



İHAP HULUSİ GÖREY'İN AFİŞ TASARIMLARININ İÇERİK VE DUYGU ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF İHAP HULUSİ GÖREY'S POSTER DESIGNS THROUGH CONTENT AND EMOTIONAL

Sefa Ersan KAYA¹ ●



ORCID: S.E.K. 0000-0003-1754-3901

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Sefa Ersan Kaya

Tokat Gaziosmanpaşa University, Türkiye

E-mail/E-posta: kayasefaersan@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 02.07.2024

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %10

Revision Requested/Revizyon talebi:

24.08.2024

Last revision received/Son revizyon teslimi:

29.08.2024

Accepted/Kabul tarihi: 18.09.2024

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Kaya, S. E. (2024). İhap Hulusi Görey'in Afiş Tasarımlarının İçerik ve Duygu Analizi ile Değerlendirilmesi. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 14 (4), 809-825. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1509316>

Öz

İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımları, estetik, kültürel ve duygusal boyutlarda incelenmiştir. Görey, Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinde modernleşme sürecine önemli katkılarda bulunmuş ve çeşitli kamu kurumları için hazırladığı afişlerle tanınmıştır. Afişlerinde sadelik ve netlik ilkeleri öne çıkarken, kullanılan renkler, kompozisyon teknikleri ve tipografik unsurlar dikkat çekici ve anlaşılır bir şekilde sunulmuştur. İçerik analizi yöntemi kullanılarak afişlerdeki görsel, renk ve metinsel unsurlar kodlanmış, frekansları ve yüzdeleri hesaplanmış ve duygusal etkileri değerlendirilmiştir. Bulgular, Görey'in eserlerinin estetik normları ve Türkiye'nin kültürel ve toplumsal dönüşümünü yansıttığını göstermektedir. Çalışma, Görey'in Türk grafik sanatına katkılarını derinlemesine inceleyerek, afişlerinin hem sanatsal hem de toplumsal açıdan önemini vurgulamaktadır. Görey'in tasarımları, Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinin yeni kimliğini ve ideallerini görsel olarak temsil etmektedir. Sonuç olarak, bu çalışma Görey'in eserlerinin estetik ve toplumsal değerlerini ortaya koyarak, sanatçının Türk grafik sanatına olan katkılarını belirli bir örneklem içerisinde değerlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: İhap Hulusi Görey, Afiş Tasarımı, Grafik, Tasarım, İçerik Analizi, Duygu Analizi.

Abstract

The poster designs of İhap Hulusi Görey have been examined in terms of aesthetic, cultural, and emotional dimensions. Görey made significant contributions to Turkey's modernization process during the Republican era and is renowned for the posters he created for various public institutions. His posters emphasize simplicity and clarity, with the use of striking and understandable visual and textual elements. Using content analysis, the visual, color, and textual elements of the posters were coded, their frequencies and percentages calculated, and their emotional impacts assessed. The findings indicate that Görey's works reflect both aesthetic norms and Turkey's cultural and social transformation. This study underscores the artistic and social significance of Görey's posters, highlighting his contributions to Turkish graphic art. His designs visually represent the new identity and ideals of Republican Turkey. In conclusion, this study demonstrates the aesthetic and social values of Görey's works, evaluating the artist's contributions to Turkish graphic art within a specific sample.

Keywords: İhap Hulusi Görey, Poster Design, Graphic, Design, Content Analysis, Emotion Analysis.



GİRİŞ

İhap Hulusi Görey, Türkiye'nin grafik tasarım alanındaki önemli figürlerinden biri olarak kabul edilmektedir. 1920'lerden itibaren Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinin modernleşme sürecinde önemli rol oynamış ve çeşitli kamu kurumları için hazırladığı afişlerle tanınmıştır. Görey'in afiş tasarımları, dönemin estetik ve kültürel dinamiklerini yansıtan, mesajları net ve etkili bir şekilde ileten eserlerdir. Bu çalışma, İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımlarını estetik, kültürel ve duygusal boyutları açısından değerlendirebilmek için sanatçının eserlerinin içerik ve etki analizini yapmayı amaçlamaktadır.

Görey'in tasarımları, sadelik ve netlik ilkeleri üzerine kuruludur. Bu afişlerde kullanılan görsel ve metinsel unsurlar, dikkat çekici ve anlaşılır bir şekilde sunulmuş olup, toplumsal ve kültürel mesajlar içermektedir. Afişlerdeki renk seçimleri, kompozisyon düzenlemeleri ve tipografik öğeler, sanatçının minimalizm ve etkileyicilik anlayışını yansıtmaktadır. Ayrıca, bu afişler milli ve modern temaları bir araya getirerek, Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinin yeni kimliğini ve ideallerini görsel olarak temsil etmektedir. Bu bağlamda, Görey'in afiş tasarımlarının biçimsel özelliklerini anlamak için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

İçerik analizi, metin ve görsel materyallerin sistematik bir şekilde incelenmesini sağlayan nitel ve nicel bir araştırma yöntemidir. Bu kapsamda, afişlerde yer alan görsel, renk ve metinsel unsurlar kodlanmış, bu unsurların frekansları ve yüzdeleri hesaplanmış, ayrıca afişlerin duygusal etkileri değerlendirilmiştir. Bu yöntemler, Görey'in sanat anlayışının ve afişlerinin alıcı üzerindeki etkilerinin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır.

Bu araştırma, İhap Hulusi Görey'in Türk grafik sanatındaki katkılarını ve onun afiş tasarımlarının estetik ve toplumsal değerlerini daha derinlemesine incelemek açısından önemlidir. Görey'in eserleri, sadece dönemin estetik normlarını değil, aynı zamanda Türkiye'nin kültürel ve toplumsal dönüşümünü de yansıtmaktadır. Bu çerçevede, çalışmanın bulguları hem sanat tarihi hem de iletişim çalışmaları açısından katkılar sunmayı hedeflemektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada, İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımlarını analiz etmek için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, metinsel, görsel veya işitsel iletişimin sistematik olarak analiz edilmesini içeren yaygın olarak kullanılan bir araştırma yöntemidir (Gicevic ve diğerleri, 2016). Hem niceliksel hem de niteliksel olarak ele alınabilir; ilki sistematik veri kodlaması yoluyla araştırma hipotezlerini test etmek için tümdengelimsel bir yaklaşım içerirken, ikincisi açık ve derinlemesine metin analizi için tümevarımsal bir yöntem kullanır (Nefes, 2020 s. 2). Bu teknik, iletişim içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel olarak tanımlanmasına olanak tanır (Horúcková & Berthet, 2017 s. 34). Ayrıca içerik analizi, araştırma bağlamlarında belge analizine yönelik sistematik ve titiz bir yaklaşım olarak nitelendirilmektedir (White & Marsh, 2006 s. 22). İçerik analizinin önemli bir yönü, verileri kategorize etmek ve analiz etmek için kullanılan çerçeveler olan kodlama şemalarının geliştirilmesidir (Qu & Chen, 2019). Bu kodlama şemaları, bilgileri düzenlemek ve verilerden anlamlı çıkarımlar yapmak için kullanılmaktadır (Martin ve diğerleri, 2020 s. 341). Bu analiz kapsamında, afişlerde yer alan görsel, renk ve metinsel unsurlar kodlanmış, frekansları ve yüzdeleri hesaplanarak afişlerin duygusal etkileri değerlendirilmiştir. Çalışmada kullanılan afişler rastgele örneklem yönteminin basit rastgele örnekleme türü kullanılarak evreni temsil edebilecek şekilde kullanılmıştır. Rastgele örnekleme, popülasyondan seçileceklerin tamamen şansa bağlı olarak ve her birinin eşit olasılıkla seçildiği bir yöntemdir. Bu yöntem, örneklemedeki her birimin popülasyondaki diğerlerine eşit seçilme şansına sahip olmasını sağlar. Rastgele örnekleme, genellikle araştırmanın bulgularını daha geniş bir popülasyona genelleme amacıyla kullanılır ve örneklemin temsiliyetini artırır (Creswell, 2014, s. 143). Basit rastgele örnekleme ise örneklemin popülasyonu doğru bir şekilde temsil etmesini sağlayarak seçim yanlılığını en aza indirmekte ve sonuçların güvenilirliğini artırmaktadır (Astalini ve diğerleri, 2021 s. 531). Kullanılan bu yöntemler, Görey'in afiş tasarımlarına ait değerlendirme bulgularının geliştirilmesine imkân sağlamaktadır.

Bu bilgiler doğrultusunda ilk adım olarak, afişlerde yer alan görsel, renk ve metinsel unsurlar belirlenmiş ve kodlanmıştır. Bu kodlama şeması, afişlerin içeriklerinin sistematik bir şekilde analiz edilmesini

sağlamıştır. Kodlama süreci görsel elemanlar, renkler, metinsel unsurlar ve duygular gibi belirli kategorilere ayrılmıştır.

Görsel Elemanlar, afişlerde yer alan insan figürleri, semboller, nesnelere gibi görsel bileşenler bu kategori altında toplanmıştır. Örneğin, sporcu figürleri, bayraklar, fabrikalar gibi unsurlar görsel elemanlar olarak kodlanmıştır.

Renkler, afişlerde kullanılan ana ve yardımcı renkler bu kategori altında değerlendirilmiştir. Ana renkler, afişin genel atmosferini belirleyen temel renklerdir (örneğin mavi, kırmızı), yardımcı renkler ise ana renkleri destekleyen ve vurgulayan renklerdir.

Metinsel Unsurlar, afişlerdeki başlıklar, sloganlar ve metinler bu kategori altında kodlanmıştır. Metinsel unsurlar, afişin verdiği mesajı doğrudan ileten dilsel bileşenlerdir.

Duygular, afişlerin alıcı üzerinde yaratması beklenen duygusal etkiler bu kategori altında incelenmiştir. Duygular, pozitif, nötr ve negatif olarak üç ana gruba ayrılmıştır. Pozitif duygular arasında mutluluk, güven, başarı; nötr duygular arasında bilgilendirme ve açıklama; negatif duygular arasında ise endişe ve korku yer almıştır. Duygu analizinin temel yönlerinden biri, duyguların farklı kanallar aracılığıyla tanınmasıdır. Bu çalışmada duygu analizi afişlerin tasarım unsurları, renk seçimi ve metin içeriklerinin verdiği mesaj gibi bileşenler aracılığıyla izleyiciye ilettiği duygusal mesajları anlamak amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda, afişlerin her bir duygusal kategoriye nasıl hizmet ettiği ve alıcı üzerindeki potansiyel etkilerinin durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada araştırma amacına uygun olarak doğrudan duygu analizi yöntemi yerine afişlerdeki biçimsel özelliklerin içerik analizine bağlı olarak duygu karşılıkları incelenmiştir.

Kodlama şeması oluşturulduktan sonra, her bir afişte yer alan kodlanmış unsurların frekansları belirlenmiştir. Bu aşamada, her bir görsel elemanın, rengin, metinsel unsurun ve duygusal ifadenin afişlerde kaç kez tekrarlandığı sayılmıştır. Frekans sayımı, belirli unsurların afişlerde ne sıklıkla kullanıldığını ve hangi unsurların daha baskın olduğunu ortaya koymaktadır. Belirli içerik unsurlarının sıklığı sayılarak ve analiz edilerek, bu unsurların bağlamsal kullanımına dayalı sonuçlar ve yorumlar çıkarılabilmektedir (Hsieh & Shannon, 2005).

Frekans sayımının ardından, her bir kategori için toplam unsurlar içindeki oranlar hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar, her bir kodun afişlerdeki toplam içerik içindeki yüzdesel dağılımını göstermektedir. Yüzde hesaplama, afişlerde hangi unsurların daha yoğun kullanıldığını ve genel kompozisyon içinde ne kadar yer kapladığını anlamamıza yardımcı olmaktadır. Yüzde hesaplamaları aşağıdaki formül kullanılarak yapılmıştır:

$$\text{Yüzde} = \left(\frac{\text{Kategori Frekansı}}{\text{Toplam Frekans}} \right) \times 100$$

Son aşamada, afişlerin izleyici üzerindeki duygusal etkileri değerlendirilmiştir. Duygu analizi, afişlerin içerdiği mesajların alıcıya nasıl hissettirdiğini ve hangi duyguları tetikleyebileceğini incelemektedir. Bu analizde, pozitif, nötr ve negatif duyguların her bir afişte ne kadar yer kapladığı ve genel duygusal etkinin nasıl dağıldığı değerlendirilmiştir.

Bu metodolojik yaklaşım, İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımlarındaki görsel, renk ve metinsel unsurların yanı sıra bu afişlerin izleyici üzerindeki duygusal etkilerini detaylı bir şekilde analiz etmeyi sağlamıştır. Bu sayede, Görey'in sanat anlayışı, görsel iletişimi ve afişlerinin etkileyciliği üzerindeki sanatsal ve bilimsel temeller daha iyi anlaşılabilir olacaktır.

İhap Hulusi Görey

Türkiye'de afiş sanatının gelişimi, Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinden başlayarak Cumhuriyet'in ilk yıllarında belirginleşmiştir. Bu dönemde afiş tasarımları genellikle resim kullanmadan, yazı odaklı olarak çeşitli etkinlikler için yapılmıştır. Batı dünyasında sanat akımları ile

gelişen afiş sanatı, Türkiye'de bu dönemde henüz önemli bir ilerleme kaydedememiştir. Ancak Almanya'da afiş sanatı üzerine eğitim alan ve Türkiye'ye döndükten sonra bu alanda çalışan sanatçılar vardır. Bu sanatçılar arasında en öne çıkan isimlerden biri İhap Hulusi Görey'dir (Deliduman & Çakmak, 2017).

1898 yılında Mısır'da doğan İhap Hulusi Görey, eğitimine burada başladıktan sonra Münih'te Haimann Schule ve Kunstgewerbe Schule'deki atölyelerde çalışmıştır. Türkiye'ye döndükten sonra çeşitli devlet kurumları için afişler hazırlamıştır (Merter, 2008). Cumhuriyet döneminde afiş ve afiş sanatı henüz yeni bir kavram olmasına rağmen, Batı'da sanat, tiyatro, reklam, sinema, siyasi ve ideolojik afişler kitle iletişiminde önemli bir rol oynamaktaydı. İlk afiş örnekleri arasında 1545 yılında Lukas Cranach tarafından hazırlanan el ilanları (Flugblätter) bulunmaktadır (Er, 2012). Görey, Kübizm, Fovizm ve Empresyonizm gibi çeşitli sanat akımlarından etkilenmiş ve bu durum eserlerinin çeşitliliğine yansımıştır.

Doğu ve batı sentezini ustalıkla kullanabilen Görey, geleneksel Türk motiflerini modern Batı teknikleriyle harmanlayan yenilikçi sanat yaklaşımıyla tanınmaktadır. Görey, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin ideolojisini halka duyurmak ve benimsetmek amacıyla, dönemin en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan afişleri kullanarak önemli bir iletişimci rolünü üstlenmiştir (Er, 2012 s. 131). Devletin, halkın çağdaş giyinmesi ve yerli mallarını kullanması gibi isteklerini Görey halka afişleriyle bildirerek onları teşvik etmiştir (Dikmen, 2023 s. 140). Çalışmalarında genellikle canlı renkler, cesur fırça darbeleri ve dinamizm duygusu ön plandadır. Sanatında Türk kültürünün ve tarihinin özünü yakalamakla özellikle ilgilendiği, Osmanlı minyatürlerinden, halk sanatından ve mimarisinden ilham aldığı görülebilmektedir.

Görey'in afiş tasarımları Osmanlı'dan Cumhuriyet Türkiye'sine geçiş sürecini afiş pratiği aracılığıyla tanımlamakta ve görünür kılmaktadır. Afişleri tamamlayan ve mesajı iletme sorumluluğunu üstlenen temel kompozisyon elemanı olarak yazı formuna verdiği önem ve ona estetik bir kişilik kazandırma çabası, oldukça özgün bir durum ve örnektir. Bu nedenle, kullandığı imgeler, kaligrafik düzenlemeler ve genel görsellik, erken Cumhuriyet Dönemi'nin görsel algısı, zihniyeti ve ideolojisi hakkında çok sayıda tespit ve gözlem yapma fırsatı sunabilmektedir. Bu bağlamda Görey'in afişlerindeki kompozisyon öğeleri, odak noktası, hiyerarşi ve renk kullanımı gibi kavramlar içerik analizi olarak değerlendirilmiştir.

Bir sanat eğitimcisi olarak Görey, Türk sanat ortamına önemli katkılarda bulunmuştur. İhap Hulusi Görey'in çalışmalarında, yenilikçi üslup ve geleneksel Türk motiflerinin modern sanatsal tekniklerle harmanlandığı görülebilir. Bu eserlerde desen bilgisinin yanı sıra ışık, gölge, tipografi ve renk kullanımlarındaki bütünlük dikkat çekmektedir. Desenler, afişlerin estetik yapısını zenginleştirirken, ışık ve gölge kullanımı derinlik ve üç boyutluluk hissi katmaktadır. Bu teknikler, görsel öğelerin öne çıkmasını ve arka plandan ayrılmasını sağlayarak, izleyicinin dikkatini çekmeyi hedeflemektedir. Tipografi, afişin iletişimsel yönünü güçlendirir; yazı tiplerinin seçimi, boyutları ve düzenlemeleri, metinlerin okunabilirliğini ve mesajın netliğini artırır. Renk kullanımı ise, duygusal etkiler yaratmakta ve estetik bütünlüğü sağlamaktadır. Görey'in afişlerinde renklerin hem estetik uyum sağlamak hem de belirli duyguları ve mesajları iletme amacıyla dikkatlice seçildiği görülebilmektedir. Bu unsurların birleşimi, Görey'in afişlerinin etkili bir iletişim aracı olarak işlev görmesini ve dönemin estetik ve kültürel değerlerini başarılı bir şekilde yansıtmasını sağlamaktadır.

Cumhuriyet Dönemi Grafik Sanatı

Cumhuriyet dönemi grafik tasarımı, Türkiye'nin modernleşme sürecinin bir parçası olarak, estetik ve işlevsel yönden önemli bir gelişim göstermiştir. Bu dönemdeki grafik tasarımlar, toplumsal değişim ve kültürel dönüşümle doğrudan ilişkili olup, görsel iletişimin ve kamu bilincinin şekillendirilmesinde kritik bir rol oynamıştır. Bu dönemdeki tasarımlar, sadeleştirilmiş formlar, geometrik desenler ve minimalist bir yaklaşım ile dikkat çeker. Modern estetik anlayışı, grafik tasarımın işlevselliğini ve etkileyciliğini artırmıştır.

1923'te Cumhuriyet'in ilanından sonra, 1928'de gerçekleştirilen Harf İnkılabı, iletişimde devrim

niteliğinde bir dönüm noktasıydı. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu, sanat ve kültür alanında da büyük bir dönüşüm dönemini başlatmıştır. Bu yeni dönemde, modernleşme ve Batılılaşma idealleri doğrultusunda grafik sanatları da önemli bir gelişim göstermiştir. Okuma yazma oranındaki artışla birlikte basılı materyallerin üretimi de hız kazanmıştır. Grafik tasarım, Cumhuriyet döneminde toplumsal mesajların ve devlet politikalarının iletilmesinde önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Afişler, broşürler ve diğer basılı materyaller aracılığıyla halkı bilgilendirme, eğitim verme ve teşvik etme amaçlanmıştır. Bu tasarımlar, kamu bilincini artırma ve sosyal değişim hedeflerini destekleme amacı taşımaktadır. Cumhuriyet dönemi grafik sanatı, yeni Türkiye'nin ideallerini ve vizyonunu yansıtmak amacıyla güçlü görsel anlatımlar kullanarak halka hitap etmeyi hedeflemiştir. Toplumun yeniden inşa edilmesi sürecinde afiş sanatçılarına büyük sorumluluklar düşmüştü. Bu dönemde İhap Hulusi Görey, diğer birkaç meslektaşı gibi devletçilik politikalarını destekleyen çalışmalarını dikkat çekmektedir. Bu sanatçılar yalnızca estetik görseller oluşturmakla kalmayıp, aynı zamanda topluma yeni bir kimlik kazandırma görevini de üstlenmişlerdir.

Cumhuriyet döneminde 1930'lu yılların başında planlı ekonomik ve devletçilik politikasına geçiş yapılmıştır. Bu yıllar devlet tarafından kurulan önemli kurumların olduğu yıllara denk gelmektedir. Bu politika yerli mallarının tanıtımı ve milli ekonomi ile sanayileşmenin hızlanması için önemli yıllardır. Devam eden süreçte büyük ekonomik buhrandan etkilenmemek için toplumda tasarruf bilinci uyandırmak, yerli malları desteklemek ve dışa kapalı ekonomiyi canlandırmak için önemli iletişim araçları olarak afişler kullanılmıştır.

Afiş tasarımlarında dönemin tasarım özellikleri olarak modernleşme ve batı etkileri mevcuttur. Sade ve minimalist yaklaşım benimsenmiştir. Geometrik formlar, düz çizgiler ve temiz yüzeyler, Batı'nın modern tasarım anlayışını yansıtacak şekilde kullanılmıştır. Karmaşık dekoratif öğelerden kaçınılarak, temel işlevleri yerine getiren ve mesajları net bir şekilde ileten tasarımlar tercih edilmiştir. Tipografi, Cumhuriyet dönemi tasarımının önemli bir parçasıdır. Modern yazı tipleri kullanılmış, tipografik düzenlemelerle okunabilirlik artırılmıştır. Başlıklar, alt başlıklar ve metinler arasındaki hiyerarşi net bir şekilde oluşturulmuştur. Renkler, tasarımlarda belirgin bir şekilde yer almıştır. Canlı ve güçlü renk paletleri kullanılmıştır. Renklerin seçimi, estetik uyum ve duygusal etki yaratma amacı güderken, aynı zamanda devlet politikalarını ve sosyal mesajları vurgulamak için stratejik olarak kullanılmıştır. Tasarımlarda ikonografi ve semboller önemli bir yer tutmaktadır. Ulusal semboller, kültürel referanslar ve toplumsal mesajlar, tasarımların anlamını ve etkisini artırmak için kullanılmıştır. İhap Hulusi Görey'in afişlerinde bu tasarım özelliklerini görmek mümkündür.

Görey'in afişlerinde millî duyguların, Batılılaşmanın ve refahın izleri açıkça görülebilmektedir. Bu afişlerde görsel unsurlar yalın bir şekilde işlenmiştir. Görey'in afiş tasarımlarının temelini idealize karakterler oluşturmaktadır. Görey'in çalışmaları, başta tasarım tarihi olmak üzere, kültürel ve sosyolojik açılarından önemli birer gösterge olarak değerlendirilir. Cumhuriyet döneminde Türk modernleşmesinin bir gelişim projesi olarak ilerlediğine dair izlenim, Görey'in eserlerinden elde edilebilir. Devletin ve iktisadi kurumların temsilini ön plandadır. Görey, sosyal devlet kavramını Beykoz Kunduraları, Yalova Kaplıcaları, Kızılay, Yeşilay, Ziraat Bankası ve Sümerbank gibi iktisadi kurumlar aracılığıyla güçlü ve anlamlı bir dizi imge olarak sunmaktadır. Bu kurumlar, sosyal devlet anlayışının güvence sağlayan ve kodlayıcı unsurları olarak öne çıkmaktadır.

Afiş sanatının gelişimini 1890'lı yıllarda Avrupa'da ortaya çıkan 'Art Nouveau' akımı, beraberinde getirmiştir. Bu akımın Türkiye'ye girişi, Cumhuriyet'in ilk yıllarına denk gelmektedir. Genç Cumhuriyet'in tüm grafik işlerinde İhap Hulusi Görey'in üçgen imzasını görmek mümkündür. Görey, Cumhuriyet ideolojisini halka aktaran bir kitle iletişimcisiydi. Çizdiği insan ve vatandaş imgeleriyle adeta Cumhuriyet'in propagandasını yapan bir sanatçı olarak öne çıkmıştır. Dönemin teknolojik imkânlarının kısıtlılığı karşısında Görey'in yalın ve net tasarım anlayışı ilgi çekmiştir. Yerli malları, Beykoz kunduraları, Sümer bank reklamları gibi birçok yerli kuruluş onun ilginç anlatım biçimi ve çizimleri ile duyurulmuştur (Markut, 2024).

Görey, Anadolu'da okuma yazma seferberliği ilan edilirken Atatürk'ün isteği doğrultusunda Alfabe kitap kapağını tasarlamış ve sonrasında Demir Yolları, Devlet Hava Yolları, Deniz Yolları, Belediye

Tahvilleri, Tekel, Sümerbank, Tayyare Piyangosu (günümüzde Milli Piyango olarak bilinir) ve Emlak Kredi gibi kurumların kimliğini oluşturmuştur (Yarar, 2024).

İhap Hulusi Görey, Cumhuriyet dönemi reformları ile birlikte uygarlığa ve toplumun karanlıktan aydınlığa yükselişine devlet perspektifinden odaklanmıştır (Dikmen, 2023 s. 147). Bu bağlamda, grafik tasarım alanındaki çalışmalarıyla toplumun düşünsel dönüşümüne katkıda bulunmuş ve modern Türkiye'nin görsel kimliğinin oluşturulmasında önemli bir rol oynamıştır. Dönemin tasarım özellikleri ve Görey'in tasarım prensipleri sosyal, politik ve estetik değişimlerin anlaşılmasını sağlamaktadır. Görey'in bu dönemdeki eserleri, grafik tasarımın Cumhuriyet ideolojisinin halka aktarılmasında nasıl etkili bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir.

Afiş Sanatının Teorik Temelleri

Afiş sanatında estetik, görsel unsurların dikkat çekici ve etkili bir şekilde kullanılmasıyla ilişkilidir. Estetik ilkeler, kompozisyon, renk kullanımı, tipografi ve görsel hiyerarşi gibi tasarımın temel prensiplerine dayanmaktadır. İhap Hulusi Görey'in afiş çalışmalarında bu prensiplerin kullanımı ve tekrarları bulgular kısmında görülebilmektedir.

Kompozisyon, afişin genel düzeni ve yapısı, izleyicinin dikkatini çekmek ve mesajı net bir şekilde iletmek için kritik öneme sahiptir. Simetri, asimetri, denge ve hiyerarşi gibi kompozisyon teknikleri, afiş tasarımında sıkça kullanılmaktadır (Wong, 1993). Renk Kullanımı, renkler, afişin duygusal etkisini ve dikkat çekiciliğini artırmaktadır. Renk teorisi, sıcak ve soğuk renkler, kontrast ve uyum gibi kavramlar, afiş tasarımında önemli bir rol oynamaktadır (Itten, 1970). Tipografi, metin ve yazı karakterleri, mesajın iletilmesinde ve görsel estetiğin sağlanmasında önemli bir yer tutmaktadır. Tipografinin okunabilirliği, font seçimi ve yerleşimi, afişin etkisini doğrudan etkilemektedir (Brighurst, 2002). Görsel hiyerarşi, afişteki bilgilerin ve görsellerin önem sırasına göre düzenlenmesi, izleyicinin dikkatini çekme ve bilgilendirme sürecini optimize etmektedir.

Afiş sanatı, görsel iletişimin bir biçimi olarak, iletişim teorileri çerçevesinde de incelenebilir. Bu bağlamda, afişlerin mesaj iletme süreci ve izleyici üzerindeki etkisi, çeşitli iletişim modelleri kullanılarak analiz edilebilmektedir.

Yaygın Model: Claude Shannon ve Warren Weaver tarafından geliştirilen bu model, iletişimi bir verici, mesaj ve alıcı arasındaki süreç olarak tanımlamaktadır. Afiş, bu modelde bir mesaj taşıyıcısı olarak görülür ve verici (tasarımcı) tarafından oluşturulan mesaj, alıcı (izleyici) tarafından algılanır (Shannon & Weaver, 1949).

Anlam Kuramı: Roland Barthes'ın göstergebilimsel analizi, afişlerin anlam katmanlarını ve sembolik içeriklerini incelemektedir. Barthes'a göre, afişler denotatif ve konotatif anlamlar taşıyan semboller kullanarak izleyiciyi etkilemektedir (Barthes, 1977).

Kitle İletişim Teorisi: Afişler, kitle iletişim araçları olarak geniş kitlelere hitap eder ve kamuoyu oluşturma, bilinçlendirme veya reklam amaçları doğrultusunda kullanılırlar. Bu teori, afişlerin toplumsal ve kültürel etkilerini analiz etmektedir (McQuail, 2010).

Afiş tasarımlarının temel iletişim pratiklerini oluşturan bu modellerin belirgin özellikleri İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımlarında da görülebilmektedir. Özellikle reklam amaçlı ve bilinçlendirme temalı afişleri kitle iletişim teorisi ile paralellik göstermektedir. Bu amaçla seçilen örnekleme bağlı olarak afişlerin biçimsel özellikleri içerik analizi ile kitle iletişim teorisinin toplumsal ve kültürel etkilerine odaklanarak bulgular bölümünde detaylı olarak incelenmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde, İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımlarının içerik analizi ve duygusal etkileri üzerine yapılan detaylı incelemenin sonuçları sunulmaktadır. Elde edilen bulgular, Görey'in eserlerinde kullanılan görsel ve metinsel unsurların frekansları ile bu unsurların alıcı üzerindeki duygusal etkilerini kapsamlı bir şekilde değerlendirmektedir.



Şekil 1. İhap Hulusi Görey, Sümer Bank Yerli Malları Reklam Afişi

Başlık ve Ana Mesajın Analizi: "Yazlıklarınızı Pazarlarımızdan Tedarik Ediniz". Bu başlık, yerli ürünlerin satışını teşvik etmek amacıyla yazlık kıyafetlerin pazarlardan temin edilmesini önermektedir.

Görseller ve Semboller: Afişte, beyaz takım elbise giymiş, şapkalı ve kravatlı bir erkek figürü yer almaktadır. Arkasında büyük bir güneş ve ışınları var.

Güneş: Yaz mevsimi ve sıcak hava vurgusu yapmaktadır.

Erkek Figürü: Güven ve kalite sembolü olarak tasarlanmıştır. Şık ve iyi giyimli olması, kalite ve lüksü temsil etmektedir.

Beyaz, sarı ve kırmızı ağırlıklı renkler kullanılmıştır.

Beyaz, temizlik, saflık ve yazlık kıyafetlerin hafifliği, sarı, güneş, enerji ve canlılığı ve kırmızı, dikkat çekici ve vurgu amaçlı kullanılmıştır.

Metinsel Analiz: Afişin sol üst köşesinde Sümer Bank logosu ve "Yerli Mallar Pazarı" ifadesi yer almaktadır. Bu, yerli üretimi destekleyen bir kampanya olduğunu vurgulamaktadır. "Yazlıklarınızı Pazarlarımızdan Tedarik Ediniz" ifadesi, okuyucuya doğrudan bir çağrıda bulunan yerli ürünleri tercih etmeye yönlendiren bir mesaj taşımaktadır.

Kültürel ve Tarihsel Bağlam: Afişin dili ve görsel stili, 20. yüzyılın ortalarına ait olduğunu göstermektedir. O dönemde yerli üretimi desteklemek, ekonomik bağımsızlığı teşvik etmek için önemli bir propaganda aracıydı. Bu dönemde Sümer Bank, bu tür kampanyalarla tanınmış bir devlet kurumuydu.

Duygu Analizi:

Pozitif Duygular: Güven, kalite ve yerli üretim gururu.

Nötr Duygular: Bilgilendirme ve teşvik.

Negatif Duygular: Bu afişte negatif duygular gözlemlenmemektedir.

Yukarıda ifade edilen değerlendirmeler sonrası afişte yer alan kodlanmış unsurların frekansları belirlenmiştir (Şekil 1). Aşağıda, afişte kullanılan her bir görsel elemanın, rengin, metinsel unsurun ve duygusal ifadenin kaç kez tekrarlandığı sayılmıştır. Frekans sayımının ardından, her bir kategori için toplam unsurlar içindeki oranlar hesaplanmıştır. Tablo 1’de her bir kodun afişlerdeki toplam içerik içindeki yüzdesel dağılımını verilmiştir.

Kodlama ve Frekans:

Görsel Elemanlar: 2 (Erkek figürü, Güneş)

Renkler: 3 (Beyaz, Sarı, Kırmızı)

Metinsel Unsurlar: 2 (Yerli Mallar Pazarı, Yazlıklarımızı Pazarlarımızdan Tedarik Ediniz)

Duygular: 5 (Güven, Kalite, Yerli Üretim Gururu, Bilgilendirme, Teşvik)

Toplam ve Yüzde Hesaplama:

Toplam Unsur Sayısı: 12

$$\text{Görsel Elemanlar Yüzdesi: } \frac{2}{12} \times 100 = 16.67\%$$

$$\text{Renkler Yüzdesi: } \frac{3}{12} \times 100 = 25.00\%$$

$$\text{Metinsel Unsurlar Yüzdesi: } \frac{2}{12} \times 100 = 16.67\%$$

$$\text{Duygular Yüzdesi: } \frac{5}{12} \times 100 = 41.67\%$$

Tablo 1. İhap Hulusi Görey Sümer Bank Yerli Malları Afişi Analizi

Kategori	Frekans	Yüzde
Görsel Elemanlar	2	16.67%
Renkler	3	25.00%
Metinsel Unsurlar	2	16.67%
Duygular	5	41.67%

Tablo 1’de İhap Hulusi Görey’in afiş tasarımlarında kullanılan görsel elemanlar, renkler, metinsel unsurlar ve duyguların frekanslarını ve yüzdelerini göstermektedir. Görsel elemanların toplam içindeki oranı %16.67, renklerin oranı %25.00, metinsel unsurların oranı %16.67 ve duyguların oranı %41.67 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, afişin kompozisyonunda hangi bileşenlerin daha fazla yer kapladığını ve duygusal etkinin ne kadar güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 2. İhap Hulusi Görey, Aygaz Reklam Afışı

Başlık ve Ana Mesajın Analizi: "*Tezekle Odunu Defettik, Aygaz Aldık Rahat Ettik*" Bu başlık, eski ısınma yöntemleri olan tezek ve odunun yerine Aygaz'ın kullanılmasını ve bunun getirdiği rahatlığı vurgulamaktadır. Aygaz'ın hayatı kolaylaştırdığı ve daha modern bir yaşam sunduğu ana mesajını içermektedir.

Görseller ve Semboller: Afışte başörtülü bir kadın figürü ve elinde Aygaz tüpü bulunmaktadır. Kadın, geleneksel kıyafetler içinde, modern yaşamın bir unsuru olan Aygaz tüpünü tutmaktadır.

Kadın Figürü, geleneksel yaşamı ve değişimi temsil ederken Aygaz Tüpü, modern teknolojiyi ve yaşam kolaylığını simgelemektedir.

Arka Plan, köy manzarası, geleneksel yaşamın arka planını oluşturmaktadır. Beyaz, mavi, siyah ve yeşil tonları kullanılmıştır.

Beyaz, temizlik ve saflığı, mavi, güven ve huzuru, siyah, ciddiyeti ve güvenilirliği, yeşil, doğa ve geleneksel yaşamı temsil etmektedir.

Metinsel Analiz: "*Tezekle Odunu Defettik*": Eski yöntemlerden kurtulma ve modernleşme mesajı, "*Aygaz Aldık Rahat Ettik*": Aygaz kullanımının getirdiği rahatlık ve kolaylığı ifade etmektedir. Duygusal mesaj olarak geçmişten geleceğe, zorluktan kolaylığa geçişin olumlu etkisi verilmiştir.

Kültürel ve Tarihsel Bağlam: Kadının geleneksel kıyafetleri ile modern bir ürün olan Aygaz'ın bir arada kullanılması, Türkiye'de modernleşme sürecini yansıtmaktadır. 20. yüzyıl ortalarında Türkiye'de köyden kente göç ve modern ev aletlerinin yaygınlaşması ekonomik ve sosyal değişimi göstermektedir. Afişin tarihsel bağlamı muhtemelen 1960'lar ve 1970'lerde, Türkiye'nin hızlı ekonomik ve sosyal değişim geçirdiği bir dönemi işaret etmektedir.

Duygu Analizi:

Pozitif Duygular: Rahatlık, memnuniyet, modernleşme.

Nötr Duygular: Bilgilendirme, açıklama.

Negatif Duygular: Eski yöntemlerin zorluklarını hatırlatma (tezek ve odun kullanımı).

Yukarıda ifade edilen değerlendirmeler sonrası afişte yer alan kodlanmış unsurların frekansları

belirlenmiştir (Şekil 2). Aşağıda, afişte kullanılan her bir görsel elemanın, rengin, metinsel unsurun ve duygusal ifadenin kaç kez tekrarlandığı sayılmıştır. Frekans sayımının ardından, her bir kategori için toplam unsurlar içindeki oranlar hesaplanmıştır. Tablo 2’de her bir kodun afişlerdeki toplam içerik içindeki yüzdesel dağılımını verilmiştir.

Kodlama ve Frekans:

Görsel Elemanlar: 3 (Kadın figürü, Aygaz tüpü, Köy manzarası)

Renkler: 4 (Beyaz, Mavi, Siyah, Yeşil)

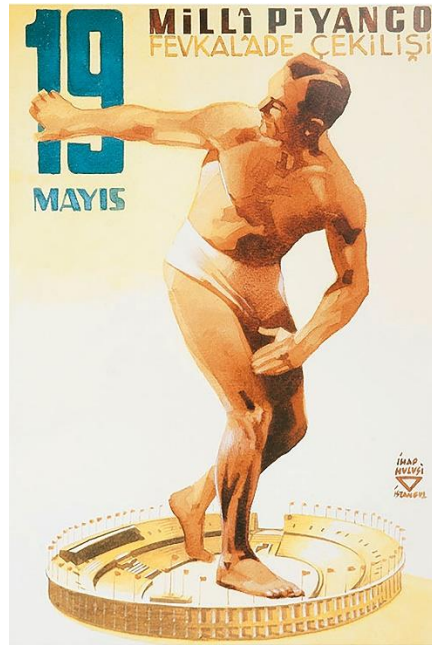
Metinsel Unsurlar: 2 (Tezekle Odunu Defettik, Aygaz Aldık Rahat Ettik)

Duygular: 4 (Rahatlık, Memnuniyet, Modernleşme, Bilgilendirme)

Tablo 2. İhap Hulusi Görey Aygaz Reklam Afişi Analizi

Kategori	Frekans	Yüzde
Görsel Elemanlar	3	21.43%
Renkler	4	28.57%
Metinsel Unsurlar	2	14.29%
Duygular	4	28.57%

Tablo 2’de, Aygaz afişinde kullanılan görsel elemanlar, renkler, metinsel unsurlar ve duyguların frekanslarını ve yüzdelere göstermektedir. Görsel elemanların toplam içindeki oranı %21.43, renklerin oranı %28.57, metinsel unsurların oranı %14.29 ve duyguların oranı %28.57 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, afişin kompozisyonunda hangi bileşenlerin daha fazla yer kapladığını ve duygusal etkinin ne kadar güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 3. İhap Hulusi Görey, Milli Piyango Reklam Afişi

Başlık ve Ana Mesajın Analizi: "Milli Piyango Fevkalade Çekilişi- 19 Mayıs". Bu başlık, belirli bir tarih (19 Mayıs) ve özel bir çekilişi (Fevkalade Çekilişi) vurgulamaktadır. Ana mesaj, Milli Piyango çekilişine katılımı teşvik etmek ve tarihsel bir önemi olan 19 Mayıs gününe dikkat çekmektir.

Görseller ve Semboller: Afişte, sporcu bir erkek figürü yer almaktadır. Bu figür, antik Yunan

sporcularını andıran bir şekilde tasvir edilmiştir.

Sporcu figürü, güç, dayanıklılık ve başarı sembolünü stadyum, sporun ve müsabakanın gerçekleştiği yer olarak, katılım ve rekabet duygusunu pekiştirmektedir.

Mavi, güven ve sadakati, kahverengi, dayanıklılık ve doğallığı, beyaz, temizlik ve saflığı temsil etmektedir.

Metinsel Analiz: Türkiye için önemli bir tarih olan Atatürk'ün Samsun'a çıkarak Kurtuluş Savaşı'nı başlattığı gün 19 Mayıs vurgusu yapılmıştır. Türkiye'nin milli piyango, bu da milli bir etkinliği temsil etmektedir. Fevkalade Çekiliş, özel ve önemli bir çekiliş olduğuna vurgu yapmaktadır.

Kültürel ve Tarihsel Bağlam: 19 Mayıs, Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı olarak kutlanır. Bugün, gençlik ve spor temalarıyla ilişkilidir. Sporcu figürü, Türkiye'de gençliği ve sporcu ruhunu temsil etmektedir. 19 Mayıs'ın sporla ilişkilendirilmesi anlamlıdır. Milli piyango, devlet tarafından düzenlenen resmi bir çekiliş olup, toplumda yaygın olarak bilinmektedir.

Duygu Analizi:

Pozitif Duygular: Başarı, güven, milli gurur.

Nötr Duygular: Bilgilendirme, açıklama.

Negatif Duygular: Bu afişte negatif duygular gözlemlenmemektedir.

Yukarıda ifade edilen değerlendirmeler sonrası afişte yer alan kodlanmış unsurların frekansları belirlenmiştir (Şekil 3). Aşağıda, afişte kullanılan her bir görsel elemanın, rengin, metinsel unsurun ve duygusal ifadenin kaç kez tekrarlandığı sayılmıştır. Frekans sayımının ardından, her bir kategori için toplam unsurlar içindeki oranlar hesaplanmıştır. Tablo 3'te her bir kodun afişlerdeki toplam içerik içindeki yüzdesel dağılımını verilmiştir.

Kodlama ve Frekans:

Görsel Elemanlar: 2 (Sporcu figürü, Stadyum)

Renkler: 3 (Mavi, Kahverengi, Beyaz)

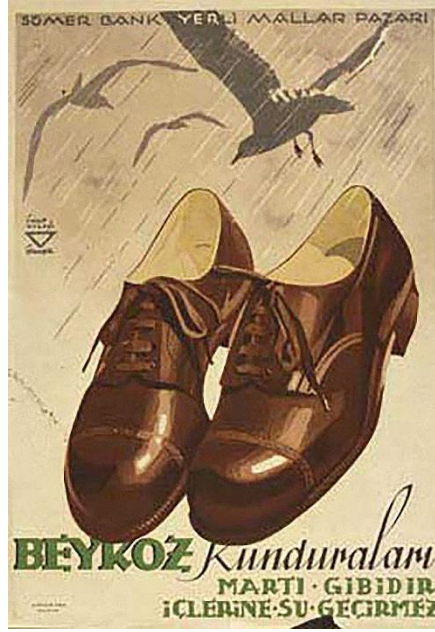
Metinsel Unsurlar: 3 (19 Mayıs, Milli Piyango, Fevkalade Çekiliş)

Duygular: 4 (Başarı, Güven, Milli Gurur, Bilgilendirme)

Tablo 3. İhâp Hulusi Görey Milli Piyango Reklam Afişi Analizi

Kategori	Frekans	Yüzde
Görsel Elemanlar	3	21.43%
Renkler	4	28.57%
Metinsel Unsurlar	2	14.29%
Duygular	4	28.57%

Tablo 3'te, Milli Piyango afişinde kullanılan görsel elemanlar, renkler, metinsel unsurlar ve duyguların frekanslarını ve yüzdelerini göstermektedir. Görsel elemanların toplam içindeki oranı %18.18, renklerin oranı %27.27, metinsel unsurların oranı %27.27 ve duyguların oranı %36.36 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, afişin kompozisyonunda hangi bileşenlerin daha fazla yer kapladığını ve duygusal etkinin ne kadar güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 4. İhap Hulusi Görey, Sümer Bank, Beykoz Kunduruları Reklam Afişi

Başlık ve Ana Mesajın Analizi: "*Beykoz Kunduraları Martı Gibidir, İçlerine Su Geçirmez*". Bu başlık, Beykoz Kunduraları'nın su geçirmezlik özelliğini vurguluyor ve bu özelliği martıların su geçirmez tüylerine benzetmektedir. Ana mesaj olarak Beykoz Kunduraları'nın kalitesini ve dayanıklılığını ön plana çıkarmaktadır.

Görseller ve Semboller: Afişte, bir çift parlak ve sağlam görümlü kundura ile arka planda uçan martılar yer almaktadır. Yağmurlu bir hava tasviri yapılmıştır. Kundurular, ürünün kalitesini ve sağlamlığını temsil ederken martılar ve yağmur, kunduruların su geçirmezlik özelliğini sembolize etmektedir.

Kahverengi, güvenilirlik ve dayanıklılığı, beyaz, temizlik ve saflığı, yeşil, doğa ve tazeliği, gri, nötr ve ciddiyeti temsil etmektedir.

Metinsel Analiz: Afişin üst kısmında Sümer Bank logosu ve "*Yerli Mallar Pazarı*" ifadesi yer almaktadır. Bu, yerli üretimi destekleyen bir kampanya olduğunu vurgulamaktadır. "*Beykoz Kunduraları Martı Gibidir, İçlerine Su Geçirmez*": Ürünün üstün özelliklerini ve kalitesini belirten slogan olarak ifade edilmiştir.

Kültürel ve Tarihsel Bağlam: Afiş, Türkiye'deki yerli üretim ve kaliteli malzeme kullanımını teşvik etmektedir. Beykoz Kunduralarının, bu dönemde kalite ve dayanıklılık sembolü olarak bilindiğini yansıtmaktadır. Sümerbank, Türkiye'nin ekonomik kalkınma döneminde önemli bir kurum olarak, yerli üretimi destekleyen ve tüketicilere güvenilir ürünler sunan bir marka algısı yaratmaktadır.

Duygu Analizi:

Pozitif Duygular: Güven, dayanıklılık, kalite.

Nötr Duygular: Bilgilendirme, açıklama.

Negatif Duygular: Bu afişte negatif duygular gözlemlenmemektedir.

Yukarıda ifade edilen değerlendirmeler sonrası afişte yer alan kodlanmış unsurların frekansları belirlenmiştir (Şekil 4). Aşağıda, afişte kullanılan her bir görsel elemanın, rengin, metinsel unsurun ve duygusal ifadenin kaç kez tekrarlandığı sayılmıştır. Frekans sayımının ardından, her bir kategori için toplam unsurlar içindeki oranlar hesaplanmıştır. Tablo 4'de her bir kodun afişlerdeki toplam içerik

içindeki yüzdesel dağılımını verilmiştir.

Kodlama ve Frekans:

Görsel Elemanlar: 3 (Kundura, Martılar, Yağmur)

Renkler: 4 (Kahverengi, Beyaz, Yeşil, Gri)

Metinsel Unsurlar: 2 (Beykoz Kunduruları Martı Gibidir, İçlerine Su Geçirmez; Sümer Bank Yerli Mallar Pazarı)

Duygular: 4 (Güven, Dayanıklılık, Kalite, Bilgilendirme)

Tablo 4. İhâp Hulusi Görey Sümer Bank Beykoz Kunduruları Reklam Afişi Analizi

Kategori	Frekans	Yüzde
Görsel Elemanlar	3	23.08%
Renkler	4	30.77%
Metinsel Unsurlar	2	15.38%
Duygular	4	30.77%

Tablo 4’te, Beykoz Kundura afişinde kullanılan görsel elemanlar, renkler, metinsel unsurlar ve duyguların frekanslarını ve yüzdelerini göstermektedir. Görsel elemanların toplam içindeki oranı %23.08, renklerin oranı %30.77, metinsel unsurların oranı %15.38 ve duyguların oranı %30.77 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, afişin kompozisyonunda hangi bileşenlerin daha fazla yer kapladığını ve duygusal etkinin ne kadar güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 5. İhâp Hulusi Görey, Saygısızlıkla Savaş Derneği Afişi

Başlık ve Ana Mesajın Analizi: "*Vatandaş, Aldırmamazlık Etme*". Bu başlık, toplumsal sorumluluğu ve duyarlılığı vurgulamaktadır. Ana mesaj olarak vatandaşların toplumsal kurallara uyması ve saygısızlık edenlere karşı duyarsız kalmaması gerektiği mesajı verilmektedir.

Görseller ve Semboller: Toplumda düzen ve saygıyı temsil eden şapkalı ve takım elbiseli bir adam figürü yer almaktadır. Levhalar, her biri farklı bir mesajı içeren toplumsal kurallar ve yasakları temsil etmektedir. Alt kısımda yürüyen insanlar, toplumun genelini temsil ediyor ve toplumsal düzenin önemini vurguluyor. Cami figürü, kültürel ve tarihsel bağlamı güçlendirmektedir.

Yeşil, güven, doğa ve düzeni, kırmızı, dikkat ve uyarıyı, sarı, uyarı ve bilgiyi, mavi, sadakat ve güveni temsil etmektedir.

Metinsel Analiz: "Yere Tükürene", "Yasak Dinlemeyene", "Herkesin Rahatını Bozana", "Saygısızlıkların Her Türüsüne": Bu metinler, çeşitli toplumsal kuralları ve saygısızlıkları ifade etmektedir. "Aldırmamazlık Etme": Toplumun bu tür saygısızlıklara karşı duyarsız kalmaması gerektiği vurgulamaktadır. "Saygısızlıkla Savaş Derneği": Toplumsal düzeni ve saygıyı savunan bir dernek olduğunu belirtmektedir.

Kültürel ve Tarihsel Bağlam: Afiş, toplumsal düzenin ve karşılıklı saygının önemini vurgulamaktadır. Özellikle kamu alanlarında ve sosyal yaşamda uyulması gereken kurallar üzerine odaklanmaktadır. Bu tür afişler, muhtemelen 20. yüzyılın ortalarında, toplumun modernleşme sürecinde toplumsal düzeni sağlama çabalarını yansıtmaktadır. Afişte kullanılan Sultanahmet Camii olması muhtemel figür, İstanbul'un önemli bir simgesi olarak toplumsal ve kültürel değerleri temsil etmektedir.

Duygu Analizi:

Pozitif Duygular: Düzen, güven, toplumsal sorumluluk.

Nötr Duygular: Bilgilendirme, açıklama.

Negatif Duygular: Saygısızlık ve rahatsızlık uyarısı.

Yukarıda ifade edilen değerlendirmeler sonrası afişte yer alan kodlanmış unsurların frekansları belirlenmiştir (Şekil 5). Aşağıda, afişte kullanılan her bir görsel elemanın, rengin, metinsel unsurun ve duygusal ifadenin kaç kez tekrarlandığı sayılmıştır. Frekans sayımının ardından, her bir kategori için toplam unsurlar içindeki oranlar hesaplanmıştır. Tablo 5'te her bir kodun afişlerdeki toplam içerik içindeki yüzdesel dağılımını verilmiştir.

Kodlama ve Frekans:

Görsel Elemanlar: 4 (Adam Figürü, Levhalar, Yürüyen İnsanlar, Cami)

Renkler: 4 (Yeşil, Kırmızı, Sarı, Mavi)

Metinsel Unsurlar: 6 (Yere Tükürene, Yasak Dinlemeyene, Herkesin Rahatını Bozana, Saygısızlıkların Her Türüsüne, Aldırmamazlık Etme, Saygısızlıkla Savaş Derneği)

Duygular: 4 (Düzen, Güven, Toplumsal Sorumluluk, Bilgilendirme)

Tablo 5. İhap Hulusi Görey Saygısızlıkla Savaş Derneği Afişi Analizi

Kategori	Frekans	Yüzde
Görsel Elemanlar	4	22.22%
Renkler	4	22.22%
Metinsel Unsurlar	6	33.33%
Duygular	4	22.22%

Tablo 5'te, Vatandaş afişinde kullanılan görsel elemanlar, renkler, metinsel unsurlar ve duyguların frekanslarını ve yüzdelerini göstermektedir. Görsel elemanların toplam içindeki oranı %22.22, renklerin oranı %22.22, metinsel unsurların oranı %33.33 ve duyguların oranı %22.22 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, afişin kompozisyonunda hangi bileşenlerin daha fazla yer kapladığını ve duygusal etkinin ne kadar güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.

TARTIŞMA

İhap Hulusi Görey'in afişlerinde estetik anlayışın temeli, sadelik ve netlik ilkelerine dayanmaktadır. Bu afişlerde kullanılan renkler, kompozisyon teknikleri ve tipografik unsurlar, mesajı etkili bir şekilde

iletmek ve izleyicinin dikkatini çekmek amacıyla seçildiği söylenilebilir. Örneğin, "*Sümer Bank Afişi*"nde beyaz, sarı ve kırmızı renklerin kullanımı, temizlik, enerji ve dikkat çekicilik duygularını uyandırmaktadır. Beykoz Kundura Afişi'nde kahverengi, beyaz ve yeşil tonları, güvenilirlik, temizlik ve doğallık mesajlarını iletmek için kullanılmıştır. Bu tür renk seçimleri, afişlerin duygusal etkisini artırarak izleyicinin zihninde güçlü bir izlenim bırakabilmektedir.

Görey'in afişleri, Türkiye'nin Cumhuriyet dönemi modernleşme sürecini yansıtan görsel belgeler olarak değerlendirilebilir. Sanatçının eserlerinde sıkça görülen milli ve modern temalar, yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin kimliğini ve ideallerini görsel olarak temsil etmektedir. Özellikle "*Vatandaş Afişi*"nde yer alan Sultanahmet Camii figürü, İstanbul'un simgesi olarak kültürel ve tarihsel bağlamı güçlendirmektedir. Bu tür kültürel referanslar, izleyiciye hem tarihsel bir perspektif sunmakta hem de milli kimliğin önemini vurgulamaktadır. Cumhuriyet döneminin toplumsal ve kültürel değişimlerindeki yansı bu afişlerin üzerinde güçlü duygusal etkiler yaratabilmektedir. Sanatçının eserlerinde sıklıkla görülen pozitif duygular, güven, kalite, modernleşme ve milli gurur temaları etrafında şekillenmiştir. Örneğin, "*Milli Piyango Reklam Afişi*"nde başarı, güven ve milli gurur temaları öne çıkarken, "*Aygaz Reklam Afişi*"nde rahatlık ve memnuniyet duyguları vurgulanmaktadır. Bu duygusal etkiler, afişlerin alıcıya doğrudan hitap etmesini ve mesajın daha güçlü bir şekilde iletilmesini sağlayabilmektedir.

Afişlerde kullanılan görsel elemanlar, renkler, metinsel unsurlar ve duyguların frekans ve yüzde değerleri (Sümer Bank Afişi: Görsel Elemanlar (%16.67), Renkler (%25.00), Metinsel Unsurlar (%16.67), Duygular (%41.67) Aygaz Reklam Afişi: Görsel Elemanlar (%21.43), Renkler (%28.57), Metinsel Unsurlar (%14.29), Duygular (%35.71) Milli Piyango Afişi: Görsel Elemanlar (%18.18), Renkler (%27.27), Metinsel Unsurlar (%27.27), Duygular (%27.27) Beykoz Kundura Afişi: Görsel Elemanlar (%23.08), Renkler (%30.77), Metinsel Unsurlar (%15.38), Duygular (%30.77) Vatandaş Afişi: Görsel Elemanlar (%22.22), Renkler (%22.22), Metinsel Unsurlar (%33.33), Duygular (%22.22)) oranlandığında kullanılan unsurların dengeli bir şekilde dağıtıldığını ve her afişte duygusal unsurların yüksek bir yüzdeye sahip olduğunu görülebilmektedir.

Bu oranlar, Görey'in afiş tasarımlarının estetik ve iletişim teorilerine dayandığını gösterebilmektedir. Kitle iletişim teorisi örnek olarak verilebilir. Renk teorisi, kompozisyon ilkeleri ve görsel hiyerarşi gibi tasarım prensiplerinin kullanımı Görey'in tasarımlarının belirli estetik ve iletişim kurallarına dayandığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Görey'in afişlerinin, sanatsal değeri kadar bilimsel ve teknik bilgiye dayalı bir temeli olduğunu da göstergesidir.

SONUÇ

Çalışmada, İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımları estetik, kültürel ve duygusal boyutlarda incelenmiş; sanatçının eserlerinin içerik ve etki analizleri yapılmıştır. Görey'in afişlerinde kullanılan görsel, renk, metinsel ve duygusal unsurların belirli oranlarda dağılımını ortaya koymuş ve bu unsurların alıcı üzerindeki etkilerini değerlendirmiştir. Sonuçlar, Görey'in afişlerinde estetik anlayışın sadelik ve netlik ilkelerine dayandığını, renklerin ve tipografi hiyerarşisinin dikkatli seçildiğini ve mesajların etkili bir şekilde iletilildiğini göstermiştir.

Araştırmanın temel bulguları, Görey'in afişlerinde estetik anlayışın sadelik ve netlik ilkelerine dayanmasıdır. Kullanılan renkler, kompozisyon teknikleri ve tipografik unsurlar, dikkat çekmek ve mesajı etkili bir şekilde iletmek amacıyla bilinçli bir seçkinin sonucudur. Renk seçimleri, afişlerin duygusal etkisini artırarak zihninde güçlü bir izlenim bırakabilmektedir. Ayrıca, Görey'in afişleri, Türkiye'nin Cumhuriyet dönemi modernleşme sürecini yansıtan görsel belgeler olarak değerlendirilebilir. Sanatçının eserlerinde milli ve modern temalar, yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin kimliğini ve ideallerini görsel olarak temsil etmektedir. Özellikle "*Vatandaş Afişi*"nde yer alan Sultanahmet Camii figürü, İstanbul'un simgesi olarak kültürel ve tarihsel bağlamı güçlendirmektedir.

Afişlerde kullanılan simgesel ve bağlamsal metaforlar güçlü duygusal etkiler yaratabilmektedir. Örnek olarak pozitif duygular, güven, kalite, modernleşme ve milli gurur gibi temalar etrafında şekillenmektedir. Bu çerçevede tasarımlarda birçok tasarım ve iletişim parametrelerinin bilinçli bir şekilde oluşturulduğu söylenebilmektedir. Bu duygusal etkiler, afişlerin alıcıya doğrudan hitap etmesini

ve mesajın daha güçlü bir şekilde iletilmesini sağlayan unsurlardır. Afiş tasarımlarının amacı belirli bir mesajı etkili, hızlı ve görsel olarak çekici bir şekilde iletmektir. Afişler, genellikle geniş kitlelere hitap eden ve belirli bir bilgi, duygu, fikir veya ürün hakkında farkındalık yaratmayı hedefleyen grafiksel iletişim araçlarıdır. Bilgi vermek, farkındalık yaratmak, ikna etmek, duygusal etki yaratmak ve marka ve kimlik tanıtımı şeklinde amaçlar detaylandırılabilir. Bulgular ışığında, Görey'in afiş tasarımlarında milli ve toplumsal amaçlar dâhilinde bu özelliklerin tümünün dikkatle kullanıldığı görülmektedir.

Afiş tasarımının, denge, görsel hiyerarşi, orantı, görsel devamlılık, vurgulama ve bütünlük olan beş temel ilkesi Görey'in afişlerinde duyguyu ön planda tutacak şekilde tasarlanmıştır. Ortaya çıkan tüm bu kavramlar, görsel elemanlar, renkler, metinsel unsurlar ve duyguların frekans ve yüzde değerleri olarak oranlanarak sayısallaştırılmıştır. Yapılan analiz sonucu, kullanılan unsurların dengeli bir şekilde dağıtıldığını ve her afişte duygusal unsurların yüksek bir yüzdeye sahip olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada tipografi öğeleri slogan ve metin olarak değerlendirilmiştir. Bu içerik ve duygu analizine ek olarak gelecek çalışmalarda tipografinin yazı tipi ve boyutunun duygusal etkilerinin de ortaya konulması önerilmektedir.

Çalışmada, Görey'in örnek olarak ele alınan afişlerindeki kompozisyon unsurlarının bilimsel olarak desteklenerek sayısal olarak değerlendirildiği bir araştırma modelini sunmaktadır. Afiş tasarımlarında oransal dağılım olarak kompozisyon öğeleri ve duygusal-anlamsal bağlamların oluşturulması gelecek çalışmalarda bir model oluşturabileceği ve daha geniş sanat ve tasarım çalışmaları alanına katkıda bulunabileceği açısından önemli görülmektedir.

Sonuç olarak, İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımları, Türkiye'nin modernleşme sürecinde önemli bir rol oynayan görsel iletişim araçlarıdır. Bu çalışma, Görey'in eserlerinde belirgin olan estetik, kültürel ve duygusal unsurları detaylı bir şekilde ortaya konularak sanatçının basitlik ve netlik ilkelerine dayanan estetik anlayışı verilerle vurgulamıştır. Görey'in afişleri, Türkiye'nin toplumsal ve kültürel dönüşümüne katkıda bulunarak yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin ideolojisini halka etkili bir şekilde iletmıştır. Bu bağlamda, eserler hem sanatsal hem de toplumsal açıdan büyük bir öneme ve grafik tasarım tarihinde özel bir yere sahiptir. Bu çalışma, afişlerin estetik ve duygusal değerlerinin yanı sıra, bilimsel ve teknik temellerini de ortaya koyarak, sanatçının Türk grafik sanatına katkılarını içerik ve duygu yönünden ele almaktadır.

KAYNAKÇA

- Astalini, A., Kurniawan, D., & Wulandari, M. (2021). Students' perceptions of the physics-mathematical e-module on partial differential material based on gender. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 54(3), 529-538. <https://doi.org/10.23887/jpp.v54i3.35338>
- Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. New York, NY: Hill and Wang.
- Bringhurst, R. (2002). *The Elements of Typographic Style*. Point Roberts, WA: Hartley & Marks Publishers.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Deliduman, C. & Çakmak, S. (2017). Kültürel Afiş Uygulamalarında İllüstrasyon, *İdil Dergisi*, 6(29), 331-328. Doi:10.7816/idil-06-29-05
- Dikmen, B. (2023). Türkiye Cumhuriyeti'nin Öncü Grafik Tasarımcılarından İhap Hulusi Görey, *Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi*, 4(8), 135-151. ISSN: 2757-7007
- Er, M. (2012). İhap Hulusi Görey'in Cumhuriyet Dönemi Afişlerinin Göstergebilimsel Açından İncelenmesi, *Türkbilig*, (23), 115-132.
- Gicevic, S., Aftosmes-Tobio, A., Manganello, J., Ganter, C., Simon, C., Newlan, S., ... & Davison, K. (2016). Parenting and childhood obesity research: a quantitative content analysis of published research 2009–2015. *Obesity Reviews*, 17(8), 724-734. <https://doi.org/10.1111/obr.12416>
- Horúcková, M. and Berthet, T. (2017). Content analysis applied to social and environmental reporting. *Acta Academica Karviniensia*, 17(4), 32-45. <https://doi.org/10.25142/aak.2017.028>
- Hsieh, H. and Shannon, S. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health*

- Research, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Itten, J. (1970). *The Art of Color: The Subjective Experience and Objective Rationale of Color*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Markut. (2024). İhap Hulusi Görey, Erişim: 13 Haziran 2024. <https://markut.net/sayi-9/ihap-hulusi-gorey/>
- Martin, J., Watson, J., & Barnes, R. (2020). Shared decision making about blood tests: secondary analysis of video-recorded primary care consultations. *British Journal of General Practice*, 70(694), e339-e347. <https://doi.org/10.3399/bjgp20x709409>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London, UK: Sage Publications.
- Merter, E. (2008). *Cumhuriyeti Afişleyen Adam. İhap Hulusi Görey 110 Yaşında*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Nefes, T. (2020). Using content analysis to study political texts: notes on turkish parliamentary debates. *Mediterranean Politics*, 27(2), 264-271. <https://doi.org/10.1080/13629395.2020.1809175>
- Qu, J. and Chen, J. (2019). An investigation of benchmark image collections: how different from digital libraries?. *The Electronic Library*, 37(3), 401-418. <https://doi.org/10.1108/el-10-2018-0195>
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- White, M. and Marsh, E. (2006). Content analysis: a flexible methodology. *Library Trends*, 55(1), 22-45. <https://doi.org/10.1353/lib.2006.0053>
- Wong, W. (1993). *Principles of Form and Design*. New York, NY: John Wiley & Sons.