

## SLOGANLARLA İSLAMCILIK: ŞÛRÂ DERGISİNDE SİYASAL İDEOLOJİYİ SLOGANLARDAN OKUMAK\*

Selin ŞAHİN\*\* & Enes ŞAHİN\*\*\*

### Öz

*Modern dönemde siyasal ve toplumsal yapıların değişmesi, ulus devletlerin ve demokratik rejimlerin dünya çapında yaygınlık kazanması toplumu yönetilen pozisyonundan siyasal karar verici pozisyonuna intikal ettirmiştir. Bu durum toplumun her kesiminin siyasal meseleler hakkında bilgi sahibi olmasını zarurî hale getirmiştir. Bu konuların felsefî ve sosyolojik derinliği olan meseleler olması toplumların yeni siyasal yöntemleri benimsemesi için farklı öğretim ve iletişim tarzlarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Ayrıca farklı siyasal ideolojileri savunan siyasal gruplar da fikirlerini toplumun her kesimine aktarmak için bu arayışa dahil olmuşlardır. Bahsi geçen arayışların neticesi olarak ortaya çıkan unsurlardan biri sloganlardır. Sloganların belli bir siyasal fikir ya da ideolojinin temel kabullerini, anahtar kavramlarla ve kolay akılda kalacak şekilde sunması devletler ve siyasal grupların sloganları sıkça kullanmasına sebebiyet vermiştir. Sloganları siyasal zihniyetlerini aktarma hususunda kullanan unsurlardan biri de İslamcı düşüncenin müntesipleri olmuştur. Bu doğrultuda Türkiye’de İslamcı düşüncenin 1970’lerdeki temel gerilimlerinin sloganlar etrafında ele alınmasının amaçlandığı çalışmada Şûrâ dergisinin kırk bir sayısında, sayfaların üst kısmında yer verilen sloganlar söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmada elde edilen sonuç Şûrâ dergisinin dinî açıdan literalist ve dışlayıcı, toplumsal açıdan ötekileştirici ve siyasal açıdan devrimci bir söyleme sahip olduğu, dergideki sloganların bu anlayışları özetleme ve aktarma amacıyla kullanıldığı olmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** Siyaset Bilimi, Siyasal Akımlar, İslamcılık, Şûrâ Dergisi, Sloganlar.

\* Bu çalışma 09-10 Haziran 2022 tarihleri arasında Yeni Yüzyıl Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen “Yeni Yüzyıl’da İletişim Kongresi” başlıklı etkinlikte Dr. Öğretim Üyesi Selin Şahin tarafından sunulan “Mottolarla Siyasal İletişim: Şûrâ Dergisinde Siyasal İdeolojüyü Sloganlarından Okumak” başlıklı sözlü bildirinin Dr. Öğretim Üyesi Enes Şahin ile yeniden değerlendirilmiş, genişletilmiş ve geliştirilmiş halidir.

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, selin.sahin@dpu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0071-6554>

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, enes.sahin@dpu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-5974-240X>

## ISLAMISM IN SLOGANS: READING POLITICAL IDEOLOGY THROUGH SLOGANS IN ŞÛRÂ MAGAZINE

### **Abstract**

*In the modern period, the change in political and social structures and the spread of nation-states and democratic regimes around the world have moved society from the position of the governed to the position of political decision-makers. This has made it essential for all segments of society to be informed about political issues. The philosophical and sociological depth of these issues has led to the emergence of different ways of teaching and communication for societies to adopt these new political methods. Political groups advocating different political ideologies have also been involved in this quest to convey their ideas to all segments of society. One of the elements that emerged as a result of these searches is slogans. The fact that slogans present the basic assumptions of a political idea or ideology in key concepts and in a memorable way has led states and political groups to use slogans frequently. One of the elements that used slogans to convey their political mentality was the followers of Islamist thought. This study aims to discuss the main tensions of Islamist thought in Türkiye in the 1970s around slogans. In this regard, the slogans at the top of the pages in the forty-one issue of Şûrâ magazine were examined using the discourse analysis method. The conclusion obtained from the study is that Şûrâ magazine has a religiously literalist and exclusionary, socially marginalizing, and politically revolutionary discourse, and the slogans in the magazine are used to summarize and convey these understandings.*

**Keywords:** *Political Science, Political Movements, Islamism, Şûrâ Magazine, Slogans.*

### **Giriş**

Bireylerin hayatlarını toplumsal bir yapı içerisinde sürdürmesi siyasal yapı, kurum ve işleyişlerin ortaya çıkışını beraberinde getirmektedir. Bireyler öncelikli olarak can ve mal güvenliğini sağlamak yani yaşamlarını idame ettirebilmek için kendi talepleri doğrultusunda bir üst yönetim mekanizmasını var etmektedir. Bu doğrultuda klasik ve modern eserler tetkik edildiğinde toplumsal yaşantının siyasal bir yapıyı kendiliğinden şekillendirdiğine işaret edildiği görülmektedir (İbn Haldun, 2020, s. 213; Kınalızâde Ali Çelebi, 2016, ss. 376-383; Hobbes, 2007, ss. 79-85). Bu anlayış modern siyasal düşünce literatürü içerisinde toplum sözleşmesi (Rousseau, 2013) anlatısında karşılık bulmaktadır. Modern dönemde bilhassa demokratik rejimlerin yaygınlaşmasıyla birlikte bu durum iletişim hususunda da değişim ve dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Toplumsal mekanizmanın siyasal yaşantıyı var etmesinin bir neticesi olarak yöneten yönetilen ilişkisinin tesisıyla birlikte iletişim kurma tarzı siyasal bir forma bürünmekte ve böylelikle siyasal iletişim yalnızca siyasal kurum ve mekanizmalar içerisinde yer alan aktörler tarafından kurulan bir iletişim tarzı olmanın dışına çıkmaktadır. Mesele geniş bir bakış açısı etrafında değerlendirildiğinde

toplumun siyasal düşünce ve eylemlerine yön verme, onları şekillendirme maksadıyla gerçekleştirilen iletişim biçim ve süreçlerinin siyasal iletişim çerçevesinde değerlendirilmesi mümkün hale gelmektedir (Aziz, 2021, s. 3; Çankaya, 2019, s. 13; Avşar vd., 2021, s. 11).

Bireylerin hem siyasal hem toplumsal hayatı anlama ve sürdürme tarzlarının şekillendirilmesi noktasında Avrupa ve Türk matbuat tarihinde işlevsel bir mahiyeti bulunan dergiler (Meriç, 2006, ss. 102-107), siyasal iletişim sahasında önemli bir konuma sahiptir. Dergiler vasıtasıyla hem düşünce üretilip geliştirilmekte hem de düşüncenin varlığı muhafaza edilip görünür kılınmaktadır. Bu çerçevede düşünce dergileri-dergiciliği siyasal fikirlerin kalıcı kılınması ve aynı zamanda topluma intikal ettirilmesi hususunda kendisinden istifade edilen bir unsur haline bürünmektedir. Dergilerin yazar kadroları siyasal tasavvur, öneri ve tenkitlerini dergi sayfalarından topluma aktararak cemiyetin siyasal davranışlarına yön vermenin imkanını aramaktadır. Böylelikle dergi sayfaları siyasal mücadelelerin yürütüldüğü aktif bir saha haline gelmekte ve yazarlar da bu sahada okurlarını kendi düşünce çizgilerine çekmeye gayret göstermektedir.

Dergiler bu amaçlarını gerçekleştirmek için içlerinde yer alan yazıları önceleseler de dergilerde fikir aktarımının tek vasıtası bu olmamıştır. Neşredilen yazılarla beraber dergilerin kapakları, içlerinde yer alan sloganlar, karikatürler, resimler, illüstrasyonlar aracılığıyla da okurlara seslenilmektedir. Dergilerin içerisine yerleştirilebilecek her türlü yazılı ve görsel unsur iletişimin bir parçası haline getirilmektedir (Güngör, 2020, s. 49). Bu unsurlarda kullanılan kelime ve renkler dahi okuyucuya iletilmek istenen mesajın daha kalıcı ve etkili olmasını sağlamaya çalışarak bir düşünce ekolünün kendi ıstılah ve aksiyomlarının aktarılması sürecini tesis etmektedir. Bu meyanda Türk modernleşme devrinden itibaren dergilerin ve dergiciliğin siyasal fikirlerin kamuoyu ile buluşturulması maksadıyla işlevselleştirildiğini söylemek mümkündür.

Türkiye’de siyasal tasavvurlarını topluma intikal ettirme hususunda dergileri aracı kılan kesimlerden biri İslamcı düşüncenin müntesipleridir. İslamcılığın bir fikir olarak kendisini gösterdiği modernleşme devrinden beri İslamcılar içinde buldukları dönemin siyasal ve toplumsal atmosferine dair düşünce, tenkit ve önerilerini çıkarmış oldukları dergiler vasıtasıyla topluma kendi perspektiflerinden sunmuştur. Bu şekilde muhataplarının siyasal zihniyet ve davranışlarına etki ederken siyasal düzende gerçekleşmesini talep ettikleri değişim ve dönüşümleri de hayata geçirmenin imkanını yoklamışlardır. Bu doğrultuda çıkarılan dergiler sürdürülen zihniyet mücadelesinin bir parçası haline bürünmüştür. Dolayısıyla dergilerin düşünsel bir değişim ve dönüşümün yanı sıra pratiğe dönük taleplerin gerçekleşmesi maksadıyla da çıkarıldığı ifade edilebilir niteliktedir.

5 Ocak 1978 tarihinde yayın hayatına dahil olan ve kırk bir sayı yayımlanan *Şûrâ* dergisi de bu çerçevede yayımlanan dergilerden biridir. Dergi kadrosu, dergi içerisinde yer alan metinlerin yanı sıra gerek dergi kapaklarında

yer alan ifade ve görsellerle gerek iç sayfaların üst kısmında bulunan sloganlar ile okuyucularına siyasal mesajlarını iletmiştir. Bu çerçevede Türkiye’de 1960’lardan itibaren alan bulan beynelmilel İslamcılığın 1970’lerin son dönemindeki dinî, siyasî ve toplumsal zihniyetinin sloganlar vasıtasıyla ele alınmasının amaçlandığı çalışmada *Şûrâ* dergisinin sayfalarının üst kısımlarında yer alan sloganlar tetkik edilecek, sloganların temel konuları tespit edilip sınıflandırılarak bu sloganlar aracılığıyla siyasal ideolojinin nasıl aktarıldığı ortaya koyulacaktır.

Çalışmada yorumsamacı bir epistemoloji tasavvurundan hareketle, “Bir metni şekillendiren söylemin kendi bağlamı ve bu bağlamın ürettiği idrak tarzı içerisinde arkeolojisinin yapılması olarak hülasa edilebilecek...” (Şahin & Şahin, 2022, s. 242) söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Söylem analizi başlığı altındaki pek çok analiz tarzı arasından tercih edilen ise James Paul Gee’nin (2010) *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method* serlevhali eserinde detaylı bir şekilde ele aldığı ve tartıştığı söylem analizi tarzı olmuştur. Gee (2010, ss. 8-10) hali hazırda var olan söylem analizi literatürünü takip ederek söylem analizi yöntemlerini açıklayıcı söylem analizi ve eleştirel söylem analizi olarak ikiye ayırmaktadır. Bununla beraber Gee’ye göre (2010, s. 9) aslında her söylem analizi özsel olarak eleştirel mahiyette olmalıdır çünkü ona göre dilin kendisi bizatihi politiktir. Gee (2010, ss. 17-20) dilin kimlik oluşturma, bağlantı kurma, toplumsal unsurları organize etme gibi farklı işlevleri olduğunu ifade etmektedir. Bu işlevler vasıtasıyla da üretim ilişkilerini kabullendirmek, siyasal sistemleri meşrulaştırmak, müesses nizamı eleştirmek ya da yeni toplumsal ve siyasal yapılar kurgulayıp dünyalar inşa etmek gibi neticeler elde edilebilmektedir (Gee, 2010, ss. 76-98). Gee’ye göre bir yöntem olarak söylem analizinin amacı iletişimsel unsurlar olan sözler, hitaplar, jestler, metinler (2010, s. 117) gibi araçların dilin hangi vasıtalarını kullanarak ne gibi neticeler elde etmeye çalıştığının çözümlenmesi ve çeşitli sorun ve tartışmaların incelenmesine yardım sağlamasıdır (2010, ss. 9-10). Ayrıca Gee (2010, s. 18) kimlik inşa eden dilin milliyet, cinsiyet, inanç gibi toplumsal unsurları şekillendirmesi ve çeşitli sınıflarla ilişkilendirmesi gibi işlevlerine de dikkat çekmektedir. Çalışmadaki sloganların dilin bu fonksiyonu ile ilgili bir okumasını yapabilme imkanı vermesi de söylem analizi yönteminin kullanılmasını daha önemli hale getirmektedir. Söylem analizi yönteminin söylemi belli bir tarihsel bağlam etrafında, toplumsal bir üretim olarak tasavvur etmesi de çalışmadaki sloganların 1960 sonrası Türkiye siyasetinin teşekkül ettirdiği fiilî ve fikrî şartlar doğrultusunda değerlendirilmesine imkan vermektedir.

Çalışmada derginin kırk bir sayısında yer verilen sloganların tamamı herhangi bir eksiltme veya sayı sınırı olmaksızın çalışmanın sınırlarına dahil edilmiştir. Yapılan tetkik neticesinde tekrarlar çıkarıldığında çalışmanın konusu olacak yüz on sekiz slogan tespit edilmiş, kullanılan yüz on sekiz slogan ise verdikleri mesajın ana unsurları etrafında temel düzeyde bir tasnife tabi tutulmuştur. Buna göre bu sloganlar din anlayışı; siyaset ve toplum

anlayışı ve öteki anlayışı kategorileri etrafında sınıflandırılabilir niteliktedir. Bu sınıfların tamamı doğrudan ya da dolaylı olarak siyasal bir fikriyatın zemini ve temel aksiyomlarını ortaya koyar mahiyettedir. Bununla beraber çalışmanın kaynağı olarak kullanılan yüz on sekiz sloganın tamamı doğrudan ya da dolaylı olarak siyasal bir mahiyete sahip olmamasından dolayı bu kategorilere dahil olmamıştır. Kategorizasyonda ilk ölçü sloganların içinde bulunan kavram ve temalar olmuştur. Söylem analizi yönteminin dilsel anlatıların içkin olduğu manaları ortaya çıkarma amacından hareketle içinde dinî ya da seküler ıstılahta siyasal bir manayı muhtevi kavramlar barındıran sloganlar çalışmaya dahil edilmiştir. NATO, laiklik, Masonluk, Amerika, Siyonizm gibi kavramlar yapıları itibarıyla kendiliğinden siyasal olarak kafir, zulüm, zalim, Ehl-i Sünnet, cihat, Şeriat gibi kavramlar bağlamsal olarak siyasal bir mahiyet arz etmektedir. Buna göre “Namaz dinin direğidir.”, “Allah’ı çokça zikredin.” gibi sloganlar içlerinde doğrudan ya da dolaylı siyasal manalar barındıran kavramlara sahip olmadığından çalışmadaki kategorilere girmemiştir. Gerçekleştirilen tasnifte temel arayış da bu doğrultuda sloganları oluşturan kavram setlerinin mahiyeti etrafında ortaya koyulmuştur. “Ya tam Müslüman olunur ya da hiç!” gibi sloganların kavram setleri doğrudan ve tamamen dinî bir mahiyettedir. Burada siyasal söylem dinsel bağlamın içerisinde inşa edilmektedir. Bu sebeple bu tip sloganlar dinî sloganlar olarak değerlendirilmiştir. “Masonlara, lionslara, rotaryenlere aldanma.”, “NATO’ya AET’ye hayır.” gibi sloganların kavram setleri ise bir dış grubu olumsuz olarak imleyen mahiyette olup bu şekilde kötü-şeytanî ötekiler oluşturma amacına matuftur. Bundan dolayı bu sloganlar öteki inşa eden sloganlar kategorisine dahil edilmiştir. Son olarak “Yaşasın dünya Müslümanlarının hak için olan mücadelesi”, “Şeriat gelecek vahşet bitecek.” gibi sloganlar ise kavram setleri açısından siyasal ve toplumsal süreç, kurum ya da arayışları merkeze alma hususiyetlerinden dolayı siyasal ve toplumsal sloganlar kategorisi etrafında tetkik edilmiştir.

## **1. BİR MESELE OLARAK TOPLUMA SİYASETİ ÖĞRETMEK: SLOGANLARI ORTAYA ÇIKARAN SÜREÇ**

Modern öncesi dönemde siyasal yapının niteliği üzerine düşünüldüğünde bir süreç ve gereklilik olarak siyasal iletişimin var olmaması kendiliğinden anlaşılır hale gelmektedir. Toplumsal yapıların siyasal süreçler ve karar vericilerle neredeyse hiçbir irtibatının olmadığı, tebaanın devletle olan irtibatının neredeyse tamamen vergi müessesesi etrafında gerçekleştiği modern öncesi dönem, siyasete dair bilginin siyaseti yapan unsurlar ve entelektüel zümre tarafından üretildiği ve paylaşıldığı bir devri ifade etmektedir. Siyasetin toplumun kısıtlı bir zümresi tarafından bilinen bir bilim ve gerçekleştirilen bir faaliyet olması ona dair bilginin toplumun geri kalanına yayılmasına ve öğretilmesine yönelik özel bir çaba gösterilmesini hem işlevsiz hem de gereksiz kılmıştır. Klasik dönemde toplumun alelekseri tarafından bilinmesi istenen bilgi türünün başta dinî bilgiler olduğu düşünülebilir

niteliktedir. İnanç sahasının bu dönemde toplumların etrafında birleştiği temel hususiyet olması ve siyasal alan da dahil olmak üzere neredeyse her meselenin meşruiyet zemini olarak kabul edilmesi, bu sahaya dair temel düzeyde bilginin cemiyetin her ferdi tarafından bilinmesini de toplumsal ve siyasal devamlılık açısından bir zorunluluk haline getirmektedir (Şahin, 2022a, ss. 413-416). Klasik dönemde temel dinî bilgilerin pek çok farklı işlevi de olmakla beraber modern dönemdeki vatandaşlık bilgisi işlevini de muhtevî olduğunu söylemek mümkündür.

Modern döneme geçişle beraber toplumsal yapıların ulus kavram ve fikri etrafında teşekkül ettiği (Giddens, 2008, ss. 159-165), toplumsal sözleşme anlayışının merkezde olduğu, dinin cemiyetinin kurucu unsuru olmaktan çıktığı (Taylor, 2017, ss. 69-81; Bauberot, 2008, ss. 80-89) bir sistem kendisini göstermiştir. Bu sistem aynı zamanda siyasal yapı, süreç ve kararların doğrudan olmasa da toplumun kendisi tarafından, temsilcileri vasıtasıyla alındığı bir yapıyı da beraberinde getirmiştir. Siyasetin bir toplumsal oyaşma etrafında gerçekleşmesi ise modern öncesi dönemde toplumun yönetici zümrelerinin malumu olan bir mesele olan siyasal bilginin toplumun her ferdine öğretilmesi ve içselleştirilmesi icabını ortaya çıkarmıştır. Bu durum çocukluktan başlayan zorunlu eğitim faaliyetinin müsebbibi olduğu gibi (Spring, 1997, s. 10) demokratik rejimlerde farklı siyasal görüşleri temsil eden partiler ve siyasal zihniyet yahut ideolojilerinin toplumda karşılık bulmasını talep eden siyasal grupların siyasal iletişim faaliyetleri ve stratejileri geliştirmesi sürecini de tetiklemiştir. Bununla beraber siyasal zihniyet ve ideolojilerin yer yer felsefî ve teorik soyutlamalar etrafında şekillenmesi bu unsurlara vakıf olabilmek için bir entelektüel derinlik ve müktesebata sahip olmayı gerek şart haline getirmektedir. Tam da burada modern dönemde siyasal süreçlerle alakalı oldukça önemli bir ikilem kendisini göstermektedir. Modern dönemde toplumun eğitim düzeyinden bağımsız olarak her ferdinden girift siyasal felsefe, ideoloji ve yapıları anlaması ve içlerinden birini tercih etmesi talep edilmektedir. Bu unsurların ise herkesçe derinlikli ve eşit bir biçimde anlaşılacağı açıktır. Toplumsal işbölümü içerisinde kendi zanaat, memuriyet ve sanatını icra eden kimselerin bu işleri dışında siyaset teorisi ve felsefesine vakit ayırıp, bu konulardaki tartışmaları özümseyerek kendi kanaatlerini inşa etmelerini beklemek mümkün değildir. Klasik dönemde bir yazarın kitabında ortaya koyduğu yalnızca bir meseleyi açıklaması ve ispatı kimi zaman yüzlerce sayfa sürerken modern dönem bu tip uzun izah ve ispatlara imkân vermemektedir. İdeolojilerin tabiatı gereği toplumun her kesimine hitap edebilme kabiliyeti aynı zamanda ideolojilerin itiraz ve kabullerinin herkes tarafından, düşünsel bir çaba göstermeksizin, özel bir kabiliyete gerek duymadan anlaşılabilceği yeni bir izah formuna ihtiyaç duymaktadır. Tam da bu noktada siyasî partiler ve gruplar; devlet, toplum, siyaset gibi hususlardaki anlayışlarını toplumun en entelektüel zümrelerinden en az eğitilmiş sınıflarına kadar herkesin anlayacağı bir niteliğe büründürmenin yollarını aramaktadır. Bu izah formlarından birinin ise sloganlar olduğu söylenebilir niteliktedir.

“Slogan Galce *Sluag-ghairm* ve İskoçça *Slughorne* kelimelerinden türemiştir. Köken itibariyle Kelt İskoçların “ritmik savaş çılgılığı” ya da “bir klanın savaşçılarının toplanma çağrısı” anlamındadır.” (Keskin, 2014, s. 282). Türk Dil Kurumu tarafından “Bir düşünceyi kolay hatırlanıp tekrarlanabilir bir biçimde ifade eden kısa, çarpıcı söz” ve “Kimlik, topluluk, örgüt, kurum veya kuruluşun amaç ve araçlarını özlü bir biçimde tanımlayan deyiş veya söz” (TDK, 2023) şeklinde tanımlanan, temel anahtar kelimelerin yer aldığı, kolay ezberlenen, fikri en basit ve anlaşılır hali ile özetleyen sloganlar modern dönemin siyasal iletişim süreçlerinde de önemli bir rol oynamaktadır. Sloganların siyasal fikirlerin en temel ve karakteristik unsurlarını; ikna niteliği yüksek, akılda kalan ve harekete geçirme gücünü muhtevî bir şekilde aktarma kabiliyetine sahip olması siyasal parti ve grupların kendilerini toplumun geneline izah ve kabul ettirebilmek için sloganlara sıkça başvurmasına sebebiyet vermektedir. Bu doğrultuda farklı siyasal ideoloji ve fikirleri benimseyen grupların çeşitli çıktılarında sloganların oynadığı rolleri ele alan çalışmalar da önem arz etmektedir.

Sloganlarla alakalı literatür tetkik edildiğinde çalışmaların önemli bir kısmının işletme ve reklamcılık sahalarında gerçekleştirildiği görülmektedir. Markaların kullandıkları sloganların tüketim alışkanlıklarındaki devamlılık ya da değişimi ne şekilde etkilediği (Mengü, 2006), markalarının farkındalık, bilinirlik ve tanınırlığının artmasında sloganların ne derecede işlevsel olduğu (Kızgın vd., 2018; Yalçinkaya, 2021) gibi konularda gerçekleştirilen bu çalışmalar aynı zamanda sloganın etkinliğini de ortaya koyar niteliktedir. Bununla beraber seçim süreçlerinde sloganların kullanımı temasını merkeze alan siyasal iletişim çalışmalarına da rastlamak mümkündür. Ali Atıf Bir ve Selçuk Yeles (1989) tarafından kaleme alınan *29 Kasım Seçimleri TV Propagandalarında Kim Kime Ne Söz Verdi? Simgeler, Sloganlar, Vaadler* başlıklı makale 1987’de gerçekleşen erken genel seçimlerde partilerin kullandıkları simge ve sloganları merkeze alıp bir dökümünü sunsa da net bir netice ve teorik bir yaklaşıma sahip olmamıştır. Muammer Öztürk’ün (2014) *Seçim Sloganlarının Seçmen Hissiyatına Tercüman Olma Yarışı: 30 Mart 2014 Seçimlerinin Bir Analizi* başlıklı, ortalama seçmenin siyaset ve Türkiye ile alakalı hissiyatını yakalayan sloganların başarılı olacağı hipotezi üzerinde durduğu makalesi 2014 seçimleri üzerinden meseleyi tartışmıştır. Mikail Batu, Akan Yanık ve Onur Tos’un (2021) *İdeolojik Bir Söylem Olarak Slogan Üzerine Düşünmek: Türkiye’de Mart 2019 Yerel Seçimlerinde Kullanılan Parti Sloganları Üzerine Kıyaslayıcı Bir Analiz* başlıklı çalışması belli bir seçimde kullanılan sloganların nicel yöntemler kullanılarak tetkiki ve mukayesesini gerçekleştirmiştir. Murat Sezik (2019) *Vaatler ve Sloganlarla Muhtarlık Yarışları: 2019 Yerel Seçimleri Broşür Çözümlemesi* başlıklı çalışmasında makro düzeyden mikro düzeye inerek muhtarlık seçimlerinde slogan kullanımını tetkik etmiş, yerel düzeyde dahi slogan kullanımının çok yaygın olduğunu ortaya koymuştur. Sloganların kimlik inşası ve iç-grup aidiyetinin pekiştirilmesi açısından da önemli olduğu malumdur. Taner Atmaca ve Sinan Dağ’ın (2023) *Okul Marşları ve Sloganlarında Yer Alan*

*Değerlerin Okul Kültürü Oluşturma ve Kimlik İnşası Bağlamında İncelenmesi* serlevhali makalesi de bu meseleyi ele almış ve sloganların kimlik ve aidiyet oluşturma işlevi üzerinde durmuştur. Dinî kavramların sloganik kullanımı hususunda ise Fatih Koca'nın (2014) *Tarihten Günümüze Tekbîr ve Tehlîl Nidâlarının Sloganik Değeri Üzerine Bir İnceleme* başlıklı ve tekbir ve tehlilin amacına uygun kullanılmasının dinî bir gereklilik olduğu tespiti ile nihayete eren makalesi örnek olarak gösterilebilir niteliktedir. Türkçe literatürde sloganın felsefi cephesini merkeze alan istisnai nitelikteki çalışmalardan biri İsmail Latif Hacinebioğlu (2006) tarafından kaleme alınan ve sloganın bilgi edinme süreçlerindeki inkâr edilemez etkinliği sebebiyle doğru yönde işlevselleştirilmesi gerektiği kanaati ile neticelenen *Bilgi ve İfade için Bir Araç ya da Engel Olarak Slogan* serlevhali makaledir.

Slogan üzerine oldukça geniş bir uluslararası literatür mevcuttur. Bununla beraber Türkçe literatürdeki işletme ve reklamcılık merkezli slogan araştırmaları durumunun uluslararası literatürde de mevcut olduğunu söylemek mümkündür (Tinceva, 2020, s. 58). Bu literatürün siyaset bilimi, siyasal iletişim ve uluslararası ilişkiler cephesini alakadar eden birkaç örneğine işaret etmek yerinde olacaktır. Jinghan Zeng (2020) *Slogan Politics: Understanding Chinese Foreign Policy Concepts* başlıklı kitabında üç farklı slogan üzerinden, bu sloganların kültürel bağlamını da tetkik ederek Çin dış politikasını ele almıştır. Manuel Garrido-Lora, William-N. Sánchez-Decicco ve Rubén Rivas-de-Roca (2022) tarafından kaleme alınan *Strategy and Creativity in The Use of Political Slogans: A Study of The Elections Held in Spain in 2019* serlevhali, sloganların siyasal iletişimdeki yerinin layüsel olduğu aksiyomunun temel alındığı ve sosyal medya kullanımının sloganların etkinliğini zayıflatmak bir yana daha da güçlendirdiğinin savunulduğu makalede Türkiye'deki çalışmalara benzer şekilde örnek olay olarak 2019 İspanya seçimlerinde siyasal sloganların kullanımı ele alınmıştır. Nelly Tinceva (2020) *What's in a Political Slogan?* başlıklı çalışmasında siyasal sloganları daha derinlikli bir şekilde, bilişselci bir bakış açısıyla ele almıştır. Cail Newsome'ın (2002) *The Use of Slogans in Political Rhetoric* başlıklı makalesi de sloganların siyasal söylemleri aktarma ve benimsetme işlevinin neden ve nasıl başarılı olduğu üzerinde durmuş, siyasal sloganların seçmenlerde duygu, mantık ve inandırıcılık unsurlarını aynı anda sağlayabilmesi halinde başarı gösterdiği sonucuna varmıştır. Shintetsu Fukunaga ve Bin Zhang'ın (2007) *A Comparative Analysis of American and Chinese Political Slogans: A Critical Linguistic Perspective* serlevhali makalesi Amerika ve Çin siyasal hayatında kendisini gösteren sloganları eleştirel dilbilim ve yorumbilim cephesinden analiz etmekte ve siyasî sloganların, kendilerini üreten toplumun kültür, ideoloji, felsefe ve siyasal zihniyeti etrafında şekillendiği ve aynı zamanda bu unsurları da şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

Görüleceği üzere sloganlarla alakalı çalışma alanları oldukça geniş ve çeşitliliği yüksek olmasına rağmen Türkiye'deki eğilim alekser siyasal



iletişim cephesinde ve çeşitli seçimler öncesindeki parti sloganlarının ele alınması kısıtı etrafındaki tetkikler şeklinde olmuştur. Bu doğrultuda herhangi bir siyasi parti tarafından temsil edilmese de toplumsal alanın gençler, üniversite öğrencileri, kadınlar, işçiler gibi çeşitli unsurları tarafından destek bulan ve onları temsil iddiasında olan farklı ideolojik grupların sloganlarının da incelenmesi siyasal düşünce tarihinde belli bir dönemin dünya görüşlerinin tetkiki bakımından önem arz etmektedir.

## 2. ŞÛRÂ DERGİSİ VE SLOGANLARI

Türk modernleşme tecrübesinde Osmanlı Devleti'nin ikbali endişesi ile tesis edilmiş, devleti kurtaracak ve ileriye götürecektir istikametleri tespit etme gayesine matuf bir şekilde kendisini gösteren fikir hareketleri Osmanlılık, İslamcılık, Türkçülük ve Batıcılık etrafında hülasa edilebilmektedir (Şahin, 2023, ss. 17-18). İslamcılık fikri, Osmanlı Devleti için ikbal siyasetini İslam dininin içtimaî, iktisadî ve ahlakî nizamı ile Batı'da geliştirilen ilmî müktesebatı, teknik ve teknolojik ilerlemeleri meczetmek olarak tayin etmiştir. Bu anlayış biçimi bilhassa İkinci Meşrutiyet sonrasında neşredilen *Sırat-ı Müstakim* ve *Sebilürreşad* dergileri etrafında bir araya gelen isimlerle sistematik bir hale bürünmüştür (Koroğlu, 2016, s. 5). Cumhuriyet idaresinin tesisinin ardından devlet ideolojisi olarak farklı unsurların tercih edilmiş olması ve İslamcılığın kendisine yer bulamaması ile bir fetret devrine giren İslamcı düşünce (Yılmaz, 2011, s. 633) 1950'lerle birlikte yeniden hareket sahası bulsa da (Tekin vd., 2011, s. 657) asıl hızını 1961 Anayasası'nın açtığı alanda almış (Sunar, 2019, s. 9) fakat bu dönemden itibaren Türk zihniyet dünyasından kopan unsurların hakimiyet kurmaya başladığı bir hale bürünmüştür (Kara, 2013, s. 32). Özellikle dünyanın çeşitli yerlerinde işgal ve sömürge tecrübesi geçirmiş, İslam'ı bu işgal ve sömürge süreçleri karşısında bir direniş kaynağı olarak aktüel hale getiren İslamcılık anlayış ve anlatılarının kurucu isimleri tarafından kaleme alınan kitapların Türkçe'ye çevrilmesiyle çok farklı şart ve bağlamlar etrafında inşa edilen fikirlerin Türkiye'de karşılık bulması için çaba gösterilmiştir (Aktay, 2011, s. 21). Bu doğrultuda farklı İslamcı gruplar yayınladıkları çeviri ve telif kitaplar ve bilhassa dergiler ile farklı dünya ve tecrübelerden ithal edilen fikirleri aktarma ve benimsetme arayışını ortaya koymuştur. Bu dergilerden biri de Türkiye'de siyasal istikrarın tesis edilemediği 1970'lerin son döneminde yayınlanmaya başlanan *Şûrâ* dergisidir.

5 Ocak 1978 tarihinde haftalık siyasî bir yayın olarak okuyucularının karşısına çıkan *Şûrâ* dergisi daha ilk sayısının kapağında yer alan "Şeriatçı gazete olabilir mi?" sorusu ile var olan siyasal düzene ilişkin düşünce ve taleplerini ortaya koymuştur. Dergiyi neşreden kadro kendisini "İslâm'ı dünyevi ve uhrevi hayatın her safhasını aklın idrakinden uzak en cüz'i noktalarına kadar tesis ve tanzim eden şeriata malik, noksandan münezzeh, değişmez ve değiştirilemez yegâne nizam kabul eden bir kadro..." ("Bu Gazete", 1978, s. 2) olarak tasvir ederek bu husustaki düşüncelerini açıkça

beyan etmiştir. Derginin devamlılığı hususundaki çizgi ise dergi kadrosunca şu şekilde ifade edilmiştir: “Yazıp çizdiklerinden dolayı evvelâ Hakkâ sonra cemaatine karşı mes’uldür. Mes’uliyetinin hesabını veremez vaziyete düştüğü, hasbilkten hesabılığe kaydığı ve düşmanın âmaline alet olma emarelerini hissettiği an neşriyatına son verecektir.” (“Bu Gazete”, 1978, s. 2). Dergide Yılmaz Yalçiner, Selahaddin Eş Çakırgil, Ömer Yorulmaz, Hüsnü Aktaş gibi isimlerin yanı sıra farklı pek çok ismin metinlerine yer verilmiştir. Dergi yalnızca düşüncenin aktarılmasına vasıta kılınan bir araç olarak değil aynı zamanda talep ettikleri siyasal düzene kavuşmalarını sağlayacak (Yalçiner, 1978a, s. 6) ve ötekileri olarak gördükleri kesimle mücadelelerinde kullanacakları bir silah olarak nitelendirilmiştir (Yalçiner, 1978b, s. 7). Şûrâ’nın silah olarak tanımlanması dergi kadrosunun toplumsal uzlaşımın sağlanmasının bir tarafı ya da destekçisi olarak hareket etmeyeceklerinin bir göstergesi olarak ele alınmış ve bu durum “Şûrâ, İslâmci gazete... Gazete fakat hem gazete hem silâh...” dedik. Silâh’ın konuştuğu yerde uzlaşma yoktur. Uzlaşmanın yapılacağı yere de silâhla gidilmez. O halde, Şûrâ, her ne sebeple olursa olsun -eğer stratejik zaruret icabı değilse- asla objektif habercilik yapamaz, yazılarıyla “uzlaştırıcı” vazifeler yüklenemez.” (“Omuz Omuz”, 1978, s. 2) şeklindeki ifadeler ile ortaya koyulmuştur. Bu çerçevede Şûrâ’nın mevcut tarafgirlikleri ve toplumsal ayrışmayı daha da derinleştirmeye hizmet eden çatışmacı bir yayın olduğunu söylemek mümkün hale gelmektedir (Maviş, 2019, s. 208). 30 Ekim 1978 tarihinde yayınlanan kırk birinci sayının kapağında yer alan “Sizleri bir kere daha Tevhid Bayrağını yüksekte tutmaya çağırıyor ve neşriyatımızı tatil ediyoruz.” şeklindeki hem veda hem de yeni bir başlangıca işaret eden ifadelerle derginin yayın hayatına son verilmiştir. Şûrâ dergisi yayınlandığı dönem göz önünde bulundurulduğunda yüksek tirajlı bir yayın olarak nitelendirilebilecek olması (Maviş, 2019, s. 208), gerek dergi kapaklarında yer alan görsel ve ifadeler gerek dergi içeriğinde yer alan metinlerle devrinin İslamcı düşüncesini yansıtan bir mahiyeti bulunması sebebiyle Türkiye’de İslamcı dergicilik içerisinde önemli bir konuma sahip olmuştur.

Toplam kırk bir sayı neşredilen Şûrâ’nın sayfa tasarımları incelendiğinde derginin bazı sayfalarının üst kısımlarında, çoğunlukla altında bulunan sayfadaki makalenin konusu ile irtibatlandırılacak sloganlar olduğu görülmektedir. Bu sloganlar nicel yönden ele alındığında kırk bir sayıda tekrarlarla dört yüz altmış dört, tekrarsız yüz on sekiz adet slogana yer verildiği tespit edilmiştir. Bazı sloganlar derginin farklı sayılarında tekraren kullanılmış, böylece bilinirliği ve etki gücü artırılmaya çalışılmıştır. Sloganlar nitel yönden ele alındığında ise Şûrâ dergisini çıkaran kadronun bu sloganlar vasıtasıyla dönemin evrenselci İslamcı ekolünün mümessili olabilecek şekilde fikriyatını özetlediğini söylemek mümkündür. Kavram setlerinin mahiyetleri itibarıyla tasnife tabi tutulan bu sloganlar çalışmada dini sloganlar, öteki inşa eden sloganlar ile siyasi ve toplumsal sloganlar olarak sınıflandırılmıştır.

## 2.1. Şûrâ Dergisindeki Sloganlarda Din Tasavvuru

Şûrâ dergisinin sloganları tetkik edildiğinde en sık rastlanacak slogan tarzının doğrudan dinin itikat ve ibadet cephesine yönelik sloganlar olduğunu söylemek mümkündür. Bu sloganların bir kısmı “Namaz dinin direğidir.” (1978, s. 15), “Allah’ı çokça zikredin.” (1978, s. 6), “Namazını ihmal etme.” (1978, s. 3), “Ezan, kurtuluşa davettir.” (1978, s. 13), “Gerçek din İslam’dır.” (1978, s. 13) gibi ikincil bir siyasal ya da toplumsal anlamı olmayan, doğrudan itikat ve ibadetle alakalı sloganlardır. Bununla beraber gene itikat ve ibadetle alakalı olmakla birlikte dönemin İslamcı fikriyatının siyasal ve toplumsal tasavvurunu da yansıtan ve tahkim eden bir takım ikincil manaları muhtevî sloganlara sıkça rastlanmaktadır. Derginin birinci ve ikinci sayısında yer verilen “Ehl-i sünnet yolundan ayrılma” (1978, s. 10; 1978, s. 10) sloganı sonraki otuz dokuz sayıda kullanılmamıştır. Türkiye’de dönemin enternasyonalist-ümmeççi İslamcılığı ile İrancılık tetkik edildiğinde bu İslamcılık tasavvurlarının İslam dininin içerisindeki mezhepleri sorunsallaştırma hususunda ortak bir tutuma sahip olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda ilk iki sayıda da olsa Ehl-i Sünnet vurgusu ile karşılaşılması dönemin algısından farklı bir söylem tarzını ifade etmektedir. Bununla birlikte İran’da İslam devrimi sürecinin yükselişe geçmesiyle beraber “Ehl-i Sünnet yolundan” vazgeçilmiş, İran devrimi ve Humeyni ile alakalı hususlara doğrudan derginin kapaklarında yer verilmiştir. Ayrıca dönemin İslamcılığının aktivist ve devrimci söylemleri Ehl-i Sünnet itikadının iman ile ameli birbirinden ayıran inanç biçimine muarız bakma eğilimindedir. Örneğin “İnanıyorsan, inancını tam yaşa.” (1978, s. 3) sloganında iman ile ameli bir bütün olarak görme eğilimini tespit etmek mümkündür. “Ya tam Müslüman olunur ya da hiç!” (1978, s. 5) sloganı da bu eğilimi destekler niteliktedir.

Şûrâ’nın sloganlarında ehli kibleyi tekfir etmemeyi bir esas olarak belirleyen Ehl-i Sünnet usulüne (Mızraklı İlmihal, 2012, s. 60) muarız bir biçimde belirli şahıs, grup, inanç ve anlayışları doğrudan kafir ilan eden tekfirci bir yöntemin varlığı da görülmektedir. “Laik’ten Müslüman olmaz.” (1978, s. 12) ve “İnkârcıların cenâze namazını kılma.” (1978, s. 13) sloganları siyasal düşünceler tarihindeki bağlam ve manası tam olarak anlaşılabilmiş kavramların Müslümanlık ölçeği haline getirildiğini, bu doğrultuda Müslümanlığı Şûrâ kadrolarının keyfî din anlayışı doğrultusunda tespit edilmiş kişilerin cenaze namazının kılınmaması hükmünün dahi verildiğini ortaya koymaktadır.

Dönemin beynelmil İslamcı kadrolarının din tasavvuru tetkik edildiğinde şeriat kavramını bir siyasî sistem olarak tasavvur eden; bu siyasal sistemle yönetilmeyen devletleri tağut, farklı siyasal sistemlerle yönetilen devletlerin yöneten ve yönetilenlerini kafir olarak kodlayan; bu şekilde kodladıkları rejimler ve mensuplarına yönelik mücadeleyi cihat ile özdeşleştiren; İslam düşünce tarihindeki yöntemsel karşılığı Haricilik’te (Öz, 2012, ss. 69-90) bulunabilecek bir din anlayışı olduğu gözlemlenebilir niteliktedir. Bu anlayış tarzı İslam dışı idare biçimlerini zulüm, bu idare

tarzlarıyla yönetilen ülkelerdeki idareci ve vatandaşları ise zalim olarak adlandırmaktadır. *Şûrâ*'nın sloganlarında da bu fikriyatın desteklendiği görülmektedir. “Zulme rıza zulümdür.” (1978, s. 12) denilerek İslam dışı idare tarzlarına rıza gösterenleri din dışı bir saha ile irtibatlandırma çabası ortaya koyulurken “Zalimlerle mücadele cihaddır.” (1978, s. 2) sloganıyla cihadın sahası ülke sınırlarına çekilmek istenmektedir. “Allah’ın laneti zalimler üzerindedir.” (1978, s. 15) sloganı da bütün bir cemiyeti sorunsallaştırmaktadır. Bu durum ilgili sloganın altında bulunan yazıyla irtibatlı bir şekilde değerlendirildiğinde çok daha açık bir şekilde anlaşılabilir niteliktedir. *Şûrâ*'nın ilk sayısının “Şeriatçı Gazete olabilir mi?” başlığıyla çıkmasının ardından bu kapak “Savcılara meydan okuyorlar” ve “Şeriat devletini savunan gazete çıkarıldı!” başlıkları ile *Yeni Ulus* gazetesi tarafından haberleştirilmiş, kamuoyunda gündem olmasının ardından da dergi toplatılmış; *Şûrâ* kadrosunun önemli isimlerinden, beşinci sayının ardından derginin sahibi ve sorumlu müdürü olarak belirtilen Yılmaz Yalçiner tutuklanmıştır (“toplatıldık... ve tutuklandık!..”, 1978, s. 3). “Zalimlerle mücadele cihaddır.” (1978, s. 2) sloganının altında Yılmaz Yalçiner’in mahkemede yazdığı şu mektup bulunmaktadır:

“Müslüman kardeşlerim, Bu satırları mahkeme koridorunda karalıyorum. Biraz sonra tevkif edip düzenin damına gönderecekler. Göndersinler. Assalar ne olur? Zeki'nin bir yazısı vardı: Müslümanı bu düzende kimse yargılayamaz diye. Bizi bu düzen yargılayamaz. Bizden hesap soramaz. Bizim hesabımız Allah'adır. Kullara, hele oligarşik zulüm idarelerine değil!.. Allah rızası için her türlü küfre karşı durmak boynumuzun borcu. Düzenin kelepçeleri bize sökmez!” (Yalçiner, 1978c, s. 2).

Görülebileceği üzere dergi kadrolarının devlete bakış açısı tağuti düzen, zulüm ve küfür idaresi fikri çerçevesinde teşekkül etmiştir. Sloganlar da bu doğrultuda adeta alt kısımlarda bulunan yazıların bir hülasesi ve akılda kalan hüküm şeklinde kullanılmaktadır.

*Şûrâ* devlet idaresine yönelik düşmanlığını cemiyeti bir araya getiren unsurlar olarak millî bayramlar etrafında da göstermektedir. “Şeriat’ın bayramı ikidir. Ramazan ve Kurban.” (1978, s. 3) sloganı ile verilen hüküm ilgili sayfada bulunan *Dikkat: Münâfık düzen evvelâ idrâklerde yıkılır* yazısındaki şu ifadelerle pekiştirilmektedir:

“En iptidai bir yamyam aklı ve mantığına bile kat’iyyen zor gelecektir ki “Layıkım (Dinsizim), ilkeci, ülkücü, demokratik, şefokratik ve Şeriat (Din) düşmanıyım” diye uydurma bayramları, inkarcı mesajları ve materyalist maarifi ile bir rejim hora tepsin de, bir yandan da en büyük düşman olduğu dine (Şeriata) hizmet etsin! ...Türkiye'deki layık ve münafık düzmece düzenden daha büyük Şeriat düşmanı bir düzene, insanlık tarihinde asla rastlanılmaz. ...İşte bugün Türkiye'deki

münafık düzen de, “Diyanet İşleri Başkanlığı” denilen yeri ile, saf ve zavallı Müslüman kitlelere şirin görünme becerikliliği peşindedir.” (Ahmed Selâmî, 1978, s. 3).

Açık bir biçimde görüleceği üzere *Şûrâ*’nın din tasavvuru, Türkiye’deki müesses nizamı kafır, münafık gibi kavramlar etrafında konumlandırılan, bu nizama karşı cihadî dinî bir emir olarak gören bir mahiyette olup kullanılan sloganlarla da bu zihniyet okurların zihninde hem hülâsa edilmiş hem de kuvvetlendirilmiştir.

## 2.2. *Şûrâ* Dergisindeki Sloganlarda Ötekilik

Modern dönemde her siyasal ideoloji ve zihniyet bir yandan kendi fikriyatlarını teşekkül ettirip bunu aktarmanın yollarını ararken diğer yandan kendilerinden olmayanları-ötekileri oluşturulma süreçlerini de ortaya koymaktadır (Aronson vd., 2020, ss. 762-763). Bir iç gruba yönelik aidiyetin artırılması amacıyla dış grubun da tüm detayları ile betimlenmesi ve bir cephesiyle de inşa edilmesi modern dönemde neredeyse her siyasal grup tarafından gerçekleştirilen bir çabayı ifade etmektedir (Cottam vd., 2021, s. 100). Böylece oluşturulan biz-öteki düalizmi bireylerin ideolojilere bağlılıklarını arttırmakta, mobilizasyon sürecini hızlandırmaktadır.

*Şûrâ* dergisinde de İslamcı fikriyatın mahiyet ve keyfiyeti şekillendirilirken İslamcılığın ve Müslümanların ötekilerinin kimler olduğu üzerinde de durulmuş, bu durum dergilerde yer verilen sloganlarda da gözlemlenebilir hale gelmiştir. Sloganlardan hareketle meseleye intikal edildiğinde öncelikli ötekilerin dönemin beynelmilel İslamcı anlatılarında sıkça rastlandığı üzere Siyonizm ve masonluk olduğu görülmektedir. “İslam’ın baş düşmanı Siyonistler ve masonlardır.” (1978, s. 5), “Masonlara, lionslara, rotaryenlere aldanma.” (1978, s. 13), “Müşrik düzenlerin kaynağı siyonizm’dir.” (1978, s. 11) sloganlarında görülebileceği üzere müşrik düzenler olarak kavramsallaştırılan İslam dışı yönetim sistemlerinin membaı olarak Siyonizm tespit edilmiş, bunun yanında Siyonistlerle beraber masonlar İslam’ın en temel düşmanları olarak tasavvur edilmiş, Lions ve Rotary gibi topluluklar da bu unsurlarla beraber Müslümanları yanlış düzenlere intikal hususunda manipüle eden ve Müslüman dünyayı kendilerine ait olmayan idare tarzlarına sürükleyen şeytanî topluluklar olarak tasvir edilmiştir. Bunun yanında İslam dışındaki diğer dinlerin mensupları ile dostluk ilişkisi kurulmaması “Yahudi’den, Nasrani’den dost tutma.” (1978, s. 12) ve “Kafirden dost edinmeyin.” (1978, s. 12) sloganları ile okurlara tembihlenmiştir. Çeşitli gruplar ve dinlerin ardından ortaya koyulan bir diğer öteki ise ideolojiler olmuştur. 1950’lerden itibaren muhafazakâr camianın temel tehlike olarak komünizmi değerlendirmesine eleştirel bir yaklaşım olarak “Kapitalizm ve faşizm, komünizm kadar belâdır.” (1978, s. 12) sloganıyla modern siyasal ideolojilerin her türlüşünün Müslümanlar için tehlike arz ettiği üzerinde durulmuştur. Bir devlet olarak Amerika Birleşik Devletleri de öteki olarak tespit edilmiş “Amerika’ya kovalım.” (1978, s. 5)

sloganıyla hem Amerika'nın ötekiliği ortaya konmuş hem de okurların Amerikan karşıtlığı hususunda mobilize olmasına çaba gösterilmiştir. Tüm bunlarla beraber bazı uluslararası örgütler de ötekilere dahil edilmiştir. "NATO'ya AET'ye hayır." (1978, s. 7) ve "NATO'ya Ortak Pazar'a hayır." (1978, s. 12) sloganları ile NATO ve Avrupa Birliği uluslararası sistemin ötekisi olarak kodlanmıştır.

Bu ötekilik inşası ve tahayyülleri sosyal psikoloji literatürü etrafında ele alındığında, burada bir dışsal yüklem durumunun olduğu apaçık bir biçimde görülmektedir (Taylor vd., 2020, s. 195). Ortaya çıkan her türlü problemi, tarihî her vakıa ve yenilgiyi içsel değil de dışsal faktörlerde aramanın bir neticesi olarak ortaya çıkan bu zihniyet tarzının öteki olarak kurguladığı bu unsurlar hakkında da neredeyse hiçbir bilgisinin bulunmadığı anlaşılır niteliktedir. *Şûrâ* kadrolarının bu kavramları kullanma tarzı dikkatle incelendiğinde Lions, Rotary, Mason, Siyonist gibi kavramların hepsinin aynı manaya sahip, müteradif kavramlarmişçasına kullandığı görülmektedir. Derginin onuncu sayısının kapağındaki şu ifade meseleyi apaçık bir biçimde göstermektedir: "Siyonist Katillerden Hesap Soracağız Osmanlı Şeriat Devleti'nin Katili de Siyonistlerdi.. İşte Mason Ziya Gökâlp". Burada bambaşka tarihî, kültürel, iktisadî, dinî ve siyasî bağlam ve süreçlerin neticeleri olarak ortaya çıkan Masonluk ve Siyonizm aynı manaya geldiği tamamen kabul edilen bir mahiyette kullanılmıştır.

### **2.3. *Şûrâ* Dergisindeki Sloganlarda Siyasal Muhayyile**

1960 sonrasında Türkiye'de ortaya çıkan görece özgürlük alanlarının genişletildiği ortamda sosyalist söylem ve çevirilerin artmasına benzer şekilde İslamcı camiada da dünyanın farklı yerlerinde ortaya çıkmış İslamcı düşüncelerin, çeviriler suretiyle Türkiye'de bilinirliğinin artırıldığı görülmektedir. Seyyid Kutup, Mevdudî, Hasan el-Benna gibi isimlerin eserleri hem çıkarılan dergilerde yayınlanmış hem de müstakil kitaplar olarak neşredilmiştir (Şahin, 2022b, ss. 152-153). Ayrıca bu dönemde İslamcı düşüncenin sosyalist düşünce ve kültürden de etkilendiği, kendisine mal ettiği unsurlar olduğunu da müşahade etmek mümkündür (Bora, 2019, s. 100). Bu meyanda dönemin İslamcı düşüncesinin en ayırıcı unsurlarından birinin enternasyonalist-beynelmilel-ümmeççi bir İslamcılık tahayyülü olduğu söylenebilir niteliktedir. *Şûrâ* dergisinin sloganlarında da bu enternasyonalist İslamcılık anlayışı açık bir şekilde görülebilir niteliktedir. "Tevhid Bayrağı'nın altında toplanalım." (1978, s. 3), "İslam tevhid dinidir. Parçalanma." (1978, s. 7) sloganları ile toplumsal mesajlar verilmiş, itikadî bir mesele içtimaî bir meseleye dönüştürülmüştür. "Kavmini sev fakat, kavmiyetçilik yapma." (1978, s. 12) sloganıyla milliyetçi fikriyat memnu hale getirilmiş, "Uzaklardaki kardeşinin ızdırabını ızdırabın bil." (1978, s. 2) ve "Müslüman, tefrikaya düşme: Kenetlen." (1978, s. 13) sloganları ile Müslüman dünyanın ortak bir bilince sahip ve yekvücut olması gerektiği üzerinde durulmuştur. "Asabiyyetinin kaynağı imanın olsun." (1978, s. 5)

ifadesiyle Türklük asabiyeti tasfiye edilmiştir. “Müslümanlar tek millettir.” (1978, s. 4) ifadesiyle de mezhep, dil, gelenek, tarih, kültür gibi unsurların üstü çizilerek enternasyonalizmden mülhem bir ümmetçiliğin sloganı tesis edilmiştir. Enternasyonalizmden mülhem ümmetçilik tezinin ispatını da doğrudan *Şûrâ*’nın sloganlarında görmek mümkündür: “Yaşasın dünya Müslümanlarının hak için olan mücadelesi” (1978, s. 13).

Dönemin İslamcı dergilerinin önemli temalarından birinin de düzen eleştirisi olduğu görülmektedir. Uluslararası sistemden iktisadî yapıya, iç siyasetten dış politik ilişkilere ve yönetim sistemine kadar her mesele bu dönemde düzen kavramı etrafında hülâsa edilmiştir. *Şûrâ* dergisinin sloganlarında da düzen konusunun kendisine yer bulduğu görülmektedir. “Bu düzen bizim değildir.” (1978, s. 2) sloganıyla Cumhuriyet idaresi sorunsallaştırılmış, “Müslüman mes’elelerimizi düzenin adamlarına bırakmayalım.” (1978, s. 11), “Müslüman, politikacının basamağı değildir.” (1978, s. 4) sloganlarıyla müesses düzene siyasal katılım tenkit edilmiş, “Müşrik düzenlerin oyununa gelme.” (1978, s. 10), “Müslüman küfrün oyununa gelme.” (1978, s. 7) ve “Müşrik düzende huzur olmaz.” (1978, s. 10) sloganlarıyla ise müesses nizam şirk ile müteradif hale getirilmiştir. “Düzene uyma, uyanları uyandır.” (1978, s. 11), “Batıl’ın peşinde koşma” (1978, s. 6), “Allah’ın kuluyuz, kula kul olma.” (1978, s. 15) sloganlarıyla okurlar müesses nizam karşısında mobilize olmaya teşvik edilmiş, “İnançlar prangaya vurulamaz.” (1978, s. 5), “Müslümana cezayı ancak Allah verir.” (1978, s. 14) sloganlarıyla düzen karşıtı fikir ve mücadelenin meşruiyet zemini teşekkül ettirilme gayreti gösterilmiştir. Düzen eleştirisi ardından talep edilen düzenin tesisi yani Şer’i bir devrim arayışı ise cihat kavramı etrafında inşa edilmiştir. “Öz nizamında yaşamanın cehdinden uzak kalma.” (1978, s. 2) sloganıyla İslamî nizam ve müşrik düzen ayrımı somutlaştırılmış, “Evladını cihaddan alıkoyma, kendin geri durma.” (1978, s. 5) ifadesiyle mobilize edilmeye çalışılan gençlere mani olan ebeveynlere de telkinde bulunulmuştur. “Müslüman, cihad için kenetlen.” (1978, s. 15), “Köşene çekilme, kardeşlerinle kenetlen.” (1978, s. 15) ifadeleri etrafında müslüman olmakla enternasyonalist devrimci bir İslamcılık fikrini benimsemek müteradif hale getirilmiştir. Cihat kavramı etrafında kodlanan bu devrim arayışının istikametini ise Resul-i Ekrem’in işaret ettiği söylenmekte, “Kurtuluş’un metodu fahri kainatın gösterdiği yoldur.” (1978, s. 3) sloganıyla kendi İslamcılık anlayışlarının kaynağı olarak İslam Peygamberi’ne atıf yapılmaktadır.

Sloganlarda gerçekleştirilmesi amaçlanan İslam devriminin ardından ortaya çıkacak İslamî nizamın mahiyet ve keyfiyetine dair de çeşitli fikirler tespit etmek mümkündür. Buna göre verilecek mücadele sonucunda İslamî nizamın kurulacağı *Şûrâ* müelliflerine göre açık bir hakikattir çünkü “Zafer, şeriatı için yaşayanlarındır.” (1978, s. 5) ve “İstikbalde en gür seda İslam’ın olacak.”tır (1978, s. 4). Bu doğrultuda bu neticeden ümit kesmek de sorunsallaştırılmış, “Yeis küfür tohumudur.” (1978, s. 13) ifadesiyle

ümitsizliğe düşme dinden çıkarma sürecine götürecektir bir tehlike olarak betimlenmiştir. “İslam çağın hiçbir zulmüne ortak değildir.” (1978, s. 15) sloganı ile İslam ile aynileştirdikleri kendi İslamcılık tasavvurları temize çekilmektedir. Netice itibarıyla İslamî devrim gerçekleştiğinde ortaya çıkacak toplumla alakalı sloganlar “Şeriat gelecek vahşet bitecek.” (1978, s. 10), “Kanun-u mutlak hakim olacak.” (1978, s. 3), “Şeriat’ın kesdiği parmak acımaz.” (1978, s. 4), “İşçinin alın terini şeriat verir.” (1978, s. 7) etrafında hülasa edilebilir niteliktedir.

## **Sonuç**

Modern dünyanın tesis ettiği siyasî, toplumsal, iktisadî ilişkilerin bir neticesi olarak kendisini gösteren demokratik rejimler, tüketim kültürü, toplumsal gruplar, ulusal kimlikler gibi unsurların tamamı bu tecrübenin ve toplum sözleşmesinin parçalarından biri olabilmek için belli düzeyde malumatı zarurî hale getirmektedir. Zorunlu temel eğitim, askerlik gibi unsurlarla cemiyetin ortak bir asgarî bilgi müştereginde buluşması çabası gösterilse de bilgi çağının dinamik yapısı, bilhassa içinde bulunulan dönemde bilgi edinme sürecini devamlı bir icap formuna sokmuştur. Bu durum siyasal gruplar, şirketler, markalar, partiler ve devletleri bireyleri çok daha hızlı bir şekilde eğitecek ve malumatı içselleştirerek ikna edecek bir iletişim şekli tesis etme arayışına itmiş, bulunan çözümlerden biri de sloganlar olmuştur. Çalışma etrafında Türkiye’de İslamcı düşünce içerisinde fikir üretmiş *Şûrâ* dergisinin sayılarında, sayfa üstlerinde kullanılan sloganlar bu anlayış etrafında ele alınmış, bahsi geçen sloganlar çerçevesinde devrin İslamcılık anlayışının temel örneklerinden biri anlaşılmaya çalışılmıştır.

*Şûrâ* dergisinde kullanılan sloganlar kendi içsel bütünlükleri etrafında ele alındıklarında dönemin dinî kaynaklarda yorum yöntemi bakımından literalist; kelimî anlayış açısından iman ile ameli bütün olarak gören Haricilik benzeri; ötekilik kurgusu yönünden diğer dinler, ideolojiler ve bir takım yapıların öteki olarak inşa edildiği ve sorunsallaştırılan her şeyin bu ötekilerle irtibatlandırıldığı; siyasal fikriyat cephesinden şeriat merkezli bir yönetimi amaçlayan devrimci bir anlatının olduğu ve bu devrimci söylemin cihat kavramı etrafında şekillendirildiği; toplumsal yapı hususunda enternasyonalizm benzeri bir ümmetçiliğin üzerinde durulduğu bir İslamcılık fikrinin inşa, izah ve intikal ettirildiğini gözlemlemek mümkün hale gelmektedir.

Sonuç olarak sloganların yalnızca siyasal partiler tarafından değil belki onlardan daha çok farklı toplumsal gruplara hitap eden siyasal gruplar tarafından kullanıldığı, dergicilik faaliyetlerini etkin bir şekilde kullanan İslamcı düşünce müntesiplerinin de sloganların bu cazibesinden hem etkilendiği hem de istifade ettiği, *Şûrâ* dergisinde 1960 sonrası Türkiye’de kendisini gösteren ve enternasyonalist-beynelmilel-ümmetçi bir İslamcılığın temel aksiyomlarının bu sloganlar vasıtası ile okurlara aktarıldığı tespit edilmiştir.



---

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış Bağımsız

**Yazar Katkısı:** Selin Şahin: %50, Enes Şahin: %50

**Destek ve Teşekkür Beyanı:** Çalışma için destek alınmamıştır.

**Etik Onay:** Bu çalışma etik onay gerektiren herhangi bir insan veya hayvan araştırması içermemektedir.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Çalışma ile ilgili herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**Peer Review:** Independent double-blind

**Author Contributions:** Selin Şahin: 50%, Enes Şahin: 50%

**Funding and Acknowledgement:** No support was received for the study.

**Ethics Approval:** This study does not contain any human or animal research that requires ethical approval.

**Conflict of Interest:** There is no conflict of interest with any institution or person related to the study.

---

**Önerilen Atıf:** Şahin, S. & Şahin, E. (2024). Sloganlarla İslamcılık: Şûrâ Dergisinde siyasal ideolojiyi sloganlardan okumak. *Akademik Hassasiyetler*, 11(24), 274-296. <https://doi.org/10.58884/akademik-hassasiyetler.1384065>

---

## Kaynakça

- Ahmed Selâmî. (1978). Dikkat: Münâfık düzen evvelâ idrâklerde yıkılır. *Şûrâ*, 33, 3.
- Aktay, Y. (2011). Sunuş. Yasin, A., Murat, G. ve Tanıl, B. (Ed.). *Modern Türkiye’de siyasî düşünce İslamcılık içinde* (ss. 13-25). İletişim Yayınları.
- Aronson, E., Wilson, T. D. & Akert, R. M. (2020). *Sosyal psikoloji*. (Çev. O. Gündüz). Kaknüs Yayınları.
- Atmaca, T. & Dağ, S. (2023). Okul marşları ve sloganlarında yer alan değerlerin okul kültürü oluşturma ve kimlik inşası bağlamında incelenmesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(2), 1259-1284. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1282909>
- Avşar, Z. & Balcı, A. U. (2021). Siyasal iletişim ve kavramlar. E. Karakoç & O. Taydaş (Ed.), *Siyasal iletişim teorik tartışmalar kavramlar, kuramlar ve stratejiler içinde* (ss. 5-25). Nobel.
- Aziz, A. (2021). *Siyasal iletişim*. Nobel.
- Batu, M., Yanık, A. & Tos, O. (2021). İdeolojik bir söylem olarak slogan üzerine düşünmek: Türkiye’de Mart 2019 yerel seçimlerinde kullanılan parti sloganları üzerine kıyaslayıcı bir analiz. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(1), 257-275. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.808380>

- Baubérot, J. (2008). *Dünyada laiklik*. E. (Çev. C. Gürcan). Dergâh Yayınları.
- Bir, A. A. & Yeles, S. (1989). 29 Kasım seçimleri tv propagandalarında kim kime ne söz verdi? Simgeler, sloganlar, vaatler. *Kurgu*, 5(1), 244-259.
- Cottam, M. L., Mastors, E., Preston, T. & Dietz, B. (2021). *Siyaset psikolojisine giriş*. (Çev. M. Şenol). Serbest Akademi.
- Çankaya, E. (2019). *Siyasal iletişim dünyada ve Türkiye’de*. İmge Kitabevi.
- Fukunaga, S. & Zhang, B. (2007). A comparative analysis of American and Chinese political slogans: a critical linguistic perspective. *Bulletin of Faculty of Education, Okayama University*, 136, 85-92. <http://doi.org/10.18926/bgeou/13298>
- Gee, J. P. (2010). *An introduction to discourse analysis theory and method*. Routledge.
- Giddens, A. (2008). *Ulus devlet ve şiddet*. (Çev. C. Atay). Kalkedon Yayınları.
- Güngör, N. (2020). *İletişim kuramlar ve yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.
- Hacinebioğlu, İ. L. (2006). Bilgi ve ifade için bir araç ya da engel olarak slogan. *Felsefe Dünyası*, 44, 66-77.
- Hobbes, T. (2007). *Elementa philosophica de cive yurttaşlık felsefesinin temelleri*. (Çev. D. Zarakolu). Belge Yayınları.
- İbn Haldun. (2020). *Mukaddime*. (Çev. S. Uludağ). Dergâh Yayınları.
- Kara, İ. (2013). Türkiye’de İslamcılık düşüncesi ve hareketi üzerine birkaç not. İ. Kara & A. Öz. (Ed.), *Türkiye’de İslamcılık düşüncesi ve hareketi* içinde (ss. 15-43). Zeytinburnu Belediyesi Kültür Yayınları.
- Kara, İ. (Haz.) (2012). *Mızraklı ilmihâl*. Dergâh Yayınları.
- Keskin, F. (2014). *Politik iletişim sözlüğü*. İmge Kitabevi.
- Kınalızâde Ali Çelebi. (2016). *Ahlâk-ı Alâî (Günümüz Türkçesiyle)*. (Sad. M. Demirkol). Fecr Yayınları.
- Kızgın, Y. & Benli, T. (2018). Reklam sloganlarının marka farkındalığına olan etkisinin belirlenmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(4), 1178-1197. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i4.279>
- Koca, F. (2014). Tarihten günümüze tekbîr ve tehlîl nidâlarının sloganik değeri üzerine bir inceleme. *Dini Araştırmalar*, 17(45), 149-158. <https://doi.org/10.15745/da.50187>
- Köroğlu, A. (2016). Türkiye’de İslamcılık düşüncesinin seyrini dergiler üzerinden okumak. V. Işık, A. Köroğlu & Y. E. Sezgin (Ed.). *1960-1980 arası İslamcı dergiler toparlanma ve çeşitlenme* içinde (ss. 5-40). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Lora, M., Decicco, W. N. S. & Roca, R. R. (2022). Strategy and creativity in the use of political slogans: a study of the elections held in Spain in 2019. *Communication & Society*, 35(3), 155-171. <https://doi.org/10.15581/003.35.3.155-171>

- Maviş, N. (2019) İslamcılık düşüncesinin değişimini İslamcı dergiler üzerinden okumak. L. Sunar (Ed.), “Bir başka hayata karşı” 1980 sonrası İslamcı dergilerde meseleler, kavramlar ve isimler, Cilt 1 içinde (ss. 205-229). Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Mengü, M. M. (2006). Reklam sloganları ve tüketici zihni. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 25, 109-121.
- Meriç, C. (2006). *Bu ülke*. İletişim Yayınları.
- Newsome, C. (2002). The use of slogans in political rhetoric. *The Corinthian*, 4, 21-35.
- Öz, M. (2012). *Anahatlarıyla İslâm mezhepleri tarihi*. Ensar Neşriyat.
- Öztürk, M. (2014). Seçim sloganlarının seçmen hissiyatına tercüman olma yarışı: 30 Mart 2014. *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 4, 91-109. <https://doi.org/10.16947/fsmiad.70131>
- Rousseau, J. J. (2013). *Toplum sözleşmesi*. (Çev. V. Günyol). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sezik, M. (2019). Vaatler ve sloganlarla muhtarlık yarışları: 2019 yerel seçimleri broşür çözümlemesi. *Turkish Studies Social Sciences*, 14(5), 2501-2513. <http://doi.org/10.29228/TurkishStudies.30259>
- Spring, J. (1997). *Özgür eğitim*. (Çev. A. Ekmekçi). Ayrıntı Yayınları.
- Sunar, L. (Ed.) (2019). İslamcılığı konumlandırmak: genel bir giriş. “Bir başka hayata karşı” 1980 sonrası İslamcı dergilerde meseleler, kavramlar ve isimler, Cilt 1 içinde (ss. 1-14). Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Şahin, E. (2023). *Türk İslamcılığı tetkik – tasnif – teklif*. Çizgi Kitabevi.
- Şahin, E. & Şahin, S. (2022). Şahsiyet ve siyaset: İslam siyaset düşüncesinde lider merkezlik örneği olarak Nehcü’s-Sülûk fi Siyaseti’l-Mülûk. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 17(2), 237-259. <https://doi.org/10.17550/akademikincelemeler.1135245>
- Şahin, S. (2022a). Siyasal meşruiyet: gelenekten moderniteye bir tahlil. S. Kahraman (Ed.), *Siyasal yazılar siyasal kavramlar ve terimler üzerine tetkikler* içinde (ss. 407-425). Eğitim Yayınevi.
- Şahin, S. (2022b). *Zihniyet mücadelesi Diyanet Gazetesi ve İslamcı dergilerde din, devlet ve siyaset*. Çizgi Kitabevi.
- Taylor, C. (2017). Batı Sekülerliği. (Çev. Ö. Özden). C. Calhoun, M. Juergensmeyer, J. VanAntwerpen (Der.). *Laikliği yeniden düşünmek* içinde (ss. 51-83). Nika Yayınevi.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A. & Sears, D. O.. (2020). *Sosyal psikoloji*. (Çev. A. Dönmez). İmge Kitabevi.
- TDK. (2023). Slogan, 24 Ekim 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden erişilmiştir.

- Tekin, Y. & Akgün, B. (2011). İslâmcılar – demokrasi ilişkisinin tarihî seyri. Yasin, A., Murat, G. ve Tanıl, B. (Ed.), *Modern Türkiye’de siyasî düşünce İslamcılık*, Cilt 6 içinde (ss. 652-663). İletişim Yayınları.
- Tincheva, N. (2020). What’s in a political slogan?. *Philologia*, 38, 57-70.
- Yalçınmer, Y. (1978a). Eeveet.... *Şûrâ*, 1, 6.
- Yalçınmer, Y. (1978b). Yeniden. *Şûrâ*, 5, 7.
- Yalçınmer, Y. (1978c). Başlıksız. *Şûrâ*, 2, 2.
- Yalçınkaya, N. (2021). Sloganların marka kimliğine katkısının içerik analizi yöntemi ile incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 47, 247-267.  
<https://doi.org/10.30794/pausbed.778010>
- Yılmaz, M. (2011). Darbeler ve İslâmcılık. Yasin, A., Murat, G. ve Tanıl, B. (Ed.), *Modern Türkiye’de siyasî düşünce İslamcılık*, Cilt 6 içinde (ss. 632-639). İletişim Yayınları.
- Zeng, J. (2020). *Slogan politics: understanding chinese foreign policy concepts*. Palgrave Macmillan.

### **Şûrâ Sayıları**

- “Allah’ı çokça zikredin.”. (1978). *Şûrâ*, 3, 6.
- “Allah’ın kuluyuz, kula kul olma.”. (1978). *Şûrâ*, 1, 15.
- “Allah’ın laneti zalimler üzerinedir.”. (1978). *Şûrâ*, 3, 15.
- “Amerika’yı kovalım.”. (1978). *Şûrâ*, 14, 5.
- “Asabiyyetinin kaynağı imanın olsun.”. (1978). *Şûrâ* 8, 5.
- “Batıl’ın peşinde koşma”. (1978). *Şûrâ*, 14, 6.
- “Bu düzen bizim değildir.”. (1978). *Şûrâ* 1, 2.
- “Bu gazete”. (1978). *Şûrâ*, 1, 2.
- “Düzene uyma, uyanları uyandır.”. (1978). *Şûrâ*, 1, 11.
- “Ehl-i sünnet yolundan ayrılma”. (1978). *Şûrâ*, 1, 10.
- “Ehl-i sünnet yolundan ayrılma”. (1978). *Şûrâ*, 2, 10.
- “Evladını cihaddan alıkoyma, kendin geri durma.”. (1978). *Şûrâ*, 6, 5.
- “Ezan, kurtuluşa davettir.”. (1978). *Şûrâ*, 5, 13.
- “Gerçek din İslam’dır.”. (1978). *Şûrâ*, 17, 13.
- “İnançlar prangaya vurulamaz.”. (1978). *Şûrâ*, 4, 5.
- “İnanıyorsan, inancını tam yaşa.”. (1978). *Şûrâ*, 6, 3.
- “İnkârcıların cenâze namazını kılma.”. (1978). *Şûrâ*, 24, 13.
- “İslam çağın hiçbir zulmüne ortak değildir.”. (1978). *Şûrâ*, 33, 15.
- “İslam tevhid dinidir. Parçalanma.”. (1978). *Şûrâ*, 1, 7.
- “İslam’ın baş düşmanı Siyonistler ve masonlardır.”. (1978). *Şûrâ*, 10, 5.

- “İstikbalde en gür seda İslam’ın olacak.”. (1978). *Şûrâ*, 30, 4.
- “İşçinin alın terini şeriat verir.”. (1978). *Şûrâ*, 33, 7.
- “Kafirlerden dost edinmeyin.”. (1978). *Şûrâ*, 2, 12.
- “Kanun-u mutlak hakim olacak.”. (1978). *Şûrâ*, 35, 3.
- “Kapitalizm ve faşizm, komünizm kadar belâdır.”. (1978). *Şûrâ*, 5, 12.
- “Kavmini sev fakat, kavmiyetçilik yapma.”. (1978). *Şûrâ*, 24, 12.
- “Köşene çekilme, kardeşlerinle kenetlen.”. (1978). *Şûrâ*, 18, 15.
- “Kurtuluş’un metodu fahri kainatın gösterdiği yoldur.”. (1978). *Şûrâ*, 19, 3.
- “Laik’ten Müslüman olmaz.”. (1978). *Şûrâ*, 18, 12.
- “Masonlara, lionslara, rotaryenlere aldanma.”. (1978). *Şûrâ*, 25, 13.
- “Müslüman küfrün oyununa gelme.”. (1978). *Şûrâ*, 21, 7.
- “Müslüman mes’elelerimizi düzenin adamlarına bırakmayalım.”. (1978). *Şûrâ*, 33, 11.
- “Müslüman, cihad için kenetlen.”. (1978). *Şûrâ*, 14, 15.
- “Müslüman, politikacının basamağı değildir.” (1978). *Şûrâ*, 14, 4.
- “Müslüman, tefrikaya düşme: Kenetlen.”. (1978). *Şûrâ*, 7, 13.
- “Müslümâna cezayı ancak Allah verir.”. (1978). *Şûrâ*, 4, 14.
- “Müslümanlar tek millettir.”. (1978). *Şûrâ*, 18, 4.
- “Müşrik düzende huzur olmaz.”. (1978). *Şûrâ*, 34, 10.
- “Müşrik düzenlerin kaynağı siyonizm’dir.”. (1978). *Şûrâ*, 14, 11.
- “Müşrik düzenlerin oyununa gelme.”. (1978). *Şûrâ*, 18, 10.
- “Namaz dinin direğidir.”. (1978). *Şûrâ*, 2, 15.
- “Namazını ihmal etme.”. (1978). *Şûrâ*, 4, 3.
- “NATO’ya AET’ye hayır.”. (1978). *Şûrâ*, 4, 7.
- “NATO’ya Ortak Pazar’a hayır.”. (1978). *Şûrâ*, 22, 12.
- “Omuz Omuza”. (1978). *Şûrâ*, 10, 2.
- “Öz nizamında yaşamının cehdinden uzak kalma.”. (1978). *Şûrâ*, 19, 2.
- “Şeriat gelecek vahşet bitecek.”. (1978). *Şûrâ*, 30, 10.
- “Şeriat’ın bayramı ikidir. Ramazan ve Kurban.”. (1978). *Şûrâ*, 33, 3.
- “Şeriat’ın kesdiği parmak acımaz.”. (1978). *Şûrâ*, 35, 4.
- “Tevhid Bayrağı’nın altında toplanalım.”. (1978). *Şûrâ*, 27, 3.
- “toplattıldık... ve tutuklandık!..”. (1978). *Şûrâ*, 2, 3-5.
- “Uzaklardaki kardeşinin ızdırabını ızdırabın bil.”. (1978). *Şûrâ*, 30, 2.
- “Ya tam Müslüman olunur, ya da hiç!” (1978). *Şûrâ*, 15, 5.
- “Yahudi’den, Nasrani’den dost tutma.”. (1978). *Şûrâ*, 1, 12.
- “Yaşasın dünya Müslümanlarının hak için olan mücadelesi”. (1978). *Şûrâ*, 14, 13.

“Yeis küfür tohumudur.”. (1978). *Şûrâ*, 32, 13.

“Zafer, şeriati için yaşayanlarındır.”. (1978). *Şûrâ*, 35, 5.

“Zalimlerle mücadele cihaddır.”. (1978). *Şûrâ*, 2, 2.

“Zulme rıza zulümdür.”. (1978). *Şûrâ*, 27, 12.

### **Extended Abstract**

The change in political and social structures in the modern period has led to a change in the political structure of society. The spread of the nation-state structure and democratic regimes around the world has transferred society from the position of being governed to the position of political decision-maker. This situation has made it necessary for every segment of society to be informed about issues such as citizenship, national identity, democracy, and politics and to meet at a minimum common ground. The philosophical and sociological depth of these issues, even at a basic level, has led to the emergence of new ways of teaching and communicating to achieve this minimum commonality. In addition, political groups that support different political ideologies and want these ideologies to become dominant have also been involved in this quest to convey and adapt their ideas to all segments of society. One of the elements that emerged as a result of these searches is slogans. Slogans reveal the basic assumptions of a certain political idea or ideology. The fact that slogans present these elements in easy-to-remember key concepts and one-sentence summaries has led states and political groups to frequently use slogans to convey and adopt their ideas.

In the Turkish modernization experience, the intellectual movements that were established with the concern for the future of the Ottoman Empire and that manifested themselves to determine the directions that would save the state and take it forward can be summarized around Islamism, Turkism, Ottomanism, and Westernism. Islamism defined the politics of the future for the Ottoman Empire as combining the social, economic, and moral order of Islam with the scientific, technical, and technological advances developed in the West. After the establishment of the Republic, Islamist thought, which entered a period of stagnation because different elements were preferred as the state ideology and Islamism could not find a place for itself, found movement again in the 1950s. With the 1961 Constitution's opening of the space of freedom, Islamism did not follow the experience of the Ottoman period but was constructed based on experiences in different geographies. In this direction, different Islamist groups have published translated and original books and especially journals in their quest to convey and adopt borrowed ideas. One of these journals is *Şûrâ*, which began to be published in the last period of the 1970s when political stability could not be established in Türkiye. When the page designs of the *Şûrâ* magazine, which was published for a total of forty-one issues, are examined, it is seen that there are slogans at the top of some pages of the journal that can be linked to the subject of the

article on the page below it. This study aims to discuss the main tensions of Islamist thought in Türkiye in the 1970s around slogans. In this regard, the slogans at the top of the pages in the forty-one issue of *Şûrâ* magazine were examined using the discourse analysis method.

When the slogans in *Şûrâ* magazine are evaluated holistically and classified according to their subjects, it is determined that they can be divided into three categories: religious slogans, slogans constructing the other, and political slogans. An analysis of the religious slogans in *Şûrâ* magazine reveals slogans related to the principles of worship and belief in Islam, as well as slogans of a political character. Slogans such as “Secularists cannot be Muslims”, “Don’t pray for the funeral of unbelievers”, “Consent to oppression is oppression”, “Fighting oppressors is jihad”, and “The curse of Allah is on the oppressors” are examples of political religious slogans. When slogans that construct the other are examined, it is seen that these slogans target groups such as Freemasons; ideologies such as capitalism and communism; countries such as the USA, and international organizations such as NATO. It is possible to think that the goal of these slogans is to link any problems that arise to external factors and to reinforce in-group belonging. Slogans such as “Islam’s main enemies are Zionists and Freemasons”, “Capitalism and fascism are as much a scourge as communism”, and “Let’s kick America out” are examples of this category. When political slogans are analyzed, it is possible to identify slogans that problematize political governments and demand the capture of power through revolutionary methods. It is also possible to detect the influence of the internationalist aspect of socialist political thought. For example, in the slogan “Long live the struggle of the world's Muslims for justice”, this influence can be identified.

As a result, it has been determined that slogans are used not only by political parties but also, perhaps more than them, by political groups that appeal to different social groups; that the adherents of Islamist thought, who use magazine publishing activities effectively, are both influenced and benefited from this attraction of slogans; and that the basic axioms of an internationalist Islamism that manifested itself in post-1960 Türkiye in *Şûrâ* magazine were conveyed to its readers through these slogans.