CUMHURİYET SONRASI GELİŞEN ÇAĞDAŞ TÜRKİYE'NİN GÖRSEL KİMLİK GÖSTERGELERİ; TÜRK GRAFİK TASARIMINDAN ÖRNEKLER

(VISUAL IDENTITY INDICATIONS OF TURKEY WHICH HAS DEVELOPED AFTER REPUBLIC; EXAMPLES FROM TURKISH GRAPHIC DESIGN)

Tülin CANDEMİR*[1]

ABSTRACT

Turkish Republic has made social, cultural and economic revolutions in the direction of social structuring after the war. Between 1923 – 1930 Turkey has followed liberal economic policy, and applied "state policy" in the term continuing from 1930 to 1950s. The opening to the outside has been realized in 1950 – 60s with multiparty term.

Symbols have been formed by the aim of determining the identity of the people and stating the familiarity of small size institutions for industrial, commercial and economic developments to be adapted to social and cultural life and to be adopted. The visual identity guide coming out in this direction and removing sensational differences in the society has become the determinant of visual identity use in social platform. Advertisements becoming a cut above and becoming the road shower in the stage of transition of the society from traditional life to modern life have introduced both the institution or product and also placed examples from the people of modern life into the design.

The society desired to be seen by the Republic Turkey has been reflected on advertisements by Turkish graphic designers. These have realized by designers bringing national interpretations to universal syntheses in accordance with dimensions the world following international developments and globallizing has arrived in the communication. These designers are İhap Hulusi Görey, Mesut Manioğlu, Münih Fehim, Kenan Temizan, Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Sait Maden, Erkal Yavi, Aydın Erkmen and Bülent Erkmen.

*[1] Öğr. Gör., Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü, Antalya, e-mail: tcandemir@akdeniz.edu.tr

The Turkish society, whose general development was provided with the Republic and who was restructured with modern life, has formed models by means of advertisements and showed itself in designs and adopted these. The effects, which are the most important evidence of how the identity indications in advertisements have chenged a society, on Turkish society will be investigated.
Keywords: Design, Identity, Society

GİRİŞ

Türkiye Cumhuriyet'i 1923 yılından sonra yeni yapılanma ile Türk kimliğinin yeniden doğuşunu gerçekleştirmiştir.

Geleneksel yaşamdan modern yaşama geçiş aşamasında yasalar ve uygulamalar getirilir. Bu uygulamalar yeni kimliklerin oluşmasını sağlar. Yeni kimliklerin duyurulması, tanıtılması ve benimsetilmesi iletişim kanallarının kullanılmasını gerektirir. Bu amaçla Türk Grafik Tasarım ürünleri ile oluşturulan reklamlar istenilen modern ve çağdaş bir toplum seviyesi görsel bir kimlikle kazandırılmış olur.

Cumhuriyet Türkiye'sini İhap Hulusi Görey, Mesut Manioğlu, Münih Fehim, Kenan Temizan, Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş, Sait Maden, Erkal Yavi, Aydın Erkmen ve Bülent Erkmen gibi tasarımcılar eserlerinde yansıtırlar.

Reklamlardaki kimlik göstergelerinin bir toplumu nasıl değiştirdiğinin en önemli kanıtı olan Türk toplumu üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

ÇAĞDAŞ TÜRKİYE'NİN KİMLİK VE KÜLTÜR OLUŞUMU

Toplumsal kişilik (karakter) yapısı, nesnel, gözlemlenebilir bir gerçeklik alanı olarak anlaşılırsa; kimlik, bu gerçekliğin dışa vurması; ülke veya toplum imajı (imgesi) bu gerçekliğin, dışarıdan ve yabancılara algılanmasıdır… İmaj varlığın dışarıdan algılanması, kimlik ise varlığın kendi kendisini tanımlamasıdır (Güvenç, 2008:8).

Kimliğin bir madde bir nesne gibi bir öze sahip olduğunu düşünülür. Ancak etnik ve cinsel kimlikler gibi doğal olduğu düşünülenler de dahil olmak üzere hiçbir kimliğin ontolojik özsel bir gerçekliği yoktur, tüm kimlikler bir inşa ürünüdür (Bilgin, 2007;35).

Jan Assmann göre kimlik; Ben kimliği ve biz kimliği arasındaki fark hiçbir şekilde birinin "doğal", ötekinin kültürel bir yapı olmasında aranmamalıdır. "Doğal" kimlik yoktur. Aradaki fark, ortak kimliğin, kişisel kimlikte olduğu gibi kişinin bedeninin doğal, elle tutulabilirliğine dayanmamasıdır. Ortak kimlik sonuçta sembolik bir biçimlendirmedir. "Sosyal beden", görülebilir, elle tutulabilir bir gerçeklik olarak yoktur. O bir imge, bir hayali büyüklük, bir sosyal yapıdır. Ama bu haliyle gerçekliğin ta kendisidir (Assmann, 2001:132).

Ortak kimliğin oluşturduğu kültür ise Tylor göre; Kültür ya da uygarlık bir toplumun üyesi olarak insanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütün olarak çözümlemektedir (Güvenç, 1991:101).

Kültür kavramı; doğaya ait olmayan tüm insani olguları ifade ederken, dar kapsamlı kullanılışında, toplumsal yaşamda ekonomik, siyasal, hukuksal, dinsel olandan geri kalan alanı belirtiyor… 'İnsanın doğa üstüne eklediği her şeyi' kapsayan kültür, bir insan topluluğunun kullandığı teknikler, bina ve yapılar, giyim ve beslenme, sanat etkinlikleri ve semboller, düşünce ve davranış tarzlarının örgütlenmiş bir sistemini ifade ediyor; kültür bu toplulukta, sonradan kazanılmış davranış biçimlerinin bir bütününü belirtiyor. Kültür, insanların bir topluluğa aidiyetini ifade eden, "komünoter aidiyeti sabitleyen" inançların işaret ettiği ya da bir toplulukta paylaşılmış ortak değerler bütününe gönderen kültürdür (Bilgin, 2007;38).

Larousse ve Britannica'nin çevirilerine göre Türk Devrimi'nin bir kültür devrimi olduğu görülür. Türk ulusu bu devrimle uyanmadı; belki ilk kez doğdu. Türk Ulusu yoktu ki uyusun; uyumuyorduki uyanmış olsun. İlk kez doğan, büyüyen, kimliğini sorup araştırmaya başlayan ulusun önüne konacak, ona kim olduğunu söyleyecek kültür tarihleri henüz yazılmamıştı (Güvenç, 2008:11).

Atatürk'ün Batılılaşmaya ilişkin olarak gerçekleştirdiği eylemin iki yönlü olduğunu belirtiyor. Birincisi, toplumun güç dağılımını, dinsel-geleneksel nitelikten, çağdaş-demokratik (ve doğal olarak "Laik") niteliğe aktarmıştır…"Halk Egemenliği" kavramını, yeni toplumu yaratmakta temel öğe olarak kullanmıştır. Halkın egemenliği ilkesi, onun, bütün toplumsal, ekonomik ve siyasal güçleri, Batılılaşma yönünde güdümlemesine yardım etmiştir. Toplumun temel güç dengesini değiştirerek uyguladığı devrimlere karşı ortaya çıkacak direnmeleri de en aza indirmiştir. İkinci olarak, Mustafa Kemal, devrimlerini, bölük pörçük uygulamalar biçiminde değil, tutarlı bir bütünün anlamlı parçaları olarak sunmuştur topluma (Kongar, 2004:111).

Atatürk, Türk varlığının geleceğini ve güvencesini, "Yeni Türk insanını yaratma" sorunu olarak görmüştür…Tarih içindeki insan-kültür ilişkisini objektif olarak izleyen, bilimsel kavramlarla dile getiren Atatürk, yeni Türk insanını yetiştirecek, Türk kültürünü yaratmaya çalışmıştır. "Türkiye Cumhuriyetinin temeli kültür olacaktır" ama bu, imparatorluk döneminden miras kalmış, çağdışı hurafeler manzumesi değil, dünya milletleri ailesi içinde saygın yeri olan laik Türkiye Cumhuriyeti'nin yeni kültürü olacaktır. Atatürk'ün kendi sözleriyle:

Eski devrim dine karışmış masallarından, yaradılış ve varlığımızla ilgisi olmayan fikir ve inançlardan, Doğu'dan ve Batı'dan gelen etkilerden uzak, milli karakter ve tarihimize uygun bir kültür…

Atatürk asıl amacının kültür değişmesi olduğunu şöyle açıklamıştır:

Yapmakta olduğumuz inkilapların gayesi Türkiye Cumhuriyeti halkını, tamamen asri (çağdaş) ve bütün mana (anlam) ve eşkali (biçim ve görünüşleri) ile medeni (uygar) bir hey'eti içtimaiye (toplum) haline isal etmek (erişmek)'tir (Atatürk 1959)… (Güvenç, 2008:33-34).

Kışlalı (1993b), Altı Ok'u oluşturan Laiklik, milliyetçilik, cumhuriyetçilik ilkelerinin 1789 Fransız Devrimi'nden, halkçılık,, devrimcilik, devletçilik ilkelerinin ise 1917 Sovyet Devrimi'nden esinlendiğini; özetle Türk Devrimi'nin Liberalizm ile sosyalizmin sentezi olduğunu gösterdi. Biz bize benziyorduk, çünkü Türkiye Cumhuriyeti'nde, kapital (sermaye) sahibi orta sınıf (kentsoylu), sosyalizmi destekleyecek işçi sınıfı (ploterya), nasyonalizmin dayanacağı millet (ulus) bilinci, silahlı kuvvetlerle işbirliği yapacak endüstri kartelleri yoktu…Kemalizm'in ülküsünü şöyle özetliyordu, Atatürk.

Uçurumun kenarında yıkık bir ülke, türlü düşmanlarla kanlı boğuşmalar. Yıllarca süren savaş. Ondan sonra içerde ve dışarda sayılan, tanınan, yeni toplum, yeni devlet. İşte Türk Devrimi'nin kısa bir diyemi.

"En gerçek tarikat, uygarlık tarikatıdır" diyen Atatürk'e göre Kemalizm'in amacı, uygarlığın gerilerde bırakmış olduğu Rönesans, reform, aydınlanma, endüstrileşme, ulusallaşma evrelerine en kısa yoldan, en kısa zamanda ulaşmaktı. (Güvenç, 2008;233)

Çağdaş Medeniyet'in güçlü temsilcileri Batı'da bulunduğu için, çoğu örnekler oradan alınıyor, fakat ülke koşullarına uyarlanıyordu. Amaç, Batılılaşmak değil çağdaşlaşmak, asrileşmek yani asrın gereklerini yerine getirmekti. (Güvenç, 2008:37). Ülkemizde de toplumsal değişmenin başlatıcısı manevi (ideoloji) ögelerdir. Bunlar Atatürk tarafından topluma hazır olarak sunulmuştur (Kongar,1996:303).

1922-1935 yılları arasında Atatürk Devrimleri, Saltanat ve Hilafet'in kaldırılması, Şapka Kanunu, Tekke ve Zaviyelerin kapatılması, Türk Kadınının Medeni ve Siyası Haklarına kavuşması, Medeni Kanunun kabulü, Medreselerin kapatılması, Harf Devrimi, Güzel Sanatlarda yenilikler, Türk Dil ve Tarih Kurumlarının kurulması, Tarım Reformlar, Kılık Kiyafette değişiklikler, vb. gibi devrimlerle aydınlanma, endüstrileşme ve kentleşme, laikleşme ve demokratikleşme süreçleri gerçekleştirilmiştir.

1923-1930 yıllar arasında özel sektörün gelişimini amaçlayan liberal bir ekonomik politika izlenmesinin yanı sıra yabacı sermayenin ülkeye gelmesine de izin verildi. 1924 yılında Türk girişimcilerinin kredi gereksinimlerini karşılamak için İş Bankası kuruldu. 1933'den 1950'li yıllara kadar süren dönemde 'devletcilik politikası' uygulandı. Devletçilik politikası ile devlet kuruluşları (örneğin Etibank ve Sümerbank), özel sektörün üstlenemeyeceği ve yatırım yapmadığı alanlarda sanayi yatırımlarına yönelmiştir.

1929-1940 yılları arasında iletişim araçları; Cumhuriyet, Milliyet, Vakıf, İkdam, Son Saat ve Akşam gazetelerin yanı sıra dergilerde sosyo-

kültürel alanlarda toplumu yönlendirme devam ediyordu. 15 Mart 1933'te Sedat Simavi tarafından "Halk ve Aile Mecmuası" olarak yayımlanan "Yedigün", Türkiye'nin en çok satan dergilerinden biri olmuştur (Kabacalı, 1998:191). Türkiye'de sanayileşme çabalarının başlamasıyla artan üretim, grafik tasarım alanına yansımaktaydı. Türkiye'de Lâtin ABC'sinin kullanılmasıyla birlikte, bu uygulamayı günün koşullarında başarıyla kullananlar İhap Hulusi Görey, Münif Fehim, Mithat Özar ve Kenan Temizan'dır (Akdenizli, 2008:89).

1939- 1947 yılları arasında savaş yıllarının getirdiği ekonomik darlık ülkeyi sararken sermayeye dayalı yeni bir burjuva sınıfı ortaya çıktı. 1933 yılında, Devlet Sanayi Ofisi ile Türkiye Sanayi Kredi Bankası kaldırılarak bunların yerine, sanayi planının uygulanmasını sağlamak üzere Sümerbank kurulmuştur.

Devletçiliğin hakim olduğu yılların grafik üretimleri, İhap Hulusi Görey ile özdeşleşmiştir. İhap Hulusi Görey, Türkiye'deki ilk siparişini 1926 yılında İnci Diş Macunları firmasından almış, takip eden yıllarda… Teyyare Cemiyeti piyango biletleri (Milli Piyango-1927/1977), İnhisarlar İdaresi (Tekel), Kulüp Rakısı (1932), Türkiye İş Bankası, Ziraat Bankası, Sümerbank, Kurukahveci Mehmet Efendi ve Mahdumları, Beykoz Kunduraları,… pek çok kurum ve firma için grafik tasarımlar üretmiştir… Tasarımlarının çoğun da, köylü ile şehirlinin uyum içinde bir arada bulunmasıdır; sanayi ürünleri bu ikisinin-paralel ama hiç bir zaman birbirleriyle çatışmayan-hayat özlemlerini tatmin eder (Akdenizli, 2008: 75)

Kırsal alanların eski toplumsal ve ekonomik yapıyı sürdüren nitelikler 1940 yıllarında eğitim yoluyla değiştirilmesi ile köylerdeki geleneksel güç dengesi "Köy Enstitüleri" sayesinde olumlu bir yol izlemeye başlar. Yurt dışındaki Eğitiminden sonra 1943 yılında Kenan Temizan Türkiye'ye dönerek, Akademide dekorasyon ve tekstil alanında çalışmaya başlar,… güçlü deseni, renkçi yaklaşımı, seçkin kompozisyon anlayışı, ritmik, akıcı tipografi kullanımıyla çalışmalarında çağdaş dili yansıtmayı başarmıştır. (Umur, 2009:22)

II. Dünya Savaşı 1945 yılında biter ve 1946 yılda da Türkiye'de bu durum çok partili dönemin başlangıcı olur… Çok partili dönemin ilk seçim kampanyalarında özellikle CHP'nin afişlerini İhap Hulusi Görey tasarlamıştır. Partiler felsefelerini ve projelerini grafik tasarımda özellikle afişlerle duyurmuşlar. (1947-1951) Avrupa Kalkınma Projesi, yani Marshall yardımı başlar. 1950'li yıllarda DP'nin uyguladığı ekonomi politikalarla Türkiye bir sanayileşme çabası içerisine girer. Buna bağlı olarak kentleşme, dolayısıyla gecekondulaşma, kırsal yapının çözülüşü, geleneksel değerlerin ve ilişkilerin yerini paraya bağlı ilişkilere bırakmasıyla zenginler ve yoksullar arasındaki farklar büyümeye başlar (Candemir, 2006:583).

Mesut Manioğlu, Ulusal ve uluslar arası etkinliklerde yeni Türkiye'yi tasarımları ile anlatmıştır. Mesut Manioğlu 1946 yılında Birleşmiş Milletler,

1952 yılında Basın Yayın ve Turizm Bakanlığı, 1954 yılında Yapı Kredi Bankası ödüllerini almıştır (Umur, 2009:11).

1958 yılında Demokratik Parti yönetiminin istikrar politikaları ile toprak ağası, gelenekçi liberaller ve bürokratik sınıfların doğmasına neden olur. 1960 askeri darbeden sonra planlı eylem başlar. 1961 Anayasası'nda siyasal ideoloji olarak 'Kemalizm' benimsenir. Kemalizm ideolojisiyle sosyal devletçiliğin sentezi yapılmaya çalışılır…1960-1980 yılları arasında "Planlı" ekonomik politikalar uygulanılır. 1972 yılında Kıbrıs müdahalesini gerçekleştiren Ecevit/Erbakan koalisyonu dağıtılır. Türkiye'deki siyaseti dış tehditlere karşı ulusal dayanışma ile milliyetçi düşüncelerin oluşturduğu Milliyetçi Cephe oluşturulur (Candemir, 2006:584).

Çok partili döneme geçiş denemeleri, Demokrat Parti'nin ortaya çıkışı ve siyasetçilerin çoğalması yeni tiplerin oluşturulması ile mizah dergileri çoğalır. Klasik üslubunu koruyan Akbaba, Turhan ve İlhan Selçuk kardeşlerce çıkarılan 41 Buçuk (1952)-Dolmuş (1956-59), Altan Erbulak'ın Tef (1954) dergileridir. Bu dönemle birlikte "Çizgide mizah" ekolünün öncüleri basın hayatına girmiş olur (Sipahioğlu, 1999:109).

1961 Anayasası'nın getirdiği bu ortamda Türk Sineması da bir kültürel alan olarak kültürel halkçılıktan etkilenmeye başlar… 'Toplumsal Gerçeklik' denilen bir yaklaşımla sansürün ve işletmeci-yapımcı kıskacının el verdiği ölçüde Türk toplumunun sorunlarına eğilirler (Küçükkurt ve Gürata, 1993:16). 1959 ve 60 sonrası afiş sanatında ürünler veren kuşağın büyük çoğunluğu gelişen ekonomi ve buna bağlı grafik talepleriyle farklılıkları beraberinde getirmiştir. Bu koşullar içinde devreye giren Akademi Afiş Atölyesi kökenli Yurdaer Altıntaş, Ahmet Güleryüz, vb. ile farklı Akademi bölümleri çıkışlı Sait Maden, Mengü Ertel, Erkal Yavi vb., Konu - içerik çok önem kazanmış, içerikle özdeşleşme ön plana geçmiş. (Ertel, 1983:823).

Mengü Ertel ve Yurdaer Altıntaş, tiyatroyla kurdukları yakın iletişimle grafik tasarımların içeriğini zenginleştirmişlerdir. Bu dönemin tasarımlarında geleneksel kültür ve birikim modern yorumlara ulaşmaktadır...Sait Maden yayıncılıkta grafik tasarımı geleneksel kültürümüzle bağlantı üzerinde durmakta bu yaklaşımlarla çağdaş, modern ve kimlikli yorumlar yapabileceğimizi vurgulamaktadır (Umur, 2009:12).

Kitap Kapağı kitabı okutmalıdır. Ve belki de en önemlisi çok geniş kitlelere ulaşabildiği için, eğitmelidir de. Bu yüzden belli bir kesimle değil herkesle iletişim kurabilmelidir..." sözleriyle açıklayan Erkal Yavi de, çalıştığı kitap kapaklarında içerik ve biçim ilişkisinin çok iyi kurulmuş olması problemine yoğunlaşmıştır (Ertel, 1986:12).

1960'lı ve 1970'li yıllarda yapılan kamu yatırımları daha çok özel sektörün ara malları gereksinimini gidermeye yönelik alanların (demir-çelik, çimento, vb.) yanında sanayinin gelişmesi için ulaşım, limanlar, iletişim ve enerji gibi önemli alt yapı yatırımlar, devlet tarafından yürütülmüştür.

1970'li yıllarda buzdolabı, televizyon ve çamaşır makinesi gibi dayanıklı tüketim mallarının yanı sıra artık otomobilde üretilebiliyordu.

Uluslararası gelişmeleri izleyen, küreselleşen dünyanın iletişimdeki ulaştığı boyutlara uygun olarak, ulusal yorumları evrensel sentezlere ulaştıran tasarımcılarla gelişmekteydi. Bu alanda akla gelen diğer önemli isimler: Aydın Erkmen, Savaş Çekiç, Bülent Erkmen,… gibi tasarımcılardır. 1970'lerde ofset baskı yerleşirken, Hürriyet ve Milliyet Yayınları yüksek tirajlı gazetelerde yayımlanan ilanlarla, Tercüman Yayınları "1001 Temel Eser" dizisindeki kitapları, Cumhuriyet gazetesi "Çağdaş Yayınları"ın kitaplarına ağırlık verilerek yayın tarihinde tirajları yükselmiştir (Kabacalı, 1998:244).

12 Eylül 1980'de Türk Silahlı Kuvvetleri darbe yaptı ve devleti-siyasal yapıyı yönetmeye başladı. Bu tarihi süreç "radikal liberalleşme ve dışla bütünleşme" dönemi olarak nitelendirilir… Özellikle 1980 yılından itibaren izlenen liberal politikalar meyvelerini vermeye başlamış ve bu çerçevede aşırı tüketim, bireycilik, gösterişçilik, özenti, iş bitiricilik ve köşeyi dönme gibi eğilimler güçlenmeye başlamıştır. 12 Eylül 1980 darbesi ile üç gazete süresiz kapatıldığı gibi 1990 yıllarına doğru Güneş, 24 Saat, Posta, Bulvar, Son Baskı gibi gazetelerde yayın başladılar.

1990 yılında yayına başlayan özel televizyon kanalların etkisi ile yazılı ve görsel basın tüm toplumu etkisi altına almıştır. Yine bu arada, büyük ticari kuruluşlar ve holdingler büyük bir reklam potansiyeli nedeniyle görsel eğlence etkinliklerine çok büyük önem vermeye başlamıştır. Televizyon kanallarında, tele-endüstrilerde 1990'lı yıllarda yaşanan benzersiz iletişim devrimi, toplum kesimlerinin diyaloğunu kurmaya çalışıyor ama yetemiyordu. Hükümet ile siyasi partiler, toplumca yaşanan gelişmelerin gerisinde kalmış görünüyordu. Türk Milleti, kendine benzer, özgün biçimde "ulus"laşıyordu. Çoğu birey ya da gruplarla kimi yerleşik çıkarları ürküten çokseslilik, kargaşanın gürültüsü değil, uluslaşma sürecinin, yitik kimliğini arayan dinamik soluğuydu (Güvenç, 2008:253).

4 Nisan 1994'te yaşanan ekonomik istikrarsızlık ülkenin yeni bir ekonomik modele geçmesine neden olur. 21. yüzyılın toplumsal ve kültürel gelişim sürecinde 'yükselen beklentilerin devrimi' ve 'küreselleşme' Türkiye'nin konumunun temel belirleyicileridir.

TÜRK GRAFİK TASARIMINDAKİ KİMLİKLER

Görme konuşmadan önce gelmiştir. Çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenir. Ne var ki başka bir anlamda da görme sözcüklerden önce gelmiştir. Bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek buluruz (Berger, 2005:7). Görülebilen her şey görsel kültürün elemanıdır. Görsel kültür elemanlarının çoğu açık ya da örtük anlamlara sahiptirler. Bu anlamlar temel işlevlerinin dışında iletişimsel olarak da mevcutturlar. Bir kot pantolon giyinme işlevinin yanında statü değeri olarak iletişimsel bir anlama sahiptir de olabilir. Arabalar, mahalleler ya da

alışveriş yerleri mekânları statü gruplarına örtük bir gönderme yaparlar. Ya da görsel kültür elemanı olarak bir kitap, okuruna farklı bir imaj kazandırabilir ya da kaybettirebilir de (Baudrillard, 2004: 65).

Simgesel olarak ele alınan imge ve görüntülere yüklenen göndermelerle oluşturulan mesajlar reklamların iletişimsel değerleridir. Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü'ne göre reklam; insanların gönüllü olarak belli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, belirli bir düşünceye yöneltmek, dikkatlerini, bir ürüne, hizmete, fikir ya da kuruluşa çekmeye çalışmak, onunla ilgili bilgi vermek, ona ilişkin görüş ve tutumlarını değiştirmelerini veya belirli bir görüşü benimsemelerini sağlamak amacıyla oluşturulan; iletişim araçlarından yer ya da süre satın almak yoluyla sergilenen veya başka biçimlerde çoğaltılıp dağıtılan ve bir ücret karşılığında oluşturulduğu belli olan duyurudur (Elden, 2009:137). Bu temel kavram doğrultusunda oluşturulan tasarımlar amaçlanan bilgileri hedef kitlesine iletmek için afiş, kitap kapağı, logo, vb. grafik tasarım uygulamaları için birer kanal olmaktadırlar.

Batılılaşma hareketinin toplum benimsetilmesi ve uygulanılırlık kazanması için afişler, basın ilanları, kataloglar, kitaplar, vb grafik tasarım kanallarından oluşan reklamlardan sık sık yararlanılmıştır.

1 2 3 4 5



1,2,3,4,5; İhap Hulusi Görey'in, 1930- 1951 yılları arasında yapmış olduğu afiş, kitap kapağı ve milli piyango tasarım örneklerinde; figürler tamamıyla Batılı tarzda resmedilmişlerdir. Afişler de özellikle genç kadınların başları örtüsüz, erkekler ise şapkalı ve takım elbiseli kıyafetlerle yer alırlar. Ayrıca Türkiye'de Arapça harflerinin kullanımından vazgeçilip Latin harflerine geçilmesi ile birlikte başlayan yeni dönemde İhap Hulusi'nin çalışmaları yapılan bu devrimin sözcülüğü niteliğindedir. Hava yollarında uçaklarla yolculuk, kadın ve erkek figürler modern giysili olması, halk her kesiminin uçak yolculuğu yapabileceği, Modern evler ve yaşam için parasal destekler, modanın gelişimini destekleyen ayakkabı reklamı, şans oyunlarında zenginlik düşlerinin gerçekleştirilmesini sağlamak içinde millipiyango tasarımları görsel kimliği tamamlamaktadırlar.

Yine aynı şekilde 1930'lu yıllarda Münih Fehim'in tasarımlarında geleneksel hikayeleri romantik sahneleri bedeni ve saçı açık kadın figürleri ile yansıtmıştır. Mesut Manioğlu; 1988 yılında Latin alfabeyi kullanarak

sosyal reklam kampanyası kapsamında BCG Aşı konsepti ile oluşturulan afiş tasarımı modern bir yaklaşımla gerçekleştirmiştir. 1956 yılında Emlak Bankası reklamında ise modern binaların yer aldığı bir kent oluşumu ve modern yaşam mesajı verilmiştir. Kenan Temizan ise 1950'li yıllardaki film afiş tasarımında özellikle saçı açık bakımlı ve etek boyu kısa, kolları ve boynu açık şık bir elbise içerisinde kadın figürü ile erkek potresindeki duruş ve bakışla batılı modern insan imajını aktarmaktadır.

6 7 8 9 10





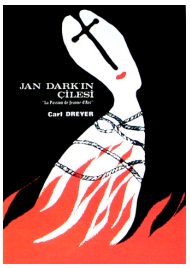





6-7; Münih Fehim, 8-9; Mesut Manioğlu ve 10; Kenan Temizan, kitap kapağı afişlerinde, güçlü desen, İllüstrasyon, tipoğrafik düzenleme ve foto-grafik teknikleri ile çağdaş dili yansıtmayı başarmışlardır.

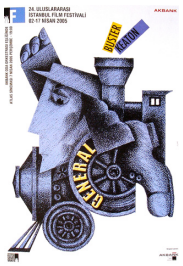
Mengü Ertel, 1975 yılında ki tiyatro afişinde batılı bir yazarın batı kültürünü anlatan oyununu tiyatro sahnelerinde sergilendiğini, afiş tasarımında ise; oyunun içeriğini yansıtan bilgileri en az ve öz anlatım şekli olan simgelerle lekesel değerler oluşturulmuş ve renklere anlam verilerek mesajı tamamlamıştır. 1973 yılında İstanbul Festivali duyuran tasarımda mozaik tekniği kullanılmış, güneş ve kent sülueti tipoğrafi ile birleştirilerek aydınlık, renkli ve canlı bir modern şehir imajı anlatılmıştır.

11 12 13 14 15











11-12; Mergü Ertel, 13-14; Yurdael Altıntaş ve 15; Sait Maden, afiş ve kitap kapaklarında geleneksel kültür göstergelerini modernize ederek estetik düzeyde tasarımlar gerçekleştirmişlerdir.

Yudaer Altıntaş, 1984 yılında Ben Anadolu adlı tiyatro oyununun afişinde Anadolu Tanrıçası olan Kibele örneği ile Anadolu kadınının üretkenliğini, bereketini ve bağlılığını anlatmak için saçları açık, çok göğüslü ve ağaç gövdesini andıran blok ile birleştirilmiş kadın figürü kullanmıştır. Tasarımcı, 2005 yılında gerçekleştirmiş olduğu İstanbul film festivali afişinde ise klasik anlayışlara modern bir bakış açısı kazandırmıştır. Sait Maden, 1970 yılındaki Homeros'un Odysseia adlı kitap kapağı ile batılı ve çağdaş

yaklaşımların içerdiği kültürü, Türk halkının tanıma ve anlama yönündeki örneklerinden bir tanesi.

16 17 18 19



16-17; Aydın Erkmen, 18; Erkal Yavi, 19; Bülent Erkman ofset teknolojinin kullanıldığı, endüstri, sanayi, ekonomi, sosyal kültür, düşünce ifadesi ve sanatta Türkiye'nin 1990'lı yıllardaki görsel kimliği anlatmaktadır. Aydın Erkmen; 1985 yılındaki Şişe ve Cam Fabrikaları afişinde endüstri, sanayi ve ekonomide varılan noktayı anlatmaktadır. 1977 yıldaki dergi kapağı örneği ile sanatta bakış ve geleneksel yaklaşımların modern anlatımlarına bir örnektir. Erkal Yavi, 1992 yılında Aziz Nesin için yapmış olduğu kitap kapağı tasarımında mizahi anlatımı tipoğrafi ve illüstrasyonla desteklemiştir. Bülent Erken ise 1988 yılındaki afiş tasarımı ile Çağdaş Türk Grafik Tasarım'ın başarısını çok iyi şekilde anlatmaktadır. Tüm bu çalışmalar Türk Tasarımcıların Türk kimliğini, şahsı duruşları ile yansıttıkları birer simgesel göstergeler olarak kabul edilir.

SONUÇ

Cumhuriyeti'mizin kurucusu Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'ün devrim ve ilkeleri var olan İslam kimliğinin üzerine giydirilen çağdaş bir kimliktir. Tabiki sancılı ve tepkili olmuştur. Özellikle İslami kesimin direnişi ancak demokratik kararlık ve tutarlılıkla halkın kendi devrimi olduğunu benimsetilerek gerçekleştirilmiştir. Atatürk'ün çağdaş medeniyetler seviyesine ulaşma, devrimlerinin içerdiği aydınlanma, endüstrileşme ve kentleşme, laikleşme ve demokratikleşme süreçlerini kapsayan kültüre, Türk halkı erişmeye çalışmaktadır. Bunu da ürettiği ve uyguladığı tasarımlarda vücut bulmaktadır. 21 nci yüzyılda dış dünyadaki küreselleşme, demokratikleşme, uluslararası sermaye gibi oluşumların getirdiği edinimler Türkiye'nin biçimlenmesini etkilemektedir.

Ulusal kimlik ve kişiliği oluşturan ulusal değerlerin korunması Cumhuriyetin erdemidir.

KAYNAKÇALAR

Akdenizli, F. (2008). *1960 Sonrası Türk Grafik Tasarımında Ulusal Üslup Sorunsalı,* Sanatta Yeterlilik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü. İzmir.

Assmann, J. (2001). *Kültürel Bellek,* (Çeviren: Ayşe Tekin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Berger, J. (2005), *Görme Biçimleri*, İstanbul: Metis Yayınları

Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası,* Ankara:Turmaks Yayıncılık.

Baudrillard, J. (2004). *Tüketim Toplumu*. (Çeviren: Hazal Deliceçaylı-Ferda Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Candemir, T. (2006). Türk Sinema Afişlerinde Geleneksel Kültür Göstergeleri. *Uluslararası Geleneksel Sanatlar Sempozyumu/İnternational Symposium of Traditional Arts Bildiri Kitabı.* Cilt:2. 16-18 Kasım. İzmir: Sempozyum Düzenleme Kurulu, 581-590.

Çeviker, Turgut ve Karamustafa Sadık. (2001). *101 Dergi "Dünden Bugüne Türkiye'nin Dergileri".* İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.

Dülgeroğlu Y. S. (2007), "Politik İçerikli Grafik Tasarım", *Grafik Tasarım Dergisi*, İstanbul. sayı:7, s: 64

Erdel, M. (2009). *Reklam ve Reklamcılık.* İstanbul:Ses Yayınları.

Ertel, M. (1983). *Türk Grafik Tarihi.* Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi 3. cild, İstanbul:İletişim Yayınları.

Ertel, M. (1998). *Türk Grafik Tasarımcıları*. İstanbul:Alternatif Yayıncılık

Güvenç, B. (1991). *İnsan ve Kültür,* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Güvenç, B. (2008). *Türk Kimliği Kültür Tarihinin Kaynakları,* İstanbul: Boyut Yayınları,

Kabacalı, A. (1998). *Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayi,* İstanbul:Cem Ofset Yayınları

Küçükkurt, Fatma Dalay ve Gürata, Ahmet. (2004). *Sinemada Anlatı ve Türler*. Ankara:Vadi Yayınları.

Kongar, E. (1996). *Toplumsal Değişim Kuramları ve Türkiye Gerçeği*, İstanbul:Remzi Kitabevi.

Kongar, E. (2004). *21.Yüzyılda Türkiye*. 34.Basım. İstanbul: Remzi Kitabevi

Sipahioğlu, A. (1999). *Türk Grafik Mizahı 1923 - 1980,* İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

Öztuna, Y. (1986). *Osmanlı Devleti Tarihi***,** Cilt:1, İstanbul. Faisal Finans Kurumu Yayını.

Umur, G. (2009). *Türkiye'de Grafik Tasarımında Afiş ve Türk Sinema Afişlerinin 1094'den Bugüne Gelişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

YAYINLANDIĞI KAYNAK;

Candemir, Tülin, "Cumhuriyet Sonrası Gelişen Çağdaş Türkiye'nin Görsel Kimlik Göstergeleri; Türk Grafik Tasarımından Örnekler" "(Visual Identity Indications of Turkey Which Has Developed After Republic; Examples From Turkish Graphic Design), V Uluslararası Türk Kültürü ile Sanatları Kongresi-Sanat Etkinlikleri, İspanya Oryantalistler Derneği, Türk-İspanyol İş Adamları Derneği ve Konya Fikir, Sanat, Kültür Adamları Derneği, Poster Bildiri, 09-13 Mayıs, Madrid-İspanya, 2011