



İhap Hulusi'nin Afişlerinde Modernleşme ve Yeni Yurttaş

Modernization and the New Citizen in the Posters of İhap Hulusi

Dilara Nergishan Koçer

^a Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas, Türkiye.
dkocer@cumhuriyet.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4862-9698

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 03.12.2022

Düzeltilme tarihi: 26.12.2022

Kabul tarihi: 20.12.2022

Anahtar Kelimeler:

İhap Hulusi,

Afiş,

Ulus-kimlik,

Erken Cumhuriyet dönemi.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 03.12.2022

Received in revised form: 26.12.2022

Accepted: 20.12.2022

Keywords:

İhap Hulusi,

Poster,

Nation-identity,

Eearly Republican period

ÖZ

Cumhuriyet bir toplumsal dönüşüm projesidir. Bu proje yeni ulus-devletin siyasal, adli, idari, eğitsel ve ekonomik kurumlarını yeniden inşa ederken, yeni yurttaş, kadın ve erkek kimliklerini, gündelik hayat, değer ve ahlak anlayışını da şekillendirmeyi amaçlamıştır. Bu yeni toplum devrimlerle, kurumlarla yeniden oluşturulurken, bireyin gündelik hayatına nüfuz etme, bu yenilikleri topluma aktarmada kitle iletişim araçları çok önemli rol oynamıştır. Gazete ve dergilerin yanı sıra afiş bu araçlardan biridir. Hatta afişin az sözcük ve çok görsele dayalı yapısının toplumun belleğinde daha etkili ve kalıcı rolü olduğu söylenebilir. Bu çalışma, erken Cumhuriyet dönemi afişlerini modernleşme projesi bağlamında incelemektedir. Dönemin önemli grafikeri İhap Hulusi Görey'in afişleri incelemenin konusunu oluşturmaktadır. Çalışmanın temel amacı, Cumhuriyet'in kuruluş sürecinde modernleşmenin ve yeni yurttaş kimliğinin inşası sürecinde belirleyici olan bileşenlerin İhap Hulusi'nin afişlerinde nasıl temsil edildiği ve yansıtıldığını tespit etmektir. Bu amaçla önce modernleşme projesi ve ulus-kimlik kavramları kısaca irdelenmektedir. Daha sonra Hulusi'nin afişlerinden seçili örnekler, toplumsal ve siyasal arka planla ilişkilendirilerek analiz edilmektedir. Çalışmada, nitel analiz yöntemlerinden olan betimsel analiz yönteminden yararlanılmaktadır. Örnek alınan afişler ve ilgili alanyazın çalışmaya kaynaklık etmektedir.

ABSTRACT

The Republic is a social transformation project. While this Project reconstructs the political, judicial, administrative, and economic institutions of the new nation-state, it also aims to shape the new citizens, men and women, and their understanding of daily life, values, and morals. The mass media was crucial in permeating people's daily lives and spreading these advances to society as this new society was being rebuilt through revolutions and institutions. Besides newspapers and magazines, posters are one of these tools. In fact, it can be said that the structure of the poster based on less words and more visuals has a more effective, and permanent role in the memory of the society. This study deals with the examination of the posters of the early Republican period in the context of the modernization project. In this direction, the posters of İhap Hulusi (Görey) constitute the subject of the study. The main purpose of the study is to determine how the components that are decisive in the process of modernization and the construction of the new citizen identity in the establishment process of the Republic are represented and reflected on the posters of İhap Hulusi. For this purpose, first, the concepts of modernization project and national-identity will be briefly examined. Then, selected samples from posters are analyzed by associating them with the social and political background. In the study, the descriptive analysis method, which is one of the qualitative analysis methods, is used. Sample posters and related literature are the source of the study.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Koçer, D. N. (2022). İhap Hulusi'nin Afişlerinde Modernleşme ve Yeni Yurttaş. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 8 (2), Kış, s. 42-52.

* DOI: 10.46442/intjcss.1214154

** Sorumlu yazar: Dilara Nergishan Koçer, dilarankocer@gmail.com



1. Giriş

19. yüzyılda Osmanlı Devleti'nde başlayan modernleşme ve toplumsal dönüşüm çabaları Cumhuriyet'in kuruluşunun temel karakterini oluşturur. Yeni kurulan ulus-devletin kurumlarının yapılandırılmasında Batı medeniyeti örnek alınmış, kapitalist modern devlete ait ana bileşenler/dinamikler Cumhuriyet rejimine uyarlanmaya çalışılmıştır.

Uluslu oluşturan, bir arada tutan ortak coğrafya, dil, ortak geçmiş ve gelecek ülküsü, ulus-devletin başlıca bileşenlerindedir (Smith, 2017; Gellner, 2018). Bunların yanı sıra, gündelik hayat pratikleri olarak ahlak ve değer yargıları, davranış kalıpları ve dış görünüş ulus-kimliğinin bir parçası olabilmektedir. Çalışma, ulusun inşa edilmiş olduğu görüşü (Hobsbawm, 2013; Anderson, 2017) üzerine temellendirilmiştir. Ulus-kimliğinin inşasında, yeni ulus-kimliğinin topluma aktarılmasında kitle iletişim araçları çok önemli bir rol oynamaktadır.

Bu çalışma, kitle iletişim aracı olarak afişin Cumhuriyet'in kuruluş sürecindeki rolünü incelemektedir. Afiş, erken Cumhuriyet döneminde, özellikle okuma-yazma oranının çok düşük olduğu ortamda, toplumsal dönüşümde değer aktarımı ve ideolojik söylemin üretilmesine yarayan önemli araçlardan birisi olmuştur. Bu çerçevede, dönemin önemli grafikerlerinden İhap Hulusi Görey'in afişleri çalışmanın nesnesi olarak belirlenmiştir. Çalışma, ulus-kimliğinin bileşenlerinin Hulusi'nin afişlerinde nasıl somutlaştırıldığını ve temsil edildiğini incelemektedir. Çalışmada ilk olarak ulus-kimlik kavramı, daha sonra da yeni kurulan ulus-devletin modernleşme projesini gerçekleştirmeyi sağlayacağı düşünülen afiş uygulamaları incelenmektedir. İhap Hulusi'nin resmi ve ticari kurumlara ait çalışmaları çok sayıda olmakla birlikte bu çalışmadaki afişler, belirlenen amaç doğrultusunda, modernleşme projesinin belirteçlerini ve yeni yurttaş tanımlamaya yönelik olanlarla sınırlanmıştır. Seçili afiş örnekleri, dönemin sosyo-ekonomik ve siyasal arka planı içerisinde ele alınmakta, betimleyici ve tarihsel yorumlayıcı yaklaşımla analiz edilmektedir.

2. Modernleşme ve Ulus-kimlik İnşası

Kasaba (1998: 15) modernleşmeyi “piyasa toplumunun ve ulus-devletin doğuşuna eşlik eden” ve “toplumsal yaşamdaki çeşitli dönüşümleri özetleyen genelleştirilmiş imajlar” olarak tanımlamaktadır. Bu açıdan Cumhuriyet modernleşmesi bir imajlar seti olarak da tanımlanabilir. Çünkü yeni bir ulus-devlet doğarken yeni bir ulus-kimlik, yeni yurttaş da inşa edilme sürecine girilmiştir.

Kavram olarak ulus ve ulus kimliği oluşturan bileşenler, ideolojik farklılıklara bağlı olarak, farklı biçimlerde tanımlanabilmektedir. Ulus-devlet ve dolayısıyla ulus-kimlik inşası ile görevli temel aktör devlettir. Ulus-devletin yurttaşlarına, varoluş tehlikesine karşı ulus-kimlik bilincini aşılması ve sürekli yeniden üretmesi bir zorunluluk olmaktadır. Ulus-devletin, sahibi ve sorumlusu olduğu ulus-kimliği yaratmak ve yaşatmak için belirlediği kimlik bileşenleri çok çeşitlidir. Uluslu oluşturan, bir arada tutan ortak coğrafya, dil, ortak geçmiş ve gelecek ülküsü ulus-devletin başlıca bileşenleridir. Bunların yanı sıra, gündelik hayat pratikleri olarak ahlak ve değer yargıları, davranış kalıpları, hatta dış görünüş ulus-kimliğinin bir parçası olabilmektedir.

Ulus/millî kimlik ve ulus/millet “birbirleriyle ilişkili etnik, kültürel, teritoryal, ekonomik ve yasal-siyasi pek çok unsurdan oluşan karmaşık yapılardır.” (Smith, 2017: 33). Ulus-kimliği yaratan şey milliyetçiliktir (Smith, 2017: 121; Gellner, 2018: 138). Milliyetçiliğin en yaygın tanımlarından biri Smith (2017) tarafından yapılmıştır. Buna göre milliyetçilik, potansiyel olarak “millet” kuracağı farz edilen halk adına “özerklik, birlik ve kimlik edinmek ve bunu sürdürmek için oluşturulan ideolojik hareketler” olarak tanımlanmıştır. Bu açıdan, millî semboller, gelenekler ve seremoniler milliyetçiliğin temel kavramlarının cisimleştirilmesini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle, ideolojiyi bütün toplulukta duygusal tepkiler uyandıracak somut bir şeye dönüştürür milliyetçilik. Ulus-kimliğinin toplulukta en önemli işlevi, ferdi “yurttaş” olarak toplumsallaştırılmasıdır. Ortak değerler, semboller, geleneklerden oluşturulan bir

repertuarla bireyler ve sınıflar arası toplumsal bağ kurmak mümkün olmaktadır. Böylece toplumun fertlerine kültürel yakınlıkları ve ortak mirasları hatırlatılmaktadır (s. 27-35).

Cumhuriyet'in kuruluşunun modernleşme projesinin temeline dayanması yeni toplum ve yeni kimlik yaratma sürecini başlatmıştır. Kemalist modernleşme projesi, Göle'nin (1998: 73) ifadesiyle Batılı kültür modelinin "dayatılması" ile gerçekleştirilmiş ama bu model "neredeyse uygarlık ölçeğinde bir dönüşüme yol açmıştır. Batı modernleşmesinin dönüştürücü etkisi çoğunlukla devlet yapılarında, siyasi kurumlarda ve ekonomi düzeyinde ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan, modernleşmenin maddi olmayan ancak kültürel düzeyde daha güçlü bir şekilde ortaya çıkan yönü söz konusudur. Türkiye'deki modernleşme tarihi bu kültürel değişimin "en radikal" örneği denilebilir. Kemalist reformlar "devlet aygıtını modernleşmenin ötesine götürmüşler, halkın yaşam tarzını, davranışlarını ve gündelik alışkanlıklarını etkilemeye çalışmışlardır." (Göle, 1998: 72). Dolayısıyla, Cumhuriyet modernleşmesi ulus-kimliğin tanımlanmasında önemli rol oynar. Yeni kurulan devletin "yaşam tarzında, cinsiyete göre kimliklerde ve kendi kimliğini tanımlama biçiminde" (s. 72) belirleyici bir rol oynamıştır.

3. Erken Cumhuriyet Döneminde Medyanın Rolü: İhap Hulusi ve Afişleri

Afiş, litografik baskı tekniğinde 1870'li yıllarda yaşanan devrimle çok önemli bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Paris'te çok büyük gelişme gösteren ve oradan dünyaya yayılan afiş, yüzyılın sonuna doğru gerçek bir sanat dalı olarak kabul edilmeye başlar (Merter, 2003). Bir grafik tasarım elamanı olan afiş, herhangi bir konu ya da mesaja dikkat çekerek hedef kitleyi bilgilendirme işlevini yerine getirme amacı taşıyan, görsel materyallerin sanatsal kaygı ile oluşturulduğu bir kitle iletişim aracıdır. Afiş kelimesi Fransızcadan Türkçe'ye geçmiştir. Afişin, Osmanlı döneminin son yıllarında Türkiye'ye geldiği bilinmektedir. İç mekân afişlerinden olan kültürel afişin toplumun sosyal yaşamında önemli yeri vardır. Tiyatro, sinema, sergi gibi organizasyonlar hakkında ya da daha genel amaçlı olarak, toplumu bilgilendirme işlevi gören, üretim aşamasında ya da sonrasında ticari kaygı gütmeyen afiş güçlü bir iletişim aracı (Deliduman, 2017), kültürel bir metindir.

Söz ile yazıyı etkili ve ekonomik bir biçimde birleştiren afiş, Türkiye Cumhuriyeti'nin erken dönemlerinde halka ulaşmanın etkili bir aracı olarak kullanılmıştır. Türk afiş sanatının ve reklamcılığın ilk temsilcisi olan İhap Hulusi modernleşme projesinin önemli halkalarından biridir. İhap Hulusi 1920-1925 yıllarında Almanya'da resim öğrenimi görmüş ve afiş dalında uzmanlaşmıştır. Yurda döndükten sonra Akbaba Dergisi'nde çalışmaya başlayan sanatçı, 1926 yılından itibaren ticari reklam afişlerinin yanı sıra Cumhuriyet'in resmi kurum ve kampanya afişlerini ve modernleşmeyle ortaya çıkan sosyal ve ekonomik kuruluşların reklamlarını hazırlamaya başlamıştır. Bunlardan bazıları, yeni adı Milli Piyango olan Türk Tayyare Cemiyeti (1927), İnhisarlar İdaresi (Tekel) Kulüp Rakısı (1932), Türkiye İş Bankası, Ziraat Bankası, Emniyet Sandığı, Nüfus Sayım Afişleri (1935), Sivas-Erzurum Demiryolu Tahvilleri (1936), Vakıflar Bankası, Kızılay, Yeşilay, Spor Toto, Sümerbank Yerli Mallar Pazarı (1940) reklam afiş ve logolarıdır. Dolayısıyla, İhap Hulusi'nin afişleri ve çizimleri devrimlerin halka tanıtılmasında, Batı'nın sadece kurumlarının değil gündelik yaşam normları ve moral değerlerinin de topluma aktarılmasında çok önemli ve etkili bir araç olmuştur (Merter, 2003).

Kültürel metin sadece üretildiği döneme ait olmayıp, geçmiş ve gelecek arasında köprü görevi gören, dün ile bağlantı kurduran ve böylece bugünü anlamlandırmaya yarayan araçlardır (Hızal, 2012). Bir kültürel metin, içinde üretildiği toplumsal, siyasal ve ekonomik koşullardan bağımsız değildir. Kültürel metin olarak İhap Hulusi'nin afişleri, Cumhuriyet'in ikonografisinin yaratılmasında önemli bir role sahiptir.

4. Materyal ve Yöntem

Cumhuriyet'in kuruluşu, bir ulus-devlet oluşum sürecidir ve Batı medeniyetini örnek alan modernleşme projesinin hayata geçirilmesini hedeflemiştir. Bu açıdan kitle iletişim araçları, bu hedefe ulaşmaya hizmet eden önemli araçlar olmuştur. Bu çalışma, Erken Cumhuriyet döneminin kitle iletişim araçlarından olan afişlerin ulus-kimlik bağlamında incelenmesini ele almaktadır. Bu amaçla, İhap Hulusi'nin afişleri



çalışmaya konu edilmiştir. Alinyazında, İhap Hulusi afişleri üzerine yapılmış çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Deliduman ve Çakmak, 2017; Er, 2012; Hızal, 2012; Serin, 2000). Çalışma, modernleşme ve ulus-kimlik kavramları üzerine inşa edilmiştir. Çalışmada, kitle iletişim aracı olarak afişin tarihçesi ve rolü kısaca anlatılmaktadır. Daha sonra, örneklem olarak seçilen afişler, dönemin sosyo-ekonomik ve siyasal ortamı bağlamında incelenmektedir.

Çalışmada nitel analiz yöntemlerinden biri olan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz yöntemi, kavramsal yapının önceden belirlenmiş olduğu çalışmalarda kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemde, çeşitli şekillerde elde edilmiş olan veriler belirlenmiş temalar altında toplanarak incelenmekte ve açıklanabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 253-256).

Çalışmanın evrenini Erken Cumhuriyet dönemi afişleri, çalışmanın örneklemini İhap Hulusi'nin afişleri oluşturmaktadır. İhap Hulusi'nin tüm afişleri çalışma kapsamına dahil edilmemiş, modernleşme projesine örnek teşkil edecek, resmi ve ticari afişler örneklem olarak seçilmiştir. Bu açıdan çalışma, en çok tanınan ve bu sayede ulaşılabilen bu afişlerle sınırlıdır. Veri toplamada doküman incelemesi yönteminden yararlanılmıştır. İhap Hulusi'nin, modernleşme projesini ve ulus-kimliğinin inşasındaki bileşenleri örnekleyici, tanımlayıcı ve açıklayıcı afişlerinden seçili örnekler çalışmaya dâhil edilmiştir. Ayrıca dönemle ilgili alanyazın kaynaklarına başvurulmuştur. Verilerin analizinde, nitel analiz yöntemlerinden biri olan betimleyici analiz yöntemi uygulanmıştır. Çalışmada, Cumhuriyet'in ulus-kimlik inşasındaki bileşenler olarak, yeni yurttaş ve kadın kimliklerinin, yeni toplumsal değerlerin ve modernleştirici yeni ekonomi ve eğitim sisteminin afişler aracılığıyla nasıl somutlaştırıldığı ve temsil edildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada, kitle iletişim aracı olan afişlerden yararlanılmakta ve bu araçlar kamunun erişimine açık olduğu için, etik kurul onayı gerektirmemektedir.

5. Bulgular

Çalışmada, Cumhuriyet'in erken kuruluş döneminde özellikle de devlet kurumları tarafından kullanılmış olan İhap Hulusi afişleri, yeni rejimin modernleşme projesi bağlamında ele alınmıştır. Böylece, kuruluş sürecindeki bu afişlerin, içinden çıktığı ortamla ilişkisi belirginleştirilirken, modernleşme projesinin nasıl somutlaştırıldığı ve halka taşındığı incelenmektedir. Cumhuriyet yeni bir toplum yaratma projesidir. Bu bağlamda bu ideal topluma uygun ideal yurttaş tipini de yaratmak gereklidir. Bu yeni yurttaş tipini yaratmada, tanıtmada, yeni rejimin ikonografisinde kitle iletişim araçları, bunlardan biri olarak da afiş önemli rol oynamıştır.

1930'lu yıllarda La Turquie Kemaliste dergisinde yer alan fotoğraflar, modernleşmenin resmi tarihinin diğer tasvirleri, modern ulus-inşa etme etosunun en güçlü görüntülerini teşkil eder. Eğitim kurumlarında ya da diğer meslek dallarında görülen tıraş olmuş temiz erkekler, onlarla birlikte görülen, çalışan, peçesiz kadınlar, okul üniformalı sağlıklı çocuklar, Cumhuriyet Ankara'sının, diğer büyük şehirlerin modern binaları, devlet tiyatroları ve senfoni orkestrasının, balenin ve operanın gösterileri, modern tarım alanları, fabrika, baraj ve demiryollarının fotoğrafları Cumhuriyet'i temsil etmektedir. Bu görüntüler birkaç neslin hafızasına yer etmiş görüntülerin belli başlı olanlarıdır. Bunlar Cumhuriyet tarihinin birer medeniyet sembolü olmakla kalmayıp her türlü biçim ve davranışı ölçmeye ve yargılamaya yarayan resmi standartları da belirlemiştir (Bozdoğan ve Kasaba, 1998: 3).

Bunların arasında İhap Hulusi'nin afişleri, dönemin en önemli kitle iletişim araçlarından biri olarak önemli bir rolü vardır. Bu afişlerden belki de en önemlisi Latin alfabe afişidir. 1928 yılında Arap alfabesinden Latin alfabesine geçişte basılan ilk alfabe kitabının kapağını İhap Hulusi hazırlamıştır. Kapaktaki resim Atatürk'ü manevi kızı Ülkü'ye okuma öğretirken göstermektedir (Şekil 1). Atatürk takım elbise içinde koltukta oturmaktadır. Küçük öğrencisi ise bir kız çocuğudur. Bu resimde Atatürk, başöğretmen olarak görülürken, çocuğun kız olması da rejimin kadının eğitime verdiği öneme vurgu yapmaktadır. Bu resim genel anlamda Cumhuriyet'in cinslerin eşitliğine verdiği önemi temsil etmektedir.



Şekil 1: İlk alfabe kitabı kapağı: Başöğretmen ve kız öğrenci

Cumhuriyet'in kuruluşunun en başından itibaren milli ekonominin yaratılması ve sanayileşme, en önemli hedeflerden biri olmuştur. Cumhuriyet'in kuruluşundan kısa bir süre sonra dünyadaki ekonomik koşullar ve dönemin ideolojik ortamı "antiliberalizme ve ekonomide devlet güdümüne elverecek" bir yönde değişmiştir (Keyder, 1998: 32). 1929 yılında "yerli malı" kullanımını teşvik etmek amacıyla "yerli malları haftası" kutlanmaya başlamıştır. Bu açıdan tüketim mallarına bir "öncelik" yüklenmiş ve aynı zamanda tüketim malları, inkılaplarla ilişkilendirilerek "asrılık sembolü" anlamı kazanmıştır. Yerli üretim malları, refah, hijyen ve modernlik gibi konularla ilişkilendirilerek, üretkenliğin artırılması hedeflenmiştir. 1929 Büyük Ekonomi Buhranı'ndan etkilenmemek için uygulanan dışa kapalı ekonomi uygulamalarıyla, toplumda tasarruf bilincini uyandırmak ve yerli mal ve ürünlerinin tüketimini özendirmeye yönelik uygulamalar yapılmıştır. Bu mal ve ürünlerin tanıtılmasında ve bunların tüketilmesi anlayışının yerleştirilmesinde afişlerin önemli bir rol oynadığı görülür. Yerli mal ve ürünlerin kullanımı "...gerçek anlamda 'Türk', 'yurtsever' ve 'ulusal ahlaka sahip olmanın' ölçütü ve 'devrimi yaşatmanın aracı'" (Turan ve Ödekan, 2009: 17-24) kabul edilmektedir. İhap Hulusi'nin Sümerbank Yerli Mallar Pazarı için hazırlamış olduğu çeşitli reklam afişlerinde yerli üretim tarım ürünleri, kumaşlar, halılar tanıtılarak yerli malı olmasından kıvançla bahsedilir. Örneğin "Efsane" Hereke kumaşlarının "desen ve kalitede mükemmelliği" anlatılır. Afişlerde yer alan kadın ve erkek figürleri de yine "yeni kadın" ve "yeni erkek" rol modellerini temsil etmektedir. Örneğin Sümerbank'ın yerli üretim kumaşları için hazırlanmış bir reklamda beyaz takım takım elbiseli, kravatlı ve fötr şapkalı bir erkek figürü yer almaktadır. Bu görünüm tam anlamıyla Batılı bir erkek imajı çizmektedir.



Şekil 2: Sümerbank'ın yerli kumaş reklamı

Modernleşme projesinin belki de en öne çıkan özelliği, bu dönüşümün fiziksel görünürlüğüdür. Hem kadının hem erkeğin fiziksel görünüm ve davranış kodları daima öne çıkarılıp, devrimlerin hayata geçirilmesi sürecinde en önemli göstergeler olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda, örneğin Batı'nın şapkası ve kravatı sadece bir moda unsuru değildir; Osmanlı dönemindeki rütbe, köken ve etnik kimliği ve din adamlarını belirten bu farklılıkları eritip ortadan kaldıran bir nitelik kazanmıştır. Bu nesnelere aynı zamanda devlete sadakati gösteren bir laiklik üniforması haline gelmiştir (Kandiyoti 1998: 109). Kandiyoti "Cumhuriyet'in yeni kadroları, memurları ve serbest meslek sahipleri bunları rejime bağlılıklarının işaretleri olarak giymekteydi; devlete boyun eğmeme ise tam tersine aykırı bıyık ve sakal ya da uygun olmayan başlıkla gösterilebilirdi" diyerek, Cumhuriyet için fiziksel görünüşün, bu görünüşteki değişimin toplumsal dönüşümdeki metaforik anlamına vurgu yapar.

İhâp Hulusi'nin afişlerinde erkekler daima takım elbiseli, kravatlı, sakal ve bıyık olmadan tasvir edilir. Bu görüntü, alfabe kapağındaki Atatürk ya da Kurukahveci "Mehmet Efendi ve Mahdumları"nın kahve reklamındaki adam olsun, aynıdır. Tekel'in Kulüp Rakısı afişindeki erkek, smokinli ve papyonlu olarak resmedilmiştir. Örneğin, "Cumhuriyetin Tükenmez Nimetlerinden" yazılı afiş, bir erkek ve bir kadını masada yemek yerken gösterir (Şekil 3). Afiş muhtemelen içki ya da içecek reklamıdır. Atatürk Orman Çiftliği ürünlerinin reklamını yaptığı tahmin edilmektedir. Muhtemelen bir lokantada bulunan masadaki erkek yine takım elbiseli ve kravatlıdır. Kadın, başı açık, kısa kollu elbise ile görülmektedir. "Cumhuriyetin nimetleri" ifadesi devletin bir kuruluşu ve ürününe işaret etmekle birlikte, aynı zamanda yeni bireylerin rol modellerini ve ayrıca toplumsal cinsiyet ilişkilerindeki değişimi de ifade etmektedir. Afişteki figürler, yeni kadın ve erkeğin fiziksel özelliklerini tanımlamaktadır. Bu Batılı giyim kuşam ve sofraya düzeni Batılı orta sınıfı temsil etmektedir. Bu görüntü ayrıca Cumhuriyet yönetiminin yarattığı ya da yaratacağı refahın da göstergesidir.



Şekil 3: Yerli üretim içecek reklamı

Modernleşme projesi ideali Batılılaşmış kadın imajıdır. Kemalist devrim açısından ideal kadın imajı reformların simgesidir. Kemalist feminizm cinsiyetlerin kamusal alanda görünürlüğünü ve toplumsal kaynaşmayı hedeflemiştir. Bu açıdan İhap Hulusi'nin afişlerinde kadını ev dışında her yerde görmek mümkündür. Bu afişlerdeki kadınlar Batılı görünümlü modern kadınlardır. Açık baş, kısa etek, makyaj, topuklu ayakkabı kadınların genel fiziksel görünüm özellikleridir. Kadın mayolu olarak plajda, kaplıcada, alışverişte, Batılı görünümle resmedilmiştir. “Beşir Kemal Nasır İlacı” reklamında uzun ve dekolte bir gece elbisesi giymiş kadın figürü kullanılmıştır. Kadın tek ayakkabısını çıkarmış, ilacı ayak parmağına sürerken görülür (Şekil 4). Bu reklam sadece ilaç reklamı değildir aynı zamanda bir toplumsal mesaj da içermektedir. Reklamda bu kıyafetle gösterilmiş olan kadın muhtemelen danslı bir partiden dönmüştür ve çok dans ettiği için sivri burunlu ayakkabısı ayağını rahatsız etmiştir. Dolayısıyla nasır ilacı reklamındaki bu kadın, kadının sosyal yaşama katılmasının da göstergesidir.



Şekil 4: İlaç reklamında modern kadın

Ziraat Bankası'nın afişinde ise kasketli bir köylü figürü vardır (Şekil 5). Bir kumbaranın da görüldüğü afişte “Para biriktiren rahat eder” yazılıdır. Afişte yaşlı, sakallı bir köylü yere uzanmış vaziyette, keyifle

sigarasını içerken görülmektedir. Böylece, insanlara paranın bankada biriktirilmesi gerektiği mesajı verilmekte, bankacılık işlemlerine güvenmesi, aşına olması sağlanmaya çalışılmaktadır. 1929 Büyük Ekonomik Buhranı aynı yıl Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti'nin de kurulmasına yol açmıştır (Turan ve Ödekan, 2009: 17). Kuruluşun amaçlarından bir de yine halkı tutumlu yaşamaya alıştırmak ve tasarruf alışkanlığı kazandırmaktır. Cumhuriyet'in ilk yıllarında kurulan Ziraat Bankası ise tarım sektöründe motor işlevi görmüştür. Bu bağlamda afiş, hem bankanın reklamını yapmakta hem de çiftçiyi tasarrufa çağırılmaktadır. Bu noktada, kıyafet devriminin ya da Batılı giyim tarzının bir zorunluluk olmadığı ve geleneksel giyim tarzı ile çatışmadığı da anlatılmaktadır.



Şekil 5: Ziraat Bankası'nın çiftçiye yönelik reklamı

İhap Hulusi'nin 1931 yılında çizmiş olduğu "Saygısızlıkla Savaş Derneği" afişi (Şekil 6), siyasal modernitenin gerektirdiği modern bir kamusal alanın inşasına vurgu yapmaktadır. Afişin en üstünde "Vatandaş" kelimesi yazılıdır. Fonda afiş boyutunda tam boy bir erkek figürü görülür. Bu erkek bir elinde tuttuğu dövizleri aşağıda birikmiş halka göstermektedir. Dövizlerde "Yere tüküne", "Yasak dinlemeyene", "Herkesin rahatını bozana", "Saygısızlıkların her türlüüne" "Aldırmamazlık etme" yazılıdır. Bu afiş birden çok mesaj taşımaktadır. İlk mesaj, afişte resmedilen Batılı görünümdür. Modernizasyon projesinde görüntü medeniyet sembolü olarak kabul edilmiştir. Kurallar yazılı dövizleri elinde tutan erkek, koyu renk takım elbiseli, kravatlı ve fotr şapkalıdır. Bu Batılı görünümlü erkek, aşağıdaki yine takım elbiseli, şapkalı, tayyörlü kadın ve erkeklerden oluşmuş kalabalığa hitap etmektedir. Dövizlerdeki mesajlarla birlikte düşünüldüğünde, medeni görünüm, medeni olmanın koşullarındandır. Afişin temel amacı Batılı, medeni davranış kodlarını "vatandaş"a öğretmektir. Bu kuralları vatandaşın kamusal alandaki davranış biçimini, dolayısıyla kamusal alanı düzenlemeyi amaçlar. Aslında yere tükürmemek Batı'ya maledilecek bir davranış değildir, ama medeni bir davranıştır. Ancak, kamusal yaşamın, kadınlı erkekli karma bir yaşam biçiminin Batı kökenli olması bu davranış biçiminin yaygınlaşmasında etkili olmuş olabilir.



Şekil 6: Kentleşme ve modern kamusal yaşam

Dernek, artık kadınların da bir parçası olduğu bu kamusal alanda, birlikte yaşamın normlarını oluşturmaya çalışmaktadır. Derneğin kuruluş tarihi 1945 olarak görülmektedir (Oruz, 2022). Ancak Merter'in (2003) çalışmasında İhap Hulusi'nin afişinin 1931 yılında yapıldığı belirtilmektedir. Afişin içeriğine bakıldığında derneği önce devlet tarafından kurulmuş olduğu düşünülebilir. Afişte, aşağıda birikmiş halka kuralları bildiren afiş boyutundaki erkeğin “devlet”i temsil ettiği düşünülmektedir. Daha sonra derneğin siviller tarafından tekrar kurulmuş olması muhtemeldir. Ancak bu konu başka bir çalışmanın konusudur. Afişte görülen büyük erkek figürü muhtemelen devleti sembolize etmektedir. Bu devlet halka “vatandaş”ın kamusal alanda nasıl davranması gerektiğini anlatmaktadır. Birlikte yaşamın kuralı olarak, başkalarının haklarına saygı göstermek, çevreyi temiz tutmak, yasalara uymak, huzuru bozmamak bu gereklerden bazılarıdır. Afişteki bu öğretici/didaktik söylem paternalist devlet ya da “devlet baba”ya işaret etmektedir. Afişte, öğretici konumdaki erkek yani devlet, halka oranla çok büyük gösterilmiştir. Buradan da tek parti döneminde, devlet ile halk arasındaki hiyerarşik ilişkinin vurgulandığı anlaşılmaktadır. “Vatandaş”a devletin, kendisinden büyük, güçlü, himayeci yapısı hissettirilir. Ama bu erkeğin temiz traşlı yüzü gayet mütebessim ve kibardır. Halka ne yapması gerektiğini anlatırken, “bunu yapma” demek yerine, bunları zaten bildiğini ama başkalarını da uyarması gerektiğini söyleyecek kadar duyarlıdır. Tepeden inmedir ama zorba değildir.

Bu afişlerde verilen mesajlar ve yaratılan imajlar okul kitaplarında da yer almaktadır. Türkiye’de devrimlerin konsolidasyon süreci olarak bilinen 1930’lu yıllar, rejimle uyumlu yurttaş üretimi misyonunun ele alındığı bir dönemdir (Üstel, 2004: 215). Bu süreç içinde devletin başlıca aygıtı, karma eğitim kurumlarından Kız Enstitüleri’ne kadar, okullardır. Cumhuriyet’in modernizasyon projesi çerçevesinde toplumun kültürel olarak dönüştürülmesi için okullarda okutulmak üzere yazılmış Malumat-ı Vataniye, Yurt Bilgisi, Vatandaş İçin Medeni Bilgiler kitapları Cumhuriyet’in ulus-devlet inşa sürecinde önemli pedagojik misyon taşımıştır. Erken Cumhuriyet döneminin bu kitapları, ulus-devletin siyasal-mekânsal tasarımı içinde, Cumhuriyetçi ideolojinin değerler sisteminin belirleyeceği bir yurttaş topluluğunu “okul”dan hareketle inşa etmenin araçlarıdır (s. 157) Kitaplarda telkin edilen makbul sosyal davranış kodları, medeni dünyayla buluşma yolunda bir “zorunluluk”tur. 1927-1928 tarihli Yurt Bilgisi kitabında “Kasaba ve Şehir Hayatında Herkesin Riayet Edeceği Kurallar” yazılıdır. Buna göre medeni



yaşam, medeni görüntüyle yakından ilişkilidir. “İnsanlar kıyafetlerine önem vermeli” anlayışı bazen açık bazen üstü kapalı şekilde dile getirilirken “sokak” bir “aleniyet” alanı olarak yeniden düzenlenir. Sokağa çıkarken kravat takılması, smokin, redingot giyilmesi, şapka takılması ve kapalı mekâna girerken çıkarılması, misafir karşılama kuralları dahi anlatılır. Başta toplu taşıma araçları olmak üzere, “umumi yerlerde” birlikte yaşama kurallarının telkini, toplumsal yaşama bir adap, düzen ve denetim getirme amacı taşımaktadır (s. 176-178). Dolayısıyla iyi yurttaş belirli toplumsallık kurallarına uyar. Yerlere tükürmemek ya da kalabalık yerlerde kimseyi rahatsız etmemek kişiyi kamusal bir ahlaki duruşa yönlendirmektedir.

Bu bağlamda kamusal alan Cumhuriyet için çok önemli bir kavramdır. Yeni kurulan devlet bu alana tüm vatandaşların erişmesini garanti altına almıştır. Tüm yurttaştan kasıt, Cumhuriyet öncesinden farklı olarak, sadece erkekleri değil kadınları da kapsayacak şekilde herkesi ifade etmektedir. Ayrıca, modernleşme projesinde yeni ile eski arasındaki fark, görüntü ile ilişkilendirilmiştir. Özellikle kadınların kamuya ait alandaki görünürlükleri ve statüleri Türk modernleşme projesinin görsel ve sembolik ifadesidir.

6. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada, Cumhuriyet’in erken dönemlerinde modernleşme projesinin gündelik hayata geçirilmesinde kitle iletişim araçları özelinde afişin rolü incelenmiştir. Cumhuriyet kurulurken ulus-kimlik de yeniden inşa edilmiştir. Devletin, ulus-kimliği yaratmak ve yaşatmak için belirlediği kimlik bileşenleri çok çeşitlidir. Ulusu “hayali cemaat” olarak tanımlayan Anderson (2017) bu hayali cemaati birbirine bağlayan en önemli bağlardan birinin basılı materyal olduğunu söyler. Bu açıdan, Cumhuriyet’in kuruluş sürecinde basın çok önemli rolü vardır. Afişler de, dönemin sosyo-kültürel ortamında bu ortak kimliğin üretilmesinde pay sahibidir.

Çalışma, İhap Hulusi’nin (Görey) afişlerinin Cumhuriyet’in modernleşme projesine uygun referanslar sağlayarak, semboller üreterek yeni bir toplumun yaratılmasına katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Eğitim kurumları ve ders kitapları Cumhuriyet’in yeni düzeninin tanıtılmasında ve kamusal ahlakın oluşturulmasında son derece önemlidir (Üstel, 2004). Cumhuriyet’in en önemli ayırt edici özelliklerinden biri görünümüdür. Fiziksel görünüş Cumhuriyet’in sembollerinden biridir (Kandiyoti, 1998; Göle, 1998). Bu açıdan İhap Hulusi’nin afişlerinde yeni kadın ve erkeğin nasıl olması gerektiğini gösteren pek çok resim vardır.

Afişin bir parçası olduğu kitle iletişim araçları, daha da genel olarak medya, düşünceleri ve davranışları belirleyen, doğrular ve yanlışlarla ilgili yargılarını oluşturan bir alandır. Medya toplumdaki başat normları, değerleri ve kurumları gösterip bunlarla uyumlu olmanın yollarını öğreten bir kültürlenme aracıdır. İhap Hulusi’nin bu afişleri de, Cumhuriyet’in yeni ekonomik sisteminin ve kurumlarının topluma anlatılmasında, Cumhuriyet ideolojisine uygun yurttaşın üretilmesinde, yeni kadın ve erkek modellerinin tanımlanmasında ve tanıtılmasında, kadınlarla erkeklerin aynı ortamdaki davranış kodlarının gösterilip yaygınlaştırılmasında rol oynamıştır. Yeni yaratılan toplumun kolektif kimliğinin oluşumunda, ortak değerleri, normları ve kurumları göstererek, taşıyarak, ortak yaşamın oluşumuna aracılık etmiştir.

Şüphesiz Cumhuriyet’in doğuş sürecinde İhap Hulusi’nin afişlerinden başka afiş ve reklam çalışmaları da mevcuttur. Bunların da araştırmacılar tarafından günışığına çıkarılması ve incelenmesi, Cumhuriyet’in kuruluşunda medyanın rolü üzerine daha doğru ve derinlemesine bilgi sahibi olmaya imkân sağlayacaktır. Ayrıca mevcut çalışmaların farklı sonuçlar ortaya koyması, Cumhuriyet’in çok boyutlu kimlik inşası bağlamında yeni bir tartışma alanı açabilir.

Kaynakça

Anderson, B. (2017). *Hayali cemaatler milliyetçiliğin kökenleri ve yayılması*. (İ. Savaşır, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.



- Deliduman, C., Çakmak, S. (2017). Kültürel afiş uygulamalarında illüstrasyon. *İdil Dergisi*, 6(29): 311-328.
- Er, M. (2012). İhap Hulusi Görey'in Cumhuriyet dönemi afişlerinin göstergebilimsel açıdan çözümlenmesi. *Türkbilig* (23): 115-132.
- Gellner, E. (2018). *Uluslar ve ulusçuluk*. (B. Ersanlı, & G. G. Özdoğan, Çev.) İstanbul: Hil Yayın.
- Göle, N. (1998). Modernleşme Bağlamında İslami Kimlik Arayışı. S. Bozdoğan, R. Kasaba içinde, *Türkiye'de modernleşme ve ulusal kimlik* (s. 70-81). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Hızal, G. G. (2012). Kültürel üretim mekanlarında bir aracı: İhap Hulusi Görey. *Folklor/Edebiyat*, 18(70):. 67-92.
- Hobsbawm, E. (2013). Giriş: Gelenekleri İcat Etmek. E. Hobsbawm, & T. Ranger içinde, *Geleneğin icadı* (M. M. Şahin, Çev., s. 1-18). İstanbul: Mesele Kitapçısı.
- Kandiyoti, D. (1998). Modernin cinsiyeti: Türk modernleşmesi Araştırmalarında Eksik Boyutlar. S. Bozdoğan, & R. Kasaba içinde, *Türkiye'de modernleşme ve ulusal kimlik*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Obuz, Ö. (2022). Adab-ı muaşeret yolunda nazik bir savaş: saygısızlıkla savaş derneği. *AÜSBD Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2): 681-694.
- Serin, A. (2000). Türk afiş sanatının abidesi İhap Hulusi Görey. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi* (28 Kasım 1898-27 Mart 1986).
- Turan, G., Ödekan, A. (2009, Aralık). Erken Cumhuriyet Dönemi'nde yerli malı kavramı ve İstanbul yerli malı sergileri. *İtüdergis/b*, 6(2): 15-26.
- Üstel, F. (2004). *"Makbul" vatandaşın peşinde, II. Meşrutiyet'ten bugüne vatandaşlık eğitimi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (1999). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.