

Bilgen Aydın Sevim – Dr. Öğretim Üyesi, Sakarya Üniversitesi Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, ORCID: 0000-0002-3799-1173, bsevim@sakarya.edu.tr

Ali Can Metin – Doç., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi,
Grafik Tasarımı Bölümü, ORCID: 0000-0002-8965-1197, acmetin@gmail.com

Eski Köye Yeni Zihniyet: İhap Hulusi Görey'in Grafik Tasarımlarında Köycü Söylem

ÖZET

İhap Hulusi Görey (1898-1986), grafik tasarımlarıyla Türkiye'nin kitle iletişim tarihinde önemli yer edinmiş sıra dışı bir sanatçıdır. Kamu kurumu afişlerinden özel işletmelerin basın ilanlarına kadar birçok farklı türde gerçekleştirdiği çalışmalarla Cumhuriyet'in görsel hafızasının şekillenmesine büyük katkı sağlamıştır. Görey'in gerçekleştirdiği tasarımlar; görsel, işitsel ve basılı kitle iletişim araçlarının zayıf olduğu Erken Cumhuriyet Dönemi'nde (1923-1950), yeni kurulan rejimin mesajlarını halka götüren bir mecra hâline gelmiştir. Görey'in tasarımları, %85'i köylerde yaşayan ve okuryazarlık oranı %5 civarında olan imparatorluk bakiyesi bir toplumda tutum ve davranış değişikliği yaratmanın en etkili aracı olur. Görey, üst sınıf bir aileden geliyor olmasına rağmen köylünün psikolojisini çok iyi tahlil etmiş; yaptığı grafik tasarımlarda görsel ve sözel mesajları empatik bir dille kodlamıştır. Romantik bir bakış açısıyla tasarlanan bu çalışmalar, Erken Cumhuriyet Dönemi'nin köylülere yönelik ikircikli tavrının tüm handikaplarını taşır. Görey'in tasarımlarında idealize edilmiş bir kompozisyon içerisinde sunulan Türk köylüsü, hem yeni kurulan rejimin gerçek sahibi hem de Cumhuriyet elitlerinin davranış mühendisliği projesinin nesnesi olarak konumlandırılmıştır. Bu çalışmanın amacı, Mehmet Asım Karaömerlioğlu'nun köycülükle ilgili argümanlarından yola çıkarak Cumhuriyet'in köylülere yönelik çelişkili söyleminin Görey'in grafik tasarımlarındaki yansımalarını ortaya koymaktır. Bu çerçevede, amaçlı örneklem kapsamında kriter örneklem olarak seçilen Görey'e ait on tasarımın Eleştirel Söylem Çözümlemesi (ESÇ) yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İhap Hulusi Görey, Grafik Tasarım, Erken Cumhuriyet Dönemi, Köycü Söylem, Davranış Mühendisliği.

New Mentality to the Old Village: Peasant Discourse on the Graphic Designs of İhap Hulusi Görey

ABSTRACT

İhap Hulusi Görey (1898-1986) is an extraordinary artist who has an important place in Turkey's mass media history with his graphic designs. He made a great contribution to the shaping of the visual memory of the Republic with his works in many different genres from public institution

conveyed the messages of the newly established regime to the public in the Early Republican Period (1923-1950), when visual, audio and printed mass media were weak. Görey's designs were the most effective means of creating a change in attitude and behavior in an imperial remnant society, 85% of whom lives in villages and whose literacy rate is around 5%. Although Görey came from an upper class family, he analyzed the psychology of the peasants very well and encoded visual and verbal messages in an empathetic language in his graphic designs. These works, designed with a romantic point of view, carry all the handicaps of the ambivalent attitude towards the peasants of the Early Republican Period. The Turkish peasant, presented in an idealized composition on Görey's designs, was positioned both as the real owner of the newly established regime and as the object of the behavioral engineering project of the Republican elites. The aim of this study is to reveal the reflection of the contradictory discourse of the Republic towards the peasants in Görey's graphic designs, based on Mehmet Asım Karaömerlioğlu's arguments about peasantism. In this framework; a Critical Discourse Analysis (CDA) of ten designs belonging to Görey, which was chosen as the criterion sample within the scope of purposeful sampling, was conducted.

Keywords: İhap Hulusi Görey, Graphic Design, Early Republican Period, Peasant Discourse, Behavioral Engineering.

GİRİŞ

“Türkiye'nin gerçek sahibi ve efendisi, gerçek üretici olan köylüdür.”
Mustafa Kemal Atatürk
(Atatürk Ansiklopedisi, 1971: 54-55)

Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde Trablusgarp Savaşı (1911-1912) ile başlayıp Millî Mücadele (1919-1922) ile noktalanın süreç, bedelini Türkiye Cumhuriyeti'nin ödediği büyük bir demografik yıkımı beraberinde getirir. Savaşlar, göçler ve ekonomik gerileme, 1923'teki Anadolu'yu on yıl öncesinden tamamen farklı bir coğrafyaya dönüştürür (Zürcher, 2000: 240). Ülke, bu zorlu süreçte nüfusunun 4 milyonluk bir kesimini kaybeder; çoğunluğunu 18 ile 50 yaş arası erkeklerin oluşturduğu bu kayıpların ekonomik sonuçları da ağır olur (Keyder, 1993: 28). 1927 yılında gerçekleştirilen ilk sayımda nüfusun 13.6 milyona ulaştığı ve tarımsal kesimdeki iş gücünün azaldığı görülmektedir (Keyder, 1993: 33). Ölüm oranlarının yüksek olduğu genç Cumhuriyet için en önemli mesele sağlıklı nesillere duyulan ihtiyaçtır (Toprak, 2020: 334). Erken Cumhuriyet Dönemi olarak nitelendirilen 1923-1950 yılları arasında devletin en önemli gündemi, %85'i köylerde yaşayan bu kitlenin hayat standartlarını yükseltmek olmuştur (Ortaylı, 2012: 146). Salgın hastalıklara karşı büyük bir mücadele verilmiş; pro-natalist politikalarla doğurganlık teşvik edilerek ülkenin nüfusu artırılmaya çalışılmıştır (Toprak, 2017: 183). Fusun Üstel (2008: 200), Erken Cumhuriyet Dönemi'nin ders kitaplarında dahi temel bir aktör olarak köylünün sağlığının korunmaya çalışıldığını dile getirir. Üstel'in (2008: 200) “makbul” olarak nitelendirdiği bu köy anlatısının başrolünde, “kuvvetli, gülbüz köy çocukları ve delikanlıları”¹ yer alır. Yeni kurulan Cumhuriyet'te köylüler, Benedict Anderson'ın (1995: 20) “hayal edilmiş siyasal bir topluluk” olarak tanımladığı ulusun en önemli kesimini oluşturur. Cumhuriyet'in vazettiği değerlerle donatılan “yeni hayat”ın ve “yeni insan”ın inşa edilmesi için önemli adımlar atılır² (Toprak, 2020: 404).

¹ Himaye-i Etfal Cemiyeti'nin Gülbüz Türk Çocuğu (1926-1935) adıyla çıkardığı dergi; ebeveynlerin, öğretmenlerin ve çocukların dâhil olduğu geniş bir kitleye seslenir (Sınar Çılgin, 2004: 97).

² İki savaş arası dönemde (1918-1939) yeni insana dair arayış, tüm otoriter ve totaliter rejimlerin bir simgesi hâline gelir (Toprak, 2017: 405).

Televizyon³ teknolojisinden ancak söylemsel düzeyde bahsedildiği, radyo⁴ alıcılarının çok sınırlı sayıda olduğu, yazılı basın⁵ ise Anadolu'nun her yerine ulaşamadığı Erken Cumhuriyet Dönemi'nde; İhap Hulusi Görey'in (1898-1986) yaptığı grafik tasarımlar, yeni rejimin mesajlarını geniş bir kitleye götürür. Görey, Batılı yaşam tarzını yeniden üreten çalışmaları ile âdeta kültürel bir aracı olur⁶ (Gençtürk Hızal, 2012). Görey'in kompozisyonlarında, fötr şapkalı beyefendilerden tayyörlü hanımefendilere kadar genç Türkiye Cumhuriyeti'nin yeni bireyleri resmedilir (Yılmaz, 2001: 360). Onun çalışmaları, eğitsel bir işlev yüklenir ve Cumhuriyet elitlerinin ulus tasarlama projesinin önemli bir parçası olur. Cumhuriyet'in kurucusu, yaptığı çalışmalardan dolayı Görey'i bizzat onurlandırır⁷.

Okuryazarlık oranının düşük olduğu⁸, okuma yazma bilenlerin büyük çoğunluğunun da heceleyerek okuduğu bir toplumda görsel anlatımın sınırlı sayıda kelimeyle desteklendiği bu tasarımlar, mesajların hedef kitleye etkili bir şekilde iletilmesini sağlamıştır. Görey, Cumhuriyet'in ulaşmak istediği hedef kitlenin psikolojisini çok iyi kavramıştır. Burada, Ünsal Oskay'ın (2011: 18) "aynı istasyonda olmak" şeklinde tanımladığı, iletiyi gönderen konumundaki kaynakla iletiye muhatap olacak, onu algılayıp aklında tutacak ve iletinin hedeflediği tutum değişikliğini benimseyecek hedef kitlenin uyumu (to be in tune) amaçlanır. Görey'in özellikle kamu kurumları için yaptığı tasarımların arka planında, Cumhuriyet elitlerinin "davranış mühendisliği" (Üstel, 2008: 320) projesinin yansımalarını görmek mümkündür. Mehmet Asım Karaömerlioğlu (2006: 84); bir yandan köydeki geleneksel dokunun yüceltilip korunmaya çalışılmasını, bir yandan da kırsal yapının dönüştürülmesi yönünde nutuklar atılmasını "ikircikli davranışlar"⁹ olarak nitelendirir. Karaömerlioğlu'nun köycülükle ilgili argümanlarından yola çıkan bu çalışma, Cumhuriyet'in köylülere yönelik çelişkili söyleminin Görey'in grafik tasarımlarındaki yansımalarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada, amaçlı örneklem kapsamında kriter örneklem olarak seçilen Görey'e ait on tasarımın Eleştirel Söylem Çözümlemesi (ESÇ) yapılmış ve şu soruların cevabı aranmıştır:

- İhap Hulusi Görey'in tasarımları, bir iletişim mecrası olarak hangi amaçla kullanılmıştır?
- Görey'in tasarımlarının hitâp ettiği hedef kitlenin temel özellikleri nelerdir?
- Cumhuriyet'in köycü söylemi, Görey'in tasarımlarına nasıl yansımıştır?
- Görey'in tasarımları, kitlelerde hangi tutum ve davranış değişikliklerini hedeflemiştir?

³ Süleyman İlaslan (2021); "Televizyonun Teknik Gelişimi ve Tanımlanmasının Türkiye'deki Yansımaları: 1930'larda Televizyonu Tanıma Çabaları" başlıklı çalışmada, Türkiye'de televizyon tekniğinin tanınma sürecinin dünyayla eş zamanlı olarak 1930'larda başladığını dile getirir. Yazar, bu dönemde televizyonun insanların birbirlerini görüp konuşabilecekleri bir kitle iletişim aracı olarak algılandığına dikkat çeker.

⁴ 1930'lu yıllarda devlet radyosunda köylü hedef kitleye yönelik olarak "Ziraat Takvimi Saati" gibi programlar yayınlanıyordu; ancak teknik sorunlar nedeniyle bu yayınlar o dönemin Türkiye'sinde sağlıklı bir şekilde dinlenemiyordu (Mutlu, 2013: 90).

⁵ Nurettin Güz (2006); "Cumhuriyet Döneminde İletişim" başlıklı çalışmada, merkezi İstanbul'da bulunan yazılı basın 1950 yılına kadar ekonomik sıkıntılar nedeniyle yayınlarını güçlükle sürdürdüğünü ifade eder. Anadolu'daki yazılı basın ise Ankara dışında pek varlık gösteremez.

⁶ Gilman Senem Gençtürk Hızal (2012); "Kültürel Üretim Mekânlarında Bir Aracı: İhap Hulusi Görey" başlıklı çalışmada, Görey'in bir reklamcı olarak modernleşme söylemine aracılık ettiğini Pierre Bourdieu'nun kavramlarından yola çıkarak açıklamaya girişir. Görey'in otobiyografisini dikkate alarak derinlemesine analizler yapan yazar, onun sanatçı olmaktan öteye geçen misyonunu anlamamız için bir yol haritası sunar.

⁷ Mustafa Kemal Atatürk, Cumhuriyet'in onuncu yılında İhap Hulusi Görey'e arka kapağında imzasının yer aldığı bir saat hediye etmiştir (Merter, 1999: 143).

⁸ Türkiye'de 1 Kasım 1928 tarihli Harf İnkılabı öncesinde okuryazarlık oranının %3 ile %5 arasında olduğu tahmin edilmektedir (Koloğlu, 1999: 263).

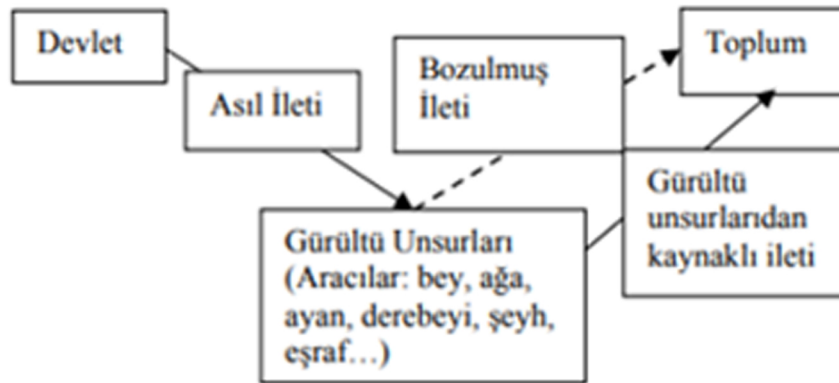
⁹ Söz konusu ikircikli psikoloji, Yakup Kadri Karaosmanoğlu'nun Yaban (1932) romanında da göze çarpar. Eserde, Anadolu köylüsünün Kurtuluş Savaşı yıllarındaki durumuna dair karamsar bir portre çizilir. Başkarakter Ahmet Cemil, son derece elverişsiz şartlarda yaşam mücadelesi veren köylüye hem acır hem de cehaleti ve bilinçsizliği yüzünden öfkelenir.

LİTERATÜR TARAMASI

Erken Cumhuriyet Dönemi'nde Köylülük

1920'li yıllar, yeni kurulan rejimi güçlendirme çabaları ile geçer. Şeyh Said İsyanı (13 Şubat 1925-31 Mart 1925) ve ardından yaşanan İzmir Suikastı (14 Haziran 1926), rejime yönelik iç tehdidin sanıldandan daha ciddi boyutta olduğunu ortaya koyar. 1930 yılında yaşanan gelişmeler ise tehlikenin henüz ortadan kalkmadığını gösterir. On yıldan uzun bir süre devam eden savaşların yol açtığı yıkım ve rejim değişikliğinin beraberinde getirdiği hoşnutsuzluklara, daha ziyade tarım ülkelerini etkileyen 1929 Dünya Ekonomik Bunalımı'nın sonuçları da eklenince Serbest Cumhuriyet Fırkası (SCF) tarafından temsil edilen büyük bir muhalefet hareketi ortaya çıkar. Liderliğini Mustafa Kemal Atatürk'ün yakın arkadaşı Ali Fethi Okyar'ın yaptığı bu güdümlü partinin halktan gördüğü beklenmedik ilgi Cumhuriyet elitlerini ürkütür (Ortaylı, 2012: 146). Aslında yeni rejimin yeterince destek görmediği anlaşılır. Bu sıralarda patlak veren Menemen Olayı (23 Aralık 1930), Cumhuriyet'in kurucu elitlerini radikal adımlar atmaya sevk eder. Kısa sürede tüm ülke sathında faaliyete geçirilen Halk Evleri ve Halk Odaları ile yeni rejimin şehirli ve köylü kitleye benimsetilmesi amaçlanır. Bu kurumlar, kurgulanan "yeni hayat"ın tüm paradokslarına çözüm getirerek devrimlerin yarattığı travmayı iyileştirme misyonu yüklenir (Toprak, 2017: 407).

Kemalist modernleşme projesine köy ve köylülerin dâhil olması, ancak Cumhuriyet Halk Partisi'nin (CHP) iktidarının pekişmesi ile mümkün olur (Bozdoğan, 2012: 114). Rejimin eğitim ve kültür faaliyetleri, büyük bir idealizmle Halk Evleri ve Halk Odaları aracılığıyla ülkenin ulaşılması en güç köşelerine bile götürülür (114). Ne var ki Genç Cumhuriyet'in köylü kitleye ulaşabilmesi için öncelikle birtakım engelleri aşması gerekmiştir. Bu konudaki ilk engel, ülkenin az gelişmişliğinden kaynaklanan teknolojik geriliktir. İkinci engel ise devletle köylüler arasındaki aracı sınıflardır¹⁰. Serdar Öztürk (2008: 244-245), Cumhuriyet'in Osmanlı'dan devraldığı aracı unsurların varlığına aşağıdaki iletişim şeması ile dikkat çeker:



Şekil 1. Türkiye'de devletle toplum arasındaki iletişim süreci (Öztürk, 2008: 245)

¹⁰ Okuryazar ve siyasallaşmış bir köylü istemeyen tutucu eşraf nedeniyle eğitimin köylüler arasında yaygınlaşması gecikmiştir (Ahmad, 2012: 102). 1940 yılında kurulan Köy Enstitüleri'nin bilinçli tarım konusunda köylü kitleye özgüven kazandırma çabası ile temel sağlık ve hijyen kurallarını öğretme düşüncesi tutucular tarafından tehlikeli bulunmuş; Türkiye'ye özgü bu deneyimin ömrü kısa olmuştur (Ahmad, 2012: 102).

Doğan Avcioğlu'nun görüşlerinden yola çıkan Öztürk (2008), Cumhuriyet'le birlikte merkezîleşen devletin topluma doğrudan ulaşmaya ve yön vermeye çalıştığını aktarır. Cumhuriyet elitleri, bu iletişim sürecinde bir enformasyon kaynağı olarak en tepede yer alır. Toplumunu modernleştirmeye dönük girişimlere engel olan bey, ağa, âyan, derebeyi, şeyh ve eşraf konumundaki gürültü unsurları; bir yandan kaynaktan iletilen mesajları bozarken, bir yandan da kendi mesajlarını üreten bir kaynak işlevi görür¹¹ (246-248).

Mehmet Asım Karaömerlioğlu (2006); Orada Bir Köy Var Uzakta: Erken Cumhuriyet Döneminde Köycü Söylem başlıklı çalışmasında, Cumhuriyet'in ilk yıllarında köyün ve köylülüğün son derece hayati bir konu olduğunu vurgular. Köylülüğün ağır bastığı yeni Cumhuriyet'te en önemli üretici kesim köylülerdir. Bu nedenle köylü kitle, ülkeyi yönetenler tarafından hem siyasal hem de ideolojik açıdan taraftarlığına ihtiyaç duyulan en önemli güç olarak görülmüştür. 1917 yılında Rusya'daki devrimin köylüleri arkasına alması, pek çok ülke gibi Türkiye'yi de korkutmuştur¹². Cumhuriyet elitleri, tarımsal yapının çözülmesinin yaratabileceği sorunlar nedeniyle köylülük meselesi ile birlikte anlam kazanan halkçılık söylemini öne çıkarmışlardır. Bu söylem; saf, bozulmamış ve ulusal kültürün özünü temsil eden bir kitle olarak görülen köylülerin ve köyün yüceltilmesi ile şekillenir: "Orda, bir köy var uzakta, gitmesek de, görmesek de, o köy bizim köyümüzdür". Karaömerlioğlu'na göre bu dizeler, Cumhuriyet'in halkçılık anlayışının kristalize bir ifadesi olarak kabul edilebilir (12-13). Karaömerlioğlu (2006), yeni rejimin 1930'lara kadar köylüyü milletin efendisi olarak nitelendiren romantik söylemin ötesine geçemediğini ileri sürer. Rejimin önderlerinin, 1920'li ve 1930'lu yıllarda köylülere yönelik muğlak ve çelişkili tutumlar sergilediğine dikkat çeker. Şehirci perspektif ve sanayileşmenin desteklenmesi ile köy ve köycülük savunusunun bir arada olduğuna; bu ikircikli tavrın Türkiye'nin köylü bir toplum olarak kalmasında önemli bir rol oynadığına işaret eder. Bu süreçte köycülerin şehirlere ve şehirleşmeye duydukları antipati, köylerin ve köylülerin yüceltilmesi ile paralel yürümüştür. Köycü bakış açısının en büyük endişesi, şehirleşme ile ilgili olmuştur. Kozmopolitizmden sınıf çatışmalarına, işsizlikten ekonomik buhrana kadar birçok sorunla mücadele eden şehirler, yozlaşmanın mekânı olarak görülmüştür. Köycü yaklaşımı savunanlar, şehirleşmenin ve şehirlere göçün engellenmesini istemişlerdir. Bu nedenle Cumhuriyet elitleri, kırsal kesimdeki geleneksel üretim ilişkilerine zarar vermeyecek bir sanayileşme hamlesini savunmuş ve köylülerin hayat standartlarının geliştirilmesine önem vermişlerdir (52-67).

Fusun Üstel (2008) de Türkiye Cumhuriyeti'nde köylü kitlenin "yurttaşlar topluluğunun omurgası" olarak görüldüğüne ve bu kitleden "makbul vatandaş"lar yaratmanın hedeflendiğine dikkat çeker. Okullaşmanın artırılmaya çalışıldığını ve köylerde Cumhuriyet'in varlığını daha çok hissettirmeye dönük politikalar izlendiğini ifade eder. Yeni rejimin benimsediği bu politikalar, birtakım çelişkiler içerse de "makbul köy"ü inşa etmeye çalışır. Üstel, Cumhuriyet elitlerinin köylüleri bir yandan ekmeğini alın teri ile kazanan namuslu ve temiz insanlar olarak gördüklerini; bir yandan da köylülere Ziraat Bankası'nın rolü, Köy Kanunu'nun kazanımları ve tarımda makineleşmenin faydaları gibi konularda bilgilendirilmesi gereken bir kitle muamelesi yaptıklarını vurgular (198-199). Türkiye'de grafik sanatının kurucusu olarak nitelendirilen İhap Hulusi Görey'in tasarımlarında bu yaklaşımın izlerini sürmek mümkündür.

¹¹ Devletin kırsal kesimdeki temsilcileri ile gürültü unsurları arasındaki çatışma, Reşat Nuri Güntekin'in Yeşil Gece'sinden (1928) Fakir Baykurt'un Onuncu Köy'üne (1961) kadar birçok eserde ele alınmış popüler bir konudur.

¹² İki savaş arası dönemde emperyalist güçlere karşı verilen mücadele, yeni rejimi yerleştirme çabaları ve ekonomik sıkıntılar nedeniyle Türkiye'nin Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) desteğine olan ihtiyacı kritik bir önem arz eder. Ülkenin siyasi ve askerî elitleri, SSCB ile kurulan ilişkileri hassas bir dengede yürütmeye özen gösterirler. Köylü nüfusu artırmak, eğitmek ve bilinçlendirmek önemli bir hedeftir; ancak SSCB'nin Ekim Devrimi'ni (Bolşevik İhtilali) Türkiye'ye ihraç etmesini asla istemezler. Kemalist rejimi daha sol bir çizgiye çekmeye çalışan Kadro dergisinin kapatılması da bu çerçevede yorumlanabilir. Ayrıntılı bir değerlendirme için İlhan Tekeli ve Selim İlkin'in (2003) Bir Cumhuriyet Öyküsü: Kadrocuları ve Kadro'yu Anlamak başlıklı çalışmasına bakılabilir.

İhap Hulusi Görey: Grafiklerle Bir Ulus Tasarlamak

İhap Hulusi Görey (1898-1986), imza attığı yüzlerce grafik tasarımıyla Cumhuriyet'in mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmış bir sanatçıdır. Mısır'ın Kahire şehrinde üst sınıftan bir ailenin çocuğu olarak dünyaya gelen Görey, ilk ve orta öğrenimini İngiliz okullarında tamamlar (Merter, 2008: 7). Resim eğitimi almak için 1920 yılında Almanya'ya giden Görey, dört yıl Herman Schule atölyesinde eğitim görür; ardından Kunstgewerbe Schule'de ünlü afiş ressamı Ludwig Hohlwein ile birlikte üç yıl çalışır (Koloğlu, 1999: 304). Görey'in, Art Deco'nun Almanya'daki önemli temsilcilerinden biri olarak kabul edilen Hohlwein'den aldığı afiş sanatı eğitimi, kendine özgü bir tasarım dili geliştirmesini sağlar (Şenkal, 2016). Görey'in çalışmalarında, yazı ile görsel öğeleri yapısal bir bütünlük içinde kompozite etmeyi öngören Alman grafik ekolüne özgü bir şema disiplini göze çarpar (akt. Koloğlu, 1999: 307). Dönemin egemen sanat akımları konstrüktivizm, süprematizm ve rayonizmin etkisinde kalan Görey; "Seyredenlerin ilgisini çekmeli ve düşündürmeli" diyerek tasarımda buluşun önemine vurgu yapar (akt. Koloğlu, 1999: 307; Merter, 2008: 7).

Görey, Almanya'daki yoğun eğitim sürecinin ardından 1925 yılında Türkiye'ye döner (Merter, 2008: 12). Genç Türkiye Cumhuriyeti henüz iki yaşındadır. Devletin iyi eğitim görmüş insanlara şiddetle ihtiyacı vardır. Arapça, İngilizce, Almanca ve Fransızca bilen Görey'in Dışişleri Bakanlığı'nda çalışması gündeme gelir; ancak Görey bu işi hiç cazip bulmaz (Merter, 2008: 7). Kısa süreli bir denemeden sonra memuriyeti terk eder; ama neredeyse tüm hayatı devlet için çalışarak geçer. Devlet için yaptığı ilk iş, Latin harfleri ile yazılan ilk alfabe kitabının kapağını tasarlamak olur. Üstünde Mustafa Kemal Atatürk ile manevi kızı Ülkü'nün yer aldığı bu kapak tasarımı çok beğenilir (Merter, 2008: 46).



Görsel 1. İlk alfabe kitabının kapak tasarımı (Merter, 2008: 45)

Görey, bir süre dönemin ünlü mizah dergisi Akbaba'da Münif Fehim Özerman ve Ramiz Gökçe ile birlikte çalışır (Merter, 2008: 7). Ender Merter (2008), Cumhuriyet'i Afişleyen Adam: İhap Hulusi Görey 110 Yaşında isimli kitabında, Görey'in özel sektörden ilk siparişini 1927 yılında İnci Diş Macunu firmasından aldığını aktarır. Görey'in reklamcılık serüveni; Vog Çorapları (1926), Sahibinin Sesi Gramofonları (1927) ve o zamanki adıyla Türk Teyyare Cemiyeti olarak bilinen Millî Piyango İdaresi için hazırladığı tasarımlarla devam eder (28). Orhan Koloğlu (1999), Reklamcılığımızın İlk Yüzyılı isimli çalışmasında; Türkiye'de 1929 Dünya Ekonomik Bunalımı'nın etkilerinin hissedildiği 1930'lu yıllarda, çözümü devletçi bir ekonomi siyasetinde arama sürecinin başladığını dile getirir. Yabancı sermayenin yerini Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT'ler) alır (263). Görey; bu dönemde Bayer, Beykoz Kunduraları, 1935 Nüfus Sayımı, Birinci Sigarası, Burla Biraderler, Çapamarka, Emniyet Sandığı, Ford Otomobilleri, Garanti Bankası, Hasan İtiryat, Harrison Çorap Makinaları, İnhisarlar İdaresi (Tekel), İş Bankası, Kızılay, Kodak, Kulüp Rakısı,

Kurukahveci Mehmet Efendi ve Mahdumları, Millî İktisat ve Tasarruf Cemiyeti, Pirelli, Piyale Makarnaları, Sivas-Erzurum Demiryolu Tahvilleri, Spor Toto, Sümerbank, Şekerci Hacibekir, Turing Kulübü, Vakıflar Bankası, Yerli Mallar Pazarı, Yeşilay, Ziraat Bankası¹³ gibi birçok kamu kuruluşu ve özel işletme için ülkenin her yerine yayılan yüzlerce tasarım gerçekleştirmiştir (Merter, 2008: 28). Ziraat Bankası'nın "Para Biriktiren Rahat Eder" afişi, Kulüp Rakısı etiketi ile Kurukahveci Mehmet Efendi ve Mahdumları markası için yaptığı logo çalışması, reklamcılık ve tasarım tarihimizin unutulmazları arasında yer almıştır (51-53). Görey, yaptığı tasarımlarda yalnızca görsel kompozisyona imza atmamış, metinleri de bizzat kaleme almıştır (60). Türkiye'de reklamcılığın henüz emekleme döneminde olduğu bu yıllarda¹⁴ "afiş ressamı, sanatkâr ve psikolog" vasıflarını üzerinde taşıyan tek kişilik bir ekip gibi çalışmıştır (12). Afiş, takvim, karikatür, kartpostal, kitap ve dergi kapağı tasarımları ile yeteneklerini sergilemiştir. Henüz ekonomik açıdan gelişmemiş bir topluma sade anlatımı sevdirek âdeta ekol hâline gelmiştir (Koloğlu, 1999: 304). Bu tasarımların bir köşesine ters üçgen işareti ile birlikte atılan İhap Hulusi imzası da bir markaya dönüşmüştür (Merter, 2008: 29).

Görey, gerek kamu gerekse özel kuruluşlar için yaptığı yüzlerce çalışma ile ulus tasarlayan bir sanatçı olarak öne çıkar. Kendisi de icra ettiği sanatın öneminin farkındadır. 1939 yılında İktisadi Yürüyüş dergisinde yayımlanan bir yazısında, medeniyet geliştikçe propaganda araçlarının da oluştuğunu ve reklamın bir ihtiyaç hâline geldiğini dile getirir. Görey'e göre, kendisini propagandadan soyutlayan bir hükümet düşünülemez; çünkü ideolojilerin tutunması buna bağlıdır (akt. Koloğlu, 1999: 358). Görey'in bakış açısıyla "Propaganda bir malın dilidir. Reklamsız kalmış bir mal kapalı kutu içinde hapsedilmiş gibidir. Mevcudiyetinden haberdar olmak için kutuyu açmak lazımdır. Bunu da ancak reklam yapabilir." (308). Avrupa'ya yaptığı seyahatlerde bu ülkelerin reklama ciddi paralar ayırdığına tanık olan Görey, Türkiye'de bunun mümkün olmadığını üzülmeye bile getirir (308). Yusuf Ziya Ortaç, Bizim Yokuş isimli kitabında, Görey'in devlet kurumlarındaki müdahaleci ve dar görüşlü anlayıştan duyduğu rahatsızlığı aktarır:

- Bizde koltuk her şeye hâkimdir, derdi... En güzel koltuk anlar, en doğruyu koltuk bilir... Siz, koltuğun zevkine boyun eğeceksiniz, koltuk sanata değil!

Bir kibrit kutusu mu çizdiniz? Koltuk kaşlarını çatıp parmağını uzatır:

- Şuraya bir ay-yıldız!

Hele devlet müessesesi, ister şarap şişesi olsun, ister sigara paketi, Ay-yıldızsız resim kabul etmez! (akt. Koloğlu, 1999: 306)

Yeni kurulan Cumhuriyet'in ulusal kimliği ve vatandaşlık bilincini yerleştirme çabası, Görey'in sanatını serbestçe icra etmesine engel olmuştur. Gençtürk Hızal (2012), Görey'in birtakım şikâyetleri olsa da kendi çıkarını düşünerek devlet için çalışmayı sürdürdüğünü ifade eder. Hayatının son yıllarında devletin himayesinden mahrum kalan Görey, sitemini şu sözlerle dile getirir: "Bizim gibi sanatçılara devlet neden sahip çıkmaz, arayıp sormazlar?"¹⁵ (85).

¹³ Ziraat Bankası'nın buğday başaklı ünlü logosu, yaygın olarak bilinenin aksine İhap Hulusi Görey tarafından değil, Ayhan Akalp tarafından tasarlanmıştır. Akalp, bu logo tasarımı ile Ziraat Bankası'nın düzenlediği yarışmada birinciliği kazanır (Durmaz, 2021). Yarışmayı duyuran 1 Şubat 1961 tarihli Milliyet gazetesinde İhap Hulusi Görey'in adı jüri üyesi olarak geçer (Gençtürk Hızal, 2012: 78).

¹⁴ Koloğlu'nun (1999: 264) araştırmaları, Erken Cumhuriyet Dönemi'ni kapsayan yıllarda ilanlar için temel aracın %95 oranında basın olduğunu göstermektedir. 1927'den 1938'e kadar İstanbul Radyosu'na sınırlı da olsa ilanlar verilmiş; ancak bu çaba sektörü etkileyecek düzeye ulaşamamıştır. Yazılı basın ve radyonun yanı sıra tünel duvarları, vagonlar, tramvaylar ve otobüslerin mecra olarak kullanıldığı reklamcılık sektörü hızlı bir gelişim gösterememiştir. Okuryazarlığın düşük, tüketimin zayıf ve üretimin sınırlı oluşu reklamcılığın gelişmesini engellemiştir.

¹⁵ İhap Hulusi Görey, ölümüne yakın bir tarihte bu unutulmuş sitemkâr bir dille söz eden bir mektup kaleme alır. Ender Merter'in (2008: 64-65) Cumhuriyet'i Afişleyen Adam: İhap Hulusi Görey 110 Yaşında isimli kitabında yer verdiği bu mektup, muhatabına gönderilmeden bir müsvedde olarak kalır.

YÖNTEM

“Eski Köye Yeni Zihniyet: İhap Hulusi Görey’in Grafik Tasarımlarında Köycü Söylem” başlıklı bu çalışma, nitel bir araştırma olarak yürütülmüştür. Çalışmada, amaçlı örneklem kapsamında kriter örneklem olarak Görey’in on tasarımı seçilmiştir. Araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla afiş, kartpostal, kitap kapağı ve takvim tasarımları ile veriler çeşitlendirilmiştir. Cumhuriyet’in mesajlarını çoğunluğu köylülerden oluşan bir kitleye ileten bu tasarımlar, Eleştirel Söylem Çözümlemesi (ESC) ile incelenmiştir. Bu çözümleme için yazılı ve görsel metinlerdeki söylemin tarihsel arka planla birlikte yorumlanmasına dayanan Ruth Wodak’ın söylem-tarihsel yaklaşımı esas alınmıştır. Gilbert Weiss ve Ruth Wodak (2003: 22); söylemi, bir sosyal pratiğin belirli bir alanının belirli bir perspektiften ifade edilmesi olarak tanımlar. Eleştirel söylem analistleri; söylemsel uygulamalar ile bu uygulamaları içeren durum, kurumsal çerçeve ve sosyal yapılar arasında diyalektik bir ilişki olduğu varsayımından hareket eder. Dilsel sosyal pratikler olarak söylemler, hem sosyal ve politik süreçleri şekillendirir hem de bu süreçler tarafından şekillendirilir (22). Görey’in tasarımlarını gerçekleştirdiği tarihsel bağlam, Wodak’ın söylem-tarihsel yaklaşımını esas alan Eleştirel Söylem Çözümlemesi için uygun bir zemin oluşturmaktadır.

BULGULAR VE YORUM

Genç Türkiye Cumhuriyeti, varlığını sürdürebilmek için imparatorluk bakiyesi bir toplumdan bir ulus yaratmak zorunda kalmıştır. Büyük bedellerle kurulan Cumhuriyet’in bu amaç için mücadele ettiği üç temel alan vardır: Nüfus, eğitim ve tarımsal üretim. Cumhuriyet elitleri; yeni rejimin hem demografik hem de ekonomik açıdan tabanını oluşturan köylüleri, Batılı normlara göre yeniden şekillendirmeye çalışmışlardır. Giyim kuşamdan görgü kurallarına, üretim bilincinden tasarruf alışkanlıklarına kadar uzanan yeni değerleri kitlelere benimsetmek için radikal adımlar atmışlardır. Karaömerlioğlu’nun (2006) da dikkat çektiği gibi; Cumhuriyet elitleri, nüfusun %85’ini oluşturan köylüleri bir yandan ulusal kültürün neşet ettiği temiz bir kaynak olarak görürken, diğer yandan didaktik bir tavırla eğitmeye çalışmışlardır. Bir tür davranış mühendisliği içeren bu yaklaşım, Görey’in tasarımlarında da kendini açığa vurmuştur. Eski köye yeni zihniyet getiren bu tasarımlar, Cumhuriyet’in çelişkili köycü söyleminin bir uzantısı olarak on kategoride analiz edilmiştir.

Nüfus Artışını Teşvik Etmek

Erken Cumhuriyet Dönemi’nde yeni rejim öncelikle nüfus sorununa çözüm bulmaya çalışır. Cumhuriyet’in ilk dönemlerinde beşerî sermaye siyasi bir sorun olmuş; ülke nüfusunun istatistiki olarak ortaya konmasına ihtiyaç duyulmuştur (Toprak, 2017: 334). Görey’in tasarladığı 1935 Genel Nüfus Sayımı afişi, bu konuyu ele almaktadır.



Görsel 2. 1935 Genel Nüfus Sayımı afişi (Ata Güreşen, 2017: 38)

Söz konusu afişte; toplumun üretici kesimi olan köylü, işçi ve beyaz yakalıları temsil eden erkek figürlerinin yanı sıra koltuğunun altındaki kitaplardan öğrenci olduğu anlaşılan bir çocuk figürünün resmedildiği görülmektedir. Elinde orak tutan köylü, afişin merkezinde yer alır. Arka planda yer alan işçi figürü elinde çekiçle resmedilmiştir. Fötr şapkalı ve takım elbiseli erkek figürün ise memurları ve özel sektör çalışanlarını temsil ettiği anlaşılmaktadır. Alt açıdan resmedilen figürler binalardan büyük gösterilerek yüceltme ve idealizasyona gidilmiştir. Bu kompozisyonun arka planında nüfusla ilgili başka bir beklentinin ön plana çıktığı söylenebilir. Afişteki örtük çelişkilerden biri, nüfusun artırılmasına yönelik tedbirler kapsamında kadınlara yer verilmemesi, çocuk sahibi olmanın özendirilmesi ve kadınlara öncelikle annelik rolünün yüklenmesidir. Çünkü o yılların Türkiye'sinde nüfus çok düşüktür. 1927 yılındaki tespitlere göre yalnızca 13.6 milyondur (Keyder, 1993: 33). Devlet, on yıldan uzun süren savaşımlardan dolayı yorgun ve yoksul düşen nüfusu artırmak için ciddi bir mücadeleye girişmiş; doğurganlık teşvik edilmiştir. Afişin sağ alt köşesindeki mesaj da Cumhuriyet'in pro-natalist politikalarının net bir ifadesi olarak yorumlanabilir: "Sayım Bize Ulusun Kuvvetini Tanıtacak Onun Artması Çarelerini Öğretecektir". Şartlar, Cumhuriyet'i kendi propagandasıyla çelişen bir karar almaya zorlamıştır. Devletin 1930'lu yıllarda ortaya çıkan demografik tabloya göre temel beklentisi; işçi, beyaz yakalı ve çiftçi ayırt etmeksizin erkek iş gücünü artırmak olmuştur. Dolayısıyla afişteki yazılı mesaj davranış mühendisliğinin ipucunu verir. Nüfus artışına ve iş gücüne katkı sağlayan bu figürler, makbul vatandaşa karşılık gelir. Köylüyü merkeze alan bu afişte, halk hem yüceltilmekte hem de nüfus artışına yönelik tercih onlara bırakılmamaktadır.

Salgın Hastalıklarla Mücadeleye Çağırarak

Genç Cumhuriyet için nüfus meselesinden sonra aciliyeti olan konulardan biri salgın hastalıklarla mücadeledir. Yeni rejim; savaşlar, yoksulluk, kötü beslenme ve hijyen koşullarının yetersiz olmasından kaynaklanan sağlık sorunlarına karşı bir strateji geliştirmek zorunda kalır. Toprak'ın (2017) dikkat çektiği "yeni insan"ı inşa etme çabası, özellikle salgın hastalıklarla mücadelede kendisini gösterir. Cumhuriyet; Hıfzıssıhha'yı kurarak kendi ürettiği aşılarda sıtma, tifo, tifüs ve verem gibi salgın hastalıkları kontrol altına almaya çalışır. Görey'in Alman kökenli Bayer firması için tasarladığı takvim, rejimin mücadele etmek zorunda kaldığı salgın hastalıkların başında gelen sıtma hastalığına yönelik bir bilinçlendirme mesajı içermektedir.



Görsel 3. Sıtma ile mücadeleyi konu alan takvim tasarımı (URL-1)

Görey'in bu takvim tasarımında birbirine zıt iki kompozisyon dikkat çekmektedir. Üst tarafta, pastoral bir manzara ve sıtmaya karşı mücadeleyi kazanmış sağlıklı, dinamik ve üretken bir köylü kadını resmedilmiştir. Alt tarafta ise sıtma ile etkin biçimde mücadele edilmediği takdirde karşılaşılabilecek muhtemel akıbet, hastalıktan bitap düşmüş bir köylü erkek figürü ile ortaya

konmuştur. “Hasta Köylü = Fena Mahsul ve Harap Köy” sözleriyle görsel kompozisyon tamamlanmıştır. Tasarımda; hastalıklarla mücadele ve ilaç kullanımı konusunda daha bilinçli oldukları düşünülerek kadınlar muhatap alınmıştır. “Sivrisineklerin Kökünü Kurutun ve Sıtmayı İyi Etmek için Atebrin ‘Bayer’ Markalı Sıtma Hapı Kullanın” şeklinde bir mesaj verilmiştir. Bu mesaj, devletin öncelikle köylü nüfusun sağlık kalitesini artırmaya yönelik çabasını yansıtır. Salgın hastalıkların daha fazla etkilediği köylüler hedef kitle olarak seçilmiştir. Nitekim yeni rejimin salgın hastalıklara karşı verdiği etkin mücadele başarılı sonuçlar verir. 1927 yılında 13.6 milyon olan ülke nüfusu, 1935 yılında 16.2 milyona yükselir (Toprak, 2017: 408). Türkiye, %2'nin üzerine çıkan yıllık nüfus artış oranı ile dünya sıralamasında SSCB'den sonra ikinci sıraya yerleşir; bu durum ülkenin savaş travmasını atlattığı yönünde yorumlanır (Toprak, 2017: 408). Görey'in bu tasarımında Cumhuriyet'in ikircikli yaklaşımın izlerini görmek mümkündür. İlk kompozisyonda, salgın hastalıklara karşı başarı kazanmış köylüler, pastoral bir manzara içinde idealize edilerek sunulmuştur. İkinci kompozisyondaki manzara ise yalnızca bir uyarı niteliği taşımaz, aynı zamanda köylüleri bilinçlendirirken didaktik bir tavır sergileyen Cumhuriyet elitlerinin çelişkili yaklaşımını içerir.

Okuma Yazma Becerisi Kazandırmak

Türkiye'de 1 Kasım 1928 tarihinde gerçekleştirilen Harf İnkılabı öncesinde okuma yazma oranı %5 civarındadır (Koloğlu, 1999: 263). Yeni kurulan Cumhuriyet'in en önemli hedeflerinden biri, düşük düzeydeki okuryazarlık oranını en kısa sürede artırmak olur. 1 Kasım 1929 tarihinde okuma yazma bilmeyen yetişkinler için “Millet Mektepleri” açılarak kitlesel bir okuma yazma seferberliği başlatılır (Kreiser, 2010: 333). Bu amaçla hazırlanan İlk Kıraat Kitabı'nın kapak tasarımını Görey yapar.



Görsel 4. İlk Kıraat Kitabı'nın kapak tasarımı (URL-2)

Bu tasarımda yetişkin köylü nüfusu temsil eden erkek figürü, elindeki kitabı hevesle okurken resmedilmiştir. Okuma yazma öğrenirken dahi yanından ayırmadığı tırmığı, eğitim ve üretim faaliyetlerini birlikte yürüttüğüne işaret eder. Yeni kurulan Cumhuriyet'in idealizminin kitlelere de sirayet ettiği; köylünün gündelik hayatın getirdiği yüke rağmen okuma yazma öğrenmek için motive olduğu görülür. Bu kapak tasarımı, dönemin ruhunu tam anlamıyla yansıtmaktadır. 1930'ların Türkiye'sinde okuryazarlığın devlet gözetiminde ve devletin uygun gördüğü kaynaklarla yaygınlaştırılmasına hız verilir. Bu yıllarda yetişkin hedef kitleye yönelik ders kitaplarının sayısında büyük bir artış yaşanır¹⁶ (Gümüšoğlu, 2007: 355). Yeni insanı yaratabilmek, okuryazarlık yeteneği

¹⁶ Firdevs Gümüšoğlu (2007), yetişkinlerin eğitimine yönelik kitaplar üzerine odaklandığı “Yetişkin Ders Kitaplarında Toplum ve Bilimsel Düşünce (1930'lu ve 2000'li Yıllar)” başlıklı karşılaştırmalı çalışmasında okuryazarlık konusunda detaylı analizler yapar.

kazanmış ve bunu etkin olarak kullanan bir kitlenin varlığı ile mümkündür. Okuryazarlık oranının düşük olduğu bir toplumu makbul vatandaşlar hâline getirmek ve bir ulusun parçası kılmak mümkün değildir. Bu tasarımın arkasındaki davranış mühendisliği tavrı, romantik bir bakış açısıyla yüceltilen bireylere okuma yazma bilinci aşılama çalışır. Okuma yazma öğrenmenin önemi dikte edilir ve kitleler bu alışkanlığı kazanmaları için yönlendirilir. Okuma yazma öğrenme kararı, kitlelerin tercihine bırakılmayacak kadar önemli bir konudur. Bu alışkanlığı kazanmanın kaçınılmaz olduğuna yönelik tavır, köylüyü milletin efendisi olarak onurlandıran bakış açısıyla çelişen bir yaklaşımdır. Cumhuriyet'i kuran elitlerin gizli korkularından biri, iki savaş arası dönemde Türkiye'nin en güçlü müttefiki olan SSCB'nin ihraç edeceği muhtemel bir devrim hareketinin köylüler tarafından destek bulmasıdır. Bu nedenle Türkiye'de köylülerin eğitilmesi meselesi, Köy Enstitüleri deneyiminin de gösterdiği gibi tartışmalı bir konudur.

Yeni Hayatın Yeni Hukukunu Tanıtmak

1920'li ve 1930'lu yıllarda gerçekleştirilen devrimlerle yeni hayatın ve yeni insanın inşası yolunda dev adımlar atılır. 1 Kasım 1922'de saltanatın kaldırılması ile başlayıp 5 Şubat 1937'de laikliğin anayasaya girmesi ile sona eren süreçte, yeni bir ulusun inşası için gereken hukuki altyapı kurulmuş olur. 17 Şubat 1926 tarihli Medenî Kanun, bu sürecin çok önemli bir parçasıdır. Görey, tasarladığı kartpostalda¹⁷ imam nikâhı olarak isimlendirilen “dinî nikâh” ile “resmî nikâh” olarak bilinen medenî nikâhı karşılaştırır.



Görsel 5. Medenî nikâh kartpostalı (URL-3)

İki kompozisyondan oluşan kartpostalın üst kısmında bir imam nikâhı, alt kısmında ise bir medenî nikâh resmedilmiştir. İmam nikâhı, yalnızca erkeklerin yer aldığı bir merasim olarak gösterilmiş; medenî nikâhta ise devletin tayin ettiği nikâh memurunun nezaretinde imzalarını atan modern görümlü bir çift yer almıştır. Medenî nikâhta yer alan figürler, Batılı giyim tarzları ve rahat beden dilleri ile idealize edilmişlerdir. İki kompozisyon arasında bir karşılaştırma yapıldığında medenî nikâhın ön plana çıkarıldığı görülür. Kompozisyonlar arasında neredeyse hiç benzerlik yoktur. Burada söz konusu olan, geçmişten mutlak bir kopuştur. Medenî Kanun'un kabulü, Batılı normlara göre yeni bir ulus yaratma yolunda atılmış çok kritik bir adımdır. Bu kanunla birlikte Türkiye Cumhuriyeti'nde yaşayan köylü ve şehirli kadınların toplumdaki ve evlilik kurumu içindeki konuları geçmişle kıyaslanmayacak ölçüde güçlenmiştir. Çok eşli evlilikler yasaklanmış, kadın-

¹⁷ Kartpostal da tıpkı mektup gibi iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte önce demode olmuş, sonra tedavülden kalkmış bir haberleşme aracıdır. Kartpostallar, içinde bulunduğumuz dijital çağda artık bir efemeraya dönüşmüştür. Ayşe Kasap (2022), “İletişim Aracından Bilgi Kaynağına Kartpostallar” başlıklı çalışmada kartpostalların sosyal bilimciler tarafından bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmesinin önemine vurgu yapar.

ların aleyhine işleyen boşanma uygulamaları tamamen terk edilmiş ve miras paylaşımı konusunda kadınlarla erkeklere eşit haklar tanınmıştır. Kadın erkek ilişkilerini; modern, eşitlikçi ve rasyonel standartlara kavuşturan Medenî Kanun, yalnızca yeni hayatın yeni hukukunu oluşturan dev bir adım olmakla kalmaz, aynı zamanda laikleşme yolunda katedilmiş önemli bir kilometre taşı olur. Yeni kurulan Cumhuriyet'te bir evliliğin devlet nezdinde resmîleşmesi için devletin tayin ettiği bir nikâh memuru tarafından onaylanması gerekir. Diğer bir deyişle medenî nikâh, bir tercih meselesi değil, yasal bir zorunluluktur. Yeni kurulan rejim, bu konudaki tavrını net olarak ortaya koymuş ve medenî nikâh dışındaki seçenekleri yasal kabul etmemiştir. Görey'in kartpostal tasarımında öne çıkan medenî nikâhı özendirici kompozisyonun arka planında, medenî nikâhı yasal bir zorunluluk hâline getiren Cumhuriyet elitlerinin tavizsiz yaklaşımı vardır. Cumhuriyet ne şehirliye ne de efendi olarak gördüğü köylü vatandaşa medenî nikâh dışında bir seçenek bırakmıştır. Kartpostal medenî nikâhı özendirmekle yetinirken, yasaların medenî nikâhı zorunlu kılması hedef kitleye yönelik ikircikli bir tavrın yansımasıdır.

Yeni Görgü Kurallarını Öğretmek

Cumhuriyet elitleri, hukuki düzenlemelere paralel olarak yürütülen okuryazarlık hamlesini ulus bilincine sahip vatandaşlar yaratmak için yeterli kabul etmemiş; yeni hayatın gerektirdiği tutum ve davranışların öğretilmesini de bir zorunluluk olarak görmüşlerdir. Görey'in "Saygısızlıkla Savaş Derneği" için köylü ve şehirli vatandaşlara hitaben tasarladığı afiş, yeni rejimin ve yeni hayatın beraberinde getirdiği yeni görgü kurallarını ilan eder.



Görsel 6. Saygısızlıkla Savaş Derneği afişi (Merter, 2008: 86)

Bu afişte; elinde bir grup uyarı yazısı taşıyan modern görünümlü ve güler yüzlü bir adam, köylü ve şehirli vatandaşlardan oluşan bir topluluğa nezaketli bir beden diliyle yeni görgü kurallarını öğretmektedir. Yazılarda kullanılan emir kipi, afişin arka planındaki didaktik yaklaşımı net bir biçimde ortaya koyar: "Vatandaş! Yere Tükürene, Yasak Dinlemeyene, Herkesin Rahatını Bozana, Saygısızlıkların Her Türüsüne Aldırmamazlık Etme!". Afişte yeni görgü kurallarını dikte eden devlet dev bir figür olarak resmedilirken; mesajların muhatabı olan kitle devletin karşısındaki itaatkâr vatandaşlar olarak konumlandırılmıştır. Görey'in diğer tasarımlarının aksine halk değil, devlet yüceltilmiştir. Görey'in çalışmaları içinde istisnai bir yeri olan bu afiş, Cumhuriyet'in davranış mühendisliği projesinin en net biçimde kendini gösterdiği tasarımlardan biridir. Gerçek gücün devletin elinde olduğuna ve halkın bu güce boyun eğmesi gerektiğine dair bir mesaj içerir. Medenî olmak ve yeni görgü kurallarına uygun davranmak, makbul vatandaşın olmazsa olmaz özelliklerinden biridir. Bu, yalnızca şehirli için değil, köylüler için de geçerlidir. Efendi olduğu söylenen bir topluluğa görgü kurallarını öğretmek, çelişkili bir yaklaşımdır. Cumhuriyet elitlerinin bu ikircikli tavrı, belki de en net şekilde Saygısızlıkla Savaş Derneği'nin afişinde görülür.

Modern Giyim Kuşamı Benimsetmek

Modern görünümlü bir ulus yaratmak, Cumhuriyet elitlerinin önemli hedeflerinden biri olmuştur. Genç Cumhuriyet, yeni hayatın yerleşmesi için yalnızca zihinleri değil, bedenleri de yeniden şekillendirmeye girişir. 25 Kasım 1925 tarihinde çıkarılan “Şapka İktisası Hakkında Kanun”, bu yolda atılan ilk adımdır. 3 Aralık 1934’te çıkarılan “Bazı Kisvelerin Giyilemeyeceğine Dair Kanun” başlatılan süreci tamamlar. Din görevlileri dışındaki erkeklerin fes, sarık ve cübbe gibi kıyafetleri giymesi yasaklanır. Modern giyim kuşam konusunda kadınlara yönelik uygulama ise yasaklama değil, teşvik etme mantığı üzerinden yürütülür¹⁸. Görey’in aşağıdaki afişi, yeni rejimin köylü ve şehirli vatandaşlarının kıyafet ihtiyaçlarını karşılayan Sümerbank mağazalarını tanıtmaktadır.



Görsel 7. Sümerbank Mağazaları afişi (Merter, 2008: 93)

Afişteki kompozisyon; Sümerbank’tan giyinmiş biri köylü diğeri şehirli iki kadın, bir mağaza vitrinini inceleyen köylü ve şehirli çiftler ile “Köylü ve Şehirli Vatandaş Aradığın Her Kumaş Sümerbank’ın Her Mağazasında Bulabilirsin” şeklindeki yazılı mesajdan oluşmaktadır. Köylü kadın başörtüsü, ceketi ve şalvarı; şehirli kadın ise şapkası, çantası, ceketi ve eteği ile modern bir görünüm arz etmektedir. Afişte ön plana çıkan köylü ve şehirli kadın figürleri; kamusal hayatın içinde yer alan, rahat bir beden diline sahip, özgüvenli ve mutlu bireyler olarak resmedilmişlerdir. Yeni hayatla birlikte alım gücünün de yükseldiği ve tüketimin yeniden canlandığı görülmektedir. Bu iki figür, yeni rejimin inşa etmeye çalıştığı yeni hayatın aydınlık ve umutlu yüzünü temsil etmektedir. Köylü ve şehirli uyum içinde yaşadıkları gösterilmiştir (Bozdoğan, 2012: 149-150). Ne var ki Cumhuriyet’in çelişkili yaklaşımının izleri bu afişte de göze çarpar. Yeni, şık ve temiz kıyafetler giymiş köylü ve şehirli figürler, romantik bir bakış açısıyla idealize edilerek tasvir edilmiştir. Ancak afişin arka planındaki davranış mühendisliği, aslında köylü ve şehirli kitleye nasıl giyinmeleri gerektiği konusunda bir model sunmaktadır.

Üretim Bilinci Aşlamak

Cumhuriyetin kurucuları, “Anadolu ortasında kurulmuş bir köylü hükümeti” oldukları gerçeğini göz önünde bulundurarak tarımsal üretimi artırmak için büyük bir çaba göstermişlerdir (Avcioğlu, 1996: 485). Yeni kurulan Cumhuriyet’in sanayi altyapısı henüz zayıf durumdadır. Ülkenin ekonomik olarak ayakta kalabilmesi tamamen tarımsal üretime bağlıdır. Bu nedenle köylü kitleye üretim bilinci aşlamak, ülkenin kaderini etkileyecek hayati bir konu olarak görülmüştür. Görey, 1938 tarihli Türkiye İş Bankası afişini bu amaçla tasarlamıştır.

¹⁸ Feroz Ahmad (2012: 108), bu konuda oldukça çarpıcı bir değerlendirme yapar: “Atatürk, kadınlarla ilgili değerlerini asla ülkeye zorla kabul ettirme girişiminde bulunmadı. İslami toplumda gelenek konusunda öylesine duyarlıydı ki, peçeyi yasakladığını duyduğunda Afgan hükümdarı Kral Emanullah’ın devrileceğini önceden gördü”.



Görsel 8. Türkiye İş Bankası afişi (Pekman, 2017: 271)

Afişte, buğday tarlasında çalışan iki köylü kadın resmedilmiştir. Ön plandaki kadın elindeki orakla ekin biçerken; arka planda daha silik tonlarda resmedilmiş olan kadın, biçilen ekinleri toplamaktadır. Türkiye’de tarımsal üretimdeki iş gücünün önemli bir kesimini oluşturan kadınları temsil eden bu iki figür, alt açıdan resmedilerek yüceltilmiştir. Tasarımın sağ alt köşesinde yer alan “Bugün Eken Yarın Biçer” şeklindeki slogan, köylü kitleye hitap eden bir vecize niteliğindedir. Afiş, köylüye üretim bilinci ve planlı yaşama alışkanlığı kazandırmaya çalışır. Cumhuriyet’i kuran kadrolar için tarımsal yapının çözülmesi ve köylü kitlenin şehirlere akarak ekonomik, siyasal ve sosyal dengeyi bozması, ülkenin karşılaşılabileceği en büyük sorunlardan biri olarak görülmüştür¹⁹ (Karaömerlioğlu, 2006: 12). Köylüyü köyde tutma siyasetinin bir parçası olarak “Orda, bir köy var uzakta, gitmesek de, görmesek de, o köy bizim köyümüzdür” (12) sözleriyle şarkılara dahi konu olan bir köy romantizmi yaratılmış; bizzat Cumhuriyet’in kurucusu, köylüleri milletin gerçek üretici gücü ve efendisi olarak yüceltilmiştir. Cumhuriyet elitlerine göre, köylüler şehirlere göç etmemeli, köyde kalmalı ve üretmelidir. Görey’in afişinde de Cumhuriyet’in köylülere yüklediği bu misyonun yansıması görülmektedir. Ancak tasarımın arka planında köylüyü bir yandan romantik bir tavırla yüceltirken, bir yandan da köylüde çalışma ve üretme konusunda tutum ve davranış değişikliği yaratmayı amaçlayan bir zihniyetin varlığı dikkat çeker. Cumhuriyet elitlerinin bu çelişkili yaklaşımının nedeni, köylülere biçilen rolle ilgili kafa karışıklığıdır.

Tarımda Makineleşmeyi Özendirmek

Yeni kurulan Cumhuriyet için tarımda makineleşmeyi özendirmek, köylü kitleye üretim bilinci aşılamanın bir sonraki aşaması olarak görülmüştür. Köylüyü kalkındırmak için ilkel teknoloji ile gerçekleştirilen tarım yerine, teknolojik araç gereçlerin kullanıldığı modern tarım yöntemleri öne çıkarılmıştır. 1944 yılında kurulan Zirai Donatım Kurumu; çiftçiye taksitle traktör satışı, tamir ve yedek parça desteği sağlayarak tarımdaki verimliliğin artmasında önemli bir rol oynamıştır. Görey, Zirai Donatım Kurumu için hazırladığı afişte bu hizmetlerin tanıtımını yapar.

¹⁹ 1950 sonrasında Demokrat Parti’nin (DP) iktidara gelmesiyle birlikte köylüyü köyde tutma siyasetinin terk edilmesi, büyük şehirlere kitlesel bir göç dalgasının başlamasına neden olmuştur. Gecekondulaşmadan işsizliğe, siyasal İslam’dan kadınlara yönelik şiddete kadar Türkiye’nin bugün hâlâ boğuşmakta olduğu ekonomik, siyasal ve sosyal sorunların arkasında bu göç dalgasının yarattığı olumsuz etkiler vardır.



Görsel 9. Ziraî Donatım Kurumu afişi (URL-4)

Afişin kompozisyonu; bir teknisyen, traktörle tarla süren bir çiftçi, “Ucuz Kullanışlı Tamiri Kolay Yedeği Bol Traktör Fordson Majordur” sloganı ve “Aletlerle Birlikte Taksitle Satılır...” ibaresinden oluşmaktadır. Devleti temsil ettiği anlaşılan teknisyen dev boyutlarda resmedilirken, teknisyenin koruması altındaki çiftçi ve traktör daha küçük boyutlarda çizilmiştir. Çiftçiyi traktör sahibi olmaya teşvik eden bu afişte, devletin tüm gücüyle köylünün yanında olduğu mesajı verilmiştir. Yeni kurulan ülkenin ekonomik olarak bağımsızlığını kazanması, 1929 Dünya Ekonomik Bunalımı’nın etkilerinin hafifletilmesi ve yaklaşan İkinci Dünya Savaşı’na (1939-1945) yönelik gerekli ekonomik tedbirlerin alınabilmesi için tarımsal üretimin artırılması bir zorunluluk olmuştur. Bu amaçla köylüye üretim bilinci aşılamanın yanı sıra devletin tüm imkânları seferber edilerek tarımda makineleşme hamlesine girilmiştir. Nüfusun %85’inin yaşadığı köylerdeki üretimin iyileştirilmesi için kara sabanın yerine traktör kullanımının yaygınlaştırılması hedeflenmiştir. Görey’in afişi, bilinçli tarım yapan köylüyü ve onu destekleyen genç Cumhuriyet’i idealize eder. Ne var ki bu idealizasyonun arkasında Cumhuriyet elitlerinin köye ve köylüye yönelik ikircikli yaklaşımının yansımalarını görmek mümkündür. Köy ve köylü bir yandan ulusal kültürün gerçek kaynağı olarak korunmaya çalışılırken, bir yandan da devletin güdümündeki modernleşme uygulamalarının nesnesi hâline gelir. Devlet, gerçek üretici ve milletin efendisi olarak gördüğü köylüyü traktör kullanmaya özendirerek bir davranış mühendisliğine girişir. Bir yandan modernleşme söylemleri gündeme gelirken bir yandan da köydeki geleneksel ilişkilerin devam etmesi desteklenir (Karaömerlioğlu, 2006: 66-67). Bu çelişkili yaklaşımlar, Türkiye’de kırsal kesimdeki modernleşmeyi geciktirmiştir (85).

Tasarruf Alışkanlığı Edindirmek

On yıldan uzun süren savaşlar, Osmanlı’dan kalan borçlar, 1929 Dünya Ekonomik Bunalımı, sanayi yatırımları ve İkinci Dünya Savaşı’nın zorunlu kıldığı hazırlıklar; Erken Cumhuriyet Dönemi’nde tasarruf fikrini son derece önemli bir konu hâline getirmiştir. Genç Cumhuriyet’in sınırlı kaynaklarını yerinde ve etkili şekilde kullanma zorunluluğu, Cumhuriyet elitlerinin gündeminde daima ilk sıralarda yer almıştır. Görey’in Türkiye Ziraat Bankası için 1945 yılında tasarladığı afiş, köylü kitleye tasarruf alışkanlığı edindirmeyi amaçlar.



Görsel 10. Türkiye Ziraat Bankası afişi (Pekman, 2017: 271)

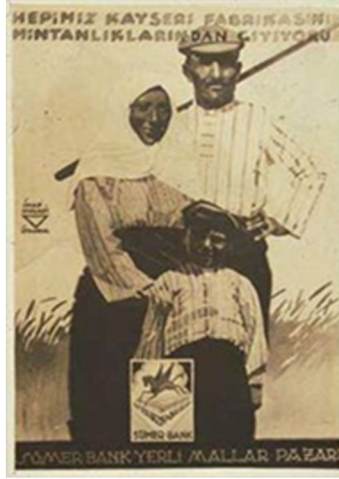
Afişte; başında kasketi, belinde kuşağı ve altında şalvarı ile betimlenmiş yaşlı bir köylü, keyifle sigara içerken resmedilmiştir. Sırtını Ziraat Bankası'nı simgelediği anlaşıl原因an "Z" harfine dayayıp rahatça uzanmıştır. Figürün hemen yanında, tasarruf fikrini vurgulamak için normalden daha büyük resmedilmiş bir kumbara göze çarpar. Tasarımın sağ alt köşesindeki "Para Biriktiren Rahat Eder" sloganı, afişin görsel mesajını tamamlar niteliktedir. Afişteki köylü figürü; Ziraat Bankası'nın sağladığı imkânlarla ekmiş, biçmiş ve tasarruflarını yine aynı bankada değerlendirerek hayatın tadını çıkaran bir rol model olarak sunulmuştur. Alın teri ile hayatını kazanan ve ülke ekonomisine katkıda bulunan saf ve temiz köylü ideali²⁰, âdeta Görey'in bu afişinde vücut bulmuştur. Bu tasarım, Eric Hobsbawm'ın (1996) köylülüğün kalesi²¹ olarak gördüğü Türkiye'nin, grafik sanatının gücüyle yapılmış parlak bir tasviri olarak yorumlanabilir. Görey, bu afişte hem yetenekli bir sanatçı hem de iyi bir iletişimci olduğunu etkili bir kompozisyonla göstermiştir. Toplayıcı yankı sayesinde köylü kitlenin psikolojisini çok iyi ortaya koymuş; hasat sonrasında rahatça uzanıp sigarasını tellendiren köylünün gâilesiz ve mutlu bir hayat özlemini resmetmiştir. Ancak bu afişin diğer yüzünde Cumhuriyet elitlerinin köye ve köylüye yönelik çelişkili tavrı karşımıza çıkar. Bir yandan ulusal kültürün özü köyde ve köylülerde aranırken, bir yandan da yeni kurulan Cumhuriyet'in bilinçli vatandaşları olabilmeleri için onlardan yeni alışkanlıklar edinmeleri istenir.

Millî ve Yerli Ekonomiye Desteklemek

Beşerî ve iktisadi sermayesinin önemli bir kısmını kaybederek imparatorluk iddiasından vazgeçmek zorunda kalan genç Türkiye Cumhuriyeti, elde ettiği siyasi bağımsızlığı sürdürebilmek için millî ve yerli bir ekonomi inşa etmeye çalışır. Henüz Lozan Antlaşması (24 Temmuz 1923) imzalanmadan önce, 17 Şubat 1923'te toplanan İzmir İktisat Kongresi'nde yeni kurulacak devletin ekonomi siyaseti tartışılır. Cumhuriyet'in kurucuları, özellikle 1930'lu yıllarda uygulamaya geçirdikleri Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT'ler) ile bağımsız ve kendi kendine yeten bir ülke yaratmayı hedefler. Bu amaçla kurulan işletmelerden biri de Sümerbank'tır. Görey'in Sümerbank Yerli Mallar Pazarı için tasarladığı afiş, Kayseri Fabrikası'nın ürünlerini tanıtır.

²⁰ Fusun Üstel'e göre, köylülerin "saf" insanlar olarak görülmesi, birtakım uyarılara da zemin hazırlamaktadır: "Zira 'saf'lık' durumu aynı zamanda 'aldanabilir' olmayı, bir tür güçsüzlüğü ya da kusurluluğu da çağırıştır. Bu yaklaşım doğrultusunda köylü-yurttaş, hem kendisine yönelik bazı tehditlere karşı 'uyanık' olmaya hem de medeniyet ve kalkınmanın aktörü olmaya çağırılır" (Üstel, 2008: 199). Üstel'in bu yorumu, Cumhuriyet elitlerinin köylülere yönelik çelişkili tavrının belki de en net ifadesi olarak Karaömerlioğlu'nun argümanlarını desteklemektedir.

²¹ "Avrupa ve Ortadoğu yöresinde sadece bir köylü kalesi kaldı: Türkiye. Burada köylülük zayıfladı, ancak 1980'lerin ortasında hâlâ mutlak bir çoğunluk olmaya devam ediyordu" (Hobsbawm, 1996: 338-339).



Görsel 11. Sümerbank Yerli Mallar Pazarı afişi (URL-5)

Afiş, bir buğday tarlasının önünde duran üç kişilik bir köylü ailenin görüntüsünden oluşur. Tasarımda; anne, baba ve çocuğun giydiği mintanlar ön plana çıkarılmıştır. “Hepimiz Kayseri Fabrikasının Mintanlıklarından Giyiyoruz” mesajı, görsel tasarımı tamamlamıştır. Afişte; ihtiyaçlarını karşılamış, hâlimden memnun, huzurlu ve geleceğe umutla bakan bir aile resmedilmiştir. Ailenin fertleri, sanki bir tarlanın kenarında değil de en güzel giysileri ile bir fotoğraf stüdyosunda poz veriyor gibidir. Bu tasarımda, kendine yeten bir ülkenin mütevazı insanları tasvir edilmiştir. Ekonomisi büyük ölçüde tarımsal üretime dayanan genç Cumhuriyet, kendine yetebilmek için ithalatı sürekli olarak baskılamaya çalışmıştır²². Yerli üretim ve yerli malı kullanımı özendirilerek millî ekonominin ayakta tutulması amaçlanmıştır. Bunun için kurulan Millî İktisat ve Tasarruf Cemiyeti, vatandaşı tasarrufa ve yerli malı kullanmaya çağıran bir kampanya düzenler (Koloğlu, 1999: 263). Bu cemiyetin en önemli faaliyeti, Türkiye’de 1930 yılından itibaren 12-18 Aralık tarihleri arasında kutlanan ve Yerli Malı Haftası olarak bilinen “Tutum, Yatırım ve Türk Malları Haftası”dır (Sağlam ve Yaman, 2012: 209). Halk, milliyetçi bir söylem kullanılarak birtakım fedakârlıklar yapmaya davet edilir. Örneğin, ithal İngiliz kumaşının yerini yerli fabrikaların ürünleri alır (Toprak, 2017: 401). Görey’in afişinde de köylü kitleler yerli üretim kumaşları kullanmaya teşvik edilmiştir. Bu kumaşları kullanan köylüler, romantik bir bakış açısıyla idealize edilerek resmedilmiştir. Ne var ki bu idealizasyonun arkasında bambaşka bir gerçek yatar. Cumhuriyet elitleri, birtakım davranış mühendisliği politikalarıyla köylü kitlenin hayatının her alanını düzenlemeye çalışır. Bu ikircikli tavır; bir yandan köylüleri ulusal kültürün otantik kaynağı olarak görürken, bir yandan da onlara hangi kumaştan ne tür giysiler giymeleri gerektiğini dikte eder.

SONUÇ

İhap Hulusi Görey, gerçekleştirdiği yüzlerce tasarımla Genç Cumhuriyet’in kurmak istediği yeni hayatı ve Kemalist modernleşme projesinin yaratmak istediği vatandaş tipini ete kemiğe büründürmüştür. Cumhuriyet elitlerinin muasır medeniyetler seviyesine ulaşma hedefi, öncelikle Görey’in tasarımlarında ifadesini bulmuştur. Romantik bir bakış açısının hâkim olduğu bu tasarımlarda, Erken Cumhuriyet Dönemi’nin köylülere yönelik ikircikli tavrının tüm handikapları görülür. Görey’in tasarımlarında idealize edilmiş bir kompozisyon içerisinde sunulan Türk köylüsü, hem yeni kurulan rejimin gerçek sahibi hem de Cumhuriyet elitlerinin davranış mühendisliği pro-

²² “Kısıtlanan ürünlerin başında her türlü giyim, kuşam, süs eşyası, itriyat vs. gibi daha çok kadınların tüketim ürünlerine yönelik mallar vardı” (Toprak, 2017: 401).

jesinin nesnesi olarak konumlandırılmıştır. Mehmet Asım Karaömerlioğlu'nun (2006) köycülükle ilgili argümanlarından yola çıkan bu çalışmada, Cumhuriyet'in köylülere yönelik çelişkili söyleminin Görey'in tasarımlarındaki yansıması ortaya konmuştur. Amaçlı örneklem kapsamında yer alan kriter örnekleme Görey'e ait yüzlerce çalışma içinden on tasarım seçilmiştir. Eleştirel Söylem Çözümlemesi sonucunda elde edilen bulgular, on kategori altında yorumlanmıştır: Nüfus artışını teşvik etmek, salgın hastalıklarla mücadeleye çağırmak, okuma yazma becerisi kazandırmak, yeni hayatın yeni hukukunu tanıtmak, yeni görgü kurallarını öğretmek, modern giyim kuşamı benimsetmek, üretim bilinci aşılacak, tarımda makineleşmeyi özendirme, tasarruf alışkanlığı edindirmek, millî ve yerli ekonomiyi desteklemek.

İmparatorluk bakiyesi bir toplumdaki ulus bilincine sahip vatandaşlar yaratmak ve %85'i köylerde yaşayan bir kitlenin yaşam standartlarını iyileştirmek, Cumhuriyet'in en önemli hedefleri arasında yer almıştır. Görey'in tasarımları, Erken Cumhuriyet Dönemi'nde kırsal kesimde hâkim olan gürültü unsurlarını aşarak Kemalist rejimin mesajlarını köylü kitleye ulaştıran etkili bir iletişim kanalına dönüşmüştür. Görey, devrimin hikâyesini grafik tasarımlar aracılığıyla izleyebileceğimiz bir görsel koleksiyon yaratmıştır. Peter Burke'nin (2003) tabirini kullanacak olursak, onun afişleri âdeta zamanının "görgü tanığı"dır. Özellikle Türkiye İş Bankası, Türkiye Ziraat Bankası ve Sümerbank gibi kamu kurumları için yaptığı tasarımlarla çoğunluğu köylülerden oluşan hedef kitleye ulaşmayı başarmıştır. Görey, köylünün psikolojisini çok iyi tahlil etmiş; güçlü bir toplayıcı yankıyı devreye sokarak mesajlarını empatik bir dille kodlamıştır.

Görey'in tasarımlarının arka planında, Cumhuriyet'in köylü kitlede tutum ve davranış değişikliği yaratmayı hedefleyen dikte edici tavrı gizlidir. Cumhuriyet elitleri, köylüyü bir yandan efendi olarak taltif etmiş, bir yandan da eğitmeye çalışmışlardır. Gösterilen tüm çabalara rağmen "Orada bir köy var uzakta" naifliğini taşıyan romantik söylemlerin bir yerde tıkanacağı ve köylüyü köyde tutma politikasının ilelebet sürdürülemediği ortaya çıkmıştır. Sonuçta Cumhuriyet elitleri, köylü kitleyi 1950'li yılların başına kadar köyde tutabilmiştir. Demokrat Parti'nin iktidara gelmesiyle birlikte dengeler değişmiş; Cumhuriyet'in hedeflediği büyük dönüşüm gerçekleşmeden köyden kente göç başlamıştır. Türkiye'nin bugün karşı karşıya olduğu birçok sorunun temelinde, hazırlıksız yakalandığı bu göç dalgasının ve köylülere yönelik çelişkili yaklaşımdan kaynaklanan tereddütlü modernleşme sürecinin bulunduğu ileri sürülebilir.

KAYNAKÇA

Ahmad, F. (2012). Modern Türkiye'nin oluşumu. İstanbul: Kaynak Yayınları.

Anderson, B. (1995). Hayali cemaatler: Milliyetçiliğin kökenleri ve yayılması. (Çev.: İskender Savaşır), İstanbul: Metis Yayınları.

Ata Güreşen, H. (2017). İhap Hulusi Görey'in reklam afişlerinin göstergebilimsel analizi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Atatürk Ansiklopedisi: Türkiye Cumhuriyeti siyasi tarihi (1971). Cilt IX. (hzl.: K. Z. Gencosman), İstanbul: May Yayınları.

Avcioğlu, D. (1996). Türkiye'nin düzeni 1: Dün - Bugün - Yarın. İstanbul: Tekin Yayınevi.

Baykurt, F. (2005). Onuncu köy. İstanbul: Adam Yayınları.

- Bozdoğan, S. (2012). Modernizm ve ulusun inşası: Erken cumhuriyet döneminde mimari kültür. İstanbul: Metis Yayınları.
- Burke, P. (2003). Afişten heykele minyatürden fotoğrafa: Tarihin görgü tanıkları. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Gençtürk Hızal, G. S. (2012). Kültürel üretim mekânlarında bir aracı: İhap Hulusi Görey. Folklor/Edebiyat, 18 (70), 67-92.
- Gümüšoğlu, F. (2007). Yetişkin ders kitaplarında toplum ve bilimsel düşünce (1930'lu ve 2000'li yıllar). Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (21): 351-369.
- Güntekin, R. N. (1995). Yeşil gece. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Güz, N. (2006). Cumhuriyet döneminde iletişim. Cumhuriyet'in 80. Yılı Sempozyumu Bildirileri. (hzl.: H. Şıvgın), Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Hobsbawm, E. (1996). Kısa 20. Yüzyıl 1919-1991: Aşırılıklar Çağı. (Çev.: Yavuz Alogan), İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- İlaslan, S. (2021). Televizyonun teknik gelişimi ve tanımlanmasının Türkiye'deki yansımaları: 1930'larda televizyonu tanıma çabaları. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, 37, 215-238.
- Karaosmanoğlu, Y. K. (1983). Yaban. (hzl.: A. Özkırmılı), İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Karaömerlioğlu, M. A. (2006). Orada bir köy var uzakta: Erken cumhuriyet döneminde köycü söylem. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kasap, A. (2022). İletişim aracından bilgi kaynağına kartpostallar. Library, Archive and Museum Research Journal, 3 (1), 44-59.
- Keyder, Ç. (1993). Dünya ekonomisi içinde Türkiye (1923-1929). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Koloğlu, O. (1999). Reklamcılığımızın ilk yüzyılı. İstanbul: Reklamcılar Derneği.
- Kreiser, K. (2010). Atatürk. (Çev.: Dilek Zaptçioğlu), (ed.: T. Bora), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Merter, E. (2008). Cumhuriyet'i afişleyen adam: İhap Hulusi Görey 110 yaşında. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Mutlu, S. (2013). Tek parti döneminde parti-devlet bütünleşmesine bir örnek: Dilek sistemi. Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, 29 (86), 53-102.
- Ortaylı, İ. (2012). Yakın tarihin gerçekleri: Osmanlı'nın çöküşünden küllerinden doğan Cumhuriyete. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Oskay, Ü. (2011). İletişimin ABC'si. İstanbul: Der Yayınları.
- Öztürk, S. (2008). Türkiye'de iletişim düşüncesinin kökenleri. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.
- Pekman, C. (2017). Reklamcılık tarihimizde halk kültürünün görünüşleri. 9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi. Ordu: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Sağlam, H. İ. - Yaman, İ. (2012). İlköğretim öğrencilerinin "Tutum, Yatırım ve Türk Malları Haftası"na ilişkin görüşleri. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12 (2), 207-218.
- Sınar Çılgın, A. (2004). Genç Cumhuriyetin ütopyası: Gürbüz Türk çocuğu. U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (6), 97-119.
- Şenkal, Y. (2016). Fırçanın dilinden İhap Hulusi Görey: Yalova Kaplıcaları afişinin göstergebilimsel çözümlenmesi. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi, 44, 293-315.

Tekeli, İ. - İlkin, S. (2003) Bir Cumhuriyet öyküsü: Kadrocuları ve Kadro'yu anlamak. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Toprak, Z. (2017). Türkiye'de yeni hayat: İnkılap ve travma (1908-1928). (ed.: H. Balcı), İstanbul: Doğan Kitap.

Toprak, Z. (2020). Atatürk: Kurucu felsefenin evrimi. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Üstel, F. (2008). Makbul vatandaşın peşinde: II. Meşrutiyet'ten bugüne vatandaşlık eğitimi. İstanbul: İletişim Yayınları

Weiss, G. - Wodak, R. (2003). "Introduction: Theory, interdisciplinarity and critical discourse analysis". Critical discourse analysis: Theory and interdisciplinarity. (ed.: G. Weiss - R. Wodak), 1-32, New York: Palgrave Macmillan..

Yılmaz, A. (2001). İlanattan internete: Türkiye'de reklamcılık. Kurgu: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 18, 355-367.

Zürcher, E. J. (2000). Modernleşen Türkiye'nin tarihi. (Çev.: Y. Saner Gönen), İstanbul: İletişim Yayınları.

İnternet Kaynakları

Durmaz, Ö. (2021). Ayhan Akalp röportajı, <https://www.youtube.com/watch?v=6AXRoVVYeC4> (Erişim: 08.09.2022)

URL-1: "Sıtma ile mücadeleyi konu alan takvim tasarımı". <https://phebusmuzayede.com/5289-sitma-temali-bayer-atebrin-ilac-reklamli-takvim-cizim-ihap-hulusi-gorey-46x28cm.html> (Erişim: 28.8.2022)

URL-2: "İlk Kıraat Kitabı'nın kapak tasarımı". <https://www.karikaturculerdernegi.com/onculerimiz/ihap-hulusi-gorey/> (Erişim: 08.09.2022)

URL-3: "Medeni nikâh kartpostalı". <https://euphemiasahaf.com> (Erişim: 30.06.2022)

URL-4: "Zirai Donatım Kurumu afişi". <https://tr.pinterest.com> (Erişim: 28.06.2022)

URL-5: "Sümerbank yerli mallar pazarı afişi". <https://www.milliyet.com.tr/galeri/afislerle-cumhuriyet-tarihi-39118/13> (Erişim: 28.8.2022)