılık göstermeyen yığınlar üzerinde propaganda faaliyetlerinin etkili olduğu düşünülebilir. Siyasal partilerin faaliyetlerini gerçekleştirdikleri ve bunları halka ifade ettikleri en önemli mecra medyadır. Siyasi propaganda içerisinde yapılan söylemlerin hedefi kamuoyudur. Propaganda bir usuldür. Her parti, her aday meydanlarda propaganda yapamasa dahi mutlaka medya içerisinde olmak zorundadır.

Kaynakça

- Adorno, W., T., Horkheimer, M. (2010). Aydınlanmanın Diyalektiği. (Çev. N. Ülner ve E. Karadoğan). Kabalcı Yayınevi: İstanbul.
- Akert, R., Aronson, E, R. ve Wilson, T. (2012). Sosyal Psikoloji. (Çev. O. Gündüz). Kaknüs Yayınları: İstanbul.
- Althusser, L. (2000). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları. (Çev. Y. Alp, M. Özışık). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Chomsky, N. (2002). Medya Gerçeği. (Çev. A. Yılmaz ve O. Akinhay). Everest Yayınları: İstanbul.
- Çoban, S. (2011). Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya. Yayınlanmış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Foucault, M. (2012). İktidarı Gözü. (Çev. I Ergüden). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Gerbner, G., Gross,L. (2006). Living with Television: The Violence Profile. Journal of Communication, (26), (2).
- Giddens, A. (2013). Sosyoloji. Kırmızı Yayınları: İstanbul.

- İnternet: <http://www.milliyet.com.tr/2000/10/30/haber/hab08.html>. İşte Gerçek Pokemon. Erişim Tarihi: 2 Mart 2020.
- İnternet: Baykal'ın İstifa Şifrelerinin Çözümü. <https://www.hurriyet.com.tr/baykal-in-istifa-sifrelerinin-cozumu-14685392>. Erişim Tarihi: 10 Kasım 2020.
- İnternet: <https://www.hurriyet.com.tr/>. Ankara'da kan donduran olayın nedeni belli oldu! 13 yaşındaki arkadaşını çekiçle öldürmüştü. Erişim Tarihi: 20 Kasım 2020.
- İnternet: Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması (2018). https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyu-arastirmalari/3890/5776/televizyon_izleme_egilimleri_arastirmasi_2018.html. Erişim Tarihi: 02.12.2020.
- Maclin, O.H., Maclin, M.K. and Solso, R.L.(2011). Bilişsel Psikoloji. (Çev. A.A. Dinn). Kitabevi Yayınları: İstanbul.
- Morley, D. Ve Robins, K. (1995). Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar. (Çev. E. Zeybekoğlu). Ayrintı Yayınları: İstanbul.

BÖLÜM 4

DİL NE İŞE YARAR: DÜŞÜNCE İLE OLAN İLİŞKİSİ

Olanaksızlıkların bir araya geldiği, düşüncelerin somutlaştığı, soyut ve somut arasındaki problematiğin çözüldüğü, anlaşma unsuru bir aracı... Dil öylesine etkin ve etkili bir alan ve genişlik içinde ele alınır ki bu durum dilin tanım cümlesinin sonunun üç nokta ile bitmesinin sebebi olur ve bu tanım cümlesi dilin tamamlanmayacak derinliğini ifade eden bir anlam kazanır. Dilin olmadığı yerde düşünceden, söylemden, sözel ifadeden, etkileşim ve iletişimden bahsetmek tatsız olur. Dilin olmadığı yerde gelişmeden, anlaşmadan ve toplumsallaşmadan bahsetmek güç olur. İnsanlığın varoluşu ile birlikte amaçlanan şey olan birbirlerini anlama ve anlatma etkinliği pek çok kez dilin kullanımı ile gerçekleşmiş ve gelişim bu noktadan sonra devam etmiştir.

Paragrafın başında “olanaksızlıkların bir araya geldiği alan” derken bu konu Foucault’ nun bakışında şöyle tezahür eder. Foucault “Kelimeler ve Şeyler” adlı kitabına ilham veren çıkış noktasını anlatırken kitabın Borges’in bir metninin içinden çıktığını ifade eder. Borges bu metinde bir Çin ansiklopedisini betimler ve hayvanların ne şekilde sınıflandırıldığını ifade eder. Hayvanlar; – imparatora ait olanlar, - içi saman dolu olanlar, - süt domuzları, - başıboş köpekler, - deli gibi çırpınanlar şeklinde sınıflandırılarak anlatılır. Bu tanım düşüncenin ve ifadenin olanaksızlığının alt

Kaynakça

- Altınörs, A. (2003). Dil Felsefesine Giriş. Anka Basım: İstanbul.
- Aydar, H. ve Ulutaş, İ. (2010). Dilin Kökeni: Kuran'ı Kerim ve Diğer Kutsal Kitaplara Göre Dil Olgusu. Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish
- Aydın, M. (2007). Dil Bilim El Kitabı, Temel Kavramlar ve Konular. 3F Yayınevi: İstanbul.
- Cassirer, E. (2005). Sembolik Formlar Felsefesi I. (Çev. M. Köktürk). Hece Yayınları: Ankara.
- Chomsky, N. (2002). Dil ve Zihin. (Çev. A. Kocaman). Ayraç Yayınevi: Ankara.
- Condon, J., C., (2000). Kelimelerin Büyülü Dünyası. (Ç. M. Çiftkaya). İnsan Yayınları: İstanbul.
- Culler, J. (1985). Saussure. (Çev. N. Akbulut). Afa Yayınları: İstanbul.
- Elmalılı, O. ve Özden, H. Ö. (2014). Felsefe Tarihi. Arı sanat Yayınları: İstanbul.
- Foucault, M. (2015). Kelimeler ve Şeyler. (Çev. M.A. Kılıçbay). İmge Kitabevi Yayınları: Ankara.
- Goldstein, E., B. (2013). Bilişsel Psikoloji.(Çev. O. Gündüz). Kaknüs Yayınları: İstanbul.
- Kılıç, T, Y. (2008). Wilhelm von Humboldt'ta Ulusal Kimlik ve Dil Sorunsalı: Yabancılaşım İçinden Bütüne Ulaşma Çabası. Alman Dili ve Edebiyatı Dergisi. (1), 21.
- İnan, A. (1936). Güneş-Dil Teorisi Üzerine. Devlet Basımevi: İstanbul.
- J.L. Subbiondo.. (2005). Benjamin Lee Whorf's Theory Of Language, Culture and Consciouness: A Critique Of Western Science. Language&Communications, (25).
- Myers, G. E., Myers, M.,T. (1992). The Dynamics Of Human Communication. Mc Graw Hill, İnc.
- Özkan, M. (2009). İnsan, İletişim ve Dil. Akademik Kitapları: İstanbul.
- Piaget, J. (1999). Çocukta Zihinsel Gelişim. (Çev. H. Portakal). Cem Yayınevi: İstanbul.
- Porzik, W. (1995). Dil Denen Mucize. (Çev. V. Ülkü). Türk Dil Kurumu Yayınları: Ankara.
- Renan, E. (2011). Dilin Kökeni Üzerine.(Çev. A. Altınörs). Bilge Kültür Sanat: İstanbul.
- Ruhlen, M. (2012). Dilin Kökeni Üzerine. (Çev. A. Altınörs). Bilge Kültür Sanat Yayınları: İstanbul.
- Saussure, F., D. (1998). Genel Dilbilim Dersleri. (Çev. B. Vardar). Multilingual Yayınları: İstanbul.

- Şenel, A. (2008). Siyasal Düşünceler Tarihi. Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara.
- Tat, M. (2007). Zihin Dili ve Programlaması(NLP) 'nin Kişisel Gelişim ve Kişilerarası İletişim Üzerindeki Etkileri. Yayımlanmış Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Urban, G. (2002). Metasignaling and Language Origins. American Anthropologist.
- Vendryes, J. (2001). Dil ve Düşünce. (Çev. B. Vardar). Multilingual: İstanbul.
- Vygotsky, L, S. (1998). Düşünce ve Dil. (Çev. S. Koray). Kaynak Yayınları: İstanbul.

BÖLÜM 5

SİYASAL İLETİŞİM Mİ? PROPAGANDA MI?

Dil, etkileşim içerisinde bir anlaşmanın olması için önemlidir. Belirli kurallar içerisinde, farklı düzeylerde anlaşabilmek ise belirli bir olgunluk düzeyini gerektirir. Anlaşmanın bağlamı ve aranan olgunluk düzeyleri dilin kural koyucuları tarafından belirlenen şartları sağlamak zorundadır. Fiziksel süreçlerle ifade edilen olgunluğun yanı sıra dilin kullanımında önemli olan “entelektüel olgunluk” kavramı da en az fiziksel olgunluk kadar önemlidir. Fiziksel olgunluk ve gelişme düzeyi normal şartlarda yaşla orantılı olarak gelişim evreleri içerisinde gerçekleşirken entelektüel olgunluk bundan farklıdır. Entelektüel olgunluk için emek ve çaba içeren çalışmaların yapılması kaçınılmazdır. Entelektüel olgunluk düzeyleri, bireysel düşünce farklılıklarını, kişisel birikimleri ve gelişmişlik değerlerini destekler bir konumdur. Bu olgunluk eklektik bir bakış içerisinde bireysel ve toplumsal gelişmelerin temel taşlarından birini teşkil eder.

Dilin karşılıklı etkileşimi sağlaması “konuşma” eylemi sayesinde daha çeşitlendirilebilir bir şekle bürünür. Dil insanın, konuşma ise eyleminin karşılığıdır. Dil ve özne, dil ve insan birbirinden ayrılmaz, ayrılamaz. Eylem olmadan öznenin canlılığından veya sürekliliğinden bahsetmek olanaksızdır. Düşüncenin eylemi en anlamlı şekilde dil ile gerçekleşebilir.

Kaynakça

- Aziz, A. (2015). Siyasal İletişim. Nobel Akademik Yayıncılık: İstanbul.
- Habermas, J. (1995). İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi Üzerine. (Çev. M. Tüzel).
- Habermas, J. (2012). Öteki Olmak, Ötekiyle Yaşamak: Siyaset Kuramı Yazıları. (Çev. İ. Aka). Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- İnan, A. (1936). Güneş-Dil Teorisi Üzerine. Devlet Basımevi: İstanbul.
- İnternet: Malcom X Oxford Union Debate. <https://www.youtube.com/watch?v=mqRFmVzdAxc>. Erişim Tarihi: 15.10.2020.
- Porzik, W. (1995). Dil Denen Mucize. (Çev. V. Ülkü). Türk Dil Kurumu Yayınları: Ankara.
- Quelter, H., T. (1980). Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi. (Çev. Ü. Oskay). Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi. (35).
- Waters, M. (2010). Modern Sosyoloji Kuramları. (Ed. Z. Cirhinlioğlu). Gündoğan Yayınları: İstanbul.

BÖLÜM 6

SEMBOL VE ALGISI

Semboller toplumsal ilişkilerde, siyasi yapılarda, kültürün içerisinde, bireysel gelişimde ve dilin kendisinde her zaman kullandığımız imgelerdir. Semboller müzikte notalar şeklinde, sanatın her türlü dalında; resimde, heykelde, mimaride, sporda takımların amblem ve flamalarında, ulusal ve uluslararası kuruluşların deklarasyonlarında hep karşımıza çıkar. Madde ile iç içe yaşadığımız evrende sembollerden bağımsız yaşamak söz konusu değildir. Nesnelere ile kuşatılan somut evren insan yaşamını çevrelerken semboller, fiziksel evren içinde kendi evrenini oluşturmuş durumdadır. Pozitif bilimlerin temelinde de şeylerin, nesnelere ve sembollerin araştırılması söz konusudur. Durkheim'in sosyolojiyi bilimsel temellere oturtmaya çalışırken kuramını temellendirdiği noktada sembollerin önemli bir yer kapladığını söylersek yanlış olmaz sanırım. Durkheim 'in sosyolojik yaklaşımının birinci ve en önemli ilkesi “*Toplumsal olguları şeyler olarak incele*” yaklaşımıdır.¹ Bu yaklaşım toplum biliminin bilimsel temellere oturtulması açısından önemlidir. Böylece sembolik evrenin anlaşılması ancak deşifre, çözümleme ve analiz faaliyetleri sayesinde gerçekleşecektir.

Sembolik evrenin çözümü insana aittir. Bu anlamda insan bireysel değerlerini ve kendi özelliklerini hesaba katar. Aslında

¹ Giddens, A. (2013). Sosyoloji. Kaknüs Yayınları: İstanbul. s. 46.

dikkatin ne olduğunu bilir” açıklamasını yapalı. Bu açıklamayla birlikte James dikkati: “ Zihnin, aynı anda ortaya çıkan nesne ya da fikirlerden birini açık olarak kabullenmesidir” şeklinde tanımlamıştır. Başka bir ifadeyle dikkat zihinsel çabanın duyuşsal veya zihinsel olaylara yoğunlaştırılmasıdır. Dikkatin temelinde odaklanma, konsantrasyon ve bilinçlilik yatar. Buradaki bilinç sembolün nesnellik boyutunun yakalanmasında kullanılan bilinçtir. Günlük yaşamımızda sayılamayacak kadar çok uyarana karşı karşıya gelmekteyiz. Hepsini algılamak ve kalıcılığını sağlamak mümkün değildir. Duyu organları sınırlı uyarılara karşı cevap verebilir. Bu uyarıların hepsi fark edilse bile sınırlı nörolojik kapasite milyonlarca dış uyarının algılanmasını engeller. Dikkat bu uyarılardan ihtiyacımız olana yönelme şeklidir. Böylece dikkat ettiğimiz uyarılar bu şekilde kontrol edilebilir.

Kaynakça

- Akert, R., Aronson, E, R. ve Wilson, T. (2012). Sosyal Psikoloji. (Çev. O. Gündüz). Kaknüs Yayınları: İstanbul.
- Burnett, R. (2007). İmgeler Nasıl Düşünür. (Çev. G. Pusar). Metis Yayınları: İstanbul.
- Cassirer, E. (2011). Sembol Kavramının Doğası. (Çev. M. Köktürk). Hece Yayınları: Ankara.
- Cohen, A. P. (1999). Topluluğun Simgesel Kuruluşu. (Çev. M. Küçük). Dost Yayınları: Ankara.
- Gibson, C. (2016). Semboller Nasıl Okunur? (Çev. C. Alpan). Yem Yayınları: İstanbul.
- Giddens, A. (2013). Sosyoloji. Kaknüs Yayınları: İstanbul.
- Cassirer, E. (2011). Sembol Kavramının Doğası. (Çev. M. Köktürk). Hece Yayınları: Ankara.
- Güvenç, B. (1985). İnsan ve Kültür. Remzi Kitabevi: İstanbul.
- Hariri, Y., N. (2015). Hayvanlardan Tanrılara Sapiens: İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi. (Çev. E. Genç). Kolektif Yayınları: İstanbul.
- Hughes, J., P. (2005). Diller ve Yazı. Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi. (5), 2.

- Jahoda, G. (2017). Aydınlanmadan İkinci Dünya Savaşına Sosyal Psikoloji Tarihi. (Çev. Ş. Başlı). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Jung, C., G. (2009). İnsan ve Sembolleri. (Çev. A.N. Babaoğlu). Okyanus Yayınları: İstanbul.
- Lunde, P. (2009). Şifreler Kitabı. (Çev. D. Akın). NTV Yayınları: İstanbul.
- Maclin, O.H., Maclin, M.K. and Solso, R.L. (2011). Bilişsel Psikoloji. (Çev. A.A. Dinn). Kitabevi Yayınları: İstanbul.
- Mardin, Ş. (1997). İdeoloji. İletişim Yayınları: İstanbul.
- Ögel, B. (1989). Türk Mitolojisi. Türk Tarih Kurumu: Ankara.
- Waters, M. (2010). Modern Sosyoloji Kuramları. (Ed. Z. Cirhinlioğlu). Gündoğan Yayınları: İstanbul.
- Wilkinson, K. (2011). Semboller ve İşaretler. (Çev. S. Toksoy). Alfa Yayınevi: İstanbul.

BÖLÜM 7

SEMBOL- TEMSİL VE SİYASET

Semboller insanlık ile başlayan serüvenine mitlerde, dinlerde, ideolojilerde ve politik sembollerde devam etmiştir. Her dönem kendi dinamiklerine bağlı sembolik haritasını oluşturmuştur. Bu oluşumlarda toplumsal pratikler etkili olmuştur. Politik düzenin ağır bastığı 19. ve 20. yüzyıl ideolojileri ve ideologları sembollerin etkileyici gücünü kullanmaktan çekinmemiştir. Sembollerin bu dönemlerde siyasi anlamda etkinliğini artırması, siyasetin toplum tarafından kabul görmesi ve siyasal faaliyetlerin yoğunlaşması sayesinde gerçekleşmiştir. Gazete, dergi, televizyon gibi kitle iletişim araçları ve bunlar üzerinden yürütülen siyasi faaliyetler, sembollerin daha fazla kitlelere ulaştırılması ile daha geniş bir etkinlik alanı oluşturmuştur.

Sembollerin politik sahnede bireyle etkileşime geçen görünürlükleri, arka planda taşımış oldukları ideolojiden daha yavan kalır. Sembolik amaç, çizmiş olduğu sınırlar içerisinde bireyin siyasal düşünce ve davranışlarını şekillendirmek, sınırlarını kendi ideolojik kalıpları çerçevesinde genişletmek ve daha fazla sayıda kitleye ulaşabilmektir. Sembol kendi ideolojisini yaymayı ve arka planındaki düşüncelerini aşılarmayı hedeflerken sembolle etkileşim içerisinde aynı ideolojiyi paylaşan bireyler de kendi ekosistemlerinde ön plana çıkmak ve etkin bir siyaset

Kaynakça

- Aristoteles. (1995). Retorik. (Çev. M.H. Doğan). Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- Barthes, R. (1979). Göstergibilim İlkeleri. (Çev. B. Vardar ve M. Rifat). Kültür Bakanlığı Yayınları: Ankara.
- Burnett, R. (2007). İmgeler Nasıl Düşünür. (Çev. G. Pular). Metis Yayınları: İstanbul.
- Çoban, B. (2015). Söylem ve İdeoloji. (Edt.). Su Yayınevi: İstanbul.
- Eagleton, T. (2015). İdeoloji. (Çev. M. Özcan). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Foucault, M. (2015). Kelimeler ve Şeyler. (Çev. M.A. Kılıçbay). İmge Kitabevi Yayınları: Ankara.
- Gibson, C. (2016). Semboller Nasıl Okunur? (Çev. C. Alpan). Yem Yayınları: İstanbul.
- Köktürk, M. (2014). Kültür ve Sembol: Bir Cassirer İncelemesi. Aktif Düşünce Yayınları: Ankara.
- Lunde, P. (2009). Şifreler Kitabı. (Çev. D. Akın). NTV Yayınları: İstanbul.
- Meyer, M. (2009). Retorik. (Çev. İ. Yerguz). Dost Kitapevi: Ankara.
- Waters, M. (2010). Modern Sosyoloji Kuramları. (Ed. Z. Cirhinlioğlu). Gündoğan Yayınları İstanbul.