

AFİŞ TASARIMINDAN İKONİK MASKOTA BİR DÖNÜŞÜM ÖRNEĞİ; JOHN GILROY'UN GUINNESS AFİŞLERİ

Emin TOKSÖZ
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Türkiye
emin.toksoz@asbu.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-7003-4383>

<i>Atıf</i>	Toksöz, E. (2023). Afış Tasarımından İkonik Maskota Bir Dönüşüm Örneği; John Gilroy'un Guinness Afışleri. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 13 (2), 292-304.
-------------	--

ÖZ

John Gilroy, 1929-1965 yılları arasında Guinness firması için afiş çalışmaları üretmiştir. Bu afişlerde yer alan karakterler markanın hedef kitlesi tarafından çok ilgi görmüştür. Zaman içinde afişlerde yer alan karakterler markayla ve İrlanda kültürüyle özdeşleşmiştir. Nitekim bu karakterler markanın tanıtımdan bağımsız maskot olarak kullanılmaya başlanmıştır. Gilroy'un yakaladığı bu önemli başarının altında yatan nedenlerin başında Gilroy'un yeteneği ve afişlerinde kullandığı güçlü mizahi anlatım dili gelmektedir. Gilroy'un afişlerinin yayımlandığı dönemin koşullarının yanı sıra dünyada karton (cartoon) ve çizgi film endüstrisinde yaşanan gelişmeler de göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle Gilroy'un ürettiği Guinness afişlerinin kazandığı popülerlik ve tanınırlığın ötesinde markadan bağımsız değerli bir imge hâline gelmesinin nedenlerini incelemek özellikle afiş tasarımcıları için önem arz eden bir konudur. Bu çalışmada Gilroy'un Guinness için 1929-1965 yılları arasında tasarladığı afişlerin içerikleri literatür taraması ile beraber betimle yöntemiyle incelemiştir.

Anahtar Kelimeler: Maskot, Karton, Guinness, Afış Tasarımı, John Gilroy.

AN EXAMPLE OF THE TRANSFORMATION FROM POSTER DESIGN TO ICONIC MASCOT; GUINNESS POSTERS OF JOHN GILROY

ABSTRACT

John Gilroy designed many posters for the Guinness company between 1929 and 1965. These posters and the characters featured on the posters have attracted great attention from the target audience of the brand. Over time, the characters featured on the posters have become identified with the brand and Irish culture. Eventually, these characters has been used as a mascot, regardless of the brand's promotion. The main reason behind this success that Gilroy has achieved is his talent and strong humorous narrative language. In addition the conditions of the period in which the posters were published, the developments in the cartoon industry around the world should not be ignored. Therefore, it is especially important for poster designers to examine the reasons why the Guinness posters produced by Gilroy have become a valuable image apart from the brand beyond the popularity and recognition it has gained. In this study, a literature review was carried out for the contents of the posters Gilroy designed for Guinness between 1929-1965. The data obtained in this context were processed with the descriptive analysis method.

Keywords: Mascot, Cartoon, Guinness, Poster Design, John Gilroy.

GİRİŞ

1759'dan bu yana faaliyette olan Guinness firması 1920'li yıllarda içinde bulunduğu dönemin etkisiyle ilk defa modern anlamda tanıtıma ihtiyaç duyar. Bu kapsamda afiş çalışmaları için 1929 yılından itibaren John Gilroy'un bağlı olduğu Benson reklam ajansı ile çalışmaya başlar. Gilroy'un tasarladığı afişler hem Guinness ürünlerini tüketenler hem de firma tarafından oldukça beğenilir. Gilroy, 30 yılı aşkın bir süre Guinness için afiş çalışmaları üretir. Özellikle afiş tasarımlarında yer alan "hayvanat bahçesi bekçisi" ve tropik "tukan" kuşu karakterleri âdeta markayla özdeşleşerek markanın ikonik maskotları olarak görülmeye başlanır. Öyle ki günümüzde hâlâ bu karakterlerin kullanıldığı ticari ya da tanıtım amaçlı ürünlerin yanı sıra İrlanda kültürünü yansıtan çalışmalarda Guinness'ten bağımsız bir biçimde maskot olarak kullanılmaktadır.

Gilroy'un çalışmalarındaki hayvanat bahçesi bekçisi ve tropik tukan kuşu karakter ve konseptlerinin uzun süre Guinness firması tarafından kullanılması ve ikonikleşmesi şüphesiz Gilroy'un yeteneği kadar üretmiş olduğu afişlerde yer alan imge, konsept, anlatım dili, kültür gibi konuları ön plana çıkarmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca Gilroy'un afişlerini tasarladığı yıllarda çizgi film endüstrisinin altın yıllarını yaşadığı görülmektedir. Bu durumun Gilroy'un afişlerinde yakaladığı başarıya katkı sağladığı söylenebilir. Bu bağlamda bu çalışmada Gilroy'un Guinness için tasarlamış olduğu afişlerin gelişim süreci ve afişlerde yer alan konsept ve karakterlerin tüketici nezdinde benimsenmesi neticesinde maskot olarak farklı alanlarda kullanılmaya başlaması incelenerek örneklerle açıklanmaya çalışılmıştır. Gilroy'un Guinness afişlerinde elde ettiği başarıyı daha detaylı bir şekilde açıklayabilmek için ilk önce Gilroy'un sanatçı kimliğini ortaya koyarak tasarladığı afişlerdeki dönüşümü gözler önüne sermek önemlidir.

BİR AFİŞ TASARIMCISI OLARAK JOHN GILROY

Bir afiş tasarımcısı olarak John Gilroy'un incelediğimiz zaman iyi bir tasarımcı olmasının yanı sıra yaşadığı dönemde ülkesinde etkili bir illüstratör ve karikatürist olduğu görülür. Gilroy, Newcastle upon Tyne, İngiltere doğumludur. Durham Üniversitesi Armstrong College Sanat Okulundan burs kazanarak King Edward VII School'da eğitim görmüştür. Eğitim ve çalışma hayatı Birinci Dünya Savaşı nedeniyle kesintiye uğramıştır. Filistin ve Fransa'da askerlik görevini yerine getirmiş, askerlik görevinden sonra eğitim hayatına Londra'daki Royal College of Art (RCA)'ta devam etmiştir. Birçok resim yarışmasından ödül alarak 1922 yılında mezun olmuştur. Küçük yaşlarından itibaren Evening Chronicle ve Punc dergilerinde karikatüristlik yapmıştır. Kendisini portre ressamı olarak tanımlayan Gilroy, dönemin kraliyet ailesinin portrelerini de çizmiştir (*Guinness Arşivleri*. 'Archive Fact Sheet: Gilroy and Animals.', t.y). Gilroy, Londra'daki Camberwell Sanat Okulunda figür çizimi dersleri vermiştir. 1925 yılından sonra reklam ajanslarında çalışmaya başlamış; yalnızca ticari afişler değil, İkinci Dünya Savaşı sırasında ordu ve İngiliz hükümeti için afişler tasarlamıştır (Bkz. Şekil 1) Gilroy, gıda israfının azaltılması gibi konuları da teşvik eden sosyal içerikli afişler tasarlamıştır. Ancak asıl ününü yakalaması Guinness firması için tasarladığı afiş çalışmalarıyla olmuştur (Bernstein, 2005).



Şekil 1. Gilroy'un 1930'lu yıllarda İngiliz ordusu için tasarladığı afiş çalışmalarından bir örnek "Join Scottish Regiment" (İskoçya Ordusuna Katıl)

Kaynak: 1stdibs.com (t.y.).

Gilroy, Guinness için 1928 yılından itibaren 35 yıl boyunca Guinness reklamı üzerinde çalışmış, 100'ün üzerinde gazete ilanı ve 50 kadar afiş tasarımı üretmiştir. Ancak Guinness firması bununla sınırlı kalmayıp Gilroy'la yollarının ayrılmasından sonra Gilroy'un oluşturduğu afiş tasarımlarını televizyon reklamları da dâhil olmak üzere farklı mecralara taşımıştır. Günümüzde hâlen Gilroy'un çalışmalarının içeriğinde yer aldığı yeni tasarım ve tanıtım ürünleri tüketicilere sunulmaktadır (Bkz. Şekil 2). Bunun altında yatan ana nedenin Gilroy'un Guinness için tasarladığı afişlerle Guinness'in önceleri kasaba sarhoşlarına hitap eden imajını safari hicvine dönüştürmesi olduğu düşünülür. Gilroy, 1985 yılında olarak vefat etmiştir (Varun, 2016).



Şekil 2. 2016 yılında Guinness, sınırlı sayıda üretilmiş, Gilroy' un tasarımlarının olduğu bira kutularını satışa sundu.

Kaynak: Jenkins (2017).

Guinness'in Reklam Faaliyetleri ve John Gilroy'un Guinness İçin Tasarladığı Afişler

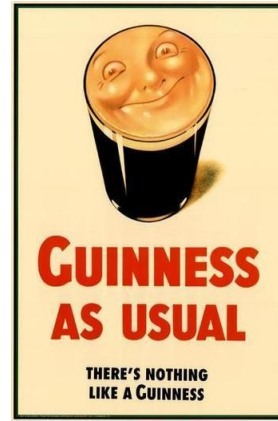
Guinness, 1795'ten bu yana faaliyette olmasına rağmen 1900'lerin başına kadar ciddi bir tanıtım ve pazarlama stratejisine ihtiyacı duymamıştır. Bu durumun altında yatan nedenlerin başında İrlanda'nın bağımsızlığını kazanmasından sonra İrlanda'ya yönelik İngiltere ve ABD'de uygulanan yeni ithalat vergileri gelir. Bu nedenle firma artan maliyetler sebebiyle özellikle ABD pazarındaki satışlarını

arttırmak amacıyla pazarlama stratejisine ihtiyaç duyar (Dundon, 2017). İlk başlarda Guinness ürettiği bira kalitesine güvenerek biranın insan sağlığına faydalı olduğunu, sindirime ve kaygıya iyi geldiğini iddia ettiği biraları için günümüzde oldukça kaba görünebilecek “Guinness sizin için iyidir.” ve “Güç için Guinness” slogan ve konseptiyle 1929’da yeni kampanya ve görsellerle tanıtıma başlar (Sibley, 1985: 38-40). Bu dönemde Guinness, Londra merkezli S.H. Benson reklam ajansı ile çalışmaktadır. Bu ajans, kampanya için John Gilroy’la çalışır. Gilroy, ilk başlarda afişlerde Guinness’in tüketicilerine sağlık ve güç verdiğini doğrudan ve sade bir şekilde anlatan afişler tasarlar (Bkz. Şekil 3). Bu afişlerin izleyicide önemli bir etki oluşturmadığı fark edilince bira bardağında yer alan köpüğe “gülen yüz” ifadesi eklenerek Guinness afişlerindeki sert ifade kırılır (Bkz. Şekil 4). Bu sempatik girişime tüketicilerden olumlu dönüş alınınca afiş konseptindeki içerik radikal bir kararla çok daha mizahi bir içerikle yeniden kurgulanır. “Guinness for Strength” (Güç için Guinness) konseptli afişler Gilroy tarafından tasarlanır (Bkz. Şekil 5). Bu afişler oldukça ilgi görür ve beğenilir. Artık Guinness firması tam anlamıyla afişlerinde kendi üslubunu oluşturmuştur. 1930’lu yılların ortalarına gelindiğinde Gilroy, Guinness afişlerindeki mizahi içeriği daha da geliştirmek istemektedir. O yıllar için oldukça abartılı, masalsı ve mizahi bir dil ve biçimle karton (cartoon) “Guinness in Wonderland” (Guinness Harikalar Diyarı’nda) konseptli afişler hazırlar (Bkz. Şekil 6). Guinness Harikalar Diyarı’nda konseptli afiş tasarımları gerçek bir masala öykünme (pastiş) tadında çalışmalardır. Bu afiş çalışmaları da beğenilir ancak Gilroy afişlerde karton (cartoon) içeriğini ve mizah dilini ileri götürmeye kararlıdır (Sibley, 1985:40-83). Ancak Gilroy’un önünde bir engel vardır: Guinness, reklam ve tanıtımların ailelere biraz daha hitap etmesi yönünde karar alır. Çünkü bu yıllarda bira, özellikle sağlık için ailelere tavsiye edilen bir içecektir (Rossman, 2018). Bunun üzerine Gilroy, çalışmalarındaki dil ve stilinde biraz daha aile odaklı bir içerik üretebilmek için o dönem ailelerin sıklıkla gezintiye çıktığı park, sirk gibi alanlardan esinlendiği örnek afiş çalışmaları hazırlar. Bu çalışmaların sonucunda egzotik hayvan konseptli afişlerini yayınlar. Buradaki asıl amaç Guinness biralarını çalan sevimli hayvan karakterleri tasarlamaktır. Tasarlanan hayvan karakterleri arasında en çok sevilen ve akılda kalan tukan karakteri olmuştur (Hines, 2017). Bu afiş tasarımları da başarılı bulunur ancak gerçek anlamda afişlerde hikâye ve bütünlük açısından eksiklik vardır (Bkz. Şekil 7). Çünkü tropik hayvan karakterlerinin hem bira hem de Guinness marka kimliğiyle bir ilgisi yoktur.



Şekil 3. John Gilroy’un Guinness için ilk ürettiği afiş çalışmalarından bir örnek “Guinness is good for you” (Guinness sizin için iyidir). 1929

Kaynak: Greenorc (2015).



Şekil 4. Gilroy’un Guinness için afiş ürettiği ilk afişleri daha sempatik hâle getirmek için “gülen yüz” imgesi kullanmaya başlamıştır. “Guinness as Usual” (Guinness bildiğiniz gibi) There’s nothing like a Guinness (Guinness gibisi yok.). 1930’lar

Kaynak: celticshamrock.com (t.y.).

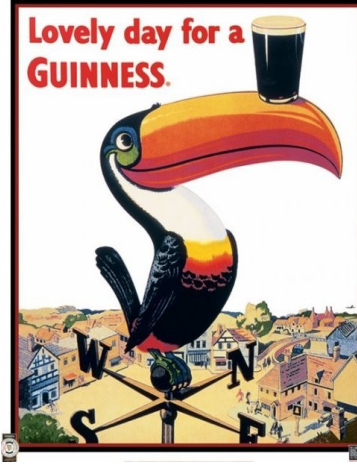


Şekil 5. Gilroy' un, Guinness için tasarladığı "güç" temalı afişlerden bir örnek "Guinness for strength" (Güç için Guinness) 1930'lar
Kaynak: 1stdibs.com (t.y.).



Şekil 6. Gilroy' un, Guinness için tasarladığı "Guinness Harikalar Diyarı'nda" temalı afişlerden bir örnek "Guinness Time" (Guinness Zamanı) 1940'lar
Kaynak: 1stdibs.com (t.y.).

Gilroy, nihayet tropik hayvan karakteriyle tasarladığı afişlerde Guinness marka kimliğine daha uygun olarak hayvanat bahçesi bekçisi karakterini konseptte dâhil eder. Bu konseptin yer aldığı afişlerde yer alan slogan ise "My goodness my Guinness" (Aman Tanrım, Guinness'im)'tir. Gilroy, bu konsept içinde afişlerde yüksek stres altında çalışan ama bir o kadar sevimli hâliyle "bekçi" karakteri kullanır. Bu konseptte hayvanat bahçesinde yer alan hayvanlar, bekçinin Guinness biralarını çalmaktadır. Bekçinin Guinness biralarını hayvanat bahçesindeki hayvanlardan sürekli saklama çabası eğlenceli olduğu kadar renkli hâlleriyle afişlerde yer alır (Bkz. Şekil 9-10). Gilroy, kendisi ile yapılan röportajlarda bu konsepti bir sırte burnunda top taşıyan deniz aslanını gördükten sonra düşündüğünü belirtir. Ayrıca konseptte yer alan bekçi karakterinin Gilroy'un otoportresi olduğu iddia edilir (Sibley, 1985:83). Zaman içinde bekçi karakteri tüm sevimli ve karikatürize hâliyle markanın simgesel yüzü olur. Öyle ki bu karakter bir afiş ya da karikatürden çok maskot olarak anılır, hediyeleşim eşyadan dekora kadar ürünleri üretilir. Yeri gelmişken belirtirmelidir ki bu çalışma kapsamında araştırılan kaynaklarda ancak 1950'lerden sonraki afişlerin tam yayın tarihinin sağlıklı bir şekilde verilebildiği görülmektedir. 1930-1940'larda yayınlanan afişlerin birçoğunun eskiz, fikir aşamasında olduğu görülmekte, hangisinin önce yayımlandığıyla ilgili kesin bilgiler bulunmamaktadır. Örneğin, Gilroy'un ABD'de 1940'lı yıllarda tukan karakterlerinin olduğu kartonlar yayınladığı gibi iddialar vardır ancak bu konu Guinness tarafından tam teyit edilmiş değildir (Rossman, 2018).



Şekil 7. John Gilroy'un Guinness için tasarladığı “tukan” konseptli afiş tasarımlarının başlangıcı sayılabilecek afişlerden bir örnek. “Lovely day for a Guinness” (Guinness için çok güzel bir gün). 1930’lu yıllar

Kaynak: 1stdibs.com (t.y.).



Şekil 8. John Gilroy'un Guinness için tasarladığı “tukan” konseptli afişlerden bir örnek. “Lovely day for a Guinness” (Guinness için çok güzel bir gün). 1930’lu yıllar

Kaynak: etsy.com (t.y.).

Gilroy, Guinness afişlerini tasarlarken uzun yıllar Ronald Barton ve Ronald Bevan’la çalışmıştır. Gilroy, afişlerinde yalnızca aynı karakter ve çizim yönlerini değil, aynı yazı karakterini de kullanmıştır. Bu yazı karakteri afiş konseptleriyle oldukça tutarlı bulunmaktadır. Bu durum 30’lu yıllar için oldukça sıra dışı bir durumdur. Bir bakıma Gilroy’un afişlerinin başarısı yalnızca çizim kalitesinden değil, tipografiyi de zamanının ötesinde kullanmasından kaynaklanmaktadır (*the independent*, ‘Guinness: A campaign that’s been brewing for 80 years’, 19.01.2009).

Gilroy’un yeteneği, afiş çalışmalarında uyguladığı mizahi dil ve tasarladığı karakterin sempatisinin marka ile uyumu çok önemlidir. Ancak Gilroy’un Guinness afişlerini tasarladığı dönemde ABD’de çizgi film endüstrisinde yaşanan önemli gelişmelerin Gilroy’un afişlerde kullandığı karakterlerin biçimsel özellikleriyle paralellik göstermesi dikkat çekicidir. 1920’li yıllardan itibaren başta ABD olmak üzere Batı’da çizgi film sinema endüstrisi ticari eğlence araçlarından biri hâline gelmeye başlamıştır. 1928 yılında ilk sesli çizgi filmlerin yayınlanması Disney ve Warner Bros stüdyolarının öncülüğünde gerçekleşmiştir. Bu çizgi filmlerin çoğunluğunun Donald Duck, Mickey Mouse gibi hayvan karakterlerinin ön planda olduğu çizgi filmlerdir. Bu çizgi filmler 1928-1960 yılları arasında Batı’da çok büyük ilgi görür. Öyle ki çizgi film sinemasının bu dönemde “Altın Çağ”ını yaşadığı iddia edilir

(Barrier, 1999:9). Halk nezdinde görsel mizahta neşe ve eğlence arayışının yaygınlaşması ve hayvan karakterleriyle oluşturulmuş çizgi filmlerin yoğun kabul görmesi tasarladığı Guinness afişlerindeki eğlence ve karton (cartoon) eğilimini artırması yönünde Gilroy’u cesaretlendirmiş olabilir. Nitekim Gilroy’un Guinness için tasarladığı afişler, ilk başlarda çok durağan ve sadeyken son dönem afişlerin içeriğindeki karakterlerin hareketli, esnek ve daha abartılı biçime sahip olması dikkat çekicidir. Yeri gelmişken karton (cartoon)’un kavram ve biçim olarak yalnızca çizgi filmi temsil etmediği belirtilmelidir. İnsanları eğlendirmeye yönelik hazırlanmış görsel, basılı, film metaryallerinin tümü Batı’da “cartoon” olarak adlandırılmaktadır. Türkiye, İran, Rusya gibi ülkelerde kavram olarak cartoon’un tam bir karşılığı yoktur. Bu ülkelerde çizgi ile yapılan görsel mizah formları “karikatür” olarak adlandırılma eğilimindedir (Toksöz, 2022:54). Bu nedenle karikatür, karton (cartoon), maskot gibi birbirine yakın fakat detaylarda ve kullanım alanlarında fark olan biçim ve kavramları bu çalışma kapsamında detaylıca ortaya koymak önemlidir.



Şekil 9. John Gilroy’ un Guinness için tasarladığı “Hayvanat Bahçesi Bekçisi” konseptli afişlerden bir örnek, 1950’ler

Kaynak: amazon.com (t.y).



Şekil 10. John Gilroy’un Guinness için ürettiği “Hayvanat Bahçesi Bekçisi” konseptli afiş tasarımlarından bir örnek, 1950’ler

Kaynak: pintsapparel.com (t.y.).

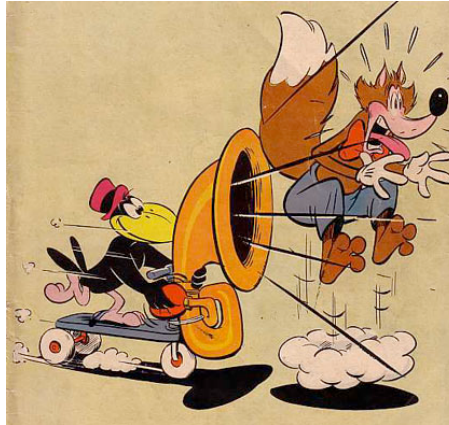
KAVRAMSAL VE BİÇİMSEL ÇERÇEVESİYLE KARTON (CARTOON) VE MASKOT

Karton (cartoon) terimi 19. yüzyıldan önce fresk, mozaik, duvar, pencere veya halının üzerine yapılan çizimleri tanımlar. Günümüzde karton (cartoon) terimi sıklıkla güncel olaylar hakkında yorum yapan gazete ve dergilerde bulunan komedi ya da hiciv içerikli görselleri ifade eder (Wigan, 2009:56). Zamanla Latin kültürünün ABD'ye taşınmasıyla mizahi çizimleri tanımlamak için karton (cartoon) kelimesi kullanılmaya başlanır. Özellikle Amerika'da çizgi roman, karikatür, çizgi film vb. çalışmalar için çatı bir terim olarak cartoon kullanılmaktadır. Cartoon'un karikatüre nazaran daha yumuşak bir anlatım diline sahip olduğu düşünülür (Junco, 2007). Cartoon, özellikle Kuzey Amerika'daki basın ve yayın ortamlarında "eğlence" olarak nitelendirilir, dolayısıyla daha hafif bir yapıya sahiptir. Ayrıca cartoon, Batı'da çizgi filmler için kullanılan bir terimdir. Cartoon terimi teknik olarak hem tek kare hem de hareketli görüntü içeren neşeli, renkli görsel ürünler için kullanılan çatı bir terimdir. Nitekim geleneksel olarak bilinen çizgi filmlerde yer alan ezilme, esneme, ters hareket, abartı, cazibe gibi kavram ve ilkeler kartonu karikatürden ayıran temel kavramlardır.



Şekil 11. 19. yüzyılda yaşamış Fransız Jean Grandville'e ait karikatür örneği.

Kaynak: Oxfordartonline.com (t.y.).



Şekil 12. 1940'lı yıllara ait karton (cartoon) örneği

Kaynak: Amidi (2006).

Karton ve karakter tasarımı birbirine oldukça yakın alanlardır. Bu iki kavram maskot tasarımıyla da yakından ilişkilidir. Karikatür daha çok hiciv içerikli olması nedeniyle bu iki alandan ayrılır ve mizah içeriği olarak biraz daha eğlenceden uzaktır. Maskot, şans getirmesi umulan bir kişi ya da eşya olarak tanımlanır. Maskot terimi, çekicilik veya şans anlamına gelen Fransızca "mascotte" kelimesinden türetilmiştir. Maskot tasarımının karakter, çizgi film ve kostüm tasarımı gibi farklı sanat ve tasarım

disiplinlerini birleştirebilen bir yönü vardır. Maskot tasarımında sempatik görünüş ve görsel zenginlik üretebilmek oldukça önemlidir. Çünkü maskot tasarımında ana amaç markanın ya da tasarlanan ürün ya da hizmetin izleyiciler üzerinde olumlu etki oluşturması hatta izleyicileri eğlendirmesidir (Tosun ve Kalyoncu, 2014). Profesyonel anlamda ilk maskot uygulamaları ABD’de askerî alanda ve spor alanında görülmektedir. Askeriye veya spor kulüpleri tarafından canlı hayvan şans getirmesi için maskot olarak kullanılmıştır (Bkz. Şekil 13) (Tatlı ve Güven, 2020).

Maskotların kullanımı temelde üç farklı şekildedir: Birincisi insan, hayvan ve bitki türlerinden oluşan maskotlardır. Maskot tasarımında genellikle özellikle hayvan karakterleri kullanılmaktadır. Çünkü müşteriler reklamlarda kullanılan hayvan figürlerinin kültürel özelliklerini bilip ürün-maskot ilişkilendirmesini bu sayede kolayca yapabilmektedirler. Maskotların ikinci kullanım şekli animasyon ve karikatür formunda olmaktadır. Özellikle teknolojinin gelişmesi, beraberinde günümüzde maskotun animasyon olarak kullanımında artışa yol açmıştır (Kara, 2019).

Bu çalışma kapsamında maskot kavramıyla beraber ‘ikonik’ terimine de açıklık getirmek gerekir. Çünkü burada ikonik teriminden kastedilen şey Gilroy’un tasarladığı karakterlerin belleklere yerleşmesi ve Guinness markasıyla özdeşleşmesidir. Bir imgenin temsil ettiği kurum ve kavramla özdeşleşmesi ve ayrılmaz bir bütün gibi belleklere yerleşmesi durumunda özellikle Batı’da “ikonik” terimi kullanılmaktadır. İkonik sözcüğü simgesel anlamına gelmektedir. Yani bir janranın ya da bir oluşumun simgesi anlamında kullanılır. Bu bakımdan bir imgenin bu janra ile anıldığını belirtir (Cambridge Sözlük, 2022). Bu bağlamda Gilroy’un afiş tasarımında kullandığı tukan ve bekçi karakterleri zaman içinde markayla özdeşleşmiş, âdeta Guinness’in “Arp” logosunun da önüne geçerek markanın simgesi olduğu görülmektedir.



Şekil 13. New York Mets Baseball takımının maskotu Mr. Met. 1960’lı yıllar.

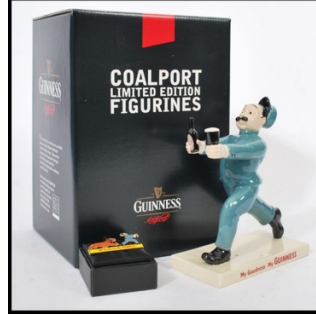
Kaynak: Galvin (2020).

GUINNESS’İN MASKOTLARI TUKAN VE HAYVANAT BAHÇESİ BEKÇİSİ

Bulgular

Guinness, 1982 yılına gelindiğinde artık Gilroy’un tasarımlarını ve ona atfen yapılan çalışmaları bir kenara bırakır ve yeni reklam çalışmalarıyla müşterilerinin karşına çıkmaya başlar. Çünkü artık bu reklamlar eskisi kadar etkili görünmüyordu. Ancak Guinness yetkilileri tukan ve bekçi karakterlerinin izleyicinin ve ürünü tüketenlerin bellek ve gönüllerinde yer edindiğini bilmektedir, bu nedenle bu iki karakterin nostaljisi devam ettirilmiştir. Şirket, bu yıldan itibaren orijinal Gilroy çizimlerini içeren sınırlı sayıda bira kutuları ve dekoratif eşyaları piyasaya sürmeye başlamıştır. Gilroy’un tukan ve bekçi karakterleri günümüzde dahi Guinness’i akla getirmekte ve dünyanın önde gelen siyah birasının son derece unutulmaz maskotları olmaya devam etmektedir (Broadsky, 2017).

Çalışmanın bu bölümünde internette yer alan, tukan ve bekçi karakterlerinin farklı amaçlarla maskot olarak kullanıldığı örnekler derlenmiştir. Bu ürünlerin bir kısmı Guinness tarafından izleyicilere hediyelik eşya gibi amaçlarla satışa sunulurken bir kısmı sadece Guinness markasına ve bu karakterlere hayranlık sonucu oluşturulmuş bağımsız maskot çalışmalarıdır. Yapılan araştırmalar sonucunda tukan ve bekçi karakterlerinin Guinness markasının ötesinde İrlanda kültürü ile özdeşleştiği saptanmıştır. Bu maskotların özellikle futbol ve rugby gibi spor müsabakalarında izleyicileri eğlendirme ve motive etme amacıyla kullanıldığı görülmektedir.



Şekil 14. Guinness firmasının ürettiği “Hayvanat Bahçesi Bekçisi” konseptli figür-maskot ürün bid.eastbristol.co.uk, (t.y.).



Şekil 15. Tukan ve hayvanat bahçesi bekçisi karakterlerinin maskot olarak kullanıldığı örnekler.

SONUÇ

John Gilroy'un Guinness afişlerini 30 yılın üzerinde tasarlaması ve bu afişleri tasarladığı yılların Büyük Depresyon ve İkinci Dünya Savaşı gibi büyük olayların yaşandığı dönemlere denk gelmesine rağmen Guinness'in tanıtımlarında Gilroy'la yola devam edilmesi Gilroy'un yaşadığı dönemi iyi okuyan bir tasarımcı olduğunu ve markanın güvenini kazandığı sonucuna ulaştırabilir. Gilroy'un Guinness'in afiş tasarladığı yıllardaki dönemin karton (cartoon), illüstrasyon ve çizgi film tekniklerine yakın çalışmalar yapması, afişlerde kullandığı renkler ve yarattığı karakterlerin sempatik hâlleri, mizahi yapısı Gilroy'u Guinness afişlerinde başarıya götüren diğer önemli etkenlerdir. Bugün için bir içecek firması için normal görülebilecek karton karakterle afiş tasarımı yapma fikri, Gilroy'un afiş tasarımı yaptığı dönem için oldukça radikal bir girişim olarak görülebilir. Sonuç olarak Gilroy'un cesareti, tasarladığı afiş ve karakterlerin neşeli ve özgün hâlleri ikonik maskot olma yolundaki en önemli adımı olarak söylenebilir.

Gilroy'un afiş tasarımlarında az bilinen fakat bu çalışma kapsamında değinilmesi gereken bir başka nokta şudur: Gilroy'un özellikle bekçi konseptli afişlerde gergedan, kobra yılanı gibi insanları kısmen korkutabilecek hayvanların yer aldığı afişlerin eskizini yaptığı fakat bunları beğenmeyerek yerine deniz aslanı, pelikan gibi insanlarda daha çok sempati uyandırabilecek hayvan figürlerini yayınlamayı tercih ettiği düşünülür. Bu karar Gilroy ve Guinness'in ortak bir kararı da olabilir. Bu kritik kararın markanın hedef kitlesinin markaya olan sempatisini korumak için alınmış olması muhtemeldir. Nitekim bu karar afiş karakterlerinin izleyici gözünde sempatisini korumasını ve karakterlerin birer ikonik maskot olmasını sağlamıştır.

Son olarak Gilroy'un markanın tanıtımlardaki ciddi ve klasik bakış açısı yerine her yeni konseptte mizah ve eğlencenin dozunu artırması afişleri izleyicinin gözünde unutulmaz kılmasında önemli bir etkendir. Guinness'in 1982 yılından itibaren Gilroy'un konseptlerini reklamlarda kullanmayı bırakmasının ardından şirketin Gilroy'un tasarımlarını hatırlatan çalışmalar ve ürünler piyasaya sürmeye devam etmesi de Gilroy'un tukan ve bekçi karakterini birer ikonik maskota dönüştüren etkenlerden biridir.

KAYNAKLAR

Amazon (t.y.). *Guinness Beer My Goodness My Guinness by Gilroy 36x24 Advertising Art Print Poster Irish Stout Brew* [Poster]. <https://www.amazon.com/Guinness-Goodness-Gilroy-Advertising-Poster/dp/B073T4TWSP>

Amidi, A. (2006). *1940s Columbia Cartoons* [Karikatür]. <https://www.cartoonbrew.com/old-brew/1940s-columbia-cartoons-1802.html>

Barrier, M. (1999). *Hollywood cartoons American animation in its golden age*. Oxford University Press.

Bernstein, D. (2005). Gilroy, John Thomas young. *Oxforddnb*. <https://www.oxforddnb.com/display/10.1093/ref:odnb/9780198614128.001.0001/odnb-9780198614128-e-66221;jsessionid=4321D5A066BEFBE024DB11B5BCE3A462>

Brewpublic (2016). *Guinness – a Look at the Famous Irish Brewery* [Fotoğraf]. <https://brewpublic.com/beer-education/guinness-a-look-at-the-famous-irish-brewery/>

Broadsky, J. (2017). How the guinness toucan became the brewery's most iconic mascot. *Shamrockgift*. <https://www.shamrockgift.com/blog/guinness-toucan-vintage-advertisements/>

Cambridge Sözlük (2022). *Iconic*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/iconic>

Celticshamrock (t.y.). *Guinness St. James Gate Poster* [Poster]. <https://celticshamrock.com/product/guinness-st-james-gate-poster/>

Celtic Canvases (t.y.). *Guinness Tri-Colour Flag* [Flama].

<https://www.celticcanvases.com/product/guinness-tri-colour-flag>.

Denhams (t.y.). *A set of six 1980's Guinness Advertising Figures Comprising Sea Lion, Zoo Keeper, Toucan, Ostrich, Kangaroo and to Rtoise* [Fotoğraf]. https://denhams.com/lot/2/june-2015_

Dundon, R. (2017). The artist who made the iconic Guinness posters also mocked some up for Nazi Germany. *Vinepair*. <https://vinepair.com/articles/history-guinness-toucan-ads/>

Eastbristol (t.y.). *A Coalport Advertising Figurine Guinness Zookeeper 10/1200 Complete in Original Box with Pin Badge* [Fotoğraf]. <https://bid.eastbristol.co.uk/past-auctions/sreas10306/lot-details/57702b44-622d-4747-ade1-a99f00f1810f>

Etsy (t.y.). *Beer Lovely Day for a Guinness Posters* [Poster].

<https://www.etsy.com/sg-en/listing/959507852/beer-lovely-day-for-a-guinness-posters>

Galvin, T. (2020). *Mr. Met turns 36 years old today* [Tweet]. Twitter.

https://twitter.com/thom_galvin/status/1267176839413477376_

Girloy, J. (1935). *Guinness Toucan Mascot Mural in Galway, Ireland* [Fotoğraf].

<https://www.encirclephotos.com/image/guinness-toucan-mascot-mural-in-galway-ireland/>

Greenorc (2015). *90 Marvelous Superhero Redesign Fan Art Examples* [Fotoğraf].

<https://www.greenorc.com/2015/08/marvelous-superhero-redesign-fan-art-examples/>

Guinness: A campaign that's been brewing for 80 years. (2009). *The Independent*.

<http://www.independent.co.uk/news/media/advertising/guinness-a-campaign-thats-been-brewing-for-80-years-1419144.html>.

Hines, N. (2017). The untold story of the guinness toucan. *Vinepair*.

<https://vinepair.com/articles/history-guinness-toucan-ads/>

Irishann (t.y.). *Guinness Enamel Toucan Mug*. [Fotoğraf].

<https://irishann.com/index.php/product/guinness-enamel-toucan-mug/>

Jenkins, C. (2017). *Guinness Draught - Limited Edition Guinness cans Featuring John Gilroy's Iconic Lobster and Toucan Artwork - Based on Ads* [Fotoğraf]. <https://www.alamy.com/stock-image-guinness-draught-limited-edition-guinness-cans-featuring-john-gilroys-169527305.html>

Junco, M. A. (2015). Caricature before caricature. An archeology of humor from prehistory, en version. *Estudios de Comunicacion y Politica Numero, 35*, 100-113.

Kara, M. (2019). Marka taninirliđinin ötesine geöen maskot: Eddie the head. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 130-138.

Oxfordartonline.com (t.y.). *Credulity, Superstition, and Fanaticism*, Etching and Engraving [Resim].

<https://www.oxfordartonline.com/page/british-visual-satire-18th-20th-centuries>

Pintsapparel (t.y.). *My Goodness, My Guinness! Poster* [Poster]. <https://pintsapparel.com/products/my-goodness-my-guinness-poster?variant=410-91971383493>

Rossman, S. (2018). St. Patrick's Day: The story behind the Guinness toucan. *Usatoday*.
<https://www.usatoday.com/story/news/nation-now/2018/03/16/st-patricks-day-story-behind-guinness-toucan/429685002/>

Shutterstock (2008). *Arthur Edward Guinness Dressed as 'Arthur The Toucan' Running the Dublin City Marathon* [Fotoğraf]. <https://www.shutterstock.com/tr/editorial/image-editorial/arthur-edward-guinness-dressed-iconic-toucan-outfit-814207c>

Sibley, B. (1985). *The book of Guinness advertising*. Guinness Books.

Tatlı, E. ve Güven, G. Ö. (2020). Marka maskotu olarak üniversite maskotu ve göstergebilim yöntemiyle çözümlenmesi: İstanbul Ticaret Üniversitesi "Boğa" maskotu örneği. *Intermedia International E-Journal*, 7(12), 97-114.

Tattoo (t.y.). *Guinness Toucan Tattoo* [Fotoğraf]. <https://tattoo-ideas.com/guinness-toucan/>

The Guinness® and Guinness Storehouse. (t.y.). *Archive fact sheet: Gilroy and animals*.
https://www.guinness-storehouse.com/Content/pdf/archive-factsheets/advertising/gilroy_and_guinness_animals.pdf

Toksöz, E. (2022). *Görsel iletişim tasarımı ve mizah*. Hiper Yayın.

Tosun, N. B. ve Kalyoncu, Z. Ö. (2014). Marka farkındalığında maskot kullanımının etkisi. *Journal of Life Economics*, 1(2), 87-114.

Varun (2016). Guinness advertising and John Gilroy. *Feastandphrase*.
<http://feastandphrase.com/author/admin/>

Wigan, M. (2009). *The visual dictionary of illustration*. AVA Publishing.
Şekiller

1stdibs. (t.y.). *Original Vintage Poster Join a Scottish Regiment Army Military Recruitment Guard* [Poster]. https://www.1stdibs.com/art/prints-works-on-paper/more-prints-works-on-paper/john-gilroy-original-vintage-poster-join-scottish-regiment-army-military-recruitment-guard/id-a_8055752/

1stdibs. (t.y.). *Original Vintage Guinness For Strength Poster by J Gilroy Irish Stout Beer Drink* [Poster]. https://www.1stdibs.com/furniture/wall-decorations/posters/original-vintage-guinness-strength-poster-j-gilroy-irish-stout-beer-drink/id-f_16726451/

1stdibs. (t.y.). *Original Vintage Drink Poster Guinness Time Alice in Wonderland Sane Lunch Party* [Poster]. https://www.1stdibs.com/furniture/wall-decorations/posters/original-vintage-drink-poster-guinness-time-alice-wonderland-sane-lunch-party/id-f_24600502/

1stdibs. (t.y.). *Original Vintage Guinness Poster - Lovely Day For A Guinness - RAF Toucan Design* [Poster]. https://www.1stdibs.com/art/prints-works-on-paper/more-prints-works-on-paper/john-gilroy-original-vintage-guinness-poster-lovely-day-guinness-raf-toucan-design/id-a_3844271/