

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANASANAT DALI
GRAFİK TASARIM PROGRAMI

**TÜRKİYE'DE 1960-1980 DÖNEMİ DEMOKRATİK KİTLE
ÖRGÜTLERİNİN SİYASETLE İLİŞKİSİ SONUCUNDA
KULLANILAN KAVRAMLARIN
GÖRSEL AÇIDAN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Cahide TUNÇ

DANIŞMAN
Yrd.Doç.Dr. Nuri SEZER

İstanbul -2013

ÖNSÖZ

Bu çalışma 2011-2013 yılları arasında T.C. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Bölümünün bilimsel araştırma ve uygulama çalışmalarına verdiği destek ile hazırlanmıştır.

Yüksek lisans eğitimim ve tez çalışmamın tamamlanması sürsünce büyük özveriyle takip eden ve gösterdiği itina, sabırla bana destek olan tez danışmanım Sayın Yrd.Doç.Dr. Nuri Sezer'e çok teşekkür ederim. Bu çalışmaya kitaplarıyla büyük anlamda referans olan Sayın Öğr. Gör. Yılmaz Aysan'a, 1960-1980 dönemine tanıklık etmiş ve bir fiil dönemin grafik çalışmalarında bulunan Prof.Sadık Karamustafa'ya ve Sayın Hasan Barutçu'ya bilgilerini ve çalışmalarını paylaştıkları için teşekkür ederim. Tezimin yazım süresince yönlendirmelerde bulunarak yardımcı olan Sayın Cemal İlğün ve Cidal İlğün'e teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca tezimi yazmamda bana destekleri ile çok yardımcı olan Sayın Şerife Dönmez'e, Sayın Belgün Akçelik'e ayrıca teşekkür ederim.

İstanbul, 2013

Cahide TUNÇ

İÇİNDEKİLER	i
ÖNSÖZ	
ÖZET	iii
SUMMARY	Error! Bookmark not defined.
RESİM LİSTESİ	vii
KISATMALAR	x
GİRİŞ	x
I. BÖLÜM	3
1. GRAFİK TASARIM VE AFİŞ	3
1.1. Grafik Tasarım Nedir?.....	3
1.2. Bir Grafik Ürün Olarak Afiş	3
1.3. Grafik Sanatlarında Afişin Yeri	5
1.3.1. Afiş ve İletişim	8
1.3.2. Afiş ve Renk.....	9
II. BÖLÜM	13
2. TÜRKİYEDE 1960-1980 DÖNEMİ DEMOKRATİK KİTLE ÖRGÜTLERİNİN SİYASETLE İLİŞKİSİ SONUCUNDA KULLANILAN KAVRAMLARIN GÖRSEL İLETİŞİMİ	13
2.1. Görsel İletişim	13
2.2. Görsel İletişimde Renk ve Biçim İlişkisi.....	14
2.2.1. Görsel İletişimde Renk Öğeleri.....	15
2.2.2. Görsel İletişimde Biçim Öğeleri.....	16
2.3. Görsel İletişim ve Algılama	17
III. BÖLÜM	22
3. BİR TASARIM ELEMANI VE SEMBOLİK BİR ÖGE OLARAK RENGİN GÖRSEL YAŞANTI İÇİNDEKİ YERİ	22
3.1. Farklı Kültürlerde Rengin İletişimsel Yönü	23
3.2. Rengin Psikolojik Bağlamda İletişimsel Yönü	27
IV. BÖLÜM	30
4. SİMGE VE SEMBOLLER	30
4.1. Tarihsel Açıdan Simge	30
4.2. İletişim Açısından Simge.....	31
4.3. Anlamsal Açıdan Simge-Sembol	33
4.4. Siyasal Simge	34
4.4.1. Siyasal Simge Algıları	38
4.4.2. Semboller ve Sloganlar	39
V. BÖLÜM	44
5. PROPAGANDA KAVRAMI	44
5.1. Propaganda Tanımı.....	44
5.2. Propaganda da Kullanılan Araçlar	47

5.3. Propaganda Afişleri.....	48
5.3.1. Siyasi Propaganda Afişleri.....	49
5.3.1.1. Kaynağı Siyasi Olan Propaganda Afişleri	51
5.3.1.2. Hedefi Siyasi Olan Propaganda Afişleri.....	52
VI. BÖLÜM.....	53
6.TÜRKİYEDE 1960-1980 DÖNEMİ DEMOKRATİK KİTLE ÖRGÜTLERİNİN SİYASETLE İLİŞKİSİ.....	53
6.1. Disk ve Siyaset.....	53
6.2. Türk-İş ve Siyaset.....	68
6.3. Misk ve Siyaset	69
6.4. Hak-İş ve Siyaset.....	70
6.5. 1968 ve Gençlik.	71
6.6. Dev-Genç	84
VII. BÖLÜM.....	86
7. TÜRKİYEDE 1960-1980 DÖNEMİ DEMOKRATİK KİTLE ÖRGÜTLERİNİN SİYASETLE İLİŞKİSİ SONUCUNDA KULLANILAN KAVRAMLARIN VE AFİŞLERİN SÖYLEŞİLERLE İNCELENMESİ.....	86
7.1. Söyleşiler	86
7.1.1. Hasan Barutçu	86
7.1.2 Prof. Dr. Sadık Karamustafa.....	90
8. SONUÇ	96
9. KAYNAKLAR.....	98
10. ÖZGEÇMİŞ	102

GENEL BİLGİLER

Adı, Soyadı: Cahide TUNÇ
Anabilim Dalı: Grafik Tasarım
Programı: Grafik Tasarım
Tez Danışmanı: Yrd.Doç.Dr. Nuri SEZER
Tez Türü: Yüksek Lisans – Mayıs 2013

TÜRKİYE’DE 1960-1980 DÖNEMİ DEMOKRATİK KİTLE ÖRGÜTLERİNİN SİYASETLE İLİŞKİSİ SONUCUNDA KULLANILAN KAVRAMLARIN GÖRSEL AÇIDAN İNCELENMESİ

ÖZET

Türkiye’de 1960 sonrası dönem siyasal tarih ve sendikal-siyasal mücadeleleri bakımından önemli tecrübelerin edinildiği bir süreç olmuştur. Zor koşullar altında yaşamlarını sürdürmeye çalışan sendikalar ve sosyalist hareketler için önemli yıllar olmuştur. Bu yıllar, sadece işçi hareketinin ve onların sendikalarının gelişmesini sağlamamış, öğretmenlerin, köylülerin ve geniş gençlik kesimlerinin örgütlenmesinde de büyük bir çıkışın yaşandığı bir dönem olarak ortaya çıkmıştır.

Dünyada olduğu gibi ülkelerin ekonomik düzeylerini etkileyen kapitalizmin, Türkiye’de de 1960’dan sonra gelişme dönemine girdiğini görmekteyiz. 1960-1980 döneminde de Avrupa’da olduğu gibi Türkiye’de de sosyal politik, kültürel ve ekonomik yaşamdaki kökten değişmelerin, sonrasında toplumsal sınıflar içerisinde farklı bir yapılanma ve buna bağlı olarak da siyasal ve kültürel farklılaşmalar belirginlik kazanmıştır. Düzene karşı başkaldırıları kendini göstermiştir. Bu belirsizlik ortamında safların belirginleştirilmesi ve kitlelere bunun aktarılması gerekmektedir. Bunun yoluda iletişim kanallarından geçmekteydi. Bu bağlamda propaganda araçlarından grafik tasarım öğelerinden logolar, ilanlar, broşürler, dergi, kitap, gazete, afişler ve sloganlardı.

Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. İletişim, grafik tasarımın temel unsurudur. Grafik tasarımı bu denli ilginç, dinamik ve çağdaş kılan şey de iletişime yönelik olmasıdır. Böylece estetik, işlevsellik ve iletişimin yarattığı ihtiyaçlar ile 1960-1980 döneminde demokratik kitle örgütleri ve dönemin gençlik hareketleri dönemin afiş tasarımına biçim vermiştir. Düşünce ve kavramları kitlelere en rahat ve dolaysız olarak aktarabilen bu görsel dilin gelişim süreçlerine bakmak ve siyasi propagandanın nasıl yapıldığına bir göz atmak gerekmektedir.

Afiş elemanlarından renk desen ve harflerin her biri kendisini diğerlerinden tamamen ayıran basit karakteristik semboller olarak ortaya çıkmıştır.

İnsanlar yaşadığı toplum içinde simgelerle belirli sistemler oluşturmaktadır. Bu sistemler yaşantılarından, düşüncelerinden, inançlarından ve bazı değerlerden kaynaklanmaktadır. Sembolik sistemin ortaklaşa bir zemin üzerine oturtulması belirlenmiş olan davranış ve düşüncelerin belirginleşmesi açısından gerekmektedir.

Böylelikle simgeler sosyalleşme süreçlerinin iletişim açısından gerekli olan öğeleridir, çoğu kez sadece görsel bir algı yaratsa da arkasında yatan anlam ve değerlerle daha geniş bir ifade alanına sahiptirler. Simgeler sadece görsel öğeler değildir, arkasında sakladıkları düşüncelerin ürünüdürler.

Sendikalar, demokratik kitle örgütleri, fikir hareketi, kulüpler, kuruluşlar, milli bayraklar gibi birçok alanda rengin sembolik anlamları bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır ve karşımıza çıkmaktadır. Bu saydığımız kurum ve kuruluşların veya ülkelerin kullanmış oldukları renkler geçmişlerinden süre gelen duruşlarının, fikirlerinin birer tanımlayıcısı ve anlatıcısı olmuşlardır. Dönemlerin sosyal ve politik yaşamının mesajlarını ilettiği gibi, toplumlarda farklı zamanlarda renklerin yaşamın ve sürecin önemli belirleyicisi olduğunu, kullanım amaçlarına göre toplumların kitlelerin yaşam ve fikirleri üzerinde inançları üzerinde biçimleyici ve yönlendirici bir rol üstlendiği görülmektedir.

Siyasetin toplumsal olarak algılanışında simgelerin rolü iletişim ve sosyalleşme açısından önem taşımaktadır. Bireyler siyasal terimleri öğrenmeye başladıkları zaman bazı siyasal kimlikleri edinebilmekte ve anlamlar dünyasıyla tanışabilmektedirler. Birey siyasallaşma sürecinde siyaset algısını geliştirmektedir.

Tezin bölümlerinde 1960-1980 döneminde yapılmış olan amblem, dergi kapakları ve afiş çalışmalarının incelenmesine yer verilmiştir. Son bölümde ise 1960-1980 döneminde afiş tasarımı yapan kişilerle yapılan söyleşilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Propaganda , siyaset, sembol, algı, iletişim.

GENERAL INFORMATION

Name, Surname : Cahide TUNÇ
Field : Grafik Tasarım
Program : Grafik Tasarım
Supervisor : Yrd.Doç.Dr. Nuri SEZER
Degree Awarded and Date : Yüksek Lisans – Mayıs 2013

THE VISUAL INSPECTION OF THE CONCEPTS IN TURKEY THAT WERE USED BY DEMOCRATIC MASS ORGANISATIONS BECAUSE OF THEIR RELATION WITH POLITICS IN THE 1960-1980 ERA

SUMMARY

Post 1960 era has been an important time for both political history and for syndicate-political struggles, for having important experiences. They have been important years for syndicates which try to survive under heavy pressure and also for socialistic moves. These years not only helped the progress of the labour moves and their syndicates, but also has been a time for mass youth groups to organise themselves.

We are witnessing the progress of capitalism in Turkey after 1960, which effects the economical levels of the countries worldwide. As well as in 1960-1980 era in Europe, there has been dramatic changes in social politics, cultural and politics after the alteration in social classes, politics and culture. Rebellions against the current order were evident. In this vague environment, the clarification and information of masses were necessary. For this purpose, the tools were graphic design elements, logos, advertisements, magazines, books, newspapers, billboards and slogans.

Graphics design is a visual communication art. Communication is the basic of graphic design. What makes the graphic design this interesting, dynamic and modern is its intention to communicate. By this way with the needs that were created by aesthetics, function and communication, the actions of mass organisations and youth moves shaped the billboard design of that era. It was necessary to examine the phases of progress of this visual language and taking a look at the ways of political propaganda.

People are building certain systems in the society they live with symbols. These systems are coming from lives, thoughts, beliefs and some values. In order to clarify the behaviours and thoughts, its necessary to build this symbolic system on a common ground. In this way, symbols are necessary elements for the communication of social phases, for most times even though they only create only a visual perception, they have a broader area of expression with the meanings and values that lie behind. Symbols are not only visual elements, they are also the products of the thoughts that they are hiding behind.

Unions, democratic mass organisations, ideal moves, clubs, corporations, national flags are using the symbolic meanings of color as a communication instrument. The colors that are used by these foundations and establishments are the expression of their political position and ideas as a definer and narrator from the past. As eras are transferring the ideas of social and politic lives, we can see that in different times, colors are the important determiners of life and phase and depending on the purpose of their usage, it's seen that they have a editing and directive role on the lives and ideas of societies.

In the social perception of politics, symbols have an important role in the area of communication and socialization. When the individuals are learning political topics, they have some political identities and meet the world of meanings. Individual is progressing his/her political perception in the process of politization.

Among the parts of the thesis there have been some parts for the inspections of emblems, magazines' covers, and posters which were made and used during 1960-1980. In the last part of the thesis there are some interviews with the poster designers who did the posters between 1960-1980.

Key Words : Propaganda, politics, symbol, perception, communication.

RESİM LİSTESİ

Resim 1: 1960-1980 dönemi sokak duvarları.

Resim 2: 1977 sokak duvarlarında seçim afişleri.

Resim 3: Yeraltı Maden İş sendikası

Resim 4: 1970 Taylan Özgür Afişi.

Resim 5: Orhan Taylan tarafından 1 Mayıs 1976 için yapılmıştır.

Resim 6: Necker Kübü ve Rubin Vazosu, şekil zemin ilişkisine iyi bir örnektir

Resim 7: Yakınlık İlkesine Örnek.

Resim 8: Tamamlama İlkesi

Resim 9: Benzerlik İlkesine Örnek.

Resim 10: Süreklilik İlkesine örnek

Resim 11: Renk Anlam Çizelgesi

Resim 12: Türkiye Sosyalist İşçi Partisi Amblemi

Resim 13: Devrimci Yol Dergisi Amblem Tasarımı - Yılmaz Aysan..

Resim 14: Orak Çekiç

Resim 15: Türkiye Birlik Partisi Amblemi

Resim 16: 1 Mayıs 1978’ de DİSK’in düzenlediği yarışmada ödül alan afiş Emre Senan tasarımı.

Resim 17: Resim 17: Propaganda amaçlı tasarlanan seçim afişleri

Resim 18 : 1978 DİSK / Oleyis Afişi Tasarım: Bilinmiyor Ebat 48x68cm Baskı: Bilinmiyor

Resim 19: 1976-1980 DİSK / Genel-İş Desen: Bilinmiyor Tasarım: Bilinmiyor Ebat 40,5x57cm

Resim 20: DİSK ve Sendikalar

Resim 21: DİSK ve Sendikalar

Resim 22: Yeraltı Maden İş sendikasının 1 Mayıs Afişi.

Resim 23: DİSK, Genel-İş sendikası.

Resim 24: Yön Haftalık Gazetesi

Resim 25: Tasarımı Mehmet Ali Aybar'a ait çark ve başaklı TİP amblemi.

Resim 26: Yürüyüş Haftalık Siyasi Haber Ve Yorum Dergisi, Sayı:4, 6 Mayıs 1975.

Resim 27: Resim 27: Ant Dergisi, Sayı:163, 10 Şubat 1970.

Resim 28: Resim 28: Yürüyüş Dergisi 1975

Resim 29: Resim 29: 1965 seçimleri için Abidin Dino tarafından yapılan TİP propaganda desenleri.

Resim 30 : Dönemin yayın organlarından Yön Gazetesi.

Resim 31 : Grevlerden Bir Kare

Resim 32: DİSK amblemi.

Resim 33: Grevlerden Bir Kare.

Resim 34: Dönemin CHP afişlerinden örnekler.

Resim 35 : Dönemin CHP afişlerinden örnekler.

Resim 36: TÜRK-İŞ amblemi.

Resim 37: Hak-İş amblemi.

Resim 38: Desen ve tasarım Hasan Barutçu'ya aittir.

Resim 39: 14–19 Mayıs 1968: NATO'ya Hayır Haftası

Resim 40. Filo'ya Karşı Protesto Gösterileri

Resim 41: Filo'ya Karşı Protesto Gösterileri

Resim 42 : Dev-Genç Afişi

Resim 43: Süt ağalığına son afişi.

Resim 44: ODTÜ öğrencileri.

Resim 45: ODTÜ öğrencileri.

Resim 46: DEV-GENÇ Afişleri.:

Resim 47: İleri Dergisinin Kapak Çalışması.

Resim 48:“Gecekondu” oyunu. Sadık Karamustafa

Resim 49:“Köprü” oyunu. Sadık Karamustafa

Resim 50: Gecekondu” oyunu. Sadık Karamustafa

Resim 51: Sadık Karamustafa'nın Bank-Sen için hazırladığı afiş çalışması.

Resim 52: Çeşitli sendikalar için hazırlanmış, Sadık Karamustafa'nın Tasarımları

Resim 53: Sadık Karamustafa'ya ait 1977 yılında Tekstil Sendikası'nın dergi kapaklarına yapılmış olan çizimler.

Resim 54: Sadık Karamustafa'ya ait Bank-Sen Sendikası için tasarlanmış afişler.

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri.

AB: Avrupa Birliği.

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi.

DEV-GENÇ: Devrimci Gençlik.

DEV-GÜÇ: Devrimci Güç Birliği.

DİSK: Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu.

FKF: Fikir Klüpleri Federasyonu.

HAK-İŞ: Türkiye Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu.

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi.

MİSK: Milliyetçi İşçi Sendikaları Konfederasyonu.

NATO: Kuzey Atlantik Antlaşması Teşkilatı.

ODTÜ: Ortadoğu Teknik Üniversitesi.

SADA: Sendikalar Arası Dayanışma Komitesi.

TDGF: Türkiye Devrimci Gençlik Federasyonu.

THKO: Türkiye Halk Kurtuluş Örgütü.

THKP/C: Türkiye Halk Kurtuluş Partisi - Cephesi

TİP: Türkiye İşçi Partisi.

TKP/ML: Türkiye Komünist Partisi - Marksist Leninist Hareketi

TSİP :Türkiye Sosyalist İşçi Partisi

TÜRK-İŞ: Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu.

GİRİŞ

Afişler ve kavramlar, sanatsal ve estetik değerlerinin yanı sıra toplum dinamiklerini harekete geçirmede itici güç olabilmektedirler. Yeni politikaların ortaya çıkmasında tek faktör olmasa da tetikleyebilirler bu da Türkiye'nin sosyal ve demokratik yapısına ekonomik gelişimine Türkiye siyasal faaliyetleri üzerine olumlu ya da olumsuz etkiler bırakabilmektedir. İnsanların siyasal anlamda taraf olmalarını veya olmamalarına etki eder ve toplumların gelişim ve dönüşümlerine katkı sunmaktadırlar.

Sadece yurtdışında bu bağlamda belirli sayıda kaynağın olması yeterli değildir. Türkiye'de de kaynak konusunda sıkıntıların olması, sadece demokratik kitle örgütlerinin makaleleriyle sınırlı olması bilimsel çalışmaların yapılmamış olması, bu alanda araştırma yapmamı sağladı.

İnsanlar çevreleriyle dolaylı olarak iletişim ve etkileşim kurarlar. Bu, görsel ve bilişsel bir iletişimdir.

Günümüzde, etrafımız yüzlerce görsel mesaj ve grafik tasarım ürünü ile çevrilidir. Fakat 1960-1980 döneminde çok kısıtlı imkanlarla yapılan bu çalışmalar sayı olarak azdı. Bu nedenle de değerli ve anlamlıydı. Tüm bu çaba iletişim içindi. Tasarımın gücü, mesajını hedef kitlesine doğru iletebilmesine bağlıdır. Verilen mesajın, doğru olarak yorumlanması ve algılanması için iletinin açık ve anlaşılır olması gerekmektedir. Mesajın doğru iletebilmesi için de tasarımda görsel bütünlük sağlanmalıdır. Görsel bütünlüğü oluşturan elemanların en önemlilerinden bazıları semboller, desenler ve renklerdir.

Renk, yazı ve semboller ile tasarım yaparken, yazı karakteri seçiminin, yerleştirmenin (layout), kağıt seçiminin ve renk kullanımının çok iyi denetlenmesi gerekir.

Tasarım yapılırken, sözcüğün, rengin veya desenin iletişim kuracağı kitlenin üzerinde bıraktığı etkiye, bu tasarım öğelerinin yan yana geldiği zaman oluşturduğu

doku ve tona dikkat edilmelidir. Seçilen her rengin, her desenin bir anlamı karşıladığı unutulmamalıdır.

Önemli olan verilmek istenen mesaja en uygun tasarımı ve sloganı tanımlayabilmektir. Siyasetin toplumsal olarak algılanışında simgelerin rolü iletişim ve sosyalleşme açısından önem taşımaktadır. Bireyler siyasal terimleri öğrenmeye başladıkları zaman bazı siyasal kimlikleri edinebilmekte ve anlamlar dünyasıyla tanışabilmektedirler. Birey siyasallaşma sürecinde siyaset algısını geliştirmektedir.

Görsel iletişimin sağlanmasında kullanılan materyal ne olursa olsun diğer tasarım elemanları ile bütünlük halinde olmalı ve bir arada geliştirilmelidir. Hangi tasarım ve üretim tekniği kullanılırsa kullanılsın tasarım kurallarını iyi bilmek gerekir. Bu tezde de grafik tasarım ürünü olan ve 1960-1980 dönemi demokratik kitle örgütlerinin ve dönemin gençlik hareketlerinin propaganda amaçlı kullandıkları afişlerin, logoların, dergi, kitap kapaklarının incelenmesi ve görsel iletişim açısından algılanabilirliğinin sorgulanması, ve siyasal anlamları detaylı bir şekilde ele alınmaktadır.

I. BÖLÜM

1. GRAFİK TASARIM VE AFİŞ

1.1 Grafik Tasarım Nedir?

Tasarım sözcüğü daha çok süsleme çağrışımı yapmaktadır oysaki tasarım “Ne zaman tanımlanmış bir amaç için bir şey yapıyorsak, o zaman tasarlıyoruz.”demektir. başka bir deyimle; tasarım belirli bir amaç gözetten yaratıcı bir eylemdir. (Becer, 2005: 34).

O zaman grafik tasarım bir tür iletişim kanalı görevini üstlenmektedir ve çözüm üreteceği alanda iletişim alanı olacaktır. İletişim, bir mesajın gönderici ve alıcı arasında gerçekleşen bir süreçtir. Bu nedendir ki grafik tasarım için, verilecek mesajı uygun bir biçimde koldlayarak alıcıya ulaştıran bir araçtır diyebiliriz.

Bir grafik tasarım problemi daima iletişimle ilgilidir. Tasarımcı; uygulama yöntemlerinin yanı sıra görsel algılamanın doğasını, görsel yanılmanın rolünü ve sözel ile görsel iletişim arasındaki ilişkileride bilmek ve gözönüne almak zorundadır.(Becer, 2005: 34).

Grafik tasarım ürünü iletişimle ilgi olduğuna göre mesajını alıcıya yani hedef kitlesine iletebilmeli, dikkat çekici ve özgün olabilmelidir.

1.2. Bir Grafik Ürün Olarak Afiş

Afiş tasarımı, ürün ve hizmet tanıtımında önemli bir yere sahiptir. Televizyon reklâmları ile desteklendiğinde kitleleri hedefe yönlendirme düzeyinde büyük bir etkiye sahiptir. Çünkü grafik tasarım olarak afişler, görüntü ve sözün mümkün olduğunca tek anlama ve hatırlanma değerine sahip olmak zorunda olduğu, sunum ve tanıtım kategorilerine aittirler. (Hollis, 2005: 11).

Afişin sunum ve tanıtım hizmetlerinde yer alması reklâmcılık alanında ona büyük görevler düşüyor olması anlamına gelmektedir.

Afişin etkinliği onun çok kullanışlı olmasından kaynaklanmaktadır. Afiş özellikle kamusal alanda kendine görev edinir. Çünkü artık günümüzde ‘özel’ alanda televizyonun hâkimiyeti söz konusudur. Her ne kadar gazetelerdeki basın ilanları ile afişler evlere girse de afişler televizyonlar kadar etkileme gücüne sahip değildir. Ancak insanlar ‘özel’ alanlarından çıkıp sokaklara çıktıkları anda televizyonun doğrudan etki alanından çıkmakta ve medyanın diğer aracı olan afişler ile etkileşime girmektedirler. Her ne kadar artık ‘outdoor’, billboard ve afiş olarak gruplandırılrsa da aslında üç tanıtım ve sunum grubu afiş kategorisi içerisinde ele alınabilir. Aralarındaki fark boyut ya da uygulama yüzeylerinden kaynaklanmaktadır.

1960-1980 dönemine baktığımızda televizyon ve radyo gibi iletişim kanallarının sınırlı olduğu bir dönemde kitle iletişim aracı olarak afişlerin kullanıldığı görülmektedir. Tıpkı günümüzde ki gibi o dönemde de insanlar sokaklara çıktıklarında duvarlara asılmış olan afişlerle ve duvar yazılarıyla karşılaşmakta ve iletişime geçmekteydi.



Resim 1: 1960-1980 dönemi sokak duvarları.

O dönemde, özellikle kitle eylemlerinin duyurulmasında afişin yeri yadsınamayacak kadar değerli ve önemliydi.

1.3. Grafik Sanatlarında Afişin Yeri

İnsan doğasında ölümsüz olma dürtüsü olduğu için bu ölümsüzlüğü sağlayabilmenin bir yolu olarak kalıcı bir takım eserler bırakma vardır. Bu bağlamda değerlendirecek olursak, mağara duvarlarına, kayalara çeşitli çizikler, izler bırakmıştır insanoğlu. Bu izler sayesinde bu dönemlerde yaşamış insanlar hakkında bilgiye ulaşabildik. Bizlere bırakılan tüm bu çizgiler, izler birer grafik niteliği taşımaktadır ve bunlar grafik iletişim aracının ne kadar değerli ve önemli olduğunda gösterir niteliktedir.

Bugünkü anlamda ilk grafik işleri; tahta, metal veya taşı oyup mürekkepledikten sonra üzerine kağıt veya diğer uygun bir malzemenin bastırılması yöntemi ile basılmıştır. Bu oymacılıktır ve insan tarihinde çok erken başlamıştır. Grafik tasarım, dekoratif sanatlar devriminden doğacaktır. 19. yy'ın sonuna dek üretimin hemen hemen sınırlı bir talebe yanıt verdiği bir ekonomide işportacılık yeterli olmaktadır. Birkaç on yıl içinde kömür ve buhar makinesinin bulunması, fizik ve kimya alanlarındaki gelişmeler, elektrik ve dinamik girişimcilerin üretime soktuğu birçok yeni buluş işleri kökünden değiştirir. Sanayi kentleri ve yöre kentleri yüzünden köyler boşalmaya başlar. Ağını hızla ören demir yolunun da bunda katkısı büyüktür. (Weill, 2007: 12).

Aynı hız grafik alanında da kendini gösterir. Gelişmekte olan sanayi ve teknoloji ile birlikte grafik alanında da yenilikler görülür. 18. yüzyılın sonunda litografi icat edildi. Burada düzgün bir yüzey yağlı kalemle çizilip geri kalan kısımlar su ile ıslatılır. Yağlı kalemle çizilen yerler mürekkebi tutup, ıslak yerler tutmaz. Bu sistemle bütün tonların basılması mümkün oluyordu. Burada da sadece siyah mürekkep ve beyaz kâğıt vardır ama ton görüntüsü, satıh ince grenli olduğundan çok daha gerçekçidir. Oymacılıkta olduğu gibi büyük bir el mahareti de gerektirmez. Bu sistem grafik sanatçısına yeni ufuklar açtı. (Glaser, 1987: 1).

1796'da Senefelder tarafından bulunup Engelmann tarafından geliştirilen litografi yıldan yıla ilerler, resimlerin büyük boyutlarda üretilmesini kolaylaştırır. Hammadde, yani lifleri çıkartılıp git gide daha etkili olan işlemlerle özellikle klor kullanımıyla uygun hale getirilmiş ağaç hamuru bazlı kağıt, devasa tomarlar halinde

ucuza satılmaya başlar. Kâğıt bu şekilde Andreas Bauer'le birlikte saatte binlerce yaprak elde etmeyi sağlayacak birçok buluşa imza atan Koenig'in keşfettiği tam otomatik baskı aletlerini besleyebilir hale gelir. 19. yüzyılın ikinci yarısında, litografide gösterilen gelişmeler afişin gelişimini başlatır. Koskocaman baskı makineleri yatay olarak, 123x160 cm. boyutuna kadar varan büyüklükte baskıların yapılmasını sağlar. Bununla birlikte sistem zorlu bir çalışma gerektirir çünkü taşlar yüzlerce kilo çekmektedir. Kısa sürede, bunların yerine bir rotatifin üstüne yerleştirilen madeni bir levha alır. Devasa kayaların, dolayısıyla iri adamlardan oluşan personelin boyları küçülür. (Weill, 2007: 13).

Algrafi (alüminyum üstüne kalıp çıkarma) ve çinkografi, rotatif baskı makinelerinde daha hızlı baskılar elde edebilmek için litografi taşının ağırlığını ve sertliğini ortadan kaldırır. 1860'lı yılların başında, Firmin Gillot fotokopi ve fotogravür çalışmaları yapar. 1886'da Amerikalı Mergenthaler harfleri bir klavye üstünde bir araya getirmeyi sağlayan linotipi bulur. Bu basım ve kitap adına devrimdir. Bir başka Amerikalı Langston tarafından bulunan monotip, daha sonradan İngilizler tarafından geliştirilir ve 1970'li yıllara kadar varlığını korur. 1905'de Ira Rubel mürekkepten tasarruf edilmesini sağlayan kauçuk ruloyu ofset baskıyı icat eder. (Weill, 2007: 12).

Fotoğraf ve fotomekanik baskı işleminin icadı, sanatçıyı görüntüleri hassas olarak nakletme işleminden tamamen kurtardı. 19. yüzyılda artık sanatçı yeteneğini anlatım amacına yöneltmek için daha özgür olabilirdi. Grafik tasarım terimi ilk kez 20. yüzyılın ilk yarısında metal kalıplara oyularak yazılan, çizilen ve daha sonra da çoğaltılmak üzere görsel malzeme için kullanılmıştır. Gelişen teknolojiye paralel olarak sadece basılı malzemelerde değil; film ile perdeye yansıtılan, video ve diğer manyetik kaydedicilerle ekrana ve yansıtıcılara gönderilen ve son olarak iki binli yıllarda tüm yaşamımıza giren bilgisayarlar yardımıyla üretilen tüm görsel malzemeler de grafik tasarım kapsamına girmiştir. Grafik tasarım tanımlaması ve kullanıldığı- etkin olduğu- alan olabildiğince genişlemiştir. Bugünün grafik sanatçısı, tasarımcısı, yıllarca bu görevi üstlenen kaligrafi sanatçıların, baskı ustalarının ve zanaatçıların geleneğini devam ettiren bir meslek adamıdır. Genel olarak bütün görsel sanatlar, özel olarak ise iki boyut içinde var olan görüntü sanatları hemen

hemen tümünde aynı dili kullanırlar. Fotoğrafçılar, heykeltıraşlar, ressamalar, seramikçi ve diğer meslek kuruluşlarının oluşturduğu profesyonel sanatçılar grubunun yeni üyesi olan grafik tasarımcılar da birçok tasarım problemini çözerken bu ortak dilden yararlanır. Grafik tasarımın en önemli problemi iletişimle ilgilidir. Tasarımcı uygulama yöntemlerinin yanı sıra görsel yanılmanın rolünü ve sözel ile görsel iletişim arasındaki ilişkileri de bilmek göz ardı etmemek zorundadır. İletişim, grafik tasarımının hayati unsurudur. Aslında grafik tasarımı bu denli ilginç, önemli, dinamik ve çağdaş kılan da iletişime yönelik en etkin öğelerden biri olmasındandır. (Ketenci ve Bilgili, 2006: 278–279).

Grafik sanatı için de yer bulan sokaklara asılan, duvarlara yapıştırılan afişler insanların görebileceği geniş kitlelere hitap edebilen birer iletişim aracı olmaktadır.



Resim 2: 1977 sokak duvarlarında seçim afişleri.

Afiş kısa ömürlü bir tanıtım aracıdır. Önemli bir konu hakkında halkı en etkin biçimde haberdar eder. Kent içindeki çeşitli yerlere asılarak, insanlara olayları sürekli hatırlatması açısından, çok kullanılan bir kitle iletişim aracıdır. Afiş sadece üretim ve tüketim ilişkilerinde halka bilgi vermez. Bunun dışında sosyal, siyasal ve kültürel olayların halka ulaştırılmasında da önemli bir rol oynar. Günümüz dünyasında televizyon gibi bir iletişim aracı bile afiş kadar etkili değildir. Çünkü afişin sürekli hatırlatıcılık özelliği söz konusudur. Halkın yoğun olarak giriş ve çıkış yaptığı bölgelerde, yüzlerce afişi yan yana görmek mümkündür. (Tepecik, 2002: 74).

1977 yılının önemli olaylardan biri olan seçimlerin halka duyurulmasında duvarlara asılan seçim afişleri resim 2’de Görülmektedir. Halkın yoğun olarak bulunduğu bölgelerde ve boş görülen her duvarda o dönemde yan yana yapıştirılmış bir çok afiş görmek mümkündür.

1.3.1. Afiş ve İletişim

Duygu, düşünce ya da bilgilerin usa gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, insanlar, toplumlar, örgütler, topluluklar arasında duygu, düşünce ve bilgi alışverişi olarak da tanımlanabilir. Bu süreç sözlü, yazılı veya görseller aracılığı ile ortak bir paydada buluşturulabilir.

Grafik, görsel olarak algılanan şeylerle, yani görüntülerle ilgili bir kavramdır. İletişim ise her türlü bilginin insanlar arasındaki alışverişidir. Bu durumda grafik iletişim, görüntülerden oluşan bilgilerin değiş-tokuşu olarak tanımlanabilir. İletişim yöntemi ya da aracı, farklı gereksinimlere bağlı olarak değişebilir. Örneğin; bazı durumlarda yeterli olmasına karşın konuşma sınırlı bir iletişim yöntemidir. Sözlü iletişim sırasında sık sık yanlış anlamalar olmakta, düşünceler kolaylıkla unutulabilmektedir. Çünkü sözlü iletişimde, fikir ve düşünce alışverişini olanaklı kılacak herhangi bir kayıt söz konusu değildir. Bir düşünce ya da kavramın kaydedilmesi için bir grafik iletişim sisteminin kurulmuş olması gerekir. Gelişmiş ya da gelişmekte olan toplumlarda grafik imgeler önemli ve sürekli bir yere sahiptirler. Yazılar, resimler ve fotoğraflar başlıca grafik iletişim araçlarıdır. (Becer, 1997: 28).

Afiş, insanlar üzerinde ideolojik ve estetik bir etkilenme yaratır. Bu etkilenme sayesinde insanların günlük alışkanlıkları ve düşünce biçimlerini yönlendirir. Çevresiyle sürekli bilgi alışverişinde bulunan insan, buradan aldığı uyarılar sonucu birtakım davranışlarda bulunmaktadır. (Tepecik, 2002: 74).



Resim 3 : Yeraltı Maden İş sendikası

Yukarıda verilen tüm bilgilerin ışığında Yeraltı Maden İş Sendikası için yapılmış afiş çalışmasına baktığımızda greve çağrı yapan bir söylem vurgulanmıştır. İşçilerden oluşmuş bir grubun görseliyle yine işçi sınıfına seslenilmiştir. Bu bağlamda değerlendirecek olursak ideolojik bir baskı yaratmakta ve bir yönlendirme yapmakta, iletişim kurmaktadır.

Tüm bu bilgilerin ışığında afiş, bir kitle iletişim aracıdır diyebilmekteyiz. Bu nedenledirki afişin istenilen iletiyi alıcısına ulaştırmada ki başarısı onunda başarılı olmasını gerektirmektedir. İyi ve amacına hizmet eden bir afiş tasarımı önem kazanmaktadır.

1.3.2. Afiş ve Renk

Bir nesneyi veya en geniş anlamda bir fikri bir diğerinden ayırt etmek için en kolay yol, renktir. Arılar ve haşereler, ayrıca daha gelişmiş hayvanlar yem ararken daha çok renklere dikkat ederler. Ve birçok hayvan eş bulurken, partnerlerinin özel renklerinden etkilenirler. Çocuklar çok erken yaşta renklere ilgi duyar. Bu durum

yalnızca tezat etkisinden kaynaklanmaz. Bütün bunlardan anlarız ki renklerde güçlü çekim ve ayırt etme kuvvetleri mevcuttur. (Kanat, 2001: 147).

Renk izleyicinin dikkatini çeker. Göz renge takılıp kalır ve böylece izleyene, reklâm mesajını inceleme fırsatı verir. Tasarımda sadelik de reklam mesajının hızla iletilmesini sağlar. Buna karşılık uyumsuz ve karmaşık bir renk düzeni olumsuz tepkiye sebep olur. Reklâmcılıkta beyaz zeminde renk kullanımının yanı sıra, renkli zeminde renk kullanımı da önemli rol oynar. Bu şekilde reklâmın etkisi arttırılır. Duyularla elde edilen algılar ve bunlara bağlı olarak zenginleşen idrak, bilinçli tezatlar şeklinde yaşandığı oranda etki artar. Fizyolojik ve psikolojik etkenlerin karıştığı renk tezatları, reklam araçlarının özellikle de afişin tasarlanması bakımından çok önemlidir. (Kanat, 2001: 149).

Afişin en önemli öğeleri yazı ve renktir, afişin etki gücünün uzun soluklu olması için bu iki seçeneğinde çok iyi kullanılması gerekmektedir. Bu nedenle afiş tasarımında kullanılacak renkler titizlikle seçilmelidir. Özenle seçilecek olan renkler iletilecek mesaja, alıcıya, hedef kitleye uygunluk göstermeli ve okumayı kolaylaştırmalıdır. Afişte kullanacak kelimeler, görseller, renkler, her biri, ayrı şekilde önem taşır ve afiş tasarlanırken dikkat edilmesi gereken konuların başında gelmelidir.

Tasarımda renk dağılımını yapmak zor bir işlemdir. Renkleri bir araya toplamak veya dağıtmak, tasarımı temelden etkileyebilir; rengin yatay dikey ya da başka yönlerde kullanılması anlatımı zenginleştirir. Böylece doğru renk doğru tasarım olgusunu da güçlendirir. Her türlü grafik ürünlerde bulunan hedef anlatımı ve bu anlatım içinde bulunan gizli enerjiyi ortaya çıkarmak, ancak tasarım yüzeyine dengeli serpiştirilmiş renk çalışmasıyla mümkündür. Çünkü tasarımda rengin kullanım amaçları: renkli alana bir özellik kazandırmak düşünceleri renkle simgeleştirmek, tasarımlarda verilmek istenen anlatıma yoğunluk kazandırmak ve nesnelere karakter kazandırmaktır. (Tepecik, 2002: 36).

Grafik ürünlerinde renk kullanımının ve rengin anlatım gücünün nedenli önemli olduğu görülmektedir. Bu nedenle kullanılacak renklerin iletişim açısından ve

sembolik anlamları açısından iyi tanımlanması gerekmektedir. Doğru mesajı alıcısına iletme noktasında renklerinde rollerinin büyük olduğunu görmekteyiz.



Resim 4: 1970 Taylan Özgür Afişi.

Bu afişte renkler üst üste basılarak farklı renkler elde edilmiş, kırmızı, canlı ve göze hitap etmesinin yanısıra “sol”u çağrıştırması bakımından önemlidir. Sarı renk arasından, turuncu renkli Taylan Özgür portresi. Kırmızı renkle sembolize edilen işçiler ve siyahın keskinliği, netliği içinde beyazlarla vurgulanmış bir slogan. Bakıldığında düşünceleri renkle simgeleştirmişlerdir ve oldukça sıcak renkler birarada kullanılmıştır. Turuncunun canlılığı ve sarının ışıklı hali çalışmayı daha izlenir hale getirmiştir.

Siyah bir çok kültürde olduğu gibi bizim kültürümüzde de matemi temsil etmektedir. Bu çalışmada, len Taylan zgr adına yapılacak anma etkinlikleri dahilinde kullanılmak ze tasarlanmıştır. Zor şartlar altında ve ilkel araç gereerle yapılmış bir serigrafı çalışmasıdır. Renkler tasarımıda verilmek istenen anlatıma yoğunluk kazandırmak ve nesnelere karakter kazandırmak için dikkatli kullanılmaktadır.

Bu bölümde afiş tasarımıının, tanıtımda nedenli önemli bir yere sahip olduğunu ve bir tür kitle iletişim kanalı görevini üstlendiğini görmekteyiz. Afişler insanların görebileceği geniş kitlelere hitap edebilen, onlara önemli olay ve bilgileri aktarmada kullanılacak birer görsel iletişim aracı olmaktadır. Afişler, insanlar üzerinde ideolojik ve estetik bir etkilenme yaratmaktadır. Bu etkilenme sayesinde insanların günlük alışkanlıkları ve düşünce biçimlerini yönlendirir, bu ynylede iyi bir propaganda aracı olmaktadır.

II. BÖLÜM

2.TÜRKİYEDE 1960-1980 DÖNEMİ DEMOKRATİK KİTLE ÖRGÜTLERİNİN SİYASETLE İLİŞKİSİ SONUCUNDA KULLANILAN KAVRAMLARIN GÖRSEL İLETİŞİMİ

2.1. Görsel İletişim

İletişim, simgeler aracılığıyla bir kişiden ya da gruptan diğerine bilginin fikirlerin tutumların veya duyguların iletimidir.(Mutlu, 1998: 168).

İletişim bilgi, görüş, tutum davranış, düşünce ve duyguların kişiler ve topluluklar arasında sözle, yazıyla, görsel ya da işitsel kanallar aracılığıyla aktarılması ve paylaşılmasıdır diyebiliriz.

Çeşitli amaçlarla iletişim kurulmaktadır. Amaç birine bir konuyu açıklamak, uyarmak, dikkat çekmek, bilgilendirmek, çağırmak, değişimleri haber vermek olabilir. Yani bir mesajı iletme amacındayızdır. Bu iletişim de çeşitli yollarla yapılabilmektedir. Sözle olabilir, konuşarak, bağırarak ya da davranışlarla da olabilir.

İletişim sürecinin beş temel ögesi kaynak, ileti (mesaj), kanal, alıcı ve dönüttür (geribildirim).

Etkili iletişim iletiye yani göndericinin aktarmak istediği mesaja alıcının da aynı anlamı yüklediği zaman gerçekleşmektedir. “İleti, bir şeyi aktarmayı, iletmeyi isteyen kaynağın ürettiği sözel, görsel ve görsel-ışitsel fiziki bir unsurdur. İletinin iki önemli ögesi bulunmaktadır. İçerik ve yapı. İçerik anlamlı; yapı ise simgeler ve kodlarla ilgilidir. Eğer iletişim anlamların paylaşımı ise, bunu gerçekleştirebilmek için iletinin üretilişinde, verilmişinde ve tüketiminde öncelikle anlamlı olması gerekir. (Atabek, Dağtaş, 1998: 287).

İşte bu anlamlar sembollerle birlikte net verilmelidir aksi takdirde alıcının iletiyi doğru algılamasını engelleyen bir ortam oluşur. Etkili iletişim için iletiye kaynağın ve alıcının aynı anlamı verebilmesi gerekmektedir.

Görsel iletişimde hareketli veya sabit görüntüler veya imgeler aracılığı ile iletişim kurulmaktadır. Görüntü veya imge, dış dünyada duyu organları aracılığı ile algıladığımız her şeyi kapsamaktadır.

İnsanoğlu dünyaya gözünü açtığı andan itibaren görsel iletişimle karşı karşıya kalmaktadır. Etrafımızda gördüğümüz her şey hafızamıza kazınır ve bunlardan bazıları yeri geldikçe hatırlanmaktadır. Herhangi bir olayı, gerçekleşirken gözlemlemek, o olayın sözlü olarak sonradan ifade edilmesinden çok daha etkili olmaktadır. Çünkü sözsüz iletişim kapsamına giren görsel iletişimde daha çok duygulara seslenilerek ikna mekanizması harekete geçirilmektedir. Bu yüzden görsel iletişim sonucu meydana gelen hatırlama, sözlü iletişimden daha etkili bir şekilde gerçekleşmektedir.

Günümüzde görsel iletişim bilgi aktarımında oldukça etkin bir rol oynamaktadır.

Görsel iletişim tasarımının en bilinen ve yaygın olarak kullanılan adı grafik tasarımıdır. “Grafik tasarım bir mesajı görsel iletişim yoluyla hedef kitleye duyurma işlevini, güzel sanatların estetik nitelikleriyle birlikte, resim ve yazıyı birbirini tamamlayan bir düzenleme içinde kullanarak yerine getirir”. (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, 1997: 702).

Grafik tasarım elemanlarından birisi olan afişler de görsel iletişim yöntemlerinden bir tanesidir. Bir bilgiyi, görsel mesaja dönüştürerek, bir başkasına ya da başkalarına iletmede afişler iletişim araçları olmaktadır.

2.2. Görsel İletişimde Renk ve Biçim İlişkisi

İnsanlık tarihine bakıldığında insanları etkisi altına alan, doğal yaşamda da güçlü bir iletişim kanalı olarak görev üstlenen renk, kendi başına bir uyarıcı ve görsel iletişimin etkili bir aracı olma niteliği taşımaktadır. Görsel iletişimde kullanılan renkler önemli ve birbirinden farklı anlamlar taşımaktadır. Bu nedenledir ki insan algısında renk ve biçim öğelerinin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır.

Renklerle iletişim insanlar arasında değişkenlik gösterdiği gibi farklı toplumlarda da algılanışları farklılaşmaktadır. Renk ve biçim uyumuyla oluşturulacak tasarımlarda, algılama kolay ve süreklilik kazanmaktadır. Bu tarz güçlü tasarımlar nerede olursa olsun, karşılaşıldığında tanınacaktır. Renk ve biçimi görsel iletişim açısında bir bütünlük içinde algılamaktayız.

Renklerin dilinde kırmızının kızgınlığı ve heyecanı, mavinin sakinliği, siyah ve grinin depresyonu, karamsarlığı tanımlaması gibi tüm bu anlamlandırmalar geleneksel kültürlere bağlı sembolik anlamlar oluşturabilmektedir.

Türkiye’de 1960-1980 dönemi demokratik kitle örgütlerinin siyasetle ilişkisi sonucunda kullanılan kavramların görsel iletişimi noktasında renk ve biçim, dönemin sembolik anlamlarını taşıma ve sunmada önemli bir misyon yüklenmiştir.

2.2.1. Görsel İletişimde Renk Öğeleri

Rengi nesne görünümünün niteliği ve onu görsel bakımdan tamamlayan özelliği olarak tanımlayabiliriz veya görsel iletişimde renk, biçimin tamamlayıcısı niteliğindedir diyebiliriz. Görsel bakımdan renk dediğimiz zaman iki türden söz edebiliriz. Bunlar ışık rengi ve yüzey rengi olarak tanımlanmaktadır. Işık renkleri, magenta, cyan ve sarıdır. Yüzey renkleri ise sarı, kırmızı, mavinin ve onların karışımı mor, yeşil ve turuncunun ve onların karışımları olan pastel renklerin oluşturduklarını bilmekteyiz.

Renklerin birer anlamı veya nitelediği bir duygu veya ruh halini yansıtmaya gibi bir görevi varsa renklerin birer anlatım gücü olduğunu ve soyut olanı somut hale getirme ve simgesel olarak anlatma da konuştuklarını söyleyebiliriz.

2.2.2. Görsel İletişimde Biçim Öğeleri

Biçim veya form İngilizcede birbirinden farklı ve kesin olarak ayırt edilebilen birçok anlam taşımaktadır. Latince'den "Forma" sözcüğünden türetilmiştir. Bu nedenle Yunanca'daki,

- 1) Fikir, okunabilir strüktür, doğal oluşum türleri;
- 2) Akıllı şekil anlamlarına gelir.

Biçim bir diğer yönden a) kavramın işaret ettiği farklı anlamlar, b) kavramın doğal ve kültürel türleri bakımından ayrı ayrı ele alınabilir. Fakat toplumlardaki form anlayışı ilginç değişimler oluştursa da biz batı kültürlerinde kullanıldığı haliyle kavramı ve kullanılmak istenen anlamı kavrayabiliriz.

Bir biçim, nitelik ve ilişkilerine göre farklılaşabilmektedir. Biçimin kültürel ilişkileri, biçimin sembolik nitelikleri gibi özellikler bu farklılaşmalardan bir kaçını olarak sayılmaktadır.

Biçimin var oluşu ve etken durumu çevresiyle oluşturduğu uyum ve zıtlığa bağlı olarak etkinlik kazanmaktadır. Çevresiyle yalnız renksel farklılaşma içinde ise (koyu-açık farklılığı oluşturmuyorsa) çevresi ile bir tür duygusal ilişki kurduğu görülmektedir.

Görsel iletişimde biçim kavramına karşılık gelen öğeler nokta, yay, doğru, daire, yüzey, açı, geometrik öğeler, boyutlu objeler vb. olarak tanımlanmaktadır. Biçimler bilinen geometrik biçimler dışında belirli oluşumlar sonucu da meydana gelmektedirler. Kısaca biçimlerin nitelikleride farklılıklar göstermektedir.

Görsel iletişimde biçimin ne denli önem kazandığı görülmektedir. İletişimin iyi olması yani mesajın alıcıya iletilmesini sağlaması için biçimlerin en dinamik oldukları halleri; çevrelerinde kendileri ile aynı biçimsel tür özelliğe sahip olan diğer biçimlerle bir arada iken, onlarla renksel ve koyu-açık zıtlıklar oluşturması ile meydana gelmektedir.

Görsel iletişimde biçim kavramına karşılık gelen ögeler nokta, yay, doğru, daire, yüzey, açı, geometrik ögeler, üç boyutlu objeler vb. olarak tanımlanmaktadır.

2.3. Görsel İletişim ve Algılama

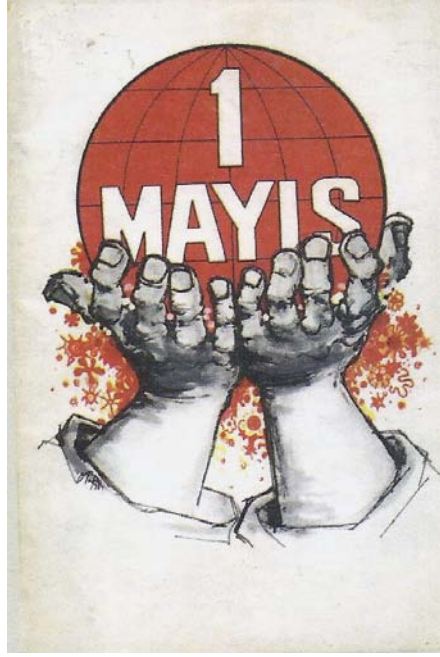
Doğal döngü içerisinde insanlar çevresinde var olan herşeyle bir iletişim içinde olmaktadır. Bu iletişimi sağlarken duyu organlarımıza düşen görev yadsınamayacak kadar büyük olmaktadır. Bu duyularla algılanan dünyayı kavramak ve anlamak ise sonrasında gerçekleşmektedir.

İletişimde algılamanın başlangıcı dikkattir. Her an duyu organlarına yüzlerce uyarı gelir ama bunlardan pekazı algılanır. Algılanan asıl uyarıcıların yanında diğer uyarıcılar etkisiz kalır. Dikkatin bir varlığa ya da bir olaya çevrilerek yalnız buna ait uyarıcıların algılanmasına iç uyarıcılar ve çevreden gelen etkiler neden olur. İç uyarıcılar, gereksinme, ilgi, merak ve duygu gibi insanın iç yapısından gelen uyarıcılardır. Çevreden gelen etkiler ise uyarıcının şiddeti, uyarıcının biçimi, aşırı zıtlıklar, tekrarlar, devinen uyarıcılar ve yeniliklerdir. (Başaran, 1991: 36-37).

Algılama geçmiş yaşanmışlıkların ve birikimin yanı sıra gelişimle de beslenmektedir. Görsel algılama insandan insana değiştiği gibi toplumlar arasında da farklılaşmaktadır. Biçim ve rengin algılanması kişiler arası farklılaşma gösterirken, buna kültürel kimlikleri ve içinde yaşadıkları toplumsal farklılaşmalar, politik etkenlerde etki etmektedir.

İnsan algılaması veya görsel algı sadece biçim ve renksel pigmentlerin algısı değildir, biçim ve renklerin bütünsel algılanışı olmaktadır. Tüm bu saydıklarımızdan dolayı insan algısı simgesel temellidir, denilebilir.

Görsel algılama aslında bir bilgi alma yöntemidir. Algı çevreden alınan bilgilerin işlenmesi ve aktarılmasıdır. Bir başka deyimle duyularla edinilen bilginin zihinsel dışavurumudur.



Resim 5 : Orhan Taylan tarafından 1 Mayıs 1976 için yapılmıştır.

Görsel algı bağlamında, Orhan Taylan tarafından 1 Mayıs 1976'da tasarlanan afiş çalışması iyi bir örnek olmaktadır. Yapıldığı tarihten günümüze kadar hep aynı algıyı yani 1 Mayıs İşçi ve Emekçi Bayramı'nı sembolize etmiştir ve kullanımında devam edilmektedir. Buda görsel iletişimde biçimin ne denli önem kazandığını göstermektedir. İyi iletişim kurmuş olması yani mesajın alıcıya iletilmesini sağlaması kullanılan bu biçimin dinamik olduğunu ve kullanılan diğer biçimlerle bir arada iken, onlarla renksel ve koyu-açık zıtlasmalar oluşturduğunu ve bu biçimin sembolik özellikler taşıdığını göstermektedir.

Dünyayı kavrayan insan elleri ile insan emeğinin önemi vurgulanmıştır. Emeğin dünyayı var eden güç olduğu vurgusunun yanında emeğin yönettiği bir dünyanın iyilik, güzellik, barış içinde olacağı ellerden dökülen çiçeklerle sembolize edilmiştir. Ellerin büyüklüğü, bileklerin kalınlığı, parmakların iriliği emekçilerin gücünü, ayrıca insan gücü ve emeği ile bütün dünyanın bir arada tutulabileceği ifade edilmiştir. Dünya biçimi ile evrensel bakış açısı vurgulanmıştır. Kırmızı dikkat çekici ve algılanabilirliği yüksek bir renk olduğu için kullanılmıştır.

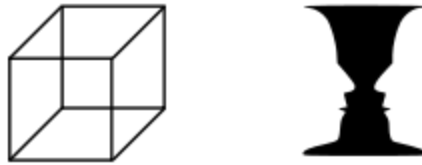
Afişin teması 1 Mayıs İşçi ve Emekçilerin Bayramı olduğu için '1 Mayıs' kelimesi seçilmiştir. Okunaklı olması açısından büyük harfler tercih edilmiştir. Görsel iletişimi güçlü bir çalışmadır.

Görsel algılama bilgi alma yöntemiye, bu çalışmayı bu şekliyle okumaya çalışmak doğru olacaktır.

Algılama işleminde görme ve işitme önemli rol oynamaktadır. Göz çevredeki nesnelerin biçimlerini renklerini görmemizi sağlamaktadır. Tam da bu noktada Gestalt psikolojisine değinmeden geçmemek gerekmektedir. Almanca bir sözcük olan Gestalt, "biçim, durum, figür, sima,şekil, form, bütün" gibi anlamlara karşılık gelmektedir. (Yıldırım, 2011: 528).

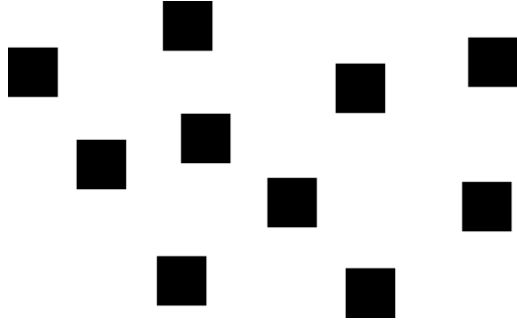
Algı bir tür örgütlenmedir ve Gestaltçılar algı konusunu açıklarken belli ilke ve yasalardan söz etmişlerdir. Algısal örgütlenmenin çalışma şeklini belirleyen yasalar şunlardır,

1.)Şekil-Zemin İlişkisi: "Algıda seçicilik" kuramına göre, dikkatin yoğunlaştığı obje şekil, diğer yüzeyler zemindir. Şekil ve zemin mutlak kavramlar değildir, dikkatin yoğunlaştığı noktaya göre şekil ve zemin değişir.



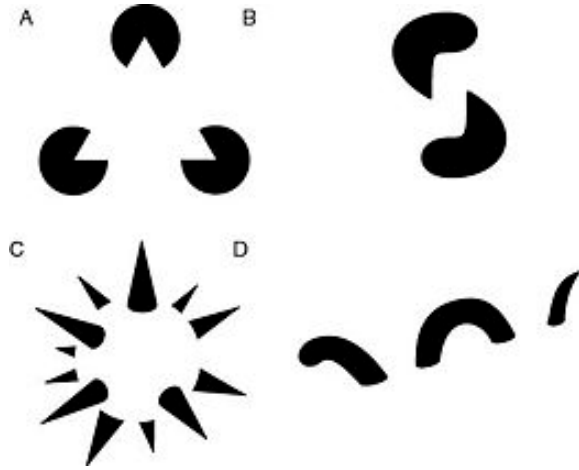
Resim 6: Necker Kübü ve Rubin Vazosu, şekil zemin ilişkisine iyi bir örnektir

2) Yakınlık İlkesi : Duyusal anlamda birbirlerine yakın olan uyarıcılar (vurmali bir çalgıdan gelen ses, bitişik noktalar) bir küme olarak algılanır. Buradaki yakınlık daha çok "zaman ve mekan" anlamındadır.



Resim 7: Yakınlık İlkesine Örnek.

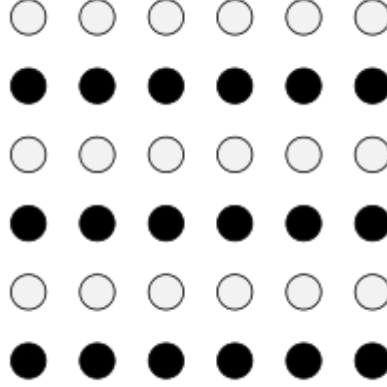
3) Tamamlama İlkesi : Duyusal anlamda eksik girdi içeren uyarıcılar (yarım bir fotoğraf, bozuk bir plakta çalan şarkı) tam olarak algılanır. Bu nedenle bir resimdeki kişiyi tanımamız için, resmin yarısını görmemiz de yeterli olmaktadır.



Resim 8: Tamamlama İlkesi

"Tamamlama"; Yukarıdaki şekiller tam değildir, fakat biz onları tamamlanmış olarak algılamaktayız.

4) Benzerlik İlkesi : Bazı duyuşsal özellikler yönünden (şekil, renk, doku v.b) benzer olan cisimler bir küme olarak algılanırlar.



Resim 9: Benzerlik İlkesine Örnek.

"Benzerlik"; Koyu ve açık renkli noktalar farklı gruplar olarak algılanmaktadır.

5) Süreklilik İlkesi : Belirli bir yönde ilerleyen uyarıcılar bir bütün olarak algılanır.



Resim 10: Süreklilik İlkesine örnek

6) Basitlik Yasası: Organizma, karmaşık, zor olaylar yerine daha basit ve düzenli olanı algılama eğilimindedir. Basit, düzenli bir şekilde organize edilmiş şekiller karmaşık olanlardan daha kolay algılanır.

III. BÖLÜM

3. BİR TASARIM ELEMANI VE SEMBOLİK BİR ÖGE OLARAK RENGİN GÖRSEL YAŞANTI İÇİNDEKİ YERİ

Işığın cisimlere çarptıktan sonra gözümüzde bıraktığı etkiye renk denir. Renk, çağlar boyu yaşamı anlamlı ve anlaşılır kılan ipuçları içermektedir ve simgesel iletişimi oluşturmaktadır. İnsanlara gördüklerinden çok, verdiği anlamla ilgili gerçek olanı ve ortak bilgi paylaşımlarını gösteren renk, bir bakıma toplumsal iletişim sürecini devam ettirme biçimi olarak kullanılmakta, toplumsal yaşamın her alanında etkin rol oynamaktadır. İletişimin doğal bir ögesi olarak renk insanlar için farklı bir dil biçimine dönüşmektedir. Yazılı herhangi bir bilginin olmaması durumunda dahi renkler kullanılarak iletilmek istenen uyarıcı, bilgilendirici ya da yönlendirici mesajlar ile insanlar anlaşabilmekte ve kalıcı bir bilinçaltı etkisi ortaya çıkarabilmektedir. (Özer , 2012: 269)

Çok eski çağlardan itibaren simgesel olarak kullanılan renklerin ilk örneklerine Lascaux ve Altimara'daki taşdevrinden kalma küçük mağaraların duvarlarında bulunan renkli hayvan figürlerinde rastlanmıştır. Mağara duvarlarına resmedilen renkli imgeler ilkel dönemin basit iletişim biçimini oluşturmaktadır. Eski insanlar renkleri, büyüsel, tapınma sırasında görsel etkileycilik, düşmanlarından gizlenebilmek ya da korkutucu görünebilmek, beğenilme ve güzelleşme içgüdüüne cevap verebilmek amacıyla kullanmışlardır. (Ustaoğlu, 2007: 28).

Renkler işaret olarak kullanıldıkları gibi bir nesneye sembolize edebilmektedirler.

Renk toplumsal, kültürel ve politik iletişimi ve bilgi aktarımını sağladığı için Sendikalar, demokratik kitle örgütleri, vb. kurum ve kuruluşlar, bayrak, amblemlerinde ve kullandıkları diğer görsel iletişim araçlarında rengin sembolik anlamlarını önemsemiş ve kullanmışlardır. Bu saydığımız kurum ve kuruluşların veya ülkelerin kullanmış oldukları renkler geçmişlerinden süre gelen duruşlarının, fikirlerinin birer tanımlayıcısı ve anlatıcısı olmuşlardır. Renk kullanılmış oldukları dönemlerin kültürel, sosyal ve politik süreçlerin iletilerini taşımaya aracılık etmiş,

kullanım amaçlarına göre toplumların kitlelerin yaşam ve fikirleri üzerinde etkili ve yönlendirici bir rol üstlenmişlerdir.

3.1. Farklı Kültürlerde Rengin İletişimsel Yönü

Her kültürün iletişim aracı olarak farklı anlamlarda ele alınabilen renkler, ortak paylaşımların ve toplumsal birikimlerin sonucunda kültüre dâhil edilmiş anlam kazanımlarıdır. Renkler toplumlara, dönemlere ve uygarlıklara göre değişik biçimlerde ortaya çıkan ve değişik biçimlerde tanımlanan kültürel bir olgu olabilmektedir. Renklerin kültürlere göre farklı algılanış biçimleri bu şekilde özetlenebilmektedir. (Sable ve Akçay, 2010: 953) (Özer , 2012: 274)

Beyaz, saflık ve temizliğin sembolüdür. Olumlu ve kabul edici bir tavrı vardır. Savaşta beyaz bayrak, teslimiyeti, barışı simgeler. Saflık çağrışımı nedeniyle Batı'da gelinlikler genelde beyazdır. Oysa beyaz, Asya'daki bazı toplumlarda matem ve yas rengidir. Renklerin ses karşılıkları üzerinde fikir yürütürsek, belki beyaz en huzur verici, nötr, sakin ve sessiz bir tona sahiptir. Bu yapısı sayesinde beyaz Doğu'da bir yas ve geri dönüş rengi olarak kabul edilmektedir. (Uçar,2004: 48)

Beyaz İslam geleneğinde ışığın, parlaklığın, Hıristiyan sanatında inancın; kara Afrika inançlarında ise ölümün simgesi kabul edilmektedir. Batı kültüründe bir kadının beyaz giymesi saflığı temsil ederken, Çin ve Japonya'da ölümü, hastalığı ve cenazeyi, Avusturalya, Yeni Zelanda ve ABD'de mutluluk ve saflığı temsil etmektedir. (Topçu, 2001:132; Finlay, 2002: 109).

Mavi, huzurlu, gizemli ve derinlik etkisine sahiptir. Mavi gökyüzünün ve denizlerin somut rengi, özgürlük ve sonsuzluğun da temel soyut algısıdır. Doğu Asya ve İsveç'te soğuk ve kötü, İran'da ölüm, Hindistan'da saflık, Hollanda'da sıcaklık olarak algılanmaktadır. Ayrıca mavi, Belçika ve Hollanda'da kadınlık, İsveç ve ABD'de erkekliği göstermektedir.

Doğu'da Mısır, İran, Hindistan, Arap Yarımadası ve Anadolu'da kötülükleri uzaklaştıran bir renk olduğuna inanılır. Hıristiyanlıkta mavi umut ve dindarlığın

rengidir. İbraniler için mavi tanrısal bir renktir. Mavi, Çin kültüründe cennetin ve ölümsüzlüğün gücünü sembolize eder. (Uçar, 2004: 54-55)

Mavi rengin görsel etkileri dışında insanı etkileyen psikolojik tarafı da bulunmaktadır. İnsanlarda temizlik, dinginlik, rahatlık hislerini uyandırmakta uçsuz bucaksızlığı, enginliği tanımlamaktadır. Sessizlik ve rahatlık telkin etmesiyle dinlendirici bir renk olmaktadır.

Türkler içinde bu rengin önemi büyüktür. Türk mavisi olarak bilinen Turkuvaz mavisi Türk sanatında ve geleneksel motiflerinde çok sık karşımıza çıkmaktadır.

Mavi gerçeğin hayale dönüştüğü sonsuz bir yolun rengidir. Derin duyguları ve romantik yaşamı ifade eder. Doğru düşünme, olumlu karar verme ve yaratıcılığın gelişmesi gibi özelliklerde mavi rengin içinde bulunmaktadır. Tüm diğer renkler birer kişilik olarak değerlendirilirse, onları derleyen toplayan, birleştiren, bütünleştiren, dengeyi ve durumdan hoşnut olmayı sağlayan, mutluluğu ve hüznü insanlara veren bir renktir.(Coşkuner, 1995: 54).

Görüldüğü gibi renk algısı toplumlararası farklılaşmalar göstermektedir. Her toplum kendi kültürü içinde rengi kullanmaktadır ve sembolize etmektedir.

Yeşil sözcüğü Türkçedir. "Taze, diri" anlamındaki "yaş"tan (yaş meyve ve sebzelerin rengi) önce yeşil sonra yeşil olarak bugüne ulaşmıştır. Yeşil doğallık ve tazeliği güven duygusunu işaret etmektedir.

Yeşil, mavi ve sarının bileşiminden oluşmaktadır ve her iki rengin özelliklerinin ahenkli bir birlikteliğini bünyesinde barındırmaktadır. Mavide olduğu gibi huzur verici ve dinlendirici bir etkiye sahipken, sarının canlılığını taşımaktadır. Mavisi fazla bir yeşil soğuk bir etkiye sahipken, içindeki sarı değeri fazla bir yeşil canlı, sıcak bir görünüm kazanmaktadır. Anadolu halı ve kilim motiflerinde yeşil cenneti kırmızı zenginliği, mutluluk ve sevinci, sarı kötülüklerden arınmayı siyah ise dünyevi sıkıntılardan arınmak anlamına gelecek şekilde sembolleştirilerek kullanılmıştır. Yeşil; baharın, canlılığın olumlu dinginliğin ve huzurun rengidir.

İslamiyet'te kutsal bir renk olan yeşil, Hristiyanlık'ta "Baba, Oğul ve Kutsal Ruh" üçlemesini ifade eder. Uluslararası sembolik yapı içinde yeşil kırmızının karşıtı olumlu bir sembolizmaya sahiptir.(Uçar, 2004: 56).

Yeşil, Malezya'da hastalık ve tehlike, Belçika'da kıskançlık, Japonya'da mutluluk, sevgi, güven ve samimiyeti temsil etmektedir. Toplumsal anlamda yeşil renk sağlam, dayanıklı, sabit, değişmez, istikrarlı olarak anlam bulmaktadır.

Kırmızı, renklerin anlamlarına değinildiğinde, kırmızının birçok yan anlamı barındırdığını görmekteyiz. Tarih boyunca birçok kültürde karşımıza çıkan kırmızı rengin kültürel değeri oldukça eskilere dayanmaktadır.

Kırmızının simgeselliği daha çok kan ve ateşle ilintilendirilmektedir. Erk'in ve kurtuluşun bağımsızlığın rengi olduğu gibi şiddetin ve öfkeninde simgesi olmaktadır. Kırmızı renk için hem olumlu hem de olumsuz tanımlamalar yapılabilmektedir.

Kırmızı aktif, enerjik ve dinamik yapısı sayesinde tutkunun, ateşin, aşkın, kanın hayatın rengidir. Hindistan'da gelinler kırmızı giyer. Çin'de şans ve üretkenlik ifadesi taşır. Kırmızı bayrak, başkaldırı ve devrim rengidir. Rus, Çin ve Fransız devrimi sırasında hep ön saflarda kırmızı bayraklar taşınmıştır.(Uçar, 2004: 51)

Nijerya ve Almanya'da şanssız anlamında, Çin, Danimarka ve Arjantin'de şans anlamına gelmektedir. Çin, Kore ve Japonya'da aşk, Hindistan'da arzu ve hırsı yansıtmaktadır.

Kırmızı renk dikkat çekicidir ve görünürlüğü fark edilebilirliği yüksektir, bu nedenle propaganda araçlarından biri olan afiş tasarımlarında da sıkça kullanılmaktadır. Sıcak bir renk olan kırmızı teşvik edicidir ve bu renkte olan nesnelere daha büyük ve yakın algılanmaktadır.

Kırmızı rengin ne kadar güçlü olduğunu görmekteyiz ve bu güçlü renge toplumdan topluma farklı yorumlandığını, farklı anlamları çağrıştırdığına tanıklık etmekteyiz.

Sarı, denildiğinde akla gelen ilk şey güneş olmaktadır. Sarı renk parlaklığı nedeniyle hem mutluluğun hem de zenginliğin rengi olmuştur. Çin'de saltanatı ve imparatorluğu simgeler, hükümdarlarının aynı güneş gibi evrenin merkezinde olduğuna inanmaktadırlar. Sarı renk grafik çözümlerinde de neşeli ve keyifli bir etki elde etmek için kullanılmaktadır.

ABD'de sıcaklık ancak Fransa'da sadakatsizliği temsil etmektedir. Rusya'da kıskançlıkla ilişkilirken, Çin'de keyifli, mutlu, lezzet ve hükümdarlıkla ilişkilidir. Brezilya'da mor ve sarı üzüntü ve umutsuzluk sembolü olarak algılanmaktadır.

Sarı her ne kadar mutluluğun rengi olarak bilinse de, sonbaharla birlikte hüznü de taşımaktadır. Parlaklığın simgesi olarak tanımlayabileceğimiz bu renk ışıktandırılmış gibi bir algı yaratmaktadır.

Eski Mısır'da sarı gözden düşme, kıskançlık ve utancı simgelerken, Çin'de saltanatı ve sarayı simgeler. İkel toplumlarda sarı renk sonsuza dek yaşamı simgeliyordu.(Uçar, 2004: 52)

Siyah, batı kültürlerinde siyah ölümü, matem sembolize eder, aynı zamanda aristokrasinin ve resmiyetin rengidir. Buna karşın Çin'de kışın ve kuzeyin sembolüdür. Siyah tüm renkleri soğuran bir fiziksel yapıya sahiptir; gizli, gizemli, dışa kapalı bilinmeyen bir yapıyı imler. Buna karşın Eski Mısır ve Kuzey Afrika ülkelerinde siyah, verimli toprağın ve yağmurla şişmiş bulutların rengine benzediği için bereketin simgesel bir rengiydi. Siyah tüm renkler gibi farklı yer ve coğrafyalarda farklı anlar ve sembolik açılımlara erişebilir. Hristiyanlıkta olduğu gibi Müslümanlıkta da siyah fanilik, son ve sonluluk gibi sembolik açılımlarla yüklüdür. Hiç kuşku yok ki en koyu renktir. Beyazda olduğu gibi siyah da tonlama değerine sahip değildir; açığı koyusu olmaz.(Uçar, 2004: 52).

Yüzey üzerinde siyah rengin büyük parçalar olarak kullanılması endişe ve korku hissi doğurmaktadır. Siyah birçok kültürde matem imlediği için, bu renkte sonsuz bir derinlik ve sessizlik hissi bulunmaktadır. Öte yandan siyah renk ağırbaşlılık ve ciddiyet gibi yan anlamlarda kazanmaktadır.

Genel olarak konuşmak gerekirse siyah, Hint, Japon ve Çin sembolizmasında zamanın başlangıcındaki kaosun ve şekilsizliğin evrensel maddenin, özün (prakrit) rengidir. Siyah aynı zamanda melankoli, umutsuzluk, yasadışı ve düş kırıklığının da rengidir. Siyah baskı teknolojisinde koyu değerleri ve tonu belirleyen anahtar renktir. (Uçar, 2004: 49-50)

Baskı teknolojisinde anahtar renk olsada genel olarak baktığımızda birçok kültürde matemi vurgulayan bir simgeye dönüşmektedir.

Mor, Çin ve Güney Kore’de sevginin rengidir. Meksika’da öfke ve kıskançlık, Japonya’da günah ve korkuyu temsil etmektedir. Mor, Çin’de pahalı olarak da kabul edilmektedir.

Renklerde algılama ve yorumlamanın döneme ve kültüre göre değiştiği ve farklı anlamlar kazanabildiği görülmektedir. Dolayısıyla renklere yüklenen anlamların sürekliliğinden ve evrenselliğinden bahsedilebilmesi zorlaşmaktadır.

Toplumlar arasında farklı anlamlar içeren renkler toplumsal değerler biçiminde yaşamın bir belirleyicisi olarak kullanılmaktadır. Toplumun gelenek ve göreneklerine göre yıllardır süregelen âdetler ile renkler farklı biçimlerde anlamlandırılmaktadır.

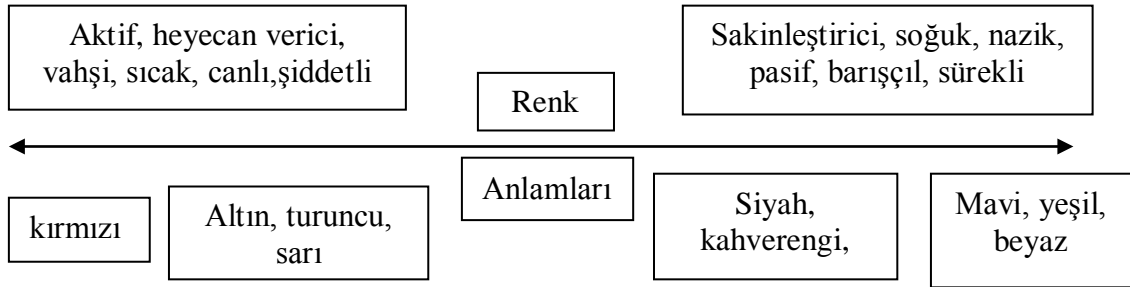
3.2. Rengin Psikolojik Bağlamda İletişimsel Yönü

Sıcak renkler, soğuk renk grubundaki renklere oranla daha çabuk fark edilmektedirler. Bu nedenle, özellikle dikkat çekmesi istenen durumlarda sıcak renkler ağırlıklı kullanılmaktadır. Canlı, parlak renklerin coşku ve heyecan, mat renklerin durağan ve ağırbaşlı bir duygu izlenimi verdiği ve duyguların yönetiminde etkili olduğu bilinmektedir. İnsanlar çoğunlukla farkında olmasalar dahi içinde buldukları ruhsal durumu, iç dünyalarını renk tercihleriyle ya da kullandıkları renk ifadeleriyle yansıtmaktadırlar.

Rengin psikolojik etkileri, insanın ruhsal durumu ve renklerle arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar sonucunda renklerin beyinde bazı merkezleri uyardığı ve bunun sonucunda bazı salgıların fazla salgılandığı ortaya koyulmaktadır. Örneğin,

kırmızı rengin adrenalin salgısını harekete geçirdiği ve hareketi, saldırganlığı, heyecanı belirtmektedir. (Sözen, 2003: 57).

Rengin insan psikolojisini etkileyen anlam ilişkilerinin görüldüğü çizelge aşağıda gösterilmektedir. (De Bortoli ve Maroto, 2001: s.10).



Resim 11: Renk Anlam Çizelgesi

Renkler, sarı, kırmızı, turuncu gibi sıcak renkler ve mavi, yeşil, mor gibi soğuk renkler olarak ikiye ayrılmaktadır. Sıcak renklerin insanı harekete geçirdiği, enerji verdiği, dinamizmi artırdığı, soğuk renklerin ise insanda sakinlik, güven, rahatlık, uyuşukluk gibi duyguları oluşturduğu görülmektedir. İnsanın basit eylemlerini yönlendirici işlevi bulunan renklerin psikolojik etkileri göz önünde bulundurularak sosyal yaşamın biçimlendirici bir unsuru olarak kullanılmaktadır. Tehlike ve yasakların belirtilmesinde kırmızı; dikkat, uyarı amaçlı olarak ise sarı renk kullanılmaktadır. Turuncunun dışa dönüklük, girişimcilik, sosyallik sağladığı, sarının şeffaflık, hafiflik, serbestlik duygusu uyandırdığı, sıcak renkli cisim ve mekânların daha yakında ve büyük göründükleri belirtilmektedir. Soğuk renkler ise daha çok düzeni ve rahatlık duygusunu çağrıştıran mavi ve yeşil renk olmaktadır. (aktüelpsikoloji.com).

Rengin insan psikolojisi üzerindeki etkilerinin bilinmesi birçok alanda bu etkilerin göz önünde bulundurularak kullanılmasına neden olmaktadır. Bu psikolojik

etkileme gücüne sahip olan renk, insanları yönlendirici bir kuvvet olarak işlevini sürdürmekte, toplumun düzenini oluşturan bir araç olarak kullanılmaktadır.

Günlük yaşamda çoğu insan yazılı bir bilgi bulunmamasına rağmen renklerle oluşturulan birçok sembolün ne anlam içerdiğini bilebilmektedir. Sosyal yaşamın bir düzenleyicisi olarak da kullanılabilen renk, insanlara kullanıldığı yer ile ilgili fikir vermek, tanınmasını sağlamak, renklerin taşıdığı anlamlara sahip olarak kimlik oluşturmak gibi amaçlarla kullanıldığı görülmektedir.

IV. BÖLÜM

4. SİMGE VE SEMBOLLER

4.1.Tarihsel Açıdan Simge

Simge ve semboller etrafımızda olup biteni anlamlandırmamızda, var olan şeyleri düşüncemiz doğrultusunda kullanmamızda, çevreyle, toplumla iletişim kurmamızda önemli bir yer tutmaktadır. Simgeler bazen birliğe bazense ayrılığa neden olan güçlü görsellerdir. Simgeler bireylerin zihinsel yapılandırılmasına aracılık eden, siyasal bakışaçılarını güçlendiren, siyasal kurumlara olan bağlılığını arttıran ve onları günlük yaşamın tekdüzeliğinden kurtaran ifadelerdir. İşaretler bir şeyi işaret etmektedir fakat semboller işaret etme yerine anlamlandırmaya çalışır yani insanların niteliğine, kültürüne, bilgi birikimine, yaşamışlıklarına ve algılamasına göre biçimlenmektedirler.

“Simge terimi 1380 yılına tarihlenir. Sonrasında da sosyal değiş-tokuş, lisan ve mimik dili gibi soyutlama biçimleri taahhüt, mukavele, antlaşma, vaat, kontrat, barış gibi bazı mühürle yapılan temsil etme vb. işlevlerinde nesnelere yerlerini aldılar. Bunlara bir örnek de el sıkışmanın anlaşma anlamına gelmesidir.(Halil, 2009: 8).

Tüm bunların yanısıra söylem, dil, tören, mit vb. ise diğer iletişim ve anlatma araçlarıdır ve siyasal gücün oluşturulmasına hizmet etmektedirler.

Simgeler, yüzyıllar boyunca varlığını sürdürmüş ve insanlara toplumsal hayatta işaret kaynağı olmuş anlamsal ifadelerdir. Bu yüzden çağlar boyunca insanlar toplumun oluşabilmesi için ortak kabul gören bazı kavramlara, işaretlere ve simgelere gerek duymuşlardır. Yüzyıllarca insanlar kendilerini anlaşılır kılmak, zaman içinde kendini belirlemek, bilgi vermek iletişim kurmak için simgeler kullanmışlardır.

4.2. İletişim Açısından Simge

Sembol (simge) sözcüğünü tanımlamak gerekirse; herhangi bir kavramı ifadeyi anlatan nesne, şekil, işaret, kelime, davranış diyebiliriz.

Simgelerin iletişim olanaklarıyla her alana taşınabilmesi siyasal kültürün sürekliliğini sağlamakta, imgeler anlamlarındaki değişikliğe göre bireyler üzerinde etkinliğini arttırmakta ya da azaltmaktadır.

Sembol görülmeyen bir gerçekliğin görülebilir işaretidir. Semboller bütün olası düşünceler dünyasının özetidir ve bu derece kısa, öz ve net olmaları onlara benzersiz bir nitelik kazandırır. Bu hızlı ve doğrudan iletişim boyutu kimi zaman sembollerini dolaylı ve derin anlamlar içine sürükleyebilir.(Uçar, 2004: 25-26).

Bu özelliği sembollerini sanat, felsefe, din ve siyaset konularıyla bir araya getirmektedir.

Sosyal birimler dünya uzamında sergileyici, söyleyici ve yapıp edici olarak bulunurlar. Sergileyici olma sosyal birimin imge/simge sunucusu olmasıyla bağlantılıdır. Saç renginden tırnak uzunluğuna, otomobil markasından aile soyadına, üretilen ürünün ne'liğinden verilen hizmetlerin niteliğine kadar her tercih ve sunum bir simgedir.(Çelebi, 2007: 39).

İnsanoğlu çoğu zaman da bilinçli bir iletişim kurmak için aldığı iletileri biriktirmeye, düzenlemeye ve yeni bilgiler üretmeye başlamaktadır. Ne de olsa imgeler birçok alanda varlığı hissedilen etkili görsellerdir. İnsanlık tarihi boyunca kültürlerin imgeleri kendi yaşamsal ipuçlarını taşımışlardır. Dönemin önemli olaylarını gösterme görevi hep imgelerde olmuş, imgeler gücün-güzelin ifadesi olmuştur. İmgeler iletişim kurmak amacıyla oluşturulmaktadır ve evrensel düzeyde ortak bir dil olarak kullanılmaktadır.

Siyasette de yeni düzenlemelerin halka sunulmasında o işe uygun olabilecek, akılda kalabilecek ve izleyiciler tarafından devam ettirilebilecek türlü görselliklere gerek duyulmaktadır. Bu görselliklerin ifade edilmesinde ve anlamlandırılmasında, kuşaklara aktarılmasında insanlar aktif olarak rol üstlenmektedirler.



Resim 12:Türkiye Sosyalist İşçi Partisi Amblemi.

Her hangi bir kavramı ifadeyi anlatan şekil diyerek tanımladığımız semboller iletişim kurma açısında oldukça önemlidirler. Bir topluluğun veya siyasi bir oluşumun kendini ifade etmesinin en kısa ve öz şekli kendilerine birer sembol yaratmalarıdır. Türkiye Sosyalist İşçi Partisi’de kurulma aşamasında bir amblem arayışına girmiştir. Ferit Erkman tarafından işçileri sembolize eden yumruk, anahtar ve başaktan oluşan parti amblemi tasarımı gerçekleştirilmiştir. Bu tasarımda kullanılan başak ve anahtarın bir el içinde sıkılmış olduğunu görmekteyiz . Başak tarımı, köylüleri temsil etmekte, anahtar ise fabrika v.b. yerlerde çalışan işçileri temsil etmektedir. Fakat bu sembolde ki eli bir yumruk değilde bu saydığımız her iki tarafıda kucaklayan, birlik ve beraberliğe çağrıda bulunan bir sembol olarak yorumlamak yerinde olacaktır. İletişimsel olarak gördüğümüzde bize Türkiye Sosyalist İşçi Partisi’ni çağrıştırmaktadır. Bu sembol hitap ettiği topluluk üzerinde etki etmekte ve onları aynı çatı altında bir araya getirmektedir. Ortak bir, iletişim dili yaratmaktadır.

4.3. Anlamsal Açıdan Simge-Sembol

Bir gayeyi, bir fikri, grubu, düşünceyi ifade eden ve ortak bir anlamı olan iletişim ögesine sembol denir. Bu iletişim ögesi harf, kelime, hayvan, bitki ve şekil olabilmektedir.

İnsan akli sayesinde taleplerini, ihtiyaçlarını karşılayabilmekte, uygarlıklar kurabilmekte, doğum-ölüm gibi kendi varoluş çabasını sürdürebilmektedir. Simgeler ise bütün bu sürece tanıklık etmekte ve kültür taşıyıcısı olmakta, insanlar arasında uzlaşmayı ve iletişimi sağlayan göstergeler olmaktadır. Bu nedenle birey aklını sosyal ve kültürel birikimlerin hizmetine sunarken imgelerin yardımına ihtiyaç duymaktadır. Akıl önemli bir faktör olarak imgeleri kavrayabilmemize ve yaratabilmemize yaramaktadır.

Böylelikle imgeler işaretler geliştiren insanlar yaşadıkları dönemi bir sonraki kuşağa aktarabilmişlerdir ve onlarında kaldıkları yerden rahatça devam edebilmelerine imkan tanımışlardır.

Bu nedenle, “Simgecilik ilkesi, evrenselliği, geçerliliği ve genel uygulanışıyla özellikle insan dünyasına, insanın kültür dünyasına girişimizi sağlayan büyü bir sözcüktür ‘Açıl susam açıl gibi.’”(Cassirer, 1980: 41).

Imgelerin bu gizli kalan yönü farklı kültürel algılamalardan kaynaklanmaktadır. Kültürün birbirinden farklı simgesel örüntülerden oluşması, bireyin kendini tanımasına, siyasal açıdan vereceği kararlarda da siyasal kimlik edinmesine de yardımcı olmaktadır.

4.4. Siyasal Simge

Simgeler bir kültürün içinde doğmakta, aynı insanlar gibi, belirli bir toplumun, milletin, tarihin değerleriyle şekillenmektedirler. Simgeler insanlara ulaşırken görsellikten yararlanmakta ve insanlar simgeye baktıkları anda zihinsel bir etkinlik yaşamaktadırlar. Örneğin, bayrak herkese göre farklı bir şeyi ifade edebilmekte, kimilerine göre bağımsızlık anlamına gelirken kimilerine göre sömürü anlamına gelmektedir.

Simgeler bize ne anlatmamız gerektiğini söylemez, yalnızca anlam yaratma kapasitesi kazandırır. (Cohen, 1999: 13-14).

Siyasetin toplumsal olarak algılanışında simgelerin rolü iletişim ve sosyalleşme açısından önem taşımaktadır. Bireyler siyasal terimleri öğrenmeye başladıkları zaman bazı siyasal kimlikleri edinebilmekte ve anlamlar dünyasıyla tanışabilmektedirler. Birey siyasallaşma sürecinde siyaset algısını geliştirmektedir.

İnsanlar yaşadığı toplum içinde simgelerle belirli sistemler oluşturmaktadır. Bu sistemler yaşantılarından, düşüncelerinden, inançlarından ve bazı değerlerden kaynaklanmaktadır. Sembolik sistemin ortaklaşa bir zemin üzerine oturtulması belirlenmiş olan davranış ve düşüncelerin belirginleşmesi açısından gerekmektedir. Böylelikle simgeler sosyalleşme süreçlerinin iletişim açısından gerekli olan öğeleridir, çoğu kez sadece görsel bir algı yaratsa da arkasında yatan anlam ve değerlerle daha geniş bir ifade alanına sahiptirler. Simgeler sadece görsel öğeler değildir, arkasında sakladıkları düşüncelerin ürünüdürler.

“Topluluğun simgeleri zihinsel kurgulardır. (Cohen, 1999: 17).

Bir dönemde çok kullanılan bir simgenin başka bir dönemde kullanma oranında bir düşüş gözlemlenebilmektedir. Ya da bir dönemin önemli simgeleri bir süre sonra kullanılmayıp anlam değişikliğine uğrayabilmektedir. Aynı şey daha önce kullanılmayan bir nesnenin simgeleştirilmesi için de söz konusu olmaktadır. Bir süre önce hiçbir siyasal anlam taşımayan bir nesne başka bir gün siyasal simge haline gelebilmektedir. Herhangi bir nesne simge haline gelmeden önce en bilinen anlamı

ile karşımıza çıkmaktadır. Nesneye sonradan yüklenen ikinci anlam gerçek anlamın yanında yer almakta hatta bazen önüne geçmektedir. İnsanlar ikinci anlamı diğer bilgileriyle harmanlayıp en sonunda kendi dünya görüşlerini oluşturmaktadırlar. Bazı nesnelerin bir toplumda farklı diğer toplumlarda farklı bir anlamı olabilmektedir.

Daha önce kendinden başka bir anlam ifade etmeyen bir nesnenin tarihsel bir olaydan sonra simgeye dönüşmesi de söz konusudur. Bu da bize simgelerin isteğe bağlı olarak geliştirilmesinden çok toplumsal olarak yaşanan büyük çaplı değişimler, hareketler kişilerin hayatlarına yer etmekte (siyasal bir nedenden dolayı okuyamamış, ezilmiş, mahkum olmuş, sürgün olmuş, bir yakını kaybetmiş) siyasal olaylar, kavgalar, çatışmalar, çekilmiş acıların, bazen tutsaklıktan kurtulmuş bir halkın, bazense yıkılıp yeniden kurulmuş bir devletin arkasında yatan bir geçmişin, dayanacağı tarihsel bir öykünün olabileceğini göstermektedir. Simgenin önemini koruması toplumla olan ilişkisini korumasına bağlıdır. Örneğin, her ülkenin bayrağı kendi ülkesinin kurtuluş hikâyesini içinde barındırmaktadır. Bu yönüyle toplumsal bağı güçlü olan bir simge halini almaktadır.



Resim 13: Devrimci Yol Dergisi Amblem Tasarımı - Yılmaz Aysan.

Yıldız, güneş ve yumruk her biri tek başına bir simge olmasına ve birer anlamları olmasına karşın bir araya gelerek bir sembol niteliğine bürünerek karşımıza çıkmaktadır. Yani ikinci anlam gerçek anlamın önüne geçerek insanların uzun soluklu siyasal birikimlerinin, yaşanmışlıklarının öyküsünü ve kendi dünya görüşlerini anlatacak semboller haline dönüşmektedir. Bu nedendir ki bir dergi amblemi olarak hayat bulmuştur. Yıldız ve güneş ulaşılmaması zor iki kavram , gökyüzünde, bu yönüyle bu çalışmada da ulaşılmaması öyle kolay olmayan fakat ulaşılmada tıpkı amblemde ki el gibi sarıp sarmalayacağına atıfta bulunulmuştur.



Resim 14 :Orak Çekiç

Bazı simgeler dünya tarafından ortak kabul edilmektedir. Örneğin, “Orak ve çekicinin bir araya gelmesiyle komünizm simgesi doğmuştur. Bu iki simgeden orak çiftçileri; çekiç ise işçi sınıfını simgeler. Sovyetler Birliği’ndeki orak ve çekiç sembolü 1917–18 yıllarında ortaya çıktı ve resmi olarak kullanılmaya 1922 yılında başlandı. 1924’te Sovyetlerin kuruluşunu tamamlaması ile diğer sosyalist cumhuriyetlerin bayraklarına da girdi.”

[http://tr.wikipedia.org/wiki/Orak ve %C3%A7eki%C3%A7](http://tr.wikipedia.org/wiki/Orak_ve_%C3%A7eki%C3%A7))

İşçilerin-çiftçilerin kullandıkları iş malzemelerine göre belirlenen, emeğin simgesi olan, gücünü de çalışanlardan alan bir simge olmaktadır. Başka bir örnek bilinen barış simgesi güvercindir, bu simge bir kampanya sırasında ortaya çıkmakta

ve bu kampanyanın da nükleer silah karşıtı olması barış çağrışımı yapmaktadır. Bu nedendir ki barışın simgesi beyaz güvercin olmuştur.



Resim 15: Türkiye Birlik Partisi Amblemi

Bir diğer örnek; Türkiye Birlik Partisi Alevi kökenli bir grup siyaset adamınca 17 Ekim 1966'da Birlik Partisi (BP) adıyla kurulmuştur. Partinin amblemi Ali'yi simgeleyen bir aslanla, onun çevresinde 12 imamı temsil eden 12 yıldızdan oluşmaktadır. Aslan gücün, kudretin simgesi olmuştur, yıldızlar ise onlar için ulaşılmaz olan ölmüşlerin simgesi olmaktadır ve ali'nin yani aslanın etrafında yerlerini almaktadırlar.

Birlik partisi programında din ve vicdan özgürlüğü vurgulanmış, kamu düzenine, genel ahlaka ve yasalara aykırı olmayan ibadetlerin serbest bırakılması istenilmiştir. Parti 1973'te Türkiye Birlik Partisi adını almıştır.

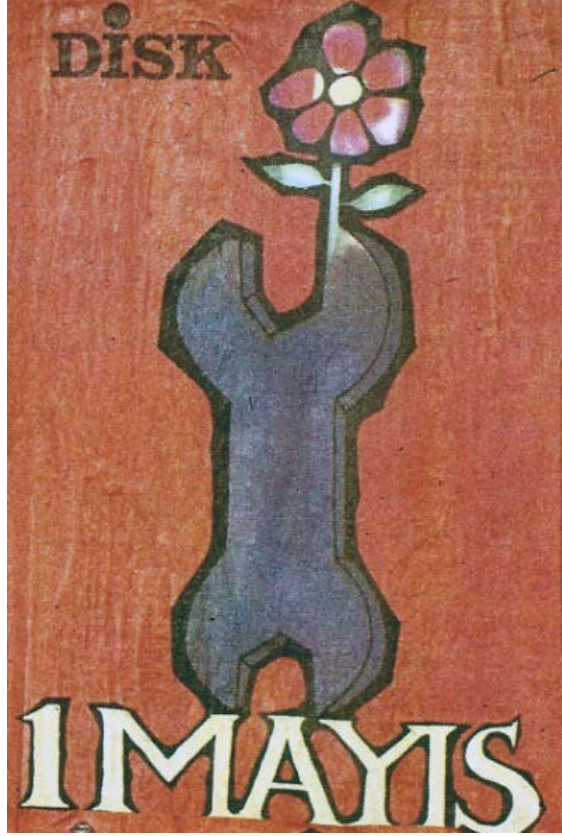
Görüldüğü üzere siyasal simgeler, insanların, toplulukların bilgileriyle düşünceleriyle yoğrulup en sonunda kendi dünya görüşlerini oluşturmaktadır.

4.4.1. Siyasal Simge Algıları

Siyasal simgeler ideolojiler doğrultusunda tanımlanmış ve ideolojileri birbirinden ayırmak, bir anlamda temsil etmek için ortaya konulmuş anlamsal ifadelerdir. Siyasal simgeler günlük hayatta karşımıza birçok yerde çıkmakta ve karşımızdaki nesneye ya da kişiye olan görüşlerimizi kategorize etmektedirler.

Siyasal simgenin çeşitli görüşleri temsil eden anlamlar taşınması ve siyasi kimliğin oluşmasına katkı sağlaması açısından düşünüldüğünde simgeler siyasi duruşu etkilemektedirler. Aynı şekilde siyasi olarak insanın kendini tanımlama biçimi de siyasal simgeleri daha kolay benimsemesine neden olmaktadır.

Siyasal simgeler iletişimi kolaylaştıran nesnelere, siyasal dayanışma ve bağlılık ifadeleri olarak tanımlanmıştır. Simgeler, siyasette insanların birbirlerini tanımlamalarına yardımcı olmakta ve böylece aynı fikir ve düşüncedeki insanların yaklaşmasına neden olmaktadır. Simgeler insanların siyasal davranış kalıplarını geliştirmesine yardımcı olmakta ve sosyal ortamlarda bulunmalarını sağlamaktadırlar.



Resim 16: 1 Mayıs 1978’ de DİSK’in düzenlediği yarışmada ödül alan afiş Emre Senan tasarımı.

Bu çalışmada da karşımıza çıkan temel biçim anahtardır. Anahtar işçi sınıfını temsil eden sembollerdendir. “Çiçek açmış bir anahtarla işçi sınıfının sınıf olarak bağımsızlığını ve çiçeğin yaprakları ile de işçi sınıfının uluslararası birliğini sembolize etmeyi amaçladım”. (Aysan, 2013: 271)

4.4.2. Semboller ve Sloganlar

İnsanlar, bir kültür ortamında ve bu kültüre ait simgelerden oluşan bir alanda yaşamlarını sürdürmektedirler. Sosyal bir varlık olan insanları dil, din, ideoloji gibi simge kümeleri yaşamları boyunca etkilemektedir ve onları içinde buldukları topluma bağlamaktadır. Bayraklar, sloganlar, afişler, marşlar, dil, efsaneler, anıtlar tüm bu simgelerin hayatımızdaki yerini düşünürsek eğer dış dünyaya simgeler evreni demek yanlış olmayacaktır.

Propaganda simge kullanarak çeşitli duygu, özlem, istek, kırgınlık gibi kavramları aktarır. Bu simgelerin gerçeğe uyup uymadığı, doğruluğu ve çevre koşulları irdelenmez. Simgelere her toplum kendi değer yargılarına göre anlam yükler. (Sezer Akarcalı, 2003: 24).

Propaganda da düşünceleri, fikirleri sembolleştirerek iletişim kurulacak kitlenin olayı kafasında daha iyi canlandırmasına yardımcı olur. Propaganda da düşüncenin, fikrin kalıcı olması bir nesne ile bağıntı kurularak yapılmaktadır. 1960-1980 Türkiye'sinde de sloganlardan oldukça yararlanılmıştır. Sloganlar propagandanın merkezini oluşturmuştur. Bir siyasi amacı açıklamak için birkaç kelimedenden oluşan ve akılda kalıcı ifadelerle belirlenen sloganlar çok etkili olmuştur.



Resim 17: Propaganda amaçlı tasarlanan seçim afişleri

Peopaganda amaçlı kullanılan bu seçim afişlerinde görüldüğü gibi her parti veya oluşum kendi görüş ve düşüncesi doğrultusunda hedef kitlesini etrafında toparlayacak, onlarla görsel iletişimini sağlayacak bir sembole sahip olmuştur.

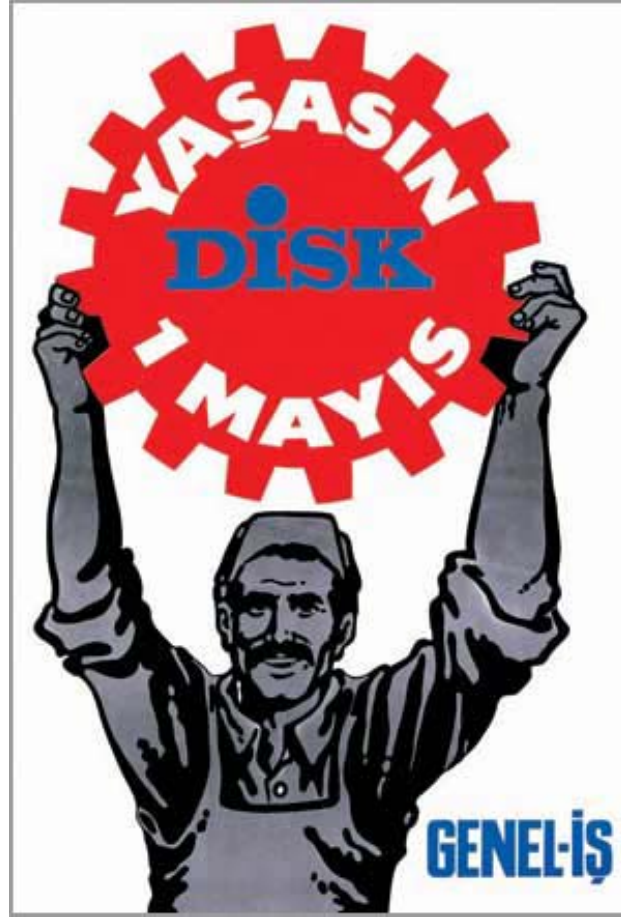


Resim 18: 1978 DİSK / Oleyis Afişi Tasarım: Bilinmiyor Ebat 48x68cm Baskı: Bilinmiyor

1978 DİSK / Oleyis için hazırlanan afişte dünyanın insan elleri ile yani insan emeği ile varolacağı ve güvercin ile özgürlük fikri birleştirilmeye çalışılmıştır. Dünyanın emeğin eseri olduğu ve yapıldığı dönemi düşündüğümüzde barışın emekçilerin eseri olacağı vurgulanmıştır.

Beyaz güvercin ile özgürlük, barış, birliktelik ve temizlik duygusu verilmeye çalışılmıştır. Dünyayı tamamlayan beyaz insan eli ile emeği sembolize eden bu çalışmada, dünya formunda kontrastlığı sağlaması içinde siyah renk kullanılmıştır. İnsanın bir bütün olduğu ve evrensel bir bakış açısının hakim olduğu vurgulanmıştır. Bu renkte sonsuz bir derinlik ve sessizlik hissi vardır. Öte yandan siyah renk ağırbaşlılık ve ciddiyet gibi yan anlamlarda kazanmaktadır.

Afşin teması 1 Mayıs İşçi ve Emekçilerin Bayramı olduğu için 1 MAYIS, DİSK-OLEYİŞ yazısı büyük harflerle afişte yerini almıştır. DİSK ve OLEYİŞ sendikaları 1 Mayıs İşçi ve Emekçilerin Bayramını desteklemiştir. Bu çalışmada da kırmızı renk kullanılmıştır. Canlı ve dikkat çekici olduğu için tercih edilmiştir.



Resim 19: 1976-1980 DİSK / Genel-İş Desen: Bilinmiyor Tasarım: Bilinmiyor Ebat 40,5x57cm

Dişli ile fabrikalara, makinelere ve üretime gönderme yapılmaktadır. Çalışan emekçi kesimin üretim aletleri üzerindeki hakim olma isteği vurgulanmaktadır.

Dişliyi iki eliyle tutan işçi ile fabrikaya hakim olan üretim sürecini ve emeğini şekillendiren insandır düşüncesi verilmektedir. Merkezde kırmızı rengin kullanılmış olması görünürlüğü attırıştır. Tema ile uygun olarak seçilen sözcüklerin

yazımında beyaz ve mavi renkler tercih edilmiştir. Beyaz renk ile temizlik, mavi renk ile özgürlük düşüncesi aktarılmaya çalışılmıştır. Beyaz renk ile sade ve temiz bir görüntü oluşturulmuştur.

Propaganda fikir, söz, yazı, şekil ve sembollerle meydana getirilecek kompozisyonların belli miktar ve oranda oluşturulmasıdır. Bu çalışmalarda da görüldüğü gibi söylenecek sözler kısa öz fakat etkili bir şekilde afiş yüzeyinde kendilerine sembollerle birlikte yer bulmuşlardır.

Bruce Smith ise propagandayı “Simgeler aracılığı ile halkın inanışlarını tutumlarını ya da eylemlerini belli bir yöne kanalize etmek için sürdürülen uğraştır. (Sezer Akarcalı, 2003: 19). şeklinde tanımlamaktadır.

Propagandada sembol önemli bir unsurdur. Basitçe paylaşılabilen ve kolay anlaşılabilen her işaret bir sembol olabilmektedir. Mesela bayraklarda en sevilen renk kırmızıdır. Nazilerin gamalı haçları, Sovyetlerin orak, çekici ve İsrail’in altı köşeli yıldızı artık evrensel bir nitelik kazanmış olan barışın simgesi beyaz güvercin, işçi ve emekçileri temsil eden dişli çark, anahtar, köylüleri temsil eden yaba, başak sembolleri bu konuda ki ilginç örneklerdendir.

Dövizler, sloganlar, yazılar, müzik, marşlar el işaretleri, afişler, duvar yazıları propagandaya derin anlamlar kazandıran diğer semboller arasındadır.

V. BÖLÜM

5. PROPAGANDA KAVRAMI

5.1. Propaganda Tanımı

“Propaganda” sözcüğü etkileme, sindirme ve yanıtlama yöntemlerini içeren olumsuz bir izlenim yaratır.”Propaganda” sözcüğünün olumsuz ve kişinin duygularına hitap eden çağrışımları oldukça yenidir; bunlar XX. Yüzyılın ideolojik mücadeleleri ile yakından ilişkilidir. Sözcüğün inanç, değer ve uygulamaların sistematik bir şekilde yaygınlaştırılması anlamına gelen özgün kullanımı XVII. Yüzyıla, Papa XV. Gregorius’un Protestan reformunun aykırı düşünsel etkilerini yok etmek amacıyla 1622 yılında Vatikan tarafından kurulan Congregatio de Propaganda Fide (Katolik İman Yayma Cemaati) adlı misyoner örgüte verdiği isme dayanmaktadır. XVIII. ve XIX. Yüzyıllarda sözcük birçok Avrupa dilinde politik fikirlerin, dinsel inançların ve hatta ticari reklamcılığın geniş alanlara yayılması anlamına gelen tarafsız bir kavran olarak kullanılmıştır. (Clark, 2004:12).

Propagandanın sözlük anlamı; “Bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca” şeklindedir. (TDKS, 1998: 245).

Propaganda gerek içerik gerek biçim ve gerek uygulama bakımından farklı biçimlerde tanımlanmakta ve yorumlanmaktadır. Fakat propagandanın temel işlevi, insan davranışlarını belirli bir fikir ve düşünce çerçevesinde toplamak ve bu fikirleri istenilen yöne kanalize etmektir.

Başka bir tanıma göre ise propaganda, “Bir topluluğun, düşüncelerini, duygularını, davranışlarını tavır ve hareketlerini etki altında tutmak ve onları değiştirmek amacıyla yayımlanan bilgi, belge, doktrin ve görüşlerdir. (Tarhan, 2003: 36).

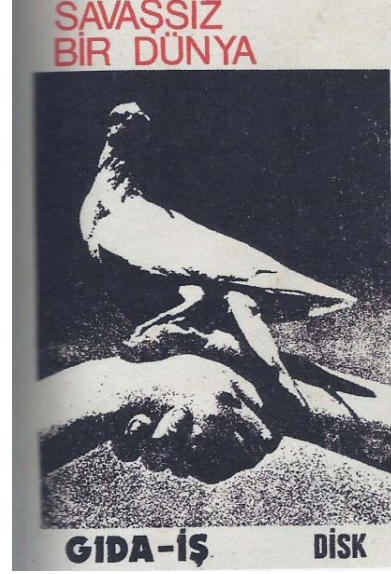
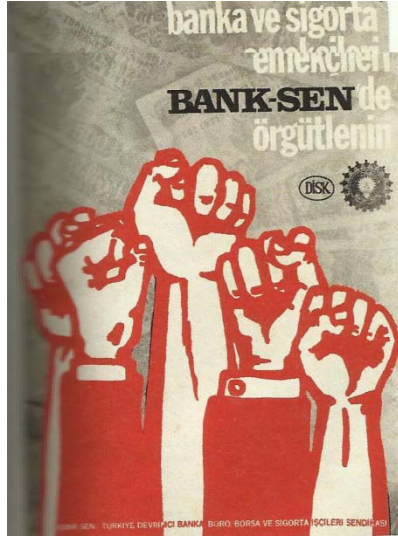
Bununla beraber halkın tutumunu değiştirmek, hareketlerini etki altına almak ve aynı zamanda “savaş sırasında sansür ve yanlış bilgilendirme olarak algılanan

propaganda” tüm bu anlamlarının yol açığı olumsuz bir çağrışımla günümüze kadar gelmiştir. (Clark, 2004: 12).

Bu propaganda tanımları gösteriyor ki iletişimde iletilmek istenilen mesaj, bazı durumlarda alıcının maruz kaldığı bir dayatma durumuna dönüşebilmektedir.

Propaganda insan iletişimiyle başlayan bir süreç olarak kabul edilmektedir. İletişim tanımlarında dikkat edilmesi gereken nokta, iletilmesi istenen bir mesajın varlığıdır. İletilmek istenen mesaj, içinde bir duygu, düşünce ve istek barındırabileceği gibi bir kişi veya iktidar grubunun sahip olduğu bir bilgi, inandığı ve yaymak istediği bir düşünce de olabilmektedir. Öyleyse propagandanın en etkin aracı “iletişim”dir diyebiliriz.





Resim 20: DİSK ve Sendikalar

İletişim kurmak, düşünce ve isteklerini dilegetirmek ve greve çağrıda bulunmak için DİSK'e bağlı bazı sendikaların grev afişleri görülmektedir. Bir mesaj iletme çabasıyla tasarlanmışlardır. Bu mesajın doğru bir şekilde aktarılmasını sağlamak için kullanılan renklere ve anlamlarına da dikkat etmek gerekmektedir. Propagandanın ana unsurlarından olan semboller dikkatli bir şekilde orantılı ve

dengeli kullanılmalıdır. Bu çalışmalara baktığımızda afiş yüzeyinde kırmızı rengin hakimliği ilk olarak göze gelmektedir . Asıl amaçta görünür kılarak ilgiyi toplamak ve mesajı iletmekse kırmızının kullanımı yerinde olmuştur. Kırmızının simgeselliği daha çok kurtuluşun bağımsızlığın rengi olduğu şeklinde tanımlanmaktadır öte taraftan şiddetin ve öfkeninde simgesi olmaktadır.

Demokratik kitle örgütlerinin propaganda amaçlı tasarladıkları bu çalışmalarda ki sembollere baktığımızda, solu temsil eden sağ yumruğu havada ve haykıran bir işçi figürü, diğer çalışmada, özgürlüğü, bağımsızlığı simgeleyen kırılmış zincir ve son çalışmada da yine bir işçi emekçi eli ve anahtar sembolleri görülmektedir. Son çalışmanın arka fon rengi mavi olarak belirlenmiş, mavi gökyüzünün ve denizlerin somut rengi, özgürlük ve sonsuzluğun da temel soyut algısıdır. Mavi renk bir derinlik algısı yarattığı gibi insanlarda dinginlik rahatlık temizlik hislerini de uyandırmaktadır.

Böylelikle propagandanın ayırt edici bir diğer özelliğinin bilinçli tasarlanması ve sistemli bir girişim olması gerektiğidir. Bireylerin dışında, kitleleri hedef aldığı görülmektedir. Her ne amaçla yapılsa yapılsın kitleye yönelik olan ve etkileme odaklı olan bir iletişim şeklidir ve tek yönlüdür.

Propagandada iletişimden çok iletim ön plandadır. Bu iletim akışını sağlayan bütün sembol ve kavramlar bütünüdür propaganda. Yazı ses yani müzik ve resim de bu dilin iletişimin tamamlayıcıları olmuştur ve yazı, görsellik propagandaya yaygınlık kazandırmıştır.

5.2. Propagandada Kullanılan Araçlar

Propagandanın yayılması ve istenilen kitleler üzerinde etki yapabilmesi için bir takım araçların kullanılması gerekmektedir. Kullanılan bu araçlar dönemin ihtiyaçlarına ve teknolojik gelişmelerine paralel olarak değişim göstermektedir.

Propaganda araçları ne kadar gelişirse gelişsin temel noktada yine insan yer almaktadır. İletişim ilkeleri doğrultusunda insanın direkt yapacağı sözlü aktarım her zaman daha güçlü olmaktadır. Bunun yanı sıra propaganda radyo aracılığı ile sesi

sınırlar ötesine taşımıştır, bazen bir afişte bazen bir sanat eserinde bazen beyaz perdede karşımıza çıkmaktadır. Propaganda iletisini iletme için tüm iletişim kanallarını kullanmaktadır.

Kitle iletişimi gelişen teknolojiyle birlikte daha kolaylaşmıştır ve propaganda farklı kitle iletişim araçlarını kullanmaya başlamıştır. Yazılı ve sözlü görsel basın, sinema, afişler, kültür etkinlikleri, mitingler, parti örgütleri, sendikalar, sloganlar, el ilanları, bayraklar, amblemler, parti işaretleri, kitaplar, ve müzik bunlardan birkaçı olarak sayılabilmektedir..

Geçmişten günümüze propagandanın halen kullanmaya devam ettiği en eski kitle iletişim aracının afişler olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Bu bağlamda kitle iletişiminde afişlerin yeri önemlidir. Biri birinden farklı istek ve amaçları olan bir kitleyi aynı istek ve amaç doğrultusunda bir araya getirip, düşüncelerini aynı yol haritasında yönlendirme işini başarıyla yerine getiren bir kitle iletişim aracı olmaktadır.

5.3. Propaganda Afişleri

Seguela'nın dediği gibi, "İletişimde afiş, fotoğraftan daha öte bir şeydir. Bir darbe bir yumruk etkisine sahip olan afiş, bir görüntüyle, bir cümlenin tutkulu buluşmasıdır. "Giraud'a göre de afiş, "Göze tuzak kurmaktır."; farenin kapana girdiği gibi; bir kere baktınız mı sizi yakalamalıdır. (Rızvanoğlu, 2001: 7).

Siyasi propaganda afişlerini "kaynağı siyasi olan propaganda afişleri" ile "hedefi siyasi olan propaganda afişleri" olarak ikiye ayırabiliriz.

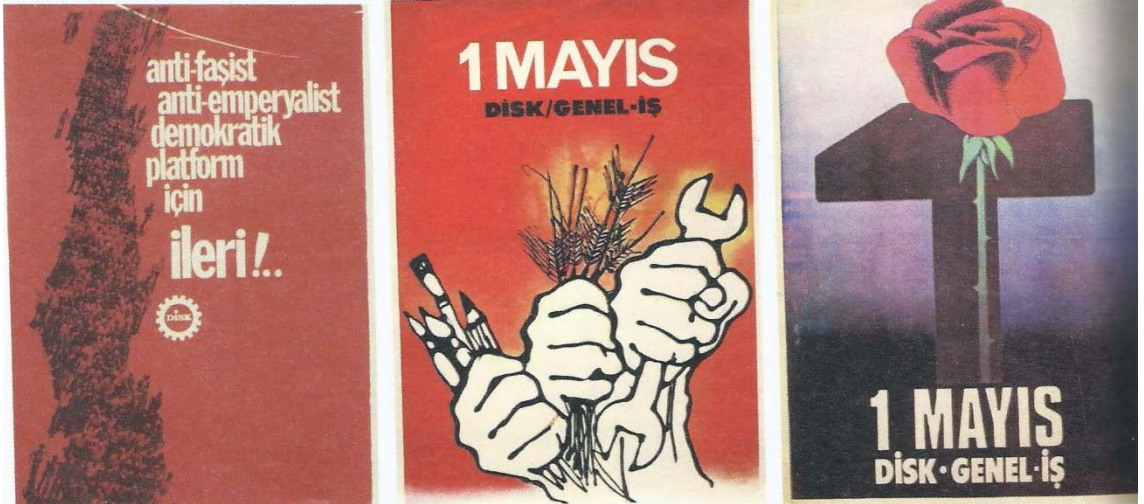
Afiş, savaşa katılan tüm devletlerce, halkın duygu ve sorumluluğunu kötüye kullanarak, orduların kurulması ve insanlık tarihinin en kanlı savaşlarından birinin desteklenmesi için bir propaganda ve görsel etkileme aracı olarak kullanıldı. (Bektaş, 1992:54).

5.3.1. Siyasi Propaganda Afişleri

Siyasal afişler dünyadaki politik, sosyolojik, ekonomik, kültürel patlamalar ve değişimler süreci içerisinde gelişme göstermiştir. Günün şartlarına ve koşullarına göre değişime uğramış ve bugünkü halini almıştır. Siyasal afişlerde toplumun içinde bulunduğu güncel koşullara göre çeşitli konular ele alınmaktadır. En çok ele alınan konular; pahalılık, işsizlik, can güvenliği, enflasyon, yolsuzluklar, dış baskılar türünde olaylardır. Diğer açıdan siyasi afiş ya doğrudan iktidara yöneliktir ya da bozuk toplum düzenine.

Bilindiği gibi siyasi seferberliğin esas amacı kişi, grup ve yığınlar mal olması istenen mesajların en kestirme yoldan iletilmesidir. Bu açıdan bakılınca simge, sembol, slogan ve kalıp yarguların kısalıkları, çarpıcı üslupları, anlaşılabilir olmaları nedeni ile oldukça etkin olmaktadır.

Burada dikkat edilmesi gereken nokta, biçim ve tarz ne olursa olsun afişin belirli bir mesajı iletme özelliğidir. Afişler belirli slogan ve çizgilerle kişilerin ilgi ve dikkatini belirli konulara çekmek amacıyla düzenlenmelidir.



Resim 21: DİSK ve Sendikalar

DİSK, kurulmasından sonra yapmış olduğu grevlerde, etkinliklerde propaganda amaçlı afişler, pankartlar kullanmaya başlamıştır. Bu afişlerde görüldüğü gibi işçi ve işçi sınıfını temsil eden anahtar, makina parçaları, kaslı kollar v.b.

biçimler sembol olarak kullanılmıştır. Köylüyü anlatmak için başak, yaba, kasket kullanılmıştır. Bağımsızlığı çağrıştıran kırılmış zincir, beyaz güvercin desenleride çokça kullanılmıştır. Aydınları sembolize eden kalem v.b. nesnelere kullanılmıştır. Tüm bu çalışmalar yapılırken az renk kullanımına dikkat edilerek kontrast görseller kullanılmaya gayret edilmiştir. Afiş, tek yönlü görsel ve kitleye kolaylıkla ulaşabilen bir araç olduğundan tercih sebebi olmuştur ve çokça kullanılmıştır.

Afişlerin bu dönemde yani 1960-1980 döneminde bu denli yoğun kullanılmasının ve diğer haberleşme araçlarına üstünlüğünün nedeni şu; Haberleşme araçları arasında en ucuz ve dağıtılması en kolay olanıdır. Radyo, televizyon ya da gazetenin ulaşamadığı yerlere kadar gidebilmesidir. Afişin görüntüsü çok daha uzun bir süre gözler önünde ve akılda kaldığından daha uzun ömürlü olmaktadır.

Türkiye için 1960 - 1980 dönemi sendikaların işçi sınıfının ve gençlik örgütlerinin mücadele yıllarıdır. Ayaklanmalar, direnişler, grevler, öğrenci olayları izlenebilen önemli dinamiklerdir. Bu dönemde grevleri belgelemek, alınan zaferleri yüceltmek, birlik-beraberliğe çağırarak ve şiddeti, zalimliği, katliamları anlatmak amacıyla bir çok afiş tasarlanmaktaydı. Bu dönemde propaganda afişlerinin içeriğinin oluşturulmasında dikkat edilen unsurlar zihinde kalıcılık ve güçlü etki yaratma, sloganlarla destekleyip tipografi ve görsellikte uyumlu bütünlük sağlamak olmuştur.



Resim 22: Yeraltı Maden İş sendikasının 1 Mayıs Afişi.

Propaganda, bu dönemlerde yaygın ve çarpıcı biçimde kullanılmaktadır. Hedeflenen şey seslerini duyurmak, biz varız diyebilmek karşıt görüş üzerinde tedirginlik ve korku yaratmak, moral bozmak ve en önemlisi halk kitlesini kendi tarafına çekmek bir taraf oluşturmaktır ve oluşturulan bu tarafla ilişkileri güçlendirmek, duygu ve düşüncelerini istenilen düzeyde canlı tutmayı başarmaktır. Bu dönemde yapılmış olan propaganda afişlerinin amaçları arasında bunlar sayılmaktadır.

5.3.1.1 Kaynağı Siyasi Olan Propaganda Afişleri

Kitle iletişim aracı olarak kullanılan propaganda, iletişimin basamakları olan kaynak, mesaj, araç, hedef kitle kavramlarını barındırmaktadır. Bu bağlamda mesajın kaynağı, siyasi bir görüşün sahibi konumundaki güçlerdir. Kaynağın temel işlevi, insan davranışlarını belirli bir fikir ve düşünce çerçevesinde toplamak ve bu fikirleri istenilen tarafa yönlendirmektir ve bunuda propagandayı kullanarak yapmaktadır. İşlenen bu süreç fark ettirilmeden yapılmaktadır. Bu da kaynağı siyasi olan propaganda şekli olmaktadır.



Resim 23: DiSK, Genel-İş sendikası.

5.3.1.2. Hedefi Siyasi Olan Propaganda Afişleri

Savaşın, kendini anlatma çabası içinde olan taraflarca kullanılan afişler kimi zamanda bunlara karşıt olan kesimler tarafından birer eleştiri aracı olarak kullanılmışlardır. Afişlerin hazırlanması, asılması çoğaltılması kolay bir yol olduğundan 1960-1980 dönemlerinde çokça başvurulan bir kitle iletişim aracı olmuştur.

Afişler, var olan durumlara ve ideolojiye, karşı bir ideoloji ile bir yaklaşım ile cevap vermekte ve mevcut ideolojiye ve duruma karşı bir ideolojinin veya durumun propagandasını yapmaktadır. Propaganda da kaynak ve hedef yer değiştirebilmektedir. Bu durum propagandanın ters etki oluşturduğu toplum düzeninin bozulduğu, ekonomik zorlukların olduğu ve içinde bulunulan şartları düzeltmede idari hükümetin yetersiz kaldığı durumlarda gerçekleşmektedir. Bazı durumlarda kaynağın amaçladığı tutum değişikliği gerçekleşmediği gibi hedef konumundaki kitleler, yine propagandanın tekniklerini kullanarak iktidar güçleri eleştirebilirler. Kaynak konumundaki siyasi güçlerin halkın belirli bir kesimi tarafından protesto edilmesi ve bu güçler aleyhine gerçekleştirdiği her türlü eylem, bu kategori içine girmektedir.(Tanrıkulu, 2009: 86).

VI. BÖLÜM

6. TÜRKİYE'DE 1960-1980 DÖNEMİNDE SENDİKA-SİYASET İLİŞKİSİ

6.1. DİSK ve Siyaset

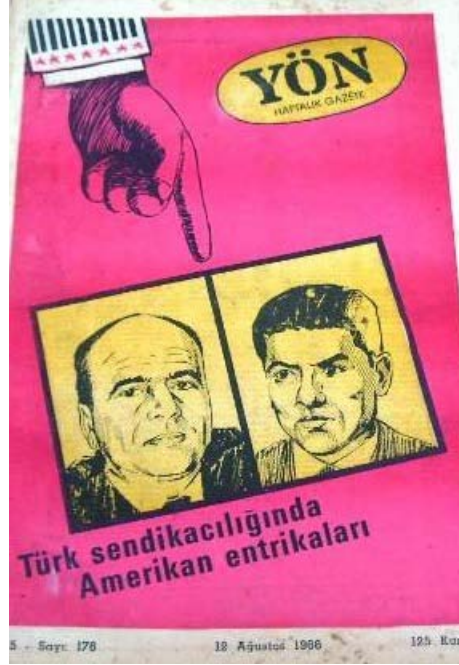
Türkiye tarihinde 1960 sonrası dönem siyasal tarih ve sendikal-siyasal mücadeleleri bakımından önemli deneyimlerin, başarı ve başarısızlıkların yaşandığı bir dönem olarak bilinmektedir. Yaklaşık kırk yıl baskı altında tutulan, en önemli işlevlerini yerine getiremeyen birer meslek örgütü, birer dernek haline getirilmeye çalışılan sendikalar ve sosyalist hareketler için bu dönem “altın yıllar” olarak nitelendirilmektedir. Bu yıllar, sadece işçi hareketinin ve onların sendikalarının gelişmesini sağlamamış, öğretmenlerin, köylülerin ve geniş gençlik kesimlerinin örgütlenmesinde de büyük bir sıçramanın yaşandığı bir dönem olarak ortaya çıkmıştır. (Aydoğanoglu, 2009: 54).

Dünyada olduğu gibi ülkelerin ekonomik düzeylerini etkileyen kapitalizmin Türkiye’de de 1960’dan sonra gelişme dönemine girdiğini görmekteyiz. Bu etkiler sonrasında toplumsal sınıflar içerisinde farklı bir yapılanma ve buna bağlı olarak da siyasal ve kültürel farklılaşmalar belirginlik kazanmıştır. Düzene karşı başkaldırıları kendini göstermiştir.

Yine 1960’lı yıllar dünya çapında işçi hareketlerinin ve sınıf mücadelesinin ve bilincinin yükseldiği ve örgütlülüğün arttığı yıllar olmuştur. 1960 ve sonrası Türkiye’de yaşanan tüm gelişmeler sanayileşmenin ve bu sanayileşmenin getirdiği ekonomik-sosyal etkilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. O zamanlardan başlayarak günümüze değin gelen, büyük şehirlere göç, insanların yaşam koşullarında oluşan, farklılaşmalar siyasal ve kültürel bağlamda yaşanan değişimler, kapitalizmin hem ekonomik ve toplumsal hem de siyasal ve kültürel anlamda Türkiye’de başladığının göstergesi olmaktadır.

1961 yılında Türkiye’de siyasi tarihi açısından önemli bir gelişme yaşanmıştır. 13 Şubat 1961’de, Türk-İş içinden 12 sendikacının öncülüğünde Türkiye İşçi Partisi (TİP) kurulmuştur. TİP’in sendikacılar tarafından kurulmasında, Türkiye’de

1946'dan itibaren benimsenen ve ABD etkisinde oluşan “siyaset dışı”, “partilerüstü” sendikacılığa duyulan tepki vardır. (Aydoğanoğlu, 2009: 55).



Resim 24: Yön Haftalık Gazetesi

Yön haftalık gazetesi ön sayfasında, görüldüğü gibi ABD'nin sendikacılık anlayışının Türkiye sendikacılığına etki yaptığını paylaşmıştır. Dönemin yayın organlarında Yön haftalık gazetesi bu haberi işlerken kapak tasarımında kişileri işaret eden bir el biçimi tercih ederek, “Türk Sendikacılığında Amerikan Entrikaları” başlığını atmıştır. Kapak tasarımında tercih edilen arkaplan rengi Pembe; hassasiyeti çağırıştırır, ruhsal ve psikolojik anlamda çekingen, ince, nazik ve yumuşak kavramlarını sembolize etmektedir.

1967'de DİSK'in kuruluşundan sonra gelişen ve görünüşte bir sendika değiştirme eylemi olarak ortaya çıkan eylemler aslında, Türk-İş'in patronlara yaltaklanarak hak almayı amaçlayan, sınıf işbirlikçisi “partiler üstü sendikacılığına” bir tepkiydi. (Gündoğmuş, 1992:183).

“Türkiye işçi partisi (TİP) 1960 sonrasında sendikacıların siyasallaşmasının ilk somut sonucudur. (Çelik, 2010: s.371).

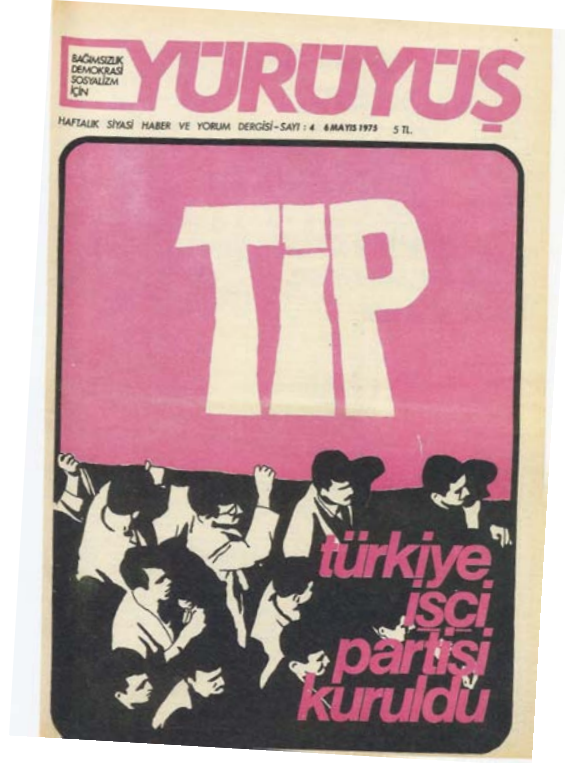
TİP'in kurulması işçi sınıfının da göstermiş olduğu ilk ciddi siyasal tepki olmuştur. 27 Mayıs'tan kısa bir süre sonra işçi eylemlerinde ciddi bir sıçrama yaşandı. Kelimenin tam anlamıyla Türkiye işçi sınıfı tarih sahnesine çıkıyordu. Bu eylemler düşük ücretlerden, kötü çalışma koşullarına, grev yasasının çıkarılmasına, kamu işletmelerinin yöneticilerinin despot tavırlarına gösterilen tepkiye kadar geniş bir yelpazeyi kapsıyordu. (Çelik, 2010: 363).



Resim 25: Tasarımı Mehmet Ali Aybar'a ait çark ve başaklı TİP amblemi.

Mehmet Ali Aybar'ın 1962'de TİP genel başkanı olmasıyla kendi elleriyle hazırlamış olduğu TİP amblemidir. İşçileri sembolize eden çark ve köylüleri sembolize eden başak desenleriyle tasarlanmıştır. Çark gümüş, başak altın ortasında açık mavimsi tonlarla boyanmıştır.

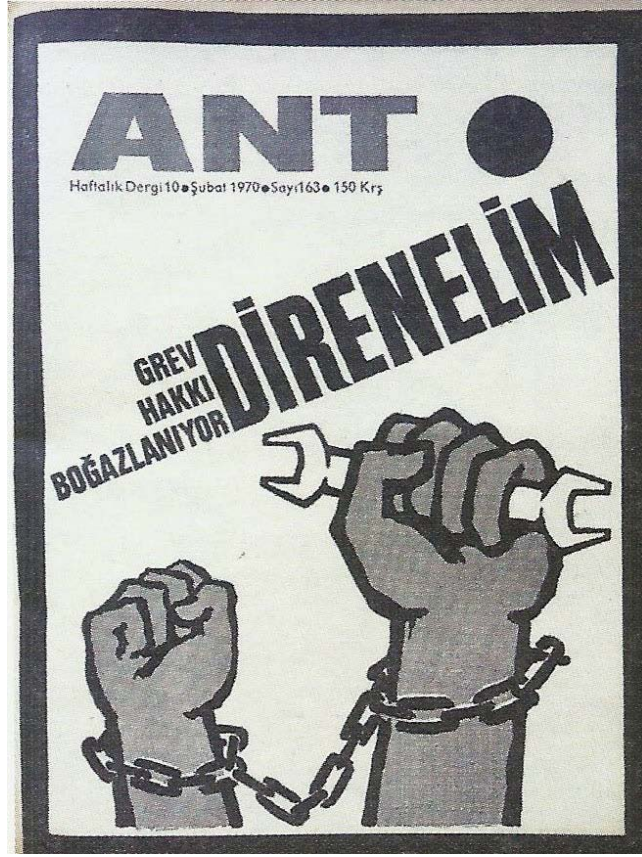
Açık mavi, huzurlu, gizemli ve derinlik etkisine sahipken, özgürlük ve sonsuzluğun algısını yansıtmaktadır. Metalik ve Sarı renk tonlamasıyla başağın birlikte kullanılması gerçekçi bir yaklaşımın yanı sıra bereketin, zenginliğin ve köylülüğün emek gücünü de imlemektedir.



Resim 26: Yürüyüş Haftalık Siyasi Haber Ve Yorum Dergisi, Sayı:4, 6 Mayıs 1975.

Türkiye İşçi Partisi (TİP) kurulmasını Yürüyüş Haftalık Siyasi Haber Ve Yorum Dergisi yukarıda verilmiş olan bu kapak tasarımıyla ele alarak işlemiştir. Kapakta yer alan görsel de yine işçi ve işçi sınıfını temsil eden bir kitle görülmektedir. Pembe rengin sıcaklığı ve göze gelirliliği kullanılarak tasarım gerçekleştirilmiştir.

Türk-İş, 1961 Anayasası'nın grevli toplu sözleşmeli sendika hakkını tanınmasından sonra, mevcut hükümetlerle bu hakkın uygulamaya konulması hususunda diyalogu esas alan bir tavır geliştirmeye başlamıştır. Fakat gerekli olan yasal düzenlemelerin de yapılmamış olması bu dönemde işçi eylem ve grevlerinde artışa sebebiyet vermiştir.



Resim 27: Ant Dergisi, Sayı:163, 10 Şubat 1970.

Bu grevler sürerken bir takım yayın organları, kitle iletişim araçları bu grevleri topluma taşımakla görevliydi. Resim 27’de Ant Dergisinin kapak görseli iletişim açısından çok şey anlatmaktadır. İşçi sınıfını sembolize eden anahtar, sıkılmış yumruk biçimleri yalnız bir illüstratif etki bırakmaktadır. Her iki bilekte bulunan zincirler işçi sınıfının bağımsızlaşma ve hak arayışı yolunda göstereceği kararlı tutumu simgelmektedir .



Resim 28: Yürüyüş Dergisi 1975

Yine resim 28'deki Yürüyüş Dergisinin tasarımı çok ilginç bir örnektir. Tasarımda bir yumruk görülmektedir, fakat bu yumruk pamuktandır. Bu tasarımda uygulanan ince zeka aslında bu direnişi yapan tarım işçilerinin grevli toplu sözleşmeli sendika haklarının talebinde ne kadar haklı olduklarına, nedenli kırılğan ve yumuşak olduklarına sadece haklarını korumak adına bu grevi yapmak istediklerini kanıtlar niteliktedir.

TİP'in kurulması sendikal mücadele üzerinde ve işçi sınıfının bağımsızlaşma ve hak arayışı yolunda büyük etkiler yaratmıştır. TİP'in kurulması Türk-iş yönetimini olumsuz etkilemiştir. Sendika olarak ayakta kalmasını işçilere borçlu olan Türk-iş kan kaybedeceğini ve işçilerin TİP çatısı altında toplanacağını düşünmeye başlamıştır. İşçi sınıfının sendikal mücadelesinin yanı sıra siyasal olarakta güçlenmesi gerektiğini düşünen sendikacılarla, partileşmenin bu gücü zayıflatacağını

düşünen Türk-İş yöneticileri arasında anlayış ve mücadele konusunda fikir ayrılıkları doğmuştur. Bu bağlamda birbirilerine eleştirel bir gözle bakmaya başlamışlardır.

Talas, Türk sendikacılık hareketi içinde yaşanan ayrışma ve uyuşmazlıkların bazen kişisel, bazen de düşünce farklılıklarından kaynaklandığını vurgulamaktadır. (Çelik, 2010: 508).

1961 Anayasası'nın getirmiş olduğu özgürlükler ve Sendikalar Kanunu ve Toplum İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanununun çıkmış olması üniversite gençliğinin ve işçi sınıfının güçlenmesi üstünde, önemli katkıları olmuştur. 1961 Anayasası, 1963 yılında, tekrardan bir yasayla düzenlenmiştir. 1963 yılında düzenlenen yasayla sınırlanmış ve birçok şarta bağlanmıştır. Tüm bu yasal kısıtlamalara rağmen işçiler memurlar tüm taleplerini almanın yolunu örgütlülükte ve bu örgütlülüğün vereceği güçte bulabileceğinin farkına varmıştır.

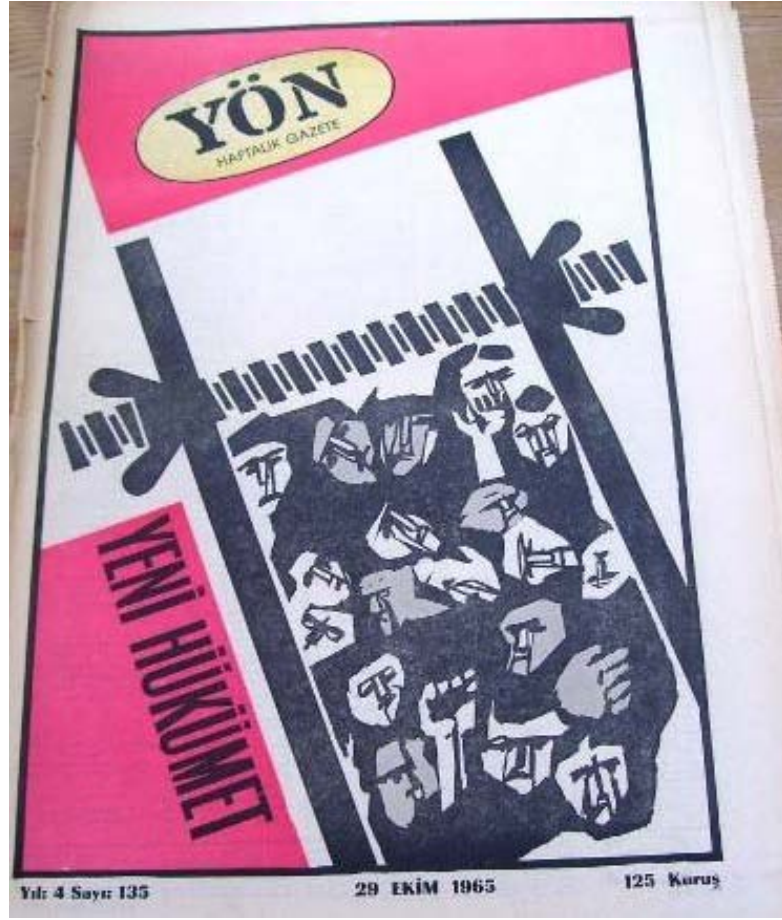
Aşağıda örgütlülüğe vurgu yapan, 1965 seçimleri için hazırlanmış ve Abidin Dino'ya ait desenler siyah ve sarı tonlarda tasarlanmıştır. Propaganda amaçlı olan bu çalışmalar oldukça etkileyicidir. Bu desende toplumun her kesiminden insanlar resmedilmiştir.



Resim 29: 1965 seçimleri için Abidin Dino tarafından yapılan TİP propaganda desenleri.

1963'ten başlayarak grevlerin sayısı artık burada sayılamayacak kadar çok olur. Ama dönemin karakteristiği olan işçi eylemleri 1967'den itibaren yoğunlaşır ve 12 Mart darbesine kadar sürer.(Gündoğmuş, 1992:183).

1965 yılında yapılan genel seçimlerin ardından, TİP'in 15 milletvekili çıkarması, bir güveni ateşlediği gibi daha inançla ve güvenle Türk-İş içinde muhalefet etmenin de daha kolay olmasını sağlamıştır. Türk-İş ile olan farklılıklar, ABD'ye eğitim için gönderilen sendikacılar konusu, ABD'den alınan yardımlar, Türk-İş'in izlediği partilerüstü politika anlayışı gibi konular, bir süre sonra TİP'in kurulmasına vesile olan sendikacılar ile Türk-İş arasındaki bağları zayıflatmıştır.



Resim 30: Dönemin yayın organlarından Yön Gazetesi.

1965 seçimleriyle kurulan, yeni hükümetin işçiye, emekçiye yaklaşımının resmedildiği bu tasarımda Yön Dergisi işçilerin ve emekçilerin bu şekilde sıkışıp kalacağını tüm haklarının sınırlı olacağını anlatmak için mengeneyle sembolize etmiştir.



Resim 31: Grevlerden Bir Kare.

Paşabahçe grevi Paşabahçe Şişecam Fabrikası'nda 31 Ocak 1966 ile 26 Nisan 1966 tarihleri arasında Kristal-İş Sendikası'nın kendisine hükümet tarafından önerilen toplu iş sözleşmesini kabullenmemesi sonucu gerçekleşmiştir. Türk-İş başlangıçta desteklediği bu grevi, 20 Mart 1966 tarihinden itibaren iş verenin sunduğu sözleşmenin Kristal-İş tarafından kabul edilmemesini gerekçe göstererek desteklememe kararı almıştır.(Çelik, Aydın, 2006: 107).

Türkiye işçi sınıfı tarihinde önemli olan bu greve karşı Türk-İş yönetiminin olumsuz tavrı, Türk-İş'ten kopuş sürecini hızlandırmıştır. Bu süreçlerin yaşandığı sırada beş sendikanın Türk-İş yönetimine karşı bu grevi desteklemeleri ve Türk-İş'in de bu sendikaları onur kuruluna sevk etmesi ve devamında ihraç etmesi, bundan sonraki grevlerde Türk-İş'ten ayrı olarak, 15 Temmuz 1966'da Sendikalar Arası Dayanışma Komitesi'ni (SADA) kurmaları, bardağı taşıran son damla olmuştur ve 13 Şubat 1967 tarihinde DİSK kurulmuştur.



Resim 32: DİSK amblemi.

DİSK'in amblemidе dişli kullanılmıştır. Dişli ile fabrikalara, makinelere ve üretime gönderme yapılmıştır. Çalışan emekçi kesimin üretim aletlerinin yerine, kendilerinin bu aletler üzerindeki hakim olma isteği vurgulanmıştır. Tasarımdaki renk seçimi kırmızı olmuştur. Kırmızı renk gücün, işçi ve emekçilerin kurtuluşunun simgesi olmuştur. Kırmızının aktif, enerjik ve dinamik yapısı ambleme yansıtılmıştır ve bu renk başkaldırının devrimin simgesi olmuştur. Ayrıca merkezde kırmızı rengin kullanılmış olması gücü ve görünürlüğü attırmıştır.

1960'ların son yılları Türk-İş'ten DİSK'e geçme eylemleri, işçi sınıfı hareketine yeni bir renk katarken mücadele araç ve yöntemlerinin zenginleşmesinde de önemli bir rol oynadı.(Gündoğmuş, 1992: 181).

Alparslan Işıklı'ya göre DİSK'in kuruluşunun en önemli nedeni Paşabahçe Grevi'dir. "DİSK'in kuruluşunda, o tarihte Türk-İş üyesi olan bazı sendikaların Paşabahçe Grevi'ni Türk-İş üst yönetiminin kararına aykırı olarak desteklemiş olmaları nedeniyle ihraçla cezalandırılmaları bardağı taşıran son damla olmuştur.(Işıklı, 2003: 98).

TİP sendikacılar tarafından, işçi hareketini ve sendikayı güçlendireceği, ona siyasal kanallar açacağı ve destek sağlayacağı için kurulmuştur. TİP, DİSK'in kuruluşunda da oldukça etkili olmuştur. DİSK'in desteğiyle de bu dönemde işçi sınıfı tarafından sendikal ve siyasal anlamda oldukça ciddi eylemlerin yapıldığını,

sendikalı işçi sayısında ciddi artışlar meydana geldiği görülmüştür. Sınıf mücadelesi bilinci yerleşen, işçi sınıfı artık pek çok grevde “Hak verilmez, alınır.” bilincini yaygınlaştırmıştır.



Resim 33: Grevlerden Bir Kare.

DİSK'in önemli bir güç haline dönüşmesinin ardında dört neden bulunmaktadır. İlki 12 Mart Rejimi'nin bunalımıdır. Bir diğeri işçi sınıfının durumu, ekonomik ve sosyal koşulları. Bir diğeri, Türk-İş'in kendi içindeki çelişkileri ve bunun sonucunda bazı sendikaların DİSK'e yönelmesidir. Dördüncüsü ise siyasi hareketlilik ile işçi hareketinin ilişkisidir.

1971 askeri müdahalesi ve sıkıyönetim süreci işçi hareketlerini ve eylemleri olumsuzlamıştır.

Öte yandan toplumsal muhalefet güçlerinin hareketleri bu dönemde azalma göstermemiş tersine yükselme eğilimine girmiştir. Özellikle 1960'lı yıllarda sosyalist fikirlerle tanışan öğrenci gençliğin Latin Amerika gerilla mücadelesinden etkilenecek

silahlı eylemlere başlaması ve ülke gündemini sarsan büyük eylemlere girişmesi 12 Mart idaresi tarafından sert tedbirler alınarak engellenmeye çalışılsa da bunda tamamıyla başarılı olunamamıştır.(Ötkünç, 2007: 63).

1971 askeri müdahalesi sonrasında güçlü olan sınıf mücadelesini parçalamak ve güçsüzleştirmek için TİP kapatılmış, sonrasında da anayasa değişikliği yapılarak tüm çalışanlara verilmiş olan sendikal haklar sadece “işçilere” tanınmış ve o dönem içinde ciddi mücadele veren memur sendikaları kapatılmıştır. 1970’li yıllar sendikaların ortadan kaldırılmaya işlevlerini yerine getirememeye yok edilmeye çalışıldığı yıllar olmuştur. 1970’li yılların ortalarında ise sınıf mücadelesi ve bilinci daha keskinleşmiş ve taraflar belirginleşmiştir.

1960-1980 yıllarındaki sendika siyaset ilişkisinin durumuna baktığımızda en önemli gelişmenin TİP’in kuruluşu ve sendikal hareketin yönelimleridir.

13 Şubat 1967 tarihinde kurulan DİSK’in kurucuları arasında 1. TİP’in kuruluşunda bulunan çeşitli sendikacılar bulunmaktadır. Örneğin TİP kurucuları arasında yer alan sendikacılardan, Kemal Türkler, Rıza Kuas, Kemal Nebioğlu ve İbrahim Güzelce DİSK’in kurulmasında da yer almışlardır.(Aren, 1993: 31).

Bu sendikacılar Türk-İş’in “partiler üstü politika” tutumunu ciddi şekilde eleştirmişlerdir. Türk-İş’lilerden bazıları TİP’in kuruluşunda yer alan sendikacıların DİSK’i kurmalarını bu sendikacıların işçilerin menfaatleri doğrultusunda hareket etmediklerinin kanıtı olarak sunmuşlardır. TİP ve DİSK’in birlikteliği sendika siyaset ilişkisi bakımından 1960’ların siyasal ortamında önemli bir örnek olmuştur. 1969 seçimlerinde TİP’i destekleyen DİSK’li idareciler, 12 Mart Askeri Müdahalesi sonucu Anayasa Mahkemesi ile kapatılması kararı alınan TİP’e sahip çıkmamışlardır. DİSK’i kuran sendikacılar TİP ile bu kadar iç içe iken kendi partilerinin kapatılmasına karşı ciddi bir muhalefet oluşturmamaları bu sendikacıların tamamıyla bir partinin etkisinde oldukları iddiasını boşa çıkarmaktadır.

DİSK 14 Ekim 1973 seçimlerinde de herhangi bir sosyalist partiyi desteklememiş, ortanın solu denilecek, bu anlayışta olan CHP’yi desteklemiştir. 5

Haziran 1977 seçimlerinde de 2. TİP var olduğu halde onları desteklememiş ve CHP'ye oy verme çağrısı yapılmıştır. DİSK-CHP arasında bu dönemden itibaren gelişen ilişkiler 1973 ve 1977 seçimlerinde DİSK'in CHP'yi desteklemesi ile doruğa ulaşmış ve 12 Eylül'e yakın bir dönemde de bitmiştir.



Resim 34: Dönemin CHP afişlerinden örnekler.



Resim 35: Dönemin CHP afişlerinden örnekler.

1960-1980 yılları Türkiye’de hem sendikal hem de siyasal mücadeleler bakımından, işçi sınıfının sınıf bilincine vardığı, siyasallaştığı, deneyimler kazandığı önemli dönümler olarak görülmektedir. Örgütlenme ve mücadelelik ruhu yaratma yönleriyle Türkiye tarihinin en önemli yılları olarak değerlendirilmektedir. Net ayrışmaların ve kutuplaşmaların olduğu bir süreçte çoğalarak süren sınıf mücadelesi dönemin en önemli olayı olan 12 Eylül darbesiyle yeni bir yol ayrımına gelmiştir.

Tüm bu sendika-siyaset ilişkilerinde ve gelişen işçi, sınıf mücadelesinde yapılan eylem ve grevlerde sınıf bilincini aşlamaya ve yaygın hale getirmeye çalışmışlardır. Bu dönemlerde büyük kitlelere ulaşmanın en kolay yolu, afişlerin kullanılması olmuştur. Bu bağlamda sınıf mücadelesi bilinci yerleşen, işçi sınıfı artık pek çok grevde “Hak verilmez, alınır.” bilincini sloganlarıyla ve afişleriyle yaygınlaştırmıştır.

6.2.Türk-İş ve Siyaset

Türkiye sendikal örgütlenme hareketi bakımından meydana gelen en önemli gelişme 31 Temmuz 1952 yılında Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu'nun kurulması olmuştur. Türk –İş'in kurulmasında ABD'nin etkisi büyük olmuştur.



Resim 36: TÜRK-İŞ amblemi.

Türk-İş amblemidde dişli çarktan oluşturulmuştur. Görsel iletişimi güçlü olan bu tasarım, merkezde Türk Bayrağı bulunan kısım dünya formunu çağrıştırmaktadır. Türk bayrağı tüm halkındır ve bu bayrak altında yaşayan Tüm işçi ve emekçileri kucaklarız şeklinde bir göndermede bulunmaktadır. Tasarımda merkezde kırmızı ve beyaz kullanılmıştır. Beyaz saflığı, temizliği ve bağımsızlığı simgelerken kırmızıda güçlü ve canlı haliyle göze hitap etmektedir. Mavi renk ise huzurun ve sonsuzluğun sembolüdür. Bu tasarımda söylenen tüm bu özellikler siyah rengin kullanılması ile Türk-İş'e aidiyet kazandırmıştır.

Türk-İş'in çalışma stratejisi olarak benimsediği “partilerüstü politika” prensibini 1964 başlarında Bursa'da toplanan V.Genel kurulu'nda tüzük maddesi haline getirmiştir. Türk-İş'in sendika-siyasi parti ilişkilerinde izlemeyi tercih ettiği partilerüstü politika prensibi, sendika-siyasi parti ilişkilerinde Amerikan sendikacılığına egemen olan tarafsız (non-partisan) politika ilkesinin bir benzeridir. (Mahiroğulları, 2005: 271).

Türk-İş'in benimsediği partilerüstü politika prensibi, konfederasyon'un yetkili organının karar vermesi durumunda bir siyasi partiyi desteklemesi mümkündür. Türk-İş partilerüstü politikayı tercih etmekle, belirli bir siyasi partinin maddi ve manevi gözetiminin altına girmeksizin, pragmatik bir yaklaşımla tüm siyasal partiler karşısında tarafsız kalarak temsilcisi olduğu işçi kesiminin lehine yasal düzenlemeler yapabilecek siyasal partilerle (iktidar partileri) ilişki kurmayı amaçlamıştır. (Mahiroğulları, 2005: 271).

Bu çalışma stratejisinin benimsenmesinde gelişen TİP'in ve Türk-İş içindeki TİP'li sendikacıların yarattığı tedirginlik ve konfederasyonun birliğinin sağlanması da etkili olmuştur.

6.3. MİSK ve Siyaset

DİSK'in önderliğinde sendikacılığın siyasallaşmaya başladığı zamanda 23 Haziran 1970'te Milliyetçi işçi sendikaları konfederasyonu "Milli-İş" adıyla İstanbul'da kurulmuştur. MİSK, "sınıf sendikacılığı"na karşı "Milliyetçi Sendikacılığı" hayata geçirmek amacıyla örgütlenmiş; savunduğu sendikacılık anlayışını MHP'nin "Dokuz Işık Doktrini" çerçevesinde şekillendirmiştir. 1. Genel Kurulu Ankara'da yapılmış; genel başkanlığa Ömer Faruk Akıncı seçilmiştir. (Mahiroğulları, 2005: 200).

1975 yılından sonra MHP'nin hükümette olması MİSK'inde aktif olmasını sağlamıştır. Konfederasyon 1973 ve 1977 seçimlerinde MHP'yi desteklemiştir. MİSK 1977 seçimlerinde MHP'yi destekleme gerekçesini, MHP'nin sınıf devletinden değil, milliyetçi devletlerden yana olmasıyla ve her iş kolunda tek sendika ve mecburi üyeliği kabul etmesiyle açıklamıştır.

MİSK'in kurulmasının temel amacı DİSK'in örgütlenmesinin önüne geçmek olsa da diğer bir amacı da Türk-İş'in DİSK'le mücadelesinde, Türk-İş'in sola yönelmesini önlemek olmuştur. Bu nedenle MHP Türk-İş'e bağlı Türk Metal Sendikası'na hakim olmaya çalışmıştır.

MİSK, 1970-1980 arasında Türkiye işçi hareketinin sola yönelişine, sınıf bilinci ve siyasal bilinç kazanmaya başlamasına, milliyetçi radikal sağdan gelen bir önleme hareketi ve MHP'nin işçi hareketini bir yandan ideolojik, öte yandan zor yönüyle denetimi altına alma çabası olmuştur. 1980 sonrasında yeni koşullarında ise işlevini kaybetmiştir.(Türkiye Sendikacılık Ansiklopedisi”, Cilt II, 1996: s.426).

12 Eylül’le birlikte MİSK’in faaliyetleride durdurulmuştur.

6.4. Hak-İş ve Siyaset

1976 yılında Milliyetçi Cephe Hükümeti'nin ortağı olan Milli Selamet Partisi'nin ve Erbakan'ın çabalarıyla 22 Ekim 1976'da Ankara'da kurulmuştur. Kurulan Hak-İş Sendikaları Konfederasyonu, İslami sendikacılık anlayışını benimsemiştir. Milli Selamet Partisi'nin savunduğu siyasi çizgi doğrultusunda hareket ederek 1977 seçimlerinde Milli Selamet Partisi'ni desteklemiştir.



Resim 37: Hak-İş amblemi.

Hak-İş kuruluşunda amblem olarak kırmızı zeminde bir hilal içinde fabrika bacası ve minareyi birleştiren bir figür benimsemiştir. Konfederasyonun ana tüzüğünde ise amaç şöyle tanımlanmıştır:

Hak-İş Konfederasyonu manevi değerlere bağlı, hak ve hukuk kaidelerine uymayı temin, işçi-işveren kardeşliğini suretiyle iş barışını tesis, mevcut nüfusun

kardeşliğine dayalı, ‘yeniden büyük Türkiye’yi kurmak’, adil ücret sistemini getirip alın terini değerlendirmek, saygın ve süratli sanayileşme çalışmalarıyla birlikte işyeri ortaklığına imkan vermek için her türlü gayreti sarf etmeyi ana gaye ittihaz etmiştir. (Türkiye Sendikacılık Ansiklopedisi”, Cilt I, 1996: s.527-528).

Hak-İş 1976-1980 yılları arasında Milli Selamet Partisi’nin desteğiyle bir şeyler yapmaya çabalasada kayda değer adımlar atamamıştır.

6.5. 1968 ve Gençlik

1968 yılı, hem dünyada hem de Türkiye’de gençliğin, yani üniversite öğrencilerinin isyan ettiği farkındalık yaratmaya çalıştığı bir yıl olmuştur.

1968 yılında bir ülkede başlayan öğrenci hareketleri, ses getirerek diğer ülkelerde yansımış ve büyümüştür. Tüm dünyadaki (Fransa, Almanya, İsveç, Amerika, İspanya) gençlik hareketlerini ortak bir paydada tanımlamak gerekirse, temel neden; üniversitelerdeki gelenekçi ve tutucu tavrın sona erdirilmesi ve üniversitelerde reform isteği olarak özetlenebilmektedir. Fakat bu öğrenci hareketleri milyonlarca işçi ve aydının katıldığı toplumsal bir protesto haline gelerek bütün ülkeyi etkisi altına almıştır.

Fransa’daki gençlik hareketlerinin diğer ülkelerden farkı, sadece üniversitede reform değil, toplum düzeninde köklü değişiklik istemeleridir. (Paris’te Çarpışmalarda 850 Kişi Yaralandı.”, Milliyet, 8 Mayıs 1968, s.1; “Fransa’da Genel Grevler Dün Bütün Hayatı Felce Uğrattı.”, Milliyet, 14 Mayıs 1968, s.1)

Fransa’da iktisadi huzursuzluklar, özellikle son yıllarda gittikçe büyüyen bir şekilde gelişmeye başlamıştır. İşsizlik artmış ve buna karşı önleyici bir tedbir alınmamıştır. Fiyat yükselişlerini hızlı temposu devam etmiş, hayat pahalılığı dar ve sabit gelirlileri çok güç durumda bırakmıştır. (İpekçi, “Temeldeki nedenler”, Milliyet, 21 Mayıs 1968, s.1).

Batı’da çığ gibi büyüyen gençlik hareketleri Türkiye’ye de yansımış, Türkiye’de de gençlik politize olmuş ve siyaset sahnesinde kendini göstermiştir. Tabii burada “gençlik” ile büyük bir ağırlıkla üniversite okuyan gençliğin

kastedildiği unutulmamalıdır. 27 Mayıs sonrasında fikir hayatında meydana gelen canlanma üniversiteleri de etkilemiş; bu dönemde üniversite gençliği de politik bir unsur olarak ortaya çıkmıştır. Gençliğin giderek siyasallaşması sonucunda başta eğitim reformu istekleri ile yapılan üniversite işgalleri ve boykotlar giderek yerini siyasal içerikli eylemlere ve silahlı mücadelelere bırakmıştır. Bu nedenle 60'lı yıllarda, sol hareket içindeki önemli unsurlardan biri de öğrenci eylemleri olmuştur.



Resim 38: Desen ve tasarım Hasan Barutçu'ya aittir.

Hasan Barutçu'ya ait desenler ve tasarımlardan oluşan bu gençlik afişleri iki seri şeklinde 10 afişten oluşmaktadır. İlk seri kırmızı renkten turuncuya giderken, ikinci seride bunun tam tersi uygulanmıştır.

Kırmızı rengin yoğun kullanımına tanıklık ettiğimiz bu çalışmalarda kırmızının kurtuluşun ve bağımsızlığın rengi olarak sembolize edildiğini görmekteyiz. Aynı zamanda taleplerini sundukları, öfkelerini kustuklarını da görmekteyiz. Kırmızı renk oldukça dikkat çekicidir ve görünürlüğü yüksek olduğundan propaganda amaçlı bu çalışmalarda kullanılması da etkili olmuştur. Kırmızı biraz da başkaldırının ve devrimin rengi olduğundan bu çalışmalarda da bir isyanın başkaldırının etkilerini görmekteyiz.

Desenlere bakıldığında ilk seri daha çok üniversite öğrencilerini simgelemektedir ve bu doğrultuda yine onların taleplerini içeren sloganlarla desteklenmektedir. İkinci seride ise daha çok emekçi, işçi kesimi temsil eden desenler tercih edilerek yine onları simgeleyen orak, yaba ve anahtar çizimleri kullanılarak çalışmalarda evrensel bir dil yakalanmıştır. Bu çalışmalarını öğrenci grev ve işgallerinde kullanmak üzere tasarlamışlardır..

Ancak, Türkiye'deki oluşumun Batılı ülkelerden en büyük farkı, az gelişmiş bir üçüncü dünya ülkesi olarak, Türkiye'nin davasının milli bir nitelik taşımış olmasıdır.

Türkiye'nin gençlik mücadelesi, tam orta yerde milli seviyede, milli sorunların odak noktasında toplanmaktadır.(Abadan, "Dünyada ve Türkiye'de Gençlik" , Milliyet, 20 Mayıs 1968, s.2).

Dönemin gençlik liderlerinden Deniz Gezmiş'in şu sözleri Abadan'ın bu tezini doğrular niteliktedir: "Devrimci gençlik, Amerikan emperyalizmine ve oportünizme karşı duran gençliktir. Onun görevi, sayısının azlığına, düşmanın çokluğuna bakmadan Amerikan emperyalizmine karşı sonuna kadar dövüşmektir. O, en iyi biçimde karar veren ve uygulayandır. O, boş gecelerin değil, boylu boyuna ömrünü bu kavgaya verendir. Yaşasın tüm bağımsızlık savaşı veren dünya halkları, yaşasın tam bağımsız Türkiye!"

Az gelişmiş dünya halkları emperyalizme karşı bir savaş verirken gençlik bunun dışında kalmaz. Biz daima ezilenden yana çıkmak zorundayız. Eğer bizim kavgamız anti-emperyalist kavganın paralelinde yürümezse ayaklarımız havada kalır.(Türk Solu, 19 Kasım 1968).

1960'lı yıllarda, 1961 Anayasası'nın getirmiş olduğu görece demokratik ortamda, Türkiye'de ileriye açık çabaların olduğu ve bu çabaların sonuç getireceğine dair umut taşıyan insanların özellikle de gençlerin olduğu bir Türkiye vardı.

1968 ve 1971 yılları ise Türkiye'de kitlesel ya da bireysel birçok gençlik hareketine tanıklık etmiştir. Bu hareketin merkezi, Fikir Kulüpleri (FKF) olmuş,

FKF'nin Dev-Genç'e dönüştüğü yıllarda da bu etkinlik artarak devam etmiştir. 1957 yılında Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesinde kurulan FKF, 1966 yılı sonrasında genellikle sol eğilimli gençlerin örgütü durumuna geldi. 1968 yılındaki büyük üniversite hareketi ile de sosyalistler gençlik içindeki önderliği ele aldılar.

28 Mart 1968 tarihinde Doğu Perinçek'in FKF genel başkanlığına getirilmesi, Milli Demokratik Devrim görüşünün gençler arasında etkinliğini arttırmasında önemli bir rol oynadı.

1968 yılının mart ayında gerçekleşen FKF kurultayının Doğu Perinçek'in genel başkanlığı ile sonuçlanması, FKF'nin TİP'in yönetiminden çıktığının bir kanıtıydı. FKF'nin Milli Demokratik Devrimcilerin eline geçmesinin ardından Mihri Belli'nin Türk Solu sayfalarında başlattığı Devrimci Güç Birliği (Dev-Güç) oluşturma çağrısı, FKF'nin Dev-Güç'e katıldığını ilan etmesi ile sonuçlandı. Bundan sonraki süreçte de FKF tabanında TİP egemenliği büyük bir hızla azalmaya başladı.

Aynı yıllarda, gençlik içerisinde etkinliği olan diğer örgütlenmeler, Adalet Partisi yanlısı Milli Türk Talebe Birliği ve CHP ağırlıklı ve bazı TİP'li öğrencilerin de bulunduğu Türkiye Milli Talebe Federasyonudur.

1968 yılındaki bu gelişmelerin ardından, çoğunlukla FKF'nin ve Dev-Güç'ün öncülüğünde gerçekleştirilen belli başlı gençlik eylemlerini şu şekilde sıralamak mümkündür: (Güran, Gürcüm, "68 Neydi?", Teori, Sayı 49, Ocak 1994, s.66-74; Karadeniz, 1975, s.138).

- 29 Nisan 1968: Ankara'da Dev-Güç'ün FKF'nin önderliğinde gerçekleştirdiği büyük kitlesel miting

- 14-19 Mayıs 1968: NATO'ya Hayır Haftası ("NATO, emperyalizmin sömürge aracıdır." sloganını yaymak amacıyla işçi bölgelerine gidilmiş, sömürünün kaynağının NATO olduğu buradaki işçilere anlatılmaya çalışılmıştır.)

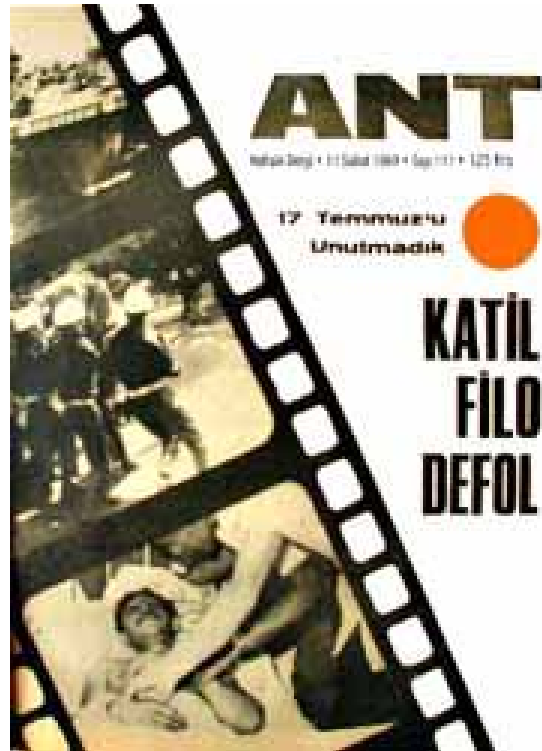


Resim 39: 14–19 Mayıs 1968: NATO'ya Hayır Haftası

- Haziran 1968: Büyük ölçüde FKF'nin önderliğinde gerçekleştirilen 10 Haziran'dan 25 Haziran'a kadar devam eden üniversite işgalleri
- Temmuz-Ağustos 1968: 6. Filo'ya karşı protesto gösterileri



Resim 40. Filo'ya Karşı Protesto Gösterileri



Resim 41: Filo'ya Karşı Protesto Gösterileri

- 30 Ekim- 10 Kasım: Samsun'dan Ankara'ya Mustafa Kemal Yürüyüşü

Bu eylemler içerisinde belki de üzerinde önemle durulması gereken, üniversite öğrencileri tarafından gerçekleştirilen işgallerdir. Çünkü gençlik eylemleri bu işgallerle doruk noktasına ulaşmıştır. Yüksek öğrenim gençliği içerisinde daha önceki yıllarda da birçok eylem meydana gelmesine rağmen, hiçbiri 1968 yılındaki üniversite işgalleri kadar ses getirmemiştir. Bunun temel nedeni ise; 1968 yılı itibari ile yüksek öğrenim gençliğinin artık sadece eğitimde bazı değişiklikler ve reformlarla oyalanamayacağını, ilköğretimden yükseköğrenime kadar eğitimde devrim istediğinin ortaya çıkmış olmasıdır. Ayrıca, şiddet eylemlerinin de ağırlık kazanması ayırt edici diğer bir noktadır.

Çekirdeği, Ankara'daki Siyasal Bilgiler Fakültesi olan FKF'nin, 1969 yılında gerçekleştirdiği IV. ve son kurultayı Milli Demokratik Devrimcilerin zaferi ile sonuçlandı. Bu olaydan sonra tamamen Milli Demokratik Devrimcilerin egemenliğine giren FKF Yönetimi, bir isim değişikliğine giderek Devrimci Gençlik Federasyonları (Dev-Genç) adını aldı. Dev-Genç yönetiminin ilk işi ise, TİP yanlısı üyelerini örgütten ihraç etmek oldu.(FKF (Dev-Genç) Kurultayı Devrimcilerin", Türk Solu, 26 Ağustos 1969; Oral Çalışlar; "Oportünizmin Sonu ve Önümüzdeki Meseleler", Türk Solu, Yıl 2, Sayı 81, 3 Haziran 1969).

"Devrimci" kelimesinin revaçta olması ve yeni yönetimin eylemsel hareketi ön planda tutuyor olması isim değişikliğinin önemli bir nedenidir. Çünkü FKF'yi Dev-Genç yapan yeni yöneticiler, TİP'li Yöneticilerin egemenliği altındaki önceki yönetime nazaran daha radikal eylemler yapılmasından yana bir tavır sergilediler. TİP'in parlamenter yoldan iktidara gelme düşüncesi terk edildi, sokaklara dökülen gençler ulusal kurtuluşun ancak silahlı mücadele ile elde edilebileceğine inanarak, NATO ve ABD karşıtı sloganlar atmaya başladılar.



Resim 42 : Dev-Genç Afişi

1960’larda yapılmış olan sol eli yumruk ve havaya kalkık olan insan figürü dönemin gençlerinin özgürlük mücadelesinin önemli sembolü haline dönüşmüştür. 1960’larda Breailya’da sosyo politik olaylara değinen bir film çekilir ve o filmin tanıtımı esnasında bu kare çekilir. 1960’ların Türkiyesinde bu desen çok ilgi çekmiş ve kullanılmıştır. Türkiye de bu kare ilk olarak sineme ve dergi kapaklarında yer alır.

1969’da ODTÜ Sosyalist Fikir Klüpleri bir broşür hazırlar ve bu çalışmanın ardından bu figür, form birçok çalışmada ve mecrada kullanılmaya başlanmıştır.

Bu çalışma ara değerlerden arındırılarak yüksek kontrastlıkta kırmızı/beyaz veya siyah/ beyaz versiyonları yaratıldı. Bu form artık gençler tarafından benimsenmiş ve kullanılmaktadır. Artık bir başkaldırı ve isyan simgesine dönüşen bu biçim yapısında, eksiklikler vardır. Biçimsel olarak Sol elin yumruk şekli hatalıdır sıkılmış bir sol el yumruğunu o şekilde kaldırırsanız elin parmakları dışardan görülür fakat bu çalışmada tam tersi durum mevcut. Fakat sonrasında yapılan bir kaç eklemelerle düzeltmeler yapılmıştır fakat yinede kol sakat gibidir.

Kırmızı rengin dinamik ve uyarıcı gücü kullanılmış, siyah rengin keskinliğide söylemek istedikleri sözcüklerde hayat bulmuştur.

Dönemin bu genç hareketi afişleri halka seslenmekte sloganları görselleştirmekte politik talepleri desenlere dönüştürmektedir. Gençlik hareketinin gelişimi ve iletişim ihtiyacının bu yöntemle etkili olduğunun görülmesi tasarımcıları ve grafik sunum tekniklerininide beraberinde geliştirmiştir.

1969 yılı boyunca, FKF Ankara, İstanbul ve İzmir'deki hemen hemen tüm üniversite ve yüksekokullarının birçok biriminde örgütlenen, Milli Demokratik Devrimciler aşağıdan kitle mücadelesi içinden gelerek egemenliklerini gerçekleştirdiler.

Bu tartışmalar sırasında, her iki grup tarafından eleştirinin üzerinde tutulan Mihri Belli, Kurultay sonrasında ve Aydınlık dergisinde yaşanan parçalanma sürecinde Mahir Çayan ve arkadaşlarının safında yer aldı.

1969 yılı itibari ile önderleri başında Deniz Gezmiş, Mahir Çayan, Harun Karadeniz, Gün Zileli, Yusuf Küpeli gibi isimlerin bulunduğu gençler artık sol hareketi ele geçirdiler. Bu dönemde şehirlerde artan eylemler, köylere de sıçradı. Büyük toprak sahipleri karşısında adil değişim talep eden köylü mücadelesinin bu dönemdeki en büyük destekçisi ve işbirlikçisi gençlik ve gençliğin temsil edildiği örgütler oldu. Özellikle FKF ve daha sonra Dev-Genç'li öğrenciler haber aldıkları her köylü mücadelesinde kendilerini köylü mitinglerinde veya toprak işgallerinde buldular.



Resim 43: Süt ağalığına son afişi.

1969 yılında radikal kitlesel eylemler halinde gerçekleşen gençlik hareketleri, 1971 yılıyla birlikte değişik boyutlar kazanarak tırmandı. Bireysel ve maceracı eylemlerin ön plana çıktığı bu dönemde Deniz Gezmiş, Yusuf Arslan, Sinan Cemgil ve Hüseyin İnan İstanbul’da bir banka soydular. Banka soygunlarının devam ettiği süreçte, 4 Mart’ta Ankara Gölbaşındaki ABD üssünde görevli olan dört er kaçırıldı.

Bu olayı Silahlı Kurtuluş Savaşı’nın başladığını ilan eden Mahir Çayan’ın kurduğu Türkiye Halk Kurtuluş Ordusu (THKO) üslendi.

Sonuç olarak söyleyebiliriz ki; 1960 yılında 27 Mayıs öncesindeki olayları yaratan ve büyük bir sosyal güç haline gelen gençlik, 1960 sonrasında da bu etkinliğini sürdürdü. Bu yıllarda Türkiye’nin önündeki temel sorunun “kalkınma” olduğunu düşünen gençler, hürriyet olursa ülkenin kalkınacağı düşüncesinden yola çıktılar. Ancak 1964 ve 1965 yıllarına kadar geçen sürede, temel sorunun hürriyet sorunu değil, ekonomik sorun olduğunu anladılar, ekonomik sorunların üzerine gittiler ve birçok ekonomik sorunu incelediler. Bu incelemeler sonrasında birtakım çıkar grupları ve sömürü olayı ile karşılaştılar. Bu gerçeklik onları anti-kapitalist ve daha sonra sosyalist bir çizgiye getirdi. (Karadeniz, 1975: 248).

Özellikle 1965 ve 1967 yılları, gençliğin yurt ve dünya sorunlarını okuyup, inceleyip öğrendiği ve genel hatlarıyla Marksist bir çizgiye sahip olduğu yıllar oldu.

1968 ve 1969 yılları ise, gençliğin en bilinçli seviyeye ulaştığı ve en hareketli eylemleri gerçekleştirdiği yıllar oldu. Marksizm ve Leninizm üzerine yoğun tartışmaların yapıldığı bu dönem sonrasında, radikal bireysel eylemler arttı, fikir ayrılıkları belirginleşti ve parçalanmalar yaşandı.



Resim 44: ODTÜ öğrencileri.



Resim 45: ODTÜ öğrencileri.

Devrimci Gençlik Hareketi, başlangıçta TİP'e yönelik sempatiyle başladı. Daha sonra Milli Demokratik Devrim saflarında yer alacak gençlik liderlerinin önemli isimleri (Deniz Gezmiş, Doğu Perinçek vb.) ilk olarak TİP'e yöneldiler.



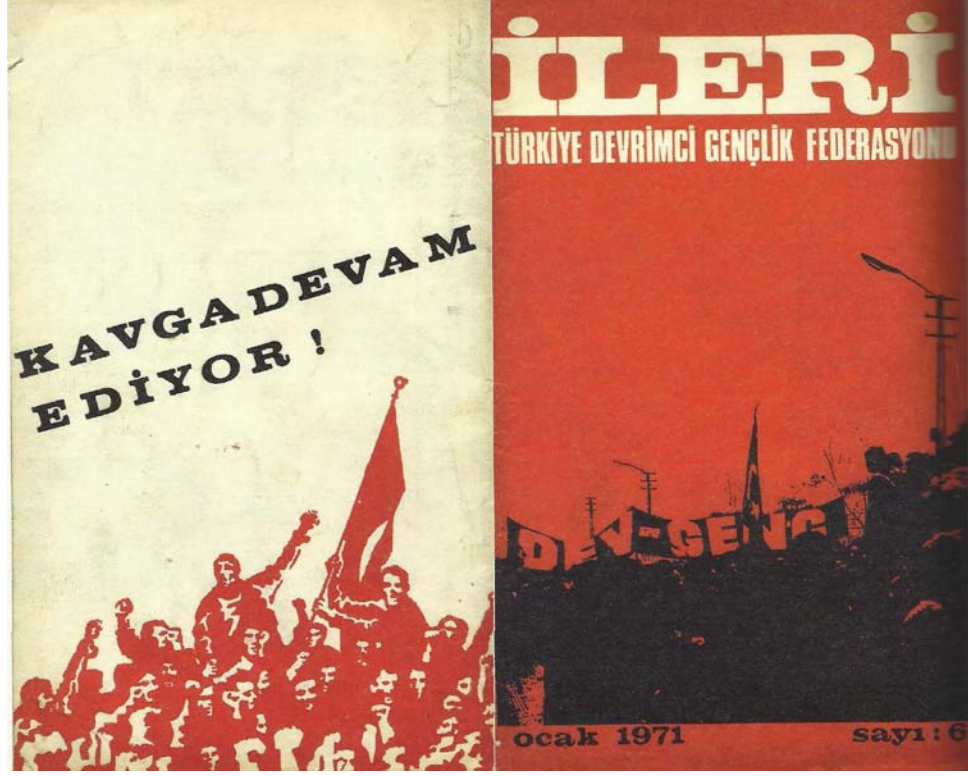
Resim 46 DEV-GENÇ Afişleri.

Ancak, TİP'i Milli Demokratik Devrim hareketinden ayıran çok önemli noktalar vardı. Bunlar içerisinde hatırlanacak olursa en önemlisi, TİP'in sosyalizmi seçimle kuracağı savına sıkı sıkıya bağlı kalmasıydı. TİP sosyalizmin ancak parlamentarist bir yöntemle yani seçimle gerçekleşeceğine inanıyordu. Milli Demokratik Devrim hareketinin önderleri ise daha eylemsel bir yöntem benimsiyorlar ve TİP'lileri pasif bir tutum takınmakla suçluyorlardı. 1969 seçimler sonuçları da onların bu suçlamalarına destek verir nitelikte oldu.

1969 seçimlerinde, seçim sistemindeki değişikliğin de etkisiyle (milli bakiye sisteminin terk edilmesi) TİP'in beklenenin altında bir oy çoğunluğu elde etmesi, gençliği hayal kırıklığına uğrattı, TİP'in 1969 seçimlerinde yaşamış olduğu bu düşüş gençlik içerisinde Milli Demokratik Devrim görüşünü güçlendirdi, gençliğin bu saflara geçişinde önemli bir etkide bulundu.

Özetle, 1960'lı yıllarda kendini küçük burjuva sınıfı içerisinde tanımlayan ve sınıfsal niteliğinden dolayı yerini işçi ve köylü sınıfının yanı olarak belirleyen gençlik, Türkiye'nin gerçeklerini de göz önüne katarak sosyalist olma gerekliliğine inandı. Başlangıçta, sosyalist bir parti olduğunu savunan TİP'e ilgi duydu, ancak TİP'in eylemlerden uzak duran tavrı neticesinde, 1966 sonrasında yoğun bir şekilde taraftar toplayan, eylemsel bir çizgiyi savunan Milli Demokratik Devrim saflarına geçti. Her fırsatta köylünün, işçinin mücadelesinin yanında yer aldı, büyük kitlesel eylemlerde bulundu. Ancak, 1970 sonrası bu eylemlerin nitelik değiştirmesi, maceracı, bireysel bir çizgiye yönelmesi Türkiye'de 27 Mayıs sonrası gerçekleşecek yeni bir askeri müdahalenin zeminini hazırlayan etkenlerden oldu.

6.6. Dev-Genç



Resim 47: İleri Dergisinin Kapak Çalışması.

Türkiye Devrimci Gençlik Federasyonu (TDGF) ya da daha yaygın ismiyle Devrimci Gençlik (DEV-GENÇ), 1965'in sonlarında kurulan FKF (Fikir Kulüpleri Federasyonu) içerisinde yer alan öğrenciler tarafından dönemin özgünlüğünde kimi fikirselle ve mücadele pratiğine dair ayrılıklar üzerine kurulan, üniversiteli sosyalist gençlik örgütlenmesidir. Yasal olarak bir dernek formunda olsa da daha sonraları genişleme göstermiş, yaygınlaşmış ve üniversite dışına da taşmıştır. Emperyalizme, Faşizme ve Oligarşiye karşı mücadele eden ve devrimci çizgide olduğunu belirten Dev-Genç, 70'li yıllar boyunca başta üniversiteler olmak üzere gençliğin içerisinde yer aldığı en geniş kitlesel mücadele örgütü olmuştur. Dev-Genç'in 1968 kuşağı ile birlikte içerisinde farklı grupların çeşitliliği bir yandan Türkiye devrimci tarihine THKP/C, THKO ve TKP/ML gibi örgütleri kazandırıp, bu örgütlerin birbirleriyle dayanışma içerisinde olmasını sağlarken; diğer yandan Türkiye'nin dört bir yanında onlarca gençlik önderi çıkarmıştır. 1974'ten sonra ise THKP-C tutuklularının

cezaevinden çıkmasının ardından bu yapılanmanın siyasi iradesinin egemenliği ve örgütlenmesi sürmüştür. Darbeye geline süreçte Dev-Genç'liler Devrimci Yol rgtnn kadroları haline gelmiş, sonraki dönemlerde devrimci harekete ideolojik olarak koşutluğunu sürdürmekle birlikte kendi politik bağımsızlığını korumuştur.(
www.wikipedia.com)

VII. BÖLÜM

7.TÜRKİYEDE 1960-1980 DÖNEMİ DEMOKRATİK KİTLE ÖRGÜTLERİNİN SİYASETLE İLİŞKİSİ SONUCUNDA KULLANILAN KAVRAMLARIN VE AFİŞLERİN SÖYLEŞİLERLE İNCELENMESİ

7.1. Söyleşiler

7.1.1. Hasan Barutçu

Politik amaçlı yapılan ilk afişinizi hatırlıyor musunuz? Politik afişler ilk nasıl doğdu?

Taylan ÖZGÜR için yapılan afiş hem manevi anlamda hem de teknik anlamda bizler için çok önemlidir. Afiş, “ODTÜ Devrimci Afiş Atölyesi” nin başyapıtı sayılabilir. “Taylan ÖZGÜR- Emparyalizmi Yıkacağız” adlı afişinde sınırlı olanakları değerlendirdik; renkler üst üste basıldı, kırmızı, canlı ve gözegelebilirli ayrıca “sol”u çağrıştırmaları bakımından bizler için önemliydi.

Afişte beş renk kullandık ama bu renkler ayrı ayrı kullanılmadı. Renkler girift olarak verilerek farklı renkler oluştu böylece aslında ilkel bir trikromiydi.

Bu afiş, neden sizin için önemliydi çünkü çok net ve heyecanlı anlatıyordunuz?

Çünkü serigrafî ile yaptığımız bir çalışmaydı.

Afişler o dönemde neden bu kadar önemliydi?

Çünkü o dönemde televizyon, radyo vb. iletişim araçlarını kullanarak seslenmek istediğimiz halka ulaşamıyorduk bunun için de düşüncelerimizi bizim gibi düşünenele paylaşmak için “afiş”i kullandık. Hazırlanan afişler mücadelenin önemli bir parçasıydı aslında.

Amaç afişlerle iletişim dili yakalamaksa ve politik talepleri desenlere aktarmaksa peki bu desenleri neye göre belirliyordunuz ve neye dikkat ediyordunuz?

Yapılan çalışmaların bazıları konuluydu: köylüyse yaba, işçiyi temsil edecekse anahtar, evrensel bir sembol olmasından dolayı bunu kullanıyorduk. Öğrenci talepleri ya da eylemleri ile ilgili bir çalışma yapıyorsa öğrencilerin istekleri doğrultusunda belirlenen sloganlara yer veriyorduk. İşçi, köylü ile ilgili desenlemeler yaptıysak işçi, köylü halk kalabalığını desenliyorduk ve onlarla ilgili sloganlar yazıyorduk. Buna iyi diyebileceğimiz tasarımını benim yaptığım on afişten oluşan seriyi örnek verebiliriz.

O dönemde kullandığınız, afişlerden elinizde olan var mı?

Bazılarını koruyabildik ancak bazılarını da 12 Mart'tan sonra yakıldı, yok edildi. Dönemin koşullarını düşündüğümüzde korku ve kaygıdan kaynaklanan bir davranış şekliydi bu.

Afişleri tasarlarken asıl amacınız ne olurdu, hangi slogan olsun, hangi yazı tipi olsun, renkler neler olsun burada dayanağınız neydi?

Bu afişleri tasarlarken endişemiz hep "güzel" olsundu. Desenlerin oluşumunda da yine birlik beraberlik vardı. Ben çizime başladım, arkadaşlar da devam ederdi. Kimin aklına bir fikir gelirse çizime devam ederdi burada da önemli olan emeği geçen tüm arkadaşların içine sinmesiydi. Bu yüzden de ısmarlama işler yapmazdık, içimize sinen bizi yansıtan işler yapardık.

Dönemin afişlerinde, dergi ve kitap kapaklarında çekiç, sıkılmış yumruk çizimleri, işçi figürleri, dişli çarklar, güvercin, haykıran insan resimleri, zincir, el çizimleri, başak vb. sembollere yer vermenizin nedeni nedir?

Kullanılan sembollerde temel yine insandı aslında köylü kendi kullandığıyla öğrenci de kendi kullandığıyla temsil ediliyordu.

Dönemde kullanılan meşhur bir “Dev – Genç” figürü vardı, bu figürün bu kadar sahiplenmesinin nedeni sizce neydi?

Gençler bu figürle kendilerini özleştirmişlerdi, orada da bir genç vardı ve o da haykırmaktaydı. Bu haykırış aslında söylenemeyen, içte kalanların yansımasıydı. Bu desen çok benimsenmiştir gerçekten, gençler çok sevdi. Ancak bu deseni ben çok beğenmiyorum. Şimdi biliyorum ki nedenini soracaksın hemen anlatayım. Desende figürün kolu dönmüş gibidir. Kolu öyle kaldırırsan eğer yumruğunun ön yüzünün görünmesi gerekir aslında, grafik ve desen bilgisizliğimizden bu figürün kolu sakat gibidir. Bu bir protestti ve “Protesto ediyorum.” diyordu.

Bir başka eleştirim de o dönemde öğrenciler, bildiğiniz öğrencilere benzerlerdi. Bıyıklı, kısa saçlı, çatık kaşlı değildi. Şunu söylemeden de geçemeyeceğim Türkiye’de yanlış bilinen “Sağ Yumruk Sol Yumruk “ mevzumuz da var. “Sosyalistler sağ yumruk kaldırır.” diye bir yaklaşım vardı o dönemler, uluslararası olarak bu doğru bir şeydi ama Türkiye’de bunun tersi oldu. Eylemlerde, mitinglerde, grevlerde, işgallerde biz solcular olarak sol yumruğumuzu kaldırırırdık, sağcılar ise sağ yumruğunu kaldırırdı. Türkiye’de bu durum ters olarak yansımıştı ve bu durum içgüdüsel olarak gelişmiştir.

Dönemin sendikal hareketlilikleri hakkında yaşamış biri olarak fikirleriniz nelerdir?

Sendikalarla 1966-1967’den sonra dönemin gençliği olarak ilişkimiz oldu. Artık halkla birleşmiştik, ağaların işgalleri, iş verenin ücretsiz çalıştırması vb durumlar o dönem içerisinde greve çıkmamıza ve işgallerde bulunmamızı sağlıyordu. İşçiler fabrika işgal etmişlerdi bizler de duyunca destek vermeye gittik. Sonbahar aylarıydı propaganda yapmak için avluya toplanmışlardı bizler de onlarla birlikte oturduk. Geç saatlere doğru bir işçi elinde sopalar, demirle karşımda duruyor. İşte o an şunu fark ettim: “Bizdeki küçük brjuva kafasıydı!” oysa işçilerin zincirden kaybedecek hiç bir şeyleri yoktu, ben kimseye vuramazdım ama onlar yapabiliirdi. Genç işçi sopasına bakarak ayağa kalktı: “Ben bir imamın oğluyum, arada ben de ezan okuyorum o zaman ben gerici mi oluyorum, genç kardeşlerim biz sizi daha iyi tanıdık, size komünist diyorlardı ama siz komünist değilsiniz.” Bu olaydan sonra

anladık ki sadece çok kültürlü olanlara seslenmekten ziyade halka yönelik okunaklı ve anlaşılabilen çalışmalar yapılmalıydı.

Katıldığınız işgallerle ilgili olarak hatırladığınız bir afiş çalışması var mıdır?

Evet, olmaz olur mu, tamamı komik olan bir çalışma var. O dönemde köylüler Kars'ta miting yapıyor; sütler ağaların emri altında köylüler ayaklanıyor. Ona bir afiş lazım biz de "Oturup bağdaş kurup elinde tesbihi olan arkasında bir tane inek, ağa da ona yaslanmış, oturuyor." Böyle bir afiş tasarladık, kimse de kalkıp "Bu ne?" demedi.

Yapılmış olan afiş, kitap kapağı çalışmalarında "silah" figürüne yer vermeyişinizin bir nedeni var mıdır?

Silah savunma amaçlı olduğu için vardı ama var olan silahlar hiçbir mitingte polise karşı kullanılmadı. "Silah", sol gençlik için hiçbir zaman sembol değildi. Bundan dolayı "Dev-Genç"e mal olan figürün eline silah verilmiş olsaydı, öğrenciler peşinden gelmezdi.

Mücadelenizin günümüz kuşaklarına yansımaları oldu mu sizce?

Biz bir kıvılcımdık ve bugün hala Amerika ve AB karşıtı bir tepki varsa bu durum bizim kuşağın etkisidir ve birbiri için yaratılmıştır.

Günümüz afiş çalışmaları hakkında ne düşünüyorsunuz?

Olaylar çarpıtılıyor, kavramların içeriği değiştiriliyor, kavram kargaşası çok fazla ne yazık ki her tanıma bir afiş üretilabiliyor artık.

Hasan Bey, tanıştığımıza çok sevindim katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

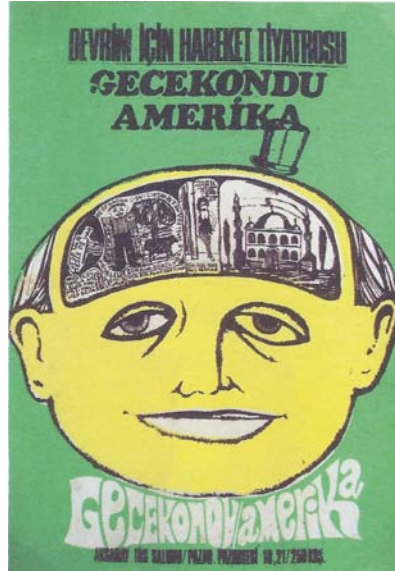
7.1.2. Prof. Dr. Sadık Karamustafa

Çalışmalarınızı incelerken “Devrim için Hareket Tiyatrosu (DİHT)” afişleri dikkatimi çekti. DİHT’nin sizin hayatınızdaki yerini bizlerle paylaşır mısınız?

DİHT, 1968 Eylül’ünde İstanbul’da bir grup genç tarafından sokak tiyatrosu olarak kuruldu. Benim aslında tiyatro ile pek de bir ilgim yoktu asıl amacım dekor, afiş, kostüm gibi işleri yapmaktı fakat sonrasında bu tiyatroda oyuncu olarak da deneyimim oldu.

DİHT için yaptığımız ilk afiş çalışmasını bize anlatır mısınız?

Yaptığım ilk afiş, ABD büyükelçisi Komer’in arabasının yakılması ve bunun üzerine düzenlenen etkinliğe DİHT’nin davet edilmesiyle ile afiş tasarımına ihtiyaç duyuldu. Dönemin ikonu haline gelmiş olan ve Amerika’nın temsilcisi olan Süleyman DEMİREL’in illüstrasyonu vardı. Sarı, yeşil renkler kullanmıştık. “Gecekondu” oyunu için tasarlanmış bir afiştii bu.



Resim 48:“Gecekondu” oyunu. Sadık Karamustafa



Resim 49:“Köprü” oyunu. Sadık Karamustafa

Yine aynı dönemde “Köprü” oyunu için tasarladığım bir diğer çalışma vardı. Linolyumdan oyulma, boğaz köprüsünün yapımına başlanıyordu bizde niye olması gereken yerde değilde burada köprü kuruluyor diye bu oyunu oynamıştık. Doğuda bir yere asma köprü yapılmıştı o zamanlar. Dikkat ederseniz çalışmada gün ve ay tarihleri var fakat yıl belirtilmemiştir. Nedense yıl koymazdık, belkide arşivleme mantığımız olmadığı içindi.

Birtakım klişeler vardır elbette, savaşın ki yumruk, barışın temsili ise güvercindir. Yumruğu çok kullanırdık. Bir şeye karşı duracaksak hemen yumruk figürü kullanırdık. Dişli çarkları, şapkalı, tulumlu işçi figürlerini, şişman kapitalist, politikacı, kırmızı bayrak vb. desenleri tasarımlarımızda görsel olarak kullanırdık.

Dönemin sendikalarıyla nasıl bir bağlantınız vardı?

Sendikalarla işbirliği yapıyorduk. Bizden desen talep eden hangi sendika ise konu değişebiliyordu. Mesela 1 Mayıs'ta Bank-Sen'e, Genel İş'e yaptığım afişler, 1976 yılına DİSK'nin düzenlediği 1 Mayıs afişlerinin tasarlanmasında Gülsüm KARAMUSTAFA'nın ve benim işlerimiz vardı ve basıldı. DİSK'nin düzenlediği 1 Mayıs Afiş Yarışması'nda her ikimizin çalışması da mansiyon ödülüne layık görülmüştü. DİSK'e bağlı Maden İş sendikasının kurucusu Ali ÖZGENTÜRK'tü. O dönemde Maden İş'e yaptığımız çalışmalarını malesef bulamıyoruz.

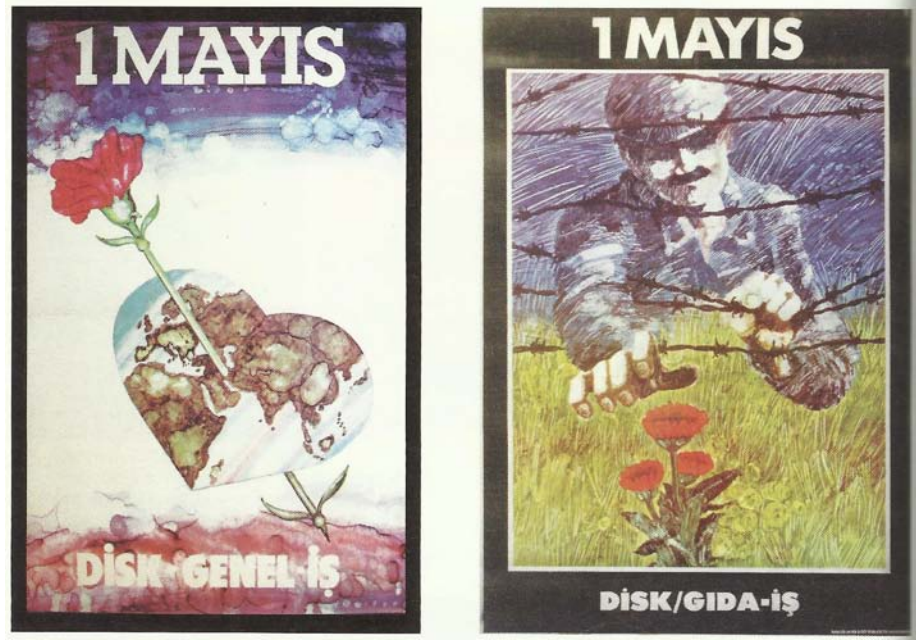


Resim 51: Sadık Karamustafa'nın Bank-Sen için hazırladığı afiş çalışması.

Yine bu dönemde Bank-Sen'e yaptığım bir çalışmam mevcut, yasakları simgeleyen dikenli tel bir yerde hayat bularak canlanıyor ve bir gül büyüyor ucunda. Tekstil Sendikası, DİSK, THY Sendikası, Barış Derneği, Birikim Dergisi ve Bağımsız Türkiye Dergisi'ne tasarımlar yaptım. Yani politik desenler, hayatımın her

aşamasında devam etmiştir. Bu çalışmaların çoğunda renk sınırlamalarına gitmedim. Renk bende çoktur. İllustrasyona da meraklıyım ve çok fazla kullanırım.

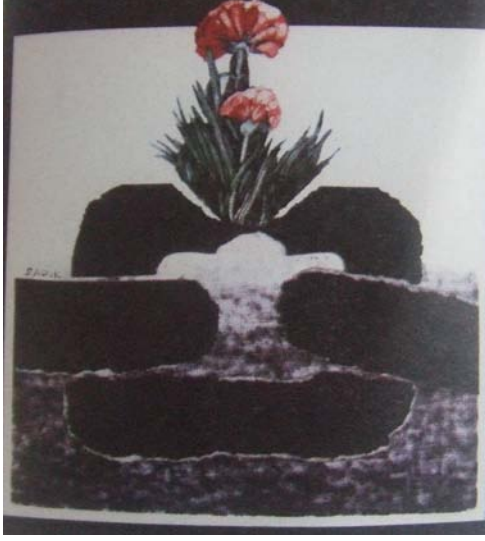
Sadık Bey, tanıştığımıza çok sevindim katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.



Resim 52: Çeşitli sendikalar için hazırlanmış, Sadık Karamustafa'nın Tasarımları



Resim 53: Sadık Karamustafa'ya ait 1977 yılında Tekstil Sendikası'nın dergi kapaklarına yapılmış olan çizimler.



Resim 54: Sadık Karamustafa'ya ait Bank-Sen Sendikası için tasarlanmış afişler.

8. SONUÇ

Sendikaların siyaset ile ilişkisine ve sınıf mücadelesi içindeki katkısına tarihsel açıdan bakıldığında; sanayileşmeyle birlikte önce işçi hareketlerinin başladığına ve bu hareketlerin sonucunda sendikaların ortaya çıktığı ve daha sonrasında siyasal partilerin şekillendiği görülür.

Sendika-siyaset ilişkisinin sendikaların oluşumundan bu yana çeşitli düzeylerde olması farklılıklar gösterebilir her ülkenin kendi tarihsel-toplumsal koşullarına özgü şartlarda meydana gelmiştir. Etkileri farklı farklı olsa da sendika-siyaset ilişkisi tarihi süreçte kopmamıştır ve kopmayacağını da belirtmek gerekmektedir.

Karşıtların birbirini yaratması mantığıyla değerlendirecek olursak, sendikalar ve sendikal hareketler siyaseti, siyaset de sendikaları ve sendikal hareketleri etkilemiş ve beslemiştir. Hatta bazı zamanlar değiştirip dönüştürerek ciddi bir güç haline getirmiştir. Sendikalar her ülkenin kendi koşullarında oluşan siyasal durum içinde egemen olan güçlerden etkilenmiştir.

Tüm bu sendika-siyaset ilişkilerinde ve gelişen işçi, sınıf mücadelesinde yapılan eylem ve grevlerde sınıf bilincini yaygın hale getirmek için çalışmışlardır. Bu dönemlerde büyük kitlelere ulaşmanın en kolay yolu, afişlerin kullanılması olmuştur.

Elde edilen verilere göre; görsel iletişim ve algılanabilirlik genel olarak, grafik elemanların (kelime, cümle, harf, noktalama işaretleri, renk gibi) doğru ve disiplinli kullanılmasıyla ilgilidir. En önemli görsel güç olarak, hızla imgenin yerini alan, nesnel ve yararlı iletişim elemanları olarak bilinen harfler ve sözcükler, tipografinin zamanla daha çok önem kazanmasına yol açmıştır.

1960-1980 döneminde afişler, görsel bir iletişim aracına dönüşmeye başlamıştır. Birçok tasarımcıya göre grafik tasarım ürününün tasarım kaygısı ile engellenmeden, mesajı okuyucuya doğrudan aktarabilmelidir. Ancak mesajı doğru aktarabilmek için algılanabilir dolayısıyla da yalın ve anlaşılır olması çok önemlidir.

Afişler bir tür kitle iletişim aracı olarak görev yapmaktadırlar. Afişler, toplumlar ve insanlar üzerinde ideolojik ve estetik bir etkilenme yaratmaktadır. Bu nedendenirki bireyleri etkilemekte düşünme biçimine etki etmektedir. Bu yönüyle iyi bir propaganda aracı olmaktadır. 1960-1980 dönemlerinde geniş kitlelere hitap edebilen afişler, yine bu kitlelere önemli olay ve bilgileri aktarmada kullanılan değerli görsel iletişim araçlarından biri olmayı başarmıştır.

Dönemin tüm görsel iletişim kanallarına bakıldığında renginde söylenenlere aktarılmak istenen düşüncelere destek verdiğini görmekteyiz. Renkler tüm bu çalışmaları, anlamlı ve anlaşılır kılmada yardımcı olmuş ve bizlere dönem hakkında fikirler vermiş simgesel iletişimi oluşturmuşlardır. Renkler ve biçimler toplumsal iletişim sürecini devam ettirmede önemli roller üstlenmişlerdir. Politik iletişimi ve bilgi aktarımını sağladığı için demokratik kitle örgütleri, sendikalar, vb. kurum ve kuruluşlar, bayraklarında, amblemlerinde ve kullandıkları diğer görsel iletişim kanallarında rengin sembolik anlamlarını önemsemiş ve kullanmışlardır.

Tıpkı renkler gibi sembollerde kitle iletişiminde önemli bir yere sahiptir. Semboller iletişim kurmak amacıyla oluşturulmaktadır ve evrensel düzeyde ortak bir dil olarak kullanılmaktadır. Siyasette de propaganda aracı olarak, yeni olanı kitlelere aktarmada ve kalıcılığını sağlamada kullanılmışlardır. İnsanlar, içinde buldukları toplum ve kültürüyle yoğrularak kendi sembol sistemlerini yaratmaktadır. Bu semboller toplumların düşüncelerine, inançlarına ve yaşamışlıklarına bağlı olarak gelişim göstermektedir. Görsel bir algıdan öte bir çeşit iletişim kanalı olan sembollerin kaynaştırma bir araya getirme yani sosyalleştirme misyonu taşıdığına görmekteyiz.

Sonuç olarak her tasarım “Mesaj” kaygısı güder. Bu mesaj, görseldir. Bu tasarım unsurları, okudukları ve sözle yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir. Çok yönlü dinamik bir yapıya sahip bir iletişim aracı olan afişlerde, gazete, dergi kapaklarında ve amblemlerde okunabilirlik ve algılanabilirlik, iletişimi doğru sağlamak açısından çok önemlidir.

9. KAYNAKÇA

- ABADAN, N. (1968). “*Dünyada ve Türkiye’de Gençlik*” , Milliyet, 20 Mayıs 1968, s.2
- AKALIN, C. (1995). *Düşler ve Gerçekler Tanıklarıyla Dünya’da ve Türkiye’de 68*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- AKARCALI, S. (2003). *2. Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- AREN, S. (1993). *TİP Olayı 1961–1971*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- ARNHEİM, R. (2007). *Görsel Düşünme*. İstanbul: Metis Yayınları.
- ATABEK,N, DAĞTAŞ, E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.
- AYDOĞANOĞLU, E.(2009). *Sendika Siyaset İlişkisi*. Ankara: Mattek Matbacılık Bas.Yay.
- AYSAN, Y.(2013). *Afişe Çıkmak 1963-1980: Solun Görsel Serüveni*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- AYSAN, Y.(2008). *‘68 Afişleri ODTÜ Devrimci Afiş Atölyesinin Öyküsü*. İstanbul: Metis Yayınları.
- BAŞARAN, İ,E (1991). *Psikoloji*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları. Yay.no: 509/238
- BAUDRILLARD, J. (2006). *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- BECER, E. (2005). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- BEKTAŞ , D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BERGER, J. (2005). *Görme Biçimleri*. İstanbul: Metis Yayınları.
- BERGER, J. (2007). *Sanat ve Devrim*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- BORTOLI, M.D. AND MAROTO J. “*Colours Across Cultures: Translating Colours in Interactive Marketing Communications,*” presented at *Proceedings of the European Languages and the Implementation of Communication and Information Technologies (Elicit) conference*. University of Paisley, 2001. www.globalpropaganda.com Erişim Tarihi:10.12.2012.

- CASSIRER, E. (1980). *İnsan Üstüne Bir Deneme*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- CLARK, T. (2004), *Sanat ve Propaganda*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- COHEN, P.A. (1999). *Topluluğun Simgesel Kuruluşu*. Ankara: Dost Yayınları.
- COŞKUNER, S.(1995). *Renkler ve Kişiliğiniz*. İzmir: Site Ofset.
- ÇALIŞLAR, O. (1969) “*Oportünizmin Sonu ve Önümüzdeki Meseleler*”, Türk Solu, Yıl 2, Sayı 81, 3 Haziran 1969.
- ÇELEBI, N. (2007). *Sosyoloji Notları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- ÇELİK, A. (2010). *Vesayetden Siyasete Türkiye’de Sendikacılık (1946-1967)*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- ÇELİK, A. , AYDIN, Z. (2006). *Paşabahçe 1966 Gelenek Yaratan Grev*. İstanbul: Tüstav Yayını.
- ÇETİNKAYA, H. (1986). *Sancılı Yıllar (1965-1971)*. İstanbul: Tekin Yayınevi.
- ÇİTOĞLU, S. (2008). *1945 Yılı Sonrası Afişlerdeki Renklerin Psikolojik Boyutları*. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Grafik Eğitimi Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- ECZACIBAŞI Sanat Ansiklopedisi.(3.cilt).(1997). İstanbul:Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları.
- FINLAY, V. (2007). *Renkler*. İstanbul: Dost Kitabevi.
- GÜNDOĞMUŞ, A. (1992). *Sendikalar,Kitle Örgütleri Ve Kitle Mücadelesi*. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- GÜRAN, K., GÜRCÜM, K. (1994). “68 Neydi?”. Teori, Sayı 49, Ocak 1994, s.66–74.
- GÜZEL, M.Ş. (2010). *Mayıs ’68*. İstanbul: Kibele Yayınları.
- HALİL, G. (2009). *Günlük Hayatımızı Dünyamızı Değiştiren Etkileyen Semboller*. İstanbul: Dharma Yayınları.
- HOLLİS, R. (2005), *Graphic Design A Concise History*, London: Thames &Hudson.
- İŞIKLI, A. (2005). *Gerçek Örgütlenme Sendikacılık*. Ankara: İmge Kitabevi.
- İPEKÇİ, A. (1968). “*Temeldeki nedenler*”. Milliyet, 21 Mayıs 1968.

- KANAT , A. (2001). *Renk ve Duyu Psikolojisi*. İzmir: İlya Yayınları.
- KARADENİZ, H. (1975). *Olaylı Yıllar ve Gençlik*. İstanbul: May Yayınları.
- KARAMAN, S. (1968). “*Türk Solu ve Milli Demokratik Devrim*”. Türk Solu, 19 Kasım 1968.
- KETENCİ , H. F., BİLGİLİ , C. (2006). *Yongaların 10.000 Yıllık Gizemli Dansı Görsel İletişim & Grafik Tasarım*. İstanbul: Beta Basım AŞ.
- Liz , McQuiston. (1995). *Graphic Agitation: Social and Political Graphics since the Sixties*, Phaidon Press Limited, London.
- Liz, McQuiston. (2004). *Graphic Agitation 2: Social and Political Graphics in the Digital Age*, Phaidon Press Limited, London .
- MAHIROĞLU, A. (2005). *Cumhuriyet'ten Günümüze Türkiye'de İşçi Sendikacılığı*. İstanbul: Kitabevi.
- MUTLU, E. (1998). *İletişim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınları.
- ÖTKÜNÇ, C. (2007). *Türkiye'de Sendika-Siyaset İlişkisine Bir Örnek: 1970'li Yıllarda DİSK'in Türkiye Siyasetine Etkisi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- ÖZER, D. (2012). ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi. Cilt: 3 Sayı: 6 Aralık 2012 sf.269 Issn: 1309-9302 <http://sobiad.odu.edu.tr>
- RIZVANOĞLU, K. (2001). *Propaganda Afişlerinin Tarihsel Gelişimi: Başlangıcından 1968'e*. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı Grafik Programı Yüksek Lisans Tezi.
- SABLE, P., AKÇAY, O. (2010). “*Color: Cultural Marketing Perspectives as to What Governs Our Response to It*”, Proceeding of ASBBS, Volume 17, Number 1, ASBBS Annual Conference: Las Vegas, pp 950-954.
- SÖZEN, M. (2003). *Sinemada Renk ve Sembolik Anlamlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- TANRIKULU, M. (2009). *Grafik Tasarım Ürünlerinden Afişin Bir Propaganda Aracı Olarak Kullanılması*. Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- TARHAN, N. (2003). *Psikolojik Savaş Gri Propaganda*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- TÜRK DİL KURUMU SÖZLÜĞÜ, (1998). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- TEPECİK , A. (2002). *Grafik Sanatlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

TOPÇU, N. (2001) “*Fransızca ve Türkçe Renk isimleri içeren Deyimlerin Karşılaştırılmalı incelenmesi*”. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 20:131-140.

“Türkiye Sendikacılık Ansiklopedisi”, Cilt I, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul 1996.

“Türkiye Sendikacılık Ansiklopedisi”, Cilt II, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul 1996.

UÇAR , T. F. (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılap Yayınevi.

USTAOĞLU, E. (2007). *Renklerin insan Yaşamındaki Yeri*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

WEİLL, A. (2007). *Grafik Tasarım*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

YILDIRIM, İ. (2011). *Eğitim Psikolojisi*. İstanbul: Anı Yayıncılık.

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Dev-Gen%C3%A7>

GÖRSELLERİN YARARLANILDIĞI YERLER

AYSAN, Y.(2013). *Afişe Çıkmak 1963-1980: Solun Görsel Serüveni*. İstanbul: İletişim Yayınları.

DİSK

İNTERNET

10. ÖZGEÇMİŞ

14 Ocak 1979 yılında Ankara'da doğan Cahide TUNÇ, lise eğitimini Pertek Mustafa Kemal Lisesi'nde tamamladıktan sonra, ilgi duyduğu Güzel Sanatlara yönelmiştir. Üniversite eğitimini Kocaeli Üniversitesi Plastik Sanatlar Bölümü Resim Ana Sanat Dalından, 2007 yılında dereceyle mezun olmuştur. Mezun olduktan sonra 2011 yılında, Haliç Üniversitesi'nde Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Programı'nda Yüksek Lisans eğitimine başlamıştır. Fen Bilimleri Okulların'da Görsel sanatlar öğretmeni olarak çalışmaktadır.

2013 yılında Yüksek Lisan eğitimini tamamlayan Cahide TUNÇ, halen öğretmen olarak Fen Bilimleri Okulların'da çalışmakta ve aynı zamanda freelance Grafik Tasarım çalışmalarına da devam etmektedir.

