



GİRESUN
ÜNİVERSİTESİ . UNIVERSITY



SOSYAL BİLİMLER
ENSTİTÜSÜ
Graduate School of
Social Sciences

SANAT VE TASARIM
ANASANAT DALI
Yüksek Lisans Tezi

Serpil KAZANCI YILMAZ
20152019012

2019

GİRESUN

T.C.
GİRESUN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GÖRELE GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ

BÖLÜM:
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

KONU
TÜRK AFİŞ SANATININ GELİŞİMİNDE İHAP HULUSİ GÖREY VE
ÇAĞDAŞ TÜRK GRAFİK SANATINA ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

Serpil KAZANCI YILMAZ

DANIŞMAN

Prof. Dr. Osman ALTINTAŞ




GİRESUN

2019

JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI

Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün Sayı 2019/01, 3.1.2019 tarihli toplantısında oluşturulan Jüri, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tasarım Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Serpil KAZANCI YILMAZ'ın Türk Afiş Sanatının Gelişiminde İhap Hulusi Görey Ve Çağdaş Türk Grafik Sanatına Etkisi başlıklı tezini incelemiş olup aday 12.03.2019 tarihinde, saat 10:00 da jüri önünde tez savunması alınmıştır.

Aday çalışma, sınav sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Jürisi	Unvan, Adı Soyadı	İmzası
Üye(Başkan)	Doç.Dr.Raif KALYONCU	
Üye(Danışman)	Prof.Dr.Osman ALTINTAŞ	
Üye	Doç.Dr. Tolga AKALIN	

ONAY

12.03.2019

Enstitü Müdürü

Doç.Dr. Güven ÖZDEM

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Türk Afiş Sanatının Gelişiminde İhâp Hulusi Görey Ve Çağdaş Türk Grafik Sanatına Etkisi” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

12/03/2019

Serpil KAZANCI YILMAZ

ÖNSÖZ

En yalın anlatımla aktarılması hedeflenen mesajın geniş kitlelere ulaşmasında etkili araç olan afişler, tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, belgeleyici, estetik birer göstergedir. Görseldeki biçim ve içerik zihnimize unutulmayacak imgeler oluşturur. Görsel iletişim, insanlar arasında en çarpıcı bilgi alışverişi kurma yoludur. Bu alışveriş, görüntüsel bir boyut kazanarak davranışa ve düşünceye dönüşmektedir. Afişler bu anlamda, dolaylı ya da dolaysız en yalın ileti araçlarıdır. Bu çalışmada yaşamının büyük bir kısmını afiş sanatına adanmış ve kalıcı izler bırakan fakat literatürde hak ettiği yeri almayan İhap Hulusi Görey'in "Türk Afiş Sanatının Gelişimine ve Çağdaş Türk Grafik Sanatına" etkileri incelenmiştir.

Çalışmanın amacı, İhap Hulusi Görey'in Türk grafik sanatının modernleşme sürecinde ve ulus inşası kapsamında yaptığı çalışmalarını detaylı bir şekilde ele alarak farklı bir bakış açısı kazandırmak ve kendisinden sonra yapılacak araştırmalara ışık tutmasını sağlamaktır.

Çalışmanın akademik ölçütlere uygun hale getirilerek şekillenmesine katkı sağlayan ve hiçbir zaman desteğini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Osman ALTINTAŞ' a, tez yazım sürecimde yanımda olan ve beni destekleyen Sayın Doç. Dr. Tolga AKALIN'a ve Sayın Doç. Dr. Aydın ZOR'a, değerli fikirleriyle araştırmanın ciddiyet ve derinlik kazanmasında yardımcı olan Sayın Prof. Dr. Emre BECER'e, değerli zamanlarını ayırıp benimle görüşme yapmayı kabul eden Sayın Prof. Dr. Süleyman Saim TEKCAN'a ve Ali Tekin ÇAM'a, tez çalışmamda İhap Hulusi Görey'in on dört afiş ve bir kitap kapağı illüstrasyonu için yapılan mülakat çalışmasına görüşleri ile destek sağlayan tüm uzmanlara teşekkür ederim.

ÖZET**TÜRK AFİŞ SANATININ GELİŞİMİNDE İHAP HULUSİ GÖREY ve
ÇAĞDAŞ TÜRK GRAFİK SANATINA ETKİSİ****Serpil KAZANCI YILMAZ****Danışman: Prof. Dr. Osman ALTINTAŞ**

Türkiye’deki grafik sanatların gelişimi içerisinde ele aldığım “Afiş ve Afiş Gelişimi” konusunun, döngüsel ve dönemsel süreçlerdeki değişikliklerinin sanatçılar ve tasarımcıların elinde nasıl vücut bulduğu irdelenmiş ve incelenmiştir. Tüm sanat dalları gibi grafik sanatları da döneminin izlerini yansıtarak toplumun aynası olma görevini görmüştür. Bu anlamda Müteferrika’nın ilk bastığı “Vankul”la başlayan basılı yayın, zaman içerisinde sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel gelişimini tamamlayıp “belgeleyici” bir nitelik kazanmıştır. Yapılan araştırmada, grafik sanatların tarihi kronolojisinde, geçmişle bağını koparmayan ve yüzünü her daim gelişmeye çeviren grafik sanatların kimlik sorununun 1950’li yıllara kadar devam ettiği ve 1960’lı yıllarda büyük bir kırılma yaşadığı görülmektedir.

Araştırmada, Osmanlı Devleti ve Cumhuriyet dönemi arasında köprü görevi gören İhap Hulusi Görey’in güçlü grafik üslubu ile çağdaşları ve çağdaş Türk grafik sanatına etkisi incelenmiştir. Görey’i çağdaşlarından ayıran en önemli özellik dönemin Almanya’sında aldığı sanat eğitimi ve bu eğitimin bir yansıması olan “Grafiksel Resimleme Tekniği” ile buluştuğu lekesel formlar ve sert gölgelerdir. Çalışmalarında, hocası Ludwig Hohlwein’in izlerini yansıtırken geleneksel olarak kullandığı sulu boya resimleme tekniğini ülkenin içinde bulunduğu konjonktürle harmanlayarak doğrudan mesajlar ileten bir grafik malzemeye dönüştürmesi bir başka önemli özelliğidir.

Bu araştırmada kullanılan nitel araştırma yöntemiyle Görey’in farklı zaman aralıklarında çalıştığı on dört afişi ve bir kitap kapağı illüstrasi üzerine uzman

görüşüyle on sekiz soru geliştirilmiştir. Geliştirilen sorularla, afiş tasarım kriterleri kapsamında tipografi ve tipografik düzenlemeler, grafiksel dil ve anlatım biçimleri incelenmiştir. Görey'in sanatıyla Türkiye'nin gelişim evresinde ve aydınlanma sürecinde sosyal, siyasi, kültürel, ekonomik ve ideolojik kavramlara nasıl yön verdiği araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Afiş, Tipografi, İllüstrasyon, Grafik Tasarım



ABSTRACT**İhap Hulusi Görey On The Development Of Turkish Posters Art And His Effects On The Contemporary Turkish Graphic Art****Serpil KAZANCI YILMAZ****Advisor: Prof. Dr. Osman ALTINTAŞ**

We analyzed how changes at the circular and periodical processes of the subject of “Poster and Development of Poster” which I studied within the development of graphic art in Turkey came into existence at the hands of artists and designers. As all art branches, graphic art functioned as a mirror of the society by reflecting the traces of its era and conditions. In this respect, the printed publication that started with Müteferrika’s first printed book “Vankul” completed its socio-economic and socio-cultural development in time and qualified as “documenting.” At the research, the chronology of graphic art history shows that graphic art that never severs its connection with the past and always faces future had identity problems until 1950s and had a big break at 1960s.

At this research, we analyzed the effect of İhap Hulusi Görey, who functioned as a bridge between Ottoman Empire and republic, on his contemporaries and contemporary Turkish graphic art with his strong style. The most distinguishing characteristic of Görey is his education in Germany at that times and as a reflection of this, his spotted forms and strong shading that he brings together with “Graphical Illustration Technique”. While reflecting his teacher Ludwing Hohlwein’s traces at his works, he turns the conventional water color technique into a graphic material that conveys messages directly by mixing it with the conjuncture of the country and this is another important characteristic of him.

With the qualitative research method used in this research, 18 questions were developed with the sights of experts on Görey’s 14 posters and a book cover

illustration which he drew at different times. With the questions based on 15 posters, typography and typographic arrangements, graphical language and expression styles are studied within the scope of poster designing criteria. It is researched how Görey directed social, political, cultural, economic and ideologic concepts with his art at his posters within Turkey's development phase and enlightenment process.

Keywords: Poster, typography, Illustration, Graphic Design



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
ÖZET	II
ABSTRACT.....	IV-V
İÇİNDEKİLER	VI-VII
GÖRSELLER DİZİNİ	VIII-XI
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1.Problemin Durumu.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı.....	2
1.3. Araştırmanın Önemi.....	2
1.4.Sınırlılıklar	3
1.5. Varsayımlar (Sayıtlılar)	3
1.6. Tanımlar	3
İKİNCİ BÖLÜM.....	5
2.TÜRKİYE’DE “GRAFİK SANATININ GELİŞİM SÜRECİ VE	5
AFİŞ SANATI’”	5
2.1. Türkiye’de Grafik Sanatının Gelişim Süreci.....	5
2.2. Dünya’da Afiş Sanatı	34
2.2.1.Afişin Tanımı ve Gelişim Süreci	34
2.2.2. Türkiye’de Afiş Sanatı ve Gelişimi.....	54
2.2.3.Afiş Çeşitleri	65
2.2.4.Afiş Sanatında Dikkat Edilmesi Gereken İlkeler	68
2.2.5. Afiş Tasarım Süreci	72
2.2.6.Afiş Tasarımında Değerlendirme Kriterleri	72
2.2.7. Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri	74
2.2.7.1.Çizgisel Anlatım	75
2.2.7.2. Lekesel Anlatım	76
2.2.7.3. Resimleme İle Anlatım (İllüstrasyon).....	77
3.TÜRKİYE'DE CUMHURİYETİ AFİŞLEYEN İLK İMZA “İHAP HULUSİ GÖREY” ..	80
3.1.Yaşamı ve Sanat Anlayışı	80
3.2. İhap Hulusi Görey’in İmzası.....	118
3.3. İhap Hulusi Görey’in İlan Metinlerindeki Mizahi Yaklaşımı	120

3.4. 1932-1975 Arası Kronolojik Sırası İle İhap Hulusi Görey'in Eserleri	122
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	125
4.YÖNTEM	125
4.1.Araştırma Modeli	125
4.2.Veri Toplama Teknikleri.....	125
4.3. Verilerin Analizi	126
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	127
5. BULGULAR VE YORUM.....	127
5.1. Bulgular.....	127
5.1.1. İhap Hulusi Görey'in Eserlerinin Uzman Görüşü Kapsamında İncelemesi	127
5.1.1.1. "Alfabe" Kitap Kapağı Tasarımı.....	128
5.1.1.2. "Bayer-Panflavine" Afişi	133
5.1.1.3. "Beykoz Kunduraları" Afişi.....	140
5.1.1.4. "İnhisar Likörleri" Afişi.....	147
5.1.1.5. "Kızılay" Afişi	154
5.1.1.6. "Kurukahveci Mehmet Efendi" Afişi.....	159
5.1.1.7. "Milli Piyango" Afişi.....	163
5.1.1.8. "Sümerbank" Yerli Mallar Pazarı Afişi.....	167
5.1.1.9. "Türkiye İş Bankası" Afişi.....	171
5.1.1.10. "Türkiye Ziraat Bankası" Afişi	176
5.1.1.11. "Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu" Afişi	180
5.1.1.12. "Vatandaş" Afişi	185
5.1.1.13 "Yalova Kaplıcaları" Afişi.....	190
5.1.1.14. "Yapı ve Kredi Bankası" Afişi.....	196
5.1.1.15. "Yeşilay" Afişi.....	201
5.2. Yorum	206
SONUÇ	208
ÖNERİLER.....	212
KAYNAKÇA.....	213
EKLER.....	227
Ek-1.....	228
Ek-2.....	247
Ek-3.....	248

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 1:Eski yazı “Hurufat Kasası”	7
Görsel 2:Kâtip Çelebi “Cihannüma”	8
Görsel 3:Müteferrika “Tarihi Hindi Garbı”- İlk Resimli Kitap.....	8
Görsel 4:Müteferrika “Tarihi Hindi Garbı”- İlk Resimli Kitap.....	8
Görsel 5:Fen-ni Lağım	9
Görsel 6:Mühendishane Basımevi Damgası	10
Görsel 7:Dunlop Lastiği Beyoğlu Grand Garaj, Edvars ve Mahdumları	12
Görsel 8:Menbaı- Çitli Maden Suyu	12
Görsel 9:Mahmud Raif Efendi 1798 Kitabın Giriş Sayfası.....	12
Görsel 10:Ebüzziya Tevfik “Ebüzziya Takvimi”	13
Görsel 11:Ebüzziya Tevfik Albüm Kapağı	14
Görsel 12:Ebüzziya Tevfik Matbaa-i Ebüzziya’nın Tanıtım Kartpostalı	14
Görsel 13:Dünya Matbaacılık Yıllığı’nın 1894 Yılına Ait Cildinin Kapağı	15
Görsel 14: Agustos Ayının Hayali Tasviri “Takvimü’n -Nisa”	15
Görsel 15:Beylerbeyi Sarayı, Göksu Kasrı ve Küçüksu Çeşmesi Kartpostalı	15
Görsel 16:Dünya MatbaacılıkYıllığı’nda Yeralan Nevsal-i Ma’rifet Kapağı	16
Görsel 17: Teodar Kasap “Diojen” Mizah Dergisi Kapağı.	17
Görsel 18: Serveti Fünun Dergisi Kapak Görseli.....	17
Görsel 19: Serveti Fünun Dergisi Resimli Uyanış	17
Görsel 20: Şehbal Korse Reklamı	19
Görsel 21: Münih Fehim Özarman.....	20
Görsel 22: Münih Fehim Özarman “Tarihte Güzel Kadınlar”	21
Görsel 23: Münih Fehim Özarman “Taçlı Fahişeler”	21
Görsel 24: Münih Fehim Özarman Kitap Kapağı	22
Görsel 25: Münih Fehim Özarman “Yedi Gün Dergisi Kapağı”	22
Görsel 26: Münih Fehim Özarman “Asırlar Boyunca İstanbul Kitabının Resimleri”	23
Görsel 27: Cevat Şakir Kabaağaçlı Resimli Ay Dergisi Kapak Resimlemesi.....	24
Görsel 28: Cevat Şakir Kabaağaçlı Gülen Ada Kitap Kapağı Resimlemesi.	24
Görsel 29: Atıf Tuna, Avrupa Güreş Şampiyonası’nın Duyuru Afışı	26
Görsel 30: Atıf Tuna Samsun Sigarası İllüstrasyon ve Afiş Tasarımı.....	26
Görsel 31: Kenan Temizan.....	29
Görsel 32: Kenan Temizan “Der Dunkle Tag”	29
Görsel 33: Mitat Özar, İdeal Sanatkâr Namık İsmail	30
Görsel 34: Mitat Özar, Öğretmen Sesi Dergisi Kapağı	30
Görsel 35: Ferit Apa, Almanya Eğitiminden Gazete Haberi.	31
Görsel 36: Ferit Apa, İstanbul Kapak Çalışması	31
Görsel 37: Mesut Manioğlu “Türk Ulusal Verem Savaş Derneği” Afışı	32
Görsel 38: Mesut Manioğlu “Sağlık Haftası”	32
Görsel 39: Mengü Ertel “1980 Moskova Olimpiyat Oyunları Afiş Yarışması 3.lük Ödülü” Afışı.....	33
Görsel 40: Mengü Ertel “Carl Dreyer”In Jeanne Darc’ın Çilesi Filmi için yaptığı afiş (1975).	33
Görsel 41: Asur Ticaret Kolonileri Çağı’na Ait Zarflı Tablet.....	36
Görsel 42: Jules Chéret, Folies-Bergere: La loie Fuller	38
Görsel 43: Henri de Toulouse Lautrec	38
Görsel 44: Alphonse Mucha “Gallery of Art Prague”.....	40
Görsel 45: Alphonse Mucha, Gismando Barevna Litografi	41

Görsel 46: Alphonse Mucha, Posta Art.....	41
Görsel 47: Alphonse Mucha, Kartpostal	41
Görsel 48: Kolomer Moser Afişi.....	42
Görsel 49: Alfred Roller Afişi.....	42
Görsel 50: Frederick Walker, The Woman in White Afişi.....	43
Görsel 51: Peter Behrens “AEG” Logosu	43
Görsel 52: Eduar Manet “Les Chats”.....	44
Görsel 53: Theophile-Alexandre Steinlen, Chat Noir “Kara Kedi” Taşbaskı Afişi	45
Görsel 54: Ludwig Hohlwein, Casanova Cigaretten, Gipsy	46
Görsel 55: Ludwing Hohlwein, Advertising Sport Hats	46
Görsel 56: Théophile Steinlen, Litografi.....	47
Görsel 57: Joost Schmidt, “Bauhaus” Sergi Afişi.....	48
Görsel 58: Pierre Bonnard, Tipografi.....	48
Görsel 59: William Morris, “Art and Crafts” (Kitaptan bir bölüm).....	48
Görsel 60: Kurt Schwitter& Theo Van Doesburg, “Küçük Bir Dada Gecesi”.....	50
Görsel 61: Flippo Tomasso Marinetti, “Dinamo”	51
Görsel 62: Alexander Rodchenco, Afiş Tasarımı.....	52
Görsel 63: El Lissitzky, “Beyazları Kırmızı Kamayla Vurun” Propaganda Afişi.....	52
Görsel 64: İhap Hulusi Görey- Turhan Selçuk ile Karikatürcüler Derneği'nin Açtığı Sergide.....	57
Görsel 65: Kenan Temizan-Günseli Başar ile Birlikte	58
Görsel 66: Kenan Temizan, “Mercedes Benz Afişi”.....	58
Görsel 67: Selçuk Önal, 1940'lı Yıllar DGSA Afiş Atölyesi.....	60
Görsel 68: Selçuk Önal, “Gripin Afişi”.....	60
Görsel 69:Namık Bayık, “İstanbul” Afişi	60
Görsel 70: Ayhan Akalp Afişi.....	60
Görsel 71: Mitat Özar, Güzel Sanatlar Afiş Atölyesi	61
Görsel 72: Fikret Akgün, “Hayat ve Mücadele” Kapağı.....	62
Görsel 73: Turgay Betil Afişi.....	62
Görsel 74: Aydın Erkmen, İKSM Afişi.....	62
Görsel 75: Leyla Uçansu, İDOB “Madam Butterfly” Oyununun Afişi.....	62
Görsel 76: İhap Hulusi Görey	65
Görsel 77: Jules Cheret, A l'Opera	65
Görsel 78: İhap Hulusi Görey, “Beykoz Kunduraları Afişi” (Ender Merter Arşivi).....	67
Görsel 79: Atıf Tuna, “Tekirdağ” Afişi.....	67
Görsel 80: İhap Hulusi Görey, “Kızılay” Afişi	68
Görsel 81: Ludwig Hohlwein, “Komm mit” Afişi	68
Görsel 82: Bülent Ekmen, “Children are the Rhythn of the Word” Projesi Afişi	75
Görsel 83: Nakalaus Troxier, Galerie Ars Collect Luzern	75
Görsel 84: Ludwig Holhmein, “Marco Polo Çayı” Afişi	76
Görsel 85: İhap Hulusi Görey	76
Görsel 86: Alphonse Mucha, “Meuse Bırası” Afişi	78
Görsel 87: İhap Hulusi Görey, “Gute Drucke bei” Afişi.....	78
Görsel 88: Yurdaer Altıntaş “Ben Anadolu” Afişi.....	79
Görsel 89: Gürbüz Doğan Ekşioğlu, “New Yorker Dergi Kapağı”.....	79
Görsel 90: Sait Maden, “Devrimin Yapısı ve Kurtuluştan Sonra Türkiye”	79
Görsel 91: İhap Hulusi Görey	80
Görsel 92: İş Bankası İftiharla Sunar Sergisi	82
Görsel 93: İhap Hulusi Görey, İş Bankası Afişi.....	82
Görsel 94: Ludwing Hohlwein, “Kaloderma”	86

Görsel 95: İhap Hulusi Görey, “İş Bankası” Afişi	86
Görsel 96: İhap Hulusi Görey	87
Görsel 97: Ludwig Hohlwein	87
Görsel 98: İhap Hulusi Görey, “Yeşilay Afişi”	88
Görsel 99: Ludwig Hohlwein	88
Görsel 100: İhap Hulusi Görey, “Akbaba Dergisi”	92
Görsel 101: İhap Hulusi Görey, “Akbaba Dergisi”	92
Görsel 102: İhap Hulusi Görey, “Akbaba Dergisi”	93
Görsel 103: İhap Hulusi Görey “İnci Diş Macunları”	93
Görsel 104: İhap Hulusi Görey “Atatürk Ülkü’ye Alfabeği Öğretirken” Alfabe Kapağı	95
Görsel 105: İhap Hulusi Görey, Türk Tayyare Cemiyeti Büyük Piyango Bileti.....	99
Görsel 106: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango 1939-1940 Yılbaşı Bileti	99
Görsel 107: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Afişi	100
Görsel 108: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Bileti.....	100
Görsel 109: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Afişi	100
Görsel 110: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Bileti.....	100
Görsel 111: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Afişi	102
Görsel 112: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Afişi	102
Görsel 113: İhap Hulusi Görey, (1944-1955-1965-1975) Milli Piyango Biletleri	104
Görsel 114: İhap Hulusi Görey, (1957-1951) Milli Piyango Biletleri.....	105
Görsel 115: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Bileti.....	107
Görsel 116: Myron, “Discobolus”	107
Görsel 117: İhap Hulusi Görey, “Suluboya Feriha Tevfik”	108
Görsel 118: Feriha Tevfik	108
Görsel 119: İhap Hulusi Görey, “Kulüp Rakısı”	109
Görsel 120: İhap Hulusi Görey, “Kulüp Rakısı”	109
Görsel 121: İhap Hulusi Görey, “Sümerbank”	111
Görsel 122: İhap Hulusi Görey, “Sümerbank”	111
Görsel 123: İhap Hulusi Görey ile Naşide Hanım.....	113
Görsel 124: İhap Hulusi Görey, Poyrazlı Köşk /Kınalıada	113
Görsel 125: Milli Piyango İdaresi 1960 Sözleşmenin Feshi	114
Görsel 126: İhap Hulusi Görey	115
Görsel 127: İhap Hulusi Görey, “Burguzade”	115
Görsel 128: İhap Hulusi Görey, Küfi “La İlahe İllallah”	115
Görsel 129: İhap Hulusi Görey, “Allahulahe”	115
Görsel 130: İhap Hulusi Görey, “İmzası”	118
Görsel 131: İhap Hulusi Görey, “İmzası”	118
Görsel 132: Ludwig Hohlwein, “Die neven Breiter”	119
Görsel 133: Ludwig Hohwein, “İmza”.....	119
Görsel 134: İhap Hulusi Görey, “Milli Piyango” Afişi	121
Görsel 135: İhap Hulusi Görey, “İş Bankası” Afişi	121
Görsel 136: İhap Hulusi Görey, “İş Bankası” Afişi	121
Görsel 137: İhap Hulusi Görey, “Milli Piyango” Afişi	121
Görsel 138: İhap Hulusi Görey, “Alfabe” Kitap Kapağı.....	128
Görsel 139: İhap Hulusi Görey, “Panflavine” Afişi	133
Görsel 140: İhap Hulusi Görey, “Beykoz Kunduraları” Afişi.....	140
Görsel 141: İhap Hulusi Görey, “İnhisar Likörleri” Afişi.....	147
Görsel 142: İhap Hulusi Görey, “Kızılay” Afişi	154
Görsel 143: İhap Hulusi Görey, “Kuru Kahveci Mehmet Efendi” Afişi.....	159

Görsel 144: İhap Hulusi Görey, “Milli Piyango Afişi”	163
Görsel 145: İhap Hulusi Görey, “Sümerbank” Afişi.....	167
Görsel 146: İhap Hulusi Görey, “İş Bankası Afişi”	171
Görsel 147: İhap Hulusi Görey, “Ziraat Bankası” Afişi.....	176
Görsel 148: İhap Hulusi Görey, “Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu” Afişi	180
Görsel 149: İhap Hulusi Görey, “Vatandaş” Afişi	185
Görsel 150: İhap Hulusi Görey, “Yalova Kaplıcaları” Afişi.....	190
Görsel 151: İhap Hulusi Görey, “Yapı ve Kredi Bankası”	196
Görsel 152: İhap Hulusi Görey, “Yeşilay” Afişi.....	201



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

En yalın anlatımla aktarılması hedeflenen mesajın geniş kitlelere ulaşmasında etkili araç olan afişler, tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, belgeleyici, estetik birer göstergedir. Görseldeki biçim ve içerik zihnimize unutulmayacak imgeler oluşturmaktadır. Görsel iletişim, insanlar arasındaki en çarpıcı bilgi alışverişi yoludur. Bu alışveriş görüntüsel bir boyut kazanarak davranışa ve düşünceye dönüşmektedir.

Cumhuriyetin ilk yıllarında grafik sanatı olgusunu, ülkemiz açısından ele alırsak, belki de en genç sanat dalı olduğu söylenebilir. Tezhip ve minyatürlerden oluşmuş el yazması kitaplar bir yana bırakılırsa gerçek anlamda grafik çalışmalarının, İbrahim Müteferrika'nın basımını yaptığı "Vankul" adlı sözlükle başladığını varsayabiliriz. XIX. yüzyılda ise ilk atlasın, ilk gazetenin, ilk pulun basıldığını, meşrutiyetten sonra da ilk ilan şirketlerinin kurulduğunu görmekteyiz. Kurtuluş Savaşından sonra meydana gelen yönetim değişikliği, birbirini izleyen devrimler, bunların kültür ve sanat çevrelerinde yarattığı hareketlilik, değişim, coşku, batıya açılan kapılar, "Harf Devrimi" ile elde edilen yeni biçim olanakları, o dönemde sağlıklı bir grafik sanatı için yeterli değildir. 1925 yılında Almanya'da eğitim alarak yurda gelen İhap Hulusi Görey'in ulus inşasına yaptığı kurumsal çalışmalar grafik sanatların Osmanlı Devleti ve Cumhuriyet dönemi arasında köprü görevi üstlendiğini göstermektedir. Cumhuriyetle birlikte atılan bu adım ile bir ileti aracı görevi gören afiş sanatı, halka ulaşmak adına temel bir gereksinim olmuştur. Toplumların ihtiyaçları doğrultusunda gelişim ivmesi kazanan afiş sanatı, sanayileşmemiş ve dış pazarı oluşmamış bir ülkede, başlangıç olarak büyük bir hayal olabilirdi.

1.1.Problemin Durumu

“Cumhuriyet Dönemi’nin başlangıcında grafik sanatlarının öncülerinden olan İhap Hulusi Görey’in, ülkemizde afiş sanatının gelişimine etkisi var mıdır?” sorusu bu tezin temel sorusunu oluşturmaktadır. Ayrıca İhap Hulusi Görey’in afişlerinde tasarım ilkelerine bağlı verilerin doğru kullanılıp kullanılmadığı, afiş ve ilan metinlerindeki tipografik unsurların nasıl ele alındığı, afişlerinde devlet politikalarına yer verilip verilmediği ve onu çağdaşlarından ayıran üslup özellikleri bu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Cumhuriyetin ilk yıllarında Türkiye’de modern anlamda bilinen ilk afişi üreten İhap Hulusi Görey’in yaşamı, sanat anlayışı ve Türk afiş sanatının gelişimine etkisi bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

İhap Hulusi Görey’in bağımsız, çağdaş bir ulus devleti ideolojisi içinde inşa edilen Cumhuriyeti ve devlet politikalarını afişlerinde nasıl şekillendirdiği, tasarlanan konuya ait göstergelerin Cumhuriyetin temel değerlerini idealize edip etmediği, afişlerinde kullandığı metinler ve yazım şekli ile çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına nasıl devinim kazandırdığı incelenecektir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu çalışmada, Türk grafik sanatının modernleşme sürecinde yerel ve ulusal değerlere ulaştırılma çabalarına -dönemin hükümetinin uygulamalarıyla sanata destek vermesi- toplumsal olayların sanata yön verme sürecine de değinilerek kapsamlı bir araştırma yapılmıştır.

Bu araştırmada önemli olan İhap Hulusi Görey'in Türk grafik sanatının modernleşme sürecinde ve ulus inşası kapsamında yaptığı çalışmalarını ayrıntılı bir şekilde ele alarak konuya farklı bir bakış açısı kazandırmak ve kendisinden sonra yapılacak araştırmalara da örnek olmasını sağlamaktır.

1.4.Sınırlılıklar

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak betimsel analiz kapsamında örnek olay (özel durum) araştırma metoduyla İhap Hulusi Görey'in sanatsal çalışmalarını, farklı zaman aralıklarında yaptığı on dört afişi ve bir kitap kapağı illüstreri ile afişlerin değerlendirildiği on sekiz soru ile sınırlandırılmıştır.

1.5. Varsayımlar (Sayılıtlar)

Bu araştırmada uzmanlara sorulan soruların İhap Hulusi Görey'in, afişlerini açıklar nitelikte olduğu, bu sorulara uzmanların verdikleri cevapların gerçeği yansıttığı ve ulaşılan kaynakların bu araştırmanın kapsamına uygun olduğu varsayılmaktadır.

1.6. Tanımlar

Ulusçuluk: Milliyetçilik ya da Nasyonalizm anlamlarına gelen kavram, maddi ve manevi açıdan millet ve ülkesinin çıkarlarını her şeyin üstünde tutma anlayışı olarak tanımlanmaktadır (TDK, 1998, 1565). Nasyonalizm veya Milliyetçilik akımının esası bağımsızlıktır. Başka devletlerin hegemonyası altında yaşayan milletlerin milli bağımsızlıklarını kazanmaları ve kendi bağımsız devletlerini kurmaları hareketidir. Bu harekette kaynağını Fransız İhtilalinden almaktadır (Armaoğlu, 1991, 9).

Grafik: İki şekilde tanımlanır. Birincisi çizgeli sanatlar. İkincisi Yazmak ya da resim çizmekten ibaret desen (Atan, 2006, 168). Resim ve yazıya ait, tam tasvir olunmuş canlı, yazıya uygun şekillere ait, şekli çizgili olarak tarif edilebilir (Odabaşı,1996, 17).

Tasarım: İngilizcede desing olarak da karşılığını bulduğumuz tasarım zihinde bir plan, amaç, proje, istek, kararlılık... Amaçlanan nesne, son hedef, bir resmin ya da sanat yapıtının eskizi yani taslağıdır (Çellek ve Sağocak, 2014, 11)

Afiş: Meydan Larousse Ansiklopedisine göre afiş, “reklam ya da propaganda yapmak, bir duyuruyu iletmek, amacı ile halka açık yerlere asılan, genellikle resimli, basılı kâğıt, duvar ilanıdır (Meydan Larousse, Cilt 1, 124).

Kurumsal Kimlik: Görsel kimliktir. Pazarlama (Marketing), bir kurumun görünen yüzüne verilen isim olarak tanımlanmaktadır. Bir şirketin kendisini temsil etme biçimlerinin bütününe kurumsal kimlik adı verilmektedir. Başka bir deyişle, bir firmanın, adı, logosu, ürünü, hizmeti, çalıştırdığı yönetici ile personellerin kalitesi ve çalışmalarında kullandıkları her çeşit görüntü, stil ve mesajlara kadar uzanan bir çeşitliliktir (Ak, 1998, 18).

Reform: Daha iyi duruma getirmek için yapılan iyileştirme, düzeltme, ıslahat hareketleri olarak tanımlanmaktadır (TDK, 1998, 1851). Tüm Avrupa’yı 16. Yüzyıl boyunca etkileyen dinsel bir harekettir. Bu hareket Katolik Kilisesi’nin yozlaşmasına karşı gelişmiş ve Hristiyanlığın en büyük üç mezhebenden biri olan Protestanlığın kurulmasına neden olmuştur (Temel Britannica, Cilt 14, 206).

Modernleşme: Çağdaşlaşma. Çağdaş anlayışa uyarak sanat yaratma görüşüdür. Geleneksel olmayan anlamına gelmektedir (Turani, 1966, 84). Eski ve geleneksel toplumların modern olmalarına, modernizeye ulaşmalarına imkân veren süreçler için kullanılan genel terim. Sınırları genişleyen kapitalist dünya pazarının hızlandırdığı bilimsel ve teknolojik keşiflerle yeniliklerin, sanayideki ilerlemelerin, nüfus hareketlerinin, ulus devletleri ve kitlese hareketlerin doğuşuyla birlikte ortaya çıkan sosyal-ekonomik değişimlerin birliği olarak tanımlanmaktadır (<http://www.turkcebilgi.com/>).

İKİNCİ BÖLÜM

2.TÜRKİYE’DE “GRAFİK SANATININ GELİŞİM SÜRECİ VE AFİŞ SANATI”

2.1. Türkiye’de Grafik Sanatının Gelişim Süreci

Grafik sanatının başlangıcından günümüze kadar temel disiplin kaynağı ve hedefi insandır. İlk çağlardan bu yana insanoğlunun birlikte yaşamasının başlıca gereksinimini iletişim oluşturmuştur. Yazının keşfinden önce insanlar haberleşmek için mağara duvarlarına çizdikleri şematik resimler ve beraberinde getirdiği çizme, boyama ve tasvir etme gereksinimi, grafik sanatların temelini oluşturmaktadır.

İletişim İngilizce’de ve Fransızca’da “communication”, Latince’de “communicare”, kelimelerinin karşılığı olan paylaşmak, bildirmek ve birleştirmek anlamlarına gelmektedir. Tüm iletişim unsurları insanın oluşumundan son evresine kadar hayatın tüm katmanlarını temsil etmektedir (Erdal, 2015,15). İletişimin genel olarak tanımını yapacak olursak iki öge olan gönderici ve alıcı arasında etkin bir şekilde gerçekleşen bir eylemdir (Ketenci&Bilgili, 2006, 257).

İletişim öğrenilen bir faaliyettir. Tasarım duygusundan yoksun bir şekilde hazırlanan basılı iletişim malzemeleri bir kenara atılmaya mahkumdur. Kendi başına çok çekici ve ilginç görünen birçok ayrıntı bir araya geldiğinde tasarım duygusundan yoksunsa, dikkati dağıtan bir görüntü kirliliği oluşturabilir (Becer, 2015, 11).

Dolayısıyla etkili bir iletişim sağlamak için iletişim kaynaklarının doğru, anlaşılabilir ve yalın olmasına dikkat edilmelidir. İletişim araçlarını oluşturan iki unsur vardır. Biri görsel unsurlar, diğeri de sözel unsurlardır. Görsel iletişimde kullanılan simgeler, semboller ve işaretler grafik sanatların gelişim çizgisi ve normlarını belirlerken aynı zamanda diğere sanat dallarından ayrılan yalın anlatım sürecini de oluşturmaktadır. Sözel unsurlar ise görsel unsurları desteklemeli, ulaşmak istediği kitleye en yalın şekilde ulaşmayı hedeflemektedir.

Grafik tasarım kavramını, baskı sanatları ve teknolojilerinden ayrı düşünmenin olanaksız olduğunu söyleyebiliriz. Grafik, toplumu oluşturan tüm değerlerin ve geleneklerin yaşantılarında şekillendiği, kültürlerin yaygınlaşması ve bir değer olarak paylaşılması ve aktarılmasında önemli bir ileti aracıdır. Bugün yazılı ve basılı kaynaklar olmadığı düşünüldüğünde, grafik ve grafik sanatların olmadığı ve tanımlanmadığı bir durum ile yüz yüze kalınabilirdi. Bu açıdan bakıldığında toplumların oluşumunda temel gereksinim olan iletişim ve iletişim kaynaklarının belirlediği işaretler, semboller ve piktogramlar belgeleyici niteliktedir.

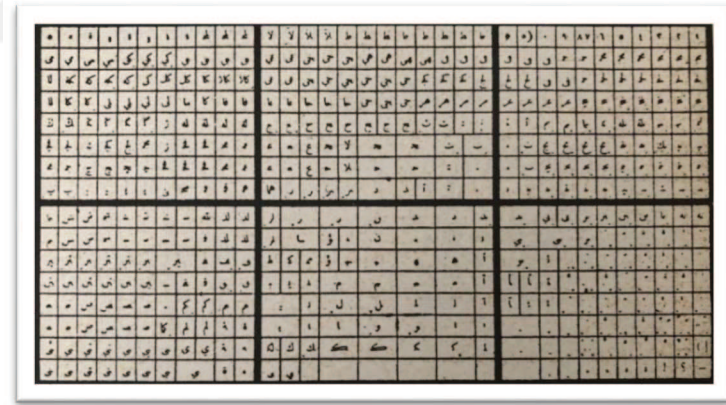
Özgün baskıresim ve grafik tasarımı olarak ikiye ayrılan grafik sanatların başlangıcı, insanlığın sanatta ilk ürünlerini verdiği mağara duvarlarına kadar uzanmaktadır. Hareket noktası ise, gözlerde nesne düşüncesini algılanabilir kılan resim, özellikle de görüntülerin taş ya da kil, ağaç kabuğu ya da parşömen üzerine sabitleştirilmesini sağlayan desenler olabilir. Bu ilk çizili ifadelerde resim ve yazı birlikte yer alırken, zamanla resimsel özelliklerin soyutlaşması ve sembollere dönüşmesiyle hem yazı hem resim özgün yapısına ulaşmakta ve iki ayrı iletişim unsuru oluşturmaktadır. Grafik sanatlar, işte bu iki iletişim unsuru olan yazıyı ve resmi birbirini tamamlayan bir biçimde kullanarak, yeni bir iletişim unsuru olan grafik tasarımı oluşturmaktadır (Uygungöz,1997, 191).

Grafik, batı ülkelerinde yeni üretim biçimlerinin doğması ve beraberinde birey ve toplum ilişkilerinin karmaşıklaşması sonucu ortaya çıkmış bir anlatım yolu oluşturmuştur. Grafik, her türlü toplumsal olayın geniş yığınlara tanıtılması ve duyurulmasına yöneliktir. Bütün güncel süreçlerin kaynağında yer alan her türlü yeniliğe açık devrimci bir sanat olan grafiğin, batıda olduğu gibi bizde de uzun bir geçmişi bulunmamaktadır (Maden, 1984, 814).

Grafik sanatını ülkemiz açısından ele alırsak, belki de en genç sanat dalı olduğu söylenebilir. Türkiye’de ilk kurulan basımevi grafik sanatının ilk basamağını oluşturmaktadır. Kayıtlardan anlaşılacağı gibi 1727’de kurulan Türk basımevinin bazı kayıtlarda ise basımcılık yılının daha eskilere dayandığı ileri sürülmektedir (Ketenci& Bilgili, 2006, 286).

Sait Maden'e göre; İstanbul'da ilk basımevi 1493'de, ilk Ermeni basımevi 1567'de, ilk Rum basımevi 1627'de kurulmuştur. Müteferrika'nın ilk temelini attığı basımevinin hazırlıkları 1719'da ilk denemesi olan Marmara haritası ile başlamaktadır. (Maden, 1979, 86).

Tüm bu verilere göre yazılı kayıtlar Müteferrika'nın "hurafat" kasasında beş yüze yakın harf ve parçanın olduğu yönde görünürken; bugünkü hurafat kasalarındaki harf ve parça sayısı sadece yüz dolayındadır (Maden, 1979, 89). Tüm bu devinimli yapı çerçevesinde nakkaşlar, hattatlar, müzehhip, müsavvir gibi sanatçılar iş ve yaşam koşullarını güvence altında tutmaya çalışan "lonca" örgütleri içerisinde usta çırak ilişkisiyle yetişmişlerdir. Lale Devri ile başlayan kapalı toplum ekonomisiyle gelişen yaşam şekli ve batı dünyasında kentsoyluluğa geçiş, toplumsal örgütlenmeyi beraberinde getirmiştir. Osmanlı aydınlarının batıdaki büyük uyanışın farkına varmaları yenilikçi bir anlayışı da ortaya koyacaktır. Bu anlayış yeni bir toplumsal düzeni de beraberinde getirecektir.



Görsel 1: "Eski yazı "Hurufat Kasası" (Maden, 1979 87)

Osmanlı Devleti'nde basımevi açma düşüncesi Rönesans'ın gecikmiş sızıntılarının kapalı bir kültür ortamında yavaş yavaş uyandırdığı tedirginlik, dinsel içerikli düşünce ve davranış kalıplarına dünyasal içeriklerin işlenmeye başlaması, yaşam biçimlerinde görülen yenilikçi kıpırdamalar Lale Devriyle (1718-1730) başlamıştır. İlk basımevinin temellerinin atıldığı dönem, ordunun savaşların etkisiyle yapısının yıldan yıla bozulduğu yıllar aralığına rastlamaktadır. Padişah Üçüncü Ahmet (1673-1739) ve Nevşehirli İbrahim Paşa (1660-1730) döneminde ve Yirmi

sekizinci Mehmet Çelebinin (?-1732) oğlu Said Çelebi (?-1761) ve sarayın Mütferrika ağalarından Macarlı İbrahim Efendi (1674-1745) ile iş birliğiyle gerçekleşen basımevi bugünkü grafik tarihimizin ilk ocağıdır. Ayrıca Kâtip Çelebi'nin Cihannüması (dünya haritası) 500 adet olarak 1732'de basılmıştır. (Maden, 1991, 76)



Görsel 2: Kâtip Çelebi "Cihannüma" (1732)

Osmanlı tarihinde ilk basıp çoğalma ile elde edilen ilk resimli dünya haritası "Cihannüma" ve "Tarihi Hind-i Garbi"nın basımında usta çırak ilişkisi ve geleneği görülmüştür.



Görsel 3: Mütferrika "Tarihi Hindi Garbi" - İlk Resimli Kitap (1583)

Görsel 4: Mütferrika "Tarihi Hindi Garbi" - İlk Resimli Kitap (1583)

İslam'ın suret ve resim yasağına karşın; tezhip ve minyatürlerden oluşmuş el yazması kitaplar bir yana bırakılırsa, gerçek anlamda ki ilk grafik çalışmalarının İbrahim Müteferrika'nın 1729 ile 1742 yılları arasında basımını gerçekleştirdiği "Vankul" sözlüğü ve on altı kitabının olduğu söylenebilir. Sözlük, Türklerin elinde sekiz yüz yıldır kullanılan Arap yazısının hurufat halinde ilk kez dökülüp basma işleminde uygulanan kitap oluşuyla, grafik sanatların başlangıcını oluşturmaktadır. Ayrıca; "Tarihi Hind-i Garbi" ile "Cihannüma" ilk haritanın basıldığı resimli kitaplardır. Grammaire Turgue ise Latin yazısının kullanıldığı, Osmanlı İmparatorluğunun yayın tarihinde ilk kullanılan kitap oluşuyla, Türk grafik sanatlar tarihinde önemli bir yer tutmaktadır (Maden, 1979, 89).

1745 yılında İbrahim Müteferrika'nın ölümü üzerine kesintiye uğrayan basım ve ciltçilik çalışmaları, 1.Abdülhamit'in Müteferrika'nın mirasçılarında basımevinin malzemelerini satın almasıyla tekrar başlamıştır. Sultan III. Selim'in padişahlığı yıllarında ise basın ve ciltçilik çalışmaları hız kazanmıştır. Müteferrika basımevinde 1792-94 yılları arasında, Fen-ni Harp, Fen-ni Lağım ve Fen-ni Muhaşara adlı üç kitap yayımlanmıştır (Maden,1979, 89).



Görsel 5: Fen-ni Lağım (1793) 34x21cm

O yıllarda yayımlanan bu üç kitabın son ikisinde içeriklerinin daha iyi anlaşılması için birçok çizime rastlanmaktadır.

Müteferrika basımeviden sonra, 1796'da Hasköy'de Mühendishane basımevi, 1802'de Üsküdar da Dar-üt-tıbaa, 1831'de ilk resmî gazete Takvim-i Vekayi'yi basmak üzere Takvimhane-i Amire kurulmuştur. Yine aynı yıl basımcılık tarihimizde devrim sayılabilecek litografi destgahı (taşbaskı tezgâhı) çalışmaya başlamıştır (Maden, 1999, 76). 1798 yılında Mahmud Raif Efendi'nin "Tableaues nouveaux Reglemens Empire Ottoman" Osmanlı İmparatorluğu'nda yeni düzenlemeleri adlı kitap, Mahmud Raif Efendinin III. Selim'in askerlik alanında gerçekleştirdiği yenilikleri sunmak ve Avrupalılara tanıtmak amacıyla basılmıştır (Maden, 1979, 72).



Görsel 6: Mühendishane basımevi damgası

Müteferrikayla başlayan bu süreç, taşbaskı tezgahlarının gelişimini ve kademeli olarak yeni bir sanat anlayışını ortaya koyacaktır. Bu adım, geniş halk katmanlarına basılı ürünlerin çoğalacağı sinyallerini verecektir.

Osmanlı toplumunun etnik dağılımı içinde Türklerin toplam nüfusunun 11.800.000 olduğu, 1844'te okuma yazma oranı 1/3'lük bir orana sahiptir (Doğan, 1999, 74). Devlet İstatistik Enstitüsü'nün Osmanlı Devleti'nde okuma yazma bilenlerin sayısına ait verdiği ilk istatistik yıllığına göre; 1897 yılında %10 un altında

1927’de ise %8 olarak gösterilmiştir. 1941’de ise bu oran hızlı bir yükselişle %27’ye ulaşmıştır (Ekinci, 2013). Yabancı ürünlerin ve hizmetlerin Osmanlı topraklarına girişi, ticaret kültüründe değişim oluşturduğu kadar, gelişimine de hareket kazandırmıştır.

16. yy ve sonrasında Osmanlının ekonomik gücü kendi gereksinimlerini karşılayacak durumdaydı. İthalat yok denecek kadar sınırlı, ihracat ise sıkı bir denetime tabiydi. Ancak 1838’de İngilizlerle yapılan “Balta Limanı Ticaret Sözleşmesi” iç ticaret ve tekel usulünü kaldırmış, Avrupa kapitalizminin Osmanlı ticareti üzerinde yasal denetim gücüne de sahip olmasını sağlamıştır. Batı devletleriyle yapılan bu sözleşme ile yabancı kökenli ürünler Osmanlı’nın iç pazarlarında yerini alırken, tanıtım grafiğinin önemli bir unsuru olan reklamcılık ve ilancılığın gelişmesine zemin hazırlamıştır. Osmanlı devletinde reklamın tarihsel gelişimi ve ekonomiye yansımaları iç kabartan pazar haline dönüşmüştür. Ürünlerin tanıtımı resimli ve yabancı bir başlık şeklinde uygulanmıştır. Osmanlı basımındaki ilk reklam örneklerinden başlayarak yapılan bir tarama da bu tezi doğrulayacak çok sayıda verinin olduğunu göstermektedir. Bu dönemde özellikle Fransa ve diğer Avrupa ülkelerinden gelen ürünler duvar kağıtları, çatal-bıçak, dikiş makinesi, ilaçlar, züccaciye, giyim kuşam, mobilya mefruşat, yeni teknolojik ürünler (fotoğraf makinesi, dürbün, piyano, vs.) ve çikolata gibi tüketim ürünleridir. Dolayısıyla yapılan bu sözleşme, reklam piyasasını hızlandırırken, Osmanlı topraklarındaki üretimi tamamen bitiren kapitalizmi de beraberinde getirmiştir (Doğan, 1999, 67).

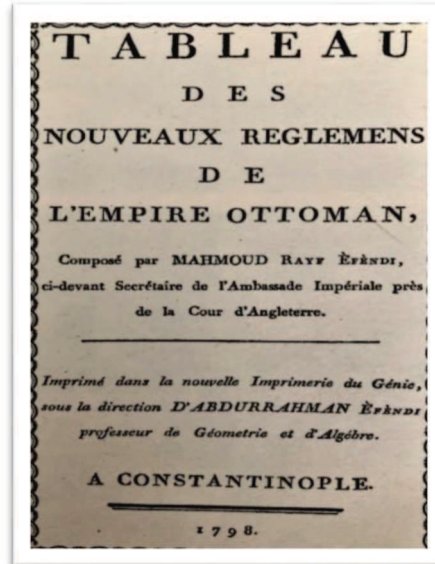


Görsel 7: Dunlop Lastığı Beyoğlu Grand Garaj, Edvars ve Mahdumları (1926)



Görsel 8: Menbaı- Çitli maden suyu (1895)

Görsel sekizde, 1895 yılında Avrupa'dan ithal edilen ve Bursa-İnegöl civarında satışa sunulan “Çitli Maden Suyu” reklam ilanıdır. ([Http://www.yeniakit.com.tr/foto-galeri/osmanli-doneminin-19-muazzam-reklamı](http://www.yeniakit.com.tr/foto-galeri/osmanli-doneminin-19-muazzam-reklamı)-Erişim Tarihi: 6 Temmuz 2018).



Görsel 9: Mahmud Raif Efendi 1798 Kitap'ın giriş sayfası (Sait Maden arşivi 1979)

Kültürlerin gelişim süreçlerinde en önemli kaynaklardan biri olan basılı ilanların, 17. yüzyıl sonu ve 18.yüzyıl başlarına ait olduğu düşünülen Venedik'te

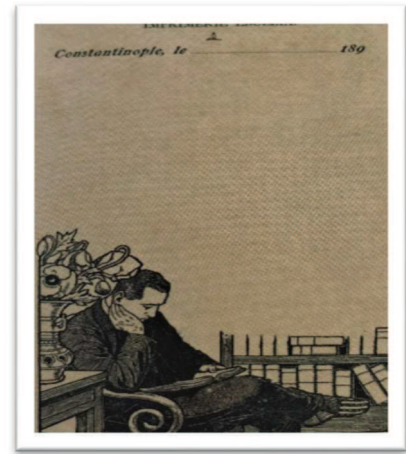
Osmanlıca basılmış el ilanı şeklindeki belge Osmanlı topraklarında rastlanan ilk belge örneğini taşımaktadır (Koloğlu, 2010, 102). El ilanlarıyla başlayan reklamcılık, 1880’li yıllarda resimli ilanlara dönüşmüştür (Dilber, 2012, 11). Osmanlı toplumunda gazete ve reklam kültüründe yaşanan geç gelişimin yanı sıra reklamların etkilerinin büyüklüğü ve bu alanda atılan adımların Türk reklamcılık tarihinde Batı ile entegrasyon ve toplumsal dönüşüm sürecinde önemli bir etkisi olmuştur. Toplumu modernize etmek için yapılan birçok siyasi reform ve ıslahatlar istenilen etkiyi oluşturmazken, bu dönem reklamlarında ön plana çıkarılmaya çalışılan mesajlar ve yaşam tarzı toplumsal dönüşümde önemli bir kırılma noktası oluşturmuştur (Kolay, 2012, 23).

Türkçe gazetelerin yayımlanmaya başladığı 1880’li yıllar da düşük tirajlı ilan reklamlarının olduğu görülmüştür. Bu yıllarda İstanbul genelinde elliden fazla basımevinin faaliyette olduğu ve Anadolu’nun bazı kentlerinde basımcılığın iş alanına girdiği görülmüştür. Basımcılığın yaygınlaştığı bu dönemde, özgün sanat anlayışıyla günümüzde ki grafik tasarımcılar gibi işler üreten Ebüzziya Tevfik, grafik tarihinde yeni ve özgün bir sanat anlayışının öncüsü olmuştur.



Görsel 10: Ebüzziya Tevfik “Ebüzziya Takvimi” (Sanat Dünyamız Yapı Kredi Kültür Yayını, Sayı 42, Güz.1990, s,59)

Ebüzziya Tefvik, Osmanlı topraklarında yetişen önemli bir sanatçı olmasının yanı sıra; bu topraklarda yaşayan çoğu insana büyük katkılar sunarak, sanat anlayışına yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Ebüzziya Tefvik (1849-1913) ile grafik tarihinde özgün bir sanat anlayışı başlamıştır. Hattat, gazeteci, tarihçi basımcı (Matbaacı) olan Ebüzziya Tefvik 1880'den sonra matbaacılık alanına ağırlık vermiştir. 1881 yılında basım ve yayıncılık tarihimizde bir dönüm noktası sayılabilecek Matbaa-i Ebüzziya'yı kurmuştur (Çam, 2014, 41). Ebüzziya Tefvik grafik tasarımın Türkiye'deki ilk adımları sayılan girişimlerde bulunmuş matbaacılık ve yayıncılık alanında birçok yenilik yapmıştır. Ebüzziya'nın Reb-i Marifet adlı yayınının 1886'da ki sayısında ilk kez Avrupa'da yapılmış çinko klişelerle resimler basılmıştır. Renkli kitap basımı ve üç rengin bir arada kullanıldığı baskılarında, 16 puntoluk yazıyı 14 punto olarak döktürmüştür. Matbaacılığa yaptığı katkılar nedeniyle Fransa Hükümeti tarafından liyakat madalyası ile ödüllendirilmiştir (Durmaz,2010, 22). Osmanlı matbaa ve klişeciliğinin çok önemli bir adımı olarak atılan bu adım, Türk basım tarihinde de çok önemli bir yer tutacağına sinyallerini vermiştir.



Görsel 11: Ebüzziya Tefvik (Album Kapağı)

Görsel 12: Ebüzziya Tefvik 1890 Matbaa_i Ebüzziya'nın Tanıtım Kartpostali

Grafik tasarımında yeni bir estetiğin yaratılmasında önemli bir yeri olan Ebüzziya Tefvik, kitap metninin modernleşmesine 1891 de yaptığı Nevsal-i Marifet adlı eseri ile öncülük etmiştir. O, aynı zamanda baskı resmine ilk batı anlayışını getirmiştir. Ebüzziya Tefvik aynı zamanda çok iyi bir hattattır. Onun Türk İslam

ülkelerine ait sanat anlayışı, motiflerin iç içe girmesi girift bezeme anlayışına iyi örneklerdir. Türk sanatında kullanılan lale, karanfil, yonca, maydanoz ve defne yaprakları motiflerini geometrik bezemeler halinde, üzerinde bazı değişiklikler yaparak Türk geleneksel sanatlarından tezhip sanatına yeni bir anlayış kazandırmıştır. Ebüzziya'nın sanat özelliğindeki eserlerine dünyanın matbaacılık merkezi olan Leipzig'de yayınlanan dünya Matbaacılık Yıllığı'nın 1891-1899 yılları arasında basılan dokuz cildinde yer verilmiştir (Gündoğdu,2014, 50).



Görsel 13: Leipzig' de yayınlanan "Internationaler Graphischer MusterAustausch" (Dünya Matbaacılık Yıllığı) 1894 yılına ait cildinin kapağı. (Halim Başpınar Arşivi)



Görsel 14: Ağustos Ayının Hayali Tasviri, "Takvimü'n -Nisa 1317(1899, 75) İsmail Bakar "Yıllıklar, Salnameler, Nevşaller ve Takvimler) Sadberk Hanım Müzesi Kütüphanesi

Görsel 15: Beylerbeyi Sarayı, Göksu Kasrı ve Küçükşu Çeşmesi Kartpostalı" (İsam Kütüphanesi Arşivi)

Ebüzziya Tevfik ilk kez resme Batı anlayışını getirmiştir. Resimlerinde işlenen konu, biçimsel yapı ve teknik açıdan günümüzdeki resimli baskılara çok benzeyen, hatta artistlik yönünü aşan resimli kitabı 1887’de (H. 1303) bastığı Rebi-i Ma’rifet adlı yıllık/almanak türü bir eserdir. Onun tasarımlarındaki Batı etkisi, Art Nouveau’nun yansımaları olarak kendini göstermiştir.



Görsel 16: Ebüzziya Tevfik Leibzig’de yayınlanan “Dünya Matbaacılık Yıllığı”ndan yer alan Nevsal-i Ma’rifet kapağı 1309-1891 Ali Tekin Çam)

1850’ den sonra ilk posta pullarının kullanılmaya başlanması, yine aynı yılda bilimsel bir dergi olan “Vekay-i Tıbbiye” nin ve 1862’de Mecmua-i Fünun dergisinin yayımlanması, 1867’de Salname yıllığının basımı o dönemin en önemli olaylarıdır. Dergi yayınlarının artışı grafik ürünlerine yeni bir pencere açmış, çizgi-resimlerle verilen yazılarda çoğalma görülmüştür. Ayrıca; 1870’de Teodor Kasap’ın “Diyojen” dergisinin yayımlanmaya başlaması, Türk grafik basımında önemli bir yeri olan karikatürün, basılı-yayın olarak ilk başlangıcı olmuştur.

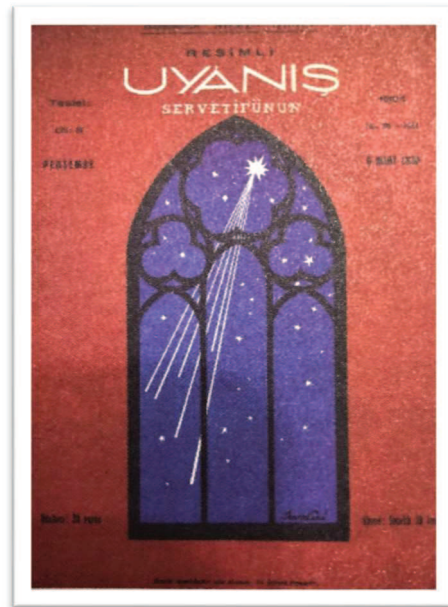


Görsel 17: Teodar Kasap “Diojen” mizah dergisi kapağı (1870).

Yine yayıncılık alanında öncü girişimlerde bulunarak grafik tasarım alanında ciddi çalışmalar yapan ve grafik sanatların gelişmesine yardımcı olan Ahmet İhsan Tokgöz (1868-1947), klişecilik tekniklerini geliştirerek metal klişeler ile birkaç rengin kullanıldığı kapaklar basmıştır. 27 Mart 1891’de Servet-i Fünun dergisini çıkarmış, basın-yayın alanında önemli gelişmeler yapmıştır (Durmaz, 2011, 24).



Görsel 18: Servet-i Fünun dergisi Kapak görseli Ömer Nuri no:66-1751 6 Mart 1930 İstanbul (Ömer Durmaz arşivi)



Görsel 19: Resimli uyanış Servet-i Fünun dergisi

Türkiye’de grafik sanatların yapılanmasına öncelik eden diğer bir usta, “editorial resimleme” (illüstrasyon) tekniğini ve disiplininin erken dönem öncüsü Celal Esad Arseven, 1875-1971 yılları aralığında yaşamış, dönemin önemli sinema afişçisi olarak bilinmektedir. Sanatçı, aynı zamanda Osmanlı modernleşmesinin kültürel dayanaklarını açıklamada birikimi ve özgün söylemleriyle dikkat çekmiştir. Vurun Kahpeye (1949) ve Kendini Kurtaran Şehir (1951) afiş çalışmalarından ikisidir.

1908 Meşrutiyetten sonraki basın özgürlüğü, gazete ve dergilerdeki hem reklam hem de görsel metinlerde ki duyuru alanlarının artışı, reklamcılığı da hızlı bir şekilde peşinden getirmiştir. Şu anki tanıtım kuruluşlarının ilkinin oluşturduğu “İlancılık Şirketlerinin” ortaya çıkışı 1909 yıllarına rastlamaktadır (Maden, 1999, 78). Fakat kısa bir süre sonra patlak veren Balkan Savaşları, Birinci Dünya Savaşı ve ardından gelen Kurtuluş Savaşı Osmanlı’yı sosyo-ekonomik anlamda çöküntüye uğratmıştır. Yeni yeni oluşan tanıtım grafiği de bu durumdan şüphesiz olumsuz bir şekilde etkilenmiştir.

Meşrutiyet Dönemi reklamcılığında bir başka fark ise kadın figürünün yayınlara ve reklamlara dâhil olmasıdır. Richmond’a göre, reklamda resim olarak kullanılan kadın, cazibesi gereği reklamı yapılan ürününde çekici kılınmasını sağlayan unsurdur (Ertan ve Sansarcı, 2016, 149).



Görsel 20: “Şehbal korse reklamı 1911” (Murat Belge arşivi)

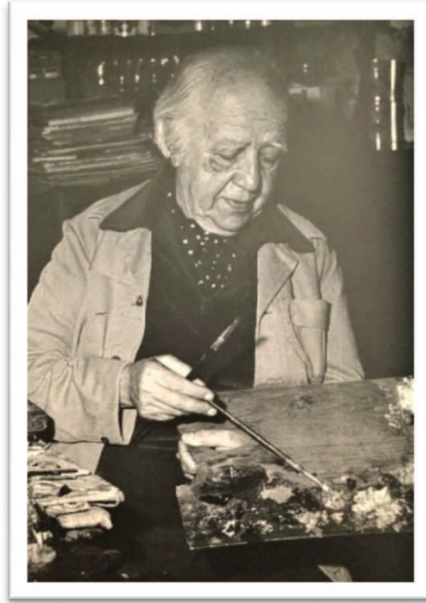
Şehbal korsenin reklamı yapılan resimli ilanda “Reklam Mahrem Dinlemez” olarak atılan başlıkla, II. Meşrutiyet dönemindeki reklam materyallerinde değişimin bir göstergesi olan “kadın” imgesi basılı materyale girmiştir. Bunun ilk örnekleri Osmanlı’nın son döneminde görülmüştür.

1911 tarihli Şehbal korse reklamında verilen mesajla, Osmanlı topraklarında yaşayan halkın kozmopolit yapısından dolayı Türkiye’de resmi devlet politikaları olarak batılılaşma başlamadan çok öncede Türklerin batılılaşmayla zaten iç içe oldukları gösterilmektedir. Dolayısıyla Osmanlı toprakları içinde yaşayan gayrimüslim kesimlerin kendi din ve geleneklerine bağlı olduğu, Türkiye’de batılılaşma başladığında bu yeni fikir ve düşünce hareketini en kolay gayrimüslimlerin benimseyeceğidir. II. Meşrutiyetten sonra yaşanan sosyo-ekonomik durumlar göz önünde tutulursa, reklamın cinsiyet ayrımı olmaksızın yapıldığı söylenebilir.

II. Meşrutiyetten sonra ilanlardaki resimli görüntüler değişmeye başlamıştır. Reklamların başlıkları kısalmış, metin başlıkları klişeciler ve hattatlar tarafından yazılmaya başlanmıştır. İlan metinleri ise çerçeve içerisine alınarak ve kenar süslemeleri yapılarak basılmıştır. Gazete ilanı yoluyla firmalar satış promosyonlarını duyurmuşlardır. 1912 yılında Balkan Savaşları’nın başlamasıyla bu süreç kesintiye

uğramıştır. 1914 sonrasında yaşanan I. Dünya Savaşı ve Osmanlı'nın bu savaştan yenilgiyle çıkması basım, yayın ve reklamcılık sektörünü duraklatmıştır. Ulu önder Atatürk'ün, Anadolu'da ki direniş harekâtını halka duyurmak için Sivas'ta basılan gazetenin dışında basılı yayın diyebileceğimiz herhangi bir yayın kalmamıştır.

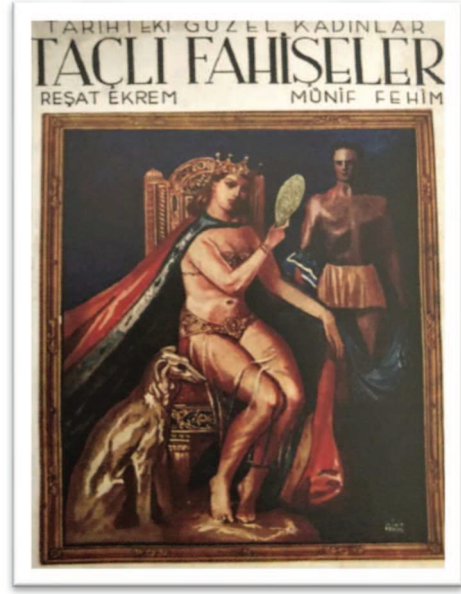
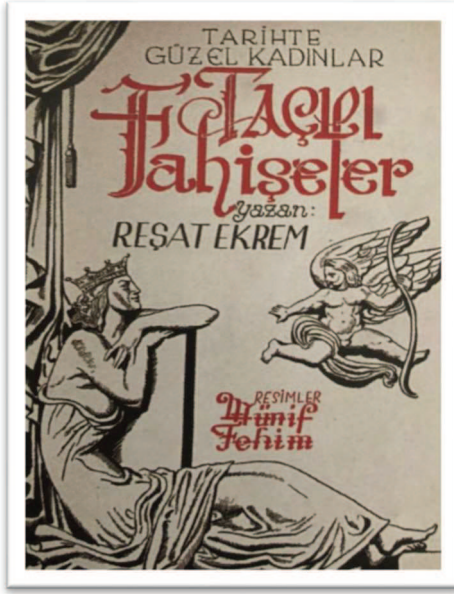
Grafik tarihinin ilk yıllarında hattatların, ressamların üstlendiği kapak grafiği, 1920'lerden sonra karikatürcülerin de ilgi ve uygulama alanı olmuştur. Hattat Halim, Hattat Hamit gibi sanatçılar dışında Sedat Simavi, Ramiz Gökçe ve Ratip Tahir Burak gibi karikatürcüler de kapak grafiği ile ilgilenmişlerdir. Bunlar arasında özellikle Münih Fehim kitap resimlemesinden tiyatro dekorculuğuna kadar çok çeşitlilik gösterirken, kırk yıldır gösterdiği başarılı grafik çizgisi kitap kapak resimlemesine de yeni bir üslup oluşturmuştur.



Görsel 21: Münih Fehim Özarman (1899-1983) (Ali Tekin Çam Arşivi)

Osmanlı ile Cumhuriyet arasında bir geçiş aydını olarak bilinen, döneminin en üretken resimleyicisi (illüstrasyon ustası) ve grafik tasarımcılarından Münih Fehim Özarman; çizdiği binlerce kitap, dergi kapağı resimlemeleri ve karikatürleriyle görsel tarihimizin baş aktörlerinden biri olmuştur. Henüz reklamcılığın gelişmediği yıllarda o yayıncılığa yönelmiştir. Sanayi-i Nefise Mektebi'nden mezun olan Münih Fehim, 1916 yılında afiş ve reklam işlerine

başlamıştır. 1918’de “Fağfur” adlı dergide ilk karikatürlerini yayımlamıştır. Bu süreci Ümit Dergisinden çıkan çizgileri izlemiştir. Sırasıyla; Ayine (1921), Aydede (1921-1922), Akbaba (1922-...), Zümrüdüanka (1923-1925), Kelebek (1923-1924) gibi yayınlarda çizmiştir. Cumhuriyet Dönemi’nde karikatürü aralıklı da olsa sürdürmüştür. Kendine temel iş olarak kitap kapağı tasarlamayı, kitap ve dergi için illüstrasyon yapmayı seçmiştir.



Görsel 22: Münih Fehim Özarman “Tarihte Güzel Kadınlar”

Görsel 23: Münih Fehim Özarman “Taçlı Fahişeler”

Metinler, Reşat Ekem Koçu’ya aittir. Sanat ve Tarih Kütüphanesi yayınları (Çam, Ali Tekin arşivi).

Münih Fehim sonraki yıllarda Cumhuriyet, Vakit, İkdam, Salon, Tan, Son Posta, Çocuk Sesi, Mizah, Yirminci Asır, Afacan, Hafta, Hayat, Yenigün gibi dergi ve gazetelerde çizmiştir. Yenigün dergisi, Münih Fehim’in resimleyici olarak en çok katkıda bulunduğu yayınlardan biri olmuştur (Karamustafa, 1998, 148). 1943’te “Dünden Hatıralar”, 1944’de “Tarihteki Güzel Kadınlar” gibi kitaplar resimlemiştir. 1950’li yıllarda Resimli Tarih Mecmuasında çizmiştir (Çam, 2014, 112).

Aydın bir çevrede yetişmiş olan Münih Fehim, tiyatro, sinema, edebiyat, fotoğraf ve karikatüre ilgi duymuş ama illüstratör olarak çalışmaya karar vermiştir. O hem geleneksel sanatlardan hem de batı sanatından etkilenmiştir. Onun yapıtlarında oryantalizmin etkisi görülmüştür.

Türkiye’de grafik tasarım ve illüstrasyonun en yoğun olarak kullanıldığı alan reklamcılık ve yayıncılık sektörüdür. Reklamcılığın çok gelişmediği yıllarda yayıncılık, Münih Fehim gibi yetenekli gençlerin çalışabileceği tek alan olmuştur.



Görsel 24: Münih Fehim Özarman (Kitap kapağı) Sanat ve Tarih Kütüphanesi yayınları 19441936, İstanbul (İlhan Bilge Arşivi)



Görsel 25: Münih Fehim Özarman “7 Gün dergisi kapağı” Cumhuriyet Matbaası İstanbul 20x27.5 cm (Çam Ali Tekin arşivi)

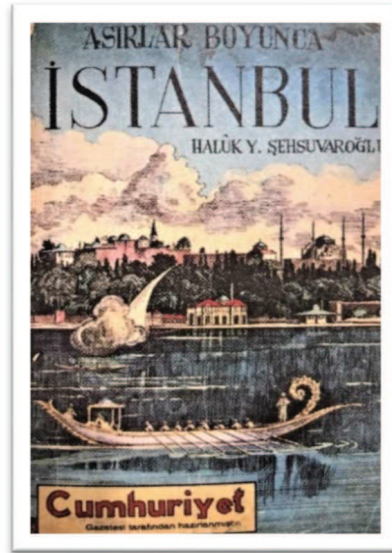
Bu sektörde karikatürçülük, hattatlık, klişecilik, matbaacılık ve ressamlık birbiri içerisine girmiş meslekler gurubudur. Münih Fehim, Babiali de etkin ve yaygın bir çalışma sürdürmüştür. “Elli Türk Büyüğü, Dünden Hatıralar, Şiir Bahçesi” gibi kitapları resimlemiş, gazeteler ve dergilerde tarihi resimli romanlar ile karikatürler çizmiştir. Sanat anlayışında mizahı hiçbir zaman ön planda tutmamış, mizah çizerliği yerine ressamlığı seçmiştir (Selçuk, 1980, 30).

1908 II. Meşrutiyet’in getirdiği canlı siyasal yaşantı içinde eğitim sorunları ele alınmış, eğitime ilişkin eğitim felsefeleri ve stratejiler belirlenmiş, bu stratejiler sonraki yıllarda Arap harflerinin yerine, öğrenilmesi daha kolay Latin alfabesinin kabulüne zemin hazırlamıştır. Cumhuriyet’in ilanından sonra birçok alanda olduğu gibi yazı alanında da köklü bir reform hareketi yapılmıştır. 1928 yılında Latin alfabesine geçildiğinde yayıncılık sektörü yeni bir geçiş dönemi yaşamıştır (Durmaz, 2010, 42).

Grafik tarihimiz için Latin alfabesine geçişin önemli bir dönüm noktası olduğu söylenebilir. Halkın yeni alfabeği öğrenmesinden sonra Batı yaşamını işleyen romanlar vitrini süslemeye başlamıştır. Bu dönemde kitap kapağı ressamlarının en ünlüsü, özellikle tarihi romanların kapaklarını başarıyla resimleyen bir illüstrasyon ustası olan Münih Fehim olmuştur.

Karamustafa'ya göre: “Bu sektörde karikatürçülük, hattatlık, ressamlık, klişecilik, matbaacılık iç içe girmiş mesleklerdi. Babıali'ye giren, resim çizme yeteneği olan gençler, daha ileri de bu alanlardan birini seçiyordu” (Karamustafa, 1999, 82).

Münih Fehim yayın alanında çalışmalar yaparken, İhap Hulusi Görey reklam dalında yoğunlaşmıştır. Ramiz Gökçe ve Cemal Nadir karikatürçü, Sedat Simavi yayınevi sahibi olmuştur. Ali Suavi Sonar daha sonraki yıllarda basın fotoğrafçılığına geçmiştir. Bir önceki kuşaktan Ebuzziya Tefvik, hattatlık, matbaacılık ve yayıncılık yapmıştır. Grafik tasarımda fotoğraf ve illüstrasyon her zaman bir arada kullanılmıştır.

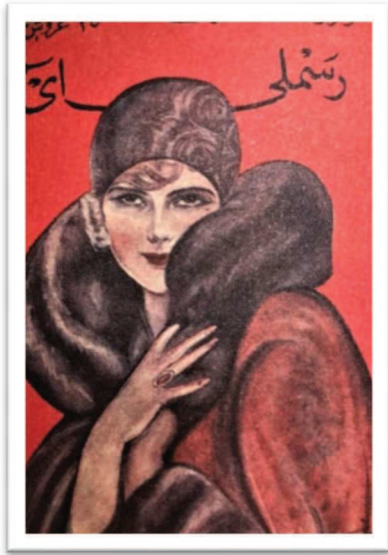


Görsel 26: Münih Fehim ÖZARMAN “Asırlar Boyunca İstanbul kitabın Resimleri” 1953 (Filiz Aşkın Arşivi)

Kitap, dergi ve gazete resimlemede (İllüstrasyon) yakın yıllara dek nitelikli ürünler verilmemiştir. Dış yayınların uzun süre etkisinde kalan grafik, özgün

ürünlerden çok, batı etkisinde kalmıştır. Bu alanda Cevat Şakir (Halikarnas Balıkcısı), Münih Fehim Özarman,ERCÜMENT Karmuk özgün çalışmalar yapmıştır. Suavi, Firuz Aşkın, Ayhan Erer, Oral Orhon gibi resimleyicilerin çalışmalarında ise batı etkisi görülmüştür. (Maden, 1984, 819).

Cevat Şakir Kabağaçlı görsel tarihimizin İhap Hulusi Görey'den önceki döneminde, grafik tasarım tarihimizin prehistoryası olarak kabul edilmiştir. Grafik tasarımın yanı sıra karikatür, gravür, minyatür ve tezhip de yapan sanatçı 1910-1925 yılları arasında Resimli Ay, Sevimli Ay, İnci ve Yeni İnci gibi dergilerde kapaklar ve yazılar resimlemiştir.



Görsel 27: Cevat Şakir Kabağaçlı Resimli Ay Dergisi Kapak resimlemesi, (1924) İstanbul (Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma merkezi'nden).

Görsel 28: Cevat Şakir Kabağaçlı Gülen Ada kitap kapağı resimlemesi, (1957) İstanbul (Karamustafa Sadık arşivi).

1927'de çıkarılan "Sanayi Teşvik Kanunu'nun özendirici etkisiyle kıpırdanmaya başlayan tüketim ürünleri piyasanın etiket, ambalaj, afiş vb. gereksinimlerini arttırmıştır. Başlangıçta hattatlar, taşbaskı işlemecileri ve klişecilerin üstlendiği ilan grafiğini, Mazhar Apa, Tarık Uzmen ve Kinkor Magosyan karşılamıştır. 1945'den sonra akademi çıkışlı ressamalar bu alana yönelmiştir (Maden, 2014, 13).

Grafik sanatların tarihine bakıldığında Sanayi Teşvik Kanunu'nun 28 Mayıs 1927' de çıkarılmasıyla, piyasada yatırım yapacak işletmelere olanaklar sağlanmıştır. Fakat özel sektörler bu girişimcilikte başarılı olamamıştır. Nedenleri ise, o dönemde özel girişimcilerin elinde yeterli sermayenin olmayışı, teknik bilgi yetersizliği ve uluslararası mali işlerde deneyimsizliktir. Bu durum “Kurumsal Kimlik Çalışmaları” olarak yapılan basılı malzeme tasarımını da olumsuz yönde etkilemiştir.

1932 yılından sonra Devlet Demiryolları, Denizyolları, Sümerbank, İnhisarlar İdaresi (şimdiki Tekel), Kızılay, Türk Hava Kurumu, Çocuk Esirgeme Kurumu gibi büyük devlet kuruluşlarında, çalışmalarını geniş yığınlara duyurabilecek çok yönlü bir grafik ürünü gereksinimi doğmuştur. Fakat bu süreç de kısa sürmüştür. İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla kapanan bu dönem kısıtlı olanakları ve bilinçsiz yöneticilerle, niteliksiz çizerler elinde yok olmuştur. Bu alanda tek anımsanacak sanatçı İhap Hulusi Görey'dir.

1938' den sonra ürün vermeye başlayan ve yalnız İnhisarlar İdaresi (Tekel) için çalışan Atıf Tuna'yı hatırlamak gerekmektedir (Maden,2014, 14). Sanat ve tasarım eğitimi almayan Atıf Tuna (1918-1998), grafik tasarım başta olmak üzere tasarım disiplinlerinin tümüne üretimleri ile katkı sağlamıştır. Afiş, posta pulu ve logo dallarında ödüller almıştır. Tesadüf sonucu yeteneği keşfedilen tasarımcı, Tekel'in afişlerini, ambalajlarını, ilanlarını, stant tasarımlarını yaparak yenileşen ülkeye birçok katkı sağlamıştır (Durmaz, 2010, 82).



Görsel 29: Atıf Tuna, Avrupa Güreş Şampiyonası'nın Duyuru afişi ,1949 (Çam Ali Tekin arşivi).
Görsel 30: Atıf Tuna Samsun sigarası illüstrasyon ve Afiş tasarımı 1960 (Çam Ali Tekin arşivi).

Altıntaş'a göre Atıf Tuna, neredeyse yarım asır grafik sanatlarda ürün vermiştir. Fakat ürünler ilk kez bir sergide kamuoyu karşısına çıkmıştır. Yurdaer Altıntaş'ın Atıf Tuna'ya yönettiği soru: “Döneminizin önemli kişileri kimdi, kimlerdi Atıf Bey? Örneğin İhap Hulusi ve Kenan Temizan ile ilişkileriniz oldu mu? -Efendim Kenan Temizan beyefendiyi tanıdım, bizim zamanımızın şahsıydı fakat bir ilişkimiz olmadı. İhap beyle tanıştım. Çok şeyler denilmiştir, fotoğraftan çalışıyor falan diye, ama ben tapardım. Tazını çok sevdim ve taklit etmeye yeltendim. Biraz bir şeyler yapmaya çalıştım fakat onun hızına yetişmenin imkânı yoktu” (Çam, 2014, 252).

Atıf Tuna'nın ilk işi İş Bankası'na yaptığı siyah beyaz bir kumbara afişidir. İnhisarlar İdaresi (Tekel) bünyesinde 40 yıl süren çalışma hayatı boyunca Samsun, Maltepe, Harman, Hisar, Yenice, Yaka, Efes, Bafra vb. ürünler için afişler, ambalajlar, ilanlar ve stant tasarımları yapmıştır. Ayrıca özel ve devlet kurumlarında (Uludağ, Rize çay, Emlak Bankası, Akbank vs.) birçok tasarımlara imza atmıştır.

Gökhan Akçura'nın, Atıf Tuna'ya: “Peki bu yıllar boyunca klişeci, matbaacı olarak kimlerle çalıştınız?” sorusuna: “Elbette gerek Tekel'in işlerinde gerekse serbest olarak yaptığım diğer işlerde sürekli Babıalı'ye giderdim. O yıllarda kalan bir isim olarak Eskpres Klişesinin sahibi Artin Boyacıyan'ı hatırlarım. Kirkor

Mokosyan'ı hiç unutmam. İhap Hulusi tapardı ona adeta. İhap'ın fırça tuşlarını taşa geçirirdi" (Çam, 2014, 268).

Grafik tasarım deyimi dünyada ilk olarak İkinci Dünya Savaşı sonrası gündeme gelmiştir. Daha önce bu işi yapana "reklam sanatçısı" deniliyordu. Reklam sanatı deyimi, görece yalın ve kolay anlaşılır bir faaliyetin ifadesiydi. Savaş sonrası deyim içindeki sanat sözcüğünün yerini tasarım almıştır. Reklam tasarımcısı, yaptığı işte reklam sanatçısından daha etkili, karar verici ve yönetici konuma gelmişti. Hemen ardından reklam sözcüğü de elendi ve yapılan işe grafik tasarım denildi. Savaş sonrasında toplumsal ve endüstriyel gelişme ortamında, grafik tasarımcının tek etkinlik alanı reklamcılık olmaktan çıkmıştır (Karamustafa,1998, 82).

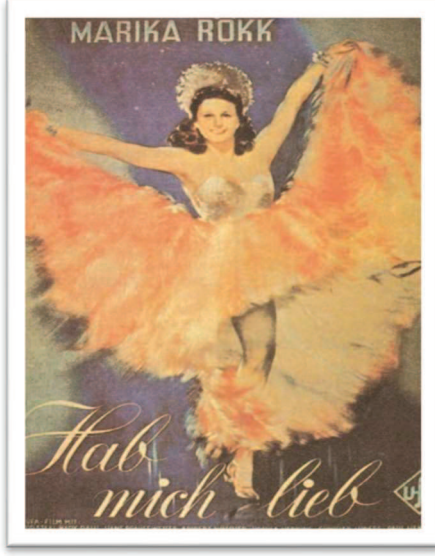
Kurtuluş Savaşı'ndan sonra meydana gelen yönetim değişikliği, birbirini izleyen devrimler, bunların kültür ve sanat çevrelerinde yarattığı hareketlilik, değişim, coşku, Batıya açılan kapılar, "Harf Devrimi" ile elde edilen yeni biçim olanakları, o dönemde sağlıklı bir grafik sanatı için yeterli olmayacaktır. Çünkü savaştan yeni çıkmış ülke yorgun, fakir, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel gelişim gücü zayıflamıştır. Devletçiliği bir yönetim biçimi olarak kabul ettiğimiz 1923 yılından sonra birçok kuruluş, çalışmalarını geniş kitlelere duyurabilmek amacıyla grafik ürünlerine gereksinim duymuştur. Fakat diğer alanlarda olduğu gibi grafik sanatına özgü bir iş bölümünden bahsetmek oldukça afaki görülmektedir. Bu alanda sadece resim sanatçıları ve hattatlar ürün vermektedir. Sadece grafik alanında çalışan sanatçılar yaptıkları işlere grafik diyorlardı. Devlet kurumları grafik unsurundan habersiz olduğu gibi, müzeler de grafik sanatlara kapılarını kapatmışlardı. Herhangi bir grafik yapıtının duvara tablo gibi asılabileceğini düşünmek o günkü şartlarda mümkün değildir.

Sait Maden'e göre: Yapılan işin resim, yontu, müzik gibi bir sanat dalı olduğunu savunan, bunu ispatlamak için de sergiler ve yarışmalar düzenleyip ve yazılar yazan birkaç grafikçinin çabası bu görünümü değiştirmek için yeterli değildir. Fakat bütün bu olumsuzluklara karşın grafik sanatı yakın geleceğin en geçerli dili olmaya adaydır (Maden, 1984, 814).

Grafik alanında yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak dış kaynaklardan etkilenmiştir. Özellikle bu etkiyi İngilizlerle yapılan ticaret sözleşmesinin uzantısı olarak görebiliriz. Türk piyasasında üretim kaynaklarının yetersizliği ve yabancı markaların ticaret sözleşmesi sonrasında iç pazara girmesi, doğal olarak ilancılık alanında basılı yayınlarında batı sanatından etkilenmesine neden olmuştur. Ülkemizde grafik sanatların kırk elli yıldan öte gitmeyen tecrübe birikiminin kısıtlılığı ve deney birikimi yetersizliğine karşın, bugün oldukça yoğun bir biçimde yaşadığımız devingenliğe de bakarak hiç de azımsanmayacak bir birikimin olduğunu görmek mümkündür.

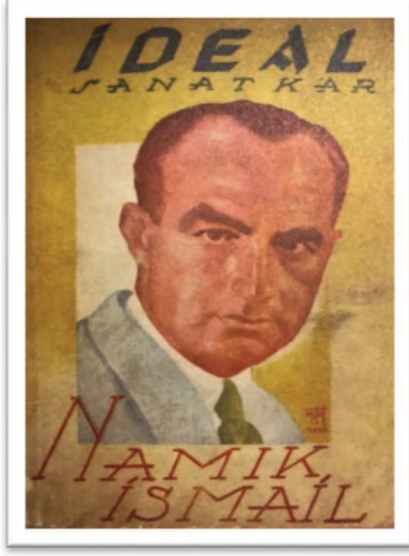
Bugünün grafik olgusunu hazırlayan elverişli koşulların oluşması için 1950’li yıllara ulaşılması gerekiyordu. 1950’li yıllar, tarım ülkesi olan Türkiye’nin tarım ülkesi olmaktan ziyade sanayii ülkesi olmaya geçebilmek için özel bir girişimciliğin tercih edildiği ve uygulamaya konulduğu yıllardır. Bu tercihin doğurduğu dışa bağımlılık Marshall Yardımı’nı kabul ettirmiştir. Marshal yardımı ile Türkiye’yi üretken bir pazar olarak ele geçiren Amerika’nın istekleri üzerine hazırlanan kalkınma planı, tarıma alt yapı tesislerine öncelik tanıyan yatırım programları, kapalı ekonomik birimler halinde yaşayan köylerin en ücra bölgelerine kadar açılan yollar ile sermaye akışına eklenmesi ve daha da ötesinde “Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu” ile devlet kaynaklarının özel kesimlere aktarılması, taşımacılığın karayollarına kaydırılmasından oluşan hareketlilik, sağlanan tarım kredilerin yarattığı hızlı makineleşme ve tarıma açılan yeni kapılar, lüks tüketime kayan büyük gelirler grafik sanatların gelişmesini hızlandırmıştır. Bu süreç doğal olarak reklamcılığı etkilemiş, artan duyuru organları ve tanıtma materyalleri (Etiket, Ambalaj, afiş, el ilanları, kitap-dergi kapakları) ile ofset baskının kurulmasını hızlandırmıştır. Buda grafik sanatların ivme kazanmasına ve Avrupa ülkelerinin birçoğunda olmayan renkli baskının ülkemize girmesinde önemli rol oynamıştır.

Bugünkü grafik olgusunu hazırlayan elverişli koşulların belirmesi sonucunda öğrenimlerini yurt dışında tamamlayıp yurda dönen tasarımcıların çalışmalarıyla grafik sanatlarda bir hareketlilik başlamıştır.



Görsel 31: Kenan TEMİZAN, MSGSÜ Sinema -Tv ASD Arşivi (Ali Tekin Çam Arşivi).
Görsel 32: Kenan TEMİZAN “Der Dunkle Tag”

Özellikle Münif Fehim, Mitat Özar, İhap Hulusi Görey, Kenan Temizan gibi tasarımcılar grafik sanatındaki tüm işlere nitelikli bir düzey kazandırmıştır. Kitap kapağı ressamlığı ile piyango bileti tasarımı, şişe etiketi, pul dizaynı, afiş gibi çalışmalar bu çizerlerin ellerinde şekil bulmuştur. Paris’te resim eğitimi alan Mitat Özar, 1924-1927 yılları arasında Beyoğlu’ndaki atölyesinde sinema kapılarına “fener” isimli dev boyutlu sinema afişleri yapmıştır. Özar, afişçilik tarihimizde yer alan ilk eğitimcidir. 1932 yılında Sanayi-i Nefise Mektebinden Güzel Sanatlar Akademisi dönüştürülen üniversitenin Afiş Atölyesi’nin başına görevlendirilmiştir. Bu durum, grafik sanatlarda afiş sanatının gelişmesi açısından önemli olaydır. Aynı zamanda sanayi ve ticaret alanındaki yenilikler tüm grafik ürünlerine olan ilgiyi de artırmıştır. Bu ürünler arasında grafik sanatının en başarılılarından biri olan afiş sanatı, savaştan yeni çıkmış, henüz kurulma aşamasında olan bir ülkenin kısa sürede en önemli görsel tanıtım aracı olmuştur (Yurdakul, 2002, 99).



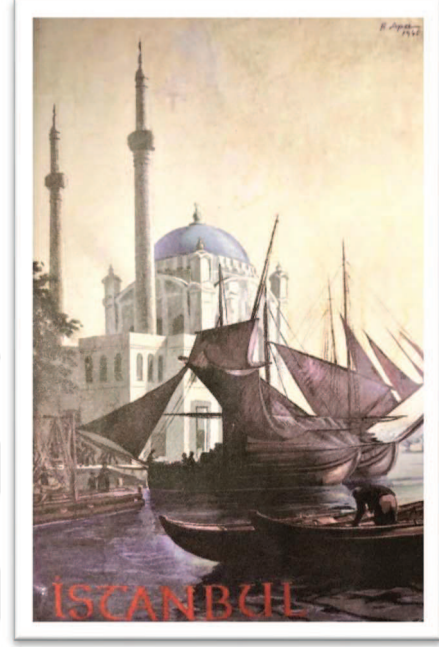
Görsel 33: Mitat Özar, İdeal Sanatkârlar Namık İsmail (1938). İstanbul, (Ömer Durmaz Arşivi).
Görsel 34: Mitat Özar, Öğretmen Sesi Dergisi Kapağı (1938) İstanbul (Ömer Durmaz Arşivi).

21 Haziran 1934 tarihli “Basma Yazı ve Resimleri Derleme Yasası” gereğince, baskı usulleri ile basılan ve yayınlanan her türlü basma yazı ve resimlerin beşer suretinin Millî Eğitim Bakanlığına verilme zorunluluğu getirilmiştir. Böylece gazeteler, dergiler diğer basılı ürünler gibi sanat unsuru olarak kabul edilen afiş de sanat arşivlerine kabul edilmeye başlanmıştır. Ancak kitap, dergi vb. yayınlarda yayımcısı, yazarı ve de çevirmenine kadar kayıt altına alınırken, afişin adı ya da basımevi adı ile kayıtlara geçmiştir. Bu nedenle, ne yazık ki şu anda arşivlere ulaşmak adına ciddi bir çalışma yapmak gerekmektedir.

Erter’e göre: “Türk afişinin ustalarından Kenan Temizan, Faruk Morel, Mitat Özar, Nâtik Soyeren, Yusuf Karaçay, Selçuk Önal, Fikret Aygün’ü yitirmiş olmamıza mı, yığınlar içinde var olduğunu bildiğimiz fakat ulaşamadığımız afişlere mi yanalım?” (Ertel, 1984, 822).

Güçlü bir desene görsel algıya sahip olan sanatçı ve eğitimcilerinden Ferit Apa, 1937 yılında Millî Eğitim Bakanlığında aldığı burs ile Almanya’daki Leipzig Akademisinde dört yıl resim bölümünde, iki yılda grafik bölümünde baskı teknikleri ve fotoğrafçılık üzerine eğitim almış, yurda döndüğünde henüz grafik tasarım

eğitiminin verilmediği bir dönemde, kendi alanının öncülerinden biri olmuştur. 1940'lı yıllardan itibaren kitap, dergi ve afiş tasarımları yapmıştır (Durmaz, 2010, 21).



Görsel 35: Ferit Apa Almanya Eğitiminden Gazete Haberi (1939). Tılsım Ünlü arşivi.
Görsel 36: Ferit APA (1940). İstanbul Kapak Çalışması.

Tarihi açıdan bakıldığında sanayi devriminin etkisiyle toplumda oluşan tüketim kavramı beraberinde basılı malzemeyi ve reklamcılığın hızını arttırmıştır. Bu süreç grafik sanatların kamburunu yıkarken aynı zaman da afiş anlayışını da geliştirmiştir. Afişin kökenini araştırırken, temellerini ilk çağlara ait duvar yazılarına götürmemiz olasılık olsa da, baskı tekniklerinin gelişmesiyle birlikte duvarlarda yer alan duyurum ve bildirimleri, afişin tarihi için geçerli bir başlangıç sayılabilir. Afiş kavramının kökünde bulunan özellikler, çok sayıda üretilmesi ve toplumun algılaması için duvarlara veya başka yerlere asılmış olması gereği, grafik unsurlarının çoğaltma tekniklerinin gelişmesine dayanmaktadır. Tanım gereği afiş çoğaltılmış bir metadır. Ülkemizde, ilk afişin kim tarafından yapıldığı belli değildir. Ancak bu işi başlatan ilk profesyonel kişi, 1925'den 1960'lara kadar tek isim olan İhap Hulusi Görey olmuştur (Merter, 2008, 12). Ülkemizde grafik tasarım eğitimi, Güzel Sanatlar Akademisi'nde 1933 yılında açılan afiş atölyesinde başlamıştır. Bu

atölyeden mezun olan Mazhar Resmor gibi sanatçılar 1940-1950 yılları arasında faaliyet gösterirlerken, 1950-55 sonrasında Namık Bayık, Ayhan Akalp, Selçuk Önal, Emin Barın gibi isimlerin yanında Mesut Manioğlu'nun uzun yıllar boyunca gerek amblem, afiş ve ilaç yapımcıları için çizdiği tanıtma kartlarıyla, gerek ticari sergiler için düzenlediği panolarla mesleğini iyi uygulayan bir sanatçı olmuştur.

Mesut Manioğlu, her ne kadar ressam ve dekoratör olarak tanımlansa da, aynı zamanda Akademinin grafik bölümünde 28 yıl öğretim görevlisi olarak çalışmıştır. Manioğlu ayrıca; grafik tasarımcı, illüstratör ve usta bir fotoğrafçıdır.



Görsel 37: Mesut Manioğlu "Türk Ulusal Verem Savaş Derneği Afişi" (Murat Manioğlu arşivi).

Görsel 38: Mesut Manioğlu "Sağlık Haftası" (Murat Manioğlu arşivi).

Mengü Ertel, Erkal Yavi, Bülent Erkmen, Sadık Karamustafa, Rauf Alazan, Fikret Akgün, Atilla Bayraktar, Metin Edremit, Ahmet Güteryüz, Turgay Betil ve birçok isim yaptıkları tasarımlarla Türk grafik sanatım daha ileriye götürmek için çalışmışlardır (Merter, 1973, 5). DGSA afiş bölümünden mezun olan ve güçlü çizgi anlayışı ile çizginin şairi olarak adlandırılan Mengü Ertel (Çam, 2014, 328), Muhsin Ertuğrul'un teşvikiyle 1959'da tiyatro afişleri yapmaya başlamıştır. Devlet ve Şehir Tiyatroları için 150'den fazla afiş tasarımı yapmıştır. Ertel, uluslararası sergilere

katılmış ödülleri almıştır. İlk uluslararası ödülünü 1974’de Cannes Film Festivali afiş yarışmasında kazanmıştır. Afiş tasarımları Varşova, Münih şehir müzeleri ve Wilanov Afiş Müzesine alınmıştır. 1956’da San Organizyon’u, 1969’da San Grafik Atölyesi’ni kurmuştur. Ertel’in tasarımlarında derin bir içerik ve bu içeriğe bağlı biçimi belirlediği yalın fakat bir o kadar da güçlü anlatımı ile kültürel değerlerimizi, güçlü bir ifadeyle buluşturduğuna tanık olmaktadır (Durmaz, 2010, 132).



Görsel 39: Mengü Ertel “1980 Moskova Olimpiyat Oyunları Afiş Yarışması 3.lük Ödülü Afişi (1979).
Görsel 40: Mengü Ertel “Carl Dreyer”ın Jeanne Darc’ın Çilesi Filmi için yaptığı afiş (1975).

Bir iletişim işi olan grafik tasarımın tarih içindeki gelişimi, teknolojik araçların gelişimiyle paralellik göstermiştir. 1970’den sonra Türkiye’de grafik tasarım alanında en belirleyici değişim teknoloji ve buna bağlı olarak üretim alanlarında olmuştur. Özellikle 1980’li yılların ikinci yarısından sonra bilgisayar, grafik tasarım alanının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bu yeni teknoloji hayatımıza faks, multi-medya, inter- medya, internet gibi kavramları getirmiştir (Karamustafa, 1998, 82).

Bu yeni kavramlar tasarım modellerinin çeşitlenmesine katkı sağlarken aynı zamanda tasarımın gerçekleştirilmesi konusunda büyük bir kolaylık sağlamıştır.

Ayrıca bu araçlar grafik üretim biçimlerinden dizgi, film ve baskı tekniklerini etkisi altına almış, tasarımcının da gelişim pozisyonunu değiştirmiştir.

Karamustafa'ya göre: “Masalarında artık boya, çini mürekkebi, çıkartma yazı kalem gibi araçları görmemekteyiz. Yakın gelecekte kâğıdın tümüyle ortadan kalkacağını, tasarımın sadece elektronik medyada yapılacağını söylemek kehanet sayılmamalıdır” (Karamustafa, 1998, 82).

1970-1980-1990'lı yıllar henüz genç olan Grafik tasarımının kendini ispat etme yılları olmuştur. 1971'de akademiye bağlı Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksek Okulu (UESYO) kurulmuştur. Gerçek profesyonellerin ders verdiği bu okul çok iyi tasarımcılar yetiştirmiş fakat, 1980 de kapatılmıştır.

1980'lerde Yüksek Öğretim Kanunuyla Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu ile Güzel Sanatlar Akademisine fakülte statüsü verilmiştir. Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu, Marmara Üniversitesi'ne bağlı Güzel Sanatlar Fakültesi olmuştur. Güzel Sanatlar Akademisi ise edebiyat, fen gibi farklı alanlarda eğitim veren bazı kuramlarla birlikte “Mimar Sinan Üniversitesi” adı altında toplanmıştır (Becer, 2015, 115). Sanayinin ve ticaretin gelişmesiyle ülkemizde reklama duyulan ihtiyaç artmıştır. Bu ihtiyacı karşılamak için gerek özel sektörde gerekse kendilerine ait olan reklam ajanslarında çalışan grafik tasarımı sanatçılarımız, zaman içerisinde mesleki haklarını savunabilmek için örgütlenme yoluna giderek 1978 yılında “Grafikerler Meslek Kuruluşu” nu kurmuşlardır (Becer, 2015, 115-116).

2.2. Dünya'da Afiş Sanatı

2.2.1. Afişin Tanımı ve Gelişim Süreci

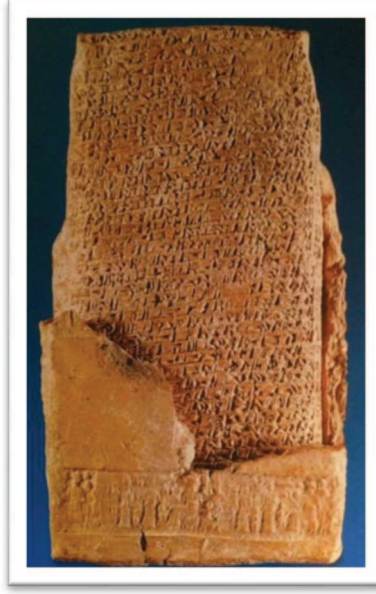
Afiş, Türk Dil Kurumunun tanımına göre: “Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı” olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla bir haberi bir olayı, siyasal, sosyal, ekonomik, sanatsal ve kültürel açıdan, topluma duyurmak amacıyla, değişik yüzeyler üzerine yapılan ve belirli boyutlarda köy, kasaba ve şehirlerin çeşitli yerlerine asılan duyuru araçlarıdır.

Cassandre “Afiş, kişilerin duygusal atmosferlerine sızmalıdır” demiştir.

Afiş denilince iki durumdan bahsedebiliriz. Birincisi çok kısa bir metin, ikincisi uzaktan ilk bakışta dikkati çekecek, sade ve yalın anlatımlı grafiksel tasarımlardır. Afişler bilgi verme, propaganda yapma ve reklam amacıyla hazırlanan kâğıt, kumaş gibi çeşitli yüzeyler üzerine uygulanabilen resimli duvar ilanlarıdır. Tanıtım organlarından en etkili reklam ürünleri olan afişler, işlevsel olarak sokaktaki insana en yakın sanat elemanlarıdır. Buldukları atmosferi süslerken aynı zamanda geniş bir halk kitlesine de çok hızlı ulaşabilirler. Galerilerde ve müzelerde sergilenen diğer yapıtlar ancak küçük ve eğitilmiş bir grubun beğenisine sunulurken; sokaktaki afişler toplumun her kesiminden insanın izleyebileceği bir sanat galerisi haline dönüşmüştür. Afişler gazete ilanları gibi sadece okuyucularına değil, aynı zamanda geniş halk kitlelerine hitap etmekte, bu nedenle hem kitle hem de bireyler üstünde ideolojik ve estetik bir baskı oluşturmaktadır.

Beğenileri, alışkanlıkları ve düşünce biçimini yönlendirmesi açısından da önemli bir yer tutan afişler, moda alanında da belirleyici bir etkidir. Afişler gerek estetik düzlemde, insan davranışlarını etkileyen en önemli araçlardır (Türkiye Ansiklopedisi 1923-1973, 48).

Tarihte ilk yazılı belgelerin Sümerlilerin kil tabletleri olduğu varsayılmaktadır. İlk yazı örnekleri yassı taşlar, ağaç kabukları, yassı hayvan kemikleri ve ilk standart külliyat kil tabletleri şeklinde görülmüştür (Ketenci&Bilgili, 2006, 38). Başlangıçta doğadan edinilen izlenimler ile görselleştirilen yazı, gelişim süreci içinde soyutlaşarak nesnel özelliklerinden farklılaşan bir göstergeye dönüşmüştür. Sümerlilerin çivi yazısı, Ortadoğu şehir devletleri ve İmparatorlukları (Akadlar, Asurlar, Babilliler ve Kaldeliler) tarafından çeşitli şekilde kullanılmıştır (Sarıkavak, 2014, 8).



Görsel 41: Asur Ticaret Kolonileri Çağı'na ait zarflı tablet (MÖ 1950-1750). Pişmiş topraktan yapılmış zarflı tablet Kültepe'de bulunmuştur ve MÖ 19. yüzyıla tarihlenmektedir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Ankara.

Milattan önce 1950-1750 yıllarına dayanan Asur ticaret kolonileri, Anadolu'daki alışverişlerinde mallarını daha iyi tanıtmak ve satmak amacıyla, kil tabletler üzerine çivi yazıları yazmış ve halka duyurmuşlardır. Bu çalışmalar afişin ilk örneklerini oluşturmaktadır. Roma İmparatorluğu'nda gladyatörlerin savaşları ve sirk oyunları gibi gösteriler tahtadan yapılmış levhalara yazılarak asılmıştır. Sokakların duvarlarına asılan bu levhalar halka duyuru amaçlı kullanılmıştır. Bugün bilinen en eski afiş örneği Fransa'nın başkenti olan Paris'te bulunan Notre Dame de Flour Piskoposluğuna bağlı kiliselerin kapılarına yardım toplama için asılmış afişler olduğu bilinmektedir. 1881'de Fransa'da çıkan basın özgürlüğü ile ilgili yasanın afişlerle ilgili kararında, resmi ilanlar için ayrılan alanlar ve kilise dışında her yere asılma izni verilmiştir. Bu karar afiş endüstrisindeki gelişmeyi hızlandırmıştır. Fransa'da kültürel hareketlerle gelişme gösteren afiş sanatı, sanayi devrimi ile birlikte yeni bir anlayış kazanmıştır. Çok sayıda üretilen mal ve hizmetlerin tüketicilere sunulmasında etkili bir tanıtım aracı olmuştur.

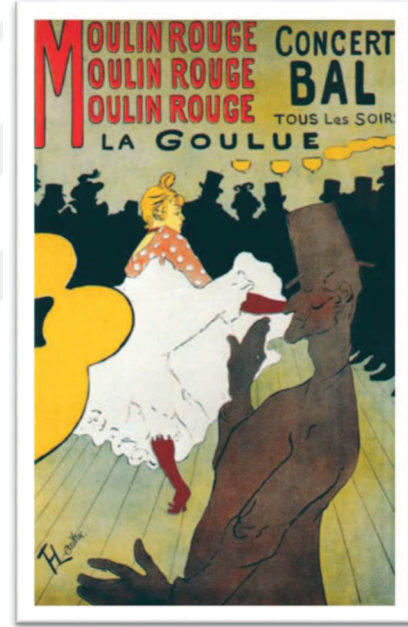
Reklamcılığın miladı olarak görülen afiş sanatının tüm sokakları süslemeye başladığı yıllar, tahmini olarak 1870'li yıllardır. 1796 yılı tipografinin yani taş baskı tekniğinin icadına tanıklık etmiştir. Alman Alois Senefelder (1771-1834) taş baskı ve

çinko baskı tekniğini ilk kez Avusturya’da kullanmaya başlamıştır. O dönemde bu teknik oldukça pahalı ve maliyetli olması, afişlerin, ahşap bloklar veya metal üzerine kazıma tekniğiyle minimal bir renk ve desen çizimi ile yapılmıştır. (Merter, 2003, 11).

Tarihsel gelişim sürecine baktığımızda toplumsal ve siyasal değişimler ile yaşanan devrimlere tanıklık eden afişler, başlangıçta süslenmiş duyurular biçiminde görülmüştür. Afişte tasarlanan dekoratif unsurlar zamanla mesajı ileten imgelere dönüşmüştür. İmgelere mesaj iletmeye işlevi yüklenince sözcüklerin sayısı azalmaya başlamıştır (Becer, 2015, 203). Afiş, 19. yy’ın sonuna kadar pek çok ürünü ve hizmeti tanıtmaya amacıyla Avrupa’da hızlı bir şekilde yayılmıştır. “Belle Epoque” (güzellik çağı) dönemine kadar resmi bir eğitimi olmayan afiş tasarımının, Avrupa’da Art and Crafts ve Bauhaus okulunun açılmasıyla birlikte bu alanda eğitim verilmeye başlanmıştır. Afiş tasarımcıları başlangıçta art nouveau, sembolizm ve kübizmden etkilenmişlerdir (Yayla, 2014).

19. yüzyılın sonu ve 20. yy’ın başlarında “çağ dönümü” olarak adlandırılan zaman diliminde, batı dünyası endüstri devriminin getirdiği büyük değişikliklere ve sarsıntılara sahne olmuştur. Endüstri devrimiyle birlikte milyonlarca insanın yaşamını, endüstriyel ürünler şekillendirmeye başlamıştır (Bektaş, 1992, 7). Hızla gelişen makineleşme ve fabrikalaşma orta sınıfı zenginleştirmiş, aristokrasinin hakimiyetini yıkmıştır. Büyük bir hızla gelişen kapitalizm toplumsal sınıflar arasındaki uçurumu körüklemiş çalışan sınıfın daha fazla çalışmasına ve toplumun bunalıma girmesine neden olmuştur (Becer, 2015, 95). Endüstri çağının beraberinde getirdiği bu sancılı ortam el sanatlarının işlevini ortadan kaldırmış; sanat ile işlevin birbirinden uzaklaşma karmaşasını yaratmıştır. Hiçbir estetik kaygı taşımayan seri imalat ürünlerin yaşamın her alanına nüfus etmesi, sanatçıları ve işlevi tekrar sorgulamaya yöneltmiştir. Bu sorgulama sonucunda bazı sanatçılar Orta çağ anlayışına geri dönerek sanat ve el sanatları birliğini kurmayı denemiş, bazı sanatçılar ise bu geleneğe karşı çıkmış, yeniliği, estetiği ve işlevi savunmuşlardır. Tüm bunlardan hareket edersek bu süreç modern çağ hareketlerinde etkili ve tetikleyici bir unsur oluşturmuştur.

Endüstri devriminin sanat ve tasarım üzerindeki belirleyicilik yönüne karşı 18. yüzyılda Fransa'da Victorya dönemi grafiklerinden Art Nouveau'ye geçiş aşamalı olarak başlamış, bu akım 1890-1910 yılları arasında bütün dünyayı etkilemiştir. Dekoratif bir sanat ve tasarım stili olan bu yeni akım özellikle illüstrasyon, kitap ve afiş alanlarında oldukça başarılı örnekler vermiştir. Art Nouveau temsilcisi hatta babası olarak kabul edilen Jules Cheret ile başlayan afiş sanatı geleneği, Henri de Toulous-Lautrec ve Alphonse Mucha ile devam etmiştir (Becer, 2015, 100).



Görsel 42: Jules Chéret (Folies-Bergere: La loie Fuller (1893). Modern Sanatlar Müzesi, New York.
Görsel 43: Henri de Toulouse Lautrec (1891). Modern Sanatlar Müzesi, New York.

Jules Cheret'in renkli litografi uygulamalarını geliştirerek ürettiği afişler, karakteristik olarak kullandığı siyah kontur çizgilerinin içinde sarılar, kırmızılar, maviler ve yeşilleri hissetmemizi sağlayan bir tasarım anlayışına sahiptir. Cheret, afişte gereksiz detayları ayıklayıp üstüste yaptığı renkli basımlarla geniş bir renk yelpazesi elde etmiştir. Büyük renk alanları kullanarak ilgiyi merkezdeki desen üzerine toplamıştır. Genellikle kompozisyonlarında hareket eden figür veya figürler afişin ortasındadır. Afişlerinde kullandığı Bold (Kalın) yazılar ise figürün hareketini ve biçimini belirler niteliktedir. Onun afişlerindeki ana konu, tanrıça niteliği taşıyan

güzel kadınlarıdır. Yarattığı bu kadın modeliyle kadına yeni bir bakış açısı geliştirerek toplumda alışlagelmiş kadın imgesini de yıkmıştır (Gümüştekin, 2013, 39). Cheret'in renkli litografi uygulamaları çağdaşları arasında gerçek bir devrim oluşturmuş, bu devrimle birlikte halk, ilk kez sokaklarda renkli büyük resimler görmüştür. Cheret, litografik afişlerin duyuru niteliği taşıyan tipografik harf baskısı afişlerin yerini alması için, yıllarca büyük mücadele vermiştir.

Dönemin iki önemli afiş tasarımcısının afişlerini karşılaştırdığımızda ortaya iki farklı yaklaşım çıkmaktadır. Cheret'in dıştan bakan alegorisine, Lautrec içerden görülen doğrucu bir sahneye yanıt vermiştir. Denetim altındaki renklerin şatafatına karşın La Goulue'nun eteğine dönüşen kâğıdın şeffaflığı eşlik ederek siyahı yeniden tasarımın içine sokmuştur. (Weill, 2015, 18). Lautrec, "La Goulue au Moulin Rouge" afişleriyle, afiş sanatına yeni bir anlayış kazandırmıştır. Lautrec Japon sanatı, Empresyonizm ve Degas'ın desenlerindeki kontur anlayışına büyük ilgi duymuştur. Paris'in renkli gece hayatını izleyerek figürlerini resimlerken, yeni bir illüstratif üslup geliştirerek renkli gece yaşamının perde arkasını da yansıtmıştır. Onun tüm çalışmalarında ana konu kadının ideal güzelliği değil, derinlemesine yaşanan insan manzaraları olmuştur. Japon espaslarından oluşan karakteristik yalın çizgisi, sarı bir ışıkla aydınlatılmış dramatik bir atmosferde yaratılan mekanları, onun resimlerinin ve afişlerinin karakteristik üslup özellikleridir (Bektaş, 1992, 23). Toulouse Lautrec, Japon grafik sanat anlayışındaki kompozisyon unsurlarını grafik sanatlara entegre ederek bu anlayışı Batı dünyasına kabul ettirmiştir. Lautrec'in afişleri, afiş tasarımının ölçütleri haline gelmiş, hiçbir çağdaşı yazı ile illüstrasyonu bir bütün olarak kullanabilme konusunda onun kadar yaratıcı olamamıştır.

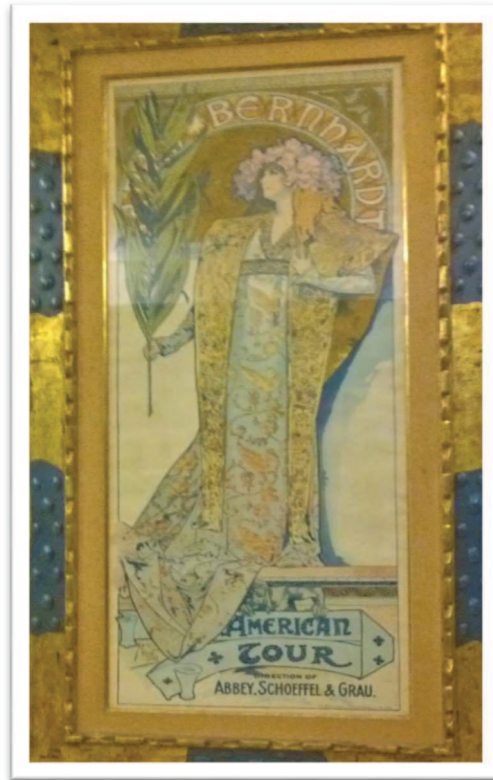
Fransız Art Nouveau akımını zirveye taşıyan Çek ressam ve grafik sanatçısı Alphonse Mucha, afişleri ve grafik çalışmalarında ki kadın figürlerinde (özellikle saçlardaki aşırı detaylar) ve dekoratif süslemelerde ustalığını konuşturmuştur (Weill, 2015, 21).



Görsel 44: Alphonse Mucha “Gallery of Art Prague” Fotoğraf (Serpil Kazancı Yılmaz).

1890’lı yıllarla başlayan “Güzellik Çağı” (Belle Epoque) ile poster çılgınlığı olgunluk yaşına ulaşmıştır (Merter, 2003, 11). Zarif dekoratif süslemenin ön plana çıktığı, kıvrımlı desenlerin kullanıldığı akım stiliyle anılan, ünlü ressam ve grafik sanatçısı olan Mucha, aslında herhangi bir akıma dahil olmayı istememiştir. Onun pul ve para tasarımları, kartpostalları, afişleri, tiyatro posterleri, kitap kapağı ve dekoratif belgeleri ile dönemine damgasını vurmuştur. Mucha, Avrupa’nın afiş sanatına öncülük etmiş ve titiz desen işçiliği ile kadın temasını çizmiştir. 1894’te dönemin ünlü aktristi Sarah Bernhardt’ın “Gismonda” adlı oyunu için poster hazırlamıştır. Alışılmadık tarzdaki bu çalışma oyuncular tarafından çok beğenilmiştir. Sanatçı taşbaskı tekniğindeki bu posterle Art Nouveau tarzında kendine özgü yeni bir anlayış ortaya koymuştur. Mucha, Sarah Bernhardt için başka afişlerle birlikte vitray, dekoratif pano, mücevher ve giysi tasarımları da yapmıştır.

Avrupa afişi, 1890’lı yıllardan sonra kübizm ve konstrüktivizm gibi yeni modern hareketlerden büyük ölçüde etkilenmiştir. Resim düzleminin tüm görselliğine ilgi uyandıran tasarımcılar, iletişimsel görüntüler ile resimsel öğeler arasında enerji oluşturan bir diyalog tasarım formu yaratmışlardır.



Görsel 45: Alphonse Mucha, Gismando barevna litografi/color lithography (1895). 73x195 Gallery of Art Prague, 2017, (Fotoğraf Serpil Kazancı Yılmaz).



Görsel 46: Alphonse Mucha, (1834) posta art, Galery of Art , Prague 2017, (Fotoğraf Serpil Kazancı Yılmaz).



Görsel 47: Alphonse Mucha (1902) kartpostal, Galery of Art , Prague 2017, (Fotoğraf Serpil Kazancı Yılmaz).

İngiltere’de Aubrey Bearsley, Art Nouveau resimlerinin başarılı örneklerini vermiştir. Viyana’da “Sezession still” adı verilen benzer bir üslup egemen olmuştur. Serifsiz yazı karakterleri kare ve dikdörtgen bloklamalar içinde sıkça kullanılmıştır. Art Nouveau grafiğinin Avusturya’da ki önemli temsilcileri arasında Joseff Hofman, Koloman Moser ve Alfred Roller olmuştur (Becer, 2015, 101).



Görsel 48: Koloman Moser Afişi (1902). Viyana.

Görsel 49: Alfred Roller Afişi (1902). Viyana.

Art Nouveau, Almanya’da “Jugendstil” adını almıştır. Tasarımcı Peter Behrens, 19. yüzyılın dekoratif yaklaşımıyla 20. yüzyılın işleve dayalı geometrik biçimlerini bir arada kullanarak “Jugendstili” endüstri toplumuna uyarlamaya çalışmıştır. Behrens, özellikle AEG firması için gerçekleştirildiği kurumsal kimlik çalışmalarıyla tanınmıştır.

Behrens'e göre; "Estetik ve işlev birbirini desteklemeli, hatta güzellik işlevsellikten doğmalıydı. 19. yüzyıla tepki niteliği taşıyan bu görüş: "Neue Sachlichkeit" (Yeni Nesnelcilik) adı verilmektedir" (Becer, 2015, 101).



Görsel 50: Frederick Walker The Woman in White afişi (1871).
Görsel 51: Peter Behrens "AEG" logosu (1908).

Afiş sanatı gelişimi ülkeler arasında farklılık göstermiş olsa da birbirlerini etkilemiş ve tetiklemiştir. 16. ve 17. yüzyıla kadar yapılan afişler sadece yazılardan oluşmakta iken; 18. yüzyılda artistlerin çekici pozlarını kapsayan resimlerden yararlanılarak afişler yapılmıştır.

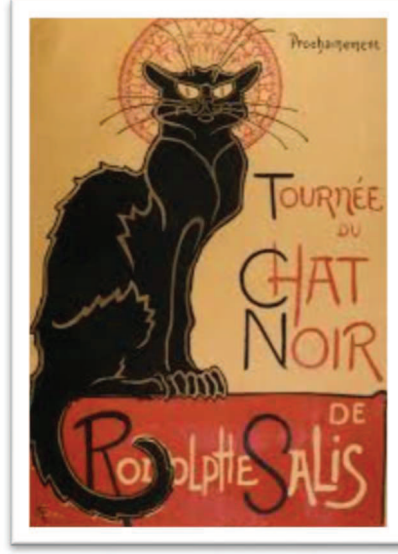
1871 de, Frederick Walker'in tasarladığı "Beyazlı Kadın" afişinin ortaya çıkışına kadar, tahta oyma resimler, afişlerin görselliğini bozan yazılar olarak yerini almıştır (<http://www.victorianweb.org/art/illustration/walker/8.html>). Bu afiş, ortaya çıkışından kısa bir süre sonra afiş sanatını tetiklemiştir. Yalınlığı ve dramatik hareketi tam olarak yansıtmaması ve bütün bunların üzerinde, içerdiği görsel ekonomi ile bu çalışmanın gerçek anlamda ilk afiş olduğu söylenebilir. Yine bu yıllarda Manet'in yaptığı "Les Chats" adlı afiş, 19. yüzyılda önemli tasarımlardan biri olmuştur.



Görsel 52: Eduar Manet “Les Chats” (1869).

Afişte yazı resim ilişkisinin çok gelişmediği yıllarda, resim yalnızca kitabın başlığını vermekte ve yazılara göre ikinci planı oluşturmuştur. 18.yüzyıla kadar sokaklara asılması yasaklanan afiş, basın özgürlüğüyle birlikte gerçek kimliğine kavuşmuştur. 19. yüzyılda başlayan endüstri devrimiyle ticaret hayatı, tüm sanat dallarında olduğu gibi afiş sanatında da önemli gelişmeler oluşturmuş, afiş tasarımcıları tarzları dışındaki konular arasında kendilerini bulmuşlardır. Cheret ve Mucha eğlence, tiyatro ve oyun gibi alanlarda afişler üretirken; bir anda sabun, deterjan, süt ürünleri, yiyecek gibi alanlarda tasarımlar yapmaya başlamışlardır. Bu durum, çevrede kendini afiş tasarımcısı olarak tanıtan birçok insanın ortaya çıkmasını tetiklemiştir. Yapılan afişlerde göze çarpan en önemli unsur yazı ile görsel imge arasındaki kopukluktur. Başka sanatçılar tarafından yazılan yazıların, tamamlanmış resim üzerine sonradan eklenmesi bu kopukluğun temel nedenidir. Böylece altın çağını yaşamakta olan afiş, gerileme sürecine girmiştir.

20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan Kübizm, Fütürizm, Dada, Sürrealizm, De Stijl, Süprematizm, Konstrüktivizm gibi modern sanat akımları dönemin grafik tasarımını da yakından etkilemiştir (Becer, 2015, 101).



Görsel 53: Theophile-Alexandre Steinlen, Chat Noir “Kara Kedi”, Taşbaskı afişi (1898). Paris.

Grasset’in kitap tasarımları ve illüstrasyonları, Steinlen’in afişleri, Beggarstaff kardeşlerin düz ve geniş alanlardan oluşan afişleri ve bunlara yeni bir yorum getiren Ludwig Hohlwein’in afişleri, o dönemin başarılı eserleri arasında görülmektedir.

Fransa ve İngiltere’den sonra 1900’ler Almanya’ında grafik tasarımda ticari bir yaklaşım anlayışı görülmüştür. Afiş tasarımına yansıyan bu yaklaşımın önemli temsilcilerinden biri olan Ludwig Hohlwein, reklam psikolojisinin yöntemlerinden yararlanmış, içerik ve biçimde tüketicinin ulusal değerlerine seslenmeye çalışmıştır. Beggarstaff kardeşlerin kolaj tekniklerinden etkilenen tasarımcı, geniş alanlarda espas değeri yüksek motifler kullanarak, bu anlatıma yeni bir anlayış kazandırmıştır. Afişlerinde kullandığı ışık-gölge anlayışındaki egzotik illüstratif resimlerine fotoğrafik etkilerin yansımaları izlenirken, geniş alanda bıraktığı boşluklar ve dokular ile bu anlayıştan ayrılmaktadır. Kendine özgü boya uygulama üslubuna sahip olan sanatçı, boyayı farklı sürelerde kurumaya bırakarak üstüste basmış ve böylece renkler arasında gölge geçişleri yaratmıştır. Afişlerinde geleneksel olarak görülen, soft bir yüzey üzerinde canlı kontrastlar ile sağlanan figürleri, zarif renk paletinde birbirine kenetli şekillerden oluşan bir ağ örgüsüne indirgendiği görülmüştür (Frenzel, 1926).



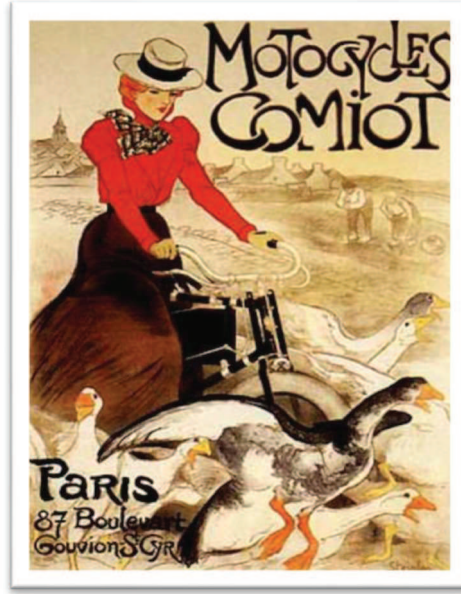
Görsel 54: Ludwig Hohlwein, Casanova Cigaretten, Gipsy
 Görsel 55: Ludwig Hohlwein Advertising Sport hats, Germany (1926).

Ludwig Hohlwein'in afişlerinde konumlandığı figürleri merkezi bir kompozisyon biçimindedir. Sert ışık ve sert gölgeler ile güçlendirilen desenleri her ne kadar dominant bir unsur oluşturmuş olsa da, içerik ve biçimde kullandığı psikolojik unsurlarla tüketicinin ulusal prestij değerlerine hitap etmeye önem vermiştir. Onun bu yaklaşımla ürettiği afişler, ürün afişlerine modern ve ulusal bir kimlikte kazandırmıştır. Afişlerinde temaya uygun bir şekilde, serif, sans-serif ve gotik yazı fontlarını kullanmıştır. Onun tipografisi her zaman okunabilir olmuş ve çoğunlukla bir kare oluşturulacak şekilde, birkaç satırda gruplandırılmıştır (Frenzel, 1926.)

20. yüzyılın ortalarında afişlerde, ağırlıklı olarak geometrik ve tipografik öğelerin kullanıldığı görülmüştür. El Lizzitsky ve Herbert Bayer gibi sanatçıların yanı sıra, Jan Tschichold'da bu anlatım öğelerini bu kez resim ile birleştirerek başarılı eserler vermiştir (Bektaş, 2015, 103).

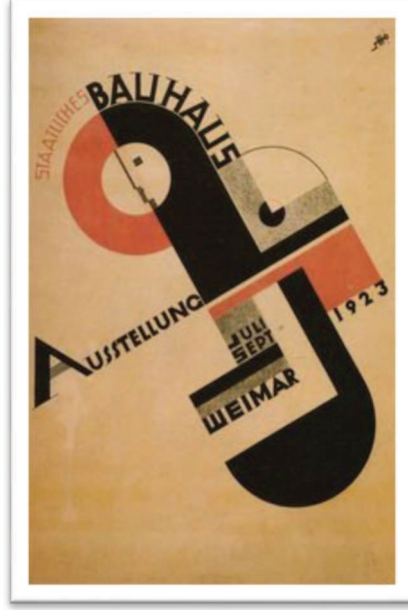
Dilin yazı formundaki görsel yapısı, dilbilim ve güzel sanatlar gibi birçok alanda dikkat çekici bir unsur oluşturmuştur (Becer, 2010, 20). Tipografinin gelişim sürecindeki bu deneysel tavır, ticari alanda olduğu gibi basılı alanda (sanatsal

yayınlarında) da kendini göstermeye başlamıştır. 19. yüzyılın sonlarında bazı sanatçıların grafik tasarım alanında ürünler vermeye başlaması bu süreci hızlandırmıştır. Özellikle de taşbaskı (litografi) tekniği ile bu alanda ciddi gelişim sağlanmıştır. O dönemde bu alana gönül veren sanatçılar, tipo baskı tekniğiyle basılan harfleri ve gravür olarak hazırlanan kalıpları, illüstrasyon (resimleme) ile birleştirenince oluşan kompozisyonlarda özgünleşmiştir.

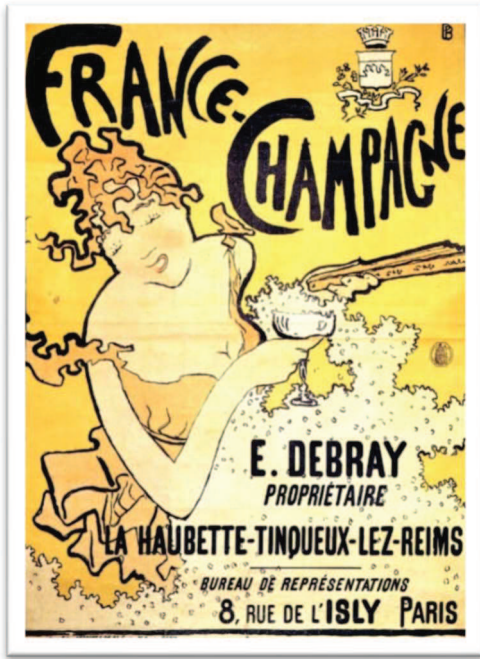


Görsel 56: Théophile Steinlen Litografi (1897). Paris.

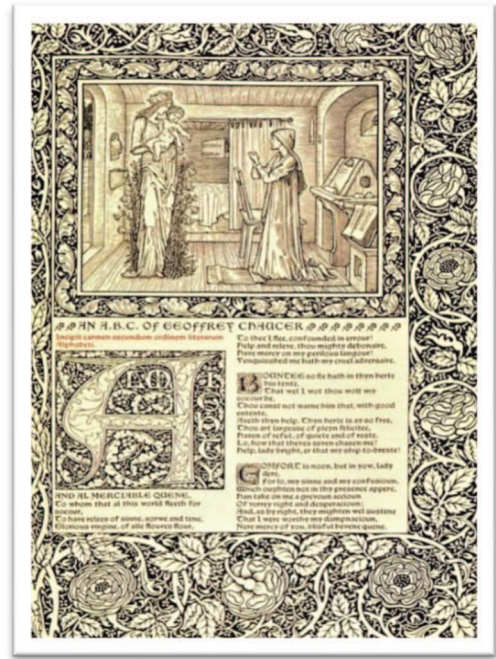
Modern resmin Rusya'daki öncüleri de taşbaskı tekniğinde son derece başarılı örnekler vermiştir.



Görsel 57: Joost Schmidt “Bauhaus sergi afişi” Berlin (1923).



Görsel 58: Pierre Bonnard, Tipografi (1891). Paris.



Görsel 59: William Morris “Art and Crafts” (Kitaptan bir bölüm)

William Morris’in (1834-1896) öncülüğünü yaptığı Arts and Crafts akımı, erken dönem modernist sanatçıların çalışmalarının tam bir antitezini oluşturmaktaydı. 19. yüzyılın sonunda Morris’in kitap tasarımları, geçkin bir üslubu ve tipo baskıya dayalı tutucu bir üretim yönetimini tekrar gündeme getirmesine

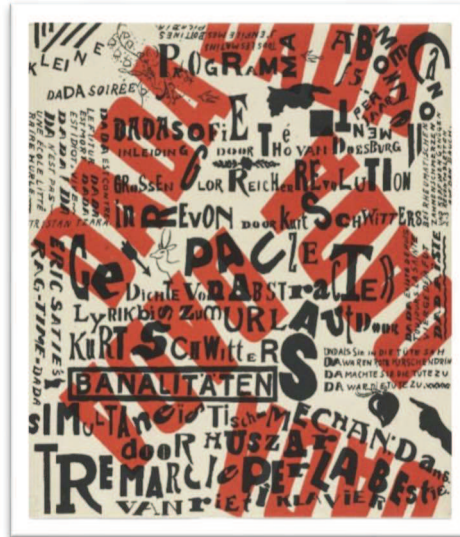
karşın, okuyucuyu estetik olarak eğiterek, basılı sayfadaki görselliğin edebi yapının önemli bir unsuru olduğunu vurgulamıştır (Becer,2010, 20). Dönemin öncüsü olan John Ruskin'in sanayi devrimiyle ortaya çıkan sanat sorunsalında, geleneksel sanatların yok olduğunu, sanat ve zanaat kavramlarının geleneksel el sanatlarının varlığını sürdürmesiyle devam ettiğini, aksi takdirde sanayi devrimiyle başlayan endüstrileşme süreci içinde, varlığını devam ettiren toplumların bir göstergesi olan sanat ve el sanatları arasındaki bağın kopmasına sebebiyet vereceğini ileri sürmüştür. Bu açıdan bakıldığında, bağların güçlenmesi için birtakım önermeler getirmiştir. Kuşkusuz William Morris, Ruskin'in fikirlerini benimsemiş, söylemleri ve çalışmaları ile geleneksel tasarımların varlığını sürdüren atölyeleri desteklemiş, geleneksel sanatların varlığını korumasına ve devamlılığına işaret etmiştir. Morris, sanayi devrimi, kullanıma yönelik ürünlerin çok sayıda üretimine olanak sağlasa da yapılan üretimin geleneksel şekillendirme yöntemleriyle üretilmesi ve biçim-işlev algısının doğru kurgulanması gerektiğini savunmuştur. Dolayısıyla 18. yüzyılın getirdiği sanayi devrimine tepki olarak başlayan Art&Craft akımının, geleneksel sanatlar ve el sanatlarıyla varlığını sürdüreceğine işaret edilmiştir. 1840'da fotoğrafın bulunuşu resim sanatını tetiklerken bu alana bağlı diğer disiplinleri de etkilemiştir. Bu süreç "Sanatçı ve tasarımcı kimdir?" sorusu üzerinde düşündürmüştür.

Endüstri devriminin beraberinde getirdiği baskı kalıplarının hazırlanması ve fotoğraf teknolojilerinin kullanılmaya başlanması, illüstrasyon alanında önemli değişimlere kapı aralamıştır (Becer, 2010, 21). Aynı dönemde dört renkli baskı süreci, renkli baskı tekniğinde yeni bir dönem müjdelemiştir. Monotipi ve linotipi makinelerin bulunuşuyla yazı dizgisinde mekanizasyon sürecinin başlaması, "Endüstri Devrimi" üretimini tetiklemiş, el sanatlarının yok olmasını ve görsel değerlerin kaybolmasını da beraberinde getirmiştir (Lean & Tschichold, 15).

1. Dünya Savaşı soğuk yüzünü gösterdiğinde bütün sanat dallarında olduğu gibi afiş sanatı da bu süreçten olumsuz olarak etkilenmiş, bu da reforma duyulan gereksinimi beraberinde getirmiştir. Bu da, sanatçı ve tasarımcı kimliği altında hizmet sunan tüm sanatçılar arasında umutsuzluk ve ruhsal bir bunalım başlatmıştır. Teknolojik gelişmelerin hızlanmasıyla tipografinin anlatım olanakları artmıştır.

Basılı ilan alanında yapılan deneysel ve sanatsal buluşlar tipografi, afiş ve kitap kapaklarına kadar uzanmıştır. Hiçbir resimsel unsura başvurmadan sadece yazınsal anlatımla yapılan afişlere görsel efektler eklenmeye başlanmıştır. Diller, toplumların kaynaşması ve bütünleşmesi açısından sosyal bir düzen oluşturması nedeniyle, görsel iletişim ile arasında ciddi anlamda enformasyona dayalı bir ilişki oluşturmuştur. Özellikle Dadacıların; duyurularında kullandığı reklamcılık dilinde yeni bir düzenleme getirerek, yazım diziliminin önemsenmediği tipografilerinde edebi bir üslup yerine yalın, anlaşılır ve emir verici bir hitabetle yazıldığı görülmüştür.

Avangart hareketinin güçlenmesinde ve yayılmasında 1917 Rus, 1918 Alman ve 1919 Macar devrimleri etkili olmuştur. Özellikle Rusya'da devrim yönetimi, Çarlık döneminde kurulmuş olan bütün müzelerin, akademilerin ve her türlü koleksiyonun yönetimini genç avangartlara, Süprematistlere ve Konstrüktivizmlere bırakacaktır. İlk defa sanat, bu ayrıcalıkla sanatın iktidarına gelecek ve bu olayın yarattığı enternasyonalist etki bütün Avangard hareketlerini heyecanlandıracaktır. I. Dünya Savaşı sonrasında, Dada için de yol ayrımı olacaktır. Bu akımın grafik tasarım içindeki başlıca temsilcileri Kurt Schwitter, John Heartfield, (Helmut Herzfeld) ve George Grosz'dur (Becer, 2015, 102).



Görsel 60: Kurt Schwitter & Theo Van Doesburg "Küçük Bir Dada Gecesi" (1922).

denemişlerdir. İmgelere dayalı rastlantısal bir görüntü dili olan fotomontaj dadacıların keşfi olarak kabul görecektir.



Görsel 62: Alexander Rodchenco Afiş Tasarımı, Puşkin Devlet Güzel Sanatlar Müzesi Moskova (1926).
Görsel 63: El Lissitzky, “Beyazları Kırmızı Kamayla Vurun Propaganda Afişi” Van Abbemuseum (1919).

Alexander Rodchenco gibi dönemin önemli sanatçıları Endüstri tasarımları ile görsel iletişime, uygulamalı olarak bilinenin dışında sıra dışı yapıtlar üretmişlerdir. Daha iyi bir yaşam ve toplum ideolojisi içinde sanat ile teknolojiyi birleştirme ideallerini hayata geçirmişlerdir. Beat the Whites with the Red Wedge (Beyazları Kırmızı Kamayla Vurun) isimli politik afişinde, Süprematizmin tasarım elemanları politik sembollere dönüşerek “kırmızı” ile Bolşevikler “beyaz” ile Kerenski’nin karşı devrim güçleri tanımlanmıştır. Bu afiş Süprematizm’in en başarılı örneklerindedir. El Lissitzky’nin afişinde kırmızı üçgen ve çizgiler afişin sağında bulunan ve geri çekilme izlenimi uyandıran negatif alandaki büyük beyaz daireye doğru, saldırgan bir şekilde ve değişen hücum yönleri anlatılmaktadır (Bektaş, 1992, 59). Bu afiş günümüzde hala etki gücü yüksek olan tasarımlardan biri olarak değerlendirilmektedir.

Dada hareketinin tetiklediği Sürrealizm akımının biçim dilinin en yoğun olarak kullanıldığı yer fotoğraf ve illüstrasyon olmuştur. 1. Dünya savaşının getirdiği Ekim Devrimi’nin neticesinde, Sovyetler Birliği’nde tasarım ve sanat alanında kısa ama oldukça güçlü bir dönem başlamıştır. Süprematizm ve Konstrüktivizmin etkisiyle Sovyet Rusya’nın sanat alanında en yaratıcı olduğu dönem (1910-1920 yılları

aralığı), 20. yüzyıl grafik sanatını ve tipografisini yeniden biçimlendirerek modern bir boyuta getirdiği dönemdir. 20. yüzyılın Kübist ve Fütürist yaklaşımından esinlenen Vladamir Tatlin (1885-1953) ve Alexander Rodchenco (1891-1956) önderliğindeki yirmi beş sanatçı “sanat için sanat” bildiriyle Sovyet toplumuna hizmet edecek bir anlayışı yürürlüğe koymuşlardır. Sanat ve tasarım tarihinde bir ilk olarak tarihe geçecek Konstrüktivizm (yapısalcılık) olarak anılan bu akımın, grafik tasarım alanında serifsiz yazılar, geometrik kompozisyon ve bar adı verilen kalın şeritlerle grafiğin temel biçimsel özellikleri olarak afiş çalışmalarında görülmektedir (Becer, 2010, 103).

20. yüzyılın başında grafik sanatların bir elmanı olan afiş sanatı, yaratıcı yeniliklerin büyük bir bölümünü kapsayan modern sanat hareketlerinin bir uzantısı olarak gelişirken, bazı tasarımcılar bu hareketten bağımsız çalışarak yeni tipografi adı altında önemli çalışmalar yapmıştır. Bu anlayışta estetiği işlevin yaratacağı ilkesinden yola çıkarak yalın ve anlaşılır olan görsel bir anlatım yolu seçmişlerdir. Çeşitli kalınlık ve boyutlarda yazılan serifsiz yazı, modern harf karakterleri niteliğini taşımıştır. Jan Tschichold’ın (1902-1074) tipografide kullanılan unsurların süslemeden arınmış bir biçimde tasarlanıp, iletişime yanıt verecek şekilde akılcı bir tasarıma dayanması gerektiğini ileri sürmüştür.

Afişlerin dönemsel gelişiminin ele alındığı bu bölümde, tüm sanat hareketleri gibi afişinde içinde bulunduğu dönemin etkisini de kalarak şartlarını belirlemiş ve etkilemiştir. Özellikle dünyada meydana gelen savaşlar, din konuları ve ekonomik bunalımlar, tüm toplumları etkilediği gibi toplumun bireyi olan sanatçıyı da etkilemiştir. Bunun en iyi göstergeleri olan afişler bu anlamda en iyi belgelerdir. Postmodernizm’in tüm sanat dallarını etkilediği gibi grafik sanatları da etkilediği görülmektedir. Bu akımla ulusların yaşadığı toplumda konjonktür değişimlere koşut olarak sanatta modernizmin dayandığı ilkelerin sarsıldığı bir dönemde ortaya çıkmıştır. Bu amaçla; dünya çapında var olan grafik tasarımın ulusal kimlik kazanma özelliklerini ortadan kaldıran bu akım, yeni bir anlayışla uluslararası yeni bir üslup yaratmayı hedeflemiştir.

2.2.2. Türkiye’de Afiş Sanatı ve Gelişimi

Grafik tasarım kavramını baskı sanatı ve teknolojilerinden ayrı düşünmek olanaksız olacağından, ülkemizde afiş sanatının gelişimi grafik sanatların gelişimine paralellik göstermiş olup, Osmanlı Devleti’nin son dönemlerinde, Sait Çelebi ve İbrahim Müteferrika tarafından matbaanın kurulmasıyla başlamıştır. Dilimize, Fransızların bildiğimiz duvar ilanı ve sanat değeri taşıyan grafik çalışması anlamına gelen “affice” kelimesinden aktarılmıştır.

Yabancı ürünlerin ve hizmetlerin Osmanlı topraklarına girişi 1838’de İngilizlerle yapılan Balta Limanı Ticaret Sözleşmesiyle olmuştur. Yabancı tüketim ürünlerinin Osmanlı pazarına girmesiyle, ticaret kültüründeki gelişim hareket kazanmıştır. Dolayısıyla ürünlerin tanıtımı ve sahaya sunuluşu da yabancı kaynaklı başlıklar ile gazete sayfalarında veya bir esnaf dükkanının iç camında yerini almıştır. Bu dönemde özellikle Avrupa’nın başta Fransa olmak üzere diğer ülkelerden gelen ürünler, duvar kağıtları, çatal-bıçak, dikiş makinesi, ilaçlar, züccaciye, giyim kuşam, mobilya mefruşat, yeni teknolojik ürünleri (fotoğraf makinesi, dürbün, piyano, vs.) ve çikolata gibi yeni tüketim ürünleri, reklamlara konu olan başlıklar altında işlenmiştir. Bu süreç reklam piyasasını hızlandırırken Osmanlı topraklarındaki üretimi tamamen bitiren kapitalizmi de beraberinde getirmiştir (Doğan, 1999, 67). Böylece üretimde yerel kaynakları yetersiz ve yabancı kaynaklı üretimlerle rekabeti olmayan bir ülkede, reklam ve reklama dayalı basılı ilanların gelişiminin olması hayal den öteye gidemeyecektir.

Bektaş’a göre; 1900’lerin başlarında yurtiçinde basılan ve çeşitli kuruluşlara yardım etmeye çağıran ve tiyatro gibi etkinlikleri duyuran salt tipografik afişlerin yanında, batıdan gelen resimli afişler toplumsal yaşamda yer almaya başlamıştır. Resimli afişlerin konuları ilaç, giyim, çikolata bisküvi gibi genel olarak tüketim ürünlerine yönelik olmuş, bu iki tür afişin ortak noktası sokaklardan çok kahveler tiyatro girişleri dükkanların iç mekanlarına asılmasıyla olmuştur (Bektaş, 2003, 195).

Osmanlı topraklarında grafik tasarım ve basılı yayın gelişiminin toplumsal niteliklere uygun bir yapıya ulaşması çok güç olmuş ve kitlesel bir iletişim aracına

dönüşmesi mümkün olmamıştır. 1923'te Cumhuriyetin kurulması ile başlayan köklü değişiklikler ve reformlar, grafik tasarım ve afiş algısını yeniden gündeme getirmiştir. Dolayısıyla Mustafa Kemal Atatürk'ün yepyeni bir ulus yaratma düşüncesi, batıdan bilim, kültür ve sanat gibi toplumsal yapıyı belirleyen tüm katmanlar entegre edilerek yeni bir devlet anlayışıyla modernleşme sürecine girilmiştir. Bu süreçte, 1927'de çıkarılan “Teşvik-i Sanayi Kanunu” grafik sanatların endüstrileşme ve tüketim ürünlerinin oluşumuna yeni bir ivme kazandırmış, bu ivme grafik tasarım ve afişin gelişmesini tetiklemiştir. Tüketim ürünlerinin tanıtım afişleri, idealize edilen halk ideolojisi altında yapılmıştır. Buradaki en büyük görev o dönemde yurt dışından ülkeye yeni gelen sanatçı ve tasarımcı İhap Hulusi Görey'e düşmüştür.

1 Kasım 1928'de Latin harflerinin kabulü ile gerçekleştirilen “Harf Devrimi”, yabancı kökenli harflerin dilden çıkarılarak dilde sadeleşme hareketi, ülkede başlatılan okuma-yazma seferberliği ile okuma yazma oranında sağlanan büyük artış, grafik tasarımının gelişimini ve kitlesele iletişimin yaygınlaşmasını destekleyen unsurlar olmuştur (Bektaş, 2003, 196).

Osmanlı Devleti'nde Tanzimat Döneminde (1839) başlayan Batılılaşma hareketiyle 1883'te kurulan Sanayi-i Nefise Mektebi, 1926'da Güzel Sanatlar Akademisi adını almıştır. Çağdaşlaşma anlamında atılan adımlar neticesinde 1927'de Namık İsmail Bey'in müdürlüğü döneminde Tezyini Sanatlar (Süsleme Sanatları) bölümü kurulmuştur. Fakat ressam Avni Lifij'in biyografisi için yapılan bir çalışmada, Lifij'in 1923 yılında Sanayi-i Nefise Mekteb-i Alisi Tezyini Sanatlar Bölümüne “tezyini muallimi” olarak atandığı ve 1927' kadar bu görevde bulunduğu belirtilmektedir (Ertel, 1984, 822). Dönemin akademi müdürü Namık İsmail Bey tarafında 1927 yılında “Afiş Atölyesi” olarak kurulan bölüm ülkemizde grafik tasarım eğitimi veren ilk bölümdür. Kuruluşundan 1932 yılına kadar Avusturyalı eğitimci Eric Weber tarafından yönetilen afiş atölyesinin başkanlığına, Paris'te ki eğitimini tamamladıktan sonra 1932 de yurda dönen Mitat Özar getirilmiştir. Bu gelişme grafik tasarım eğitiminin ilk adımı olmuştur. Bu atölye zaman içerisinde gelişerek, uluslararası düzeyde eğitim veren bugünkü Mimar Sinan Üniversitesi

grafik bölümüne dönüşmüştür. Cumhuriyetin gelişiyle yeni oluşan ulus inşası ve devlet politikaları bünyesinde gelişen grafik sanatlar ve tasarımda yaşanan sıkıntılı süreci Sait Maden'in yaptığı şu tespitle açıklamak mümkün olacaktır:

Grafik sanatların genç bir sanat dalı olduğunu ülkemizde uygulanmaya başlamasından bugüne ancak yetmiş yıl geçtiğini ne geleneği ne geçmiş ustaları ne de deneyim kalıtı olmuştur. Nedenini ise şu cümleleriyle bağlamıştır: Yalnızca grafik işleriyle uğraşanlar sanat diyorlar yaptıkları işe. Halk kendisine sunulan grafik ürünlerini hiç de sanat yapıtı gibi algılamamaktadır. Sadece afişin ya da herhangi bir basılı tanıtma aracının bildirisini izlemektedir. Müzeler grafik sanatçılara olduğu gibi afiş, amblem ve kitap kapağına kapalı, afişin duvara bir tablo olarak asılabileceğini düşünmek şimdilik olanaksız görülmektedir (Maden, 1998, 74).

Afiş sanatının gelişiminde, 28 Mayıs 1927'de Mustafa Kemal Atatürk'ün sanayi alanında yapmış olduğu yenilikler ile işletmelere sunduğu muafiyet, imtiyaz ve teşvik amacıyla hazırlanan "Sanayi Teşvik Kanununun" piyasayı özendirici etkisiyle üretilmeye başlanılan tüketim ürünlerinin, etiket, ambalaj ve afiş gibi gereksinimlerinin artması etkili olmuştur. Bu ihtiyacı başlangıçta hattatlar, klişeciler ve taşbaskı işlemecisi matbaa işçileri karşılamıştır. Ortada afiş deneyimi ve birtakım örnekler olmadığı için yapılan her ürün batı kopyacılığında öteye gidememiştir. İlk uygulayıcılar; Agayan, Setrak Fransuva iken otuzlu yıllardan başlayarak Mazhar Apa, Tarık Uzmen, Kikor Magosyon gibi önemli isimler olmuştur. Ardından akademi çıkışlı yetenekler bu konuya el atmıştır (Maden, 1998, 79).

Türk grafik tasarımının tarihinde, Cumhuriyetin ilanıyla birlikte kamusal ve siyasi alanlardaki reformların tanıtılması ve gerekliliği kitle iletişim araçlarına olan ilgiyi arttırmış, dolayısıyla bu durum grafik sanatlardan afişte önemli bir rol oynamıştır. Bu döneme kadar herhangi bir uzmanlaşmanın görülmediği bu sanat dalının ülkemizdeki ilk öncüleri Münif Fehim, İhap Hulusi Görey ve Kenan Temizan olmuşlardır.

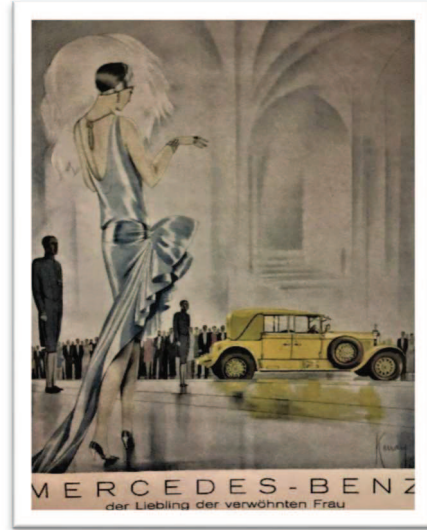
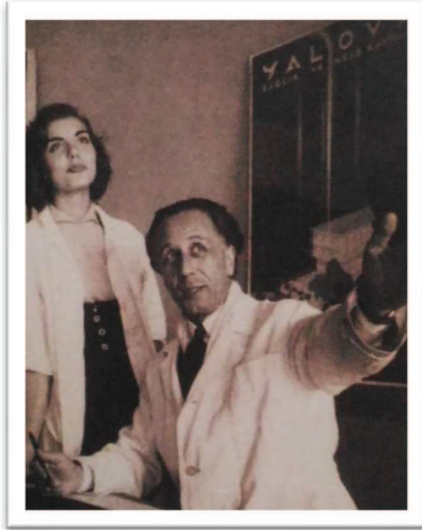


Görsel 64: İhap Hulusi Görey- Turhan Selçuk ile Karikatürcüler Derneği'nin açtığı sergide kendi afişlerinin önünde. (Turhan Selçuk arşivi)

1830'lu yıllarda İstanbul'da bir litografi yani "taşbaskı" atölyesi kuran Jacques ve Henri Caillol, çok sayıda resim ve çizimi taşbaskı ile çoğaltmışlardır (Becer, 2015, 114). Bu gelişmeler neticesinde basılan afişler renkli olarak hazırlanmaya başlanmıştır. Kısa zamanda resim sanatçılarının ilgi alanını oluşturan bu yeni yöntem, ülkemizde yaşanan savaşların ardından geleneksel yaşam değerlerinin yerine yepyeni bir toplumsal düzenin olduğu yıllardır. Bu yıllarda dünyadaki bu gelişmelerin takip edilmesi her bakımdan güç olacaktır. Ülke, Cumhuriyet ve harf devrimiyle başlayan yenileşme hareketi neticesinde birçok yeni reforma tanıklık edecektir. O yıllarda Balkanlar ve Ortadoğu ülkelerinden belirgin bir şekilde farklılaşan Türkiye Cumhuriyeti'nde İhap Hulusi Görey gibi bir sanatçının çalışmaları, bir görsel anayasa oluşturulmasının ilk çabaları sayılabilir (Yurdakul, 2002, 103).

Sanatsal nitelikte ilk basılı afişler 19. yüzyıl sonlarında genç, atılgan, üstün nitelikli ressamın elinde hızla hareket kazanmıştır. Özellikle bu konunun ilk gerçek uzmanı İhap Hulusi Görey'dir. 20. yüzyılın başına dek ressamın egemenliğinde yürütülen afiş konusu, özellikle Almanya'da yıllardır süregelen süsleme sanatları öğretiminin içerisinde yeni bir eğitim dalı olarak benimsenmektedir. O yıllarda Almanya'da bulunan iki yetenekli Türk gencinin bu yepyeni sanat dalına heveslenmeleri, ülkemizde afiş sanatının başlamasının ilk

habercisi olmuştur. Bu iki gençten ilki, Münih Kunstgeberwe’de ünlü Haymann atölyesinde eğitim gören, 1920-1925 yılları arasında Hairmanın Schule’de serbest olarak çalışan İhap Hulusi Görey ülkemizde 1960’lara kadar bu alanın tek imzası olacaktır. Diğeri ise İstanbul’da hukuk öğrenimi görmüş, Berlin Güzel Sanatlar Akademisini bitirmiş olan Kenan Temizan’dır. Temizan, Reimann Schule’ de afiş ve kumaş desenleri konusunda ders vermiştir. 1943’te (Ufa ve Tobis) büyük Alman film şirketlerinin afişlerini hazırlamıştır. 1943’ten ölümüne kadar olan sürede İstanbul Güzel Sanatlar Akademisinde moda resimleri bölümünde çalışmış, fakat afiş sanatçısı olarak akademide görevlendirilmemiştir (Ertel,1983, 821). Afiş tasarımlarını foto-grafik tekniklerle ve figüratif yaklaşımıyla üreten sanatçı Türkiye’deki çağdaşlarından farklı olarak kullandığı teknikte sadece resimle değil, tipografiyi kullanışı ve görsel hiyerarşi kullanımı ile afiş algısını farklı bir çizgiye taşımıştır. Temizan, II. Dünya Savaşı’nın etkisiyle 1943’te yurda dönmüştür. Emin Barın ile DGS’de ortak sergi açmışlardır. Akademide moda resimleri atölyesini kurduktan sonra Tezyini (Süsleme) Sanatlar Bölümü Başkanı olarak genç kuşak öğretim üyeleri arasına katılmıştır (Durmaz, 2010, 32).



Görsel 65: Kenan Temizan-Günseli Başar ile birlikte. (Günseli Başar Arşivi)

Görsel 66: Kenan Temizan “Mercedes Benz Afişi”. (Alev Özkan Arşivi)

1951 yılında NATO’nun açtığı uluslararası afiş yarışmasında üçüncülük almıştır. Kenan Temizan, afişlerinde büyük oranda fotoğraftan yararlandığı

çalışmalarında gerçekçi bir figüratif anlayışın egemen olduğunu görülmektedir (Ertel, 1984, 822).

Ertel'e göre: "İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi Afiş bölümüne Zeki Faik İzer görevlendirilirken, alanında uzman iki genç afiş sanatçısı olan İhap Hulusi ve Kenan Temizan'ın ilgili birimde görevlendirilmemesi Türk afiş eğitimine gölge düşürmüştür. Sınırlı kaynaklarda, 1927 yılında Namık İsmail'in müdürlüğü döneminde Tezyini Sanatlar (Süsleme sanatları) Bölümünün kurulduğu yıllarda, Avni Lifij'in Sanayi-i Nefise Mekteb-i Alisi Tezyini Sanatlar bölümüne atandığı 1927 ölümüne kadar bu alanda çalışma yaptığı yönünde olmuştur. Ayrıca Avni Lifij'in bir kitap niteliğinde hazırladığı ve şekillerle bezenmiş Süsleme Sanatları ile ilgili ders notları ailesi tarafından saklanmaktadır. Prof. Zührü Müritoğlu da Avni Lifij'in Tezyiniye muallim olduğunu hatırlamaktadır (Ertel, 1984, 822).

Ülkemizde devletçiliğin bir yönetim biçimi olarak benimsendiği 1932 yılından sonra büyük devlet kuruluşları olan Devlet Demiryolları, Denizyolları, Sümerbank, İnhisarlar İdaresi (Şimdiki Tekel), Kızılay, Türk Hava Kurumu, Çocuk Esirgeme Kurumu vb. çalışmalarını geniş halk yığınlarına duyurabilecek çok yönlü grafik ürünlerine ihtiyaç duyulmuştur. İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması ile kapanan bu dönem maalesef bilinçsiz yönetici ve niteliksiz çizerler elinde yok olmuştur. Bu alanda dönemde anımsanacak tek isim İhap Hulusi Görey'dir (Maden, 1999, 79).

1938'li yıllardan sonra ürün vermeye başlayan ve yalnızca İnhisarlar İdaresi için çalışan Atıf Tuna olmuştur. Yurdaer Altıntaş'ın Atıf Tuna'yla 1990 da yaptığı bir söyleşide:

Döneminizin Ünlü kişileri kimlerdi? Örneğin: Kenan Temizan Ve İhap Hulusi Görey ile ilişkileriniz oldu mu?" sorusuna şöyle cevap vermiştir: "Kenan Temizan Beyefendiyi tanıdım bizim zamanımızın şahsıydı fakat bir ilişkimiz olmadı. İhap Hulusi beyle tanıştım. Çok şeyler denilmişti, fotoğraftan çalışıyor falan diye. Fakat ben tapardım. Tarzını çok sevdim taklit etmeye yeltendim, biraz bir şey yapmaya çalıştım ama ona yetişmenin imkânı yok. İlk iş olarak iş bankasının siyah-beyaz afişini yaptım. Bir kumbara afişiydi (Çam, 2014, 252).



Görsel 67: Selçuk Önal 1940'lı yıllar DGSA Afiş Atölyesi.
Görsel 68: Selçuk Önal "Gripin Afişi"



Görsel 69: Namık Bayık "İstanbul Afişi (Faruk Morel'in Afiş Adlı Kitabından)
Görsel 70: Ayhan Akalp Afişi (1983).

Mitat Özar, 1924-1927 yılları arasında Beyoğlu Hamalbaşındaki atölyesinde sinema kapıları için büyük boy afiş-resimler yapmıştır. Eğitimi için Paris'e giden Özar resim eğitimini (belki de dekoratif sanatlar eğitimi?) tamamlayarak yurda döndükten sonra Namık İsmail'in müdürlüğü sırasında 1932 yılında Güzel Sanatlar Akademisi Afiş Atölyesinin yürütme görevini Weber'den devralmıştır (Bektaş, 2003, 199).



Görsel 71: Mitat Özar “Güzel Sanatlar Afiş Atölyesi” (1943). Mengü Ertel arşivi

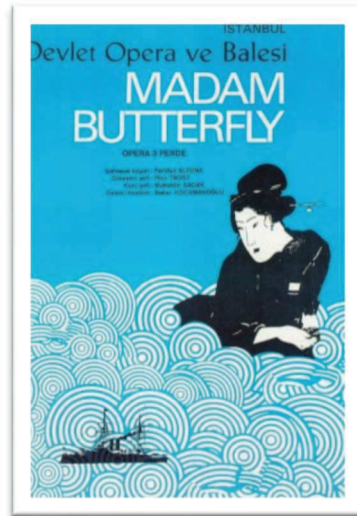
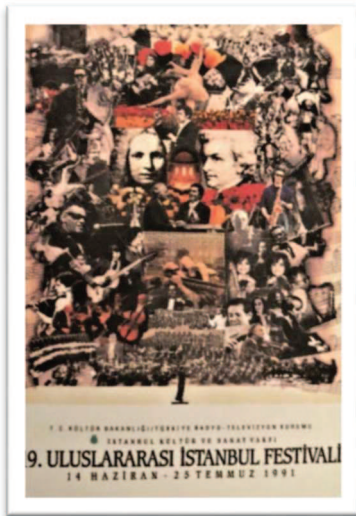
Ülkemizde 1925 ile 1960 yılları arasında grafik tasarımın en iyi ürünlerini Almanya’da eğitim gören İhap Hulusi Görey vermiştir (Maden, 1999, 81). Tasarım eğitiminin verildiği tek kurum olan Güzel Sanatlar Akademisinde bu aralıkta sadece ressam kökenli eğitmenlerin görev alması, grafik tasarım eğitime olanak tanımayan sistem, modern anlamda kalifiye elemanların yetişmesini geciktirmiş ve önünü kesmiştir. Bu alanlardan yetişen çoğu tasarımcının batının örnek çalışmalarını inceleyerek kendi çabalarıyla yetişmiş oldukları görülmektedir. Grafik Tasarımda afiş sanatının en önemli sorunu güçlü bir temele oturmaması ve gelecek kuşaklara kalıcı anlamda bırakılacak bir mirasın olmamasıdır. Araştırmamda yaptığım literatür taramalar birkaç uzman kişinin duyarlı araştırması ve arşivinden ne yazık ki öteye gidemediği gibi bu topraklarda yetişen bu denli değerli tasarımcıların kaybolmasını da işaret etmektedir.

Mesut Manioğlu, Selçuk Önal, Namık Bayık, Vedat Sargın, Ayhan Akalp ve ardında Fikret Akgün, Yüksel Güçsav, Rauf Atazan, Atilla Bayraktar 1930-45 yılları arasında Fransız afişinde egemen estetik anlayışının etkisinde kalmışlardır.



Görsel 72: Fikret Akgün “Hayat ve Mücadele” Kapak 1976 İstanbul (Ömer Durmaz Arşivi)
Görsel 73: Turgay Betil Afişi (1974). (Ahmet Ş. Akagün Arşivi)

Bu yeni grup afiş öğreniminde “aktarmacılığa” dayanan eğitim almışlardır. Genellikle birkaç simgesi bir arada ve birbiri içine yedirilerek çalışılan konular ve içeriğin yansıtılması yönünde kendilerinden önceki kuşağa göre daha düzeyli ve daha bilinçli ürünler vermişlerdir. 1954-1958 yılları arasında o kuşaktan birçok sanatçı tarafından yapılan afişlerde teknik açıdan bütünsel olarak göze çarpan şey aynı estetik anlayışın hâkim olduğudur. O kuşakta özellikle Mesut Manioğlu gerek amblemleri gerekse afişleriyle 1955-60 yılları arasında önemli bir isim olmuştur (Maden, 1999, 81)



Görsel 74: Aydın Erkmen, İKSM Afişi (1991).
Görsel 75: Leyla Uçansu, İDOB “Madam Butterfly” oyunun Afişi (1979).

Ülkemizde çok önemli bir role ve üsluba sahip grafik tasarımcılarından biri olan İhap Hulusi Görey, Cumhuriyet döneminde afiş tasarımının “öncüsü” olarak kabul görmüştür. O, güçlü desen anlayışı ve kompozisyonlarındaki büyük lekeleriyle, fotoğraflardan ressamı kışkırtacak ölçüde cesurca yararlanarak pek çok afiş üretmiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarında Türkiye’de yeni bir Türk kimliğinin oluşmasında Görey’in afişleri, modern toplumların nasıl olması gerektiği mesajını halka iletme görevini taşıyarak, Cumhuriyetin şekillenmesinde kendi tarzı ile yeni bir başlangıcın dönüm noktası olmuştur. Görey’in afişleri, öncü niteliğiyle modernleşme ve Avrupalılaşma sürecinde, Türk halkı için çizilen yeni imajın benimsetilmeye çalışılmasında etkin bir rol oynamıştır. Görey, yıllar süren savaşlar sonrasında yeni ideallere ihtiyaç duyan Türk halkına yönelik tasarladığı reklam afişlerinde, tanıttığı ürün ve hizmetlerin yanı sıra, perde arkasında benimsetmeye çalıştığı halk imajını ve ideolojisini öyle yetkin ve usta bir şekilde iletmiştir ki; dünyaca ünlü tasarımcıların takdirini kazanarak Türk grafik tasarımı tarihinde önemli bir isim olmuştur. Cumhuriyetin ilanından sonra ülke çapında bir kimlik algısı ve aydınlanma süreci olarak başlatılan restorasyon çalışmalarıyla birlikte Türkiye’de vatandaşlık inşası süreci başlamıştır. Devletin tekelinde oluşan kamu kuruluşlarının ve özel kuruluşların reklamları için, yeni rejimin öncekine göre farklılıklarını görsel olarak yansıtmak üzere çalışacak reklamcılara, tasarımcılara ihtiyaç duyulmuştur. İhap Hulusi Görey yıllar boyunca pek çok kamu ve özel kuruluş için afiş tasarımları yapmış öncü bir tasarımcı ve sanatçı olmuştur. O yıllarca kendi sanat anlayışıyla devlet politikalarının ve aydınlanmanın bir temsilcisi görevini gerçekleştirirken; aynı zaman da markaların tanıtım kampanyalarında da yer almıştır.

1950-1960’lı yıllar ve sonrasında grafik sanatlarda meydana gelen değişimler, artan iletişim ve baskı olanakları sonucunda dünyanın her yerinde üretilen özgün ürünler hız kazanarak ülkeye girmiştir (Ertel, 1984, 823).

Ertel’e göre: geleneksel eğitimi zayıf ve tüm yaşantısı öykünme ile oluşmuş bir sanat dalı olan afiş, daha ulusallaşmadan uluslararası beğenilerin odaklaştığı noktayı amaçlayan bir gelişme göstermiştir. Bu kuşağın çalışma dönemi diyeceğimiz yıllarda özellikle tiyatro ve operanın afiş gereksinimlerini karşılama olanağının varoluşu büyük şans olmuştur (Ertel, 1984, 823).

Ülkede mevcut bulunan üretim kaynaklarındaki çeşitlilik ve pazarlama tekniklerinin artışı, 1960'lı yıllardan sonra grafik sanatının her dalda yoğun ve nitelikli bir uygulama biçimiyle topluma açılmasını sağlamıştır. Özellikle Emin Barın 1955'ten beri grafiğin her alanında ürün vermiş, sekiz binden fazla kitap ve dergi kapağı çizmiştir. 1960'lı yıllarda çizmeye başladığı tiyatro afişleriyle yeni bir estetiğin uygulayıcısı olan Yurdaer Altıntaş ve sonrasında yalnızca tiyatro afişleriyle üstün bir başarı sergileyen Mengü Ertel; afiş, kitap kapağı, amblem, ambalaj tasarımı, sanat yönetmenliği gibi birçok dalda etkinlik gösteren Erkal Yavi, Bülent Erkman, Aydın Erkmen, Cemalettin Mutver, Aydın Ülken, Sadık Karamustafa, Abdullah Aşçı, Fahri Karagözoğlu, Emre Senan, Savaş Çelik gibi grafikçilerle yön kazanmıştır (Maden, 1999, 81).

Ertel'e göre; "Uluslararası ortamda Türk afiş çalışmaları, her ne kadar saygın bir yerde bulunsa da kanımızca bu durum yapaydır. Oysa ülkemizde büyük bir birikim vardır. Devletin fonksiyonunu yerine getirmemekte ısrar etmesi, bu güçlü birikimin kullanılmaması acıdır" (Ertel, 1984, 823).

Bugün afiş sanatında yeteneklerini en iyi şekilde kanıtlamış yüzlerce genç grafiker afiş siparişi beklemektedir. Grafikerler Meslek Kuruluşunun 1983 yılında gerçekleştirdiği "Grafik Öneriler" sergisindeki eserler bunun en güzel kanıtı olmuştur. Kısır bir döngüde uğraş veren tasarımcılar ve afiş sanatı bugün öğrenim gördükleri kurumlarda gelecekleri için uğraş vermişlerdir.

Bütün bunlarda yola çıkarak ülkemizde afiş ve afiş sanatının gelişiminde sancılı dönemlerin yaşandığı ve Cumhuriyetle birlikte Latin harflerine geçişle başlayan "Modernizm" ve beraberinde getirdiği "Sanayi Teşvik Kanunu" ile ülkede başlayan üretim kaynakları, afişin gelişimini hızlandırmıştır. Bu alanda 1920'li yıllardan sonra İhap Hulusi Görey, ürettiği afişlerle halk ile devlet politikaları arasında köprü olurken; aynı zamanda yaptığı işlerde ki imzası ile de öne çıkmıştır. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde "Görsel Modernizm Kültürünün" oluşmasına resimsel (İllüstrasyon) tarzıyla önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Cumhuriyetin ilk dönemlerinden itibaren idealize edilen batılı modern bir toplum algısı İhap Hulusi'nin afişlerinde hayat bulmuştur. Kültürel üretime katkıda bulunan Görey'in, o

zamanın şartlarını incelediğimizde ciddi bir direnme gösterdiğini ve üstlendiği görevi muazzam bir şekilde yerine getirdiğini görmekteyiz.

2.2.3.Afiş Çeşitleri

Afişler yapılış amaçlarına göre üç bölümde incelenmiştir.

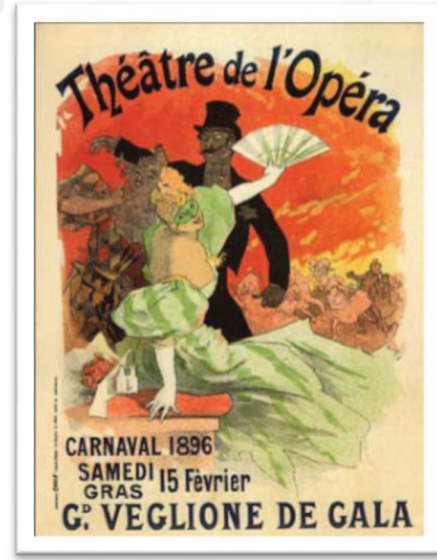
1.Kültürel afişler

2.Reklam afişler

3.Sosyal afişler

2.2.3.1. Kültürel Afişler

Seminer, festival, konser, bale, sergi, tiyatro ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtmak ve duyurmak amacıyla yapılan afişlerdir (Ertan ve Sansarcı, 2016, 163).



Görsel 76: İhap Hulusi Görey, (Ender Merter Arşivi)

Görsel 77: Jules Cheret, a l'Opera (1896).

İhap Hulusi Görey'in, Cumhuriyet döneminde fotoğraftan yararlanarak yaptığı afiş çalışmaları tamamlanmamış olduğu izlenimini vermektedir.

Kompozisyonda üstün bilgisi ve leke–desen anlayışındaki sade ve anlaşılır üslubu çalışmalarına başarıyla yansımaktadır (Afiş 76).

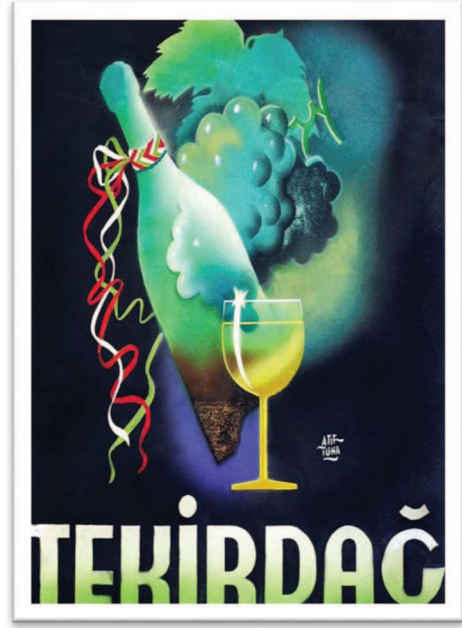
Jules Cheret afiş tasarımında yeni bir dönüm noktası yaratmıştır. Çalışmaları modern afişin başlangıcını oluşturmaktadır. Renkli litografi baskı tekniğini en parlak ve üst düzeye taşımayı başarmıştır (Afiş 77).

2.2.3.2. Reklâm Afişleri (Advertising Posters)

Bir hizmetin ya da üretilmiş olan bir ürünün tanıtılması amacıyla yapılan afişlerdir. Yaygın olarak kullanıldığı altı farklı sektör vardır. Bunlar şunlardır:

- a) Endüstri
- b) Basım-yayın
- c) Moda
- ç) Kurumsal reklamcılık
- d) Turizm
- e) Gıda

Genelde buyurucu bir dil kullanmayan halkı etkilemek ve yönlendirmek için hazırlanan afişlerdir. En belirgin özellikleri, hedef kitleyi yönlendirmesi ve satın almayı amaçlaması olmuştur. (Becer, 2011, 201).

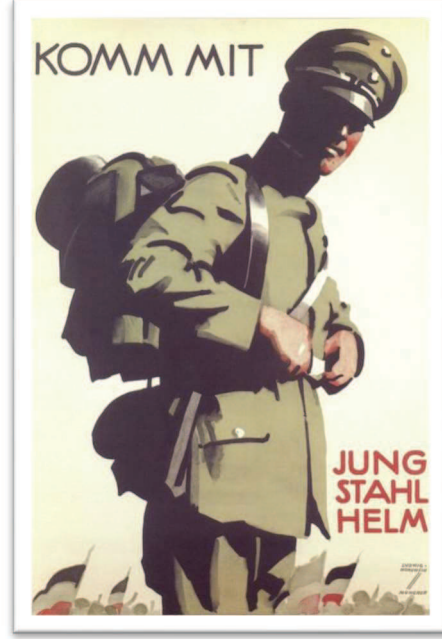


Görsel 78:İhap Hulusi Görey, “Beykoz Kunduraları Afişi” (Ender Merter Arşivi).
Görsel 79: Atıf Tuna “Tekirdağ Afişi” (1948).

2.2.3.3. Sosyal Afişler (Social Posters)

Ulaşım, sağlık, çevre, trafik, savaş gibi konularda yapılan bu tür afişlerin en önemli özellikleri eğitici ve uyarıcı nitelik taşımalarıdır (Ertan ve Sansarcı, 2016, 162).

Herhangi bir siyasi partiyi tanıtan afişlerin yanısıra politik düşüncüyü yansıtanlar da bu gruba girmektedir. Günümüzde sıkça gördüğümüz savaş karşıtı birçok afiş de bu gruba girmektedir.



Görsel 80: İhap Hulusi Görey “Kızılay” Afişi (Ender Merter Arşivi)
Görsel 81: Ludwig Hohlwein “Komm mit” Afişi (1920).

2.2.4. Afiş Sanatında Dikkat Edilmesi Gereken İlkeler

2.2.4.1. Denge

Yazı dâhil olmak üzere tasarım alanı gerisindeki tüm görsel unsurların birliği ve bütünlüğünün uygun olma durumudur. Denge, tasarımın alanı içindeki boşlukta nesnelere bağlar ve aktifleştirir.

Bir afiş tasarımında denge problemi söz konusuysa verilmek istenen mesajın da algılanması zordur. Tasarımda görsel unsurların sistemli bir şekilde dağılımları ve uyumlu görünüşleri, dengenin bir işaretidir (İstek, 2005, 95).

Denge konusunda yapılmakta olan “şekilsel denge, şekilsiz denge” gibi alt düzey tanımlamalar kavram karmaşasını da arttırmaktadır (Gürer, 91). Afişte dengeyi sağlayabilmek için görsel elemanları optik bir noktada toplayabiliriz (İstek, 2005 92). Simetri ve asimetrik olmak üzere tasarım alanı içerisinde iki türlü denge vardır.

Simetrik denge, dikey ya da yatay bir eksene eşit oranlarda yerleşen ve benzerlikten dolayı oluşan dengedir. Simetrik görünüm tasarıma monoton bir ifade verebilir, bu yüzden tasarımcıların dikkatli olması gerekmektedir.

Geleneğin, resmiyetin, otoritenin vurgulanacağı tasarımlarda simetrik denge tercih edilir. Diğer yandan simetri, dürüstlük ve saygınlığın psikolojik simgesidir. Dengeye dayalı kompozisyonlar, daha güvenilir olmaları nedeniyle amatör tasarımcılar tarafından daha çok kullanılırlar (Becer, 1999, 99).

Asimetrik denge ise kontrastlıktan doğan bir dengeleme sistemidir. Tasarımcılar genellikle eserlerinde dinamik ve çağdaş bir imaj için asimetrik denge tercih ederler (Seylan, 2005, 154). Bir çalışma üzerinde dengesizlik hissediliyorsa ya dengesizlik meydana getiren kısımların yeri, rengi, değeri, dokusu, yönü, ağırlığı ölçüsü gerektiği kadar değiştirilmeli ya da diğer boşluklara denge sağlayıcı yeni biçimler eklenmelidir (Güngör, 2005, 145).

2.2.4.2. Oran-Ölçü

Tasarımda orantı, görsel bir elemanın başka bir görsel eleman ile olan boyut ilişkisini ifade eder. Bu bağlamda orantı, tasarım elemanları ve ölçü kavramı (nesnelerin boyutu) ile ilişki içindedir. Bu ilişki mesajın alıcılar tarafından algılanması ve iletişimin sağlanmasını doğrudan etkiler. Bir tasarım, ölçüde kontrastlıktan yoksun, benzer boyutta olan elemandan çoğunlukla donuk ve statik bir etki yaratacaktır (Lupton ve Phillips, 2008, 41). Bu yüzden de tasarımcılar, tasarımlarında kullandıkları görsel elemanların orantısal ilişkilerinde farklı ölçütler kurmaya çalışırlar. Bu tasarımı tek düze görünmekten kurtarabileceği gibi dağımık bir hale de getirebilmektedir. Biçimler farklı büyüklükte kullanıldığında farklı etkiler elde edildiğinden “ölçü” bir tasarım unsuru olarak daima önemli bir rol oynamaktadır (Güngör, 2005, 56).

2.2.4.3. Bütünlük

Bütünlük, tasarım ilkeleri doğrultusunda estetik kaygılarla tasarım öğelerinin bir araya gelmesidir. Afiş tasarımında bütünlük sadece görsel unsurların değil yazı ve tipografi sunumunu da ilgilendirmektedir (İstek, 2005, 88).

Afiş tasarımında bütünlük, dikkat edilmesi gereken ilkelerin en önemlisidir. Çünkü bütünün değeri ayrı ayrı elemanların toplamının değerinden çok daha üstündür. Tasarımda, bireylerin görsel parçalar arasındaki ilişkisi görmelerinde yardımcı olur ve bu sayede verilmek istenen mesajın anlaşılması kolay olmaktadır (Özer, 1972, 46). Bir afiş tasarımında bütünlükten bahsedebilmek için tasarımcıların, birbirlerinden ne kadar farklı olursa olsunlar, bir araya getirdiği öğeleri gruplandırılmalı ve birbirleriyle uyum sağlayacak şekilde düzenlenmelidir. Bütünlük için benzer yapıdaki doku, renk ve boyut elemanları seçip gruplamak gerekmektedir (İstek, 2005, 88). Benzer nesnelere gördüğümüzde, bunları doğal olarak gruplandırırız. Benzerliğe dayalı bir bütünlük içindeki farklı unsurlar dikkati çeker. Bu da farklı olanı öne çıkararak algılanması kolaylaştırır (Becer, 1999, 77).

2.2.4.4. Hiyerarşi

Hiyerarşi ilkesi, tasarımda verilmek istenen mesajın yazı ve görsel elemanlar ile işaret edilmesi durumuna denilmektedir. Tasarımcılar afişin içeriğini önem sırasına göre düzenleyerek hiyerarşik düzeni oluşturabilirler. Bu sıralamayı oluştururken ölçü, renk, kontrastlık gibi öğe ve ilkelerden yararlanabilirler. Burada dikkat edilmesi gereken, tasarım alanında bulunan bütün elemanların önem sırasını birinciyi işaret edecek şekilde tasarlanmasıdır.

“Hiyerarşi basit ya da karmaşık, sıkı veya gevşek, düz veya eğri olarak ifade edilmiş olabilir. Hiyerarşi, bir seviyeden başka bir seviyeye giden iki karşıt ucu uygun kademeler aracılığıyla birbirine bağlayan temel bir tasarım ilkesidir. (Lupton ve Phillips, 2008, 115)”. Hiyerarşi, sözel ve görsel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Her ikisinde de ölçülendirme ve sıralama söz konusu olmaktadır.

2.2.4.5. Vurgu

Vurgu, dikkati önemli ölçüde etkileyen bir ilke olma özelliğine sahiptir.

Buyurgan ve Mercin'e göre vurgu, görsel düzenlemede bir bölümü ön plana çıkarma işlemi olarak ya da etkin unsur yaratmak olarak tanımlanmaktadır (Buyurgan ve Mercin, 2005, 235). Tasarımda dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta, içerisinde birden fazla noktaya yapılan vurgudur. Böyle bir durumda izleyici kişi ilk olarak nereye bakacağını bilemez ve vurgu yapılan noktalar arasında göz gezdirmek durumunda kalabilir (Lauer ve Pentak, 2007, 50). Bir tasarım yüzeyinde her şey aynı anda, aynı seviyede vurgulanmak istenirse, vurgu kavramı kaybolur. Bu nedenle, ilk bakışta algılanması gereken aynı değerde birden fazla unsur olmamasına dikkat edilmelidir. Birden fazla önemli vurgu unsuru varsa, vurgulama ön plana çıkması gereken unsurla, ikinci planda kalması gereken unsur arasında gerçekleştirilecek biçim, boyut, doku, ton, çizgi ve renk kontrastları ile dengelenebilir (Becer, 2015, 74).

2.2.4.6. Ritim

Ritim; güçlü, düzenli, tekrarlanan biçim düzenidir. Tamtam sesi, yağmur pırtırtısı, ayak sesi olarak tanımlanabilir (Lupton ve Phillips, 2008, 29). Tasarım ilkesi olarak ritim tekrarlanmaya, yinelenmeye dayanmaktadır (Lauer ve Pentak, 2007, 106).

Ritim, öğelerin veya motiflerin düzenli tekrarlarından oluşmakta ve hareket çağrışımı yapmaktadır (Reardon, 2004, 117). Bu nedenle ritmi bir tasarım öğesi olarak tanımak ve onun gerektirdiklerini planlamada hesaplamak gerekmektedir (Güngör, 2005, 85).

2.2.5. Afiş Tasarım Süreci

Grafik tasarımın en büyük isimlerinden biri olan Cassandre tasarımcının toplumdaki rolünü şöyle tanımlamıştır: “Afiş satıcıyla tüketici arasında kurulan bir iletişim medyasıdır. Afiş sanatçısı bu şekilde bir telgraf memurunun rolünü üstlenir. Haberi veya bilgiyi kendi yaratmaz sadece iletir. Kimse onun fikrini sormaz, onun tek görevi mesajı net, iyi ve tam olarak görsel anlatımla aktarabilmektir” (Bektaş, 1992, 100).

Afişin işlevi olan mesajı iletebilme sorunu, grafik tasarımcının uğraş vermesi gereken önemli bir sorundur. Bu sorunun çözümünün sağlanabilmesi için grafik tasarımcı, çeşitli kodlama yöntemleri arasında tercih yapmak ve doğru kodu uygulamaya taşımak zorundadır. Bu aşamaları sağlıklı tercihlerle tamamlayan tasarımcı, edindiği problem için kendince en ideal çözümü bulmuş sayılabilir. Bu noktada asıl problem, afiş tasarım sürecinin çok kaygan bir zeminde yaşanır olmasıdır. Her an tasarım sürecinde hata yapılabilme riski vardır ve kişi, tasarım rotasında kontrolü kaybetme riskiyle birlikte yol almaktadır. Bunun nedeni değerlendirmeye dâhil edilecek birçok unsurun olmasında aranabilir. Bir mesajın açık, ya da estetik yolla iletilmesi, grafik iletişimin başlıca amacı ve başarı kriteridir. Tasarımda grafik unsurlar mesajın etkisini arttıracak biçimde tasarlanmalıdır (Becer, 1999, 28-29).

2.2.6. Afiş Tasarımında Değerlendirme Kriterleri

Bir afiş tasarlanırken “Afiş, yalın tipografik ve görsel tasarımı ile reklam mesajını hedef kitleye en etkileyici ve hızlı bir şekilde ileten en önemli reklam araçlarından biridir. Afişin hedefi, mesajı hızlı iletmek olduğu için, afişler izlenmek için değil anında fark edilmek için tasarlanmalıdır” (Teker, 2009, 139-140).

Afiş tasarımında dikkat edilmesi gereken kriterleri Emre Becer şu şekilde sıralamıştır:

1. Mesaj: Tasarımcı, afiş aracılığıyla vereceği mesajı açıklığa kavuşturmalı; verilmek istenen bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak görsel bir sistem oluşturmalıdır.

2. Mesaj-İmge Bütünlüğü: Tasarıma temel oluşturan düşüncenin fotoğraf yoluyla mı, illüstrasyonla mı, yoksa salt tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılmalı; mizahı, trajik ya da soyut imgelerden hangisinin anlatımı daha da güçlendirdiği belirlenmelidir (Becer, 2015, 202).

Tasarıma öncülük eden düşüncenin; fotoğraf, illüstrasyon ya da tipografik unsurlardan hangisinin kullanılacağından çok mesaj ya da imge arasındaki bütünlük ana unsur olmalıdır. Ayrıca tasarlanan afiş hedef kitle ile arasında nasıl bir bağ kuracağı üzerinde durulmalıdır. Mesaj ile imge arasındaki nesnellik gizli kalmamalı açık anlaşılabilir ve yalın olmalıdır. Metin ile imge yarışmamalıdır. Aralarındaki uyum ne kadar kuvvetli olursa asıldığı atmosferi hiç kuşkusuz etkileyecektir.

3. Sözel Hiyerarşi: Tasarımcı afişte yer alan başlık, alt-başlık, slogan sözel bilgiler arasında izleyici mesajdaki önem sırasına göre yönlendirilecek hiyerarşik bir yapı kurmalıdır.

4. Farkedilirlik: Bazı afişler yukarıda belirttiğimiz kriterlere uygun olsa da etkisiz görülebilirler. Bu sorunu engelleyen tek unsur tasarım elemanlarının bir araya getirilmesi sürecinde tasarımcının imgeyi hayal gücü ile buluşturmasıdır. Afişte en önemli unsur mesaj ile alıcı arasında kurulan özel bağdır (Becer, 2015, 202). Dolayısıyla yaratıcılık ve tasarım evresi bir afişin en önemli kriteri olmaktadır.

Afişte imgelerin düzenlenmesinde:

1-Afişte imge sayısı üç, iki, hatta mümkünse bir ile sınırlandırılmalıdır. Slogan, (tipografik unsur), fotoğraf ya da illüstrasyon ve zemin (fon) şeklinde olmaktadır.

2- Sözel metinler oldukça azaltılmalıdır. Uzun olan metinler dikkati dağıtır ve algı gücünü oluşturmaktadır.

Sözel mesaj on sözcüğün üzerine çıktığında, okuma zorluğu başlar. Amerika Reklamcılık Enstitüsüne göre, bir dış mekân afişi ana düşünce ve mesajını en çok altı saniye içinde iletebilmelidir (Becer, 2015, 2029).

3- Fotoğraf ya da illüstrasyon, afiş üzerinde oldukça büyük bir ölçekte kullanılmalıdır. İmgeyi bütünüyle göstermek her zaman gerekmez.

4- Sözel unsurlar ve imgeler arasında açıklayıcı, destekleyici yorumlayıcı ya da kontrast oluşturan bir ilişki kurulmalı, yazı ile görsellik birbirini tekrar etmemeye dikkat edilmelidir.

5- Afişte kullanılan tipografi süslü ve dekoratif olmamalıdır. Sade ve anlaşılır olmalıdır.

6- Tasarım elemanlarına dikkat edilmeli, renkler geniş, yüzeyler şeklinde kullanılmalıdır. Renkler arasındaki kontrastlığa dikkat edilmeli, güçlü renkler kullanılmalıdır.

İlk afişler, süslenmiş duyurular biçimindeydi. Dekoratif unsurlar zamanla mesaj ileten imgelere dönüştü. İmgelere mesaj iletme işlevi yüklenince, sözcüklerin sayısı azalmaya başladı. Bir afiş, gazete ilanına broşüre ya da reklam filmine oranla daha zor fark edilebilir. Afiş ve billboard panolarına yapıştırılan sayısız görüntü ve mesaj, birbiriyle amansız bir yarış içine girebilir. Medya ve pazar araştırmaları, afişlerin sokaktaki insanların ancak %25 ya da %30'u tarafından fark edilebildiğini ortaya koymuştur. Bu oranı arttırmak, grafik tasarımcının yeteneğine bağlı olmuştur (Becer, 2015, 203).

Afiş, tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan canlı ve estetik bir göstergedir.

2.2.7. Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri

Bir grafik ürün olan afişlerin hedef kitlenin dikkatini çekebilmesi için görsel öğelerin çarpıcı ve beklenmedik bir şekilde tasarlanması gerekmektedir. Grafikselleştirme dil, birçok deneme sonucunda elde edilecek görsel türevler ile geliştirilmektedir.

Bunlar temel olarak çizgi, leke, simge, fotoğrafı, biçimleme, başkalaşım, soyutlama, metefor ve tipografi ile anlatımlarla görselleştirilebilir (Turgut, 2013, 16).

2.2.7.1.Çizgisel Anlatım

Sanatsal bir eserin uzun sürede incelenmesinin aksine, afişler buldukları atmosferde ileticiyi hemen etkilemesi beklenmektedir.

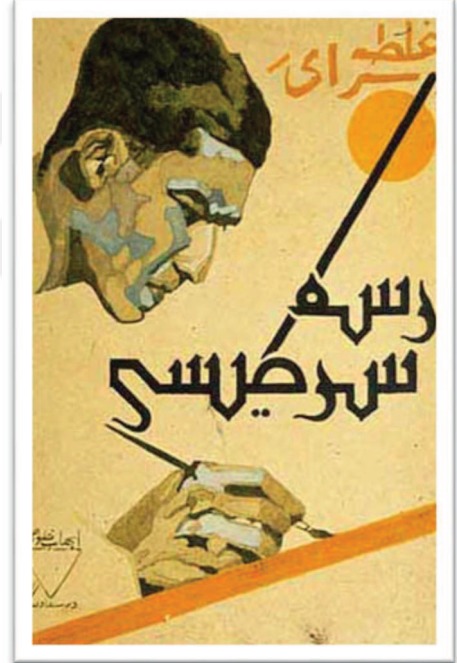


Görsel 82: Bülent Ekmen “Children are the Rhythn of the Word” Projesi Afişi
Görsel 83: Nakalaus Troxier, Galerie Ars Collect Luzern

Grafik tasarımında günümüzde çizgilerle yalınlaştırmanın birçok örneği bulunmaktadır. İyi belirlenmiş bir araç temel eleman olmayı gerektirecektir. Temel bir eleman olan çizgi, sezgi düş gücü ve yaratıcılığa bağlı değişen uygulama alanları ve yorumlar söz konusudur. Bu yorumlar figürü yalınlaştırarak yeni bir biçim elemanına dönüştürebilir. Tasarımcı yeni bir anlatım aracı oluşturarak çizgileri kodlar ve kendine özgü grafik bir dil yaratır. Çizgiler gerçeği yansıtan değil, içeriği yansıtacak sadeliğe indirildiğinde konunun özü görselleştirilmiş olacaktır. Dolayısıyla çizgiler süsleme aracı olarak ele alınmayıp simgelerin anlatım dili haline getirilecektir (Turgut, 2013, 20).

2.2.7.2. Lekesel Anlatım

Bir anlatım aracı olarak nesnel gerçekçi fotoğraflar, 20. yüzyılın başlarında afişlerde, fotografik görüntü yaygınlaşarak ağırlık kazanmaya başlamıştır. Fotoğraftan zamanla ara tonlar çıkarılarak lekesel görüntüler elde edilmiş ve bu görüntüler afişlerde kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle modernist akımlarla birlikte öznel olduğu varsayımı gelişmiş (illüstrasyon), yerini gerçekçi fotoğraflar almıştır (Turgut, 2013, 24).



Görsel 84: Ludwig Holhmein “Marco Polo Çayı” Afişi (1910)

Görsel 85: İhap Hulusi Görey (Ender Merter Arşivi)

Bu dönemin tasarımcılarından Ludwig Hohlwein’in afişlerdeki figüratif resimlerde ara tonlar azalıp keskinleşen lekelerle dönüştürülmüştür. Bu biçimiyle sakinleşen ve yalınlaşan afişin yeni bir ara yüzü ortaya çıkmıştır. Bu anlatım asıl vurgulanmak istenen düşünce ara tonları yalınlaştırıp temel de iki tona indirgeyerek asıl karakterin özellikleri kaybedilmeden korunmak olmuştur. Ancak bir görseli bu yöntemle görselleştirme bilinen bir yöntem gibi görünse de, asıl olan lekelerin yaratıcı yorumlarla indirgenmesidir. Tasarımcısının üstün leke anlayışı ile

oluşturulmuş afişler görüntüdeki karmaşık yapıları temel lekelerle dönüştürmüş, yalnız bir anlatım sağlanmıştır.

2.2.7.3. Resimleme İle Anlatım (İllüstrasyon)

Konu ve metni görsel materyallerle betimleme, resimleme (İllüstrasyon) olarak tanımlanmıştır (Turgut, 2013, 52). Resimlemeler, yoğun olarak basılı kitaplarda sanatlar ve el sanatları (Art&Crafts) döneminde kullanılmaya başlanmış ve o döneme kadar süsleme ögesi olarak görülmüştür. 19. yüzyıl da sanayileşme ile birlikte toplumsal ve kültürel bir gösterge olarak görülen süsleme ve abartı sanatı, sanatlar ve el sanatları döneminde resimleme ve tipografik unsurlarla birlikte, süsleme açısından değil bir tasarım disiplini olarak ele alınmaya başlanmıştır.

Sanat ve el sanatları için H. Cole'nin ifade ettiği gibi “artık süsleme ve süslenen nesnenin yanında ikincil olmalıdır” (Heller, Chwarst, 1988).

Sanat ve el sanatlarından sonra gelişen Art Nouvea döneminde ise resimleme ile başlayan ilk afiş örnekleri görülmeye başlamıştır. İlk örneklerinden Alphonse Mucha'nın taşbaskı tekniğinde yaptığı afişte, figür Art Nouveau'da görülen dalgalı ve dekoratif şekille yorumlamıştır. Afişlerdeki figürler resimden grafik dile geçişin ilk örnekleri olarak gösterilebilir (Turgut, 2013, 53).

Afişte bir anlatım aracı olarak fotoğrafı temel alan resimleme biçimi Cumhuriyet döneminde ve günümüz grafik tasarımda görülmektedir. Özellikle bu alanda önemli işlere imza atan İhap Hulusi Görey, Mesut Manioğlu, Sait Maden, Atif Tuna, Yurdaer Altıntaş, Savaş Çekiş, Gürbüz Doğan Ekşioğlu'nun çalışmalarında izlenmektedir.



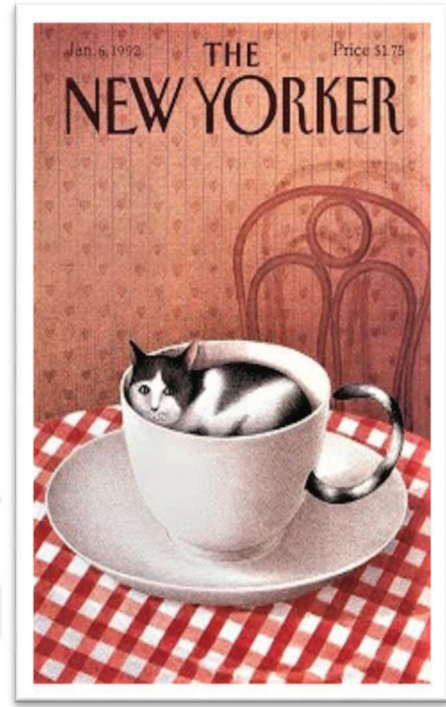
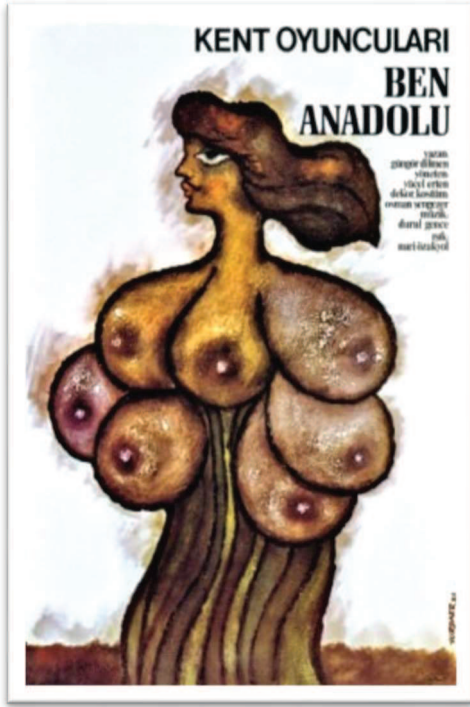
Görsel 86: Alphonse Mucha “Meuse Bırası” Afişı, Prague (1897).

Görsel 87: İhap Hulusi Görey “Gute Drucke bei” Afişı (Ender Merter arşivi)

Türk grafik tasarımında resimle anlatım (illüstrasyon) biçimi etkili bir anlatım aracı olmuştur. Modern Türkiye'nin ilk reklam sanatçısı olan İhap Hulusi Görey resimlemeyi afişlerinde temel anlatım aracı olarak kullanmıştır. Afişlerinde fotografik unsurları temel bir anlatım aracı olarak ele alan Görey, ara tonların etkisini azaltarak, koyu lekelerin vurgusunu kuvvetlendirmiştir.

İhap Hulusi'nin afişlerinde üstün desen anlayışı egemendir. Bu anlayışla tasarladığı afişlerinde istediği etkiye uygun çekilmiş fotoğraflardan yararlanmış, ışık-gölge oyunlarını geniş renk yelpazesindeki paletinde ara tonları azaltarak lekesele bir üslupla yeni bir anlatım dili oluşturmuştur. Onun yorumlamalarında, temel etken düş gücü, sezgi gücü ve duyarlılıklarına bağlı çalışma disiplini olarak görülmektedir.

Bu disipline modern dönemde Yurdaer Altıntaş ve Gürbüz Doğan Ekşioğlu'nun tasarımlarında sıkça rastlanmaktadır.



Görsel 88: Yurdaer Altıntaş “Ben Anadolu” (1984).

Görsel 89: Gürbüz Doğan Ekşioğlu “New Yorker dergi kapağı”

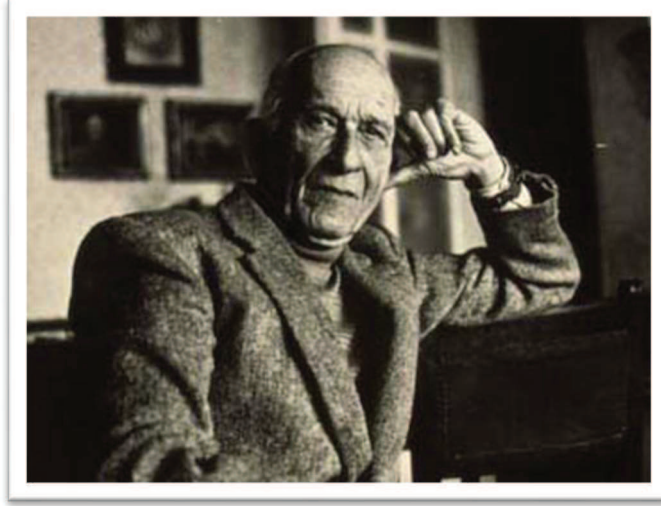


Görsel 90: Sait Maden “Devrimin Yapısı ve Kurtuluştan sonra Türkiye”

“Devrimin Yapısı ve Kurtuluştan sonra Türkiye” Üçüncü kitabın kapak illüstrasyonu ve bu illüstrasyonu gerçekleştirdiği fotoğraf (Can Maden& Sarp Maden Arşivi)

3.TÜRKİYE'DE CUMHURİYETİ AFİŞLEYEN İLK İMZA “İHAP HULUSİ GÖREY”

3.1.Yaşamı ve Sanat Anlayışı



Görsel 91: İhap Hulusi Görey (Ender Merter Arşivi)

Seksen yıllık yaşamın her karesinde kültürel mekanların bir aracısı olan, yaptığı işlerde derin izler bırakan, bıraktığı izlerin her alanına dokunan, Cumhuriyetin temellenmesinde, kendi çizgisi ve renkleriyle kalıcı dokunuşlar yapan, ressam, grafik tasarımcı, karikatürist ve hat sanatçısı İhap Hulusi Görey, Osmanlı ve Cumhuriyet arasında afiş sanatının ve reklamcılığın öncüsü olmuştur. Onun çok yönlü sanat hayatı o günün şartlarını düşündüğümüzde hiç de kolay olmamıştır. Görey, Cumhuriyetin görmeyi arzu ettiği bireyin görselini kullanarak belleklere yerleştirdiği afişlerinde, afiş sanatının ve reklamcılığın dinamik bir modeli olmuştur. O, aynı zamanda Cumhuriyet'in meşalesini taşımış, kültürleri kuşaktan kuşağa aktarmış, toplumun siyasi, ekonomik ve kültürel unsurlarına sanatının dev gücüyle şekil vermiş ve halk ile buluşturmuştur. Görey, Cumhuriyetin amaçladığı modern toplum ve devletçilik ilkesine bağlı kalarak üretimden tüketime her alanda sanatıyla kalıcı dokunuşlar bırakmıştır. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde, batılılaşma (modernleşme) söylemini, idealize ettiği modern ve batılı yaşam tarzını, çok sade

anlaşılır sanat anlayışıyla afişlerinde kullandığı metinleri ve resimleri birleştirerek bugün anlamlandırmamıza olanak sağlamıştır. Günümüzde yaşayan her birey onun çizimlerine değmiş veya dokunmuş olsa da kim olduğuna dair pek bilgisi olmadığı gibi ne yazık ki onun hakkında araştırmaların sayısının oldukça yetersiz olduğu görülmektedir.

Karamustafa'ya göre: İhap Hulusi çizgisi “Belgeler, Doğrular, Yanlışlar” başlıklı yazısında ulaşabildiği tüm kaynakları taradığını ve taradığı tüm kaynakların doğum yerinden eğitimine ve yaşam öyküsündeki belirli tarihlere kadar derin çelişkiler dolu olduğunun altını çizmektedir (Karamustafa, 2007, 13-23).

İhap Hulusi'nin dönemin şartlarına bakıldığında sanayinin oluşmadığı bir dönemde afişciliğe soyunması, onun idealist bir karakter olduğunu bizlere göstermiştir. Hulusi'nin “resimli ilan” yapıtlarını yan yana koyduğumuzda Cumhuriyet Türkiye'sinde görsel tarihin de aktarımını yaptığını söyleyebiliriz. Kitap kapağından afişe, sanayiden turizme, sağlıktan yerli mallarına ve Tayyare Piyangosu (Milli Piyango) biletlerine kadar uzanan çalışmalarıyla Cumhuriyeti afişleyen bir öncü olmuştur.

Türkiye'de grafik sanatların gelişim süreci incelendiğinde, Osmanlı döneminde bilinen en eski tarihi afişlerin 1840'larda gerçekleştirildiği Bosco adlı bir İtalyan illüzyonistin Galatasaray'daki görseli için hazırlanmış ve dört dilde basılmış iki afişin bugünlere kadar ulaştığı tespit edilmiştir. 1990'da Metin And'ın yayımladığı Türkiye'de İtalyan sahnesi – İtalyan sahnesinde Türkler (Metis. Yay.) adlı yapıtında bu afişlerden bahsedilmiştir. Ayrıca Metin And'ın Türk tiyatro tarihi çalışmalarından bildiğimiz tiyatro afişlerinin de olduğu görülmektedir (Çeviker, 2006, 93). Sonraki süreçte, 1870 ve 1920'lere kadar bu tür afişler duvarları süslerken, özellikle bu afişlerin 1908'den itibaren matbaa ustaları, klişeciler – hattatlar ve ressamın elinden çıktığına tanık olmaktayız. Dolayısıyla Türk afiş sanatının 1923'lere kadar gizli kaldığı, özel bir baskıyı içerdiği ve saklanması o dönem şartları düşünüldüğünde eksik kaldığı söylenebilir. İhap Hulusi ile aralıksız başlayan Türk afiş sanatı, onun 1925 yılında Türkiye'ye dönmesiyle başlamıştır. Türk modern afiş sanatının bu anlamda öncülüğünü yapan tek isim olan İhap Hulusi

Görey, Osmanlı ve Cumhuriyet arasında derin bir köprü görevi görmüştür. 1928'e kadar tasarımlarında eski Türkçe metinlere rastlanmakta olan İhap Hulusi'nin, 1928 sonrasında yeni Türk alfabesiyle afişlerinde yeni bir metin anlayışı izlediği görülmektedir. O, yeni kurulan Cumhuriyetin modern yüzü olmayı başarmıştır.

Ülkenin, Cumhuriyet ile başlayan şekillenme sürecinde gerek özel sektör gerekse kamu adına yaptığı ve yürüttüğü çalışmalarında üstün bir mücadele göstermiş, örnek bir kişilik yansıtmış, aynı zaman da bir öncü görevi taşımış olan İhap Hulusi'nin, bunlara rağmen bugünkü şartlarda tam olarak konumlandırılmaması da başka bir tartışma konusu oluşturmaktadır.



Görsel 92: İş Bankası İftiharla Sunar Sergisi (İş Bankası Müzesi)
Görsel 93: İhap Hulusi Görey, İş Bankası Afişi, (Ender Merter Arşivi)

Bugünlerde televizyon kanallarında izleyici ile buluşan, Görey'in İş Bankası için yaptığı afişleri ile kumbarayla bütünleşen metinlerinden oluşan ve baş rol karakteri Servet Bey'i Cem Yılmaz'ın oynadığı reklam filmi, bizi yalnızca yeni Türkiye'nin temellerinin atıldığı yıllara götürmekle kalmamakta, 88 yıldır hep "yeni" kalabilmenin ardında yatan değerlere, ortak hayallerimize ışık tutmaktadır. Güçlü, bağımsız ve modern bir ülkenin en büyük ihtiyaçlarından biri topluma doğrudan, çağdaş bir tavırla seslenebilmektir. Genç Türkiye Cumhuriyeti'nin önündeki

reformlarla eşzamanlı olarak, ülke çapında yaygınlaştırılmaya çalışılan tasarruf bilincinin ve bu bilincin afiş, kitap, fotoğraf ve reklam yoluyla etkili bir biçimde çocuklara ve yetişkinlere anlatılmaya çalışıldığı dönemde İhap Hulusi Görey, bu yükü sırtlanmıştır. Cumhuriyet döneminin ilk ulusal bankası olan İş Bankası, Atatürk'ün direktifleriyle İzmir Birinci İktisat Kongresinde alınan kararlar doğrultusunda 26 Ağustos 1924 tarihinde kurulmuştur. İş Bankası ilk Genel Müdürü Celal Bayar'ın liderliğinde İhap Hulusi Görey'den sayısız reklam afişi yapılması istenmiş ve aynı zamanda kumbara projesi geliştirilerek tasarruf konusu mercek altına alınmıştır. Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin ihtiyacı tam da bu doğrultuda seçkin bir kurumsal kimlik yaratmaktır. Bu kimliği yaratan, Türk grafik sanatının kurulmasında ve o dönemin şartlarında çağdaşlarına öncülük eden Hohlwein'in öğrencisi İhap Hulusi'den başkası değildir.

Karamustafa'ya göre: “Doğru yerde ve doğru zamanda, görsel iletişim tasarımı eğitimi almış olan İhap Hulusi”, özellikle Cumhuriyetin ilk yıllarında üretilen reklam malzemelerinde imzasına sık rastlanan bir kültür aracı olmuştur (Karamustafa, 2007, 17).

Osmanlı devletinin son dönemleri ile Cumhuriyetin başlangıcında önemli bir yol haritası çizilen ve aydınlanma sürecinde yetkin bir model olan Görey'in, dinamik desen anlayışındaki figürlerin leke algısında Alman ekolü izleri görülmektedir. Görey'in çalışmalarında “devleti kavrayışı, milliyetçilik anlayışı ve kültür düşüncesinin” derin izlerini görmek mümkündür (Aydın, 2009, 947). Dolayısıyla buna bağlı kalarak ulus-devletin yapısal unsurlarından, orduya, üniversiteye, endüstriye ve sağlığa kadar farklı alanlardaki çalışmalarda disiplin ile sanat algısının izleri yoğun olarak hissedilmektedir.

Görey'e göre: “50 yıllık çalışma hayatımda, doğal olarak birçok zorluk yaşadım. Fakat bu zorluklara karşın, Türkiye'ye ilk renkli afiş resmini getirmiş bir ressam olarak memnun ve bahtiyarım” (Selçuk, 1980, 34).

Türk afiş sanatının ve reklamcılığın ilk temsilcisi olan İhap Hulusi Görey'in ailesinin kökeni Türkmen olup, Erzincan'ın bir beldesi olan Kemah'a dayanmaktadır.

Dedesı, Erzincan'daki Askeri liseyi bitirip, Harp okuluna devam ederek subay olmuştur. Osmanlı İmparatorluğunun şirin bir eyaleti olan Mısır'ın başkenti Kahire'de görevlendirilmiştir. Kahire o yıllar, Avrupa kentleri kadar modern bir şehirdir. Bu nedenle oğlu Ahmet Hulusi'yi babası burada okutmaya karar vermiştir. Ahmet Hulusi Bey aldığı eğitim sonucunda Mısır'ın ünlü mimarlarından biri olmuştur. Çerkez asıllı bir ailenin kızı olan; Vecide Resa Hanımla evlenmiştir. Bu evlilikten 28 Kasım 1898 yılında İhap Hulusi ve sıra ile Nevgece (1908), Nihat (1907) ve Yavuz (1912) doğmuştur. İhap Hulusi ailesi ve kendisi için; “Bana ırsi olarak geçmiş olduğunu tahmin ettiğim resim zevki ve istidadı, beni çocukluğumdan beri resimle uğraşmaya yöneltmişti.” diyerek belirttiği resim eğitim sürecinin önce posta aracılığıyla başladığının da altını çizmiştir (Merter, 2008, 19). İhap Hulusi Görey, Kahire’de İngiliz okullarından Saint Mary adlı okulda eğitimini sürdürürken aynı zamanda Türkçe ile birlikte Fransızca, İngilizce ve Arapça eğitimi de almıştır. Lise eğitimini, I. Dünya Savaşı sırasında İngilizlerin Mısır’ı işgal etmesiyle, ailece döndükleri İstanbul’da, Kadıköy Moda Caddesi, Çınarlı Sokak, 12 nolu adreste ikamet ederken öğrenimini Saidiye Lisesi’nde tamamlamıştır. (Arktikte, 1998, 56). 1917’de Almanya’da yaşayan bir ressamdan posta aracılığı ile resim dersleri almıştır. 1920-1923 yılları arası resim öğrenimi görmek için Almanya’nın Münih kentinde üç yıl Heiman Schule atölyesinde çalışmıştır. 1923-1925 yılları arasında Kuntsgewerbe Schule’de öğrenim görmüştür. Üslup olarak zaman zaman etkisinde kaldığı ünlü afiş ressamı Ludwig Hohlwein’in yönetiminde afiş ve basın ilanları üzerine üç yıl grafik eğitimi almıştır (Çam, 2014, 153). Toplamda beş yıl süren Almanya’daki sanat eğitiminin ardından afiş ihtisası yapmış tasarımcı olma yolundaki ilk adımını atmıştır. O yıllarda Avrupa’nın birçok yerinde tasarlanan afişler, propaganda yapmanın yanı sıra ticari amaç için de kullanılmıştır (Hızal, 2012, 76).

19. yüzyılda reklam amaçlı afişler litografi sayesinde parlak ve renkli, ucuz ve hızlı bir şekilde üreilmeye başlanmıştır. Art Nouveau 1980’li yıllarda afiş sanatı için bir dönüm noktası olmuştur. Güzellik çağı (Belle Epque) olarak ifade edilen ve poster çılgınlığı olarak tanımlanan dönem olgunluk yaşına ulaşmıştır (Merter, 2008, 11). İngiltere’deki sanayi gelişimine tepki olarak doğmuş bir hareket olan Arts&Crafts akımının, Avrupa’daki uzantısıdır (Güreşen,2017, 9). William Morris

tarafından 1861’de kurulan Art&Crafts’ın başlatmış olduğu süreç Fransa’da Art Nouveau, Almanya’da Jugendstil, Avusturya’da Secession (Ayrılıkçılık), İngiltere’de Yellow Book Stile Liberty, Hollada’da Nieuwe Kunst, İspanya’da Modernista veya Modernisma olarak adlandırılmıştır. Birinci Dünya Savaşından sonra Art Nouveau stili toplumun gerçeklerini yansıtmak konusunda yetersiz kalmıştır. Dolayısıyla bu süreç Kübizm, Fütürizm, Dadaizm, Sürrealizm de Stijl, Süprematizm, Konstrüktivizm ve Ekspresyonizm gibi akımlarla etkileşerek kelimelerin ve metinlerin bütünsel birliği ve iletişim üzerinde oluşturulan resimsel modernist tarz izlenmiştir (Meggs, 1998, 231-277). İkinci Dünya Savaşı, Avrupa’da büyük bir kaos yaratmış yeni bir anlayış olarak “resimsel modernist tarz” ülkeler bazında yeni bir arayışa girmiştir. (Meggs, 1998, Hollis, 2001). Hohlwein in bu anlayıştaki tavrı Alman “plakatstil” de (veya poster tarzı) tüm süs eşyaları ve bezemelerden arındırılan sadeleştirmelere gidilen bir tarz olduğunu resimli referanslarında, görselde daha ikna edici bir iletişim olduğunu ileri sürmüştür. (<http://www.iconofgraphics.com/ludwig-hohlwein/>). Bu yaklaşım aynı zamanda sanat ve ticaretin birbirlerinin tamamlayıcı öğeleri olduğunu savunmuştur. Görüntüyü nesneyle, kelimeleri de markayla sınırlandıran plakatstil tarzı başlangıçta ara yüz gibi görünse de zamanla ticaret ve teknolojide tutarlı bir süreç oluşturmuştur. Sonuç olarak kısa sürede bu tarz, gazete, dergi ve afişlerde egemenlik oluşturmuştur. Münih’in güneyindeki Ludwig Hohlwein ve kuzeydeki Berlin kentinde ikamet eden Lucian Bernhard, bu “Plakatstil” tarzın liderleri olmuştur. I. ve II. Dünya Savaşları arasında Hohlwein, büyük popülerlik kazanmış 1925’te, 3000’den fazla reklam afişi tasarlamış ve zamanının en tanınmış Alman ticari sanatçısı haline gelmiştir (<http://www.iconofgraphics.com/ludwig-hohlwein/>)



Görsel 94: Ludwig Hohlwein "Kaloderma", Münih (1926)

Görsel 95: İhap Hulusi Görey "İş Bankası" Afişi, (Milli Kütüphane arşivi- Ankara)

Ludwig'in tasarımlarında, ışık ve gölgenin karmaşık oyununu, resimlerinde veya afişlerinde ki hassas hareketleri ve jestleri, giyim ve dekodaki desenleri ve dokuları kaydetmek için fotoğraflardan faydalanmıştır (Frenzel, 1926). Sanatçı, kendine özgü bir boya uygulama üslubuna sahiptir. Afişlerinde kullandığı boyayı farklı sürelerde kurumaya bırakıp üst üste basmış ve böylece gölge geçişleri yaratmıştır. Afişlerindeki temanın, renkli yüzey ve noktalara, canlı, güçlü ve zarif renk paletinde birbirine kenetli şekillerden oluşan bir ağ örgüsüne indirildiği görülür. Ludwig Hohlwein afişlerinde kullandığı kompozisyonlarında, ışık-gölge ve ön-arka plan ilişkisinde imge, her ne kadar dominant bir unsur olsa da sanatçının afişlerinde ki yazı ve hat sanatı ağırlığını korumuştur. Resmettiği temaya uygun, serif, sans-serif ve gotik yazı fontlarını kullanmıştır. Ludwig'in afişlerinde kullandığı tipografisi her zaman okunabilir olmuş ve çoğunlukla bir kare oluşturacak şekilde birkaç satırda gruplandırılmıştır. (Frenzel, 1926). Almanya'da oluşan bu yeni tarz, diğer ülkelerde olduğu gibi toplumsal ve kültürel olarak ülkemizi de yakından etkilemiştir. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde mevcut yapının değişim hareketlerine paralellik gösteren Görey'in çalışmalarının, bu yaklaşımın etkisinde kaldığı görülmüştür. Okur yazarlılığın sınırlı ve gazete erişimin sıkıntılı olduğu dönemde afiş, kamusal bir iletişim aracı olarak propaganda amaçlı ve tanıtım amacıyla

kullanılmıştır. Cumhuriyetin arzu ettiği modern toplum algısı ve modern vatandaş sembolü oluşturma da özellikle kadın-erkek görselinin aynı anda kullanıldığı afişler cinsiyet ayırımının yapılmadığı bir toplum algısı oluşturmuştur. Köylü ve kentli vatandaşın aynı anda yansıtıldığı afişlerde ise eşitlikçi ve yansıtmacı bir anlayış göze çarpmaktadır.

İhap Hulusi Görey'in karikatür serüveni öğrencilik yıllarında başlamıştır. "Bizim Yokuşa" Münih'ten gelen Görey'in postasını Yusuf Ziya şöyle anlatıyor:

"Postacı, büyük kalın dışında karton sertliği veren bir zarf getirdi. Üstündeki pullardan anladım: Almanya'dan gönderilmiş Zarfın içinden bir karikatür çıkmıştı. Bu bildiğimiz karikatür değil resim karikatür. Anlamadığımız, görmediğimiz bir sanat işi...Altındaki imza, afişler bile başka bir türlü... Bir üçgen ve eski harflerle (Çeviker, 1986, 16).

İhap Hulusi Görey'in Almanya'da ürettiği metinlerde, altındaki imzasında "München" ibaresi görülmektedir. Görey'in metni ürettiği kente dair vurgu, modernleşmenin örgütlediği mekânı da yeniden üretmektedir.



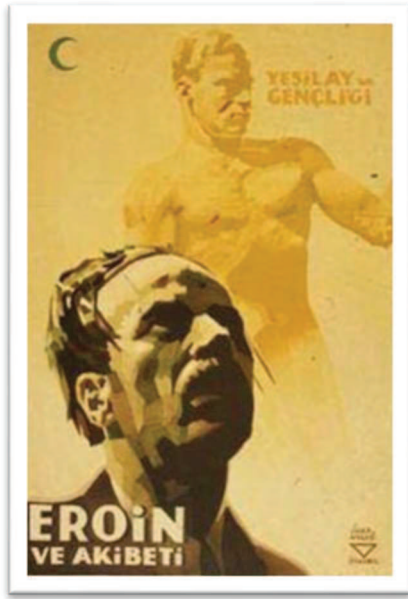
Görsel 96:İhap Hulusi Görey (Ender Merter Arşivi)

Görsel 97: Ludwig Hohlwein

Ludwing Hohlwein'in, tasarımda olduğu gibi Görey'in imzasında da onun izlerine rastlanmaktadır. İmzasındaki üçgen form kübist fikirlerin geometrik formlara

resimsel olarak fikir verdiği imzada Art Deco'nun etkisini taşıdığını ve aynı zamanda Almanya'da bulunduğu bu süreçte Plakatstilci olan Bernhard'da görüldüğü tespit edilmiştir (Çeviker, 2006, 95). İhap Hulusi Görey, resim çizme yeteneğini ilerletebilmek için iki yılını, aralıksız canlı modelden desen yapma, perspektif, ışık gölge ve siyah-beyaz resim tekniği üzerinde çalışmalar yaparak resim alanında, ciddi bir eğitim süreci geçirmiştir (Arkitekt,1998, 56-57)

Eğitim sürecinde okulda çizdiği afişlerin bir kısmı beğenildiği için bazı Alman firmalarından siparişler almaya başlamıştır. Afiş resimlerinde ki başarılı süreci hocası Ludwing Hohlwein'in takdirini kazanmıştır. Ludwing bu alanda ün yapmış bazı ressamalara İhap Hulusi'nin yapmış olduğu afişleri göstermiştir. Referans belgesi alan İhap Hulusi'nin daha başarılı işlere imza atması için hocaları, Amerika'ya gitmesini öğütlemiştir (Çam, 2014, 153). Fakat İhap Hulusi bu öğütü tutmayacak ve 1925'te ülkesine geri dönecektir. (Merter, 2003, 12). Görey'in eğitim alanındaki seçkisi onun sanat ve ticareti birleştiren "Plakatstil" yaklaşımıyla oldukça benzer nitelik taşıdığına göstergesi olacaktır. Etkisi altında kaldığı Alman sanatı ve hocası Ludwing Hohlwein'in sanat anlayışını kanıksadığına dair izlere afişlerinde rastlanmaktadır.



Görsel 98: İhap Hulusi Görey "Yeşilay Afişi"
Görsel 99: Ludwing Hohlwein (1911)

Ludwing Hohlwein'in Görey hakkında ki düşüncesinde; iki yıldan beri şahsen tanımakta olduğum İhap Hulusi, bu süre içinde yapmış olduğu çalışmaları bana sürekli göstermiştir. Bay İhap'ı her zaman ince, duygulu ve kibar kalmasını bilen ve daima iyi ilerlemeler gösteren iyi bir sanatçı olarak gördüğümü söylemekten gurur duyarım. Eserleri bir yorum ve hareket sağlamlığı ve kendine özgü bir renk duygusallığı taşımaktadır (Çeviker, 2006, 94).

Merter'e göre: Batı'da eğitim görmüş, dört yabancı dil bilen geniş kültürlü bir insan olan Görey, Cumhuriyet ideolojisine denk düşen bireylerin tipik bir örneği olmuştur. Televizyonun, radyonun yaygın olmadığı, düşük tirajlı gazetelerin geniş yığınlara ulaşamadığı, eğitim düzeyinin düşük olduğu bir dönemde, Cumhuriyet ideolojisinin getirdiği değişimlere yönelik mesajları halka ulaştırmada en kestirme en yaygın araç ise afişler olmuştur. Bu bağlamda Görey, yeni devlet ideolojisini halka mal etmekle görevli kitle iletişimcisi rolü üstlenmiştir. (Çam, 2014, 176).

1920 yılında Galatasaray Sultanisinde "Yeni Resim Cemiyeti" sanatçılarının katılımı ile resim sergisi düzenlenmiştir. Görey'in Almanya'da hazırladığı afişlerin altısı Türkiye'de görülen ilk afişler olmuştur. İhap Hulusi'nin eserleri Şevket Dağ, Feyhaman Duran ve İbrahim Çallı'nın eserleriyle sergilenmiştir. Serginin açılışını yapan ve kendisi de ressam olan Sultan Abdülmecit, İhap Hulusi'nin yapıtları önünde hayranlığını gizleyememiştir. İhap Hulusi Görey'i saraya davet eden Abdülmecid sanatçı ile tanışma sırasında sanatçının ellerini iki eli arasına almış ve uzun uzun tebrik etmiştir (Arkitekt, 1998, 57).

İhap Hulusi sergi konusunda: Türk inkılâbından sonra memlekette resme karşı bir alaka uyandığı, yapılan resim çalışmalarıyla anlaşılmaktadır. Bu sergilerde ticareti alakadar eden resim türleri hemen hemen pek görülmemiştir. Hâlbuki ilan resimlerinin ticarete ne kadar büyük rol oynadığı su götürmez bir hakikattir. Bu noksanı nazari itibara alarak, bir başlangıç olmak üzere, bir afiş sergisi açmayı düşündüm ve açtım demiştir (Enis,1991, 21).

Görey'in annesi Vecide Hanım oğlunun resimden para kazanma konusunda oldukça endişelidir. Şöyle der: "Resimle para kazanamazsın, aç kalırsın, seni memur yapacağız." O zamanın Dışişleri Bakanı Tevfik Rüştü Saraçoğlu ile dostlukları

nedeniyle İhap Hulusi'yi Ankara'ya, Dışişleri Bakanlığı'na kâtip tayin ettirmişlerdir. Ancak İhap Hulusi iki gün sonra İstanbul'a kaçacak ve resim çalışmalarına devam edecektir. Fakat aile baskısı Görey üzerinde devam etmektedir. 1926'da Türk Ocakları Başkanı Hamdullah Suphi (Tanrıöver) aracılığı ile İkinci kez Dışişleri Bakanlığı'na gönderilecektir. Görey, memuriyete üç ay dayanabilmiştir. Tekrar Ankara'dan İstanbul'a döner ve Akbaba dergisinde tekrar karikatür çizmeye devam etmiştir (Merter,2008, 26).

Turhan Selçuk'un Görey'le yaptığı sohbet de Görey şunları söylemiştir:

Resim çizerek hayatımı kazanmakta ısrar ediyordum. Ama bir yıl sonra Hamdullah Suphi Bey beni tekrar hariciye yerleştirdi. Ankara o zaman pek değişti, İsveç'te konsolos olan dayımı merkeze çağırmışlardı. Dayım gelmişti ben daha rahat olmuştum fakat iki ay sonra tekrar kaçmıştım. Yakalamasınlar diye Viyana'ya gittim ve sonrasında tekrar 1926 'da Türkiye'ye dönmüştüm. Ailem anlamıştı benim resme olan heyecanımı ve artık beni zorlamaktan vazgeçmişlerdi (Selçuk, 1980, 32).

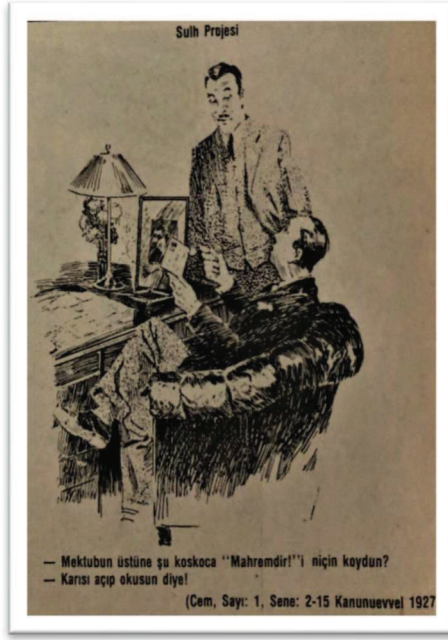
Görey 1925'te yurda döndüğünde yeni kurulan Cumhuriyet iki yaşındadır ve ardı ardına gerçekleşen devrimler ile ekonomik bunalımlar, sosyal ve kültürel yaşamda köklü değişimlerin yaşandığı görülmektedir. İhap Hulusi İstanbul'a dönmesiyle bu değişim sürecine sanatı ile destek verecek ve sanatçı kendini resme adayacaktır. İşte onu Türkiye'nin en büyük afiş sanatçısı olmaya götürecek serüven böylece başlamıştır. İlk olarak "Akbaba" mizah dergisine uğramış, derginin sahibi ve başyazarı Yusuf Ziya Ortaç ile tanışmıştır. Yusuf Ziya, Görey'in karikatürlerine: "Bildiğimiz karikatürler değil, resim karikatür. Alışmadığımız, görmediğimiz bir sanat işi." olarak tanımlamıştır. Görey ise: "Bildiğim mizahi konuları karikatür biçiminde değil, normal biçimde çizilmiş resimlerle yaptım." diyerek, resimleme vurgusunu çalışmalarında saklı tuttuğunu, takiben "reklam işinin ciddi yapılmasını isteyenlerden", "karikatüriste ve karikatüristin kalemine tevdi etmemelerini" talep etmiştir. Görey' in almış olduğu sanat eğitiminin evrilme süreci yaptığı reklamlarda, "resimle reklam yapmak", ticareti alakadar eden resim türleri veya türevleri olan ilan resimleri olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla bu farklılık İhap Hulusi Görey'i

çağdaşları arasında ciddi anlamda ayıran farklılık olmuş ve varlığını sürdürmüştür (Bourdieu, 2006, 64).

Münih Fehim'in portrecilik ve dergi illüstrasyonunda, Ramiz Gökçe'nin ise karikatürde çalışmalar yaptığı dönemde İhap Hulusi, reklamın yeni bir yüzü olan afişte ve ilandaki resimleme (illüstrasyon) tekniğindeki çizgisinden hiç taviz vermemiştir. Görey'in afişleri, Sovyet Rusya'da olduğu gibi toplumun yeni ilkeler doğrultusunda yön kazanmasına bir aracı görevi görürken; aynı zamanda bir iletişim aracı olarak da propaganda işlevi görmüştür (Bektaş, 2003, 197).

İhap Hulusi Görey reklamın önemini şu sözleriyle ifade etmiştir. "Reklamsız kalmış mal, bir kapalı kutuda hapsedilmiş gibidir. Mevcudiyetinden haberdar olmak için, kutuyu açmak lazımdır. Bunu da ancak reklam yapabilir" (Görey, 1940). Görey'in afiş çalışmaları; sosyal afişler, devlet kurumları için yaptığı afişler, ticari amaçla yapılan afişler ve özel sektör için yaptığı afişler şeklinde sınıflandırılabilir. Ayrıca, İhap Hulusi'nin afiş çalışmalarını iki başlık altında da değerlendirebiliriz. Bunlardan birincisi ürünün satışını artırmak için kullanılan reklam ve ticaret afişleri, diğeri ise çeşitli bilgileri, olayları, düşünceleri, yaymak için kullanılan resmi haber ve propaganda afişleridir (Dülgeroğlu, 2006, 68).

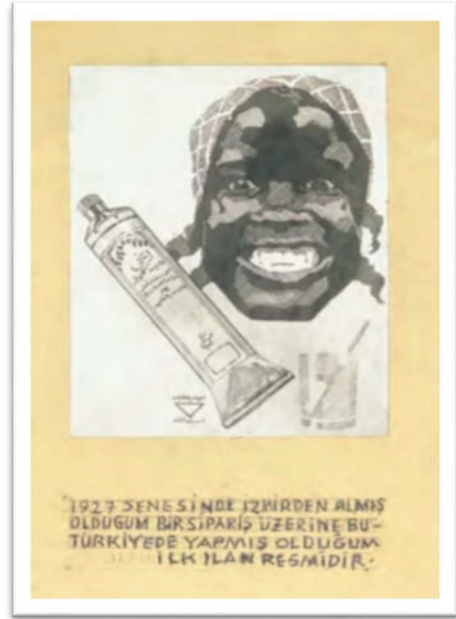
Akbaba dergisinde Münih Fehim ve Ramiz Gökçe ile yeni bir serüven başlayacaktır. İhap Hulusi, Yusuf Ziya Ortaç'ın dediği gibi sadece Akbaba'da değil aynı zamanda Üstat Cem'in 1927'de ikinci kez çıkarttığı mizah dergisi Cem dergisinde de karikatür çizimleri yayımlanmıştır. Bu dergilerin karton kapağının grafik düzenlemesi Görey'in elinden çıkmıştır. Ortaç, Görey'in karikatürlerini resimli karikatür olarak sınıflandırmış ve hatta afiş-karikatür olduğunun altını çizmiştir. Altyazıdaki espri de fıkra çekirdeğini taşımaktadır. Biçim ve biçem olarak karikatür çizgisinin resimden farklı bir şey olduğu sezgisel olsa da bilinir" demiştir (Çeviker; 1986, 17).



Görsel 100: İhâp Hulusî Görey "Akbaba Dergisi" (1926)

Görsel 101: İhâp Hulusî Görey "Akbaba Dergisi" (1926)

İhâp Hulusî Görey karikatürleri özenle çekilmiş bir filmin kareleri şeklindedir. Işık gölge kontrastına dayanan zıt geçişleri, resim anlayışıyla kuşatılmış güzel kadınlar, erkekler ve çocukların yer aldıkları mekânın tasviri, onun çizgisinde hayat bulurken, büyüleyici olarak idealize edilmiştir. Görey'in izleyicisini içine çeken afişleri, Cumhuriyeti o günün şatlarında değerlendirmek ve anlamak için belgeleyici bir özellik taşımaktadır. Onun gerek karikatürlerinde gerekse afişlerindeki figürlerinde temel algı, modern bir yaşam tarzı sembolleştirilirken; aynı zamanda sosyal temalı konularda ele alınmıştır (Çam, 2014, 154).



Görsel 102:Akbaba dergisi İhap Hulusi Görey,1928 (1923-1928 Dönemi) Mizahi Gazeteler1926/1927
Görsel 103:İhap Hulusi Görey “İnci Diş Macunları” (Ender Merter Arşivi)

İhap Hulusi Görey, Akbaba dergisinde çalıştığı yıllarda istediği sonuca varmıştır. İlk afiş siparişini 1926'de İzmir'de bulunan İnci Diş Macunları firmasından alan Görey'in, afişinde, siyah-beyaz ve lekesel olarak tasarlanmış gülen zenci kompozisyonu çok beğenilmiştir (Arkitekt,1998, 59). Aynı yıl afiş çalışmaları Vog Çorapları, Sahibinin Sesi Gramofonları, Türk Tayyare Cemiyeti ile devam etmiştir. İhap Hulusi'nin, hayatını resim yaparak kazanmak konusunda gösterdiği direnç onu bir sonraki adımda Cumhuriyeti resimleyen adam durumuna getirecektir. O, bu ülkeye afişi getirecek, ülkenin ilk tasarımcısı ve reklamcılığın ana yüzü olacaktır. 28 Mayıs 1927'de Mustafa Kemal Atatürk'ün sanayi alanında yapmış olduğu yenilikler ile işletmelere sunduğu muafiyet, imtiyaz ve teşvik amacıyla hazırlanan “Sanayi Teşvik Kanununun” piyasayı özendirici etkisiyle üretilmeye başlanılan tüketim ürünlerinin etiket, ambalaj ve afiş gibi gereksinimlerini Görey'i ön plana çıkaracaktır. Ülkede yeni bir heyecan rüzgârı esmektedir. Mustafa Kemal Atatürk ile başlayan yenileşme hareketi, devrimler ve reformlar sırayla uygulanmaya başlanmıştır. Cumhuriyet kurulmuş, halifelik kaldırılmış, kılık-kıyafet kanunu ve Tevhid-i Tedrisat (eğitimin birlikteliği) yasası çıkarılmış, takvim ve saat yenilenmiştir. Devrimler sırası ile uygulanırken Latin harfleri kabul edilmiştir

(Arkitekt,1998, 59). Cumhuriyetle hız kazanan endüstriyel kalkınma hamlesi sırasında, devlet politikalarını, yeni yaşam önerilerini geniş kitlelere duyurmada Görey'e çok iş düşecektir.

İclal Atılğan'ın dilinden; 1929-1932 yılları yaz aylarında ulu önder Atatürk Eskişehir'de yurt gezilerinden birindedir. İhap Hulusi o sıralar Şişli Halaskar Gazi Cafer Bey Apt. caddesinde 274/5 Moda Cafer Bey apartmanında oturmaktaydı. Sabahın ilk ışıkları, kapı tokmağı hızla dövülür. İhap Hulusi iki polisin karşısında uyukulu gözlerle şaşkın bakışlarını gizleyemez. Emir var gazi sizi görmek istiyor derler ve Haydarpaşa garına götürülür. Bir polis eşliğinde trene bindirilir. Zorlu bir yolculuğun ardından Gazi'nin huzurunda bulur kendini. Gazi; “Gel bakalım üstat!” der. “Araştırdım, memleketin en iyi afişlerini sen yapıyormuşsun, usta ressammışsın o yüzden seni çağırdım.” der. Ülkemizde yeni yazının halka öğretilmesi hamlesi, büyük bir hızla sürmektedir. Fakat kitleyi bulunduğu yerde, okullarda, kırsalda vb. yerlerde kolay okumayı öğrenmenin yolları ancak “Alfabe” ile gerçekleşecektir. Bununda en güzelini İhap Hulusi yapmalıdır. Gazi İhap Hulusi'den “Alfabe” kapak kompozisyonunu hazırlamasını ister. Hatta kısa bir süre Ülkü ile poz veren Gazi, ayrıca sevimli olmasını da ilave edecektir (Arkitekt, 1998, 61).

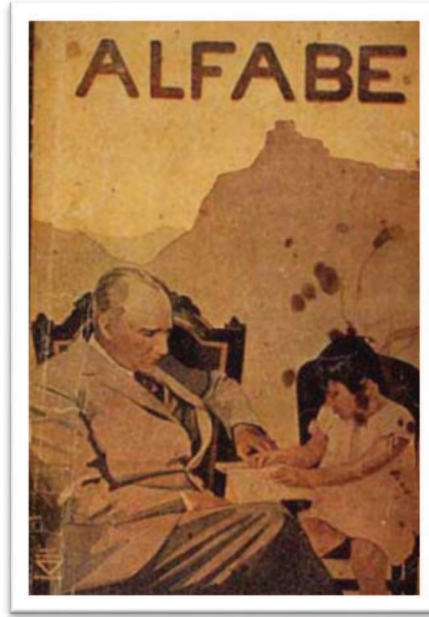
İhap Hulusi: “Atatürk Alfabenin kapağına kendisiyle Ülkü'nün resimlerini istemiş kapağının da benim tarafımdan yapılmasını emir buyurmuş. Doğruca Ülkü'nün bulunduğu Eskişehir'e gittim. Ülkü'nün kaldığı yeri soruşturmaya başlayınca benden şüphelenmişler. Polis beni tutukladı. Doğru Emniyet'e... Aman, zaman derken işi anlattım. İnanmadılar. Ülkü'yü bulup resmini yaptım. Sonra da Alfabe kapağına resmiyle birlikte montajını yaptım (Merter, 2008, 44).

“Alfabe” kitap kapağı kompozisyonunun oluşum süreci incelendiğinde farklı görüşlerin olduğu yukarıda yayınlanan kaynaklarda görülmekte olup, bunun gibi birçok veriye rastlanılmıştır. Sadık Karamustafa bu konudaki tespitini “İhap Hulusi Çizgisi: Belgeler, Doğrular Yanlışlar” yazısında da yayımlamıştır.

“Bir imge özleme dair bir geri dönüş, bir çağrı yapıyorsa yaşanmışlıkta gizemini çözmek oldukça güç olacaktır. Neyin alfabesinin peşindeyiz. Nedense hep geriye bakmaktayız.” diyen Utku Varlık sözlerine şu şekilde devam etmektedir: “Eğer Alfabenin kapağı beni uzak denizlerin kıyılarına, anlatılmaz bir huzura,

kendimle barışa götürüyorsa ya bende ya da yaşamaya çalıştığımız ülkede yolunda gitmeyen bir şey var demektir” (Varlık, 2018, 90).

Görey, İstanbul’a döner dönmez çalışmalara başlamıştır. Alfabeyi tamamlayıp Millet Meclisi aracılığı ile Gazi’ye gönderecektir. Paşa pek beğenmiştir. Böylece Küçük Ülkü’ye öğreten Gazi kompozisyonu alfabenin başlangıcı olacaktır. (Merter, 2008, 46).



Görsel 104: İhap Hulusi Görey “Atatürk Ülkü’ye Alfabeyi Öğretirken” Alfabe Kapağı İllüstrasyonu, 1929 (Ender Merter Arşivi)

Görey’in, afişlerinde yaptığı tasarımlarında mizahı anlatımın dışında, ticari bir anlatım da kullanmıştır. O ilgili kuruma veya vatandaşa en kısa en kestirme yol ile ulaşmayı bilecek kadar iyi bir tasarım eğitimi almıştır. Dolayısıyla aldığı eğitimi kültürüyle birleştirence ortaya iyi harmanlanmış tasarım elemanları girmiştir. Yeni üretime geçmiş, ilan ve basılı materyallere ihtiyacı olan bir ülke, Görey’in hem ticari hem de mizahi tasarımlarıyla halka seslenmiştir. Gazete ilanları ve afişlere duyulan rağbeti gören İhap Hulusi, 1927’de kendi atölyesini kurmuş ve 1982’ye kadar bağımsız çalışmıştır. Görey’in 1920 ve 1930’lu yıllarda devlet kuruluşları için hazırladığı afişleri, Tekel İdaresi için yaptığı etiketleri, amblemleri ve Milli Piyango İdaresi için hazırladığı bilet tasarımları, Cumhuriyet düşüncesinde devlet

politikalarının ve toplumsal yaşam modelinin güçlü bir göstergesi olmuştur (Becer, 2003, 197).

Görey'in çalışmalarındaki tasarım dilinde, fotoğraftan yararlanarak ışığın ve gölgenin güçlü birleşimini oluşturan figürlerinde usta dokunuşları yatmaktadır. Onun fırçasında oluşan güçlü leke anlayışı Alman ekolünün derin etkilerini ele verirken aynı zamanda gerçekçi bir anlatımla izleyicisini büyülemiştir. Ayrıca Görey'in tasarımlarında Alman grafik sanat ekolüne özgü şema disiplini egemen olmuştur. O, tasarımlarında biçime ve inşaya ağırlık vermiştir (Merter, 2003, 89). Jugendstil'in öncü temsilcilerinden biri olan Ludwing Hohlwein'in anlatım diliyle, Görey'in sanat anlayışının aynı çizgide bulunduğu ve İhap Hulusi'nin, hocası Hohlwein'in görsel dünyasından sıyrılıp özgün bir grafik anlayışı oluşturmadığı söylenebilir (Çeviker, 2006, 95).

Altıntaş, İhap Hulusi ile yapmış olduğu bir görüşme sırasında, “kendi işi diye gösterdiği çalışmanın” Hohlwein imzalı olduğunu aktarmakta ve şöyle devam etmektedir: “Alman afişi ustası Hohlwein ile öylesine bütünleşmişti ki yaptığı yanlışın farkında bile değildi” şeklinde ifade etmiştir (Altıntaş, 1994, 96-97).

Hiç kuşkusuz, Görey'in hocası Ludwing Hohlwein'in afişlerindeki, görsel unsurların izleyicisinin gözünü kavramsal mesaja çekme döngüsü, modern çağın reklam yapma pratiğine basit öğelerle yeni bir ışık tutmuştur (Lush, 2008, 81). Yeni bir anlayış olan 1905-1920'li yıllar arasında Lucian Bernhard, Hans Rudi Erdt, Julius Gipkens ve Ludwig Hohlwein dörtlüsünün katkısıyla oluşan Plakatstil anlayışı; yoğun görsel metinler, keskin renk ve gölgeler ve el ile yazılmış yazılarla “üslupsal bir birliktelik” yakalamıştır (Weill, 2015, 34). 1920'lerin sonunda bu yaklaşım ticaretle sanatın iç içe olması gerektiğini dile getiren Alman, Macar ve Hollandalı tasarımcılardan oluşan “Yeni Reklamcı Tasarımcılar Grubu” tarafından benimsenerek geliştirilmiştir (Barnard, 2005, 102). Öncülerden biri olan Hohlwein, doğal olarak bu tarzı ile Görey'in Cumhuriyeti modernleşme modellemesinde görsel açıdan reklam yapma tarzını etkilemiştir. Bu yaklaşımın en belirgin örneği Latin Alfabesi'ne geçişte, okur-yazar oranının görsel ve dilsel olarak inşa edildiği Cumhuriyet'in ilk döneminde, okunurluk, görünürlük, basitlik ilkeleriyle hem biçimsel hem de içeriksek olarak, kentli ve köylü vatandaşa seslenme ve ulaşmanın

anlamalı bir yolu olarak değerlendirilebilir. Gazete okuryazarlığının sınırlı ve gazeteye erişimin de zahmetli olduğu bir dönemde afiş, ürün ve de propaganda amaçlı kamusal bir iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Modern Türkiye’de batılı vatandaş algısının yaratılmasında, verilen sözselsel ve görsel mesajlar betimlenerek topluma yeni bir vücut kazandırılmaya çalışılmıştır. Görey’in reklamını yaptığı ürün tanıtımlarında “Plakatstil” yaklaşımın izlerine rastlanmaktadır.

Wernick reklamı, “İdeolojik değerlerin dolaşımı ve dağıtımına aracılık eden bir metindir.” şeklinde tanımlamıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında da resmi haber ve propaganda afişleri, yapılan inkılapları yaygınlaştırmak amacıyla kullanılmıştır. İnkılapların bazıları şu şekilde sıralanabilir:

Eğitim ve kültür alanında yapılan inkılaplar; 1928 Harf Devrimi, 1931 Türk Tarih Kurumunun kurulması, 1932 Türk Dil Kurumunun kurulması.

Ekonomi alanında yapılan inkılaplar; 17 Şubat 1923 İzmir İktisat Kongresi, 1925 çiftçinin özendirilmesi, 1925 Tarım Kredi Kooperatiflerinin kurulması, 28 Mayıs 1927 Sanayi Teşvik Kanunu.

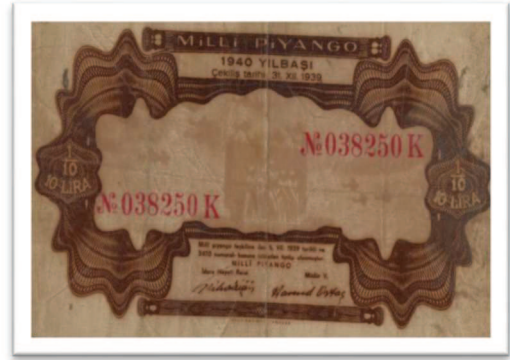
Toplumsal alanda yapılan inkılaplar; 1925-1934 Kılık ve Kıyafette Değişiklik, 1926-1934 Türk Kadınının Medeni ve Siyasi Haklarına kavuşması, 25 Kasım 1925 Şapka Kanunu.

Cumhuriyetin kurulmasını izleyen yıllarda yönetici kadroların siyaset alanındaki değişiklikleri topluma yaymak amacıyla izlediği bu politikalar, toplumu modernleştirmenin yanısıra ulus inşasını sağlamayı da amaçlamıştır. Görey’in bu alandaki en önemli rolü, bu politikalara paralel olarak toplumu bilinçlendiren, yönlendiren ve modern toplum yapısına özendiren afişler yapmak olmuştur.

İhap Hulusi Görey, Cumhuriyetin ilk yıllarında kamu sektörü için yaptığı çalışmalarında Cumhuriyetin değerlerini ön plana çıkarmış, bu değerleri halkın benimsemesini amaçlayan tasarımlar yapmıştır. Görey, Avrupalı yaşam tarzı ve modern görünümüyle, bu yeni döneme hem sanatı hem de sanatına yansıyan öncü duruşuyla önemli bir vitrin olmuştur. O, Cumhuriyet Türkiye’sinde çağdaş yaşamın simgesi olarak adlandırılmıştır (Merter, 2008, 86). Yüzünü Batıya dönmüş grafik sanatlarında, Türk kimliğini inşa etme sürecinde sanatçının katkısı yadsınamaz bir boyuta ulaşmıştır.

1923 yılı şubat-mart aylarında yapılan İzmir İktisat Kongresi Türkiye’de özel sektörün gelişmesi için önemli bir adım olmuştur. Kongrede ekonominin dışa açık olması, yabancı sermayeye hoşgörölü davranılması gibi ilkeler ön plana çıkmış ve temel slogan liberalizm olmuştur (Gülalp, 1993, 30). 1929 yılında ise ekonomik kriz tüm dünyada etkisini göstermeye başlamıştır. Türk ekonomisinin tarıma dayalı yapısı, tarım ürünü fiyatlarının hızla düşmesi ve özellikle dış pazarlar için üretilen tarımsal mal fiyatlarının dibe vurması, korumacı önlemlerin alınması ihtiyacını doğurmuştur. Korumacılığın yanı sıra devletçilik ilkesi, ekonomik krizin hasarlarını en aza indirmek için alınan diğer önlem olmuştur. 1930 yılından itibaren devletçilik Türkiye’de iktisadi politika olarak benimsenmiştir. Devlet eliyle sanayileşme programı başlatılmıştır. İthal ikameci sanayi modeliyle kalkınma yoluna gidilmiştir. Ülke böylece dışa kapatılmış, dışa bağımlılık minimum düzeye indirilmiştir. Ekonomi alanında gelişmeler bu yöndeyken siyaset alanında ise ulus inşası süreci başlamıştır. İçerideki ve dışarıdaki ekonomik ve siyasi ortamın izdüşümleri İhap Hulusi Görey’in afişlerine yansımıştır. Devlet politikalarında ulusal ekonomiyi güçlendirme çabaları, Görey’in devlet kurumları için yaptığı çalışmalara yerli malı tüketimine ve tasarruflu olmanın önemine vurgu yapılarak yansımıştır. 1930’larda ulusun refah seviyesinin arttırılmasında tüketim ürünlerine, yeni bir öncelik olarak “yerli malı” kullanımı teşvik edilerek üretkenliğin arttırılması hedeflenmiştir. Bu hedef, endüstrileşmiş kapitalist ülkeleri etkisine alan 1929 ve 1930 yıllarındaki dünya ekonomik krizinin sonuçlarındandır. İzmir İktisat Kongresini takip eden yıllarda ise özel sektörden ilk siparişlerini alan sanatçı, yeni Türk kimliği inşa sürecine katkı sağlamıştır

Bilge’ye göre, Cumhuriyet tasarımcısı İhap Hulusi’yi anlamak 1980’li yıllarda yetişen nesiller için kolay değildir. İhap Hulusi sanayi üretiminde kalitenin henüz bilinmediği ve talep edilmediği bir ülkede zamanın çok ötesinde tasarımlar yapmıştır. Onu zorlayan rakipleri yoktu. Yıllarca sürekli kendisiyle yarıştı fakat bu onun kolaycılığa kaçmasına yol açmamıştır. Son eşi Naşide Görey’in dediği gibi: “Aldığı siparişlerin büyüğü küçüğü yoktu. Hepsinde yalnız bir amaç vardı; o da mükemmelin zirvesine erişmesidir” (Çam, 2014, 164).



Görsel 105: Türk Tayyare Cemiyeti Büyük Piyango Bileti 11 Şubat 1927

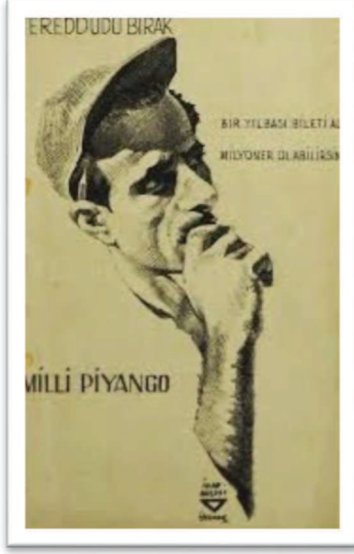
Görsel 106: Milli Piyango Bilet 1939-1940 Yılbaşı Bileti

<https://www.peramezat.com><http://piyangokoleksiyonu.com>

Milli Piyango biletleri serüveni: “Bir şans oyunu olan piyango, başlangıçta sosyal ya da ekonomik yardım amacı ile düzenlenmiştir. Yapılması gereken bir okul, öğrenci yurdu, hastane ve hatta dinî kurumlar ya da bu kurumların giderlerinin karşılanması için düzenlenen piyangoların sayısı belirsizdir.” Osmanlının 1870 ve 1910 yılları arasında Şark Şimendiferleri ve Ergani Bakır İşletmeleri tahvillerinin satışını artırmak amacıyla kazananları kurayla belirlemesi ile ilk resmi piyango uygulaması başlatılmıştır.

Cumhuriyetin ilanından sonra, karşılığı nakit olarak ödenmek üzere piyango tertip ve keşide etme hakkı 710 sayılı Kanunla, 9 Ocak 1926 tarihinden itibaren “Türk Tayyare Cemiyeti” ne verilmiştir (Tuncay, 2011, 9). 24 Mayıs 1935 tarihinde bu cemiyetin adı Türk Hava Kurumu’na çevrilmiştir. “Tayyare Piyangosu” adı altında, Türk hava gücüne katkı sağlamak amacıyla 14 yıl süreyle anılan kurum tarafından düzenlenen çekilişler, 05.07.1939 tarihli ve 3670 sayılı Kanunla Milli Piyango İdaresi kurulana kadar devam etmiştir (Tuncay, 2011, 9).

9 Ocak 1926'da 710 sayılı kanunla kurulan Tayyare Piyangosu on iki yılı aşkın bir süre işledikten sonra kaldırılmış ve yerine, 5 Temmuz 1939 tarih ve 3670 sayılı kanunla Maliye Bakanlığı'na bağlı Millî Piyango İdaresi kurulmuştur” (Ertürk, 2008, 48).



Görsel 107: Görsel İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Afişi (Ender Merter Arşivi)
Görsel 108: İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Bileti (Mesut Manioğlu arşivi)

Cumhuriyetin başlarında 16 Şubat 1925'te kurulan ve on yıl sonra 24 Mayıs 1935'te adı Türk Hava Kurumu'na (THK) çevrilen Türk Tayyare Cemiyeti, Hava Kuvvetlerine pilot, teknisyen yetiştirilmesi ve uçak alınması (sonraları, uçak yapması) için birçok gelir kaynağı ile donatılmıştır (<http://www.kokpit.aero/mustafakilic-ihap-Hulusi>).

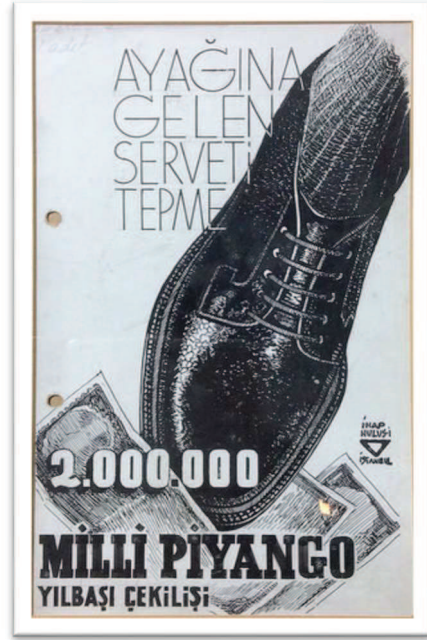


Görsel 109: Görsel İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Afişi (Ender Merter Arşivi)
Görsel 110: İhap Hulusi Görey Milli Piyango Bileti (Ender Merter Arşivi)

Halkın bağışları, cıva maden ocağının işletilmesi, Uşak şeker fabrikasının ilk hâsılatı, makarna ve iplik fabrikaları kurma imtiyazı, pul satışı, el ve duvar ilanları basma ve satma, Atatürk'ün büyük nutkunun basılıp satılması ve para piyango düzenleme yetkisi gibi genel olarak yirmi bir kalem gelire sahip olan Türk Tayyare Cemiyeti'nin kurum kaynaklarının birçoğuna bakıldığında, geri dönüşün olabilmesi için tanıtımının ön plana çıktığı görülmüştür. Türk Tayyare Cemiyeti'ne nakit piyango düzenleme yetkisi verilen 9 Ocak 1926 tarihli kanun yürürlüğe girer girmez, çekilişleri ve kazananları duyurma, ilan etme işi İhap Hulusi Görey'in tasarımlarıyla başlı başına bir medya durumuna gelmiştir (<https://www.tarihtoplum.org/osmanlida-milli-piyango/>).

Harf devriminin ardından Türk Tayyare Cemiyetinin ismi “Türk Hava Kurumu” olmuştur. Asıl görevi havacılık olan bu kurum, piyango yaygınlaşım gelişmesi ile daha fazla ilgilenememiş ve bu konudaki tüm tekeli 5 Temmuz 1939'da çıkartılan bir yasayla kurulan Millî Piyango İdaresine devretmiştir. Öte yandan, daha önce basılmış olan eski tasarımlı biletlerin üzerine siyah bir baskı yapılmış ve bunlar Tayyare Piyangosunun son ve Millî Piyangonun ilk biletleri olarak, geçiş dönemi biletleri adını almışlardır. “Balkan Savaşı, I. Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı dönemlerinde piyango dünyası doğal bir duraksama yaşadktan sonra, Cumhuriyetle yeni bir ivme kazanmıştır. Önce Tayyare Piyangosu, 1939'dan itibaren de Millî Piyango adı verilen çekiliş ve kurum olarak Millî Piyango İdaresi, devletin çıkarı için piyango düzenleme tekeline sahip olmuştur.” (Koloğlu 2000, 37).

Koloğlu, Cumhuriyet Dönemindeki piyango Osmanlı Döneminden farklı olan iki yönü olduğunu tespit etmiştir. İlki, ikramiye rakamlarındaki yükseliş, ikincisi de bilet satıcıları ve bayilerin yapısındaki değişikliktir. İkramiye rakamlarındaki yükseliş 1950'lerden sonradır. Hem halkın ilgisinin artması hem de enflasyon gerçeği bu durumun başlıca nedenleridir (Koloğlu, 2000, 37). Öte yandan “Osmanlı Döneminde daha çok sarraf dükkânlarıyla bazı banka şubelerinde yapılan satışların yerine, sadece piyango bileti satan ve bunu gazetelere ilân vererek topluma duyuran kimseler ortaya çıkmıştır.” (Koloğlu, 2000, 38).



Görsel 111: İhap Hulusi Görey Millî Piyango Afişi (Ender Merter Arşivi)

Görsel 112: İhap Hulusi Görey Millî Piyango Afişi (Ender Merter Arşivi)

1950’li ve 60’lı yıllarda karikatürlerinde, piyango biletlerinde ve afişlerinde Türk atasözleri ve deyimlerinden faydalanarak Millî Piyango biletleri için reklam metinleri oluşturan ve bunları resimlerle de iyice görsel hale getiren İhap Hulusi’nin; afişlerinde, karikatürlerinde ve biletlerinde geçen çeşitli ifadeler atasözlerimizi ve deyimlerimizi anımsatmaktadır. Öyle ki, “Arpacık kumrusu gibi düşünmekte fayda yok: Bir yılbaşı bileti al, feraha kavuş” (Hürriyet, 13 Aralık 1959, 4). Ya da “Kaz gelecek yerden tavuk esirgenmez: Bir bilet al ki milyon kazanasın.” (Hürriyet, 25 Aralık 1962, 6) şeklindeki atasözleri ve deyimlere özgü kabul ettirici ve kesin ifadeler, insanları millî piyango bileti almaya teşvik etmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, Görey’in neden bu tip ifadelerle ihtiyaç duyularak kullanıldığıyla ilgilidir. Bunu da “Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar” isimli çalışmada yer alan Lutz Röhrich ve Wolfgang Mieder tarafından kaleme alınan “Modern Dilde Kullanılan Atasözlerinin Biyolojisi” isimli makaleden anlamak mümkündür.

İnsanlar birtakım imajlara doğrudan ifadelerden, halk deyişlerine bireysel sözlerden daha kolay itibar etmektedir. (...) Atasözleri, bu anlamda sözlü olarak aktarılan üstü kapalı, etkili ve en kısa hitap şekli olmuştur. Böylece, bir slogan hızlı ve kolay bir şekilde amacını yerine getirecektir. İhap Hulusi de bu

anlamda kıvrak zekasını kullanmış ve halka, halka özgü deyimlerle seslenerek ürünün tanıtım protokolünde yerini almıştır. O, ilanlı metinlerinde hep bir farlılıktan yola çıkmış, yaptığı işlerini Cumhuriyet Türkiye’inde belleklere kazımıştır. Başka bir ifadeyle atasözleri gibi reklam metinleri de, her şeyden önce ifade bakımından etkileyici, kısa, kolay anlaşılır ve basit olması gereken tanıtım ürünleridir. Reklam sloganları da sürekli tekrarlarla, atasözü gibi insanın beynine yerleşmektedir” (Eker, 2003, 353).

İhap Hulusi Görey’in reklam metinleri incelendiğinde, reklamlarda kullanılan atasözleri, reklam için değiştirilmiş atasözleri ve atasözlerine benzeyen sloganlar şeklinde sınıflandırdığımızda şu sonuçlar görülmektedir. İncelemeye dâhil edilen reklam metninden biri, reklamlarda kullanılan atasözleri kimliğini taşımaktadır. “Kaz gelen yerden tavuk esirgenmez” (Aksoy, 1984, 289). şeklinde olan atasözü, İhap Hulusi’nin oluşturduğu reklam metninde şu şekilde yer almıştır: “Kaz gelecek yerden tavuk esirgenmez: Bir bilet al ki milyon kazanasın.” (Hürriyet, 25 Aralık 1962, 6). Reklam metinlerinin üçünde ise deyimlerden faydalanılmıştır. “Arpacık kumrusu gibi düşünmek” (Aksoy, 1984, 480). “Ayağına gelmek” (Aksoy,1984, 490) ve “Kafa yormak.” (Aksoy,1984, 759) gibi deyimlerden yola çıkılarak reklam metinlerinin oluşturulduğu görülmüştür.

Sonuç olarak “atasözünün bilinçaltına emretme yönü, ikna edici bir karakteri” (Eker. 2003, 356) olması nedeniyle İhap Hulusi’nin yazdığı reklam metinlerinde “... tüketicinin pasif haldeki hafızasına hitap ettiği, insanların geleneksel duygularına reklam yoluyla mesajlar göndererek alıcı kazanılmaya çalışılması” (Alp, 2006, 51) amacını güttüğünü söylemek mümkündür.

Tüm bu bilgilere ek olarak İhap Hulusi Görey’in Türkiye’de “ilândan reklama geçişte köprü” niteliği taşıdığı söylenebilir. Daha kalıcı ve yayılcı bir özellik ile ilancılığın bir ticaret sektörü haline gelmesi “Osmanlı Rehberi” isminde bir ilân acentesinin kurulmasını sağlamıştır. 1909’da ilk reklamcılık şirketinin açılmasını takriben Cumhuriyet’in kabulü ve Lâtin harflerine geçiş, okur-yazar oranını arttırmış ve gazetelerin sayfa sayısını da çoğaltmıştır. İşte tam bu noktada devreye giren İhap Hulusi ile ilgili şu değerlendirme dikkat çekicidir: “Bu dönem, sektörün gelişmesi

için önemli bir fırsattı ve döneme mesleki açıdan en büyük katkıyı grafik sanatçısı ve tasarımcısı Görey sunmuştur. Görey yaptığı çalışmalarında afiş sanatının ve reklamcılığın temsilcisi olmuştur.



Görsel 113: İhap Hulusi Görey (1955-1944-1965-1975) Milli Piyango Biletleri
 “İstanbul’da Deniz Sefası, Deniz Hamamında Plaja Nostalji” Pera Müzesi, 2018, İstanbul.
 (Fotoğraflar Çekimi: Serpil Kazancı Yılmaz)

İhap Hulusi Görey’in Milli Piyango İdaresi’ne yaptığı Deniz ve Plaj konulu biletlerden oluşan “İstanbul’da Deniz Sefası, Deniz Hamamında Plaja Nostalji” adlı sergi Pera Müzesi’nde sergilenmiştir. Osmanlı döneminde mahremiyet nedeniyle denizde yüzmek sakıncalı ve yasak olmuştur. Dolayısıyla kadınlar 19. yüzyılın ikinci yarısında denizden tahta parçaları ile ayrılmış “deniz hamamlarıyla” yetinmek

durumunda kalmıştır. Deniz hamamlarından plaja geçiş devrim niteliği taşımıştır. Rus ihtilalinden sonra ülkesinden kaçan Beyaz Ruslar, İstanbul'da pek çok dönüşüme neden olmuştur. En önemlisi olan halkın deniz ile buluşmasına vesile olan plaj alışkanlıkları 1920'den itibaren deniz hamamları evrilerek yerini kadın ve erkeğin birlikte denize girebildiği plaja bırakmıştır. 1960'lı yıllara kadar altın çağını yaşayan plaj kültürü hızlı bir şekilde sosyal değişimlerin habercisi olmuştur. Toplum içerisindeki bu sosyal değişim İhap Hulusi Görey'in biletlerinde ki görsellere yansımıştır. (<https://www.peramuzesi.org>).



Görsel 114: İhap Hulusi Görey (1957-1951) Milli Piyango Biletleri

“İstanbul'da Deniz Sefası Deniz, Hamamında Plaja Nostalji” Pera Müzesi, 2018, İstanbul (Fotoğrafların Çekimi: Serpil Kazancı Yılmaz)

İhap Hulusi Görey'in piyango biletlerinde, Cumhuriyetle birlikte büyük bir kırılma yaşayan yaşam tarzındaki, cinsiyetçi ayrım olmaksızın kadın ve erkeğin birlikte plaj görüntüleri ve deniz sefasını yine farklılığını ortaya koyarak, resimsel (İllüstrasyonlar) fırçasının üstün dokunuşuyla bize sunmuştur. Görey, Cumhuriyetle şekillenen yeni bir devlet algısına sanatıyla güçlü dokunuşlar yapmıştır. O, var olduğu sürece kendine bunu bir ilke olarak kabul etmiş ve çalışmalarının yönünü bu referansa göre belirlemiştir. Kuşkusuz bu süreç onun batıda aldığı eğitimin bir yansıması olarak göze çarpmaktadır.

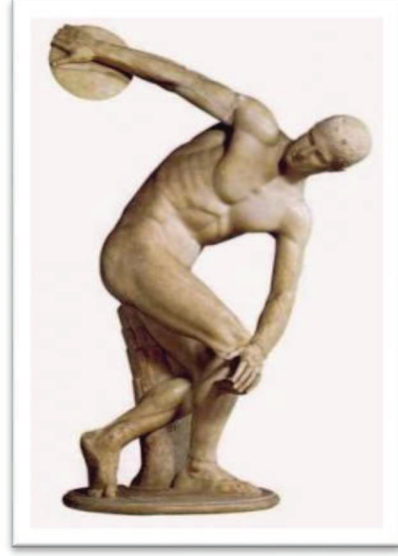
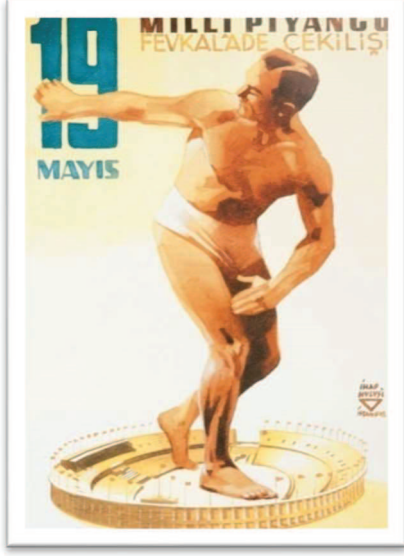
Türk Tayyare Cemiyeti bugünkü adıyla Milli Piyango İdaresi için 45, Tekel İdaresi için 35 yılını aralıksız olarak çalışan sanatçı, ayrıca yurt dışında yaptığı çalışmalarıyla da ün kazanmıştır. Bayer'in afiş ve etiketleri, Mısır'ın tek el idaresi, Devlet Demiryolları ve şehir hatlarına ait ilanlar, Pirelli'nin afişleri, ünlü İngiliz

viskisi John Haig'in ile İtalyanların Cinzano ve Fernet Branca'in afiş ve etiketleri onun elinde şekil bulmuş ve tarihe geçmiştir (www.tarihtoplum.org/osmanlıda-millipiyango/).

İhap Hulusi'nin Milli Piyango biletleri başlı başına bir medyadır. İnsanlara resimli roman keyfi vermiş, izleyiciyi lacivert gökyüzünün altında parlayan karlı kış gecelerine ve yeni bilmedikleri yerlere götürmüştür. Eski adı “Türk Tayyare Cemiyeti” bugünkü Milli Piyango İdaresi için yaptığı çalışmalar kırkbeş yıl sürmüştür. Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin ilk grafik servislerini kurduğunu anlatan Çalışkan, Görey'in gazetelerde yazı ve resim sanatını kullandığını söylemiştir. Türkiye de grafik sanatının kurucusu ve reklamcılığın ilk büyük isimlerinden olan İhap Hulusi Görey'i anmadan geçemeyiz, Hürriyette çalıştığı dönemde Etem Çalışkan'dan, Atatürk ün 100. doğum günü münasebetiyle bir Atatürk takvimi istenmiştir. Usta sanatkar da salt Atatürk portreleri yerine, Atatürk portresi çalışan başka sanatçılardan da eser isteyelim önerisini gazetenin Genel Müdürü Nezih Demirkent'e sunmuş ve önerisi kabul edilmiştir. İhap Hulusi Görey'in de Atatürk portreleri olduğundan haberdar olan Etem Çalışkan, Görey'le komşu olan Emin Hoca vasıtasıyla grafik sanatının duayeni ile tanışmıştır. O günden sonra da dostlukları devam etmiştir. Türkiye'deki pek çok markanın simgesinde imzası olan İhap Hulusi, kendisi için bir afişte en önemli öğenin “buluş” olduğunu söylemiştir.

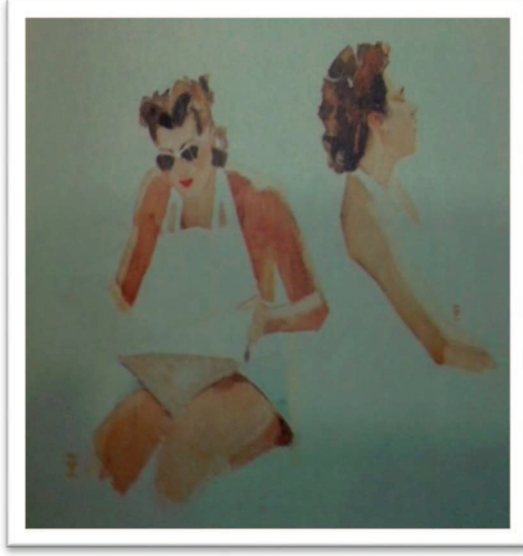
Görey'e göre: “Afiş seyredenlerin ilgisini çekmeli ve düşündürmelidir. Sokakta giden adamın durup bakacağı, ilgisini çeken bir unsur olmalıdır. Bu tıpkı müzik gibidir. Beethoven'in müziği başkadır, sokak çalgısının ki başka” demiştir (Merter, 2008, 55).

Görey'e göre: “Anafikir, günlük hayatta ansızın aklıma gelir, sonra resimlerim. Genellikle afişlerimi küçük boyutlarda yaparım. Sonra projeksiyonla büyütür, temize çeker, ondan sonra teslim ederim” (Merter, 2008, 55).



Görsel 115: İhap Hulusi Görey “Milli Piyango” (Ender Merter Arşivi)
Görsel 116: Myron “Discobolus”

Görey, Milli Piyango afişinde Yunan sanatının usta heykeltıraşı Myron’un yaptığı Discobulos heykelin tasvir gücünden etkilendiği görülmektedir. Heykel yalnızca elindeki diski fırlatmaya hazırlanan bir adamı tasvir etmez; daha çok, kafa, gövde ve uzuvlar birbirine zıt kuvvet halinde sıralanmaktadır. Heykelin duruşu, denge, uyum, simetri ve oran gibi Yunan dünyasında sadece heykeller için değil yaşayan insanlar için de önemli kabul edilen idealleri simgelemektedir. Dolayısıyla Görey’in bu afişte kullandığı disk atan bir atleti temsil eden figür spor, gençlik ve kutlama gibi mesajlar iletmektedir. Ancak, yan anlam olarak, böyle bir sembolden yola çıkması güçlü bir iktidarın şekillendiğini ve Cumhuriyet’in devlet politikalarında, cinsiyetçi bir ayırımı karşı duruş sergilemiş olabileceğini göstermektedir.



Görsel 117:İhap Hulusi Görey “Suluboya Feriha Tefik”
Görsel 118: Feriha Tefik, 1929

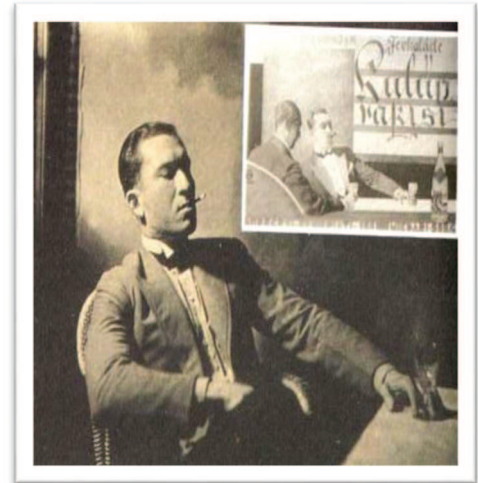


1929’da Cumhuriyet Gazetesi, devlet destekli güzellik yarışması düzenlemiştir. Feriha Tefik bu ilk yarışmanın birincisi olmuş ve ertesi yıl ülkemizin temsili için Amerika’da yapılan güzellik yarışmasına katılmıştır. Feriha Tefik sonraki yıllarında şehir tiyatrolarına girerek ilk kadın yıldızımız olmuştur (Merter, 2008, 89). Bu ilk starın fotoğraftan yapılan suluboya çalışmaları İhap Hulusi Görey’in eşsiz çizgisiyle buluşmuştur. Feriha Tefik’in çağdaş Türk kadını sembolü, İhap Hulusi Görey’in elli yılı aşkın sanat serüveninin de konu oluşturmuştur. Görey, Türk kadını temasını kullanırken köylü kentli ayırımı yapmamıştır. Görey’in çalışmalarındaki kadın tasviri, Anadolu’daki çağdaş kadın simgesinin nasıl olması gerektiğini ince topuklu ayakkabılar, pileli diz boyu etekler, tayyörler, açık taranmış saçlar ve makyajlı yüzler ile göstermiştir. Onun sanatında şekil bulan çağdaşlık ilkesi dönemin de hep öğretici ve mesaj verici olmuştur. İletişim kaynaklarının yetersizliği, radyonun ve düşük trajlı gazetelerin de geniş kitlelere ulaşamadığı dönemde Görey’in afişleri, halka ulaşmanın en basit yolu ve en yaygın iletişim aracı olmuştur. Onun afişleri, Anadolu’nun en ücra köşesine kadar ulaşmıştır. Böylece, yeni devletin ideolojisini halka mal etmekle görevli bir kitle iletişimci rolü üstlenmiştir.

Almış olduğu kültür ve yaşam felsefesi, İhap Hulusi’yi kendi görüşlerine uygun resimler üretmeye teşvik etmiştir. Modellerine kaynaklık eden yakın

çevresindeki insanlar zaten şık giyimli, çağdaş görünümlü kişilerdir. Dolayısıyla Görey; Cumhuriyetin bireylerini olması gerektiği gibi görüntülemiş, çoğaltmış, belleklere yerleştirmiş ve yaygınlaşmasını sağlamıştır. Onun seçtiği kareler rastlantısal olmamıştır. Tüm ticari çalışmalarında, asker veya köylü gibi kesin çizgilere sahip olması gereken figürler dışındaki herkes, takım elbiseli ve kravatlı olarak betimlenmiştir (Merter, 2007, 9-11).

1930’lu yıllar; Cumhuriyetin altın yıllarını yaşadığı, kendini tüm görkemiyle gösterdiği, Osmanlı’dan tam olarak koptuğu yıllardır. Kalkınma hamleleri, sanayileşme ve ekonomik bağımsızlık çabalarıyla, tek kuruş dış borç almadan kalkınmayı gerçekleştirilmiştir. Kültür, sanat ve sporda da önemli atılımların yapıldığı yıllar aynı zamanda ilklerin de dönemi olmuştur. 1930 yılının Nisan ayında kadınlara Belediye seçimlerinde oy verme hakkı tanınmıştır. 1934 yılında ise anayasaya yapılan bir ekle seçme ve seçilme hakkı kazanmışlardır. Dönemin ünlü afiş sanatçısı olan İhap Hulusi tüm bu gelişmeleri yakından izlemiş, kalkınma ve batılılaşma çalışmalarına sanatıyla destek vermiştir.



Görsel 119: “Kulüp Rakısı”, 1931(Ender Merter Arşivi)

Görsel 120: “Kulüp Rakısı”, 1931(Ender Merter Arşivi)

1931 yıllarının başlarında İnhisarlar İdaresi (Şimdiki Tekel Müdürlüğü) formülünü yeni hazırladığı ve ismini “Kültür Rakısı” olarak düşündüğü içki için, İhap Hulusi’ye etiket siparişi vermiştir. Görey, kompozisyonu kafasında tasarlayıp

geliştirmiştir. Yaptığı çalışmayı yakından izleyen yakın arkadaşı Fazıl Ahmet Akçay ile birlikte eşine çektiği fotoğraflardan oluşturduğu kompozisyon günümüzde bir hayli değişikliğe uğrasa da kullanılmaktadır (Merter, 2008, 52). Onun afişlerinde vücut bulan; seyyar satıcılar, hamallar, kayıkçılar, ayrıca Galata Köprüsü ve eski İstanbul evleri, İhap Hulusi'nin yararlandığı diğer unsurlar arasındadır. Çoğu taşbaskı yönteminden oluşan çalışmalarında, yarım yüzyılı aşkın bir dönemin endüstri, kalkınma, ticaret ve sosyal yaşamın gelişmelerini belgelemiş, Cumhuriyet kuşaklarının belleklerinde yerini almıştır. Afişlerinde ele aldığı konuların işleyişinde sade ve anlaşılır üslubu ile adeta kalıcı izler bırakmıştır.

Çalışkan'a göre: "Her şeyden önce çok disiplinli çalışırdı. İlk aşamada kendisine gelen konuyu tasarlar, kompozisyonunu kurar ve eğer kompozisyonun içinde insan unsuru varsa tiplerin seçimi için titiz bir arayışa girerdi. Bu iş için ailesi ve yakınlarından yararlanarak onların fotoğraflarını çekerdi. Daha sonra ise hazırladığı kompozisyona onları en iyi şekilde yerleştirirdi. Almanya'daki hocası Hohlwein, dünya afiş sanatında fotoğraftan resme geçiş çalışması yapan tek sanatçısıymış. İhap Hulusi de en az hocası kadar başarılı eserler vermiştir".

"Bu etiket benim" diyen Görey, "Akşamları demlenmek üzere masamın başına oturup şişeyi karşıma koyduğum zaman bu etiket beni çok gerilere götürür. Nice hatıraları canlandırır. Ama bana geçmişi hatırlatmayan hangi eserim var ki? Bugün küçük büyük, Türkiye'de pek çok kimsenin günlük hayatında ellerinden geçen birçok şeylere ben şekil, biçim ve renk verdim" (Merter, 2008, 50).

1940'lı yıllarda, İkinci Dünya Savaşı'nın etkisiyle devletin ekonomiye ve dış ticarete müdahalesi artmıştır. Yurt dışından ürün getirmenin zor olduğu bir dönemde yerli sanayinin gelişmesi desteklenmiş ve piyasaya yerli ürünler hâkim olmaya başlamıştır. İhap Hulusi yeni ulusa yine afişleri ile destek vermiş, Sümerbank ve Burla Biraderler afişlerini yapmıştır.

1940-1945 yılları arasında ise Görey'in afiş tasarımlarında Fransız afişinde egemen olan bir estetiğin etkileri görülmektedir.

Bu akım, dünya resim sanatçılarının beğenisine paralel olarak gelişmişti ve genç Türk afişçilerinin de bu akımı izlemeleri kaçınılmazdı. Afiş öğreniminde baştan

beri benimsenen yansıtmaya dayanan öğretim, doğal süreçte yapılıyordu. Bu tasarımcılar da kendi yeteneklerine, güncel olayları da tasarımların içine dahil edilmesiyle, çağı yansıtan, resimden farklı özgün anlatma biçimlendirmesini benimsediler. Afişlerde çarpıcı olmak çabası ağırlık kazanmasına rağmen, renk anlayışındaki farklılık bütünsel olarak uyumluydu (Altıntaş, 1992, 8).

Orta Avrupa’da doğan Polonya afiş sanatı çoğu ülkeyi etkisi altına alırken aynı şekilde ülkemizi de etkisi altına almıştır. Resim kökenli grafik sanatçıların çoğunlukla fotoğraftan yararlandığı anlayış, Orta Avrupa’da olduğu gibi bizde de sevilmiş ve benimsenmiştir. Avrupa’nın doğusunda bulunan grafik sanatçıları daha çok illüstratif çalışırken batı kısmındaki grafik sanatçıları fotoğraftan faydalanmışlardır. Doğu ve batı arasındaki bu farklılık doğal olarak sosyo-kültür ve sosyo ekonomik durumuyla fiziki koşullara göre şekil bulmuştur. Afiş, ülke kültürünün, ekonomisinin, yaşam biçiminin, gelenek ve göreneklerinin bir yansıması olan belgelerdir. Afişler, yaşamdaki tüm sanatlar gibi ekonomi kökenlidir. Üstelik üretimin tüketime dönüşmesinde en etkin öğelerden birini oluşturmaktadır.



Görsel 121: İhap Hulusi Görey “Sümerbank”, 1940 (Ender Merter Arşivi)

Görsel 122: İhap Hulusi Görey “Sümerbank”, 1940 (Ender Merter Arşivi)

Görey, 1948 yılında Bursa ve İzmir adını taşıyan afiş çalışmalarıyla Viyana Uluslararası Afiş Sergisinde derece ile ödüllendirilmiştir. Daha sonraki yıllarda da

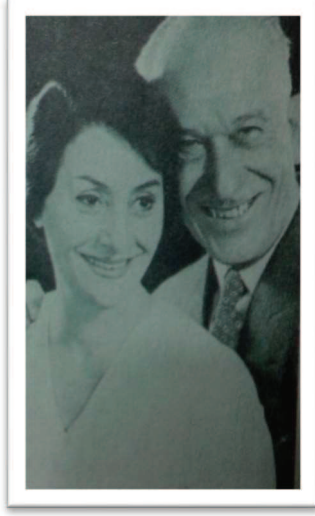
ülkemizi çeşitli uluslararası sergi ve yarışmalara katılarak temsil etme olanağını bulmuştur (Turhan,1980, 30-31).

Naşide Görey onun sanat disiplini şu sözleriyle açıklamaktadır, “Hiçbir eseri, istediği kaliteye ulaşmadan elinden çıkarmazdı. Modellerini seçme şekli çok ilginçti. Köylü dayıları, sokaktaki vatandaşın, yakın dostlarından veya akrabalarından seçerdi. Ona modellik etmek zordu. Kafasında geliştirdiği kompozisyonun hakkını verecek atmosferi veya tipi bulmadan tatmin olmazdı (Merter, 2008, 50).”

Görey bugün bile nesli tükenmekte olan “İstanbul Beyefendileri” nin en seçkin simalarındandır. Dönemin sanatçıları, entelektüelleri, gazetecileri, politikacıları, arasında çok sayıda dostları, Kınalı Ada’daki köşkü bu çevreden insanlarla dolup taşmıştır. Bu evde modadan ülke sorunlarına kadar her şey konuşulurdu (Merter, 2008, 77)

Turkuaz Cafe İhap Hulusi’nin sıkça takıldığı mekân olmuştur. Mekânda “Şaheser” lakabıyla tanınan İhap Hulusi yaşamayı seven ancak bir o kadar da tutumlu, hassas ve hayattan korkardı. Ev tutmak, ev ve kadın için para sarf etmek prensipleri dışında kalan durumlardı. Parasız kalacağı korkusu hiç peşini bırakmamış, para harcarken adeta ıstırap çekerdi (Merter, 2008, 79). 1959’da son evliliğini Naşide Hanım ile yapmış, Kınalı Ada’da Poyrazlı Köşkte yaşamışlardır (Merter, 2003, 859). Naşide Hanım İhap Hulusi’nin hayatına giren dördüncü ve son kadın olmuştur.

Hulki Aktunç’un İhap Hulusi üzerine bir yazısında: “Zamanının Ruhunu (Zeitgeist) varlığında yaşayıp yansıtmış büyük bir usta. Grafikleri sözden, sözleri grafikten koparmadı... Dönemini çok iyi algılayıp yeniden üreten, yeniden ortaya koyan ikonalar yarattı. Bence kendisi de bir ikona olarak öldü” (Merter, 2008).



Görsel 123: Naşide Hanım ile, 1959 (Ender Merter Arşivi)



Görsel 124: Poyrazlı Köşk /Kınalıada, 1959 (Ender Merter Arşivi)

İshak Hulusi’ne göre: “Çağdaş Türkiye bağlamında İshak Hulusi’nin yaşam tarzı, yalnızca Türkiye’de kısa bir geçmişi olan grafik ve afiş sanatının en yetkin örneklerinden biri değil, aynı zamanda Cumhuriyet Türkiye’sindeki çağdaş yaşamın da simgesi olan yaygın imajlardan biridir. Dahası bu imaj Türk grafik ustalarının başında gelen Hulusi’nin çeşitlilik gösteren sanatının özeti niteliğindedir” (Merter, 2008, 86).

İshak Hulusi’nin yaptığı afişlerinde, kişilerin yüzleri hep güleçtir. Bayrağımızı gururla dalgalandıran Mehmetçik, neşe içinde bayramı kutlayan çocuk, evde reçel yapan veya dikiş dikerek memleket ekonomisine katkıda bulunmaktan mutluluk duyan kadınların hepsi afişlerine dinamik ve mutlu yansımışlardır.

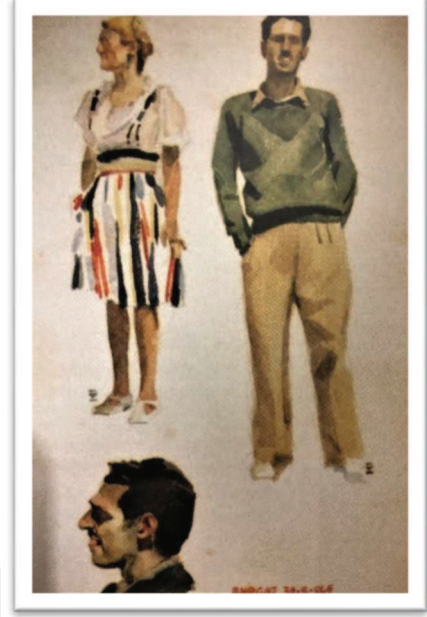


Görsel 125: Milli Piyango İdaresi 1960 Sözleşmenin Feshi.

1960 yılında Milli Piyango İhâp Hulusi'ye “Başka bir ressam bulduk, yaptığınız hizmetlerden dolayı size teşekkür ediyoruz” diyerek çalışma sözleşmesini feshetmiştir. (Merter, 2008, 67). Bu İhâp Hulusi için tam bir yıkım olmuş, güvencesi kökünden kurumuştur. Kendini emekli etmiştir ve suluboya işlerine yeniden dönmüştür. Bu dönemde hat sanatını modernize eden çok başarılı işler çıkarmıştır. (Merter, 2008, 68). Uzun yıllar hizmet verdiği devlet kurumlarına yaptığı onca çalışmaya rağmen layık olduğu yerde olmayan Görey, yarım asrı geçen çalışmaları sırasında müşterilerden kaynaklanan sorunlarla sürekli mücadele etmiştir.

Görey'e göre: “Resimden, kompozisyonundan, renkten anlamayan siparişi verenler olmuştur. Örneğin, boş gördükleri yerlere yazılar sıkıştırarak kompozisyonu bozmuşlar, resimdeki renkleri değiştirmişler. Bu koşullar altında çalışmak güç oluyor. Sanat, yetenek ve zevkimi para kazanmak uğruna feda etmek zorunda kalıyordum. Baskıya gerekli önem verilmediği için afişlerimde renkler bozuk çıkıyordu. Bu bozukluk en çok piyango biletlerinde görülüyordu. Fakat bu zorluklar karşısında Türkiye'ye ilk renkli afiş resmini getirmiş bir ressam olmam dolayısıyla memnun ve bahtiyarım” (Merter, 2008, 74).

Görey gerek reklam çalışmalarında gerekse kurumsal çalışmalarında kendini hep ressam olarak konumlandırmıştır. O, illüstrasyon resminin öncülüğünü yaptığı devlet kurumları, özel sektör çalışmaları ve yurt dışı tasarımlarında ressam yönünü hiçbir zaman kaybetmemiş ve tasarımlarındaki kuvvetli çizgi ve desen anlayışı ile Alman ekolündeki terbiyesini ortaya koyarken farklılığını da hissettirmiştir.



Görsel 126: İhap Hulusi Görey 20.09.1944 (Metin Deniz Arşivi)

Görsel 127: İhap Hulusi Görey “Burguzade” 30.08.1945 (Metin Deniz Arşivi)

1965’te “İstanbul’un Tiplerinden” adında bir dizi hazırlamıştır. 1970’ten sonra ise kûfi yazı düzenlemeleri, suluboya peyzajları, kitap kapağı tasarımları ve karakalem çizgi çalışmaları yapmıştır. Hayatının son döneminde hat sanatıyla ilgili olarak denemelere yönelmeyi tercih etmiştir. 1978 yılında meslek yaşamı boyunca grafik sanatının gelişmesine sağladığı katkılardan dolayı “Grafikerler Meslek Kuruluşu” tarafından onur üyeliğine değer görülmüştür (B. Ansiklopedi, 1990, 1944).



Görsel 128: İhap Hulusi Görey Küfi “La İlahe İllallah” (Ender Merter Arşivi)

Görsel 129: İhap Hulusi Görey “Allahulahe” (Ender Merter Arşivi)

Beşiktaş'ta eğitim veren Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'nda Grafik Bölümü bünyesinde afiş ve grafik dersleri konulmuştur. Uzun süredir bu dersin hocası bulunmadığından okul müdürü Nejat Sirel, İhap Hulusi Görey'in okulda ders vermesini istemiştir. 1977 Mayıs'ında DTGSYO sergi salonlarında İhap Hulusi Görey sergi açmıştır. Yetmiş dokuz yaşında olduğu için hızlı eğitim temposuna dayanamayan Görey, iki yıl sonra görevinden ayrılmıştır (Arkitekt, 1998, 61-62).

Sanatçı 1965'den 1985 yılına kadar olan yirmi yıllık süre içerisinde üç ayrı kişisel sergisini:

1. 1966'da Şişli Terakki Lisesi'nde,
2. 1975'te Tatbiki Güzel Sanatlar Okulu'nda
3. 1984'te Ankara Milli Piyango İdaresi'nin sanat galerisinde açmıştır (Özsezgin, 1998, 266).

Yaşadığı son dönemlerde sanatçının çevresindekilere, özellikle çalıştığı kurumların kendisine karşı ilgisiz kalışlarından yakınmıştır.

1986'da İstanbul'da yaşamını yitirmesinden sonra, sanatçının desen ve sulu boya resimleriyle birlikte elde kalan afişlerinden birkaçı ilk olarak Ankara'da sergilenmiştir (Özsezgin, 1998, 267).

Ender Merter, 1982 yılında tanıştığı İhap Hulusi Görey'den çok etkilenmiş ve zamanla sanatçının eserlerini kapsayan özel bir koleksiyon oluşturmuştur. Bu eserleri 2002 yılının Şubat ve Mart aylarında İstanbul Hasköy Rahmi Koç Müzesinde sergileyerek, ilgilenenlerle buluşmasını sağlamıştır. Sanatçının doğumunun 100. yılı olması nedeniyle, İhap Hulusi Görey'i tanıtmak amacıyla Mimar Sinan Üniversitesi ile ortak bir çalışma yapmıştır. "Müsellesten Üçgene İhap Hulusi Görey 100 yaşında 1898-1998" adıyla yapılan çalışmalar, etkinliklerin sonrasında kalıcı hale getirilerek gelecek nesillere de aktarılmak amacıyla bir kitapta toplanmıştır. "Müsellesten Üçgene" adlı bu kitap sanatçı hakkında yazılmış olan en kapsamlı eser niteliğini taşımaktadır.

13-18 Nisan 1998 tarihleri arasında Grafist'98 Uluslararası İstanbul Tasarım Günleri İhap Hulusi Görey ile açılmıştır. Açılışta Sadık Karamustafa tarafından hazırlanan dia gösterisi yapılmıştır. Ender Merter ve Bedri Baykam foto-pentürlerden oluşan bir sergi ve 24 Eylül 1998'de "Tür Tanıtım" tarafından oluşturulan "İhap Hulusi Köşesi" Susam Bar'da açılmıştır.

31 Ekim- 4 Kasım 1998 Beylikdüzü TÜYAP 8.Matbaa ve Kâğıt Endüstrisi Fuarıyla iş birliği ile "İstanbul Uluslararası Tasarım Buluşmalarında İhap Hulusi Görey 100 Yaşında Sergisi" yapılmıştır.

28 Kasım 1998 Hacettepe Üniversitesi Güzel sanatlar Fakültesi Grafik Bölümünün düzenlediği T.C Kültür Bakanlığı Devlet Resim ve Heykel Müzesi konser salonunda gerçekleştirilen "Doğumunun 100.Yılında Grafik Sanatçısı İhap Hulusi Görey'in paneli ve sergisi yapılmıştır.

9-13 Aralık 1998 Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi'nde "Reklamcılığımızın ilk Yüzyılı" sergisi açılmıştır.

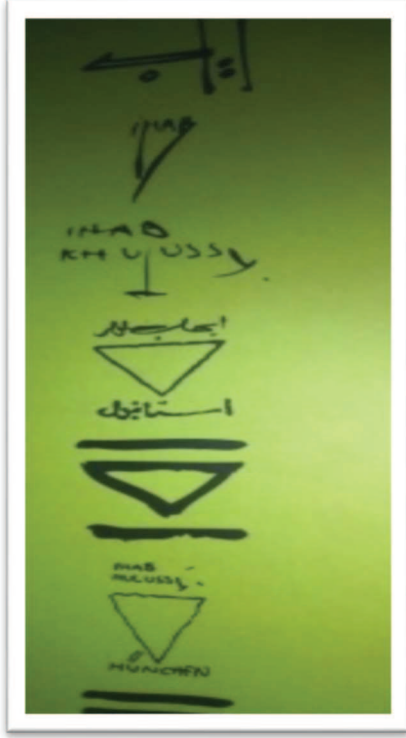
14 Nisan 1999 İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi son sınıf öğrencilerine İhap Hulusi Görey söyleşisi ve slâyt gösterisi düzenlenmiştir.

8-31 Aralık 1999 Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nde "Müsellesten Üçgene-99" sergisi açılmıştır.

7-15 Şubat Eskişehir Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesinde "Müsellesten Üçgene-2000" sergisi (Merter, 2008, 116).

İhap Hulusi Görey'i çağdaşlarından ayıran en büyük özelliği üstün desen ve leke anlayışındaki suluboya tekniğindeki çalışmalarıdır.

3.2. İhap Hulusi Görey'in İmzası



Görsel 130: İhap Hulusi Görey "İmzası" (Ender Merter Arşivi)
Görsel 131: İhap Hulusi Görey "İmzası" (Ender Merter Arşivi)

Türkiye’de Modern Grafik sanatının öncüsü İhap Hulusi Görey’in imzasında, İhap Hulusi-İstanbul sözcükleri yer almıştır. Üçgen şeklinde tasarlanmış inşacı imza da üçgenin ucu İstanbul’u işaret etmektedir. Latin harfleri ile tasarladığı işlerinin “İstanbul” ya da “Dersaadet” olarak imzalamıştır (Durmaz, 2010). Görey’in Almanya’da, eğitim aldığı öğrencilik yıllarında ürettiği metinler altındaki imzasında “München” veya “Münih” ibaresi görülmektedir. Görey’in metni ürettiği kente dair yaptığı vurgu aynı zamanda İstanbul için de geçerli olmuştur. Ludwig Hohlwein’in tasarımında olduğu gibi Görey’in imzasında da onun izlerine rastlanmaktadır. İmzasındaki üçgen form kübist fikirlerin geometrik formlara resimsel olarak fikir verdiğini, Art Deco’nun etkisini taşıdığını ve aynı zamanda Almanya’da bulunduğu bu süreç de Plakatstilci olan Bernhard’da da görüldüğü tespit edilmiştir (Çeviker, 2006, 95). İhap Hulusi Görey, resim çizme yeteneğini ilerletebilmek için iki yılını, aralıksız canlı modelden desen yapma, perspektif, ışık gölge ve siyah-beyaz resim

tekniki üzerinde çalışmalar yaparak resim alanında ciddi bir eğitim süreci geçirmiştir (Arkitekt,1998, 56-57).

Yakın akrabaları ve arkadaşları Görey'in imzası hakkında değişik görüşleri sürmüştür. Kimileri üç kez evlendiği ve hiç çocuğu olmadığı için bu üçgeni kullandığını belirtmiştir. Yeğeni İclal Atılgan; olaya çok farklı bir açıdan bakarak İhap Hulusi Görey'in üçgen bir vücuda sahip olmasından dolayı böyle bir yolu seçtiğini ifade etmiştir. İmzayı inceleyecek olursak, üçgenin üst kısmında sanatçının ismi yer alırken, alt ucu onun yaşadığı şehir olan İstanbul'u işaret etmektedir. Belki de imzası ile kendisini, yaşadığı ve tutkunu olduğu İstanbul ile özdeşleştirmiştir (Merter,1975, 5).

Görey'in tasarımlarıyla buluşan imzası, modernleşmenin örgütlediği mekânı da yeniden üretmektedir. Tasarımlarını bugüne taşıyan, izini sürdürdüğümüz ve keşfettiğimiz, geometrik formdaki imzası olmuştur. Grafik sanatlarda tasarlanan herhangi bir ürün, inşa edildiği dönemin sosyo-kültürel yapısı ile siyasi-politik yapısını çözmemizde bizlere, ulaşacağımız ve keşfedeceğimiz bilgilere ulaştırabilir. Dolayısıyla tasarımın son evresinde atılan imza kültürler arası etkinin bir parçası olarak kabul edilebilir.



Görsel 132: Ludwing Hohlwein "Die neuen Breiter" Almanya

Görsel 133: Ludwing Hohwein "İmza"

Erişim: (<https://www.google.com.tr/search?q=ludwig+hohlwein+signature>)

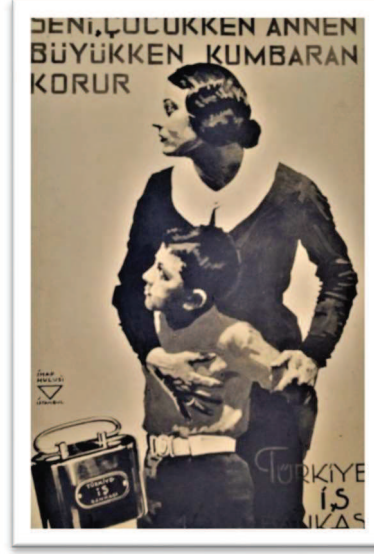
Utku Varlık; 1920’li yıllarda M n h’te Ludwig Hohlwein’in  ğrenci olan Görey’in eğitim sürecinde hocasıyla usta-çırak ilişkisinin imzaya kadar benzerlik göstermesinin ilginç olduğunu belirtmiştir. Ayrıca içerik, kompozisyon, fotoğraftan hareketle clair-obscur-pochoir dediğimiz dekapaj tekniği, ustaca yapılmış suluboya, guajla gölge ve leke, önemli bir dıŐavurumcu dilin, yani afiş sanatının kendisidir. Görey uzun yaŐadı, o yıllar akademinin afiş bölümünde ona özenen birini görmedim ve de niçin ilgilenilmedi, işlerini kapsayan bir kitap da bulunmamaktadır (Varlık, 2018, 91).

3.3. İhap Hulusi Görey’in İlan Metinlerindeki Mizahi Yaklaşımı

İdealist,  st n bir mizahi yaratıcılık algısına sahip sanatçı, ilan metinlerinin tümünü kendi yazmıŐtır. Bunlardan bir kısmı oldukça ilginçtir. Bu eserlerinden biri “Ankara Balı Daha Tatlı” yazan tasarımında, bir erkek bir kadını öperken görselleştirilmiştir. Yine Sümerbank Yerli Mallar Pazarının ilanında ise, ringde mücadele eden iki boksörün ill strasyonuna başlık eklenmektedir “Hafifsıklet bir Őampiyon gibi bu da kunduraların en hafifi ve sağlamıdır”. İŞ bankası afişinde ise “Kumbaranın arkadaŐlıđı daha faydalıdır” sloganında iki modern kılıklı kadının koyu sohbeti görselleştirilmiştir. “Seni k  kken annen, büyükken kumbaran korur” sloganlı afişte, sol tarafa bakan “Anne ve  ocuk” görseli işlenmiştir. Milli Piyango afişinde “Kaz gelecek yerden, tavuk esirgenmez” sloganını kullanmış, merkezde kaz ve tavuk görselini buluşturmuştur. Beykoz Kunduraları için yaptığı afişte “Beykoz Kunduraları martı gibidir, i lerine su geçirmez” sloganıyla mizahi yaklaşımını göstermiştir. Görey’in afişlerinde kompozisyon genelde merkezden dışa doğru aktarılmıştır. Konu ana merkeze toplanmıŐ olup, yan elemanlarla desteklenmiŐtir. Görey’in mizahi anlatım Őeklini kullanmasının sebebi, vatandaŐlara dolaysız ulaşmak ve halk ile bütünleŐmeyi amaçlamıştır. Görey’in slogan anlayışı, ilan metinlerindeki alıcıya seslenme Şekli, onun sanat anlayışındaki farlılığını ortaya koymaktadır. Ayrıca Görey, afişin seyredenlerin ilgisini çekmeli ve düŐündürücü olması gerektiğini söylemiştir.



Görsel 134: İhap Hulusi Görey "Milli Piyango Afişi (Ender Merter Arşivi)



Görsel 135: İhap Hulusi Görey "İş Bankası Afişi" (Ender Merter Arşivi)

Görey; "Bugünkü afişleri ben beğenmiyorum. Halka hitap etmiyor. İlgi çekmiyor. Sözle çizgi birleşmiyor. Reklam şirketlerinin imkanları afiş sanatçısının lehine kullanılmıyor. Beni sergiye götürdüler. Güzel resim bunlar, fakat afiş değil" demiştir (Merter, 2008, 55).



Görsel 136: İhap Hulusi Görey "İş Bankası Afişi" (Ender Merter Arşivi)



Görsel 137: İhap Hulusi Görey "Milli Piyango Afişi" (Ender Merter Arşivi)

Onun disiplinli sanat anlayışının yanısıra renkli bir kişiliği olduğunu söyleyebiliriz. Görey'in sanatı, bu renkli kişilikle pek örtüşmediği, seçtiği renk paletinde kendini ele vermektedir. Fotoğraf karelerinde yararlanarak bir-iki rengin tonlarıyla oluşturduğu monokromlarında zıtlıklar hakimdir. İhap Hulusi'nin afişlerinde Alman grafik ekolüne özgü şema disiplini egemendir. Biçime, inşaya ağırlık veren gerçekçi kompozisyonları, aynı zamanda yalın-sade anlatımıyla mesajı zihinlerde unutulmayan mit haline dönüştürmüştür. Görey izleyicide alışlagelmiş düzeni kırarak yeni anlayışla hazırladığı tasarımlarla kitleyi şaşkına çevirmiştir. Afişlerinde kullandığı anlatımı güçlendiren ton ve renk vurguları zengin fakat, sade ve anlaşılır olmuştur. Biçim yer yer taramalar, bazen de açık koyu kontrastlarla ifade bulmuştur. Mesajın yerine afişlerinde kullandığı gerçekçi imgeler, izleyiciyi etkisi altına almıştır (Merter, 2008, 88).

Afişlerinde gerçekçi yansımaların olduğu sanatçı, sanat yaşamına başladığı yıllarda, baskı tekniği gelişmemiştir. Bu süreç o dönemde yapıtlarında daha özgün arayışlara yönelmesini engellemiş olsa da Görey'in kişisel bir üslup gelişimini engelleyememiştir.

1927 yılında "İnci Diş Macunu" ile başlayan sanat süreci "Alfabe" ile devam etmiş, Ziraat Bankası, İş Bankası, Türk Tayyare Cemiyeti (Milli Piyango İdaresi), İnhisarlar İdaresi (Tekel), Yapı Kredi Bankası, Garanti Bankası, Emlak Kredi, Sümerbank, Merkez Bankası, Türk Ticaret Bankası gibi kurumların afiş ve ilanları İhap Hulusi'nin sanat anlayışı ile adeta hayat bulmuştur.

3.4. 1932-1975 Arası Kronolojik Sırası İle İhap Hulusi Görey'in Eserleri

1. 1932 de, İnhisar İdaresi (Tekel), Kulüp Rakısı etiketi,
2. 1935 de, Piyale Makarnaları, Türkiye İş Bankası, Ziraat Bankası, Garanti Bankası, Emniyet sandığı, Turing Kulübü Nüfus sayım afişleri yılları kapsar.
3. 1935'te Türkiye'deki ilk afiş sergisini İstanbul'da, Beyoğlu'nda açtı.
4. 1936 Sivas -Erzurum Demiryolu Tahvilleri

5. 1940 Vakıflar Bankası, Sümerbank, Burla Biraderler, Bayer, Kodak,Pirelli, Kurukahveci Mehmet Efendi, Kızılay
6. 1940'da Şişli Halkevi'nde Afiş Sergisi'nde “Bursa ve İzmir” adlı afişleriyle derece aldı.
7. 1930-1940 arası Harrison Çorap makineleri, Yerli Mallar Pazarı Yeşilay, Spor Toto, Fort Otomobilleri, Beykoz Kunduraları,
8. 1948'de Viyana Uluslararası Afiş Sergisi'nde, “Bursa ve İzmir” adlı afişleriyle derece aldı.
9. 1949 Birinci sigarası Tasarımı
10. 1965'te “İstanbul'un Tiplerinden” adlı bir dizi afiş hazırladı.
11. 20 Kasım 1968'de Şişli Terakki Lisesi'nde resim sergisi açtı.
12. 11-24 Mayıs 1977'de Devlet Tatbik Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'nda 20. Yıl Sergilerine katıldı.
13. 1978'de Grafikerler Meslek Kuruluşu onur üyeliğine seçildi.
14. 18 Mayıs 1981'de İstanbul'da Forum Sanat Galerisi'nde ilk toplu sergi açtı.
15. 10-31 Mayıs 1982'de Türk-Amerikan Derneği'nde afiş, suluboya, yazı, retrospektif sergisi açtı.
16. 30 Kasım-23 Aralık 1983'te İstanbul Nişantaşı Akbank Sanat Galerisi'nde resim sergisi açtı.
17. 1 Ağustos 1984'te Milli Piyango İdaresi Sanat Galerisi'nde resim sergisi açtı.

**İhap Hulusi Görey'in Afişlerinin Yurt İçi ve Yurt Dışına
Yaptığı Çalışmalara Göre Sınıflandırılması**

Afiş Türü	Afiş Sayısı
Yurt İçinde Kamu Kurumları ve Özel Sektör İçin Yapılan Afişler	124
Yurt Dışında Yabancı Kuruluşlar İçin Yapılan Afişler	15
Türkiye'yi Tanıtan Afişler	3
Toplam	142

**İhap Hulusi GÖREY Tarafından Kamu Kurumları ve Özel Sektör İçin
Tasarlanan Afişler**

Kurum Adı	Afiş Sayısı	Firma Adı	Afiş Sayısı
Milli Piyango İdaresi	16	Bourla Biraderler – RCA Radyoları	7
Sümerbank	11	Bayer	7
Türkiye İş Bankası	7	Kurukahveci Mehmet Efendi	5
Spor Toto	7	Çapa Marka	5
Ulusal Ekonomi Arttırma Kurumu	4	Pirelli	3
Devlet Hava Yolları	4	Gislaved Şosonları	3
İnhisarlar İdaresi (TEKEL)	4	Yapı ve Kredi Bankası	3
Devlet Demiryolları	3	Piyale	2
Türkiye Ziraat Bankası	2	Garanti Bankası	2
Vakıflar Bankası	2	Frigidaire	2
Emlak Bankası	2	İnci Macunları	1
Yeşilay	2	Harrison Çorap Makinesi	1
Erzurum Sivas Tahvilleri	2	Yalova Kaplıcaları	1
Kızılay	1	AEG	1
Saygısızlıkla Savaş Derneği	1	Beşir Kemal-Nasır İlacı	1
Başvekâlet İstatistik Umum Müdürlüğü	1	Markoni	1
Emniyet Sandığı	1	Remington	1
Devlet Ziraat İşletmeleri Kurumu	1	Kavaklıdere Şarapları	1
National Turkish Tourist Agency	1	Türk Ticaret Bankası	1
		Aygaz	1
		Cumhuriyet Halk Partisi	1
		Uluslararası İzmir Fuarı	1
		Bursa Koza Tan. Satış Koop. Birliği	1
TOPLAM	72	TOPLAM	52
		GENEL TOPLAM	124

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

4.YÖNTEM

4.1.Araştırma Modeli

Model, doğrudan gözlemleyemediğimiz olguların anlaşılmasını basitleştirmek için kullandığımız analit çerçevelerdir. Kavramlar arasındaki ilişkileri anlamlı hale getirmek için literatür taraması ile gerekli kaynaklar tespit edilmiş; bu kaynaklara ulaşıp değerlendirilmesi ve tek bir kaynakta bu verilerin toplanması sağlanmıştır. Bu araştırmanın temel modelini Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemi ile Cumhuriyetin ilk yıllarında köprü görevi gören İhap Hulusi Görey'in, 1925-1970 yılları arasında yaptığı on beş afişi oluşturmaktadır.

4.2.Veri Toplama Teknikleri

Bu araştırma nitel araştırma yöntemi kullanılarak betimsel analiz kapsamında örnek olay (özel durum) araştırmalarıyla oluşturulmuştur. Nitel veri toplama yöntemlerinden olan alan literatür taramasında, uzman görüşüne başvurma temel yöntem olarak kullanılmıştır.

Görey'in farklı zaman aralıklarında yaptığı on dört afiş ve bir kitap kapağı illüstrisine on sekiz soru geliştirilerek mülakat (görüşme) formu hazırlanmıştır. Farklı üniversitelerin grafik ve grafik ana sanat dalında görev alan on yedi uzmanla mülakat (görüşme) yapılmıştır.

Bu araştırmada, alan ve literatür taramaya gidilmiş, elektronik kaynaklardan yararlanılmış, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi sergi salonundan İhap Hulusi Görey'in eserleri fotoğraflanmıştır. Karadeniz Teknik Üniversitesi Kütüphanesi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Kütüphanesi, 19 Mayıs Üniversitesi Kütüphanesi, Ankara Milli Kütüphane, Ordu Güzel Sanatlar Lisesi

Kütüphanesi, İhap Hulusi Görey'in "Deniz Sefası Deniz, Hamamında Plaja Nostalji" konulu Milli Piyango Biletleri Pera Müzesi İstanbul, Gallery of Art Prague galerinden fotoğraf ve literatür taraması yapılmıştır.

4.3. Verilerin Analizi

Bu araştırmada, Türk afiş sanatının gelişiminde öncü bir isim olan İhap Hulusi Görey'in Osmanlı ile Cumhuriyet arasındaki yetkin sanat anlayışı, afiş sanatının gelişimine katkıları ve çağdaş Türk grafik sanatına etkileri incelenmiştir.

Nitel araştırma yöntemi kullanılarak betimsel analiz kapsamında örnek olay (özel durum) araştırmaları ile incelenen İhap Hulusi Görey'in, on dört afişi ve bir kitap kapağı illüstrasyonuna, uzman danışmanlığında bilimsel bir dayanak oluşturması için, on sekiz soru geliştirilmiştir. On yedi uzmanla yapılan çalışmada mülakat (görüşme) formu kullanılmıştır. Mülakat (görüşme) formundaki sorular yapılanmış görüşme (formel) şeklinde uygulanmıştır. Uzmanların görüşlerinden elde edilen veriler betimsel analiz çerçevesinde sentezlenmiştir.

Yapılanmış görüşme (formel) daha çok, önceden yapılan ve ne tür soruların ne şekilde sorulup, hangi verilerin toplanacağını en ayrıntılı biçimde saptayan görüşme planının aynen uygulandığı bir görüşmedir. Cevapların denetimi kolay olmakla birlikte içtenliği sağlama olanakları sınırlandırılmıştır (Karasar, 2009, 157).

Yapılan görüşmeler neticesinde varılan çıkarımlar bulgular ve yorumlar kısmında detaylı olarak verilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

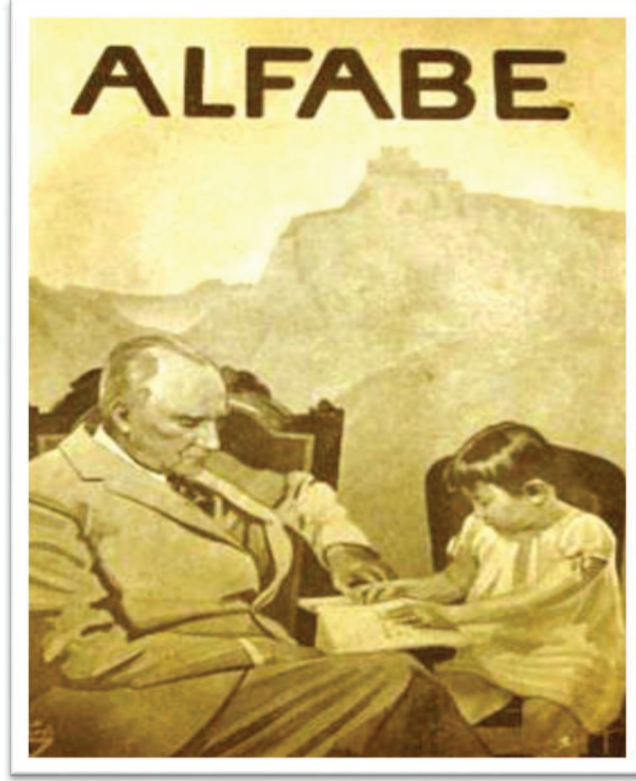
5. BULGULAR VE YORUM

5.1. Bulgular

5.1.1. İhap Hulusi Görey'in Eserlerinin Uzman Görüşü Kapsamında İncelemesi

Bu çalışma İhap Hulusi Görey'in, nitel araştırma yöntemi kullanılarak betimsel analiz içerisinde örnek olay (özel durum) araştırmasıyla incelenen on dört afişini ve bir kitap kapağını kapsamaktadır. On dört afiş bir kitap kapağı illüstrasi için geliştirilen sorular, afiş tasarım kriterleri, tipografi ve tipografik düzenlemeler, grafiksel dil ve anlatım biçimleri, afiş tasarımda değerlendirme kriterleri kapsamında geliştirilmiş, özgün sorulara verilen özgün cevaplar ışığında Türkiye'nin gelişim evresine ve aydınlanma sürecine Görey'in afişlerinde; sosyal, siyasi, kültürel, ekonomik ve ideolojik kavramların, sanatıyla nasıl yön kazandığı irdelenmiştir. Uzmanlar ile sağlanan görüşme, saat ve tarih olarak kayıt altına alınarak belgelendirilmiştir. Afişler kronolojik harf sırasına göre dizilmiştir. Soruların bir kısmı özgün olup, ulaşılan bilgiye sonuçlar kısmında ayrıntılı olarak yer verilecektir. Uzmanlara sorulan sorular, benzerlik göstermesi durumunda ortak bir görüşte ele alınacaktır.

5.1.1.1. “Alfabe” Kitap Kapağı Tasarımı



Görsel 138: İhâp Hulusi Görey “Alfabe Kitap Kapağı-1929

1. Afişte (Kitap kapağı illüstrasyonunda) mesaj nasıl verilmiştir?

Kitap kapağı olarak düzenlenen bu illüstrasyonda, tüm uzmanlar mesajın doğrudan izleyiciye iletildiğini ifade etmişlerdir. Görselde Atatürk, manevi kızı Ülkü’ye Türk alfabesini öğretirken betimlenmiştir. Bu kitap kapağında ana unsur eğitimin gerekliliğidir. Yapılan illüstrasyonda çocuğun kız olarak seçilmesi ise eğitimde kız çocuklarının önemi ve önceliği mesajlarını vermektedir. “ALFABE” başlığının en üst kısmında konumlandırılması, büyük harfle ve büyük boyutta yazılması sayfanın ortasında yer alan görüntüyü açıklar niteliktedir. Bu kullanım şekli ile illüstrasyon ve yazı metni bütünsellik göstermektedir.

1 Kasım 1928’de Latin harflerine geçişin önemli bir göstergesi olan görselde Atatürk ve manevi kızı küçük Ülkü, “ALFABE” ile buluşturulmuştur.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

On yedi uzmanın ile yapılan mülakatta üç uzman, vurgunun “ALFABE” yazısına yapıldığını ifade etmişlerdir. On dört uzman ise üst başlıkla Atatürk’ün manevi kızı Ülkü’ye alfabeyi öğretmesiyle eğitime vurgu yapıldığını belirtmişlerdir. Dolayısıyla başlık ve illüstrasyonda arasında eşdeğer bir vurgu göze çarpmaktadır.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

On yedi uzman da kitap kapağı olarak tasarlanan illüstrasyonda tek başlık olduğu için hiyerarşik bir sıra olmadığını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte görselle tipografinin uyum içerisinde olduğu belirtmişlerdir.

4. Afişte (Kitap Kapağı illüstrasyonunda) kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Tüm uzmanlar Görey’in afişinde kullandığı tipografinin elle yazılan kaligrafik formlar içerdiğini belirtmişlerdir. Büyük boyutta konumlandırılan görselin üst kısmına eklenen “ALFABE” yazısı o günün şartları düşünüldüğünde, başarılı bir tasarım olduğu ve çağdaşlarına öncülük ettiği kanaatine varılmıştır. Ayrıca günümüz afiş sanatında deneysel tipografinin ön planda olduğu ifade edilmiştir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

On yedi uzmanın ortak görüşünde; imgenin ana konuyu yansıttığı görselde alfabenin oluşumunda Atatürk’ün çok önemli etkisinin olduğu belirtilmiştir. İmge, dış dünyadan alınan öğeler ile oluşturulmaktadır. Dış dünya izlenimlerinin zihinde görüntüye dönüşmesi, resimsel bir değer kazanmasıdır. Teknik tanıma uygun olarak imgenin ana konuyu yansıttığı açıktır. Buradaki ana vurgunun “Eğitim ve Alfabe” olarak yansıtıldığı uzmanlarca belirtilmiştir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar imge olarak kullanılan Atatürk, minik Ülkü ve arka fondaki Ankara Kalesi’nin suluboya tekniğiyle yapıldığını belirtmişlerdir.

İhap Hulusi afişinde genel olarak yalınlaştırılmış lekesele formlar ve sert gölgelerden oluşan özel bir suluboya tekniği kullanmıştır. Bu teknik aynı zamanda Almanya’da hocası olan Ludwig Hohlwein’in geliştirdiği bir grafik resimleme tekniğidir. Bu teknikte figür ve formlar minimal bir ton ve renk skalasında illüstre edilerek lekesele etkiyi arttırmıştır. Grafikselle mesajı güçlü bir biçimde iletebilmek için, arka planlar atılarak, vurgulanacak öge ön plana çıkarılmıştır. Bu da geleneksel resim tekniği olan suluboyayı etkili ve doğrudan mesajlar ileten bir grafik malzemeye dönüştürmüştür.

7.Afişte renk nasıl verilmiştir?

On yedi uzmanın ortak kanaati, “monokrom” olan kitap kapağı illüstrasyonunda kullanılan renkler pastel sarılardan koyu sepya tonlarına kadar uzanan armonik renk dizilerinin kullanıldığı monokromatik bir paletle resimlenmiştir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Tüm uzmanlar, kitap kapağı illüstrasyonunda “ALFABE” ile Atatürk’ün manevi kızı Ülkü’ye alfabeyi öğretmesi olarak betimlenen çalışmada mesaj ve imge bütünlüğünün oluşturulduğu sonucuna varmışlardır.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Tüm uzmanlar illüstrasyonda, piramidal bir kompozisyon kullanıldığı, sol alt ve sağ alttan üst çizgiye doğru daralan bir bakış açısıyla çizildiğini ifade etmişlerdir. Böylece simetriye yakın espas öğeleri dengede tutulmuştur.

Görselde yer alan imgelerin izleyicide bıraktığı etki, imgelerin ifade düzeninin sağlamlığı ile bağlantılıdır. Sanat eserinde uyumlu bir kompozisyonun gerçekleştirilmesi için genel kabul gören ve sanatçıların üsluplarında farklılıklar görülen kompozisyon ilkelerini de belirtmek gerekmektedir. Bu ilkeler; denge, ritim, hareket, zıtlık, baskınlık, uygunluk, oran ve vurgudur. Sanatçı kompozisyon ilkelerini oluştururken, aynı zamanda sanat ve tasar elemanlarına bağlı kalmalıdır. Çizgi, renk, biçim, değer bunların bazılarıdır (Altıntaş, 2007,14).

İhap Hulusi Görey'in "ALFABE" kitap kapağı illüstrasi, kompozisyon ilkelerine bağı kalınarak oluşturulmuştur. Güçlü bir etkiyle sağlanan espas, imgeler arasında zıtlıklarla dengede tutulduğunu belirtmişlerdir.

10. Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar kitap kapağı illüstrasyonu olan bu çalışmanın slogan içermediğini belirtmişlerdir.

11. Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

Tüm uzmanlar, kitap kapağı illüstrasyonun mizahi bir içeriğinin olmadığını, eğitimin önemine vurgu yapan bir çalışma olduğunu belirtmişlerdir.

12. Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

On üç uzman, İhap Hulusi Görey'in kitap kapağı illüstrasyonunun günümüz afiş sanatını etkilediğini belirtmişlerdir. Günümüz afiş sanatı incelendiğinde dijital teknikler deneysel olarak uygulansa da kompozisyon-imge ve yazı açısından etkilemiş olduğu, bugünkü illüstrasyon örneklerinden anlaşılmaktadır. Dolayısıyla kullanılan yalın, düz yazı karakter kullanımı ve illüstratif imgeler günümüzde de sıklıkla kullanılmaktadır. İki uzman ise afiş sanatında kullanılan tekniklerin günümüz afiş sanatını etkilemediğini belirtmişlerdir.

13. Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

Evet, Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamıştır. Latin harflerinin öğretilip yaygınlaştırılmasının modernleşme sürecinde önemli bir yeri olduğunu belirtmişlerdir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

Tüm uzmanlar, afişin dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmediğini ifade etmişlerdir.

15. Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanlar, afişte tasarrufu konu alan herhangi bir tasarı elemanı olmadığını belirtmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

1928'de Latin alfabesine geçişle "Yeni Türk Alfabesinin" oluşumunu tanıtan bu illüstrasyonda tüm uzmanlar, ana konunun "eğitimin gerekli olduğu" görüşünde birleşmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

Yedi uzman bu soruya hayır cevabı vermiştir. Bir uzman illüstrasyonun ideolojik bir fikrin parçası olduğunu ifade etmiştir. Altı uzman ise Cumhuriyet ideolojisiyle oluşturulan bu çalışmada modern toplumların eğitimle aydınlanacağını belirtmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Tüm uzmanlar, "ALFABE" konulu bu kapak illüstrasyonunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğunu belirtmişlerdir.

5.1.1.2. “Bayer-Panflavine” Afişi



Görsel 139: İhap Hulusi Görey “Panflavine Afişi” 1940 (Ender Merter Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

Mesajın hedef kitleye “Panflavine” ilaç yazısına vurgu yapılarak doğrudan verildiği, görsel unsurların tipografiyle desteklendiği, böylece ürünün kullanım amacının öne çıkarıldığı uzmanlarca belirtilmiştir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Afişte soğuk bir renk skalasından oluşan arka planın önündeki parlak kırmızı renkteki ürün adının (Panflavine) afişin vurgusunu oluşturduğunu belirten uzmanlar, aynı zamanda fondaki figürlerin lekesele değerine eş zamanlı vurgu yapıldığını belirtmişlerdir. Sonuç olarak on dört uzman, ilk vurgunun “Panflavine” yazısına, ardından arkadaki boğazını tutan erkek öğrenci ve yanındaki kız öğrenciye kademeli

olarak geçiş yapıldığını belirtmişlerdir. Bir uzman ise vurgunun, ilaç ambalajını ve hedef kitlenin öne çıkardığını ifade etmiştir.

Becer'e göre: "Vurgu bir tasarım yüzeyinde her şey aynı anda aynı yerde vurgulanmak istenirse, vurgu kavramı kaybolur. Bu nedenle, ilk bakışta algılanması gereken aynı değerde birden fazla unsur olmamasına dikkat edilmelidir. Birden fazla önemli unsur varsa, bunların vurgu değerlerinin hiyerarşisine önem verilmektedir" (Becer, 2005, 74)

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

Afişte arka plandaki koyu tonlardan oluşturulan illüstrasyon ve Bayer logosu güçlü bir simetrik yapı oluştururken, sağ üsteki başlık küçük puntoyla yazılmış olup vurgu yapılan "Panflavine" ilaç ismine parlak kırmızı kullanılarak tipografi büyütülmüş ve başlıkla alt başlık arasında yukarıdan aşağıya ve soldan sağa kayan hiyerarşik bir düzenleme olduğu tüm uzmanlar tarafından belirtilmiştir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

On üç uzman, dönemin koşullarına bakıldığında başarılı bir afiş olduğunu, çağdaşlarına ve günümüze afiş sanatına öncülük ettiğini belirtmişlerdir. İki uzman sadece çağdaşlarına öncülük etmiş olacağını fakat günümüz afişlerinin deneysel boyutta olduğunu ileri sürmüşlerdir. Sonuç olarak "panflavine" afişi dönemin çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük ettiği ağırlıklı olarak ifade edilmiştir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Bu soruya cevap veren uzmanların on dördü imgenin ana konuyu yansıttığını belirtmişlerdir. Bir uzman ise imgenin ana konuyu kısmen yansıttığını belirtmiştir. Çalışmada okul öğrencilerinin imgelendiği, belli bir hedef grup seçildiği için ilacın sadece okul çağındaki çocuklar ve gençler için üretildiği fikrini uyandırdığını ifade etmiştir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar, imgenin illüstrasyon tekniğiyle verildiğini ifade etmişlerdir.

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar, afişin arka kısmının soğuk renk skalasından oluştuğunu, ön kısımda ürün adı “Panflavine” parlak kırmızı renkte konumlandırıldığını, bu şekilde, imge ile tipografik unsur arasında kontrast bir zıtlığa gidildiğini belirtmişlerdir. Böylece “panflavine” metninin parlak kırmızı ile vurgulanması, arka kısmın soğuk etkisini yumuşatmıştır. Sanatçı, afişte görsel ilgiyi ürün adına çekmiş, arka kısmı nötrlemiştir. Bu şekilde ürünün (ilacın) potansiyel hedef kitlesini de tanımlamıştır.

8. Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Tüm uzmanlar, afişte mesaj ve imge bütünlüğünün sağlandığı belirtmişlerdir.

9. Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Bu soruya uzmanlar farklı cevaplar vermişlerdir. İki uzman, Görey’in kompozisyon algısında, Arap alfabesine yatkınlığı ve hat-kufi yazı sanatı denemelerinin etkisinde kaldığını belirtmişlerdir. Figürlerin soldan sağa, ilaç logosunu ve ürün adını sağdan sola konumlandığı, “simetrik-asimetrik” kompozisyonun her ikisinin de kullandığını belirtmişlerdir. Üç uzman, kompozisyonda dikey unsurları diyagonal kesen, kaçış çizgileriyle oluşturduğunu, dört uzman, kompozisyonun “asimetrik” olduğunu belirterek afişin orta kısmına yerleştirilen, yan yana yürüyen kız ve erkek öğrenci figürlerinin dikey bir çizgi oluşturduğunu, “Panflavine” ve ikinci ilaç kutusunun yatay çizgi çizdiğini belirtmişlerdir. Sekiz uzman ise çalışmanın simetrik bir kompozisyonla yapıldığını belirtmişlerdir.

Görselde biçimlerin dengeli yerleştirilmesi, zıtlık, uygunluk, renk, hareket ve ton değerleriyle sağlanabilir. Görsel uyarıcıların temel ilkelerinden biri zıtlıktır. Zıtlıklar; benzer kompozisyon içinde kullanılan imgelerin birbiriyle uyumlu olması zorunlu değildir. Simetrik bir kompozisyon dengeyi zıtlıklar kullanarak asimetrik bir

dengeye dönüştürebilir. Bu şekilde; mekân ve imge algısı farklı boyutlara taşınabilir (Akalin, 2013, 103).

Görey'in afişlerinde kullandığı yazım şekli ve görsellerdeki zıtlıklar standart bir algıyı ortadan kaldıran görsel uyarıcılardır. İhap Hulusi'nin Arap alfabesine yatkınlığı ve hat -kufi yazı sanatına eğilimi onun kompozisyon olgusuna ışık tuttuğu ve yeni arayışlar içinde olduğu izlenimini doğurmuştur. Afişlerindeki kompozisyon düzenlemelerinde belli bir standart ölçünün olmadığı, aynı zamanda vurgu yapacağı unsura göre metin ve görselde zıtlıklardan hareket edildiği izlenimine varılmıştır.

10. Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

Görey'in Bayer ilaç firmasına yaptığı ürün adı "Panflavine" afişin vurgu noktasıdır. "Boğaz olmamak için, Panflavine kullan" sloganı, on yedi uzman tarafından çarpıcı bulunmuştur.

Afişte arka plandaki koyu tonlardan oluşan illüstrasyon ve Bayer logosu güçlü bir simetrik yapı oluştururken, sağ üstteki başlık, sol alttaki ilaç imgeleri ile kırmızı renkte ve diyagonal konumda kullanılan ürün adı (logosu) bu statik kompozisyon yapısını nispeten daha dinamik hale getirmiştir. Genel olarak soğuk bir renk skalasından oluşan arka planın önündeki parlak kırmızı renkteki ürün adı "Panflavine", afiş 'in vurgu noktasıdır. Çalışmada yan yana yürüyen kız ve erkek öğrenci, aynı zamanda ürünün (ilacın) potansiyel hedef kitlesine de tanımlamaktadır.

11. Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

Tüm uzmanlar, İhap Hulusi'nin Bayer ilaç firması için yaptığı "Panflavine" adlı afişinde "Boğaz olmamak için, Panflavine kullan" sloganı mizahi bulunmuştur.

(Slogan kelimesi İngilizce kökenli bir kelimedir. Türkçeye aktarım şekli özdeyiş veya vecize olarak çevrilebilir. Slogan bir marka hakkında tanımlayıcı, betimleyici, ikna edici ve bilgiyi ileten kısa kelime grubu olarak tanımlanabilir. Başka bir deyişle bir ürünü halk ile buluşturan kısa ve akılda kalıcı mesajlar ileten metinlerdir. Bir markanın inşasını metinler arası kurgu ve modellemeler oluşturur. Ürünün tanıtım elemanlarından biri olan slogan bu anlamda en çarpıcı baş aktör

görevi görmektedir. Dolayısıyla bir ürünün reklam çalışmasında ürüne verilen kimlik veya nitelenen sloganda hedef kitleyi iyi sentezlemek ve tanımak gerekmektedir.)

Hedef kitle demografik, psikografik, coğrafi ve davranışsal faktörlere göre ayrılabilir. Buradan yola çıkılarak Görey'in 1940'larda yaptığı bu afiş, mizahi bir anlatım (vurgu) içerdiği söylenebilir.

12. Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

İki uzman, İhap Hulusi Görey'in afiş sanatında kullandığı tekniğin günümüz afiş sanatını etkilemediğini, on beş uzmanın ise, Görey'in afişlerinde kullandığı tekniğin kendi çağdaşlarını ve günümüz afiş sanatını etkilediğini ifade etmişlerdir. Görey'in afişlerinde yalınlaştırılmış lekesel formlar ve sert gölgelerin bugün dijital ortamda kullanılan resimleme tekniği ile benzerlik gösterdiği, aynı zamanda tıp alanında yapılan afiş çalışmalarında da bu minimal etkilerin görüldüğü belirtilmiştir.

İhap Hulusi'nin Almanya'da eğitim aldığı yıllarda atölye hocası olan Ludwig Hohlwein üslubu olarak bilinen sert gölgeler ve lekesel formlar ile grafik alanında, yeni bir dönem oluşturmuştur. Bu dönem beraberinde grafik resimleme tekniği dediğimiz "plakatstil" yaklaşımını doğurmuştur. 20. yüzyıl modernizminin en önemli bulgusu olan Tipografi, illüstrasyonun bir parçası olarak ele alınmıştır. İmgede kullanılan minimal etki artırılmış, izleyicinin ilgisini çekecek geniş boşluklara yerini bırakmıştır. Kalın yazı fontları, göz alıcı renkler ve basit merkezi görüntüler bu yaklaşımın en önemli ögesi olmuştur. Bu yeni etkileri afişleriyle buluşturan sanatçı, izleyicisiyle net ve sağlam iletişim kurmuş ve aynı zamanda döneminde büyük bir ticari rekabet yaratmıştır. Bugünkü ticari amaçla üretilen reklam afişleri çağın bir getirisi olarak dijital ortamda deneysel çalışmalardan ibaret olsa da özüne bakıldığında aynı unsurları içermektedir.

13. Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

Yan yana yürüyen kız ve erkek öğrenci figürlerinden oluşan görselde, yan anlam olarak modernleşmenin ancak eğitim kanallarıyla gerçekleşeceği mesajı verilmesine rağmen, ana anlamda öğrenciler arasında yayılan gribal enfeksiyon ve soğuk algınlığına karşı koruyucu bir ürün olan "panflavine" kullanmanın önemini vurgulandığı bu afişin ticari unsurlar barındırdığı için modernleşmeye katkısının doğrudan olmayacağı tüm uzmanların ortak görüşüdür.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

İki uzman afişin, dönemin sosyo-ekonomik durumuna modern tıbbın ürünlerinden faydalanmayı önerdiğini belirtmişlerdir. On beş uzman ise, dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmediğini ileri sürmüşlerdir.

15. Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanlar, afişindeki ana konunun tasarrufu kapsamadığı, sağlık temasına vurgu yapıldığını ifade etmişlerdir. Boğaz ağrılarında "Panflavine" kullanımının önemine ilgi çeken afişin aynı zamanda ticari unsurlar da taşıdığını belirtmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

Okul çağındaki çocukların boğaz enfeksiyonu geçirme durumuna karşı engelleyici bir önlem olarak "Panflavine" adlı ilacın kullanılmasının önerildiği bu afişte, tüm uzmanlar ana konunun sağlık olduğunu ifade etmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

Üç uzman, modern giyimli öğrencilerin betimlendiği afişte yeni bir Cumhuriyetin idealize edildiğini belirtmişlerdir. On dört uzman ise, bu afişte herhangi bir ideolojik fikrin yansıtılmadığını ifade etmişlerdir.

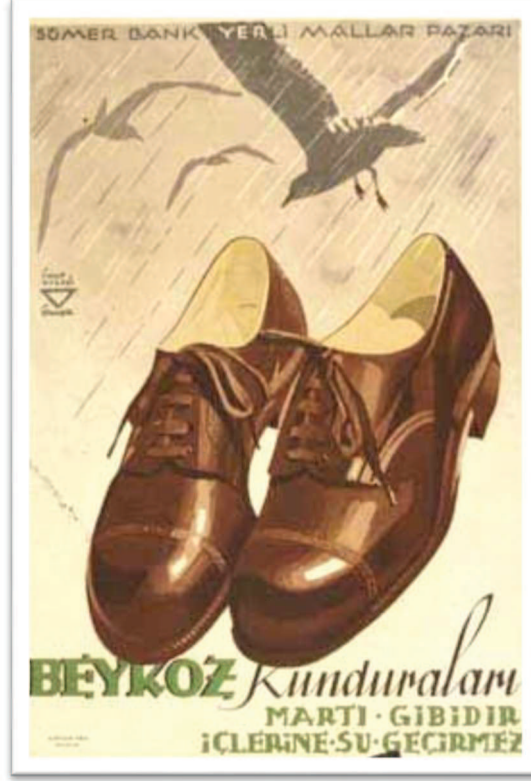
18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Tüm uzmanlar karma eğitimin olduğu modern toplumlarda, bunun çağdaşlığa atılan ciddi bir gösterge olduğu sonucuna varmışlardır.

Cumhuriyetin milli, çağdaş ve laik eğitim sistemiyle şekilleneceği, aynı zamanda hiçbir ayırım gözetmeksizin kız ve erkek öğrencilerin karma eğitimdeki eşitliği bu görsellerle ortaya koyulmuştur.

İhap Hulusi'nin hayata olan bakış açısı, sanata olan bakış açısıyla ciddi bir şekilde örtüşmektedir. Onu çağdaşlarından ayıran en belirleyici özelliği Ludwig Hohlwein'in öğrencisi olmasıdır. Fotoğraftan yararlandığı illüstratif afişlerinin ana kaynağı Anadolu insanıdır. Kadın-erkek, köylü-kentli, eğitilmiş-eğitimsiz ayırımı yapmaksızın afişlerinde buluşturduğu baş kahramanları Cumhuriyetin ciddi bir temsilcisi olmuştur. İhap Hulusi sanatını icra ederken yaşadığı zorluklara rağmen Cumhuriyetin hedeflediği sosyo-ekonomik ve kültürel yapısına sanatıyla hayat veren bir öncü olmuştur.

5.1.1.3. “Beykoz Kunduraları” Afişi



Görsel 140: İhap Hulusi Görey “Beykoz Kunduraları” Afişi-1933 (Ender Merter Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar, mesajın direkt reklamı yapılan ürüne (Beykoz kundurası) ve arka kısımda su damlaları arasında uçan martılar üzerinden verildiğini; mesajdaki vurgunun da kahve tonlarında resmedilmiş ayakkabıya, arka planda kullanılan martı imgesinin ve yağmur damlalarının ise “su geçirmezlik” üzerine yapıldığını belirtmişlerdir.

İhap Hulusi Görey’in reklamını yaptığı ürün afişinde, İllüstratif imgeyi büyük boyutlarda ön kısımda konumlandırmıştır. Görey’in mesajı ilk bakışta doğrudan iletilirken, afişi dikkatlice incelediğinizde arka kısımda görseli ve tipografiyi destekleyen tamamlayıcı etkilerin olduğunu da fark etmek güç olmayacaktır.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Bu afişte uzmanların üç farklı görüşü olmuştur. Bir uzman afişte vurgunun “Beykoz” yazısına yapıldığını belirtmiştir. Dört uzman kunduraların su geçirmediğine vurgu yaparken, on iki uzman ise vurguyu koyu kahve tonlarında büyük boyutta resmedilmiş olan ayakkabılara yapmıştır. Ayrıca bahsedilen on iki uzman arka kısımda kullanılan martı imgesinin ve yağmur damlalarının “su geçirmezlik” mesajının güçlendirilmek için yan anlam olarak verildiğini ifade etmişlerdir. İhap Hulusi’nin “Beykoz Kunduraları” afişinde vurgunun büyük boyutlu ayakkabı illüstratifine yapıldığını, martı imgesi ve yağmur damlalarının slogandaki mesajı güçlendirmek ve çarpıcı hale getirmek için desteklediği sonucuna varılmıştır.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

İhap Hulusi’nin “Beykoz kunduraları” afişinde, üç uzman, başlık ve alt başlık arasında düzenlemenin etkili olmadığını ifade etmiştir. On dört uzman ise üst başlık “Sümer Bank Yerli Mallar Pazarı” yazısında “Sümerbank’ın” birleşik yazılması gerektiğini ve küçük fontlarda yazılan marka adının etkisiz olduğunu, alt başlığın konumlandırıldığı noktada ise marka isminin büyük puntolarla yazılarak ön plana çıkarıldığını ve sloganla desteklendiğini belirtmişlerdir.

İhap Hulusi Görey’in büyük bir ustalıkla uyguladığı resimleme (illüstrasyon) görsellerinde lekesel formlar ve sert gölgeler ile özel bir suluboya tekniği göze çarpmaktadır. Kendisinin de belirttiği gibi dönemin şartları göz önüne alındığında ve afiş sanatının çok anlaşılmadığı yıllarda, yaptığı çalışmalara sürekli müdahalelerin olduğu birçok yazı karşımıza çıkmaktadır.

Emre Becer ile 23.07.2018 tarihinde yapılan görüşmesinde Becer, Görey’in metin ve sloganlarının elle ve kaligrafik formlarda çalışmaya eklenmiş olduğunu belirtmiş ve sözlerinde “Eklenmiş” ifadesine özellikle vurgu yapmıştır. Ali Tekin Çam ile 21 Temmuz 2018 16.00’da İstanbul’da yapılan görüşmede ÇAM, Görey’in afişlerinin günümüzle kıyaslandığında etkisiz olduğunu, başlıkta logonun kullanılmayacağını, fakat yapıldığı günün şartları göz önünde tutulduğunda afişlerin

son derece başarılı olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca Görey'in çalışmalarında resimlemenin birincil etken olduğunu ancak tipografide böyle bir öncelik olmadığını sözlerine eklemiştir. Sonuç olarak iki uzmanın tipografiye ilişkin görüşleri benzerlik göstermektedir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Bir uzman İhap Hulusi'nin yaptığı ve yürüttüğü çalışmalarda geleceğe dönük "öncülük" hususunda bir kaygı taşımadığını, konuyu anlatan bir illüstrasyon ile konumlandırılan afişte kalan boşluklara da yazılar yerleştirdiğini belirtmiştir. Başka bir uzman, Görey'in tipografiyi el ile tasarladığını ancak günümüzde alt metinler için daha işlevsel olan bilgisayar programlarından faydalandığını belirtmiştir. On beş uzman ise Görey'in afişlerindeki tipografik yazım şeklinin çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük ettiğini belirtmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Görey'in "Beykoz Kunduraları" Sümerbank afişinde, on beş uzman, imgenin ana konuyu yansıttığını belirtmişlerdir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

İhap Hulusi Görey'in 1930 yılında "Sümerbank'ın Yerli Mallar Pazarı" için tasarladığı "Beykoz Kunduraları" afişinde on yedi uzman Görey'in illüstrasyon tekniğini kullandığını ifade etmişlerdir.

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

Görey'in "Beykoz Kunduraları" afişinde on yedi uzman, afişin zemininde kullanılan sepya tonlarındaki sarının hakimiyetinin soft bir dokunuşla yapıldığını ifade etmişlerdir. Ayrıca uzmanlar kahverenginin en koyu tonuyla gölgelendirilen ayakkabı ile afişteki sloganın "Beykoz" yazısında ve "Martı gibidir içlerine su geçirmez" metnindeki çimen yeşili ile yazılmış olan renkler arasında kontrast sağlandığını belirtmişlerdir. Uzmanlar, Görey'in bu çalışmasında genel olarak sıcak

renklerden oluşan pastel sarıdan koyu kahveye kadar uzanan bir palet seçildiğini ifade etmişlerdir.

8. Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Görey'in "Beykoz kunduraları" afişinde, büyük olarak görselleştirilen ayakkabı illüstrasyonu perspektif kullanılarak konumlandırılmıştır. Uzmanlar, reklamı yapılan ürünün adı olan "Beykoz" yazısının çimen yeşiline boyanarak gözün afiş üzerinde dengeli ve eşit aralıklarda dolaştığını, arka kısımda kullanılan martı imgesi ve yağmur damlalarının "su geçirmezlik" mesajını kuvvetlendirdiğini, afişte tüm imgelerin mesaja destek verdiğini ve önden arkaya giden imge görseli sıralamasının (ön- arka kısım) izleyiciye, yalın, anlaşılır ve güçlü bir betimleme yaptığını belirtmişlerdir.

9. Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Görey'in "Beykoz Kunduraları" afişinde, iki farklı uzman görüşü oluşmuştur. Sekiz uzman afişte kullanılan kompozisyonun asimetrik olduğunu belirtirken, dokuz uzman çalışmanın simetrik kompozisyon kullanılarak yapıldığını ifade etmişlerdir. Uzmanlar ayrıca Görey'in "Beykoz Kunduraları" afişinin çok katlı bir yapıda olmasa da simetrik bir yapıda olduğunu ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak Görey'in "Beykoz Kunduraları" afişinin kompozisyon değerlendirmesinde, uzmanların çoğu, kompozisyonun simetrik olduğunu doğrulamışlardır. Simetrik kompozisyon kurallarına dayalı tasarımlar daha güvenilir olmaları nedeniyle sıkça tercih edilmekte ve günümüzde sıkça kullanılmaktadırlar.

10. Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

Görey'in "Yerli Mallar Pazarı" afişinde "Beykoz Kunduraları Martı Gibidir İçlerine Su Geçirmez" sloganını görselle buluşturan büyük ayakkabı illüstrasyonu, iki farklı uzman görüşünü ortaya çıkartmıştır. Dört uzman sloganın çarpıcı olmadığı sonucuna varırken, on üç uzman ise sloganın çarpıcı olduğunu ifade etmişlerdir. Uzmanlara göre afişin çarpıcı yönü eğitici olmasıdır. Slogan, martıların su

geçirmediğini öğretirken, aynı zamanda ayakkabıların da martılar gibi su geçirmez özelliğe sahip olduğunu nitelemiştir.

11. Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

On yedi uzman “Beykoz Kunduraları Martı Gibidir, İçlerine Su Geçirmez” sloganında teşbih (benzetme) sanatı kullanılarak martıların su geçirmez özelliğinin kunduralara aktarıldığını ifade etmişlerdir. Görey’in afişlerinde kullandığı üstün mizahi anlayışı onun renkli bir karakter olduğunu yansıtırken aynı zamanda karikatürist yaklaşımının izlerini de taşımaktadır. Onun çok yönlü sanat anlayışı hem afişlerine hem de sloganlarını oluşturduğu metinlerine bu şekilde yansımıştır.

12. Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

Dokuz uzman Görey’in afişlerinde ana imgenin fotoğraftan yararlanarak resimleme yaptığını ve özel bir suluboya tekniği kullandığını belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca Görey’in kullandığı bu tekniklerin hem döneminin çağdaşlarını hem de bir kuşak sonrasını etkilediğini yorumlarına eklemişlerdir. Sekiz uzman günümüzde ürün tanıtım afişlerinde hem kompozisyon olarak hem de slogan olarak benzer çalışmaların yapıldığını ifade etmişlerdir. Tek farklılık olarak günümüz afiş sanatının çıkış noktasının çağın getirdiği dijital çalışmalar olduğu görülmektedir. Sonuç olarak Görey’in afişlerinde kullandığı teknikler ile günümüzde tercih edilen kompozisyon teknikleri arasında benzerlik görülmektedir.

İhap Hulusi’nin afiş çalışmalarını çağdaşlarından ayıran en önemli özelliği, hocası Ludwig Hohlwein’in kompozisyonlarında olduğu gibi, afişin ana konseptini merkeze veya merkeze yakın bir yerde konumlandırmış olmasıdır. Afişlerinde kullandığı slogan, görseller ve grafik resimleme tekniğindeki benzersiz uyum, sanatçının yalın anlatımı ile bütünleşmiştir. Afişlerinde kullandığı lekesel formlar ve sert gölgeler çağdaşlarına, sonraki kuşak grafik sanatçılara ve günümüz grafik sanatçılara bu yönüyle öncülük yapmış olabilir.

13. Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

Uzmanların tamamı Türkiye'nin modernleşme sürecine, üreten ve tasarlayan bir ülke olduğumuz fikrine gönderme yapan bu afişte; modernleşmeyi gerektiren kılık-kıyafet kullanımında, ayakkabı kullanımının gerekliliğini ve bu gerekliliğin ancak martı gibi su geçirmez olan "Beykoz Kunduraları" ile giderilebileceğini ifade etmişlerdir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

Üç uzman afişin, dönemin sosyal durumuna gönderme yaparken ülkenin ekonomik durumunu dikkate almadığını belirtmişlerdir. On dört uzman ise afişin, dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmediğini belirtilmişlerdir.

15. Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

On dört uzman "Beykoz Kunduraları" afişinin Cumhuriyetin şekillenmesinde, herhangi bir tasarruf konusu içermediğini, iki uzman afişin tasarruf yerine satın almayı özendirdiğini, diğer bir uzman ise afişteki ürünün dayanıklı tüketim malları üretmenin ülke ekonomisine katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Dolayısıyla farklı görüşlerin olduğu bu soruda çoğunluğu oluşturan görüş Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın ancak tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapan herhangi bir mesajı kapsamadığı yönünde olmuştur.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

On yedi uzman "Beykoz Kunduraları" afişindeki martı imgesi ve yağmur damlalarının "su geçirmezlik" mesajını güçlendirdiğini ifade etmektedirler. Beykoz kunduralarının yağmurlu havalarda dahi sağlam ve güven veren yönünün mizahi bir dille öne çıkarıldığını belirtilmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

On yedi uzman Sümerbank yerli mallar pazarı için yapılan “Beykoz Kunduraları” afişinde herhangi bir ideolojik fikrin yansıması olmadığını belirtmişlerdir.

Toplumsal bilincin geliştirilmesi ve toplumun şekil almasında en önemli aracın ilan metinleri ve afişler olduğunu düşünürsek, bir fikrin alıcıya direkt ve anlaşılır olarak ulaşması asıl esastır. Bu süreç görsel, düşünsel ve duygusal unsurlardan doğrudan etkilenmektedir. Sanatçının ortaya koyduğu duygusal ve düşünsel veriyi, alıcısıyla buluşturan ürün hiç kuşkusuz afişleridir. Dönemine her daim tanıklık eden afişler önemli belgelerdir. Görey’in afişlerinin çoğu Cumhuriyet fikrinin temellenmesinden, aydınlanmasına kadar geçen tüm sürece tanıklık ettiğine görmekteyiz.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

On dört uzman “Beykoz Kunduraları” afişinin kılık kıyafet ve üretim sektöründe yapılan yenileşme hareketlerinin bir yansıması olduğunu belirtmişlerdir. Üç uzman ise bu afişte vurgu yapılan unsurların çağdaşlığı kapsamadığını belirtmişlerdir.

1810 yılında kurulan Beykoz Debagat ve Kundura fabrikası, deri imalatının küçük imalatçıdan, ön-sanayi üretimi denilebilecek düzeye geçişinin bir temsili olmuş ve 1933 yılında Sümerbank Deri ve Kundura ismini alarak üretime devam etmiştir (<https://www.posta.com.tr/beykoz-deri-kundura-fabrikasi-tarihcesi>).

5.1.1.4. “İnhisar Likörleri” Afişi



Görsel 141: İhap Hulusi Görey “İnhisar Likörleri” Afişi-1933 (Ender Merter Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar, mesajın dolaysız bir şekilde verildiği görüşünde birleşmişlerdir. Afişteki mesajın tipografiyle doğrudan iletildiği ifade edilmiştir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Altı uzman, merkezde konumlandırılan kadın görseli ve tipografinin eşdeğer paralellikte vurgulandığını belirtmişlerdir. On bir uzman ise vurgunun, afişte güçlü dikey bir leke oluşturan, sağ elinde likör kadehini tutan ve Avrupalı kadın görüntüsü çizen figüre yapıldığını ifade etmişlerdir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

On yedi uzman da başlık metnindeki “Likör” sözcüğünün, vurgulama amacıyla diğer fontlardan daha büyük yazıldığını, yukarıdan aşağıya ve soldan sağa doğru okumaya elverişli düzen içerdiğini belirtmişlerdir. Aynı zamanda metnin küçük-büyük-küçük dizilimiyle yazıldığını ifade etmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Bir uzman, kullandığı yazım şekliyle çağdaşlarına öncülük ettiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte günümüz afiş sanatında deneysel tipografinin ön planda olduğunu belirtmiştir. On altı uzman ise, İhap Hulusi'nin afişte kullandığı yazım şekliyle (tipografi), çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük ettiğini belirtmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

On yedi uzman, büyük boyutlarda merkezde konumlandırılan modern giyimli kadın figürünün Avrupalı bir görüntü çizdiği kanaatindedir. Kadın sağ elindeki likör kadehiyle izleyicisine davetkar bir tebessüm vermektedir. Modelin etrafında dönen ve yarım daire oluşturan likör şişeleri ile en altta yatay bir leke oluşturan fabrika ve bu fabrikadan çıkıyormuş gibi betimlenen kadın imgesiyle ana konunun yansıtıldığını belirtmişlerdir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Görey'in “İnhisar Likörleri” afişinde imgenin, illüstrasyon tekniğiyle verildiği tüm uzmanlar tarafından belirtilmiştir. Ayrıca afişte özel bir suluboya tekniğinin uygulandığı tüm uzmanlarca ifade edilmiştir.

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar, afişte kullanılan renklerin sepya tonlarıyla verildiğini belirtmişlerdir. Gri ve siyah renklerle oluşturulan çalışma monokrom bir renk

armonisi çizmektedir. Açık bir zemin üzerine konumlandırılan görseller ise koyu-açık bir dengede ön ve arka plan ilişkisi oluşturmuştur.

İhap Hulusi'nin afişlerinde, ağırlıklı olarak kullandığı “monokrom tekniği” imgeyi yalınlaştırmak ve karmaşayı azaltmak içindir. Afişte imge, lekesel formlardan ve sert gölgelerden oluşmuştur.

8. Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Üç uzman, afişte ağırlıklı olarak imgenin öne çıkarıldığı, yazının imgenin arkasında konumlandırılmasıyla okumanın güçleştiğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla mesaj ve imge bütünlüğü bu anlamda sağlanamamıştır. On beş uzmanın ise, mesaj ve imge arasında uyumsal bir bütünlük olduğunu ifade etmişlerdir.

İhap Hulusi Görey'in afişinde, öncelikle konuyu oluşturan imgenin gerçeğe dayalı betimlendiği görülmüştür. İmge ve mesaj arasında dengeli bir geçiş olduğu uzmanlar tarafından belirtilmiştir.

9. Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Üç uzman, kompozisyonun dikey asimetriden oluştuğunu, on üç uzman ise, afişte “simetrik” bir dengenin olduğunu belirtmişlerdir. Merkezde konumlandırılan kadın resminin çevresindeki farklı form ve boyuttaki likör şişeleriyle güçlü bir dikey simetri oluşturulduğu ifade edilmiştir.

Uzman görüşlerinden ortaya çıkan sonuca göre; afişte kompozisyon, iyi dengelenmiş ve ortalanmış parçalardan oluşan genel bir yapı etrafında, farklı boyutta görsellerin birleştirilmesiyle düzenlenmiştir. Günümüz afiş sanatında, simetrik kompozisyon yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle geleneğin, resmiyetin ve otoritenin vurgulanacağı konularda simetrik kompozisyon yaygın olarak tasarımcılar tarafından tercih edilmektedir. Fotoğraf sanatçısı Göksel Alışık'ın tespitinde; simetrik dengeye dayalı kompozisyonlar, daha güvenilirdir. Çünkü amatör olarak çalışan bir kesimin ağırlıklı kullandığı bir yöntemdir (gokselakisik.com/kompozisyon-kurallari).

Görey'e göre; "Ana fikir, günlük hayatta ansızın aklıma gelir, sonra resimlerim. Genellikle afişlerimi küçük boyutlarda yaparım. Sonra projeksiyonla büyütür, temize çeker, ondan sonra teslim ederim. Şeklinde özetler çalışma disiplinini" (Merter, 2008, 55).

10. Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

"İnhisar Likörlerini İçiniz" başlıklı slogan için dört uzman net, anlaşılır ve çarpıcı olduğunu belirtmiştir. On üç uzman ise, sloganın çarpıcı olmadığını, alıcıya belli bir oranda yönlendirme yaptığını ifade etmişlerdir. Ayrıca bu uzmanlarca sloganın okunaklı olmadığına da vurgu yapılmıştır.

11. Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

Üç uzman, kadın imgesiyle birleşen sloganda, mizahi bir vurgu yapıldığı kanaatindedir. On üç uzman ise; sloganın herhangi bir mizahi unsur barındırmadığı görüşündedir.

12. Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

Bir uzman, afişte kullanılan tekniklerin günümüz afiş sanatını etkilemediği, günümüz afiş sanatının deneysel boyutta araştırmaları kapsadığını ifade etmiştir. On altı uzman ise; Görey'in afişinde özel bir resimleme tekniği kullandığını ve büyük boyutlu illüstrasyonları ile günümüz afiş sanatını etkilemiş olacağını, imgelerinde kullandığı farklı boyutlardaki denge unsurları ile kompozisyon düzenlemelerinin, günümüz afiş sanatıyla benzerlik gösterdiği belirtilmiştir.

13. Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

Tüm uzmanlar, Görey'in "İnhisar Likörleri" afişinde, Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağladığı, modern toplumların ve modern hayatın bir unsuru olarak gösterilen alkol tüketiminin teşvik edildiğini belirtmişlerdir.

1938’de Cumhuriyet gazetesinin 11. sayfasında yer alan üst başlıkta: “Bayram Geliyor...Likör aldınız mı?” Alt metninde ise “misafirlerinizi ağırlamak için mükemmel ikramın inhisar likörlerin olduğunu unutmayınız” (Cumhuriyet, 1938, 11). İnhisar idaresi bugünkü Tekel, Osmanlı ve Fransa-İngiltere ile arasında imzalanan Ticaret Antlaşması ile tütün ithalinin yasaklanması ve ardından 1862 yılında İnhisar idaresi kurulmuştur. Tütün, alkollü içkiler ve tuz 1932, barut ve patlayıcı maddeler 1934, bira 1939, çay ve kahve 1942, kibrit 1946 yılında Devlet Tekel’i altına alındı. Kahve 1946, kibrit 1952, barut, patlayıcı maddeler ve bira 1955 ve tütün 1986 yılında "Tekel" kapsamı dışına çıkarıldı(<http://www.hurriyet.com.tr>). Dolayısıyla toplumsal ve kurumsal düzenlemenin sayılabileceği 1923-1938yılları arasındaki dönem Türk toplumunun en dinamik süreçlerinden birisidir, Türk toplumunu “muasır medeniyetler seviyesine” çıkaracak, hatta daha da ileriye götürecek kolektif bir ideal yaratılmak istenmiştir (<https://www.turkedebiyati.org/>).

İhap Hulusi Görey, İnhisarlar idaresi bünyesinde yaptığı afişlerle Türkiye’nin modernleşme sürecine hizmet ve etki etmiştir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

Üç uzman afişte, sosyo-ekonomik duruma ilişkin herhangi bir işaret yapılmadığını belirtmişlerdir. On dört uzman ise toplumsal yapının, sosyal yaşantılarla değişim ve gelişim göstereceği yönünde özendirici bir etkinin olduğunu belirtmişlerdir.

Devletin tekeline üretime dayalı yerel sermayelerin tanıtılması ve tüketilmesi için bir araç görevi gören İhap Hulusi’nin afişinde, kullandığı görsel figür dinamik, çağdaş ve mutlu insan yansıması şeklinde verilmiştir. Az zamanda büyük işler başarmış bir devletin, sosyo-ekonomik olarak daha güçlü bir şekilde geleceğe yürüdüğü mesajını, halk ile buluşturan Görey, yeni rejimin ideolojisini halka mal etmekte büyük bir görev üstlenmiştir.

15.Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

On yedi uzman da afişte kullanılan imge ve imgenin altında verilen mesajda, tasarruftan ziyade, tüketimi arttıran ve tüketime teşvik eden, imgelerin olduğunu belirtmişlerdir.

16.Afişteki ana konuyu yazınız?

Tüm uzmanlar, Görey'in "İnhisar Likörlerinin" tanıtımını yaptığı afişte, büyük boyutlarda sepya tonlarıyla ve Avrupalı bir görüntüyle resimlenen kadın figürünün, elindeki likör kadehiyle mutlu ve keyifli gülümseyişiyle, izleyicisine davetkar, biraz da buyurgan bir hava yaratılmış olduğunu ifade etmişlerdir.

İhap Hulusi'nin afişlerinde baş rolü oluşturan kişilerin yüzleri hep güleçtir. Konular hep dinamik, çağdaş ve ilgi çekicidir. O, devlet tekelinde oluşan her oluşumu halka mal etmekte görevli bir "kitle iletişimci" görevini üstlenmiştir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

Beş uzman, "İnhisar Likörleri" afişinin herhangi bir ideolojik fikrin parçası olmadığını ifade etmişlerdir. On iki uzman ise; afişte konuya ait göstergelerin ideolojik bir fikre gönderme yaptığını fakat bu göndermenin doğrudan mesaj niteliğinde yapılmadığını belirtmişlerdir.

İhap Hulusi Görey; ülkenin dört bir tarafında başlatılan ticari ve sosyal atılımlar ile yeni devletin kalkınma ve çağdaşlaşma planlarını afişlerinde konu alarak, devletin ideolojilerini halka mal etmekte önemli bir köprü görevi gören kitle iletişimcisi olmuştur.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Dönemin şartları ve afişin yapıldığı yıl göz önünde tutulursa, alkollü içecek tüketiminin çağdaşlığın bir göstergesi olarak kabul görmesi, çağdaşlığa ciddi bir temsilci görevi oluşturduğu tüm uzmanlar tarafından ifade edilmiştir.

İhap Hulusi'nin yurt dışında aldığı eğitim ve kültür birikimi, yaşam felsefesini oluşturmuştur. Ürettiği çalışmalar kendi görüşlerini temsil ederken, modellerine kaynaklık eden yakın çevresi, onun arzuladığı Cumhuriyeti görselleştirmede, belleklere yerleştirmede ve yaygınlaştırmada önemli bir rol oynamıştır.

Özsezgin'e göre: Tam anlamıyla, etüt ve gözlem adamı olduğu, böylece bu çizimleri ile belgelemiş oluyor İhap Hulusi. Ayrıntılara özellikle de “tip” olgusunu öne çıkaran ve afişlerinde, tüm yönleriyle insanları belgeleyici bir yaklaşım olarak kendini gösteren yorumunun, figürü temelden kavrayışı ve nitelikli gözlemlerinde daha da belirginleşmesi, İhap Hulusi'nin usta bir “desinatör” olduğu gerçeğini bir kez daha ortaya koymaktadır (Merter, 2008, 142).

5.1.1.5. “Kızılay” Afişi



Görsel 142: İhap Hulusi Görey “Kızılay” Afişi- 1940 (Ender Merter Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar, yüksek bir anlatım diline sahip olan bu afişin, arka planda güneş şeklinde konumlandırılan Kızılay logosu, dikey bir kompozisyonla ana vurguyu oluşturan kadın ve kadının çocuğu sardığı bayrak, güven, şefkat ve koruyuculuk mesajlarını dolaylı bir anlatımla izleyicisine ilettiğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla afişteki mesaj “Kızılay’ın koruyuculuğunun, anne şefkatiyle betimlendiği” uzmanlarca ifade edilmiştir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Tüm uzmanlar afişte vurgunun, annenin koruyuculuğuna ve kız çocuğunun masumiyetine yapıldığını ifade etmişlerdir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

Tüm uzmanlar, başlığın “Kızılay” yazısıyla verildiği, afişte alt başlığın kullanılmadığını belirtmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Bir uzman, Görey’in “Kızılay” afişinde kullandığı tipografik yazım şeklinin günümüz afiş sanatını etkilemediğini ifade etmiştir. Bunu şu şekilde açıklamıştır. Günümüz afiş sanatı deneysel nitelik taşımaktadır.

On altı uzman ise; arka planda kullanılan sıcak tonlar ve sol tarafta güneş şeklinde betimlenen Kızılay logosu ve hemen paralelinde büyük harf ile yazılan Kızılay yazısı, ortada dikey bir kompozisyon çizen kadın figürüyle, dikey ve yatay olarak denge de tutulmuştur. El ile yazılan ve özel bir font içermeyen yazım şeklinin, figür ile olan bağlantısında renkle geri plana itildiği ifade edilmiştir. Bu da tipografi unsurlarına yeterince hassasiyet gösterilmediği, fakat bütünsel olarak ele alındığında görsel ve metinsel olarak birbirini takip ettiği izlenimi verildiği ifade edilmiştir. Dolayısıyla günümüzde bu unsurları içeren birçok afiş çalışması yapıldığını belirten uzmanlar Görey’in çağdaşlarını ve günümüz afiş sanatını etkilemiş olabileceğini belirtmişlerdir.

Tüm uzmanlar dönemin şartları düşünüldüğünde; Görey’in afişlerindeki desensel unsurların dışında, tipografik uygulamalarında herhangi bir kaygı taşımadığını belirtmişlerdir.

İnsanlık tarihini sanatsal olarak ele aldığımız bir ileti aracı olan “tipografi ve yazı”, grafik iletişimde en yalın ileti araçlarından biridir. Bunlar insanoğlunun tüm duygu ve düşüncelerini ifade etmesinde temel bir araç görevi gören yazınsal unsurlardır. Bu nedenle söz sanatı günümüz postmodern iletişimde (değişen biçimiyle bile olsa) vazgeçilmez bir araçtır. Grafik tasarım eğitiminde kaligrafi ve tipografi uygulamaları kendi temel önemini korumaktadır (Sarıkavak, 2014, 52). Dolayısıyla Arap alfabesini iyi bilen ve yurt dışında iyi bir eğitim alan Görey,

afişlerinde kullandığı kaligrafik formlar, grafik tasarım eğitimde temel önemini korumaktadır.

5.Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar afişte, her türlü felaket durumunda ihtiyaç sahiplerine maddi ve manevi yardım sağlayan Kızılay'ın, ana kucağıyla benzerlik kurularak sembolleştirildiğini ve bu şekliyle tasarlanan afişin, anne kavramına yaptığı vurguyla güçlü bir etki oluşturduğunu ifade etmişlerdir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

On yedi uzman da, afişin illüstrasyon tekniğiyle yapıldığı belirtmişlerdir.

7.Afişte renk nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar afişin arkadan öne taşınan sıcak-soğuk renk kontrastlarıyla yapıldığını belirtmişlerdir. Arka plandaki sıcak renklerle, ön plandaki kadın ve ona sarılmış olarak betimlenen kız çocuğunun resimlenmesinde kullanılan soğuk renkler arasında güçlü bir kontrast izlenmiştir. İki figürde de kullanılan ters ışık, beraberinde koyu gölgeler oluşturduğu tüm uzmanlarca belirtilmiştir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

On yedi uzman, afişte imgelenen konunun yüksek bir anlatım gücü içerdiği için slogan kullanılmadığını ifade etmişlerdir. Görey'in mesaj ve imgeyi bütünsel olarak ele aldığını, güçlü resimsel unsurlardan faydalandığını, vermek istediği mesajı izleyicisine dolaylı olarak aktarıldığını ifade etmişlerdir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Üç uzman; afişte kullanılan kompozisyonun “asimetrik” olduğu ifade etmişlerdir. On dört uzman ise; afişte kullanılan imgeler ve görsellerin dikey bir “simetrik” kompozisyonla şekillendiği belirtmişlerdir.

10. Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

On yedi uzman da Kızılay afişinde, güçlü resimsel unsurlar ve metaforik etkiler olması nedeniyle slogan kullanılmadığını belirtmişlerdir.

11. Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

Tüm uzmanlar, tek başlıktan oluşan afişte slogan ve buna dayalı mizahi bir anlatımın olmadığını ifade etmişlerdir.

12. Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

On yedi uzman da, Görey'in "Kızılay" afişinde kullandığı özel bir suluboya tekniğindeki illüstrasyonlarının, günümüz afiş sanatını etkilemiş olacağını ifade etmişlerdir.

13. Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

Tüm uzmanların ortak görüşünde; afişte betimlenen kadın figürü modern bir algı oluştururken, kız çocuğunun çıplak olarak betimlendiği görsel, kadın tasvirinin yasak olduğu ve kız çocuğunun değersiz olduğu bir sistemden, yeni bir devlet ve yeni bir cumhuriyet düşüncesine fikirsel, düşünsel ve de görsel olarak katkı sağladığı ifade edilmiştir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

On yedi uzman da dolaylı bir anlatımla ele alınan konunun dayanışma ve yardımlaşmayı içerdiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca Kızılay'ın yardımlaşma ve dayanışma gibi görevleri olduğu gibi sosyal içerikli bir afiş olduğu da belirtmişlerdir.

15. Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanlar, "Kızılay" afişinin tasarruf içerikli olmadığını, sosyal içerikli bilgilendirme afişi olduğunu belirtmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

Tüm uzmanlar, Kızılay'ın korumaya muhtaç kişilere şefkat elini uzattığını, onları çatısı altında kollayıp gözettiği vurgusu yapıldığını belirtmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

Üç uzman bu afişteki göstergelerin ideolojik bir fikrin yansıması olmadığını belirtmişlerdir. On dört uzman ise modern devletin, halkı koruma ve kollama görevinin olduğunu ifade etmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Tüm uzmanlar, afişin dönemin şartları düşünüldüğünde sosyal devlet anlayışının vurgulandığı bayrak (güven), anne (şefkat) ve devlet (koruyucu) kavramlarının temsili bir nitelik taşıdığı için çağdaşlığa atılan her adımın temsilcisi olduğunu belirtmişlerdir.

5.1.1.6. “Kurukahveci Mehmet Efendi” Afişi



Görsel 143: İhap Hulusi Görey “Kuru Kahveci Mehmet Efendi” Afişi-1932 (Ender Merter Arşivi)

1.Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

İhap Hulusi'nin “Kurukahveci Mehmet Efendi” afişi kahve içen iki erkek ve bir kadın görseli ile verilmiştir. On yedi uzman; direk anlatım yoluyla tasarlanan afişin, kahve ürününün sosyal yaşantıda ki birleştirici gücü ile bir araya gelen üç modern giyimli insanın hoş sohbeti ve bu sohbetin getirdiği gülümseme ve rahatlama mesajlarının verildiğini ifade etmişlerdir.

Görey'in tasarladığı logo ve afişleri, Türk kahvesinin kendine özgü kimlik ve geleneğinin günümüze taşınmasında önemli bir katkısı olduğu görülmüştür.

2.Afişte vurgu neye yapılmıştır?

On yedi uzman, afişte vurgunun kahve içen figürlere ve ürün ambalajına yapıldığını belirtmişlerdir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

Tüm uzmanlar, başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik bir yazım şekli ve renk kontrastı olduğunu, aynı nitelikte iki farklı yazım karakteri kullanıldığını, yazı metninde kullanılan zıtlıklarla da etkinin arttırılmış olduğunu ifade etmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Görey 'in "Kurukahveci Mehmet Efendi Mahtumları" afişi; tipografi ve imge ile oluşturulan illüstrasyonda, kompozisyon olarak çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük ettiği tüm uzmanlar tarafından belirtilmiştir. Özellikle sloganda bulunan "A" harfi gibi denemelerin günümüzde kullanıldığını, başlık ve imzanın doğru yerde konumlandırıldığını belirtmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

On yedi uzman, afişte ana konunun kahve olarak verildiği, farklı figürlerin bir araya getirilmesiyle herkesin markası olduğu algısı oluşturulmaya çalışılmıştır. Dolaysız bir anlatım yolu ile tasarlanan afişte, imgenin ana konuyu güçlü bir şekilde yansıttığı ifade edilmiştir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar, afişte kullanılan tekniğin illüstrasyon olduğunu belirtmişlerdir.

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

On yedi uzman da, Görey'in "Kurukahveci Mehmet Efendi Mahtumları" afişinde açık bir zemin üzerinde sert gölgelerin hâkim olduğu, ölçülü bir renk paleti kullanıldığını belirtmişlerdir. Vurgu, diğer iki figüre göre önde büyük boyutlu konumlandırılan erkek figürüdür. Hem vurguyu hem de derinlik etkisini arttırmak amacıyla sıcak renklerden oluşturulan ortadaki erkek figürüne karşın, arka sağ ve solda yer alan iki figürün, soğuk renk armonisinde görselleştirildiği ifade edilmiştir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Tüm uzmanlar, mesaj ve imgenin genel olarak bir bütünlük oluşturduğunu belirtmişlerdir. Özellikle “her” yazısıyla, herkes, her yer, herkesin beğendiği, fikrine vurgu yapıldığı ifade edilmiştir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

On yedi uzmanın ortak görüşünde; figürlerin arkadan öne doğru sıralanarak, katı bir simetri oluşturulduğu ifade edilmiştir.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar, afişte kullanılan metnin slogan özelliği taşımadığını, duyuru ve bilgilendirici bir nitelik taşıdığını, aynı zamanda da çarpıcı olmadığını belirtmişlerdir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

On yedi uzman afişte, “Kurukahveci Mehmet Efendi Mahtumları” tanıtımının yapıldığını ve sloganda mizahi bir vurgunun olmadığını ifade edilmişlerdir.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

On yedi uzmanda illüstratif bir teknikle çalışılan afişte, simetrik bir kompozisyonun hâkim olduğu belirtmiştir. Günümüz afişlerinde sık karşılaştığımız kompozisyon şekli ve tekniği olan bu yöntemle, mesajın ürün üzerinden verilmediği, kullanıcı üzerinden verildiği ve günümüz afişlerinde de bu yöntemin sıklıkla kullanıldığı düşünüldüğünde, günümüz afiş sanatını etkilediğini ifade edilmişlerdir.

13.Afişte vurgulanan konu Türkiye’nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

Tüm uzmanlar, kahvenin yenilenen paketlerinin tanıtımının yapıldığı ve modern giyimli figürlerle betimlenen afişin Türkiye’nin modernleşmesine katkı sağladığını belirtmişlerdir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

Üç uzman afişte, dönemin sosyo-ekonomik durumuna kısmen değinildiğini; on dört uzman ise, afişte sosyo-ekonomik duruma değinilmediğini belirtmişlerdir.

15. Afişte konu, Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanların ortak kanaati, afişte tasarruf konusunu içeren herhangi bir simgenin olmadığını belirtmişlerdir.

16. Afişte ki ana konuyu yazınız?

Tüm uzmanlar, bir kahve şirketinin ürünlerini yeni paketleriyle, her yerde satışa sunulmasının konu edildiğini belirtmişlerdir.

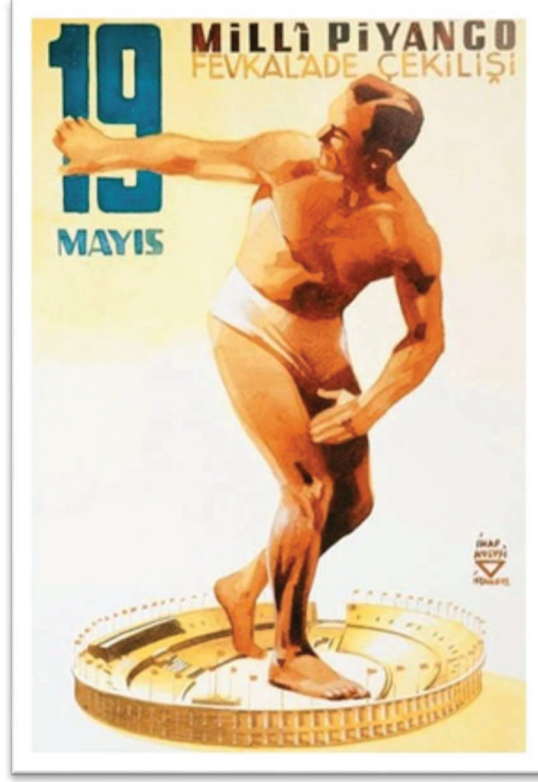
17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

Uzmanlardan gelen cevaplar iki farklı görüşü ortaya çıkarmıştır. Sekiz uzman, bu afişte herhangi bir ideolojik fikrin olmadığını; dokuz uzman ise; afişte vurgu yapılan figürlerin kılık-kıyafetlerinde Cumhuriyet ideolojisine paralel bir anlayışta hareket edildiği fikrinde birleşmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Üç uzman, bu afişte verilen mesajın ve imge bütünlüğünün çağdaşlığa işaret eden unsurları barındırmadığını ifade etmiştir. On dört uzman ise afişte verilen mesajın ve imgenin dönemin şartları baz alındığında, çağdaşlığa atılan ciddi bir temsilci rolü üstlendiği belirtilmiştir.

5.1.1.7. “Milli Piyango” Afişi



Görsel 144: İhap Hulusi Görey “Milli Piyango Afişi” (Mesut Manioğlu Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar, görselin tipografiyle birleştiği çalışmada dolaylı bir anlatımın yapıldığını ifade etmişlerdir. Ayrıca, büyük boyutlu ve ayrıntılı olarak resimlenen atlet figürü stadyumun içinden yukarıya doğru asimetric bir duruş sergilemektedir. Uzmanlar stadyum ve disk atan atlet figürünün bir arada kullanılmasıyla spor, gençlik ve kutlama gibi mesajların verildiğini belirtmişlerdir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Tüm uzmanlar, “Milli Piyango” afişinde vurgunun, büyük boyutta resimlenen atlet figürüne ve 19 Mayıs yazısına yapıldığını belirtmişlerdir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

Tüm uzmanlar, başlığın üstte ve koyu renkle, kalın-ince, açık-koyu kontrastlarla, hiyerarşik bir düzenlemeyle yazıldığını belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca metnin etkisinin yukarıdan aşağıya ve soldan sağa okumaya elverişli bir düzenleme ile arttırıldığını ifade etmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

İki uzman kullanılan tipografinin günümüz afiş sanatına öncülük etmediğini belirtmiştir. On beş uzman ise günümüz afiş sanatında benzer tipografik düzenlemeler olduğundan dolayı afişte kullanılan tipografinin çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük ettiğini ifade etmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Üç uzman afişte imgenin ana konuyu dolaylı olarak yansıttığını ifade etmişlerdir. On dört uzman ise stadyumun merkezine konumlandırılan atlet figürünün spor, gençlik ve kutlama mesajları vererek ana konuyu yansıttığını belirtilmişlerdir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar, afişte kullanılan imgenin özel bir suluboya tekniğiyle verilen illüstrasyonla uygulandığını ifade etmişlerdir.

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar, afişte sağ üst köşede koyu mavi renklerle verilen “19 Mayıs” yazısı ile sıcak renklerin bulunduğu atlet ve stadyum görselinin tam bir kontrast sağladığını ifade etmişlerdir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

On yedi uzman, stadyum ve disk atan atlet figürü ile verilen mesaj arasında bütünlük olduğunu belirtmişlerdir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Bir uzman, bu afişte kullanılan kompozisyonun hem simetrik hem de asimetrik olduğunu belirtmiştir. Üç uzman, simetrik bir kompozisyonun kullanıldığını belirtmişlerdir. On üç uzman ise afişte öne eğilmiş vaziyette disk atan bir atleti temsil eden figürün, simetrik dengeyi bozduğunu ve tipografi ile birlikte kompozisyonu asimetrik bir yapıya dönüştürdüğünü ifade etmişlerdir.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

İki uzman, sloganı bir ironi olarak tabir etmiş ve çarpıcı bulmuşlardır. On beş uzman ise bu afişte slogan içerikli bir metnin olmadığını ve bu metnin sadece bilgilendirme notu içerdiğini belirtmişlerdir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

On yedi uzman, afişte mizahi bir içerik yapılmadığını belirtmişlerdir.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

İki uzman afişte kullanılan tekniklerin günümüz afiş sanatını etkilemediğini belirtmişlerdir. On beş uzman ise illüstratif imgeler ve asimetrik kompozisyon açısından bakıldığında Rus-Polonya afiş sanatının etkilerini yansıtan afişin, dönemini ve günümüz afiş sanatını etkilediğini belirtmişlerdir.

13.Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

Tüm uzmanların ortak görüşünde afişte vurgulanan konunun gençlik imajına gönderme yaptığı için Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağladığını belirtmişlerdir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

İki uzman, afişin dönemin sosyo-ekonomik durumuna değindiğini belirtirken, on beş uzman ise “Milli Piyango” afişinin dönemin sosyo-ekonomik durumuna ilişkin herhangi bir vurgu yapmadığını ifade etmişlerdir.

15. Afişte konu Cumhuriyet’in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanların ortak kanaati afişte, tasarrufu içeren herhangi bir işaretin olmadığı yönündedir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

Tüm uzmanlar, afişte 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramına özel “Milli Piyango” çekiliş duyurusu yapıldığını ifade etmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

Dört uzman bu afişte herhangi bir ideolojik fikrin idealize edilmediğini belirtirken on üç uzman ise, afişin Cumhuriyet ideolojisiyle örtüşen paralel bir anlayışla oluşturulduğunu belirtmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

İki uzman dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda bu afişin çağdaşlığı temsil etmediğini belirtmişlerdir. On beş uzman ise, dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda, yarı çıplak ve dinamik bir erkek atletinin resimlenmesinin Cumhuriyetin dinamik yapısıyla örtüştüğü belirtmişlerdir. Bu anlamda afişin çağdaşlığı içeren imgeleri tekelinde bulundurduğu ve gerekli mesajları alıcıya iletmediği ayrıca vurgulanmıştır.

5.1.1.8. “Sümerbank” Yerli Mallar Pazarı Afışı



Görsel 145: İhap Hulusi Görey “Sümerbank” Afışı- (Ender Merter Arşivi)

1. Afışte mesaj nasıl verilmiştir?

İhap Hulusi Görey’in “Sümerbank” afışı için on yedi uzman mesajın doğrudan görsel ve tipografik unsurlarla verildiğini ifade etmişlerdir. Güneş imgesinden başlayarak şık ve modern giyimli, beyaz takım elbiseli ve büyük boyutlu çizilen erkek figürünün yüzüne ve aşağıdaki kırmızı renkli “Yazlıklarınızı” başlığına doğru yönlendirilen bir görsel hiyerarşi izlendiğini belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca afişte güneş, açık renkte takım elbise, şapka, yaz, sıcak ve şık giyim mesajlarının verildiğini belirtmişlerdir.

2. Afışte vurgu neye yapılmıştır?

Görey’in “Sümerbank” afışı, on yedi uzmanla yapılan mülakat çalışmasında farkı görüşleri ortaya çıkartmıştır. İki uzman vurgunun, kırmızı renk ve italik fontla

yazılan “Yazlıklarınızı” yazısına yapıldığı ifade etmişlerdir. On beş uzman ise vurgunun, güneşin kızgın sıcağının altında büyük boyutlarla çizilen beyaz takım elbiseli erkek figürü ile kırmızı renkle yazılan “Yazlıklarınızı” başlığına yapıldığını belirtmişlerdir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

Tüm uzmanlar iki farklı yazı karakteriyle verilen bloklamanın dengeli olduğunu ve dikkatin, el yazısı kullanılarak italik bir formda kırmızı renkle yazılan “Yazlıklarınızı” üst başlığına çekildiğini belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca alt başlıkta ise düz majüskül (büyük harf) koyu rengin hâkim olduğu ve zıt kontrasta dayanan bir kurgunun olduğu ifade etmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

On yedi uzman günümüz afiş sanatında kullanılan sloganlarda, farklı fontlar ve yazı karakterleri kullanıldığını belirtirken; Görey’in bu afişte kullandığı tipografik unsurların çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük ettiğini ifade etmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar görseli oluşturan imgenin illüstrasyon tekniğiyle verildiğini belirtmişlerdir. Uzmanlara göre Sümerbank’ın dokuma tesislerinde üretilen takım elbiselerin satışına yönelik oluşturulan kurgu tam olarak konuyu yansıtmaktadır.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar, afişte illüstrasyon tekniğinin kullanıldığını belirtmişlerdir.

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar afişte sarı, kırmızı ve kahverengi gibi sıcak renklerden oluşan bir palet kullanıldığını ifade etmişlerdir. Ayrıca uzmanlar, etkili pastoral bir görüntü oluşturulmuş olan afişte, çarpıcı kırmızı ile yüksek bir kontrastın sağlandığını belirtmişlerdir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Tüm uzmanlar görselde yer alan imgenin konuyu yansıttığını ve mesaj bütünlüğünü sağlandığını belirtmişlerdir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Sekiz uzman yazılar ve figürün simetrik bir kompozisyonla birleştirildiğini dokuz uzman ise tipografi her ne kadar simetrik bir yapı oluştursa da, görsel ağırlığın sol bölgede yoğunlaştığı için asimetrik bir kompozisyonun söz konusu olduğunu belirtmişlerdir.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

İki uzman afişte kullanılan sloganın çarpıcı olmadığını, on beş uzman ise afişte kullanılan sloganın renk ve yazı şekliyle çarpıcı hale getirildiğini belirtmişlerdir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

On yedi uzman afişte mizahi bir vurgunun olmadığını ifade etmişlerdir.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

Tüm uzmanlar Görey'in bu afişte kullandığı illüstratif resimleme tekniğinin kompozisyon unsuru ve renk geçişleri ile çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük ettiğini; günümüzde sosyal, siyasi ve kültürel konulu tanıtım afişlerinde bu tip düzenlemelerin olduğunu belirtmişlerdir.

13.Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

Tüm uzmanlar şık ve modern giyimli, beyaz takım elbiseli ve büyük boyutlu resimlenen erkek figürüyle Avrupalı bir havanın yaratıldığını ifade etmişlerdir. Görey, ülkenin modernleşmesini afişine görsel unsurlarla taşımış, devletin modernleşme politikalarına sanatıyla yön vermiştir. Gerek modern insan profili

çizdiği resimlerinde, gerekse yenileşmenin yeni bir yüzü olan fabrikaların kurulduğu, halkın kapitalizmin bir parçası olmaması için yerli mallarını kullanmaya teşvik edildiği bu afişte Görey halkı özendirici nitelikte bir afiş tasarlamıştır.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

On yedi uzman afişte vurgu yapılan konunun dolaylı olarak, yerli malı kullanımını özendirmeye ve mevsimsel niteliklere uygun giyinme üzerine yapıldığını belirtmişlerdir.

15. Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanlar afişte kullanılan imgede tasarrufu işaret eden herhangi bir ibarenin olmadığı belirtilmiştir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

Tüm uzmanlar, güneşli bir havada beyaz renkli takım elbisesi ile resimlenen erkek figürünün son derece buyurgan bir ifade ile “Yazlıklarınızı, Sümerbank Yerli Mallar Pazarından Temin Ediniz” konusunun işlendiği belirtmişlerdir.

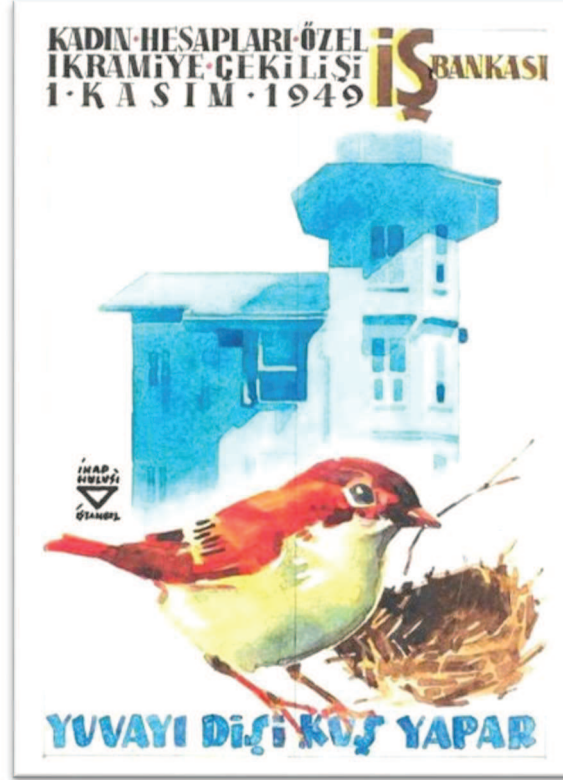
17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

İki uzman “hayır”, on beş uzman bu soruya “evet” olarak cevap vermişlerdir. On beş uzman ayrıca afişte çizilen görselin Cumhuriyet ideolojisiyle paralel bir anlayışta olduğunu ve modern bir insanın, yaz ayında nasıl giyinmesi gerektiği alt mesajının da güçlü bir şekilde verildiğini ifade etmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

On beş uzman afişte modern bir insanın yaz mevsiminde nasıl giyinmesi gerektiği betimlenirken, Cumhuriyetin görmek istediği birey görüntüsünün de belleklere yerleştirildiğini ifade etmişlerdir.

5.1.1.9. “Türkiye İş Bankası” Afişi



Görsel 146:İhap Hulusi Görey “İş Bankası Afişi” 1949

1.Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

On yedi uzman afişte mesajın dolaylı bir anlatımla verildiğini belirtmişlerdir. “Yuvayı Dışı Kuş Yapar” sloganının görselleştirildiği bu çalışmada, dışı kuşu kadınla birleştiren yan anlamla, kadın müşterilere yönelik kuvvetli bir mesajın verildiği ifade edilmiştir.

2.Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Tüm uzmanlar kompozisyonun alt kısmında canlı, sıcak renk armonisinde tasarlanan kuş figürünün kadını sembolize ettiğini ve ana vurguyu oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Afişte sıcak renklerle verilen kuş ve yuva görseli ön plana çıkarılırken, soğuk mavi tonlarda ve monokrom bir anlayışla betimlenen arka

plandaki bina görselinin ikinci vurgu unsuru haline getirildiği tüm uzmanlarca ifade edilmiştir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

Tüm uzmanlar farklı büyüklükle farklı font ve renklerle yazılan üst ve alt başlığın hiyerarşik olarak dengede olduğunu belirtmişlerdir. Uzmanlar başlığın yukarıdan aşağıya, soldan sağa okumaya elverişli bir yazım şekliyle yazıldığını ifade etmişlerdir. Ayrıca uzmanlar, duyurusu yapılan çekiliş ve tarih metninin koyu bir fontta yazıldığını, mavi renkle yazılan slogan ile sağ tarafta sarı ve kahverengi tonlarıyla yazılan “İş Bankası” yazısının kontrastla hiyerarşik bir düzenleme oluşturduğunu ifade etmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Tüm uzmanlar afişte kullanılan tipografinin günümüz afiş sanatına öncülük yaptığını ifade etmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar imge olarak verilen kuş (kadın) ve yuva (ev) ikilisiyle bütünleşen resimsel ifadenin ana konuyu yansıttığını ifade etmişlerdir. “Yuvayı Dişi Kuş Yapar” sloganıyla resimlenen kuş ve yuva kompozisyonun ana konuyu yansıttığı da uzmanlarca belirtilmiştir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar afişte kullanılan tekniğin illüstrasyon olduğunu belirtmişlerdir. Uzmanlar afişte genel anlamda yalınlaştırılmış lekesel formlar ve sert gölgelerden oluşan monokrom bir renk paletinin hâkim olduğunu ifade etmişlerdir.

7.Afişte renk nasıl verilmiştir?

On yedi uzman beyaz bir zemin üzerinde tasarlanan “İş Bankası” afişinin kontrast armoniler kullanılarak inşa edildiğini belirtmişlerdir. Afişin alt kısmında sıcak tonlarla tasarlanan kuş figürü ve yuva ana vurgu ögesidir. Arka plandaki bina, soğuk mavi tonlarda ve monokrom bir anlayışla görselleştirilmiştir. Uzmanlar ayrıca görsel imgelerde uygulanan kontrast ve monokromun, tipografide de benzer dengelerle tasarlandığını belirtmişlerdir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Tüm uzmanlar mesaj olarak verilen “Yuvayı Diş Kuş Yapar” sloganı görselindeki kuşun kadına, yuvanın ise binaya benzetilerek betimlendiğini ve bu yönüyle, güçlü bir birliktelik oluşturulduğunu ifade etmişlerdir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Bir uzman afişte (simetrik-asimetrik) iki kompozisyon unsurunun da kullanıldığını ifade etmiştir. İki uzman “Simetrik kompozisyonun” kullanıldığını, on dört uzman ise görsel ağırlığın sağ bölgede yoğunlaştığını ve asimetrik bir kompozisyonla sağlandığını ifade etmişlerdir.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız?

On yedi uzman Görey’in “İş Bankası” afişinde kullanılan sloganın halk arasında çok iyi bilinen ve kabul gören bir atasözünden derlendiğini, kolay bir ileti aracı olarak seçilen atasözünün, görselle buluşturularak çarpıcı hale getirildiğini belirtmişlerdir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

İki uzman afişte mizahi bir içeriğin bulunmadığını ifade etmişlerdir. On beş uzman ise afişte kullanılan ve halk arasında iyi bilinen atasözünden yola çıkılarak

oluşturulan slogan ile kuşun kadına, yuvanın ise eve benzetilerek mizahi bir anlatımın sağlandığını belirtmişlerdir.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

Tüm uzmanlar; bu afişte kullanılan tekniklerin yapısal açıdan günümüz afiş sanatını etkilediğini belirtmişlerdir.

13.Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

On yedi uzman afişte, kadınlara sunulan sosyal ayrıcalık ve tasarruf tedbirleriyle bankacılık sistemine katılımlarının sağlanarak, sosyal hayatta söz sahibi olmalarının hedeflendiğini belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca Cumhuriyet politikalarına paralel bir anlayışla tasarlanan afişte, medeni toplum algısı ile kadın erkek eşitliğine ve kadının toplumdaki rolüne dikkat çekildiğini ifade etmişlerdir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

İki uzman afişte dönemin sosyo-ekonomik durumuna herhangi bir gönderme yapılmadığını belirtmişlerdir. On beş uzman ise afişte dönemin sosyo-ekonomik durumuna "tasarruf" konusuyla değinildiğini ifade etmişlerdir.

15.Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

İki uzman afişte ele alınan konunun tasarrufu içermediğini belirtirken, on beş uzman ise afişte dolaylı bir anlatımla tasarruf bilincinin kazandırılmaya çalışıldığını belirtmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

Tüm uzmanlar afişteki ana konunun, İş Bankası'nın ve kadın hesaplarının tanıtımı ile özel ikramiye çekilişinin duyurulması ve yapılacak olan çekilişle ev sahibi olunacağı vaadinin duyurulduğunu belirtmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

Yedi uzman bu soruya hayır cevabı vermişlerdir. Dokuz uzman ise afişteki konuya ait göstergelerin ideolojik bir fikrin yansıması olduğunu belirtmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

İki uzman afişte çağdaşlığı içeren herhangi bir göstergenin olmadığını belirtmişlerdir. On beş uzman ise afişte kadın müşterilere yönelik vurgulanan mesajın, kadını ön plana çıkartan unsurları kapsadığı için çağdaşlık temasını içerdiğini belirtmişlerdir.

5.1.1.10. “Türkiye Ziraat Bankası” Afişi



Görsel 147: İhap Hulusi Görey “Ziraat Bankası” Afişi 1935 (Ender Merter Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

On yedi uzman Ziraat Bankası’nı temsil eden “Z” harfine yaslanarak keyifle sigarasını tütüren ve büyük boyutta ayrıntılı resimlenen çiftçi figürünün sakin, kaygısız tavrı ile “Para Biriktiren Rahat Eder” sloganıyla bütünleştirilerek, güvenli yaşamın sırrının tasarruftan geçtiği mesajına vurgu yapıldığını belirtmişlerdir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Tüm uzmanlar afişte vurgunun büyük boyutlu ve ayrıntılı olarak resimlenmiş ve ağızlıklı sigarasını tütüren çiftçi figürüne yapıldığını ifade etmişlerdir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

On yedi uzman sağ sütunda bloklanan tipografik elemanlardan oluşan yazım şeklinin serifsiz olduğunu belirtmişlerdir. Üst kısımdaki “Türkiye Ziraat Bankası” tanıtım yazısı alt alta istiflendirilmiştir. Uzmanlar alt kısımda vurgu içine alınan “Para” ve altında sırasıyla “Biriktiren Rahat-Eder” yazı görselinin rahatsız etmeyen bir bloklamayla tasarlandığını belirtmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Tüm uzmanlar Ziraat Bankası Afişi'nin ince ve büyük harflerden oluşan serifsiz yazım şekliyle yazıldığını ifade etmişlerdir. Uzmanlar Görey'in kullandığı tipografik elemanlar ile çağdaşlarına öncülük ettiğini ve günümüz afiş sanatında da bu tür örneklere rastlanıldığını ifade etmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

On yedi uzman banka, çiftçi ve tasarruf üçlüsü şeklinde ele alınan konunun, görselle güçlü bir birliktelik oluşturarak ana konuyu yansıttığını belirtmişlerdir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar afişte büyük boyutlu olarak merkeze konumlandırılan yaşlı çiftçi figürünün illüstrasyon tekniğiyle uygulandığını ifade etmişlerdir.

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

On yedi uzman afişte yer alan renklerin, siyah ve grinin kullanıldığı monokrom bir renk paletiyle verildiğini ifade etmişlerdir.

8. Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Tüm uzmanlar afişte kara yemenisi, poturu, belinde kuşağı, yeleği ile imge olarak seçilen ve tam merkezde konumlandırılan ihtiyar çiftçi görselinin, elinin altındaki banka kumbarasıyla tasarrufu betimlerken, aynı zamanda da “Z” harfine sırtını dayayarak kendini güvende hisseden mesajını verdiğini belirtmişlerdir. Yaktığı

sigarasıyla uzaklara bakarak hayal kuran figür betimlemesinin görsel ve yazınsal olarak bütünlük sağladığını tüm uzmanlarca ifade edilmiştir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Bir uzman, kompozisyon elemanlarının “simetrik” olduğunu ifade etmiştir. On altı uzman ise görsel yoğunluğun merkezde konumlandırılrsa da sağ alt köşeden, sol üst köşeye doğru diyagonal bir açıda yerleştirilen figürün, sağ tarafta bloklanan tipografi elemanlarıyla “asimetrik” bir kompozisyon oluşturduğunu ifade etmişlerdir.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar afişte betimlenen konunun, tasarruf yapmanın insanı rahatlatacağı ve hayatını güven altına alacağını belirtmişlerdir. Bu bağlamda slogan ve verilen mesajın görselle birleştirilerek çarpıcı hale getirildiği ifade edilmiştir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

Tüm uzmanlar Görey’in “Ziraat Bankası Afişinin” tematik ve ifadesel olarak mizahi bir içerik taşıdığını ifade etmişlerdir.

Halkın içinden seçilen ve karakteristik bir görüntü çizen yaşlı ihtiyar çiftçinin, milletin ruhunda gizli kalan tasarruf definesini ortaya çıkaran bir görüntü oluşturmuştur.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

On yedi uzman afişin teknik ve tipografik elemanlar açısından hem çağdaşlarını hem de günümüz afiş sanatını etkilediğini ifade etmişlerdir.

13.Afişte vurgulanan konu Türkiye’nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

On yedi uzman tasarruf bilinci oluşan bir toplumda modernleşmenin de geleceğini ifade etmişlerdir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

Tüm uzmanlar “Türkiye Ziraat Bankası” afişinin, büyük boyutlu olarak hafızalara kazınan kara yemenili ihtiyar çiftçi figürüne ve toplumun tasarruf bilincine parmak bastığını belirtmişlerdir. Ülkenin refah ile gelişiminin ancak bilinçli bir üretici tekelinde ve banka mevduatında gerçekleşeceği imajı verilmiştir.

15. Afişte konu Cumhuriyet’in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanlar afişte verilmek istenen ana vurgunun “tasarruf” teması içerdiğini ifade etmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

Tüm uzmanlar Ziraat Bankası reklamının yapıldığı afişte, birikim yapmayı teşvik eden ihtiyar çiftçi ile tasarruf konusunun işlendiğini ifade etmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

On yedi uzman bu afişte ele alınan konu ve göstergelerin herhangi bir ideolojik fikrin yansıması olmadığını belirtmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Tüm uzmanlar afişte yer alan imgelerin ve göstergelerin, çağdaşlıktan ziyade; toplumun tüm katmanlarına tasarruf bilincini kazandırmayı amaçladığını ifade etmişlerdir.

5.1.1.11. “Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu” Afişi



Görsel 148: İhap Hulusi Görey “Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu” Afişi (Gökhan Akçura Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

Görey’in “Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu” için tasarladığı afişte mesajın nasıl verildiği sorusuna, tüm uzmanlar bu çalışmada görsel ağırlığın sol alt bölgede yoğunlaştığını; asker, tarla ve fabrika kavramlarının bir arada verilerek resimlenen kompozisyonda, ordu ve çalışan yurttaş kavramlarının doğrudan inşacı bir anlatımla verildiğini belirtmişlerdir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Bir uzman afişte vurgunun siyah zemin üzerinde beyaz renkte büyük fontla yazılan “Yurdu” ve ön kısımda sağa yakın bir noktada konumlandırılan tarlada çalışan emekçi kadın figürüne yapıldığını, iki uzman ise vurgunun “Yurdu” yazısına ve kademeli olarak asker, tarlada çapa yapan kadın ve fabrika işçilerine yapılarak

yurttaşlık mesajının verildiğini belirtmişlerdir. On dört uzman da çalışmanın merkezinde büyük boyutlarda resimlenmiş borazan çalan asker figürünün ilk vurgu unsuru olduğunu ifade etmişlerdir.

Emre Becer ile 23.07.2018 tarihinde yapılan görüşmede Becer, afişte merkezde yer alan ve büyük boyutlarda resimlenmiş borazan çalan asker figürünün birincil vurgu unsuru olduğunu belirtmiştir. Daha sonra sırasıyla, çapa yapan köylü kadın ve daha arkadaki işçi figürleri görülmektedir. Becer ayrıca afişte asker, tarla ve fabrikada çalışan figür imgeleri aracılığıyla ordu ve çalışan yurttaş kavramlarının öne çıkartıldığını belirtmiştir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

Tüm uzamlar üst başlığın büyük puntuyla yazılarak alt başlığa dikkat çekilmeye çalışıldığını belirtmişlerdir.

Tüm uzmanlar; Görey'in afişlerinde kullandığı tipografide herhangi bir kaygı taşımadığını, bütün anlatım unsurlarını resimsel bir teknikle vurguladığını, yazıyı çalışmada uygun gördüğü boşluklara yerleştirerek sadece yardımcı bir eleman olarak ele aldığını vurgulamışlardır. Nitekim, bu afişte kullanılan alt metin yazısında "milletin" örneğiyle görüşler somutlaştırılmıştır.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Tüm uzmanlar dönemin şartları göz önünde tutulduğunda, elle yazılan tipografik formların çağdaşlarına öncülük ettiğini, üst metin ve alt metin ilişkisindeki yazı bloklarının da günümüz afiş sanatında sıkça kullanıldığını ifade etmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar "Yurdu Ordunun ve Çalışan Milletin Gücü Korur" sloganıyla bütünleşen görseller ile "ordu ve millet" birlikteliğine vurgu yapılarak konunun yansıtılmaya çalışıldığını belirtmişlerdir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar afişteki imgelerin suluboya illüstrasyon tekniği ile verildiğini ifade etmişlerdir.

7.Afişte renk nasıl verilmiştir?

Tüm uzmanlar renklerin, açık zemin üzerine sıcak renklerin hâkim olduğu geniş ve zengin bir paletle verildiğini ifade etmişlerdir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

On yedi uzman “Yurdu Ordunun ve Çalışan Milletin Gücü Korur” sloganının oluşturduğu konunun, mesaj-imge bütünlüğü ile sağlandığını ifade etmişlerdir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

On yedi uzman afişteki konunun ve sol alt bölgede yoğunlaşan görsel ağırlığın asimetrik bir kompozisyonla yapıldığını ifade etmişlerdir.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

Üç uzman afişte kullanılan sloganın çarpıcı olmadığını belirtmişlerdir. On dört uzman ise afişte kullanılan sloganın görselle çarpıcı hale getirildiğini ifade etmişlerdir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

On yedi uzman afişte konu bakımından mizahi bir vurgu olmadığını ifade etmişlerdir.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

On yedi uzman afişte kullanılan kompozisyon ve illüstrasyon tekniğinin günümüz afiş sanatını etkilediğini belirtmişlerdir.

13. Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

On yedi uzman "ordu ve millet" birlikteliğine yapılan vurgu ile ulusal ekonominin güçlendirilmesi için kurulan fabrikaların ve bu fabrikalarda çalışarak günlük hayatta işgücüne ortak olan kadın işçilerin Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağladığını belirtmişlerdir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

İki uzman afişte ele alınan konunun, dönemin sosyo-ekonomik durumunu kapsamadığı ifade ederken, on beş uzman ise "Yurdu Ordunun ve Çalışan Milletin Gücü Korur" sloganıyla afişte ülkenin sosyo-ekonomik durumuna bir gönderme yapıldığını belirtmişlerdir.

15. Afişteki konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

On yedi uzman tasarruflu olmanın ulusal ekonomiyi güçlendireceğini, dolayısıyla kalkınmanın bu şekilde önem kazanacağını ifade etmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

On yedi uzman; asker, borazan, tarlada ve fabrikada çalışan Anadolu insanının tasvir edildiği afişte seferberlik çağrısına vurgu yapıldığını belirtmişlerdir. Mehmetçiğin gücünün baz alındığı çalışmada kalkınmanın ve güçlü olmanın el birliğiyle olacağı mesajı verilmiştir. Yurdu korumanın tek yolunun ordu ve silahların olmadığı, aynı zamanda güçlü bir toplumun, güçlü bir ekonomiyle var olacağının sinyalleri de verilmiştir. Arka planda konumlandırılan fabrika ve işçiler görselinin bu fikrin bir yansıması olduğu uzmanlarca belirtilmiştir.

Tüm uzmanlar çalışkan bir milletin ekonomisinin güçlü olacağını ve bu gücün orduya yansıtılacağına vurgu yapıldığını belirtmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

İki uzman afişte tasarlanan konuya ait göstergelerin ideolojik bir fikrin yansıması olmadığını; on beş uzman ise afişin, dönemin üretim biçimini ve ordunun gücünün millettten geldiğini ifade etmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Üç uzman afişte yer alan konunun çağdaşlığı içermediğini belirtmişlerdir. On dört uzman ise afişte yansıtılan konuyla verilen mesajın çağdaşlık vurgusu yapmış olduğunu ifade etmişlerdir.

5.1.1.12. “Vatandaş” Afişi



Görsel 149: İhap Hulusi Görey “Vatandaş” Afişi (Ender Merter Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

On yedi uzman afişte mesajın doğrudan anlaşılır bir dille verildiğini ve tipografinin görsel imgelerle kuvvetlendirildiği ifade etmişlerdir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Bir uzman afişteki vurgunun “vatandaş” başlığına yapıldığını belirtmiştir. On altı uzman ise afişteki vurgunun, çalışmanın merkezinde, büyük boyutta ve soluk renklerle betimlenen figürün elinde tuttuğu, alt alta sıralanmış, canlı zemin renkleriyle boyanmış tabelalara yapıldığını belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca, canlı renkler kullanılarak oluşturulan tabelalardaki kısa metinlerin afişin ana vurgusunu oluşturduğunu ifade etmişlerdir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

Bir uzman başlık ve alt başlık düzenlemelerindeki sıralamanın okumaya elverişli olmadığını belirtmiştir. On altı uzman ise başlık ve alt başlık arasındaki düzenlemenin, yukarıdan aşağıya söz dizilimi şeklinde verilerek hiyerarşik denge sağladığı belirtmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Bir uzman İhap Hulusi'nin "Vatandaş" afişinin kendi dönemindeki çağdaşlarına öncülük etmiş olduğunu belirtirken, on altı uzman ise afişte güçlü bir desen anlayışıyla betimlenen figürün tipografiyi ikinci plana attığını belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca İhap Hulusi'nin bu anlayışta çalışan çağdaşlarına öncülük etmiş olabileceğini, fakat günümüz afiş sanatında ağırlıklı olarak teknolojinin kullanıldığını ve günümüz afiş sanatının deneysel ağırlıkta yapıldığını ifade etmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar vatandaşa öğretiyi amaçlayan bu afişte uyarı yapılan konuların ve ana konunun çalışmanın tam merkezinde konumlandırılan büyük boyutlu figürle sağlandığını ifade etmişlerdir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar; afişte imge vurgusunun suluboya illüstrasyon tekniğiyle verildiğini belirtmişlerdir. Görey'in kendine has üslubu olan suluboya tekniğiyle illüstre edilen lekesel formlar ile afişte verilen mesajın güçlendirildiği uzmanlarca ifade edilmiştir.

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

On yedi uzman açık bir zemin üzerinde, dikey olarak konumlandırılan büyük boyutlu erkek figürünün pastel renklerle betimlenirken, figürün elinde tuttuğu ve alt alta sıralanmış tabelalarda parlak renklerin tercih edildiğini ifade etmişlerdir. Genel

olarak kontrast bir renk armonisi tercih edilen afişte, uzmanlar kompozisyon olarak dengeli bir renk paletinin şekillendiğini belirtmişlerdir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Tüm uzmanlar afişte kullanılan mesaj ve imge bütünlüğünün, güçlü bir desen ve renk anlayışıyla sağlandığını ifade etmişlerdir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

İki uzman afişte kullanılan kompozisyonun “simetrik” bir dengede olduğunu, on beş uzman ise piramidal bir kompozisyonun tercih edildiğini belirtmişlerdir. Ayrıca, figür yoğunluğunun alt kısımdan yukarıya doğru azalarak devam ettiği kompozisyonda, figürün elinde tuttuğu tabelaların perspektife kaçan çizgisi ile simetriyi bozduğunu ve “asimetrik” bir dengenin oluştuğunu ifade etmişlerdir.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

On yedi uzman afişte kullanılan sloganın yazım şeklinin etkili olmadığını fakat, sloganın uyarıcı ve öğretici niteliği ile çarpıcı olduğunu ifade etmişlerdir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

İki uzman sloganın “vatandaş” vurgusuyla başlayıp, aşağıya doğru sıralanan uyarı mahiyetindeki alt başlıklarda samimi ve mizahi bir anlatım olduğunu ifade etmişlerdir. On beş uzman ise bu afişte yer verilen başlık ve alt başlıklarda herhangi bir mizahi öğeye vurgu yapılmadığını belirtmişlerdir.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

On yedi uzman afişte kullanılan kompozisyondaki illüstrasyon tekniğinin, günümüz kurumsal afişleriyle yapısal ve içerik olarak benzerlik gösterdiğini ifade etmişlerdir.

13. Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

On yedi uzman afişte ele alınan konunun toplum yaşantısının bir gereği olan görgü kurallarına öğreti bazında dikkat çekmeyi amaçladığını belirtmişlerdir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

Tüm uzmanlar sosyal içerikli bir afiş olan “vatandaş” afişinde, insanın yaşadığı toplumun genel kuralları içinde nasıl olması gerektiği öğretisinin verildiğini belirtmişlerdir. Aynı zamanda temizlik ve saygı kurallarına dikkat çekmeyi amaçlayan görselin sosyolojik bir konu etrafında döndüğü uzmanlarca ifade edilmiştir.

15. Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanlar afişte verilen konunun tasarrufu içermediğini ancak vatandaşa nezaket öğretisi yaptığını ifade etmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

On yedi uzman “Saygısızlıkla Savaş Derneği'nin” toplumu bilinçlendirme amaçlı yaptığı bu afişin, sosyal içerikli bir bilgilendirme afişi olduğunu ifade etmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

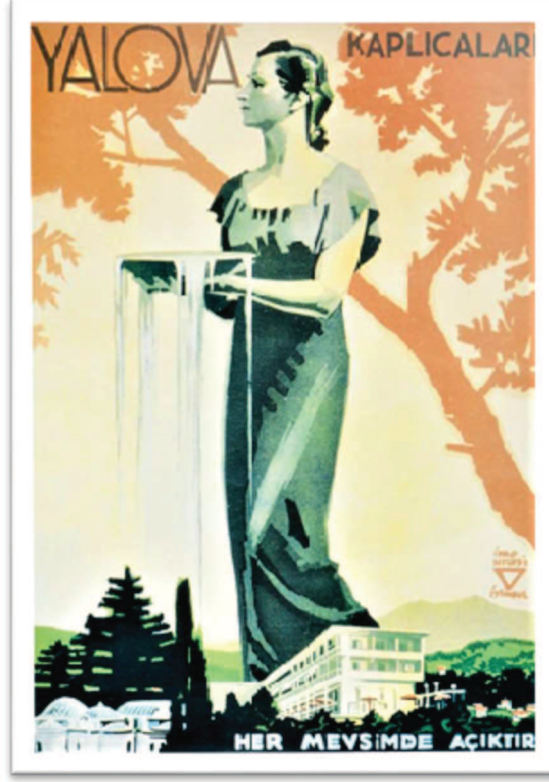
Dört uzman bu soruya “hayır” cevabı vermişlerdir. On üç uzman ise afişteki konunun cumhuriyet ideolojisiyle paralel bir anlayış içerdiğini ve bu anlamda afişte vurgu yapılan göstergelerin devam etmesi durumunda ne eğitim ne sağlık ne de modern bir toplumdaki bahsedilemeyeceğini belirtmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Tüm uzmanlar Görey'in yalın anlatımıyla halka çağrıda bulunduğu "vatandaş" afişinde, görgü kuralları, temizlik ve eğitimin gerekliliği mesajının verildiğini belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca bu unsurların var olmadığı sürece modern toplumların seviyesine ulaşamayacağı vurgusu yapıldığını ifade etmişlerdir.



5.1.1.13 “Yalova Kaplıcaları” Afişi



Görsel 150: İhap Hulusi Görey “Yalova Kaplıcaları” Afişi (Ender Merter Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

On yedi uzman Görey’in “Yalova Kaplıcaları” afişinin merkezinde dikey ve büyük boyutlu konumlandırılan kadın figürünün, adeta tanrıça güzelliğinde sembolize edilirken doğurganlığı da temsil ettiğini belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca kadının iki eliyle tuttuğu kâseden dökülen şifalı sular ile doğa, tarih, sağlık ve sükûnet mesajlarının vurgulanırken; afişte verilen mesajın tipografik ve görsel unsurlarla sağlandığını ve anlatımın dolaylı bir biçimde yapıldığını ifade etmişlerdir.

Görey afişinde; bir doğa mucizesi olan “Yalova Kaplıcaları’nı” Anadolu’nun tarihsel dokusunu harmanlayarak resmetmiştir. Yalova Termal Kaplıcaları’nın kaderi, 19 Ağustos 1929 ‘da Ulu önder M. Kemal Atatürk’ün “Burası geleceğin sağlık merkezi ve su şehri olacaktır” sözleri ile çizilmiştir. Bu kaplıcalar 4000 sene önce bir takım doğa olayları sonucu oluşmuş ve 2000 seneden beri insanların şifa

aradıkları yer olmuştur (<http://www.yalovatermal.com/Tarihçe>). Şifalı suların üzerine ve yakınlarına kurulan kaplıcaların tarihinin Roma ve Bizans dönemlerine kadar uzandığı bilinmektedir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Bir uzman vurgunun, “Yalova” başlığına yapıldığını; on altı uzman ise vurgunun, elindeki kâseden sular dökülen kadın ve termal tesis binasına yapıldığını ifade etmişlerdir. Uzmanlar ayrıca figürde kullanılan çarpıcı lekelerin gerçekçi ve yalın bir anlatımla akılda kalıcılığı arttırdığını belirtmişlerdir.

Görey’in afişinde sembolik olarak resimlediği kadın figürünün elinde tuttuğu geniş kâse, olan Frigler tarafından geliştirilmiş günümüz hamam taslarının atası Omphalos’u çağrıştırmaktadır (Sevin,2003). Selçuklu Dönemi’nde kullanılmaya başlanan şifa taslarının Erken Osmanlı Dönemi’nde şekil alan formunun, Pagan tanrılarının kullandığı göbekli tas (Omphaloslu Phiale) ile aynı olduğu bilinmektedir. Pagan kültüründe Şarap Tanrısı Dionysus dışında neredeyse tüm tanrılar sunu kabı olarak göbekli tas kullanmışlardır. Bu tasın Roma hamam kültürüne ait olduğuna dair henüz kayıtlarda net bir bilgi olmamakla birlikte erken Osmanlı Dönemi’nden sonra göbekli tasın şifa taşı olarak kullanıldığı; içindeki kutsanmış suyun içilerek ya da insanların üzerine dökülerek kötülüklerden arınmak ve hastalıklardan kurtulmak için kullanıldığı açıktır (<http://www.hurriyet.com.tr/hamam-tası>).

Bu bilgiler ışığında hareket edildiğinde, İhap Hulusi Görey’in afişlerinde ele aldığı konunun tarihsel sürecini irdelediğini, araştırdığını ve tasarımlarını bu doğrultuda gerçekleştirdiği görülmektedir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

On yedi uzman görselin üst kısmında yer alan farklı font ve büyüklükte koyu renkte yazılan “Yalova” başlığına dikkat çektiğini belirtmişlerdir. Uzmanlar ayrıca görüntünün ortasındaki öğeler ve sağ alt kısımda açıklayıcı hizmet takviminin yer aldığı “Her Mevsim Açıktır” metninin, büyük harf ve beyaz renkte yazılmasına karşın, ana başlıktan küçük olduğunu belirtirken; afişte başlık ve alt başlık arasında

hiyerarşik bir düzenleme olduğunu, vurgu sırasına göre Z biçiminde düzenleme yapıldığını ifade etmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

Dört uzman afişte kullanılan tipografinin çağdaşlarına öncülük ettiğini fakat günümüz afiş sanatında kullanılan öğelerin deneysel olduğunu belirtilmişlerdir. Uzmanlar ayrıca İhap Hulusi'nin afişlerinde kullandığı yazım şeklinde herhangi bir kaygı taşımadığını, konuyu anlatan illüstrasyona ağırlıklı olarak yer verdiğini, kalan boşluklara da yazı yerleştirildiğini ifade etmişlerdir.

On üç uzman ise Görey'in afişinde kullandığı tipografik elemanların çağdaşlarına öncülük ettiğini fakat, günümüz afiş sanatında bilgisayar destekli programların ağırlıklı olarak kullanıldığını ve deneysel tasarımların yapıldığını ifade etmişlerdir. Uzmanlar ek olarak İhap Hulusi Görey'in yazınsal metinlerini, sadeliğiyle yalın bir ileti aracına dönüştürdüğünü belirtmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar imge olarak seçilen kadın görseli, su, ağaç ve tesislerin resimlendiği afişte, sırası ile gençlik, güzellik, sağlık, doğa, tarih ve sükûnet temalarına vurgu yapıldığını belirtmişlerdir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

On yedi uzman Görey'in afişinde kullandığı tekniğin illüstrasyon olduğunu ifade etmişlerdir.

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

On yedi uzman Görey'in Yalova kaplıcaları afişindeki renk anlayışını, arka plandaki pastel sarı ve turuncudan oluşan sıcak renk dizileri ile ön planda soğuk, mavi ve yeşillerden oluşan soğuk renk dizileri arasında güçlü bir kontrast oluşturarak verdiğini ifade etmişlerdir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

On yedi uzman afişte kaplıca yazısı ve şifalı su tasını tutan kadın figürü ile mesaj ve imge bütünlüğünün sağlandığını belirtmişlerdir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Dört uzman kompozisyonun “asimetrik” olduğunu, beş uzman da kompozisyonun “simetrik- asimetrik” olduğunu ifade etmişlerdir. Sekiz uzman ise Görey’in “Yalova Kaplıcaları” afişinde, arka planda resimlenen eğik gövdeli ağacın asimetrik bir kompozisyon oluştururken; afişin orta ekseninde dikey olarak betimlenen kadın figürüyle çalışmanın altında yer alan bina ve manzara görüntülerinin simetrik dengeye daha fazla vurgu yaptığını belirtmişlerdir.

Tüm uzmanlardan alınan cevaplar neticesinde afişte kullanılan kompozisyonun “simetrik” olduğu sonucuna varılmıştır.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

Dokuz uzman afişte kullanılan sloganın çarpıcı olmadığını ve sloganın illüstratif öğelerin altında ezildiğini belirtmişlerdir. Sekiz uzman ise sloganın kullanım amacına uygun olduğunu ve kaplıcaların her mevsim açık olmasına yapılan vurgu ile sloganın çarpıcı hale getirildiğini ifade etmişlerdir.

Uzmanlar afişteki sloganın çarpıcı olmadığını, illüstrasyonun ön planda konumlandırıldığını ve anlatımın sloganla değil görsel unsurların ağırlığı ile yapıldığını belirtmişlerdir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

On beş uzman; İhap Hulusi'nin “Yalova Kaplıcaları” afişinde kullanılan sloganda mizahi vurgu olmadığı yönünde görüş belirtmişlerdir.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

İki uzman afişin anlatım bakımından güçlü olduğunu, afişin anlamını güçlendiren yazım şeklinin zayıf olduğunu ve afişin sadece bilgilendirme boyutunda kaldığını ifade etmişlerdir. On beş uzman ise dolaylı anlatımın yoğun olarak tercih edildiği afişin, illüstratif tekniği ve kompozisyon öğeleri bakımından günümüz afiş sanatını etkilemiş olabileceğini ifade etmişlerdir.

13.Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

Tüm uzmanlar bu afişle toplumun kaplıca turizmine teşvik edildiğini ve iç turizmin harekete geçirilmesinin amaçlandığını, bu bakımdan da afişin modernleşmeye katkı sağladığını belirtmişlerdir.

Cumhuriyet'in kadına verdiği önem ve bu düşünceye paralellik gösteren düşünce, Görey'in afişlerinde sıkça görülmektedir. Modern yeşil elbiseli kadın figürü, doğayla bütünleşirken aynı zamanda frontal bir duruş sergilemektedir. Afişin güzellik, şefkat, bereket konulu mesajlarla modernleşme sürecine katkı sağladığından söz edilebilir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

İki uzman bu afişin dönemin sosyo-ekonomik durumuna değindiğini düşünürken, on beş uzman afişte vurgulanan hiçbir göstergenin sosyo-ekonomik unsurları kapsamadığını belirtmişlerdir.

15.Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanlar afişte yer alan görsel ve yazınsal hiçbir ifadede tasarruf içeriğiyle ilgili bir anlatımın olmadığı ifade etmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

On yedi uzman “Yalova Kaplıcaları’nın” tanıtımının yapıldığı afişte, çalışmanın merkezinde dikey olarak konumlandırılan kadın figürünün yüzünün profilden resimlendiğini ifade etmişlerdir. Uzmanlar ayrıca saçları geriye doğru taranmış ve üzerinde yeşilin ton geçişleriyle resimlenen görselin; duru, sakin ve bir o kadar da uzun, şık bir elbiseyle betimlendiğini belirtmişlerdir.

Görselde resimlenen kadının iki eliyle tuttuğu büyük yayvan bir kâsedan dökülen sular bereketi sembolize etmiştir. Sağ alt kısımdan yükselen ağaç flu bir renk paletiyle resimlenirken, asimetrik bir kompozisyonu da beraberinde getirmiştir. Afişin alt kısmında yatay bir simetri çizen bina, manzara görüntüsü ve ağaçla geliştirilen asimetriyi yıkmıştır. Huzur veren bir havada resimlenen çalışmada turizm, tarih, manzara, doğa, sağlık, sükûnet mesajlarına gönderme yapmaktadır.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

On yedi uzman afişte kullanılan göstergelerin herhangi bir ideolojik fikri idealize etmediğini belirtmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Sekiz uzman dönemin koşulları göz önünde tutulduğunda afişin sağlıklı bir yaşamı ve termal turizmi teşvik teması içerdiği için çağdaşlığı temsil ettiğini belirtmişlerdir. Dokuz uzman ise bu afişte yer verilen tematik konuda çağdaşlık içeren hiçbir unsurun olmadığını belirtmişlerdir.

5.1.1.14. “Yapı ve Kredi Bankası” Afişi



Görsel 151: İhap Hulusi Görey “Yapı ve Kredi Bankası” Afişi-1967 (Ender Merter Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

On yedi uzman dolaylı bir anlatımla banknotların üzerine yerleştirilen evin, tasarruf yapılarak elde edilebileceği mesajının verildiğini belirtmişlerdir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

Bir uzman vurgunun, leylek figürünün ağzında konumlandırılan “Size De Bir Yuva” sloganına yapıldığını ifade etmiştir. On altı uzman ise vurgunun, leylek, ev ve banknotlardan oluşan tek parçalı illüstrasyona yapıldığını ifade etmişlerdir.

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

Tüm uzmanlar Görey’in “Yapı ve Kredi Bankası” afişinde, “Size De Bir Yuva” başlıklı sloganının üstte leyleğin gagasında konumlandırıldığını ifade

etmişlerdir. Alt başlık yerine kurum ismine yer verilen afişin, yukarıdan aşağı, soldan sağa okumaya elverişli olduğu tüm uzmanlarca belirtilmiştir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

On yedi uzman Görey'in afişinde kullandığı sağlam ve ölçülü konstrüksiyon ve renk algısı ile illüstratif etkilerin, çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük yaptığını ifade etmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

Tüm uzmanlar afişin görselini oluşturan leylek, ev ve banknotlardan oluşan tek parçalı illüstrasyonda, Yapı ve Kredi Bankası'nın kredileri ile tasarruf yapılarak ev sahibi olunabileceğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla, imgesi yapılan illüstrasyonun ana konuyu yansıttığını da ifade etmiş bulunmaktadırlar.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

On yedi uzman Görey'in afişinde kullandığı tekniğin illüstrasyon olduğunu ifade etmişlerdir.

Görey'in çalışma disiplini, öncelikli olarak konuya nasıl bir açıklık kazandıracağı yönünde yaptığı araştırmalar ve bu süreci takip eden mizansenleri fotoğraflayarak, üzerinden tasarımlar oluşturduğu illüstratif grafik resimleme tekniğidir. Çalışmalarını gerçekçi bir anlayışta ele alan sanatçı, kişisel yaşantısındaki renkliliğe rağmen yapıtlarında ağırlıklı olarak monokrom bir palet kullanmıştır.

Görey'in gerçekçi imge yaklaşımı ve mesaj aktarımı, 20. yüzyılın görsel alanına ve Türk grafik sanatına, fikir ve yeteneğiyle yeni bir boyut kazandıracaktır (Kologlu,1999).

7. Afişte renk nasıl verilmiştir?

On yedi uzman Görey'in afişinde, açık gri zemin üzerine siyah ve koyu grileri kullandığı monokromatik bir paleti tercih ettiğini belirtmişlerdir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Tüm uzmanlar afişte kullanılan leylek, ev, banknot metaforlarının yanı sıra yan anlam olarak herkese bir ev, bir yuva mesajının verildiği reklam metninde mesaj ve imge bütünlüğünün güçlü bir şekilde verildiğini belirtmişlerdir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Üç uzman afişte hem simetrik hem de asimetrik bir kompozisyonun olduğunu belirtmişlerdir. On dört uzman ise afişte güçlü ve belirleyici bir leke oluşturan leylek, ev ve banknotlardan meydana gelen bileşik amorf formun, asimetrik bir dengeye vurgu yaparken, üst ve alt kenarlara yerleştirilen tipografinin, merkezde simetrik olarak kompoze edildiğini ifade etmişlerdir.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

On yedi uzman sloganın, izleyicinin belleğinde “nasıl” sorusunu oluşturduğu ve izleyiciyi yönlendirici olduğu için çarpıcı olduğunu belirtmişlerdir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

Tüm uzmanlar afişteki ev ve yuva kavramlarının, leylek tarafından mecazi bir anlatımla verildiğini ifade etmişlerdir. Bebekleri leyleklerin getirdiği şeklindeki halk anlatılarının yansımaları olarak “leyleklerin de size bir yuva getireceği hayal değildir” mesajının dolaylı anlatımla verildiğini ifade etmişlerdir.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

Tüm uzmanların ortak görüşünde; Görey’in “Yapı ve Kredi Bankası” afişinde kullandığı grafik resimleme tekniği, desen bilgisi ve gerçeğe dayalı anlatımı ile günümüz afiş sanatını etkilediği belirtilmiştir.

13. Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

On yedi uzmanın ortak görüşünde; yapılanmaya krediyle destek verileceği, ev ve konut sahibi olunacağı fikri, tasarrufla birleştirilmiştir. Bu bağlamda Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağladığı ifade edilmiştir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

Tüm uzmanlar afişteki vurgunun tasarruf, tedbir ve girişim fikirlerini hedef kitleye yerleştirilmeye çalışıldığı için sosyo-ekonomik duruma değinildiğini ifade etmişlerdir.

15. Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflı olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

On yedi uzman afişte banknotlar üzerine konumlandırılmış evin tasarruf yapılarak elde edilebileceğini belirtmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

Tüm uzmanlar afişte güçlü bir etki oluşturan leylek görselinin, çalışmanın tam ortasında büyük boyutlarda ve ayrıntılı olarak resimlendiğini; ikincil etkiyi oluşturan banknotlar ve ev görselinin piramidal bir dengeye vurgu yaptığını, alt ve üst kısımlara yerleştirilen tipografinin, merkezde simetrik olarak kompoze edildiğini ifade etmişlerdir. Uzmanlar ek olarak, Görey'in afişindeki banknotlar üzerine yerleştirilen eve, tasarruf yapılarak kavuşulabileceği mesajının verildiğini belirtmişlerdir.

Türk anlatılarında masal formuna giren mitlerden biri olan leylek, çocuğun ve yuvanın koruyucusu olarak nitelendirilmiştir. Tek bacak üzerinde duran kuş mitlerinden olan leylek, dişi ve soylu bir vafsa sahiptir. Dolayısıyla Görey'in afişlerinde sembolleştirdiği halk mitleri hafızalarda ikon görevi olmuştur.

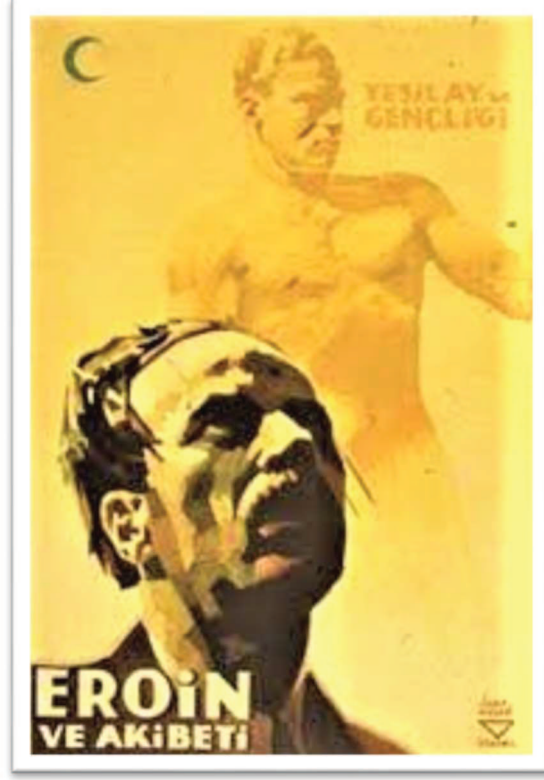
17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

On yedi uzman afişte yer alan imgelerin ve göstergelerin ideolojik bir fikrin yansıması olmadığını ifade etmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

Yedi uzman bu soruya hayır diyerek cevap vermişlerdir. On uzman ise tasarruf bilincinin halka kazandırıldığını ve modern yaşama geçilmesinin konut kredileri yardımıyla sağlanacağını belirtmişlerdir.

5.1.1.15. “Yeşilay” Afişi



Görsel 152: İhap Hulusi Görey “Yeşilay” Afişi 1930-1940 (Ender Merter Arşivi)

1. Afişte mesaj nasıl verilmiştir?

On yedi uzman görselin ağırlıklı olarak tipografiyle bulunduğu afişte, sağ üstte “Yeşilay” ile özdeşleştirilen genç ve sağlıklı erkek figürü ile alttaki yaşlı ve sağlıksız (eroïn kullanım sonucu) erkek figürü arasında yaratılan zıtlığın, afişteki ana mesajı oluşturduğunu belirtmişlerdir.

2. Afişte vurgu neye yapılmıştır?

On yedi uzman afişteki vurgunun, sol altta, koyu tonlarda ve ayrıntılı olarak resimlenen erkek portresinde olduğunu ifade etmişlerdir. Tüm uzmanlar vurgusu yapılan figürün, aynı zamanda eroïn kullanım sonucu muhtaç, zavallı ve hastalıklı hale düşen bir insanı betimlediğini belirtmişlerdir.

Birinci Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında işgal güçlerinin toplumumuzda alkol ve uyuşturucu maddeleri yaygınlaştırmasını önlemek ve işgale karşı mücadele ruhunun kazandırmak amacıyla 5 Mart 1920'de İstanbul'da "Hilal-i Ahdar" adıyla kurulan Yeşilay, günümüzde mücadelesini hala devam ettirmektedir (www.yesilay.org.tr).

3. Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?

On yedi uzman sağ üst kısımda yer alan üst başlığın zemin renginin içine yedirilerek lekesele bir değerle bloklanan “Yeşilay Gençliği” metniyle verildiğini belirtmişlerdir. Sol altta bloklanan metinde, “eroin” büyük ve kalın “ve akıbeti” ince, küçük ve serifsiz bold harflerle yazılmıştır. Tüm uzmanlar ayrıca asimetrik bir kompozisyonla yazılan metinlerin yukarıdan aşağıya ve sağdan sola okumaya elverişli bir dengede tasarlandığını ifade etmişlerdir.

4. Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?

On yedi uzman afişte kullanılan tipografik yazım şeklinin büyük, kalın ve serifsiz bold harflerle oluşturulduğunu, bu yazım şeklinin günümüzde yaygın olarak kullanıldığını, dolayısıyla çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş olabileceğini ifade etmişlerdir.

5. Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız.

İki uzman afişte tipografinin olmadığı düşünöldüğünde, imgeyle görselleştirilen genç ve yaşlı figür arasında geçişin ana konuyu yansıtmadığını belirtmişlerdir. On beş uzman ise metinler ve görseller arasındaki zıtlıklarla ana konunun güçlü bir şekilde iletildiğini ifade etmişlerdir.

6. Afişte imge hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)

Tüm uzmanlar afişte kurgulanan ana konunun özel bir suluboya tekniği ve illüstratif olarak verildiğini ifade etmişlerdir.

7.Afişte renk nasıl verilmiştir?

On yedi uzman afişteki rengin monokrom bir anlayışla, kahverenginden turuncuya; turuncudan da sarıya açılan sıcak pastoral bir armoni ile verildiğini ve ton kontrastlarından yararlandığını ifade etmişlerdir.

8.Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?

Bir uzman mesaj ve imge arasında bütünsel bir ilişkinin sağlanamadığını ifade etmiştir. On altı uzman ise mesaj ve imgenin güçlü bir birliktelik oluşturduğunu belirtmişlerdir.

9.Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (Simetrik-Asimetrik)

Bir uzman, metinler ve görseller arasında “simetrik kompozisyon” varken, on altı uzman ise afişte görsel ağırlığın sol altta toplandığı “asimetrik kompozisyon” olduğunu ifade etmişlerdir.

10.Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız.

İki uzman afişte sol altta konumlandırılan erkek figürünün, eroin bağımlısı görselini çağrıştırmadığı ve bu anlamda sloganla bir bütünlük oluşturamadığı için sloganın çarpıcı olmadığını belirtmişlerdir. On beş uzman ise afişte yer alan görsellerin, sloganla bütünleşerek çarpıcı hale getirildiğini ifade etmişlerdir.

11.Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?

On yedi uzman afişte kullanılan görseller ve yazım şeklinde mizahi bir vurgu olmadığını ifade etmişlerdir.

12.Afiş tasarımında kullanılan teknikler günümüz afiş sanatını etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?

On yedi uzman günümüz afiş sanatında kullanılan tekniklerin deneysel boyutta olduğunu, serifsiz bold yazım şekli ve illüstratif etkilerin görüldüğü bu çalışmanın, kullanılan teknikler açısından günümüz afiş sanatıyla benzerlikler gösterdiğini belirtmişlerdir.

13. Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır?

İki uzman sağlıklı ve bilinçli bireylerin, sivil toplum kuruluşlarının gelişmesine öncülük ettikleri ve katkı sağladıkları için afişte modernleşmeden söz edilebileceğini ifade etmişlerdir. On beş uzman ise bu afişte ele alınan konunun modernleşmeden ziyade sağlıkla alakalı olduğunu ileri sürmüşlerdir.

14. Afiş dönemin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?

Tüm uzmanlar toplumun sosyo-ekonomik yapısına dolaylı bir anlatımla değinen afişte, eroin kullanımının hem sağlık hem de maddi hasarlarının büyük olacağını belirtirken afişin zavallı ve başkalarına muhtaç yaşayan insanları betimlediğini ifade etmişlerdir.

Birinci Dünya savaşı ve sonrasında işgalci toplulukların toplumumuzda alkol ve uyuşturucu kullanımını teşvik etmesini önlemek amacıyla oluşturulan "Hilal-i Ahdar" cemiyeti halkın sağlık asayişini sağlamayı amaçlamıştır. İhâp Hulusi Görey'in "Eroin ve Akıbeti" afişi bu cemiyetin öngördüğü düşüncenin tipik bir yansımasıdır.

15. Afişte konu Cumhuriyet'in şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?

Tüm uzmanlar sosyal bir içerikte ele alınan "Yeşilay" temalı afişte, konunun tasarruf olmadığını, eroin kullanımının insanda yaşatacağı akıbetin vurgulandığını ifade etmişlerdir.

16. Afişteki ana konuyu yazınız?

On yedi uzman afişi iki farklı görselle bütünleştirmişlerdir. Uzmanlar ayrıca "Eroin ve Akıbeti" afişinde sol altta koyu kahverenginden sepya tonlarına uzanan resimde yaşlı, zavallı ve muhtaç bir insan ile; sağ üste "Yeşilay" başlığıyla özdeşleştirilen sağlıklı, genç, dinamik insan figürü arasında yaratılan zıtlığın afişin ana konusunu oluşturduğunu belirtmişlerdir.

17. Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?

On yedi uzman sosyal içerikli olan bu afişte, ideolojik bir fikrin yansıtılmadığını ifade etmişlerdir.

18. Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşlığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?

On yedi uzman sağlıklı ve bilinçli bireyler üzerinden sivil toplum kuruluşlarının gelişmesine öncülük edildiği için afişte çağdaşlıktan söz edilebileceğini ifade etmişlerdir.

Bu araştırma nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz kapsamında örnek olay (özel durum) metoduyla; İhap Hulusi Görey'in farklı zaman aralıklarında yaptığı on beş afişe, geliştirilen on sekiz soru ile mülakat (görüşme) formu kullanılarak tamamlanmıştır. Görey'in afişleriyle çözüm aranılan sorular; tasarım ilkeleri, tipografi ve tipografik düzenleme, grafik, dil ve anlatım yöntemleri ve nedensellik gösteren sosyal, siyasi, ekonomik ve ideolojik kavramlarla ele alınmış ve hedeflenen sorunlara neden ve niçin nedenselliklerine uzmanların akademik bilgileri ışığında cevaplar getirilerek çalışma tamamlanmıştır. Mülakatıma katılan değerli hocalarıma tez çalışmama göstermiş oldukları özveriden dolayı teşekkür eder, kendilerine sonsuz şükranlarımı sunarım.

5.2. Yorum

Bu araştırma: Türkiye’de grafik sanatı içinde afiş sanatının gelişim sürecinde köprü görevi gören İhap Hulusi Görey’in Çağdaş Türk grafik sanatına etkisini kapsamaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de grafik sanatların kronolojik tarihi incelendiğinde, veri tabanlı kaynakların yetersiz olduğu görülmektedir. Fakat son yıllarda yapılan lisansüstü araştırma tezlerinin artışı bu veriyi hafifletmiş ama sorunu giderememiştir.

Araştırmada kullanılan nitel araştırma yöntemiyle Görey’in farklı zaman aralıklarında çalıştığı on dört afişi ve bir kitap kapağı illüstrasi üzerine uzman görüşüyle on sekiz soru geliştirilmiştir. On dört afiş ve bir kitap kapağı illüstrasi üzerine geliştirilen sorularla, afiş tasarım kriterleri kapsamında tipografi ve tipografik düzenlemeler, grafiksel dil ve anlatım biçimleri incelenmiştir. İncelenen afişlere uzman görüşü kapsamında on sekiz soru geliştirilmiştir. Görey’in afişlerinde elde edilen veriler şu şekilde olmuştur.

Görey’in afişlerinde, lekesel formlar ve sert gölgelerden oluşan özel bir sulu boya tekniği kullanılmaktadır. Bu teknik Almanya’da eğitim aldığı aynı zamanda hocası Ludwig Hohlwein bir grup çağdaşı arasında geliştirdiği “Plakatstil” olarak tanımlanan bir grafik resimleme tekniğidir. Görey’in bu teknikle yaptığı afişlerinde, figür ve formları minimal bir ton ve renk skalasında illüstre edilmekte ve lekesel etkiyle, verilecek olan mesajı güçlü bir ileti aracına çevirmektedir. Bu da geleneksel bir resim tekniği olan sulu boyayı etkili ve doğrudan mesajları ileten bir grafik malzemeye dönüştürmektedir. Görey’in afişlerinde yazı ve tipografi elle kaligrafik formlarda hazırlanmış olup izleyiciye doğrudan eklenmiş izlenimi vermektedir. Çünkü tipografi, İhap Hulusi’nin çalışmalarında ikincil bir ileti unsuru görevi görmektedir. Bu yönüyle bakıldığında yazdığı metinler, afişte yer alan resimleme bittikten sonra kompozisyona ve kalan boşluklara sonradan eklenmiş izlenimi verirler. Uzman görüşünde, incelenen on dört afiş ve bir kitap kapağı illüstrasiinin sekizinde simetrik kompozisyonla çalışıldığı, altı afişte asimetrik kompozisyon, bir afişte ise hem simetrik hem de asimetrik unsurların kullanıldığı belirtilmiştir. On dört

afiş ve bir kitap kapağı illüstresinde ağırlıklı olarak kullanılan tek renk monokrom ve kontrastları ile zıtlık kazandırılan hiyerarşik kompozisyon düzenlemelerinde, ağırlıklı simetrik bir anlayış izlenmektedir. Görey, çalışmalarında kullandığı kompozisyon ve tasarım teknikleri ile çağdaşları ve günümüz afiş sanatına yeni bir anlatım ve grafik dili kazandırmıştır. İhap Hulusi'nin Türk afiş sanatına, görsel ve dilsel olarak ortaya koyduğu göstergelerin aktarımında, görünen kadar altında yatan derin anlamda dolaylı bir anlatımında habercisi olmuştur.

Plakatstil anlayışında oluşturduğu, yoğun görsel metinlerde, keskin renk ve gölgeler ve el ile yazılmış yazılar ile “üslupsal bir birliktelik” izlenmiş olup Cumhuriyet'in modernleşme modellemesine hem mizahi hem de ticari anlatımı ile yeni bir bakış kazandırmıştır.

Türkiye Cumhuriyet'inin kurulduğu ilk yılların devlet politikaları, vatandaşın yerli mallarını kullanmasını ve tasarruflu olmasını amaçlamıştır. Bu amaca ulaşma da halka ulus bilinci kazandırmak için grafik sanatının önemli bir alanı olan afişler kullanılmıştır. Görey, Cumhuriyet Türkiye'sinde yaptığı afiş ve kurumsal kimlik çalışmalarında “sanat ve iktidar” ilişkisini paralel olarak ele almış, aynı zamanda bir eğitimci unvanı üstlenmiştir. İhap Hulusi, Cumhuriyet'in hedeflediği insan modelini, eğitimi, giyimi ve sanatıyla bir adım öne taşımıştır.

Görey'in ideolojik fikirleri devlet politikalarıyla paralellik göstermiştir. Onun afişlerinde kullandığı resimlerin yalın anlatımının arkasında derin anlamlar içermektedir.

SONUÇ

“Türk Afiş Sanatının Gelişiminde İhap Hulusi Görey ve Çağdaş Türk Grafik Sanatına Etkisi” başlıklı araştırmada, grafik sanatının gelişim süreci, İhap Hulusi Görey’in yaşamı, Alman Sanat Ekolünün öncülerinden olan hocası Ludwing Holhwein’in sanat anlayışının Görey’in sanatına etkisi ve Cumhuriyet ideolojisiyle yeni kurulan ülkenin, sosyo-kültürel gelişimine, demokratikleşme ve çağdaşlaşma sürecine afişleriyle katkı sağlarken, Çağdaş Türk Grafik Sanatını nasıl etkilediği ele alınmıştır.

Bu araştırmada, grafik sanatının gelişim süreci incelenmiş ve buna bağlı olarak; Türkiye’deki grafik sanatların tarihsel kronolojisiyle ilgili basılı yayınların yetersizliği tespit edilmiştir. Bir ülkenin kültürel bir göstergesi olan basılı yayınlar ve resimli ilanlar, yaşanan dönemin güncel duyarlılıklarını ortaya koyan sanat elemanlarıdır. Her türlü yeniliğe açık, belgeleyici ve devrimci bir sanat olan grafiğin, yapılan literatür taraması sonucunda Batı’da olduğu gibi bizde de çok uzun bir geçmişe sahip olmadığı anlaşılmıştır.

Yapılan literatür taramasında, İhap Hulusi Görey hakkında yazılan kısıtlı sayıdaki kaynaklarda, üretmiş olduğu afişlerin yapım yılı ve yaşam sürecindeki önemli olayların tarihi bilgilerinde farklılıklar olduğu görülmüştür.

Türk afiş sanatının gelişimini ele alırken; afişin grafik unsurlarından ayırt edilemeyeceği duyarlılık ve bilinciyle izlediğim tarama kronolojisinde, grafik tasarım ve grafik sanat algısının iç içe girdiği ve yanlış anlaşıldığı görülmüştür. Süleyman Saim Tekcan ile yapılan görüşmede; “Bu iki kavramı birbirine karıştırıyoruz. Grafik tasarım dediğimiz zaman onun içerisinde afiş var. Başka ürünlerin tanıtımı ile ilgili yapılan çalışmalar var. Ama grafik sanatlar dediğimiz zaman işin içerisinde sadece sanatsal bir yaratı var.” şeklinde ifade etmiştir. Grafik tasarım ticari bir amaçla birilerinin tekelinde yön kazanırken, grafik sanatlarda ise sanatçı başkalarının tesiri altında kalmadan kendi düşüncesiyle sanat eserini üretir. Bu doğrultuda, bu iki farklı kavramın işlenişinin grafik eğitimi içerisinde yan yana öğretilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Cumhuriyetin devletçilik politikalarına yurtdışında aldığı eğitim ve sanatıyla derin bir anlam katan İhap Hulusi Görey, elli yılı aşkın sanat hayatında birçok esere imzasını atmıştır. O yaşadığı topraklardaki edimlerini sanatına entegre ederek halkın sesi olmayı başarmış, afişleri toplumsal yaşamın önemli bir göstergesi olmuştur. Görey'in afişlerindeki kullandığı metinlerde seçtiği samimi, esprili ve mizahi anlatım, grafiksel mesajı ileten, grafiksel bir malzemeye dönüşmüştür. Batı'da aldığı eğitim ve batılı düşünce tarzıyla yetişen Görey'in, afişlerinde real bir anlatımla çizdiği güçlü desenleri, kompozisyonları, yazı ve kaligrafilerinde hocası Ludwig Hohlwein'in izlerini taşıdığı görülmüştür.

Onu çağdaşlarından ayıran en önemli özellik, afişlerinde kullandığı suluboya tekniğindeki illüstreleridir. Afişlerinde ağırlıklı kullandığı lekesel formlar, sert gölgelerden oluşan desenleri, minimal bir ton ve renk skalasıyla güçlendirilmiş, vurgu yapılacak imge ise, arka planların nötrleştirilmesiyle ön plana çıkarılmıştır. İhap Hulusi'nin afişlerinde üstün desen anlayışı egemendir. Bu anlayışla tasarladığı afişlerinde istediği etkiye uygun çekilmiş fotoğraflardan yararlanmış, ışık-gölge oyunlarını geniş renk yelpazesindeki paletinde ara tonları azaltarak lekesel bir üslupla yeni bir grafiksel anlatım dili oluşturmuştur. Onun yorumlamalarında temel etken; düş gücü, sezgi gücü ve duyarlılıklarına bağlı çalışma disiplini olarak görülmüştür. Ayrıca, soft bir yüzey üzerinde canlı kontrastlar ile oluşturduğu figürlerinin, zarif bir renk paletinde şekillendiği görülmüştür.

Görey'in fotoğraflardan yararlanarak manipüle ettiği illüstrasyonlarında egemen olan reklam dili doğrudan ve etkili mesajlara dönüşmüştür. Bu mesajlarda ön plana çıkarılan imge, zihinlerde kalıcı bir etki bırakırken aynı zamanda halk üzerinde eğitici ve öğretici bir rol oynamıştır.

İhap Hulusi Görey'in uzmanlarca değerlendirilen ondört afişi ve bir kitap kapağı illüstrisinde, renk monokromları ve kontrastları ile zıtlık kazandırılan metinler ve imgelerin, hiyerarşik bir kompozisyonda ağırlıklı olarak simetrik bir anlayışla uygulandığı görülmüştür. Afişlerindeki görseller gerçekçi bir anlatımla çalışmanın merkezinde büyük boyutlarda ve ayrıntılı olarak konumlandırılarak birincil vurgu unsurunu oluşturmuş, tipografi ikincil bir anlatım dili olmuştur. Afişlerinde temaya uygun bir şekilde, serif, sans-serif ve gotik yazı fontlarını

kullanmıştır. Onun tipografisi her zaman okunabilir olmuş ve çoğunlukla bir kare oluşturulacak şekilde, birkaç satırda gruplandırılmıştır.

Görsel imgenin ağırlıklı olarak ifade bulduğu İhap Hulusi afişlerinde, tipografinin çalışmaya sonradan eklendiğini ifade eden Emre Becer, eklenmiş kelimesini özellikle vurgulamıştır. Çünkü bütün tipografik unsurlar, elle ve kaligrafik formlarda hazırlanarak, ikincil mesaj unsuru konumunda afişe yerleştirilmiştir. Uzman görüşlerinin değerlendirilmesi sonucunda, İhap Hulusi Görey'in afişlerinde kullandığı tipografinin yazım şekline ilişkin bir kaygı taşımadığı ve başlığı oluşturan metinler ile sloganların bazı çalışmalarında işlevsel olmadığı, bu nedenle görsel imgelerin öne çıkarıldığı anlaşılmıştır.

Ludwig Hohlwein'in "plakatstil anlayışındaki" yoğun görsel metinler, keskin renk ve gölgeler, el ile yazılmış metinler ve imzasına kadar "üslupsal bir benzerlik" gösteren Görey'in, Cumhuriyetin modernleşme modellemesinde hem mizahi, hem de ticari anlatımına farklı bir boyut getirerek, döneminin çağdaşları arasında öncü olma niteliği kazandığı ve günümüz Çağdaş Türk Grafik sanatına yön verdiği görülmüştür. Plakatstil anlayışla ürettiği afişlerinin, "Latin Alfabesi'ne" geçişle okur-yazar oranının yaygınlaştırılmasının, görsel ve dilsel olarak inşa edildiği Cumhuriyetin ilk yıllarında, okunurluk, görünürlük, basitlik ilkeleriyle hem biçimsel hem de içeriksel olarak, kentli ve köylü vatandaşa ulaşmanın bir yolu olarak değerlendirildiği anlaşılmıştır. Görey'in afişleri, öncü niteliğiyle modernleşme ve Avrupalılaştırma sürecinde, Türk halkı için çizilen yeni imajın benimsetilmeye çalışılmasında etkin bir rol oynamıştır. Cumhuriyetin temel ideolojisinin ve değerlerinin topluma nasıl aktarıldığı incelenmiş, devlet tarafından desteklenen ve o dönemin politikalarını yansıtan Görey'in afişlerinin, devlet ideolojisinin halka aktarılmasında, yaygınlaştırılmasında ve kurumsal kimliğin oluşturulmasında önemli bir rolü olduğu görülmüştür. İhap Hulusi, ticari bir yaklaşım olan reklam psikolojisinin, yöntemlerinden yararlanmış, içerik ve biçimde tüketicinin ulusal değerlerine seslenmeye çalışmıştır.

Kitle iletişim araçlarından iyi bir ileti kaynağı olan afiş ve ilan metinleri, yeni kurulan devletin politikalarına paralel olarak Görey'in sanat eğitimi ve kişiliğiyle şekillenmiş, devlet politikalarını halkla buluşturmada bir aracı olma görevi

üstlenmiştir. Onun üstün sanat anlayışı aynı zamanda sosyal ve kültürel açıdan halkı aydınlatmış, ideal devlet ve insan modelini yansıtmıştır. O afişlerinde, geleneksel unsurları modern çizgilerle birleştirerek, bir doğu-batı sentezi yaratmıştır. Kültürlerin nesillere aktarılmasını sağlayan afişleri, Cumhuriyeti baştan sona bize aktaran belgeleyici bir nitelik taşımıştır.

Yeni kurulan ülkenin şekillenme sürecinde gerek özel sektör gerekse kamu adına yaptığı ve yürüttüğü çalışmalarıyla üstün bir mücadele göstererek, örnek bir kişilik yansıtan ve aynı zaman da bir öncü olan Görey'in, bugünün şartlarına bakıldığında literatürde tam olarak konumlandırılmaması başka bir tartışma konusunu oluştururken, elli yıllık sanat hayatı ve özel hayatına dair birkaç fotoğraftan öteye gidilememesi üzüntü kaynağı olmuştur.

Görey'in gerçekçi imge yaklaşımı ve mesaj aktarımı, 20. yüzyılın görsel alanına ve Türk grafik sanatına, fikir ve yeteneğiyle yeni bir boyut kazandırmıştır.

ÖNERİLER

Türkiye’de kurumsal kimliğin baş aktörü ve modern grafik tasarımın öncüsü olan Görey günümüz toplumunda yeterince bilinmemektedir. Görey’in hayatını ve sanatını, Kültür Bakanlığının desteğiyle senaryolaştırılıp film ve çizgi filme aktararak tanınması sağlanabilir. Bir kültür mirası olarak İhap Hulusi Görey’in afişlerine Türk ürünlerinin ambalajlarında yer verilerek tanıtılması sağlanabilir. Ayrıca havaalanı ve metro gibi yoğun kullanım alanlarındaki billboardlarda afişlerin tanıtımları yapılabilir.

Milli Piyango biletleri ve banknotlar üzerinde Görey’in afişlerine yer verilerek Türk toplumunun onu daha yakından tanınması sağlanabilir.

İhap Hulusi Görey adıyla devlet destekli afiş müzesi kurulabilir.

Üniversitelerin ilgili bölümlerinde Görey’in sanat anlayışıyla ilgili projeler geliştirilerek, Görey’in ismine hitaben geleneksel olarak ortaöğretimler arası veya üniversiteler arası afiş yarışması düzenlenebilir. Yapılan bu çalışmalar, İhap Hulusi Görey’e olan ilgiyi arttırabilir ve bu alanda uzmanlaşmak isteyen gençlere onun sanatını yakından tanıma imkânını sağlayabilir.

Tez konusu olarak ele alınan; “Türkiye’de Afiş Sanatının Gelişimde İhap Hulusi Görey ve Çağdaş Türk Grafik Sanatına Etkisi” başlıklı araştırmada ilgili kaynakların yetersizliği tespit edilmiş, İhap Hulusi Görey’in sanatını ve yaşamını ele alarak bugüne aktaran birkaç kitabın ötesine gidilememiştir. Ayrıca, incelenen tezler, makaleler ve kaynaklar da ise birbirinden farklı çelişkili bilgiler olduğu görülmüştür. Türk grafik sanatı ve grafik tasarımı alanında “arşivcilik – kronolojik veri tabanı” yetersizliğinin giderilmesi için üniversitelerde bu alanla ilgili arşiv oluşturulabilir.

Özel ve devlet bünyesinde olan Güzel Sanatlar Fakülteleri ve Eğitim Fakültelerinin Resim Bölümleri ile ortaöğretimlerde ilgili derslerde Türk grafik sanatlarının tarihi kronolojisine müfredat programında daha geniş yer verilebilir.

KAYNAKÇA

- AK, M. (1998). **Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj**, İstanbul: Işıl Ofset.
- AKALIN, T. (2013). **Fotoğraf**, (1.Basım). Ankara: Hangar Kitap.
- AKÇURA, G. (2007). Tatilinizi Memleketin Neresinde Geçirmek İstersiniz?
Dünya Sanatı Dergisi Gezi ve Sanat, Sayı:45, s.122.
- AKÇURA, G. (2014). Matbaacı Kırkor Neden Şifa Bulamadı. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1- 11**, s.264.
- ALTINTAŞ, O. (2007). **Sanat Eğitimi ve Çağdaş Türk Resminde Nü**, (1. Basım) Ankara: Sur Yayınları.
- ALTINTAŞ, Y. (1992). Türkiye’den Afişler. **Cumhuriyet Gazetesi Kitap Eki**, Sayı:172, s.8.
- Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi. (1999). **Anadolu Sanat Dergisi**. (Aralık, 1999). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Matbaası.
- APA, M. (2007). Mesut Manioğlu: Ressam, Afişçi, Grafiker. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:8, s.62.
- ARMAOĞLU, F. (1991). **20. Yüzyıl Siyasi Tarihi Cilt 1: 1914-1980**, (7.Basım). Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- ARTUT, K. (2004). **Sanat Eğitimi Kuramları ve Yöntemleri**. (3.Basım). Ankara: Anı Yayıncılık.
- ATAN, A. (2006). **Resimli Resim Sözlüğü**. (1. Basım). Ankara: Kalkan Matbaacılık.
- AYDIN, S. (2009). **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Dönemler ve Zihniyetler**. (1. Basım). İstanbul: İletişim Yayınları.
- BALCIOĞLU, S. (2014). Münih Fehim. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1-11**. s.140.
- BAYAZOĞLU, Ü. (2014). Cumhuriyet Öncesi Bir Tasarımcımız Ebüzziya Tevfik. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1-11**, s.19.
- BECER, E. (2007). Tipografide Figür ve Görsel Hiyerarşi: Öğrenci Çalışmaları. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:6, s.74-79.

- BECER, E. (2015). **İletişim ve Grafik Tasarım**. (10. Basım). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- BECER, E. (2010). **Modern Sanat ve Yeni Tipografi**. (2. Basım). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- BEKTAŞ, D. (2003). Cumhuriyet'in İlk Dönemlerinde Grafik Tasarımı 1923-1943. **Sanat Dünyamız Dergisi**, Sayı:89, s.194-199. İstanbul: Yapı Kredi Sanat Yayıncılık.
- BEKTAŞ, D. (1992) **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BEKTAŞ, D. (2006). Bir Sergi Üzerinden Yurdaer Altıntaş. **Sanat Dünyamız Dergisi**, Sayı: 99, s.181. İstanbul: Yapı Kredi Sanat Yayıncılık.
- BELGE, M. (1984). Türkiye'de Günlük Hayat. **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**. Cilt:3, s.840. İletişim Yayınları.
- BENLİ, S. (1995). Yurdaer Altıntaş İle Söyleşi. **Dekorasyon Dergisi**, Sayı:71, s.79
- BİLGE, İ. (2007). Cumhuriyet'in Tasarımcısı İhap Hulusi Görey. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:6, s.30-31.
- BİLGE, İ. (2007). Mengü Ertel Aydın Sanatçı Tasarımcı. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:9, s.40.
- BİLGİLİ, C. KETENCİ, H.F. (2006). **Görsel İletişim&Grafik Tasarımı**. (1.Basım). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- BUYURGAN, S., BUYURGAN, U. (2012). **Sanat Eğitimi ve Öğretimi**. (3.Basım). Ankara: PEGEM Akademi.
- BUYURGAN, S. MERCİN L. (2005). **Görsel Sanatlar Eğitiminde Müze Eğitimi ve Uygulamaları**, (1.Basım). Ankara: Görsel Sanatlar Eğitimi Derneği Yayınları.
- CENGİZ, H. (Editör). (2010). **Türk Grafik Tasarımcıları**. (1.Basım). İstanbul: Alternatif Yayıncılık.

- Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi (1995). Cilt 12, İstanbul: İletişim Yayınları.
- ÇÖMERT, B. (2006). **Mitoloji ve İkonografi**. (1. Basım). Ankara: De Ki Basım Yayım.
- ÇAM, A.T. (2014). **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1- 11**. (1.Basım). İstanbul: Analiz Yayıncılık.
- ÇAM, A.T. (2014). Özel Bir Yetenek Atıf Tuna. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1-11**. s.239.
- ÇAM, A.T. (2014). Geçiş Dönemi Tasarımcısı Münih Fehim Özarman. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1-11**. s.111-123.
- ÇAM, A. T. (2007). Afiş Tasarımın Türkiye'deki Öncülerinden İhap Hulusi Görey. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:14, İstanbul: Özgün Ofset.
- ÇAM, A. T. (2007). Çağdaş Türk Grafik Tasarımında İlk İmza İhap Hulusi Görey. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:6, s.25-29.
- ÇAM, A. T. (2007). Afiş Tasarımının Türkiye'de ki Öncülerinden Kenan Temizan. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:14, s.61-62.
- ÇAM, A. T. (2007). Çizginin Şairi Mengü Ertel. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı: 9, s.23-25.
- ÇAM, A. T. (2007). İhap Hulusi Görey' in Anısına Emek Verenler. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:6, s.36.
- ÇAKIR, H. (1997). **Osmanlı Basımında Reklam**. Ankara: Elit Reklamcılık.
- ÇALIŞKAN, E. (1981). Türkiye'de Afiş ve Grafik Sanatının Öncüsü 82 Yaşındaki Delikanlı İhap Hulusi. **Hürriyet Gazete Eki 8.Gün Dergisi**, 31 Mayıs 1981, s.8-9.

- ÇEVİK, S. (2014). Çok Yönlü Bir Sanatçı: Mesut Manioğlu. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1-11**, s.290.
- ÇEVİKER, T. (1986). Resim Sanatımızda İki Usta Münih Fehim ve İhap Hulusi. **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı:142, s.16-17.
- ÇEKİKER, T. (2010) **Karikatürkiye- Karikatürlerle Cumhuriyet Tarihi. 1. Cilt: Tek Parti ve Demokrat Parti Dönemi (1923-1960)**. İstanbul: NTV.
- ÇEVİKER, T. (2006). Modern Türk Grafik Sanatının Öncüsü. **Sanat Dünyamız Dergisi**, Sayı: 100, s.93-95. İstanbul: Yapı Kredi Sanat Yayıncılık.
- DEDECIUS, K. (1989). **Argos, Yeryüzü Kültürü dergisi**. Sayı:9, İstanbul: Güneş yayınları A.Ş.
- DİLBER, M. ERASLAN, İ. ARTEMEL, M. (2012). **Ekonomik ve Toplumsal Etkileri Açısından Türkiye’de Reklamcılık**. İstanbul: Fatih Üniversitesi Yayınları.
- DOĞAN, İ. (1999). **Sokaktaki Yabancı**. (1. Basım). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- DRUCKER, J. (1977). **Experimental Typography and Modern Art, 1909-1923**.(2.Basım). University of Chicago Press.
- DURMAZ, Ö. (2010). **İstanbul’un 100 Grafik Tasarımcısı ve İllüstratörü**. (1.Basım). İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları.
- EKİZ, D. (2003). **Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metotlarına Giriş**. Ankara.
- ELİBAL, G. (1980). Mengü Ertel. **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı:5, s.65.
- ERDAL, G. (2015). **İletişim ve Tipografi**. (1.Basım). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- ERDEM, C. (2003). Çözüm Problemin İçinde Saklı. **Art Decor Dergisi**, Sayı:120, s:83-84.
- ERHAT, A. (2014). **Mitoloji Sözlüğü**. (22.Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- ERKAL, Y. (2007). Ustam Mengü Ertel. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:9, s.34.

- ERTAN, G., SANSARCI, E. (2016). **Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı.** (1.Basım). İstanbul: Alternatif Yayıncılık.
- ERTEL, M. (1984). Türkiye’de Afiş Sanatı. **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt:3 s.821.
- ERTEL, M. (1984). Türkiye’de Afiş Sanatı. **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt:3, s.822.
- ERTEL, M. (1984). Türkiye’de Afiş Sanatı. **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt:3 s.823.
- ESTİN, C. and LAPORTE, H. (2010). **Yunan ve Roma Mitolojisi** (çev. M. Eran). Tübitak Popüler Bilim Kitapları. (Eserin orijinali 1987’de yayımlandı).
- GÜRER, L. (1992). **Görsel Sanat Eğitimi ve Mekân-Form.** (1.Basım). İstanbul: İ.T.Ü. Yayınları.
- GÜMÜŞTEKİN, N. (2013). Rengin Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afişe Katkısı: Tarihsel Bir İnceleme. **Yedi: Sanat, Tasarım Ve Bilim Dergisi**, Sayı:9, s.39.
- FRENZEL, HK. (1926). **Ludwig Hohlwein.** (1.Basım). Münih: Phonix Resimler
- GÜNGÖR, İ.H. (2005). **Görsel Sanatlar ve Mimarlık İçin Temel Tasar.** (3.Basım). İstanbul: Esen Ofset Matbaacılık.
- GÜNDOĞDU, F. M. (2014). Ebuuzziya Tefvik’in Türk Basımcılığına Getirdiği Yenilikler. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1- 11.** (1.Basım). İstanbul: Analiz Yayıncılık.
- HEINICH, N. (2013). **Sanat Sosyolojisi.** (çev. T. Arnas). Bağlam Yayıncılık. (Eserin orijinali 2004’de yayımlandı).
- HELLER, S., CHWAST, S. (1988). **Graphic Style**, Londra: Thames & Hudson.
- İSTEKARIK, M.E. (2011). **Grafik Tasarım Rehberi.** (1.Basım), İstanbul: KODLAB Yayın Dağıtım.
- İNCEK, R. (2005). **Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni.** (2.Basım), İstanbul: Pusula Yayınevi.
- KAHRAMAN, H.B. (2015). **Bakmak Görmek Bir De Bilmek.** (1. Basım). İstanbul: Kapı Yayınları.

- KARAMUSTAFA, S. (2006). Münih Fehim'in İzinde. **Sanat Dünyamız Dergisi**, Sayı: 98, s.147. İstanbul: Yapı Kredi Sanat Yayıncılık.
- KARAMUSTAFA, S. (1998). Türkiye'de Grafik Tasarımın Son Çeyrek Yüzyılı. **Cumhuriyet'in Renkleri ve Biçimleri. Bilanço'98 Dergisi**, İstanbul: Tarih Vakfı-Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- KARAMUSTAFA, S. (1999). Münih Fehim'in İzinde. **Sanat Dünyamız Dergisi**, Sayı: 98, s.147. İstanbul: Yapı Kredi Sanat Yayıncılık.
- KARAMUSTAFA, S. (2007) "İhap Hulusi Çizgisi: Belgeler, Sorular, Doğrular, Yanlışlar" **İhap Hulusi: Tasarımcının Bir Genç Sanatçı Olarak Portresi.** s.13-23.
- KARASAR, N. (2010). **Bilimsel Araştırma Yöntemi.** (21.Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- KAYNARDAĞ, A. (1980). Bir Sanat Gösterisi Güzel Sanatlar Dergisi. **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, Sayı:7, s.71-72.
- KAYNARDAĞ, A. (1979). 1930'ların Bir Sanat Dergisi "AR". **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, Sayı:6, s.67.
- KETENCİ, H.F., BİLGİLİ, C. (2006). **Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı.** (1.Basım). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- KINIK, M. (2005). **Grafik Tasarım ve Üretim Teknolojileri.** Ankara: Asil Yayın Dağıtım A.Ş.
- KOLAY, A., HIZAL, D., DURAK, B., ASLAN, M. (2011) **İlan'ı Ticaret Resimli İlanlar Perspektifinde Osmanlıdan Cumhuriyete İstanbul'un Ticaret Hayatı.** (1. Basım). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını.
- KOLOĞLU, O. (1999). **Reklamcılığımızın İlk Yüzyılı 1840-1940.** 1. Baskı Reklamcılık Vakfı Yayınları.

- KOLOĞLU, O. (2010). **Osmanlı Döneminde Basın Teknikleri ve Araçları**. 1. Baskı, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- LAUER, D. A., PENTAK, S. (2007). **Design Basics**. Belmont-CA: Wadsworth. Thomson Learning.
- LOWRY, B. (1972). **Sanatı Görmek**. (Çev. N. Yurtseven, Z. Güvemli). Türkiye İş Bankası A.Ş Kültür Yayınları.
- LUPTON, E., PHILLIPS, J. C. (2008). **Graphic Design The New Basics**. NewYork: Princeton Architectural Press.
- MADEN, S. (1979). Cumhuriyet Dönemi Türk Grafik Sanatı. **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, Sayı:1, s.91-93.
- MADEN, S. (1979). Başlangıcından Bugüne Türk Grafik Sanatı 2. **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, Sayı:2, s.83-87.
- MADEN, S. (1979). Başlangıcından Bugüne Türk Grafik Sanatı 3. **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, Sayı:3, s.87-89.
- MADEN, S. (1979). Türk Grafik Sanatı 4. **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, Sayı:4, s.89.
- MADEN, S. (1979). Türk Grafik Sanatı 5. **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, Sayı:5, s.72-76.
- MADEN, S. (1980). Türk Grafik Sanatı 6. **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, Sayı:8, s.78-79.
- MADEN, S. (1980). Türk Grafik Sanatı 7. **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, Sayı:9-10, s.101-103.
- MADEN, S. (1984). Grafik Sanatının Dünü Bugünü. **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt:3, s.814-820.
- MADEN, S. (1999). **Cumhuriyet'in Renkleri ve Biçimleri**. **Bilanço'98 Dergisi**, s.74, İstanbul: Tarih Vakfı-Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- MADEN, S. (1999). **Cumhuriyet'in Renkleri ve Biçimleri. Bilanço'98 Dergisi**, s.79, İstanbul: Tarih Vakfı-Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- MADEN, S. (1999). **Cumhuriyet'in Renkleri ve Biçimleri. Bilanço'98 Dergisi**, s.81, İstanbul: Tarih Vakfı-Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- MAYER, P. (1979). Milton Glaser ve Grafik Tasarım. **Çevre Mimarlık ve Görsel Sanatlar Dergisi**, (çev. F. Özgüven). Sayı:4, s.94-98.
- MERTER, E. (2008). **Cumhuriyet'i Afişleyen Adam İhap Hulusi Görey 110 Yaşında**. (2. Basım). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- MERTER, E. (2008). Cumhuriyet'i Afişleyen Adamla Bir Seveda Serüveni. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1-11**, s.176.
- MERTER, E. (1973). Türk Grafik Sanatçılarının Tümü Tam Anlamıyla Cumhuriyet Çocuklarıdır. **Milliyet Sanat Dergisi**, s.5.
- MERTER, E. (2003). **80.Yılında Cumhuriyeti Afişleyen Adam**. (1.Basım). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Meydan Larousse Ansiklopedisi. (1969). **Büyük Sözlük**, Cilt 1, İstanbul: Meydan Yayınevi.
- Millî Eğitim Bakanlığı. (2012). **Anadolu Güzel Sanatlar Spor Lisesi Grafik Tasarım-11 Ders Kitabı**, (3.Basım). Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü.
- Millî Eğitim Bakanlığı. (2012). **Anadolu Güzel Sanatlar Spor Lisesi Grafik Tasarım-12 Ders Kitabı**, (1.Basım). Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü.
- Millî Eğitim Bakanlığı. (2018). **Ortaöğretim Güzel Sanatlar Lisesi Grafik Tasarım-11 Ders Kitabı**, (1.Basım). Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü.
- MUSTAFA, S. (2007). Türkiye' de Grafik Eğitiminin Başlangıcına Yolculuk Latif Ariş Arşivi. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:15, İstanbul: Özgün Ofset.
- NESİN, A. (1980). Mengü Ertel. **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı:5, s.64.

- ODABAŞI, H.A. (1996). **Grafikte Temel Tasarım**. (1. Basım). İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık.
- OSBORNE, H. (1971). Oxford Companion to Art. **University Press**, Oxford, s.500.
- ÖDEKAN, A. (Editör) (1999). **Cumhuriyet'in Renkleri ve Biçimleri. Bilanço'98 Dergisi**, İstanbul: Tarih Vakfı-Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- ÖZTUNA, H.Y. (2007). Uluslararası Modern Tasarım Hareketi: Art Nouveau. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:6, s.80-84.
- PEKMEZCİ, H. (2017). Cumhuriyet'in Öncü Sanatçı Eğitimcileri. **Sanatım Dergisi**, Ekim-Kasım-Aralık, 2017, s.38-40.
- REARDON, A. P. (2004), **A Perceptual Basis for the Elements and Principles of Design**, Eastern: Michigan University.
- REEL, A.H. (2014) Kaybettiğimiz Değerler Prof. Kenan Temizan. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1-11**, s.94.
- ROUX, J.P. (2015). **Eski Türk Mitolojisi** (çev. M.S. Sağlam). Bilgesu Yayıncılık. (Eserin orijinali 1999'da yayımlandı).
- SAĞOÇAK, T.Ç., ÇELLEK, T. (2014). **Temel Tasarım Sürecinde Yaratıcılık**. (1.Basım). İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.
- SAKIZLI, E.R. (1991). Enstantaneler. **Sanat Dünyamız Dergisi**, Sayı:43, s:21.
- SARIKAVAK, N.K. (2014). **Kaligrafik ve Tipografik Deneysel Tasarımlar**. (1. Basım). İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.
- SELÇUK, T. (1980). Resim Sanatımızda İki Usta Münih Fehim ve İhap Hulusi. **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı:3, s.30-35.
- SERİN, A.Y. (1998). Doğumunun 100. Yılında Bir Afiş Ustası İhap Hulusi Görey. **Türkiye İş Bankası Kültür ve Sanat Dergisi**, Sayı:40, s.53-58.
- SERİN, A.Y. (1998). Afiş Sanatının Virtüüzü: İhap Hulusi. **Arkitekt Dergisi**, Sayı:458, s.55-64.

SERİN, A.Y. (2006). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Köprü Olmuş Bir Afiş Sanatçısı

İhap Hulusi Görey. **Artist Dergisi**, Şubat-2006, s.33-39.

SEYLAN, A. (2005). **Temel Tasarım**. (1. Basım). Ankara: Dağdelen Basın Yayın.

SÖNMEZ, S. (2007). Anılarda Yaşayan Bir Usta İhap Hulusi Görey. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:6, s.32-33.

SUNER, C. (2007). Türkiye'nin Modernleşme Yüzü ve Tasarımcı Mesut

Manioğlu. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:8
İstanbul: Özgün Ofset.

TSHCICHOLD, J. (1995), **The New Typography: A Handbook for Modern Designers**, (çev. Ruari Mc Lean). Los Angeles: University of California Press.

TANSUĞ, S. (1980). Türkiye'de Sanat Eğitiminin Bazı Düzey Sorunları. **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı:5, s.84-86.

Temel Britannica. (1990). Cilt 14. İstanbul: Ana Yayıncılık A.Ş

TEKER, U. (2009). **Grafik Tasarım ve Reklam**, İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.

TURAN, İ. (2007). Bütün Yönleriyle Hocam Emin Barın. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:7, s.41-44.

TURANÎ, A. (1966). **Sanat Terimleri Sözlüğü**, Ankara: Toplum Yayınevi.

TURANÎ, A. (1997). **Dünya Sanat Tarihi**. (6.Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

TUNA, A. (2007). Biz Grafik Nedir Bilmezdik. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:10, s.58-65.

TURGUT, E. (2013). **Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri**. (1. Basım). Ankara: Anı Yayıncılık.

TÜKBEN, B. Yurdaer Hoca'nın Düşleri. **Yeni Yüzyıl Gazetesi**, 8 Haziran 1995, s:22.

- TÜRESAY, Ö. (2014). Ebüzziya Tevfik ve Osmanlı Matbaacılığı. **Türk Grafik Tasarım Tarihi 1-11**, s.36.
- Türk Dil Kurumu. (1998). **Türkçe sözlük**. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- TWEMLOW, A. (2011). **Grafik Tasarım Ne İçindir?** (çev. D. Özgen). YEM Yayın. (Eserin orijinali 2006'da yayımlandı).
- UYGUNGÖZ, M. (1997). Resim ve Tipografi. **Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Anadolu Sanat Dergisi**, s.191.
- VARLIK, U. (2018). **Zero Hipotez Fragmanlar**. (1.Basım). İstanbul: Bozlu Sanat Yayınları.
- WEILL, A. (2015). **Grafik Tasarım** (çev. O. Türkay). Yapı Kredi Yayınları. (Eserin orijinali 2003'de yayımlandı).
- YAVUZ, S.D. (2007). Sosyal İçerikli Grafik Tasarım II. **Görsel İletişim Kültürü Dergisi Grafik Tasarım**, Sayı:6, s.42-44.
- YURDAKUL, İ. (2002). **Türkiye Cumhuriyeti'nin Temeli Kültürdür II**. (1.Basım). Ankara: TC. Kültür Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- YÜCEL, C. (1980). Mengü Ertel. **Milliyet Sanat Dergisi**, Sayı:5, s.64.
- YURDAKUL, İ. (2002). **Türkiye Cumhuriyeti'nin Temeli Kültürdür II**. (1.Basım). Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü Yayınları.

Çevrimiçi Kaynaklar

- <http://www.ekrembugraekinci.com/makale.asp?id=447>
(12.03.2016) Erişim Saati, 18.15
- www.milliyetsanat.com/ (06.05.2018) Erişim saati, 13.08
- <http://www.seyriadem.com/portfolio/1928-akbaba-2-donem/>
(09.03.2016) Erişim saati, 23.00
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Afiş%C5%9F> (12.03.2016) Erişim saati, 18.15
- <http://www.turkcebilgi.com/ulus%C3%A7ulu>
(11.02.2016) Erişim saati, 15.45
- [https://tr.wikipedia.org/wiki/Reform_\(tarih\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Reform_(tarih)) (13.03.2016) Erişim saati, 12.10
- <https://www.google.com.tr/search?q=mithat+özar+ressam+fenner+afişleri>
(16.03.2016) Erişim saati, 14.13
- <https://www.google.com.tr/search?q=münif+fehim>
(21.03.2016) Erişim Saati, 22.22
- <https://www.birderdeburadandinleyin.com/?p=4199>
(21.03.2016) Erişim Saati, 21.11
- <http://t24.com.tr/haber/turkiyede-grafigin-ilk-imzasi,291804>
(22.03.2016) Erişim saati, 00.15
- <https://www.lincandemir.blogspot.com.tr/2013/04/turk-sinema-afislerinde-geleneksel.html> (24.03.2016) Erişim saati, 12.44.
- <https://www.google.com.tr/search?q=Türkiye+de+ilk+afiş+sergisi>
(23.03.2016) Erişim saati, 24.01
- <http://www.turkcebilgi.com/ulus/> (16.03.2016) Erişim saati, 22.05
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Afi%C5%9F1> (24.03.2016) Erişim saati, 23.05
- <https://www.google.com.tr/search?q=ihap+hulusi+görey+kimdir>
(26.03.2016) Erişim saati, 21.13
- <http://www.grafikerler.org/forum/konu/dunden-bugune-turk-grafik-tasarim-tarihi-bolum-1.31098/> (27.03.2016) Erişim saati, 12.12
- (<http://www.grafikerler.net/kurumsal-kimlik-nedir-t222.html>).
(25.03.2016) Erişim saati, 15.15
- <http://cassandra.apache.org/> (01.04.2016) Erişim saati, 15.13

- https://adresing.com/shop/turkiye_1923_1973_ansiklopedisi
(02.04.2016) Erişim saati, 23.00
- <https://ebriz.com/pages/lzd.aspx?lang=TR§ionID=2&articleID=247&bhc>
(02.04.2016) Erişim saati, 23.00
- <https://adresing.com/shop/index.php?route=product/search&search=akbaba>
(03.04.2016) Erişim saati, 22.22
- http://www.sabah.com.tr/galeri/kultursanat/cumhuriyetin_ilk_afisleri_artik_g
enclere_emanet (04.04.2016) Erişim saati, 15.08
- <https://www.google.com.tr/search?q=ihap+hulusi>
(04.04.2016) Erişim saati, 15.08
- <https://www.google.com.tr/search?q=ihap+hulusi+imza>
(04.04.2016) Erişim saati, 15.10
- <http://www.kurucasile.gen.tr/cumhuriyetin-ilk-on-yilinda-yapilanlar/>
(04.04.2016) Erişim saati, 15.00
- <http://www.iconofgraphics.com/Ludwig-Hohlwein/> Hölscher.K Frenzel, (1926).
“Ludwig Hohlwein”, Phonix Illustrations druck und verlag Fiell, Charlotti &
Fiell, Peter (2007). Contemporary Graphic Design, Italy: Taschen
(26.09.2018). Erişim saati, 22:10
- <http://media.Schoolofvisualarts.edu/sva/media/9983/large/proceedings2008.pdf>
- <https://docplayer.biz.tr/55772074-Takdim-ihsansiz-sanat-insansiz-kalir.html>
(27.09.2018). Erişim saati, 02:00
- <https://www.tarihtoplum.org/osmanlida-milli-piyango/>
(15.09.2018). Erişim saati, 15.15
- [http://www.millipiyango.gov.tr/node/themes/bluemasters/documents/faaliyet_2011.p](http://www.millipiyango.gov.tr/node/themes/bluemasters/documents/faaliyet_2011.pdf)
df (15.09.2018) Erişim saati, 15.30
- <https://tarihnedio.com/turk-hava-kurumunun-tarihcesi-turk-tayyare-cemiyeti/>
(15.09.2018) Erişim saati, 15.40
- <http://t24.com.tr/haber/turkiyede-grafigin-ilk-imzasi,291804/>
(25.08.2018) Erişim saati, 17.45
- <http://piyangokoleksiyonu.com/piyango-biletlerine-hikaye-katan-adam-ihap-hulusi-gorey/>
(22.08.2018) Erişim saati, 16.35

- https://www.peramezat.com/urun/turk-tayyare-cemiyeti-buyuk-piyangosu-11-subat-1927-onda-bir-bilet_2 (22.08.2018) Erişim saati, 17.00
- Milli Piyango İdaresi, (2007), 2007 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara
(22.08.2018) Erişim saati, 17.05
- Milli Piyango İdaresi, (2008), 2008 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara.
(22.08.2018) Erişim saati, 17.15
- Milli Piyango İdaresi, (2012), 2012 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara.
(22.08.2018) Erişim saati, 17.20
- Milli Piyango İdaresi, (2013), 2013 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara.
(22.08.2018) Erişim saati, 17.30
- Tunçay, M. (1993), Türkiye’de Piyango Tarihi ve Milli Piyango İdaresi, Ankara:
Milli Piyango İdaresi Yayını. (22.08.2018) Erişim saati, 17.30

EKLER

1-Mülakat (Görüşme)

2-Mülakat (Görüşme) Formu

3-Öz Geçmiş



Ek-1**MÜLAKAT (GÖRÜŞME)**

Bu bölümde, “Türk Afiş Sanatının Gelişiminde İhap Hulusi Görey ve Çağdaş Türk Grafik Sanatına Etkisi” başlıklı tez konusunda günümüzde çok önemli bir yere sahip olan akademisyen ve sanatçı kişiliği ile tez çalışmamda desteğini esirgemeyen Prof. Dr. Süleyman Saim Tekcan ve grafik sanatlara önemli yayınlarıyla destek veren Ali Tekin Çam ile olmuştur. “Türk Afiş Sanatının Gelişimi ve Grafik Sanatlar Sorunsalı”, “Türkiye’de grafik tasarım mı, grafik sanatlar mı?” sorusuna cevap aradığımız, kilit isim “İhap Hulusi Görey ve Çağdaş Türk Grafik Sanatına Etkileri” başlığına dayalı görüşme, karşılıklı söyleşi ve ses kaydı ile gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmede nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz kapsamında örnek olay (özel durum) araştırmalarıyla yapılanmış (formal) görüşme formu kullanılmıştır.

Prof.Dr. Süleyman Saim Tekcan ile İMOGA’da gerçekleştirdiğimiz görüşme- 21 Temmuz 2018



Soru: İhap Hulusi Görey ve afiş sanatının dünü bugünü hakkında ne düşünüyorsunuz?

Cevap: *Tabii ki afiş sanatının ilklerinden birisi. Yurtdışında eğitim yapmış özellikle afiş sanatına en büyük katkıları getirmiş olan sanatçılardan bir tanesi, kuşkusuz. Akademide “Afiş Atölyesi” diye bir afiş atölyesi kuruldu, sonra grafik bölümüne dönüştü. Akademide bu alanda birçok eğitimci vardı. Hepsinin ismini şu an telaffuz edemem ama: Mitat Özar, Kenan Temizan, Zeki Faik İzer bunlardan ilk akla gelen birkaçı idi. Ama bunlar çok afiş yaptı diyemeyiz. İhap Hulusi gerçekten çok afiş yapan biriydi. Güzel Sanatlar Akademisi’nin Afiş Atölyesi’nden yetişen nesilde önemli afiş sanatçıları oldu. Bunlar içerisine bence en önemlisi Mengü ERTER, Yurdaer Altıntaş’tı. Daha genç kuşaktan ise Sadık Karamustafa ve Bülent Erkmen’dir. Yurdaer Altıntaş ve Mengü Ertel daha çok tiyatro afişleri yaptılar. Sadık Karamustafa ve Bülent Erkmen daha çağdaş afişler yaptılar. Ama onlarda sergi tanıtım, tiyatro ve İstanbul konulu afişler yaptılar.*

Soru: Türkiye’de Afiş sanatının gelişim sürecinin dünü yani Osmanlı’nın son dönemi ve Cumhuriyetin ilanı arasındaki süreç hakkında ne düşünüyorsunuz?

Cevap: *Osmanlı’nın son dönemlerinde ne afişi var diye sorarsan “ilancılık” vardır. Ürün tanıtımı için yapılmış afişler vardı. Bunlar daha çok kahve tanıtım afişleridir. Kahve tanıtım afişleri mekanların iç kısımlarına asılırdı bunlar tam olarak afiş niteliği taşımayan ilanlardı. Ayrıca, Türkiye tanıtım afişleri ve Anadolu ile ilgili afişler olabilir. Başka da afiş olduğunu sanmıyorum.*

Soru: Cumhuriyetin gelişimi döneminde sizce afiş sanatı nasıl bir yön buldu. İhap Hulusi Görey ile 1923’den sonra nasıl bir ivme kazandı?

Cevap: *Biz Görey’i daha çok Milli Piyango afişleri ile tanıyoruz ancak, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti devletinin hükümeti tarafından devlet kurumları için ona yaptırılmış birçok afiş vardır. Örneğin; İş Bankası, Ziraat Bankası ve diğer banka afişleri vb gibi. O çağdaşlarına iyi bir örnek olmuştur. Fakat akademide hoca olarak yer almamıştır. O dönemde akademide Türkiye’deki modern afiş tasarımının öncülerinden olan Kenan Temizan vardı.*

Soru: Türkiye'deki afiş sanatının bir Türk dili oluşturduğunu söyleyebilir miyiz?

Cevap: *Sanat dediğimiz şey bir ülkenin varlığı ve o ülkenin kimliği ile bağlantılı bir şey değildir. O daha çok sanatçının kimliğini oluşturur. Mesela bir Yurdaer Altuntaş'ın, Mengü Erter'in, Bülent Erkmn'in kendi kimliği vardır. İnsan kendi kültürüyle düşünen bir varlıktır. Bu ülke topraklarında hangi kültürler varsa görsel olarak algıladığımız veya işitsel olarak duyumladığımız her şey bizim kültürümüzle ilgilidir. Batı kaynaklı bir tiyatro eserinin afişini Mengü ERTER yaptığı zaman onu kendi anlatım biçimiyle, kendi kültürüyle yoğurarak yaptığından ona bir Türk afişçisi diyebiliriz biz. Ama afiş sanatının bir Türk dili oluşturması çok söz konusu olmayabilir.*

"Türk Sanatı" tanımını ben özellikle kullanıyorum ve Türk sanatı kendi kültürüyle bağlantılı bir sanat olmalıdır diye vurguluyorum. Çünkü sanat, bir başkasının yaptığı işi benzer bir şekilde kopya etmek değildir. Ne kadar parmak izi varsa o kadar da farklı düşünen insan yapıları vardır. Onun için bizdeki sanatçıların yaptıkları afişler de kendi kimliklerini oluştururlar. Bunu Mengü Ertel'in yaptığı afişlerde özellikle görürüz.

Soru: Bazı grafik sanatçıları Görey'in üslubunda Alman Ekolünün ve hocası Ludwig Hohlwein bir hayli etkisi olduğu söylenmektedir. Siz ne düşünüyorsunuz?

Cevap: *Sanat eğitiminde kendine benzer öğrenci yetiştirme düşüncesini ben savunmuyorum. Öğrencilerin kendi kimliklerini oluşturması için onları özgür bırakmanın, gerekli olduğunu savunuyorum. Diyelim ki; afişse afiş, resimse resim, heykelse heykelin öznel yapıları için öznel kurguların oluşması için anlatılması gereken bilgiler verilmelidir. Bu şekilde olursa kişi yaptığı işte kendi kimliğini ortaya koyar. Bu kimlik ister istemez o ülkede yaşayan insanlar için o ülke sanatını yapar, doğurur.*

Soru: İhap Hulusi Görey'i çağdaşları ve Türkiye'deki genç nesil tarafından, yeterince anlaşılıp mıdır? Akademilerde verilen eğitimler de yeterince anlatılmış mıdır?

Cevap: *Evet anlaşılmıştır. Akademilerde verilen eğitimlerde anlatılıyor olabilir. İhap Hulusi Görey yaşadığı dönemin afişçisidir. Daha sonra yetişen afiş sanatçıları onun afişlerine benzer afişler yapmadılar. Yapmak zorunda da değiller. Afişin amacı neyi içeriyorsa onu düşünerek hareket ederler. Teknik olarak da ona benzemezler, tarz olarak da ona benzemezler.*

Soru: İhap Hulusi Görey; döneminde ve sonrasındaki çağdaşlara öncü olmuş mudur?

Cevap: *Belki öncü olmuştur. Ama, öncü olmak demek kendinden sonraki afişçilere tamamen bana benzer afişler yapmak için işaret vermek anlamını taşımaz.*

Soru: İhap Hulusi Görey'in afiş çalışmaları ve tasarımcı kimliğiyle dönemi ve sonraki çağdaşlarını nasıl etkilemiştir?

Cevap: *Görey'in çalışma şeklinden mutlaka yararlanmışlardır. Birçok kişi ona benzer afişler yapmıştır fakat, çoğu kişide, ben bu afişlerden yola çıkarsam kendi kimliğimi bulamam diye düşünmüştür.*

Soru: Döneminin şartlarını göz önünde bulundurursak, Görey'e Akademi eğitim ünvanı verilmeyişinin sebebi ne olabilir?

Cevap: *Bunun herhangi bir nedeni olduğunu düşünmüyorum. Tesadüfi bir durum olabilir. Bizim afiş hocamız ve grafik hocamızdı ve Türkiye'ye fotoğrafı getiren kişiydi. Şinasi Barutçu'nun o arada yaptığı afişler vardı. Görey'in Spor Toto afişleri, çok önemli, Gazi eğitime hoca olabilecek nitelikleri taşıyor muydu? Prosedüre uygun bir eğitimden geçmişti mi? bunu ben bilemiyorum. Öyle bir şey olmuş olsa, belki yararlanılabilirdi ondan.*

Soru: Günümüzde grafik sanat alanında, sahada iş yapan grafikçiler, Güzel Sanatlar Fakültelerinde ders verebiliyorlar. Bu konuda ne düşünüyorsunuz?

Cevap: *Evet derslere girebiliyorlar, fakat onların çoğu grafik eğitimden geçmiş oluyorlar. Bir lisans diploması oluyor. Bazılarında yüksek lisans diploması da olabiliyor.*

Soru: İhap Hulusi Görey, günümüz grafik sanatında ve afiş sanatında tasarımcı kimliğiyle hak ettiği yerde midir?

Cevap: *Sadece İhap Hulusi Görey değil, Türkiye'deki Türk resmindeki büyük sanatçılar da veya afiş sanatçısı değilde grafik sanatçısı olanlarda, gravür hocaları da tipografi yapan hocalar da benim gibi müze kurmuş akademide yıllarını vermiş hocalarda ne Türkiye'de ne dünyada hak ettikleri yerlerde değiller.*

Soru: Türkiye'deki Afiş Sanatının gelişiminde, Geleneksel Sanatlardan (Ebru, Hat, Tezhip, Kati gibi sanatlar ile entegre edilerek çalışılırdı? Kısacası; kendi köklerinden beslenilmiş olunsaydı ulusal sergilerde Türk Afişini gördüklerinde, bu Türk Afişidir denilir miydi?

Cevap: *Denilmezdi. Şimdi geleneksel sanatlar ile sanatı, çok iç içe zannediyoruz. Aslında öyle değil. Geleneksel sanatlar: Minyatür, Hat, Tezhip veya diğer sanatların çoğu, çağımızda yaşayan kişiler tarafından kopya edilerek benzerleri yapılarak götürülen sanatlardır. Ebru dediğimiz şey, tesadüfle suyun üzerine kitreyi atıyorsunuz ve boyayı oynatıyorsunuz, şekiller oluşuyor, bazen de orada işte bir tane lale motifi yapıyorsunuz ya da başka bir şey yapıyorsunuz gül motifi yapıyorsunuz. Ama bunu herkes böyle yapıyor. Peki, bu bir sanat mı? bir zanaat mı? bunları birbirine karıştırıyoruz maalesef. Geleneksel sanatlar yaratıcı düşüncenin yaratmakta olduğu önemli bir sanatsal formasyonu, yerine getirmiyor. Bazı alışkanlıklarla bazı ustalıklar getiriyor. Bunları birbirine karıştırıyoruz biz.*

Soru: İhap Hulusi Görey nasıl bir tasarımcıydı?

Cevap: *Batı'dan gelmiş batı ölçekli düşünceye sahip, batıdan geldiği için tekniği iyi kullanan, şimdiki imkanlar o zaman olmadığı için elle yazıyı iyi yazan,*

kaligrafiyi iyi bilen, yerleştirmeyi, düzenlemeyi, planlamayı, kompozisyonu iyi bilen bir tasarımcıydı.

Soru: Türkiye'deki grafik sanatlarda ve afiş sanatının gelişimini nasıl görüyorsunuz?

Cevap: *Bugün eğer bilmiyorum takip edebiliyorsanız afiş sanatı için, yurtdışında çıkan birçok mecmua da artık isimlerini gördüğümüz çağdaş sanatçılarımız var. Hele bir tane şu anda Amerika'da sinema afişleri yapan Emrah Yücel'i biliyoruz. Amerika'da sinema afişleri yapan Hacettepe'den mezun bir Türk afiş sanatçısıdır. Yani bugün o dergilerde çıkan önemli afişçilerden bir tanesi de Mengü Erter'dir. Mengü Erter, bugün Türk afişinde, bence en zirvede olan kişidir. İhap Hulusi'den de daha öte.*

Soru: Türkiye'deki grafik sanatların sorunsalı nedir? neden 100 yıllık geçmişten bahsediyoruz?

Cevap: *Bütün dünyada grafik sanatlar deyince akla gravür, tipografi ve serigrafi gelir. Biz de grafik deyince, çok eski dönemlerde bir metreğe düşen yağmur önce akla gelirdi veya metrekareye düşen kilometrekareye düşen insan sayısı akla gelir. Mimar Sinan Üniversitesi'nde hoca olduğum zaman iki tane önemli ana dal yaptım. Bunlardan bir tanesi grafik sanatlar diğeri ise grafik tasarımdı. Bu iki şeyi birbirine karıştırıyoruz. Grafik tasarım dediğimiz zaman onun içerisinde afiş var. Başka ürünlerin tanıtımı ile ilgili yapılan çalışmalar var. Ama grafik sanatlar dediğimiz zaman işin içerisinde sadece sanatsal bir yaratı var. Yani bir plağı alacaksınız Bir gravür yapacaksınız veya bir taş alacaksınız taş baskı yapacaksınız serigrafi yapacaksınız, linol basacaksınız, ağaç baskı yapacaksınız ki bizim şu an müzemiz bu görevi yapıyor. Yani bu iki şey, grafik eğitimi içerisinde yan yana okutulması lazım gelen iki şeydir. Tasarım birilerinin talepleri üzerine, o birilerine o teleflerin yerine getirilebileceği Talepleri olan satışa yönelik olan mamulün veya düşüncenin pazarlanması ile ilgili sipariş verilen bir işin karşılığında bir eser yapmak. Yani bir tasarım yapmak, oradaki kişi başkalarının beğenebileceği hoşnut olabileceği işi yapar. Ama grafik sanatlar öyle değil. Grafik sanatlar da sanatçı*

kendi düşündüğü, kendi için başkalarının tesiri altında kalmadan üretebileceği bir sanat eseri yapar.

Soru: Grafik sanatların gelişim süreci, ihtiyaçlar bünyesinde mi olmuştur?

Cevap: *Grafik sanatlar, o dönemde yeterli ürün olmadığı için sanatsal boyutta bir ürün tanıtımı yapamamıştır. Bez fabrikaları, ayakkabı fabrikaları, Sümerbank kumaş fabrikası, Beykoz ayakkabı fabrikası, Cumhuriyet dönemi ile başlayan bir süreçtir. Ürün olmadan grafik tasarım olmaz. Görey, Milli Piyango ile başlayan yolculuğu, İş Bankası, Ziraat Bankası devam etti. Bu bankalar Cumhuriyet ile kuruldu. Osmanlı zamanında dışarıya ürün satmak diye bir dert yoktu. Zaten tüm ürünleri dışarıdan alıyordu.*

Kıymetli Hocam, değerli zamanınızı bana ayırdığınız için teşekkür ederim.

Ali Tekin am ile İstanbul gerçekleştirdiğim görüşme-22 Temmuz 2018



Soru: Türkiye’de Afiş Sanatının gelişim sürecinin dn hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Cevap: *Önce afişin tanımıyla başlamak doğru olacaktır kanısındayım. Bilgilendirme, bilinçlendirme, duyurma, satış artırma vb. amaçlarla hazırlanıp, daha çok kitlesel iletişim aracı olarak değerlendirilen afişler, sanatsal kaygıların da en yoğun olduğu grafik ürünlerdir. Afişler, izleyici ile buluştukları çevrelere bağlı olarak i mekân dış mekân afişleri olmak üzere iki grupta ele alınabilir. Dış mekân afişleri büyük boyutları ile duvar yüzeylerinde, ilan panolarında hedef kitle ile karşılaşırlar. İnsanlar, dış mekân afişlerini yolda yürürken ya da arabayla hareket halindeyken görürler. Bu nedenle izlenme süreleri çok kısadır. İ mekân afişleri salonlara, koridorlara lobilere asılır. Görüş mesafesi dış mekna göre daha kısadır. Bu nedenle daha uzun izlenme süresine sahiptirler. Bu yüzden afişi tasarlarken süreyi dikkate alması gerekir.*

İhap Hulusi Görey’i afiş tasarımcı öncülüğünü kabul etmemiz gerektiğini düşünüyorum. Neyin nasıl olduğunun bilinmediği bir dönemde Almanya’da aldığı eğitimle Cumhuriyet Döneminde önemli bir boşluğu doldurmuş, doğru zamanda doğru yerde olmanın avantajını uzun yıllar kullanmış ve kendinden sonra gelenlerin de yolunu açmıştır. Cumhuriyet’le hız kazanan endüstriyel kalkınma hamlesi sırasında; devlet politikalarını, ürünlerini, yeni yaşam önerilerini geniş kitlelere

duyurma ve anlatmada, İhap Hulusi Görey'e çok iş düşmüş, 1925'lerden 1960'lara kadar bu alanda neredeyse tek imza olmuştur.

1923'te açılan Galatasaray Lisesi Sergisi'ne 6 afişle katıldı. Toplam 6 kişisel sergi açan İhap Hulusi; ilk afiş sergisini 1935 yılında Beyoğlu'nda, Son kişisel sergisini de 1 Ağustos 1984 yılında Ankara Milli Piyango İdaresi'nde açmıştır.

Dönemsel olarak Kenan Temizan, İhap Hulusi'den önce gelmektedir. Alman disipliniyle yetişen Temizan Almanya da yaşadığı için oranın Film, Otomobil ve Moda sektörü için son derece başarılı işler üretmiştir. Türkiye'de ise az sayıda afiş üretmiş, ömrünün son 10 yılını Güzel Sanatlar Akademisi'nde Profesörlük yaparak geçirmiştir. 1951 yılında açılan Birleşmiş Milletler Afiş Yarışması'na katılan 12.000 afişten ilk 5'in arasında Kenan Temizan'ın afişi de vardır.

Mitat Özar afiş tarihimizin ilk hocasıdır. 1924-27 yılları arasında Sinema kapıları için fener denilen dev boyutlarda sinema afişleri yapmıştır. Paris'te resim eğitimi alan Mitat Özar yurda dönünce Güzel Sanatlar Akademisi'nde Avusturyalı Eric Weber'in yerini alarak Afiş atölyesinin başına getirilmiş ve eğitimini aldığı Fransız estetiği Mitat Özar afişlerinde belirleyici olmuştur.

Afişte o yıllarda öne çıkan bazı önemli isimler: Tarık Uzmen, Orhan Omay, Atıf Tuna, Namık Bayık, Mesut Manioğlu, Gevher Bozkurt, Ayhan Akalp, Selçuk Önal, Kayhan Aşkınoğlu, Natık Soyeren, Faruk Morel ve Fikret Akgün'dür.

Burada Grafiğin dehası Mesut Manioğlu'na özel bir parantez açmamız gerekiyor. 1946 yılında öğrenciyken yaptığı Birleşmiş Milletler afişi uluslararası yarışmada birinciliği kazanmıştır. Ağırlıklı olarak kültürel afiş alanında üretim vermiş olan Mesut Manioğlu; Kızılay, Verem Savaş Derneği, Trafik, Orman ve çeşitli Festival afişlerinin yanı sıra 1950-53 arası Demokrat Parti'nin propaganda afişlerini de yapmıştır.

Eskiden tiyatro afişleri linolyuma oyulan harflerin kalıp olarak kullanılmasıyla yapılırdı. Mengü Ertel bu alışkanlığı bozdu. Muhsin Ertuğrul'un

yüreklenmesiyle sipariş almadan 150'den fazla özgün tiyatro afişi üretti. Bunların önemli bir kısmının kullanımı gerçekleşmiştir.

Sanat /Kültür afişleri olarak nitelenen bu ilk yapıtlar ülkemizde tiyatro afişleriyle başlamış, 1980'lerden sonra bunlara konser, sergi afişleri de eklenmiştir.

Yeşilçam'ın en çok iş yaptığı 1960'lı yıllarda fotoğraf hem pahalı hem de teknik yetersizliği sebebiyle pek tercih edilmediği için çok başarılı illüstratif afişler üreten bir gurup oluşmuş ve 1970'lerin ortalarına kadar da bu gurup işlevini sürdürmüştür.

O yıllarda sinema afişlerinde öne çıkan bazı önemli isimler:

Celal Esad Arseven, Bedri Koraman, Mithat Ağatay, Tarık Uzmen, Sururi Gümen, Mehmet Tekdal, Remzi Töremen, Mehmet Bal, Rauf Alazan, Vala Somalı, Oral Orhon, İbrahim Enez, Cemal Dünder, Erol Ağakay, Kemal Borteçin, Turgay Betil, Uğurcan Yüce, Ertuğrul Edirne, Ömer Muz.

Bunun haricinde Cumhuriyet Dönemi'nin en önemli cazibe merkezi ve ticari aktivitelerinden İzmir Fuarı afiş sanatçılarımız için önemli bir ekmek kapısı olmuştur.

Mesut Manioğlu, Vedat Mavitan, Kadri Atamal, Naci Kalmukoğlu, Ratip Tahir Burak, Hakkı Arman, Bedri Kökten, Gevher Bozkurt, Atıf Tuna, Ayhan Akalp, Sadık Karamustafa gibi İzmir'de yaşamış ya da fuar süresince İzmir'de çalışmış, İzmir'in sosyal-kültürel yaşamında kısa süreli de olsa yer almış, Afiş haricinde stant ve farklı görsel malzemelerle de hizmet vermişlerdir.1950'li yıllardan başlayarak; isim olmuş, öncü kabul ettiğimiz pek çok değerli sanatçımız günümüz olanaklarıyla karşılaştırılmayacak derecede zor koşullarda kendi kendilerini yetiştirerek bu mesleğin gelişmesine de katkı sağlamışlardır.

Değerli Hocam Yurdaer Altıntaş'ın Akademi Afiş bölümü ile ilgili anlattıkları o dönemleri daha iyi anlamamızı sağlayabilir:

“... Ondan sonra Afiş Atölyesi'ne geçiyorsun, orada bir saçmalaktır gidiyor. Bir kere, hiçbir zaman onu anlamadım, hala da anlamış değilim; ilk yapacağım afiş siyah-beyaz olacak ve kara kalemle olacak, ellerim simsiyah buralara kadar, neden? O siyah – beyaz değerleri anlamak içinse peki, tamam da temel eğitim, galeri bilmem ne falan o eğitimi veren şeyler var zaten.... Mesela “Adalarda Sonbahar”, kim yaptırır bu afişi, niye yaptırır? “Boğazda Lüfer”, kim yaptırır? Bir şey olması lazım, birisinin ihtiyacı olması lazım, birisinin talepte bulunması lazım. Yok işte “Boğazda Lüfer” yazıyorsun, işte bir afiş yapıyorsun gidiyor. Yani böyle ayakları yere basmayan, son derece kötü bir eğitim kısacası.

İşlerin hepsini elle yapıyoruz. Kağıtlar ıslatılıyor, kağıtlar geriliyor. Onları tabii ağabeylerimizden, eski öğrencilerden öğreniyorduk. Afiş atölyesine geliyorsun, yüksek hakkı da almışsan dört yıl boyunca, ikinci sınıfla son sınıf arasında, hiçbir fark olmadan hep aynı şeyleri yapıyorsun. Sadece konu değişiyor. Konularda dediğim gibi abuk sabuk konular. Diplomada da galiba İstanbul üzerine bir afiş yaptım sanıyorum.

“Sonbaharda Adalar”, o ara sömestrlerde. Bizi kapatıyorlardı bir odaya, sabah 9'dan akşam 5'e kadar o odada taslakları hazırlıyorsun, o taslaklar mühürleniyor ondan sonra atıyorum, işte 20 gün sonra ya da bir aylık süre içinde 70 x 100 cm ölçülerinde, yine kâğıdı boyayarak, yazıları elle yazarak uyguluyorsun... Böyle şimdiki gibi, bir tuşa basıyorsun da bilmem hangi karakter olsun efendim, “ay beğenmedim, italiği olsun” falan, yok öyle şeyler. Onları elle yağlı kâğıda yazacaksın, sonra normal resim kağıdına geçireceksin, sonra kenarlarına trilinleri çekeceksin, fırçayla dolduracaksın yazıları, bunlar taşmayacak, yayılmayacak o boyalar falan...” (Grafik Tasarım Dergisi. Şubat 2008 Sayı:17 s. 44)

1960'larda Askeri yönetimden sonra, sanayinin gelişimi, gecekondulu olgusunu ortaya çıkarırken, tüketim alışkanlıkları yerleşmiş, kültürel anlamda yeni dönüşümlerin izleri görülmüştü. Ekonomideki bir dizi yenilik, gelişmeler, bankacılık

sektöründe, 1944'te başlayan ikramiye furyası ve kurulan bankalarla rekabet körüklenmiş banka şubeleri artmıştır. Yeni gelişmeler, afiş kullanımını nicelik ve nitelik açısından önemli kılmıştır. Gelişen sektörler, ajans olgusunun gelişmeye başlamasını sağlamıştır. Ancak bankalar afişlerini, 50'li yıllarda serbest grafiklere yaptırırken, 60 'lı yıllarda kendi grafik birimlerinde ekonomik kaygılarla yaptırma gereği duymuşlardır. Buna karşın ajanslar basın, radyo gibi medialarla tanıtım için, önemli işlevler üstlenmişlerdir. 1950'li yıllarda Mengü ERTEL tarafından I. kuşak afişçisi olarak nitelenen, grafik tasarımcısı Mesut MANIOĞLU' nun yaptığı banka afişleri, dönemin özgün örnekleridir. Batılı imgelerin, hayat tarzının yaygınlaştığı bu dönemde, modern yapıların giderek kentleşmenin simgelendiği afişler, kitle etkisi veren birbiri içinde modle anlayışıyla biçimlenmiş hedef kitleye, modern anlayışıyla ilişki kurması açısından önemlidir. Banka grafik birimlerinin yaptığı afişler ise 1960'lı yıllarda, geçmiş dönemlerin biriklerini yeterince değerlendirir nitelikte işler olarak görünmemektedir. Sözel elemanların düzenlemeleri olan afişler belli bir grafik anlayışı ve çizgi taşımakla birlikte ilustratif işlerde bu tutarlılık görünmemektedir. Kültürel etkinliklerin bu yıllarda açılan yeni tiyatrolarla artması, afiş tasarımına önem verilmesine neden olmuştur. Özellikle özel tiyatroların yaptırdıkları afişler, Türk grafik sanatlarına canlılık getirmiş, grafik sanatçılarının dış ülkelerde afişlerinin sergilenmesi, yaygınlaşması, müzelere girmesini sağlamıştır.

(Canan Suner 1986- İletişim açısından ticari ve kültürel olarak, Türk banka ve tiyatro Soru afişleri- Yüksek Lisans Tezi)

Soru: Peki bugünü hakkında ne düşünüyorsunuz?

Cevap: 1984 Macintosh devrimi sonrası sektörde olduğu gibi afiş ve kullanımı alanlarında bir hayli önemli değişim ve gelişmeler oldu.

Eskiden afişler: İç mekanlar için; 35x50 cm, 33x70 cm, daha çok dış mekanlar için; 50x70 cm, 70x100 cm, 57x82 cm, 64x90 cm gibi, kâğıt ölçülerinin ve baskı makinalarının sınırlayıcı alanında üretiliyordu. 1980'lerin başından itibaren billboard panolarının sokaklarda yer almaya başlaması ile birlikte ülkemizde çok parçalı afişlerin üretimine geçildi.

Günümüzde afişler; dijital baskı sistemlerinin tanıdığı olanaklarla ölçü, malzeme ve uygulama konusunda büyük bir özgürlük alanına kavuşmuştur. El ilanlarından dev gibi billboardlara doğru dönüş sayesinde afiş, kentsel örgünün sürekli bir parçası olarak gelişmiş, her değişimde, şehir sokağı dekoru için resimli fon oluşturmuştur. 20. yüzyıl başlarındaki afişler gün ışığı saatlerinde yayalar ve yavaş hareket eden araçlardaki insanlar tarafından, yakından izlenebilir bir biçimde tasarlandılar. Bunun tersine 24 basılı sayfadan meydana gelen ya da devasa resimlenmiş görüntü ve işaretlerden oluşan billboardlar hızlı hareket eden günümüz trafiğinde oldukça uzaktan bile derhal algılanma çabası içindedir. Üstelik ülkemizde kullanılan 10 parçalık orta boy billboardlar art arda billboard panolarında iki ya da üç kez tekrarlanarak hızlı-süratli bir ortamda alıcı kitlesi tarafından algılanma endişesini yansıtır. Günümüzde tek sayfada basılı afişler, insanların yakın temas içinde oldukları ortamlarda, otobüs ve metro duraklarında, bir dükkânın vitrininde, direklerde vb. yerlerde ve kapalı mekanlarda görülür. Tüm teknolojik gelişmelere ve değişen iletişim, araç ve ortamlarına karşın afiş bilgilendirme ve ikna etme aracı olarak varlığını sürdürmektedir

Soru: Türkiye’de Afiş Sanatının bir Türk Dili oluşturduğunu söyleyebilir miyiz?

Cevap; Afiş sanat mıdır, değil midir? Bunu netleştirmek gerekiyor. Grafik çok genç bir meslek. Taşları daha yeni yeni yerlerine oturuyor. İCOGRADA (Uluslararası Tasarım Konseyi) gibi bu konunun biçimlenmesini sağlayan kuruluşlar yayınladıkları manifestolarda tasarımın sanat olmadığını söylüyorlar zaten... Afişte bir tasarım ürünüdür ve bir görevin yerine getirilmesi için üretilmiştir. Ömrü de sınırlıdır(<http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14572083921475065665.pdf>)

Tasarımın sanat olduğunu sanmak bu isin literatürünü iyi anlamamış olmak demektir. Yani bir eksiklikten doğan yanılıdır. Bu konu, çoğu düzeysiz tartışmalara dönen forum ortamlarında tartışılmış gibi görünse de tartışılanlar yüzeysel kalmıştır... Denilebilir ki Amerikan Grafik Sanatlar Enstitüsü ne oluyor o zaman? AGIA'nın kuruluş tarihi eskidir. O dönemlerde grafik tasarım sanat olarak görünmekteydi. Zira gelişimi sanatın içinden kopmasıyla/çıkmasıyla mümkün

olmuştur. Tasarım uzlaşmacıdır, sanat ise uzlaşmacı değildir. Her şey sanat olmaya adaydır. Ancak şu meslek sanattır bu değildir demek doğru değildir. Eser, sanat eseri olabilir, böylelikle yapanı da sanatçı. Yoksa resim de heykel de sanat değildir. Öyle olsa her manzara resmi yapan da sanatçı olurdu. Meslek gruplarının zanaatçı olma durumlarıyla sanatın elitist tavrını karıştırmak içi ucuzlatıyor. Bu tür sözleri ilgili makalelerde görmek mümkün. Akli selim olan anlar ya da çağın gerisinde konuyu görmek istediği gibi algılar. Konu basit değildir. Ancak kafa yormak şarttır. Bu konuda hassas olmamız gereken ince bir nüans farklılığı vardır.

Uzun lafın kisası net olarak, bırakın afişi, grafiğin kendisinde de hatta ve hatta bağlantılı pek çok tasarım alanında böyle bir dil oluşmamış, oluşmamıştır. Zengin bir kültürün mirasçıları olmamıza rağmen, son 200 yıldır kendi kültürümüzden uzaklaşmaya çalışıyoruz. Tasarımcılarımızın referanslarını kendi kültürlerinden almaları gerekiyor. Oysa tüm referanslarımız batı kaynaklı ve onu taklit eder durumdayız.

Dünya üzerinde; Japon Grafiği, Alman Grafiği, Amerikan Grafiği, İtalyan Grafiği gibi toplum kimliklerini öne çıkaran tanımlar vardır. Halbuki biz de Türk'e ait anlamına gelen "Alaturka" deyimini bile aşağılama amaçlı kullanılır.

Dünyanın en lezzetli balıklarının bulunduğu bir su kütesinin üzerindeyiz. Ağa, oltaya gerek bile yok, elimizi uzatsak tutabilecekken, ithal konserve balıkla beslenmeyi tercih eder durumdayız.

Değerli grafik ustamız İlhan Bilge'nin de ifade ettiği gibi;

"Türk Tasarım Kimliği" mutlaka oluşturulmalı. Bunun için, önce kimliğimizin ne olduğuna karar vermemiz ve bundan memnun olmamız gerekiyor.

Sanatçılarımızın dünyadaki emsallerinden herhangi bir yetenek eksiği yok, teknolojik gelişmelere uyumları da mükemmel. Avantajlarınızın farkında olmadan sadece batılıların söylediklerini tekrarlamak, sizi kimsenin dinlememesi anlamına gelir. Özgün bir kimlik sahibi değilseniz dünya pazarındaki yeriniz fasonculuktan öteye gitmez.". Dünyaya söyleyecek bir sözümüz olmalı!..

Soru: Afiş Sanatı Cumhuriyetin gelişim sürecinden günümüze kadar nasıl bir ivme kazanmıştır?

Cevap: *Eskinin zor şartlarında daha özgün birtakım eserler ortaya konsa da elle yapılan grafiklerde, özellikle "Geri al" tuşu olmadığı için, bir ton tasarıma, içimize sinmese bile "hı" dedik. Dizgi makinası ne font sunarsa onun olanakları içinde tasarımlar yaptık.*

1984 Macintosh devrimi ile bilgisayarın hayatımıza girmesinden sonra; Pika kartonu, guaj, ekolin, letraset, rapido, trilin ve reproduksiyon türü karanlık oda ekipmanları vs. gibi o dönem grafik uygulamalarında kullanılan malzemeler ile ilgili önemli bir değişim oldu. Kâğıt üzerinde elle tasarlansa da artık tasarım uygulamalarının neredeyse tamamı bilgisayar üzerinden çözüme kavuşturulmaktadır.

İnsanımızın teknolojiye ilgisi taktir edilecek boyutta, dünyada ne varsa ülkemizde de o var. Teknolojiyi doğru ve yerinde kullandığınızda çok büyük bir nimet olduğunu kabul etmemiz gerekiyor. Eskiden bir kartviziti birkaç günde yaparken, şimdi beş dakikada birkaç alternatif üretebilme şansına kavuştuk.

Diğer taraftan; iletişimin artması, herkesin her şeyi görüp bilgilenmesi, bilgisayarın programları sayesinde çok alternatif üretebilmesi ve yapılacak çok az şeyin kalması tasarımları butik üretiminden uzaklaştırıp, konfeksiyon haline getirdi. İnternet vasıtasıyla edinilen hazır malzemelerle; kopya, ucuz ve birbirinin benzeri tasarımlar yaygınlaştı. Bilenle bilmeyen ayırt edilemez hale geldi ve tasarım üretimi ruhsuzlaştı, tasarımlar ve dolayısıyla da tasarımcının emeği ucuzlatıldı.

Soru: İhap Hulusi'nin Osmanlı'nın son dönemi ve Cumhuriyet'in başlangıcında üstlenmiş olduğu misyon hakkında görüşleriniz nelerdir?

Cevap: *İhap Hulusi'nin Osmanlı'nın son döneminde bir üretimi yok. Türkiye'ye geldiğinde Cumhuriyet kurulmuştu. Yaptığı Osmanlıca afişler 1928 harf devrimi öncesinden kalmadır. Atatürk'ün isteğiyle de ilk Alfabenin kapağını yapmıştır.*

İhap Hulusi'nin bir misyonu var mıydı bilmiyorum? Sadece yeni kurulmuş bir ülkede bu işi yapacak kimse yoktu ve bu görev ona düştü. Belki hocalarının tavsiyesini dinleyip hayatına Amerika'da devam etseydi ömrünün son yıllarını yoksulluk içinde geçirmezdi ama bu ülkede olduğu gibi efsane olma şansı da olmayabilirdi...

İyi bir aileden gelen, 4 dil bilen, resme meraklı, Grafiği disipline eden bir ülke Almanya'da bu işin eğitimini almış biri... Türkiye için bu kadar donanımlı biri önemli bir şanstı ve neredeyse 50 yıl bu şansı tepe tepe kullandı.

İhap Hulusi, Cumhuriyet döneminin görsel tanığıdır... 1929'da İstanbul'da ilk atölyesini kurdu. Kulüp Rakısı etiketi (1930) Ziraat Bankası, Türkiye İş Bankası, Yapı ve Kredi Bankası, Garanti Bankası, Sümerbank, Emlak Kredi, Türk Ticaret Bankası, Maliye Bakanlığı (tahviller), Türk Hava Kurumu, Kızılay, Yeşilay, Tariş, Zirai Donatım Kurumu ve birçok özel kuruluşa çeşitli çalışmalarıyla hizmet verdi. Çoğu taşbaskısı olan yüzlerce çalışma ile 50 yıllık bir dönemin endüstri, kalkınma, ticaret ve sosyal yaşamın gelişmelerini belgeledi.

Birçok devlet kurumunun kurumsal kimliğini oluşturmuş ve bunları yaparken aslında yeni kurulmuş Türkiye Cumhuriyeti'nin görsel kimliğinin oluşturulmasında katkı sağlamıştır.

İhap Hulusi Görey'in, 1930- 1951 yılları arasında yapmış olduğu afiş, kitap kapağı ve milli piyango tasarım örneklerinde figürler tamamıyla batılı tarzda resmedilmiştir. Eserlerinde, topluma modernleşmeyi aşılacak amacıyla, asker tiplerinin dışındaki her insanı güler yüzlü, kravatlı ve takım elbiseli çizer. Yenileşmenin yüzü olan İhap Hulusi afişleri olmak üzere birçok çalışma ile halkı geliştirdi ve çalışmaya, modernleşmeye teşvik etti.

Tayyare Piyangosu (bugünkü adıyla Milli Piyango) idaresi için 45, Tekel İdaresi için 35 yıl çalışan İhap Hulusi, bu süreçte yurtdışında da adını duyurdu. Bayer'in afiş ve etiketleri, Mısır'ın Tekel İdaresi, Devlet Demir Yolları ve şehir hatlarına ait ve ilanları, ünlü İngiliz viskisi John Haigh'ın, İtalyanların Cinzano ve Fernet Branca'sının afiş ve etiketleri İhap Hulusi tarafından yapıldı.

Soru: Sizce Osmanlı ve Cumhuriyet ve günümüz afiş sanatı arasında köprü görevi görmüş müdür?

Cevap: *Görmüştür. Bu konuya yönelen yeni sanatçılar yetişinceye kadar önemli bir boşluğu başarılı bir şekilde doldurmuştur.*

Soru: İhap Hulusi Görey'in Afiş dili hakkında ne düşünüyorsunuz? Bazı grafikçilerimiz, Görey'in üslubunda Alman ekolünün bir hayli etkili olduğunu söylemektedir. Siz ne düşünüyorsunuz?

Cevap: *Alman ekolünden öte, hocası Prof. Ludwig Hohlwein'in imzasını bile taklit edecek kadar etkisindedir. Hohlwein güçlü bir desen anlayışına sahipti. Proto-Art Deco stilinde çalışıyordu. Resimlerini, kesin çizgilerle belirlenmemiş gölgelerle yaptığı, kompozisyonlarla kuruyordu. İhap Hulusi de neredeyse bire bir bu tekniği kullanmıştır. Çeşitli fotoğraf montajlarından etkili bir biçimde yararlanan sanatçı, çok titiz ve yalın bir sanat işçiliğiyle bütünleşen afişleriyle hedef kitlenin özdeşleşmesini sağlamıştır.*

Soru: İhap Hulusi Görey günümüz Grafik Sanatlar ve Afiş sanatında (Tasarımcı Kimliğiyle) hak ettiği yerde midir?

Cevap: Tabi ki değildir.

Sağlığında yeterince sahip çıkılmadı... Okullarda ders verdirilmemiş, çalıştığı kurumlardan artık üretmiyor diye kovulmuş ve kalan ömrünü yalnız ve ekonomik sıkıntılarla tamamlamıştır. Ender Merter'in kişisel gayretleri olmasaydı arşivi de yok olup gitmeye mahkumdu. Biliyoruz ki, sanatçının ölümü ancak eserlerinin de yok olmasıyla gerçekleşir. Bir eserin üretilmesi kadar onun yaşatılması da önemlidir. Ender Merter, İhap Hulusi'nin eserlerini, taktire değer bir şekilde maddi, manevi tüm performansını ortaya koyarak korumak, yok olmaktan kurtarmak için çabaladı. Sergiler açtı, anma günleri düzenledi, kitaplar yayınladı. Herkesin İhap Hulusi'yi görmesi, bilmesi, tanınması için uğraş verdi. Türk milletinin ustaya olan vefa borcunu ödemeye devam eden Ender Merter elindeki arşivin önemli bir bölümünü Sultanahmet'teki Cumhuriyet Müzesine bağışladı.

Bu gayretler sayesinde de İhap Hulusi'nin bilinirliği arttı.

Yeterli mi? Tabii ki değil. Değerleriniz çoksa sizde değerli olursunuz. O değerler sizi yukarı taştır. İhap Hulusi gibi değer batılı bir ÷lkede olsaydı adına akademiler kurulur, eserleri için özel müzeler açılır, adına öd÷ller verilir.

Picasso önemli bir ressam. Önemi, iyi ressam olmasının ötesinde dünyaya da iyi pazarlanmasından kaynaklanıyor.

İhap Hulusi'yle birlikte pek çok sanatçımızın da bilinirliği yoktur. Çünkü ÷lkemizde, grafik sanatçılarımızın ve onların eserlerinin bir arşivi, bir envanteri oluşturulmamıştır. Ne yazık ki oluşturma çabası da yoktur.

Sait Maden'in Türk Grafik Tarihi ile ilgili önemli bir çalışması vardır ama ne yazık ki oda yetersizdir. Öncelikle burada yapılan değerlendirme, tüm grafik tasarımcılarımızı kapsamamaktadır. Ayrıca, görsel özelliği ön planda olan bu meslek dalı ile ilgili yapılan bir çalışmanın, sadece isimlerle geçiştirilmemesi, sanatçıların daha geniş biyografileri, fotoğrafları ve yapıtlarının görsellerine de yer verilmesi gerekirdi. Güncellenmesi gerektiğini düşünüyorum. Belki bu arada eksiklikleri de büyük oranda giderilir.

Grafik Tasarım Dergisi'nde yayınlanan "Ustalara Saygı" bölümü için araştırma yaparken 1943-1953 yılları arasında Akademi'de profesörlük yapmış, ÷lkemizin önemli Grafik Sanatçılarından Kenan Temizan ile ilgili olarak, bıraktın eserlerini, tek bir fotoğrafını bile bulamamak beni çok üzmüştü. Keza aynı sıkıntıyı Akademi'de uzun yıllar öğretim görevlisi olarak çalışmış, diğer bir ustamız Turgay Betil ile ilgili araştırma yaparken de yaşadım.

Sürekli kullandığım; "sanatçının ölümü, hayat sahnesinden çekilmesiyle değer, eserlerinin de yok olmasıyla gerçekleşir" şeklinde bir tanımım vardır. Zaten çok zor yetişen bu değerlerin yok olmasına kayıtsız kalmak ve Türk Grafik Sanatçılarını üç beş isimle sınırlı sayan güdük bir mantık, mesleğimize ve ÷lkemizin sanatına ihanetten başka bir şey değerildir. Ortada sanatçınız yoksa ne sanattan ne de ulusal bir üsluptan bahsedebilirsiniz.

Bu konuda çözümler üretmenin çok zor olabileceğini sanmıyorum. Hemen aklıma gelen bir çözümü paylaşayım: Mimar Sinan Üniversitesi'nde Grafik Bölümü öğrencilerine ikinci sınıftan itibaren, her sömestr proje kapsamında verilen konularda kampanyalar hazırlatılır. Diploma ve diploma öncesi proje konuları ise öğrencinin önerisiyle belirlenir. Bu sistemden konumuz için de pekâlâ yararlanabiliriz: *Hayatta olmayan grafik sanatçılarımızın bir listesi çıkarılsa ve bu listedeki isimler, öğrencilere alternatif bir proje konusu olarak önerilse, gerçekleşecek bu çözümle de ölen sanatçılarımızla ilgili belge ve bilgilerin, bu akademik ortamda derlenip, disipline edilerek kayıt altına alınması sağlanabilse, bu konudaki önemli bir açığımız kapatılmaz mı?*

İstenirse pek çok şey yapılabilir ama öncelikle böyle bir niyetin olması gerekiyor tabi ki!...


Ne yazık ki, geçmiş kültürümüzle de bağlarımız kesik durumdadır. Tuğra, hat, ebru, tezhip, minyatür, bezeme, kat'ı, çini, kalemişi gibi grafik özelliği yüksek olan bu zenginliklerimizi günümüz grafiğine entegre etme ve kendi ulusal tavrımızı oluşturma becerisini gösteremediğimiz için, bize ait bu kültürel değerler "Geleneksel Sanatlar" başlığıyla küçük bir alanda yaşamaya çabalamaktadır.

Biliyoruz ki, her ağaç kendi toprağından beslenir. Bir grafik tasarımcının görevi, sadece yeniyi tasarlamak değil, yaşadığı toplumun ve dünyanın, geçmiş kültür ve estetik değerlerini de disiplin altına almaktır.

Görüşme Bitti!

Teşekkürler Kıymetli, Ali Tekin ÇAM.

Ek-2

İHAP HULUSİ GÖREY AFIŞLERİNİN İNCELENMESİ	
Adı-Soyadı:	
Cinsiyet : Erkek <input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/>	
Ünvanı : Lisans(Öğrenci) <input type="checkbox"/> Öğretim Görevlisi <input type="checkbox"/> Doçent <input type="checkbox"/> Profesör <input type="checkbox"/>	
Görev Yeri:	
Görevde Bulunma Süresi:	
Lisans (Öğrenci) Okuduğu Üniversite/Bölüm:	
Afişte mesaj nasıl verilmiştir?	
Afişte vurgu neye yapılmıştır?	
Afişte başlık ve alt başlık arasında hiyerarşik düzenleme nasıldır?	
Afişte kullanılan tipografik yazım şekli çağdaşlarına ve günümüz afiş sanatına öncülük etmiş midir?	
Afişte imge ana konuyu yansıtıyor mu? Açıklayınız	
Afişte "imge" hangi teknik ile verilmiştir? (Fotoğraf-İllüstrasyon)	
Afişte renk nasıl verilmiştir?	
Afişte mesaj ve imge bütünlüğü sağlanmış mıdır?	
Afişte kompozisyon unsurları nasıl kullanılmıştır? (simetrik/asimetrik) Açıklayınız.	
Afişte kullanılan slogan çarpıcı mıdır? Açıklayınız	
Afişte kullanılan sloganda mizahi bir vurgu var mıdır?	
Afiş tasarımındaki kullanılan teknikler günümüz afişlerini etkilemiş midir? Etkilemişse nasıl etkilemiştir?	
Afişte vurgulanan konu Türkiye'nin modernleşme sürecine katkı sağlamış mıdır? Açıklayınız.	
Afiş döneminin sosyo-ekonomik durumuna değinmiş midir?	
Afişte konu Cumhuriyetin şekillenmesinde kalkınmanın tasarruflu olmaktan geçtiğine vurgu yapılmış mıdır?	
Afişte ki ana konuyu kısaca yazınız?	
Afişte tasarlanan konuya ait göstergeler ideolojik bir fikrin parçası olarak idealize edilmiş midir?	
Afiş dönemin şartları göz önünde bulundurulduğunda çağdaşığa atılan her adımın ciddi bir temsilcisi olduğu söylenebilir mi?	

Bayer Panflavine İsimli İlacın Afişi-1940
(Ender Merter Arşivi)

Ek-3**ÖZGEÇMİŞ**

1977 yılında Trabzon'un Maçka ilçesinde doğdu. İlk-Orta ve lise öğrenimini Trabzon'da tamamladı.1997 Atatürk Üniversitesi Eğitim Fakültesi Resim-İş Öğretmenliği bölümünü kazandı. 2001 yılında bu bölümden mezun oldu ve Kahramanmaraş'ta Resim-İş Öğretmenliği yaptı. 2004 Yılında Anadolu Güzel Sanatlar Liselerine Öğretmen Seçme sınavına girdi ve Ordu Penpe İzzet Şahin Güzel Sanatlar Lisesine Atandı. Giresun Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım alanında yüksek lisans öğrencisidir. Dokuz yıl Ordu Belediyesi Konservatuarında "BAŞKA BİR BAKIŞ" Atölyesi adı altında kurs verdi. Atölye çalışmalarına devam etmektedir. Femin&Art ve ORHD derneği üyesidir. Ordu GESAM il temsilcisidir.