

Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Science

Yıl: 5, Sayı: 32, Aralık 2018, s. 317-336

Dr. Öğr. Üyesi Ayla ACAR

İHAP HULUSİ GÖREY'İN AFİŞLERİNDE ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİ EKONOMİ POLİTİKASI

Özet

Ulusal Kurtuluş Savaşı'nın ardından Misak-ı Milli sınırları içinde kurulan ulus-devletle siyasal bağımsızlık sağlanmıştı; sıra ekonomik bağımsızlıktaydı. 1923-1930 döneminin liberal politikaları 1929 dünya ekonomik bunalımıyla birlikte yerini devletçiliğe bıraktı. Yeterince sermaye birikiminin olmadığı ve sanayi yatırımlarının devlet tarafından yapıldığı bu dönemin ekonomi politikasının öne çıkan özellikleri sanayileşme, yerli malı kullanımının teşviki ve tasarruftur. Siyasal iktidar, hem sanayi yatırımlarını halka duyurmak hem de tasarrufu ve yerli malı kullanımını teşvik etmek için dönemin en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan afişleri kullanmıştır. İhap Hulusi Görey'in afişlerinde dönemin ekonomi politikasının yansımalarını göstergebilim kuramı çerçevesinde çözümleyen bu çalışmada, bu afişlerle genç Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik atılımlarının topluma aktarıldığı ve izlenen ekonomi politikanın temel ilkelerinin yurttaşlara duyurulduğu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Erken Cumhuriyet dönemi ekonomi politikası, tasarruf, yerli malı, İhap Hulusi Görey.

THE ECONOMIC POLICY OF EARLY REPUBLICAN ERA IN THE POSTERS OF İHAP HULUSİ GOREY

Summary

Following the National Independence War, political independence was established by the nation-state founded under the restrictions of the Misak-I Milli; economic independence was yet to follow. The liberal politics of the 1923-1930 period were replaced by statism after the worldwide economic crisis in 1929. The prominent features of the economic policy of this period, when there was insufficient capital accumulation and when the industrial investments were made by the state, were industrialization, promotion of domestic goods and saving. In

order to publicize the industrial investments and promote the use of domestic goods and saving, the political power has used one of the most important means of mass media of the period- the posters and newspaper advertisement. Using the semiotics theory to analyze the posters of İhap Hulusi Görey reflecting the economic policy of that period, this study reveals that the economic developments of the young Turkish Republic and the main principles of the economic policy followed were publicized by these posters.

Key words: The Economic Policy of Early Republican Era, saving, domestic good, İhap Hulusi Görey

GİRİŞ

Ulusal Kurtuluş Savaşı'nın ardından Misak-ı Milli sınırları içinde kurulan ulus-devletle siyasal bağımsızlık sağlanmıştı; sıra ekonomik bağımsızlıktaydı.

Yeni bir rejim kurmanın geniş ölçüde ekonomiden geçtiği, ekonomik kararların, salt ekonomiyle sınırlı olmadığı, izlenecek ekonomi politikayla, yeni rejimin aktif olmasının ve topluma mal olmasının sağlanacağı ve kalıcı başarıların önemi, Cumhuriyetin kurucularınca iyi biliniyordu (Kuruç, 1988: XXXIII).

1923-1930 döneminin liberal politikaları 1929 dünya ekonomik bunalımıyla birlikte yerini devletçiliğe bıraktı. Yeterince sermaye birikiminin olmadığı ve sanayi yatırımlarının devlet tarafından yapıldığı bu dönemin ekonomi politikasının öne çıkan özellikleri sanayileşme, yerli malı kullanımının teşviki ve tasarruftur.

1930'lu yıllar boyunca siyasal iktidar, hem sanayi yatırımlarını halka duyurmak hem de yerli malı kullanımını teşvik ederek tasarruf bilinci oluşturmak için dönemin en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan afişleri kullanmıştır.

Cumhuriyet'in ilk döneminde Latin alfabesine geçişle birlikte afişler; gazete okuryazarlığının sınırlı ve gazeteye erişimin de zahmetli olduğu bu dönemde okunurluk, görünürlük, basitlik ilkeleriyle kentli ve köylü vatandaşa ulaşabilmek için önemli bir kamusal iletişim aracıdır (Hızal, 2012:74).

İhap Hulusi Görey'in afişleriyle topluma bir yandan genç Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik atılımları aktarılırken, bir yandan da izlenen ekonomi politikanın temel ilkeleri duyurulur.

Dönemin Ekonomi Politikası: Devletçilik

İşgal kuvvetlerine karşı milli mücadele vermiş kurucu kadronun iktisadi bağımsızlık konusundaki hassasiyeti, dış ekonomik ilişkiler ve yabancı sermayeye karşı tutumda belirleyici etmendir (Boratav, 1982:7-10). Kapitülasyonların kaldırılması, yabancı sermayeye karşı dikkatli davranma, dış borçlanmalara son verme ve yabancı şirketlerin teker teker yurt dışına çıkartılmaları Misak-ı Milli sınırları içinde kurulan ulus devletinin ve yeni rejimin ekonomik bağımsızlık tedbirlerindendi (Ataöv, 1969:175).

1929 dünya ekonomik krizi; ihracatı kuru yemiş, tütün, pamuk gibi birkaç tarım ürününden oluşmasına karşın kaput bezi ve şekerle varıncaya kadar sanayi ürünü tüketim mallarını ve bütün sanayi mallarını ithal etmek zorunda olan Türkiye ekonomisinde büyük bir

sarsıntı yarattı (Zarakolu. 1982:102). Pamuklu, yünlü, ipekli ve keten malları içeren tekstil ürünleri 1926 yılında ithalat giderlerinin % 44.2'sini oluşturmaktaydı (Keyder, 1982:105).

1932 yılında Osmanlı döneminden devralınan Hereke İp Dokuma, Feshane Yün İplik, Bakırköy Bez ve Beykoz Deri Kundura olmak üzere dört fabrika bulunuyordu. 1923-1929 döneminde beklenen düzeyde sanayileşme gerçekleşmemişti (Boratav, 1989:45-46). Bu şartlar altında 1923-1930 yılları arasında uygulanan liberal politika 30'lu yıllarda yerini devletçiliğe bıraktı.

1930-39 yıllarının ekonomi politikasında “korumacılık ve devletçilik” iki belirleyici özellik olarak öne çıkmaktadır. (Boratav, 2007:321). Bu dönemde mamul gıda malları, alkollü içkiler, parfüm, elbise, ayakkabı ve diğer deri eşyalar gibi bazı tüketim mallarının ithali tamamen yasaklanmıştır (Tezel, 1986: 153).

Sanayileşme atılımlarının başlamasıyla birlikte devlet işletmelerini toplu olarak idare etmek amacıyla 1932 yılında Devlet Sanayi Ofisi kurulur. Devlet Sanayi Ofisi, planlı ve organize bir devlet işletmeciliği için atılmış ilk adımdır (Toprak, 1988b:26).

11 Temmuz 1933'te 2262 sayılı kanunla kurulan Sümerbank ise sanayileşmede başı çeken kuruluştur. Sümerbank'ın kuruluş gerekçesinde “milli ihtiyaç ve menfaatler”in gerektirdiği düzeyde sanayileşmenin gerçekleşmediği, tüm ulusal kaynaklardan ve iktisadi faktörlerden yararlanarak sanayileşmenin daha verimli bir biçimde başarılabilmesi için güçlü bir kuruluşa ihtiyaç duyulduğu vurgulanmaktadır.¹ (Toprak, 1988:31) Bu ihtiyacı karşılamak için kurulan Sümerbank; pamuklu dokuma, yünlü dokuma, deri ve ayakkabı, demir-çelik, çimento, kimya, kâğıt ve selüloz gibi çeşitli alanlarda sanayi yatırımları gerçekleştirmiştir.

Hammadde ve gıda kaynağını köyden sağlayan entegre sanayi yapısının köye önemli görevler yükleyeceğine dikkat çeken Bilsay Kuruç (1988:LVII), “*Bunun için de köyün gereksinimlerini karşılayacaksınız. Sanayileşme sadece kentlerin değil, köylerin de satın alma gücünü artırmak zorundadır*” demektedir.

Ekonomide devletçilik uygulaması, toplumsal yaşamın örgütlenmesini ve ulus devletin yeni yurttaş kimliğinin yaratılması sürecini de beraberinde getirmiştir. “*Devlet ve ulus birbirinin varoluş nedenidir*” diyen Nur Betül Çelik'e göre (2011:85-88) devletçilik, salt ekonomik bir tercih değil; toplumsal yaşamın belli ilkeler çerçevesinde “halk için halka rağmen” örgütlenmesi hedefini de içermektedir.² Toplumsal yaşamın belli ilkeler çerçevesinde

¹ Sümerbank, Devlet Sanayi Ofisi'nden devralacağı fabrikaları işletmek, devlet sermayesi ile kurulacak bütün sınai müesseselerin etüd ve projelerini hazırlamak, bunları kurmak ve yönetmek; gerek kendi fabrikaları, gerekse ülkedeki diğer fabrikalar için gerekli usta ve işçileri yetiştirmek; bu amaçla okullar açmak, yurt içinde ve yurt dışında öğrenci okutmak; sanayi kuruluşlarına kredi açmak ve bankacılık alanında faaliyette bulunmak; ulusal sanayinin gelişimi için gerekli önlemleri belirlemek gibi görevler üstlenmiştir (Toprak, 1988:31).

² Sümerbank fabrikalarının sanayileşmeye yaptığı katkılar dışında, Anadolu'nun birçok köşesinde kültürel ve sosyal gelişmeye yaptığı katkılar, devletçiliğin, salt ekonomik bir tercih olmadığını; toplumsal yaşamın belli ilkeler çerçevesinde örgütlenmesini ve yeniden düzenlenmesini göstermesi bakımından önemlidir. Sümerbank bir sanayi mektebidir ve aynı zamanda gittiği yerlerde sosyal devletin temsilcisi olmuştur. Bulunduğu yörede hastaneler, okullar kurmuş ya da kurulmasına destek olmuş, halkın ihtiyacı olan gazyağı, şeker, yağ gibi zorunlu ihtiyaç maddelerini de uygun fiyatlarla temin etmiş, halk birçok bölgede tiyatro ya da konserle ilk kez Sümerbank sayesinde tanışmıştır. Sümerbank fabrikaları buldukları yörelerde sanayi kuruluşu olmanın yanı sıra sosyal birer tesis olmuştur. Fabrikalar

örgütlenmesi sonucunda da yurttaşlık kavramı ortaya çıkmaktadır. Zafer Toprak (1988a:2), “Yurttaşlık, gecikmiş uluslaşmalarda özellikle merkezi otoritenin yönlendirdiği bir oluşumdur. Bu Türkiye için de geçerlidir. Başka bir deyişle yurttaş Türkiye gerçeğinde devletin biçimlediği bir kimliktir” demektedir.

Yerli Malı Kullanımını ve Tasarrufu Teşvik

Cumhuriyetin kuruluş yılları henüz kapitalist tüketim ekonomisinin ve tüketim kültürünün yerleşmediği yıllardır. 1929 yılında tüm dünyayı sarsan ekonomik bunalımın etkileri Türkiye’de de hissedilmiştir. Paranın dış değerindeki düşüşle birlikte ticaret dengesi iyice bozulmuştur. Başbakan İnönü’nün 12 Aralık 1929 tarihinde Meclis’te yaptığı konuşma yeni ekonomik politikanın çerçevesini çizerken bu zor günlerde halkı da tasarrufa çağırmaktadır. Ekonomik sorunların aşılması için kadınlardan destek isteyen Başbakan, özetle şunları söylemektedir:

“Açık bütçe ile idareyi tarihe gömdük. Milli paranın sabit bir kıymet alması başlıca hedefimizdir. Sattığımızdan daha fazla hariceten mal almayacağız. Harici masraflar kâmilten durdurulmuştur. Millet kendi istihsalinden fazla sarfetmeyecektir, kanaatkar bir hayata girmek mecburiyetindedir. Bu memlekette senede 5 milyon liralık kahve, 2 milyon liralık çay içilmektedir. Yerli malının revacını temin vazifesi münhasıran kadınlara aittir.” (Cumhuriyet, 13 Kanunuevvel (Aralık) 1929).

Türkiye Büyük Millet Meclisinde iktisadi ve mali vaziyete ilişkin alınacak tedbirler hakkında 28 ve 29 Kasım 1931 tarihlerinde yapılan görüşmelerde Bursa mebusu Rüştü Bey yerli malı kullanılması konusunda çok sert önlemler alınması gerektiğini şöyle belirtmiştir:

“... Yerli malı kullanmak için kanunda bazı mecburiyetler vardır. Fakat çok gevşektir. Mesela, İstanbul’da bir mağazaya gidersin, yerli malı yaramaz efendim der, Avrupa malı var daha iyi der. Yaramaz ne demek? Yerli malı yaramaz diyen adam, istiklal yaramaz, esaret daha güzeldir, der gibi bir şey söylüyor. Böyle bir sözü söyleyen bir adamı mağazasının önünde asmak lazımdır. Yerli mallarını himaye hakkındaki kanunun buna göre tadili mutlaka lazımdır.” (Kuruç, 1988;200.)

Basın da yabancı malların boykot edilmesi için halkı şöyle uyarır:

“İki elbiseniz varsa üçüncüsünü yaptırmayın. Tramvay dururken otomobile

bünyesinde kütüphaneler, sinema ve tiyatro salonları kurulmuştur. Sümerbank’ın Nazilli basma fabrikası bünyesinde bir caz takımı oluşturulmuş, resim ve heykel sergileri düzenlenmiş, çalışanlara yemek aralarında dünya klasiklerinden eserler dinletilmiş, kurulan Halkevi’nde biçki dikiş kursları açılmıştır. Yine Nazilli’de fabrika içinde futbol, basketbol, voleybol sahaları, tenis kortları, güreş minderleri ve boks ringleri kurulmuştur. Sıtmadan kırılan Nazilli’de sıtmayı yenmek için şehrin çeşitli yerlerine gövdesinde su toplayan okaliptus ağaçları dikilmiş, yurttaşlara sıtma ilacı Kinin dağıtılmıştır. Birçok yerde bir fabrikadan koca bir şehir doğmuştur. Sümerbank Kayseri yerleşkesinde ‘Türkiye’nin ilk toplu konut uygulaması olan lojmanlar, aralarında açık toplanma mekânları oluşturacak şekilde konumlandırılmış; tüm binalarda “çağdaşlık” ve işlev ön planda olmasına rağmen, kullanıcısının yerel kimliği ve ihtiyaçları ihmal edilmemiştir. (Bkz. Mahmut Kiper, **Cumhuriyetin İlk Yıllarında Sanayi Politikaları ve Sümerbank**, Burak Aslıskender (2004) **Erken Cumhuriyetin Modern Mirası Sümerbank Kayseri Bez Fabrikası Lojmanları**, Aydın Engin (1999) **7’den 70’e Allı Güllü Fistanlar: Nazilli Basma Fabrikası**).

binmeyin. Pudraya, lavantaya, dudak boyasına para vermeyin. Sinemaya, tiyatroya haftada bir defa gitseniz olur. Çay yerine alâ ihlamur için, paranız dışarıya gitmez. Bu suretle kazancınızdan artıracığınızı bankaya götürün." (Cumhuriyet, 17 Aralık 1929).

Ekonomik krizden çıkmak için önemli bir yol olarak görülen üretimin ve buna bağlı olarak yerli malı kullanımının artırılmasını bağımsızlık mücadelesiyle özdeş tutan Cumhuriyet gazetesinin manşeti şöyledir: *"Ahdediyoruz: Hep yerli malı kullanacağız. Yerli mallar tezahuratı. İstiklal mücadelemizi nasıl başardıkça bu mücadeleyi de behemehâl (ne olursa olsun/kesinlikle) başaracağız."* (Cumhuriyet, 18 Ocak 1929)

İş Bankası, altıncı kuruluş yıldönümünde 25 Aralık gününü "Tasarruf Günü" ilan ederek *"Ak akçe kara gün içindir"* yazılı tasarrufu teşvik eden afişler bastırır. Cumhuriyet gazetesinin manşetleri, *"Vatandaş sarfederken düşün: Ak akçe kara gün içindir (24 Aralık 1929), "Tasarruf mücadelesi istiklal mücadelesi kadar mühimdir, onun kadar güçtür, onun kadar fedakarlık ve feragat ister"* şeklindedir (25 Aralık 1929) Gazeteler bayram hediyesi olarak kumbara verilmesini önermektedir Bir reklam metninde ise şu ifadeler yer almaktadır: *"Kumbara İş Bankası'nın, İş Bankası Cumhuriyet'in eseridir.* (Cumhuriyet, 23 Şubat 1930).

1929 ekonomik krizinin ardından çeşitli yasal ve kurumsal düzenlemelere gidilirken, yarı resmi kuruluşlar oluşturulmuş ve toplumun yerli ürünler tüketimine yönelmesini sağlamak için çeşitli etkinlikler düzenlenmiştir. TBMM reisi Kazım Özalp başkanlığında 14 Aralık 1929'da Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti kurulmuştur.³

1933 yılında Defterdar, Hereke, Bakırköy, Beykoz fabrikalarının ürünlerinin satışını yapmak amacıyla bu fabrikaların müdürlerinden oluşan bir heyet tarafından yönetilen Yerli Mallar Pazarı kurulmuştur. Yerli Mallar Pazarı, 1934 yılında Sümerbank Yerli Mallar Pazarları Müdürlüğü adını alır (Toprak,1988b:51). Hızal'a (2013:103), göre Yerli Mallar Pazarı, Cumhuriyetin ilk dönemlerinde yurttaşların modern ve Batılı giyim tarzıyla "görünür" olmasını da amaçlamıştır.

Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyetinin kurulması, somut bir ekonomik kararı uygulamaktan çok, geniş halk kitlelerini etkilemeye dönük bir sosyal hareket niteliğindedir (Duman, 2013:1533). Okullarda ve yetişkinlere Latin alfabesiyle okuma yazma öğreten Millet Mektepleri'nde yerli ürün kullanılması ve tasarruf konularına dikkat çekilmiştir. Yerli ürün kullanmak "Türk", "yurtsever" ve "ulusal ahlaka sahip" olmanın ölçütü ve "devrimi yaşatmanın aracı olarak kabul edilmektedir (Duman,1999:107-110). Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti'nin ilanlarında *"Vatandaş, paramızın kıymetlenmesini, ziraatimizin ilerlemesini, sanayimizin yükselmesini istersen yerli malı kullan"* denilmektedir (Cumhuriyet 12 Aralık 1931).

Bu cemiyetin girişimleri sonucu Aralık ayının ikinci haftası her yıl Tasarruf ve Yerli Malı Haftası olarak kutlanmaya başlanır. 1931 yılının Milli İktisat Haftası'nda da Cumhuriyet, halka

³ Milli Tasarruf Cemiyeti'nin kuruluş amacı; halkı israfla mücadeleye, hesaplı, tutumlu yaşamaya ve tasarrufa alıştırmak; yerli mallarımızı tanıtmak, sevdirmek ve kullandırmak; yerli malların miktarını çoğaltmaya, cinslerini metanet, zerafet, nefaset ve sair evsafi itibarıyla yabancı mümasil mallar derecesine getirmeye ve fiyatlarını ucuzlatmaya çalışmak ve yerli mallarımızın sürümünü artırmak suretiyle milletin iyi yaşamasını temin etmektir (Milliyet, 24 Kânunuevvel (Aralık) 1929'dan aktaran Sevilay Özer, 2013:601).

manşetten şöyle seslenmektedir: “*Vatandaş, tasarruf et, istikbalini kazanırsın*”, “*Yerli malı kullanmak bir inkılap borcudur*” (12 Aralık 1931).

Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti piyesler hazırlayarak bastırılmış ve oynanmak üzere okullara göndermiştir. “Yaşasın Yerli Malı Yaşasın Kumbara” isimli piyes haftanın ilk günü okullarda oynanmıştır. Ayrıca öğrencilere yerli malları konusunda konferanslar verilmiş, öğrenciler arasında kompozisyon ve şiir yarışmaları düzenlenmiştir (Duman, 1999:107-108). Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti tarafından 20 bin risale bastırılarak tayyareler tarafından havadan bırakılmıştır (Akşam, 12 Aralık 1930’dan aktaran Yıldız, 2017: 393).

Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti, 1930-1940 yılları arasında büyük şehirlerde her yıl sergiler düzenlemiştir (Duman, 1999:111-117). Sergilerin amacı tasarruf bilincini yerleştirmek ve yerli mal kullanımını özendirmek amacıyla Türkiye’de üretilen ürünlerin geniş kitlelerle aynı çatı altında buluşmasını sağlamaktır. “Sergicilik” öncelikle içine girilen ekonomik koşulların aşılmasına hizmet etmek amacıyla benimsense de aynı zamanda Erken Cumhuriyet’in propaganda araçlarından (Turan, 2009:75-76) Tasarruf ve Yerli Malı Haftası kapsamında düzenlenen “Vitrin Müsabakası” da halkın büyük ilgisini çekmektedir. Vitrin müsabakalarının amacı halkın yerli ürünlere dikkatini çekmek ve yerli ürünlerin kullanılmasını sağlamaktır (Cumhuriyet, 4 Aralık 1930). Cumhuriyet gazetesi; Ankara, İstanbul ve İzmir’de vitrin müsabakasında birinci gelecek mağazaların reklamlarını bir hafta boyunca parasız basacağını ve okullarda Tasarruf ve Yerli Malı Haftası’nda düzenlenecek kompozisyon yarışmasında her vilayette birinci gelen öğrencilere hediyeler vereceğini duyurur (4 Aralık 1930).

Şevket Süreyya, “Cihan Biriktiriyor” başlıklı yazısında tasarruf davasının milli bir dava olduğunu belirterek “*“Halbuki yalnız kötü gramofon plaklarıyla ecnebi içkilerine ve lüks mensucat emtiasına verdiğimiz paraları tasarruf etsek bu yekunu bir sene içinde hatırı sayılır bir dereceye çıkarabiliriz. Vatandaş biriktir. Çünkü biriktirmek zarureti vardır.”* demektedir (Cumhuriyet, 12 Aralık 1930).

Emniyet Sandığı’nın tasarrufu teşvik için yüzde üç faiz verdiği ve 25 kuruşa kadar tasarruf hesabı açtığına ilişkin haberler de basında yer almaktadır. (Cumhuriyet, 23 Şubat 1930)

Genç Türkiye Cumhuriyeti’nin çağdaş uygarlık düzeyine erişebilmesi için gerekli olan ekonomik kalkınma, ancak sanayileşme ile mümkündür. Bu nedenle kuruluş döneminin ekonomi politikasında tasarruf ve yerli malı kullanımı teşvik edilmiştir.

Yöntem

Araştırmada İhap Hulusi Görey’in afişleri göstergebilimsel yöntem kullanılarak analiz edilmiştir. Göstergebilim (semyoloji) bir metin ya da bir görüntünün herkes tarafından kabul gören evrensel anlamını değil, onun altında yatan anlamını bulmaya çalışan bir bilim dalıdır (Geray 2014: 164). Çağdaş göstergebilimin başlıca öncüleri; Amerikalı Charles Sanders Peirce (1839-1914) İsviçreli Ferdinand de Saussure (1857-1913) ve Fransız Roland Barthes’dir (1915-1980).

Göstergebilimsel çözümlenmelerde gösterge, gösteren ve gösterilen öne çıkan temel öğelerdir. Gösterge, bir gösteren ile bir gösterilenden kuruludur Gösterenler düzlemi “anlatım düzlemi”, gösterilenler düzlemiyse “içerik” düzlemini oluşturur (Barthes, 2005:47).

Barthes’a göre her kültür, mesajı kendi bilgi ve deneyimleri çerçevesinde yorumlamaktadır. Bu açıdan mesajlar özeldir ve düz anlam ve yan anlam kavramları

çerçevesinde analiz edilmelidir. Düz anlam, anlamlandırmanın birincil düzeyidir ve ilk akla gelen üzerinde uzlaşma olan anlamı ifade ederken; yan anlam, gösterenin farklı insanlar tarafından farklı bir gösterilene bağlanarak yorumlanabileceğini ifade etmektedir (Barthes, 2005:160). “Yan anlam, göstergenin, kullanıcıların duygularıyla ya da heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda meydana gelen etkileşimi betimlemektedir” (Fiske, 2013:182).

Anlamlandırmayı gösterge sistemi ve kültürün değer sistemi içinde ele alan Barthes, tarihi doğallaştırma işleviyle “mit”lerin tarihsel bir dönemde egemen olmayı başarmış toplumsal sınıfın ürünü olduklarına ve yaydıkları anlama dikkat çeker. Simgesel anlamlandırmada ise, bir nesne uzlaşım ve kullanım aracılığıyla başka bir şeyin nesnesi haline gelir (Fiske, 2013:184-190).

Çalışmada Barthes’in birinci anlamlandırma düzeyi olarak kabul ettiği gösterge/gösteren/gösterilen (düz anlam), tablolar halinde verilirken, kültürel değer sistemi içinde oluşan anlamlandırma ise, yan anlam/mit/simge ile metafor kavramları çerçevesinde yapılmıştır.

İhap Hulusi Görey’in çalışmaları, erken Cumhuriyet döneminin tasarımcıları arasında öne çıkan bir isim olması nedeniyle seçilmiştir. Görey’in dokuz afişi, “sanayiye ve üretimi teşvik”, “yerli malı kullanımını teşvik” ve “tasarrufu teşvik” başlıklarıyla kategorize edilerek göstergebilim kuramı çerçevesinde analiz edilmiştir.

İhap Hulusi Görey'in Afişlerinde (1898-1986) Erken Cumhuriyetin Ekonomi Politikasının Yansıtılması

1898'de Mısır'ın Kahire şehrinde doğan İhap Hulusi, ilk ve orta tahsilini Kahire' nin İngiliz okullarında yaptı. 1920 yılında resim eğitimi almak üzere Almanya'ya gitti. Önce Münih'te Heimann Schule atölyesinde üç yıl çalıştı, daha sonra Kuntsgewerbe Schule'ye devam ederek Görey, Almanya'da çeşitli firmalar için afişler çizdi. Eğitimini tamamlayıp 1925'te yurda dönen Görey, bir süre Dışişleri Bakanlığında çalıştıktan sonra memuriyetin kendisine uygun olmadığını anlayarak Akbaba dergisinde çalışmaya başladı. İlk siparişini 1926 yılında İnci Diş Macunları'ndan alan Görey; Vog Çorapları (1926), Sahibinin Sesi Gramofonları (1927), Türk Tayyare Cemiyeti (Milli Piyango 1927–1977), İş Bankası (1928), İnhisarlar İdaresi (Tekel) Kulüp Rakısı etiketi (1932), Piyale Makarnaları, Ziraat Bankası (1930), Garanti Bankası, Emniyet Sandığı, Turing Kulübü, Nüfus Sayım afişleri (1935),Sivas-Erzurum demiryolu tahvilleri (1936), Vakıflar Bankası, Bayer, Kodak, Pirelli, Kurukahveci Mehmet Efendi ve Mahdumları, Kızılay (1940), Yeşilay, Sümerbank, Spor Toto, Ford Otomobilleri, Beykoz Kunduraları, Harrison Çorap Makineleri, Yerli Mallar Pazarı, Burla Biraderler gibi firma ve kurumların ilanlarıyla, afişleriyle yurdun dört bir yanına yayıldı. Latin alfabesine geçişle birlikte hazırlanan alfabenin kapağını da Görey tasarladı. Ender Merter için (2008) “*Cumhuriyet'in ilk yıllarından 1975'lere kadar Türkiye Cumhuriyeti ekonomisinin resimli romanlarını çizmiştir adeta*” dediği Görey, “Cumhuriyet'i afişleyen adam”dır ve yeni devletin ideolojisini halka mal etmekle görevli bir kitle iletişimcisidir. Afişlerdeki metinler de Görey tarafından yazılmıştır.Görey, hem tasarımcı hem de metin yazarıdır.

Reklamın “Cumhuriyetin ilk döneminde sadece ürünlerle ilgili bir metin olmaktan öte ideolojik değerlerin dolaşımı ve dağıtımına da aracılık eden bir metin” olduğunu belirten Senem Gençtür Hızal da Görey’i, “Cumhuriyet seçkini” ve “direnme stratejilerine sahip bir özne” olarak kültürel üretime katkıda bulunan “kültürel bir aracı” olarak görmektedir. “Kültürel araçlar”, imzaları ile hem yaptığı işe, hem de adeta Cumhuriyetin modernleşme söyleminin altına imzasını atan kişilerdir (Hızal, 2012:70-71).

Yeterince sermaye birikiminin olmadığı ve sanayi yatırımlarının devlet tarafından yapıldığı bu dönemin ekonomi politikasının öne çıkan özellikleri olan sanayileşme, yerli malı kullanımının teşviki ve tasarruf, Görey’in afişlerinin asli temasıdır.

Hızal’ın (2013:93-94); Sümerbank, Yerli Mallar Pazarı, İnhisarlar İdaresi, gibi kurumlar üzerinden devletin kendisini üretici olarak konumlandırırken, yurttaşları da tüketici olarak konumlandığını söylemesine karşın Koloğlu (1999:26), devletin yönlendirmekten ziyade, “devletin üretimini vurgulamak” amacıyla reklama başvurduğunu belirtmektedir.⁴

Sümerbank Yerli Mallar Pazarları yurttaşların temel ihtiyaç maddelerinin satıldığı yerlerdir. Bu nedenledir ki devlet, yurttaşları tüketici olarak konumlamaktan öte, ayakkabıdan gömleğe, porselenden halıya kadar çeşitli temel ihtiyaç maddelerini üreterek yurdun her bir köşesinde yurttaşlara ulaştırma misyonuyla hareket etmiştir.

Devlet/siyasal iktidar, hem sanayi yatırımlarını halka duyurmak hem de tasarrufu ve yerli malı kullanımını teşvik etmek için dönemin en önemli kitle iletişim araçlarından biri olarak Görey’in afişlerini kullanmıştır.

Afiş Çözümlemesi

Sanayileşme ve Üretimi Teşvik Afişleri

Genç Türkiye Cumhuriyeti’nin kalkınma hedefine ulaşabilmesi için güçlü bir ekonomiye sahip olması ve sanayileşmesi gerekmektedir.

Mustafa Kemal, 17 Şubat - 4Mart 1923 tarihleri arasında düzenlenen İzmir İktisat Kongresi’nin açılış konuşmasında güçlü bir ekonomiye sahip olmanın ve üretimin önemine dikkat çekerek bu konudaki görüşlerini şöyle dile getirmiştir:

“Siyasi, askeri zaferler ne kadar büyük olursa olsunlar, iktisadi zaferler ile taçlandırılmazlarsa meydana gelen zaferler devamlı olamaz, az zamanda söner. Bu bakımdan en kuvvetli ve parlak zaferimizin bile sağlayabildiği ve daha

⁴Devlet, genç Türkiye Cumhuriyeti’nin yurt dışında tanıtılmasına da önem vermiştir. 1926 yılında İstanbul’dan Leningrad’a uzanan ve 86 gün süren yolculuğunda 12 Avrupa ülkesinde 16 limana uğrayan Karadeniz gemisi adeta seyyar bir sergidir. Kütahya çinilerinden, gül, tarçın ve sakız kokulu Hacı Bekir lokumlarına; Bursa ve Hereke kumaşlarından, tütüne, hububata; kehribardan, Beykoz fabrikası mallarına kadar birçok ürünle dolu seyyar sergi gemisi Karadeniz’in önemli bir misyonu vardı: Bir imparatorluğun külleri üzerinden yükselmiş, yüzünü modern dünyaya dönmüş genç bir Cumhuriyeti Avrupa’ya tanıtmak... Yerli ve yabancı basın, seyyar sergi gemisinin seyahatini yakından izledi. Karadeniz, yüzünü Batı’ya dönmüş genç Cumhuriyetin donanımlı genç insanı ve kendine duyduğu güvenle Avrupa limanlarını dolaştı. Türkiye’nin ihraç ürünlerinin sergilendiği gemiyi yaklaşık 65 bin kişi gezdi. (“Karadeniz: Seyr-i Türkiye Belgeseli” 2007, Osmanlı Bankası Müzesi, aktaran Ayla Acar, **Soğuk Savaş Yıllarında Amerikan Kültürünün Türkiye’ye Girişinde Basının Rolü (1945-1960)**, yayımlanmamış doktora tezi, 2008, s.12-13)

1934-1948 yılları arasında Matbuat Umum Müdürlüğü tarafından yayımlanan La Turquie Kemaliste dergisinin amacı da “Türkiye’yi kültürü, san’atı ve devrim hareketleri ile dünyaya tanıtmak”tır.

sağlayabileceği yararlı kazançları belirlemek için, iktisadi hakimiyetimizin sağlanması ve sağlanması ve genişletilmesi gerekir. (...) Efendiler, kılıç kullanan kol yorulur, sonunda kılıcı kınına koyar ve belki kılıç o kında küflenmeye, paslanmaya mahkûm olur. Lâkin saban kullanan kol; gün geçtikçe daha fazla kuvvetlenir ve daha çok kuvvetlendikçe daha çok toprağa sahip olur.” (http://www.atam.gov.tr/ataturkun-soylev-ve-demecleri/turkiye-iktisat-kongresini-acis-soylevi-izmir).

Öte yandan İktisat Vekili Mahmut Esat Bey de kongrenin açılışında yaptığı konuşmada “Ben hakimiyet-i milliyeyi, milli hakimiyet-i iktisadiye olarak anlarım. Böyle olmazsa hakimiyet-i milliyeye serap olur” diyerek milli egemenliğe dayanan Cumhuriyet rejiminin varlığını sürdürmesinin ve korumasının yolunun güçlü ekonomiden geçtiğini vurgulamaktadır (Gündüz Ökçün'den aktaran Hamitoğulları, 1982:120).

1933'te uygulamaya konulan Birinci Sanayi Planında, Türkiye'nin Batı sanayi ürünlerine bir pazar ve o sanayie hammadde yetiştiren bir tarım ülkesi olduğu; sanayileşmiş ülkelerin Türkiye gibi tarım ülkelerini her zaman hammadde üreticisi konumunda bırakmak ve piyasalarına egemen olmak istedikleri ve tarım ülkelerinin sanayileşme hareketlerine engel olmak için siyasi güçlerini kullanacakları gerçeğiyle “muhtaç olduğumuz sanayii zaman kaybetmeden kurmak” gerektiği belirtilmektedir.

(http://www.inovasyon.org/pdf/Sahinkaya.9Eylul.IktisatKong.2012.pdf)

Afiş:1



Gösterge	Gösteren	Gösterilen
“Yurdu ordunun ve çalışan milletin gücü korur.”	Yazılı metin	Yurt savunması/ bağımsızlık
Bir asker	Görsel metin	Mücadele/savunma/zafer
Bayrak/sancak	Görsel metin	Mücadele/bağımsızlık
Fabrika bacaları	Görsel metin	Sanayi / Ekonomik zenginlik için çalışmak/ üretmek gerekir
İki erkek ve bir kadın köylü yurттаş.		Tarımsal üretim/ Ekonomik zenginlik için çalışmak/ üretmek gerekir.

Düz anlamda asker, orduyu ve askeri gücü, tarımsal üretim ekonomik gücü göstermektedir. Siyasi bağımsızlığın iktisadi bağımsızlıktan geçtiği bilinciyle toplum, üretken olmaya çağrılmaktadır. Afişteki asker orduyu simgelerken, fabrika bacası sanayileşmeyi ve köylü kadın-erkek ise tarımı simgelemektedir. Yan anlamda yurtseverlik vurgusu yapılarak, yurdun sadece asker tarafından korunmayacağı, güçlü bir ekonominin yolunun çok çalışmaktan geçtiği vurgulanmaktadır. Sancak ve asker göstergeleriyle de “Asker millet” miti öne çıkartılmıştır.

Afiş:2



Gösterge	Gösteren	Gösterilen
“Refah, refah, refah: Refahın gelişmesi tüten bacaların artmasına bağlıdır”	Yazılı metin	Refaha giden yol sanayileşmeden/kalkınmadan geçer.
Sümerbank’a para yatıranlar bu milli gayeye hizmet etmektedirler.	Yazılı metin	Kalkınma milli amacımızdır. Sümerbank’a yatırılan paralar bu amaca hizmet eder.
Çocuktan yetişkine üç erkek.	Görsel metin	Her nesil tasarruf yapmalıdır.
Tek bacalı, iki bacalı ve çok bacalı, bacaları tüten fabrikalar.	Görsel metin	Fabrika bacalarının tütmesi için herkes kendi çapında katkı yapmalıdır.

Düz anlamda refahın ve kalkınmanın yolunun sanayileşmeden ve üretimden geçtiği; Sümerbank’ın sanayi yatırımlarını gerçekleştirmek amacıyla kurulduğu ve yurttaşların tasarruflarını Sümerbank’a yatırarak milli amaç olan sanayileşmeye/kalkınmaya hizmet edecekleri belirtilmektedir. Afişte çocuk, genç ve yetişkin olarak demografik bir tasnif yapılmıştır. Yan anlamda bu tasnife dayanarak çocukluk, gençlik ve yetişkinlik dönemlerini temsilen üç erkekle tasarruf bilincinin çocukluktan başlaması gerektiği vurgulanmakta ve aynı zamanda bu üç farklı nesil göstergesiyle her yaştan yurttaşın ülkenin kalkınması, üretimin sürdürülmesi için üzerine düşen görevi yerine getirmesi istenmektedir. Farklı nesillerin kendi çapında milli ekonomiye katkıları ise giderek artan fabrika bacalarıyla gösterilmiştir.

Afiş:3



Gösterge	Gösteren	Gösterilen
“Kalkınmak sanayileşmekle mümkündür.”	Yazılı metin	Refaha giden yol sanayileşmeden geçer.
“Sümerbank küçük tasarruflarınızı bu uğurda kullanacak tek bankadır.	Yazılı metin	Sümerbank’a yatırılan paralar kalkınma için kullanılır.
Bacaları tüten fabrikalar.	Görsel metin	Sanayi ve üretim
Kâğıt para.	Görsel metin	Tasarruf.

Düz anlamda kalkınmanın yolunun sanayileşmeden geçtiği; Az ya da çok demeden tasarruf edilmesi, Sümerbank’ta toplanan küçük/büyük tüm tasarrufların kalkınma için kullanılacağı belirtilmektedir. Yan anlamda ise üretim, refah ve güçlü ekonomi gösterilmektedir. Üretimin, refahın ve güçlü ekonominin simgesi ise kâğıt para ve bacaları tüten fabrikalardır.

Yerli Malı Kullanımını Teşvik Afişleri

“Yerli malı kullanmak bir inkılap borcudur” felsefesiyle hareket edilmiş ve topluma bu bilincin kazandırılması amaçlanmıştır. Yerli malı kullanarak hem milli ekonomi desteklenmekte hem de tasarruf sağlanmaktadır.

Yerli mallar, rekabet ettikleri yabancı mallarla kıyaslanırken “dayanıklılık, güzellik ve ucuzluk” referansları kullanılır. “Kullan at” ya da “bozulunca yenisini al”a dayanan tüketim ekonomisinin oluşmadığı, endüstrileşme ve modernleşme çabası içerisinde olan ve gündelik

yaşam eşyası yüzyıllardır değişikliğe uğramamış bir tarım toplumu için bu referanslar önem taşımaktadır (Turan ve Ödekan, 2009:24).

Afiş:4



Gösterge	Gösteren	Gösterilen
“Beykoz kunduraları martı gibidir içlerine su geçirmez.”	Yazılı metin	Kalite ve sağlamlık.
Sümerbank Yerli Mallar Pazarı	Yazılı metin	Yerli ürünün temin edileceği adres.
Yağmurda uçan martılar	Görsel metin	Çetin koşullara rağmen dirençli olmak.
Bir çift erkek ayakkabısı	Görsel metin	Çağdaş, Batılı giyim tarzı.

Düz anlamda Beykoz kunduralarının kaliteli ve sağlam olduğu belirtilirken; yan anlamda ise sağlam ve dayanıklı yerli ürün kullanarak “paranın boşa harcanmamış, tasarruf edilmiş” olacağı vurgulanmaktadır. Ayakkabıda “kalite ve dayanıklılık” anlamına gelen “su geçirmez”in metaforu olarak “martı” kullanılmıştır. Afişte; yağmurda ve kötü hava koşullarında kanat çırpan martıların gösterdiği direnç Sümerbank Beykoz fabrikasının ürettiği ayakkabılara da atfedilmiştir.

Afiş:5



Gösterge	Gösteren	Gösterilen
“Her malın yerlisi var.”	Yazılı metin	Yerli üretimin , yurttaşların her türlü ihtiyaçlarını karşılayacak kapasitede olduğu.
Ellerinde alışveriş paketleriyle çağdaş giyimli, gülümseyen kentli kadın ve erkek.	Görsel metin	Yerli malı kullanan yurttaş.
Fabrika bacaları.	Görsel metin	Sanayi/ kent/ üretim.

Düz anlamda fabrika, sanayinin ve sanayileşmenin simgesi olarak, Batılı giyim tarzıyla kentli kadın ve erkek ise hem yurttaş hem de tüketici olarak gösterilmiştir. “Yerli malı kullanmak bir inkılap borcudur” felsefesiyle artık ülkede ihtiyaç duyulan her ürünün üretildiği vurgulanmıştır. Yan anlamda ise Sümerbank’ın afişlerinde de belirtildiği gibi refahın artması fabrika bacalarının tütmesine, yani üretime bağlıdır. Fabrika bacaları sanayileşme demektir; sanayileşme ise kalkınma ve refah demektir. Refah seviyesi arttıkça yurttaşların mutluluğu da artar.

Afiş:6



Gösterge	Gösteren	Gösterilen
“Köylü ve şehirli vatandaş aradığın her kumaşı Sümerbank’ın her mağazasında bulabilirsin.	Yazılı metin	Sümerbank köylü/ kentli her kesimin ihtiyacına uygun kumaş üretir.
Köylü ve kentli iki kadın	Görsel metin	Yazılı metinde belirtilen köylü ve kentli yurttaş.
Bir mağaza vitrinine bakan kentli ve köylü iki çift.	Görsel metin	Ürünün temin edileceği Sümerbank Yerli Mallar Pazarı.

Düz anlamda köylü ve kentli karşıtlığını göstermesine rağmen afişte Yerli Mallar Pazarlarının, köylü/kentli, kadın/erkek, her kesimden yurttaşın giyim ihtiyaçlarını karşıladığı belirtilmektedir. “Yerli malı kullanmak bir inkılap borcudur” felsefesi köyde ve kentte, tüm yurt sathında hayata geçirilmektedir. Yan anlamda “türdeş, uyumlu bir toplum” mitine dayandırılan halkçılığın öne çıktığı görülmektedir.

Tasarrufu Teşvik Afişleri

Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti’nin 1930 yılında hazırladığı broşürde “tasarruf” uygarlık göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Akçura, 2002:73-80). Maarif Vekaleti, okul koridorlarının tasarruf düşüncesini ve yerli malı kullanımını vurgulayan afiş ve sloganlarla donatılmasını ister. Bu sloganlardan bazıları şöyledir: “*Milli Mücadele’de ilk hedef Akdeniz’dir. Şimdi ikinci hedef iktisat*”, “*Her medeni adamın bankada hesabı vardır*” (Cumhuriyet, 10 Aralık 1931). Bankaların reklamlarında tasarruf, “kumbara” ile simgelenmektedir.

Afiş:7



Gösterge	Gösteren	Gösterilen
“Para biriktiren rahat eder”	Yazılı metin	Para- güvence ilişkisi.
Türkiye Ziraat Bankası	Yazılı metin	Tasarrufun yönlendirildiği adres.
Ziraat Bankası kumbarası.	Görsel metin	Para biriktirme aracı olarak Ziraat Bankası kumbarası.
“Z” harfi	Görsel metin	Ziraat Bankası
“Z” harfine sırtını yaslamış yaşlı köylü yurttaş.	Görsel metin	Refah, güven ve huzurlu bir yaşam.

Düz anlamda “para biriktiren rahat eder” ve “tasarruflarınızı Ziraat Bankası’na yatırın”, “bugün ne kadar çok para biriktirsek yaşlılıkta o ölçüde rahat ederiz” mesajı verilmiştir. Ziraat Bankası, köylü yurttaşın sırtını dayadığı “Z” harfiyle simgelenirken, tasarruf aracı olarak Ziraat Bankası kumbarası gösterilmiştir. Yan anlamda ise nüfusun büyük bir bölümünü oluşturan kırsal kesim yurttaşları “milletin efendisi” olarak mitleştirilmiştir.

Afiş:8



Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Servet'in babası lira, annesi kuruştur. Bu ufacık evde doğar.	Yazılı metin	Kuruşlar bir araya gelir, bir servet olur.
Türkiye İş Bankası	Yazılı metin	Para biriktirme aracı olarak İş Bankası kumbarası.
Bozuk paralar	Görsel metin	Tasarruf.
Kumbara ve kumbaranın üzerindeki çatı.	Görsel metin	Kumbara ev kadar güvenlidir.

Düz anlamda “Kuruşlar bir araya gelir, bir servet olur” mesajıyla tasarrufun önemi vurgulanmıştır. Tasarruf, bozuk para birimi “lira” ve “kuruş”la simgelenmiştir. Metafor yapılarak ekonomik ilişkilerdeki temel değişim aracı olan “para”ya, “anne ve baba” olmak gibi insani bir özellik atfedilmiştir. Bu insani özelliği sahip “para”nın evladı ise “servet”tir. Kumbara üstüne oturtulan bir çatı ile yuvaya/eve dönüştürülmüş ve böylece tasarruf, yuva ve aile miti kullanılarak yüceltilmiştir. Ev, bizi dış dünyanın zorluklarına, tehlikelerine karşı nasıl korumaktaysa İş Bankası kumbarası da zor zamanlarda sığınacağımız ve buzu koruyan bir yuva gibidir. Yuva mitiyle İş Bankası kumbarasının bir tasarruf aracı olarak verdiği güvence vurgulanmıştır.

Afiş:9



Gösterge	Gösteren	Gösterilen
“Seni çocukken annen, büyükken kumbaran korur.”	Yazılı metin	Para/tasarruf, güvence demektir.
Türkiye İş Bankası	Yazılı metin	Para biriktirme aracı olarak İş Bankası kumbarası.
Anne ve çocuk	Görsel metin	Çocuğuna sarılarak onu tehlikelere karşı koruyan anne.

Düz anlamda “Seni çocukken annen, büyükken kumbaran korur” sloganıyla kumbaranın dolayısıyla tasarrufun tıpkı bir anne gibi koruyucu olduğuna dikkat çekilmektedir. Yan anlamda ise annelik miti kullanılarak bir tasarruf aracı olarak İş Bankası kumbarasının verdiği güven duygusu vurgulanmıştır.

SONUÇ

Erken Cumhuriyet döneminin ekonomi politikasının öne çıkan özellikleri, sanayileşme, tasarruf ve yerli malı kullanımını teşviktir. İzlenen ekonomi politikanın toplumsal destekle ulusal bir harekete dönüşmesi için çeşitli yasal ve kurumsal düzenlemelere gidilmiştir. 1929 yılında kurulan Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti; afişler, sergiler, konferanslar ve her yıl düzenlediği Tasarruf ve Yerli Malı Haftası ile halkı tasarrufa alıştırmayı, yerli mallarını tanıtmayı amaçlamıştır. Sanayileşmenin lokomotifi Sümerbank’tır. 1933 yılında Sümerbank bünyesinde kurulan Yerli Mallar Pazarları ise “*Yerli malı kullanmak bir inkılap borcudur*” felsefesinin hayata geçirilmesinde önemli bir rol üstlenmiştir.

Devlet; ayakkabıdan gömleğe, iç çamaşırına; porselenden halıya kadar çeşitli temel ihtiyaç maddelerini üreterek yurdun her bir köşesinde yurttaşlara ulaştırma misyonuyla hareket etmiştir. Sümerbank Yerli Mallar Pazarları, devletin ürettiği bu temel ihtiyaç maddelerinin yurttaşlarla buluştuğu adrestir.

Görey'in afişlerinde “*Kalkınmak sanayileşmekle mümkündür*”, “*Refahın gelişmesi tüten bacaların artmasına bağlıdır*” ve “*Yurdu ordunun ve çalışan milletin gücü korur*” denilerek genç Cumhuriyetin, “*Milli ihtiyaç ve menfaatler*”in gerektirdiği düzeyde sanayileşme hedefi ve Mustafa Kemal’in “*siyasi ve askeri zaferleri, iktisadi zaferlerle taçlandırmak gerekir*” görüşü doğrultusunda toplumda, siyasi bağımsızlığın ekonomik bağımsızlıktan geçtiği bilincinin oluşturulması amaçlanmış ve toplum üretken olmaya çağırılmıştır.

Yerli Mallar Pazarlarının, köylü/kentli, kadın/erkek, her kesimden yurttaşın ihtiyaçlarını karşıladığını vurgulayan afişler, “*Yerli malı kullanmak bir inkılap borcudur*” felsefesinin toplumda yaygınlaşmasını amaçlamaktadır. “*Her malın yerlisi var*” sloganıyla, üretime dikkat çekilirken aynı zamanda yurttaşlar yerli malı kullanmaya teşvik edilerek milli ekonominin güçlendirilmesi istenmektedir. Yerli malı kullanmak hem milli ekonomiyi desteklemek hem de tasarruf anlamına gelmektedir.

Üretim ve sanayileşme, afişlerde fabrika bacaları simgesiyle gösterilir. Duman tüten bacalarıyla fabrikalar, üretimin ve aynı zamanda refahın simgesidir. “*Çağdaş uygarlık seviyesini*” hedef alan genç Cumhuriyet için tasarruf, bir uygarlık göstergesidir. Görey'in afişlerinde kumbara, tasarruf simgesi olarak öne çıkmakta ve tasarruf bilincinin çocukluktan itibaren oluşturulması gerektiği belirtilerek her yaşta yurttaşın ülkenin kalkınması için üzerine düşen görevi yerine getirmesi istenmektedir.

Siyasal iktidar, hem devletin üstlendiği sanayi yatırımlarını halka duyurmak hem de üretimi, tasarrufu ve yerli malı kullanımını teşvik etmek için dönemin en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan afişleri kullanmıştır. İhap Hulusi Görey'in afişlerinde genç Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik atılımları topluma aktarılırken bir yandan da izlenen ekonomi politikanın temel ilkeleri duyurulur. Görey afişlerinde ekonomik atılımların sürdürülebilmesi, sanayileşme hedefinin gerçekleştirilmesi için köylü-kentli, kadın-erkek, çocuk-geç-yaşlı tüm yurttaşları tasarruf etmek ve yerli malı kullanmak için göreve çağırır.

KAYNAKLAR

- Acar, Ayla (2008) Soğuk Savaş Yıllarında Amerikan Kültürünün Türkiye'ye Girişinde Basının Rolü (1945-1960), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, yayımlanmamış doktora tezi.
- Akçura, Gökhan (2002) İvır Zıvır Tarihi- 3 Uzun Metin Sevenlerden misiniz, Om Yayınevi, İstanbul.
- Aslıskender, Burak (2004) Erken Cumhuriyetin Modern Mirası Sümerbank Kayseri Bez Fabrikası Lojmanları <http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=28&RecID=375> (Erişim tarihi:13 Ekim 2018).
- Atabek, Gülseren ve Ümit Atabek (2007) Medya Metinlerini Çözümlemek. İçerik, Göstergibilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Atatürk'ün Söyleve ve Demeçleri- [Shttp://www.atam.gov.tr/ataturkun-soylev-ve-demecleri/turkiye-iktisat-kongresini-acis-soylevi-izmir](http://www.atam.gov.tr/ataturkun-soylev-ve-demecleri/turkiye-iktisat-kongresini-acis-soylevi-izmir) (Erişim tarihi: 27 Kasım 2018).
- Ataöv Türkkaya, (1969), Amerika, NATO ve Türkiye, 2. Baskı, Aydınlik Yayınları, Ankara.

- Barthes. Roland (2005) Göstergibilimsel Serüven, Çev: Mehmet Rifat, Sema Rifat, YKY Yayınları, İstanbul.
- Boratav, Korkut (1982), Türkiye’de Devletçilik, 2. Baskı, Savaş Yayıncılık, Ankara.
- Boratav, Korkut (1989) Türkiye İktisat Tarihi 1908-1985, Gerçek Yayınevi, İstanbul.
- Boratav, Korkut (2007) Yakınçağ Türkiye Tarihi, 1908-1980, Milliyet Kitaplığı, İstanbul.
- Cumhuriyet , 1929 Aralık, 1930, Ocak/Şubat/Aralık, 1931 Aralık sayıları.
- Çelik, Nur Betül (2011), “Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Kemalizm:Hegemonik Söylem”, ss.75-91, 7. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Duman, Doğan (1999) “1930’larda Ekonomideki Korumacılık Politikasının Okullardaki Yansımaları: Yaşasın Yerli Malı, Yaşasın Kumbara”. 75 Yılda Çarklardan Chip’lere, ss.107-110, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Duman, Doğan (1999) “Milli İktisat Politikasına Katkı: 1930’larda Yerli Ürün Sergileri”, 75 Yılda Çarklardan Chip’lere, ss.111-117, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Duman, Doğan (2013) “1930’larda Çocuk Piyasalarında Yerli Malı Kullanma ve Ulusal Ekonomi Bilincini Oluşturma Çabaları”, The Journal of Academic Social Science Studies / International Journal of Social Science, Volume 6 Issue 2, p. 1529-1547.
- Engin, Aydın (1999) “7’den 70’e Allı Güllü Fistanlar: Nazilli Basma Fabrikası”, 75 Yılda Çarklardan Chip’lere, ss.137-144, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Fiske, John (2014), İletişim Çalışmalarına Giriş, 3. Baskı, Pharmakon Yayınevi, Ankara.
- Gençtürk Hızal, Senem (2012) , Kültürel Üretim Mekanlarında Bir Aracı: İhap Hulusi Görey, Cyprus İ International University Folklor/Edebiyat Dergisi,C.18, Sayı 70.
- Gençtürk Hızal, Senem, (2013), Cumhuriyetin İlanı: Türkiye’de Modernleşmeyi Reklam Metinlerinden Okumak 1928-1950, Bilgesu Yayıncılık, Ankara
- Geray, Haluk (2014) İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Hamitoğulları Beşir (1982) “Atatürk Devletçiliği ve Ekonomik Bağımsızlık”, Atatürk Dönemi Ekonomi Politikası ve Türkiye’nin Ekonomik Gelişmesi, Ankara Üniversitesi SBF Yayınları, Ankara.
- Keyder, Çağlar (1982). Dünya Ekonomisi İçinde Türkiye (1923-1929), Yurt Yayınları, Ankara.
- Kiper, Mahmut. Cumhuriyetin İlk Yıllarında Sanayi Politikaları ve Sümerbank, https://www.metalurji.org.tr/dergi/dergi164/d164_3850.pdf (Erişim tarihi: 13 Ekim 2018)
- Koloğlu, Orhan (1999), Reklamcılığımızın İlk Yüzyılı (1840-1940), Reklamcılık Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Kuruç, Bilsay (1988). Belgelerle Türkiye İktisat Politikası (1929-39), 1. Cilt, Ankara Üniversitesi SBF Yayınları, Ankara.

- Merter, Ender (2008) Cumhuriyet'i Afişleyen Adam İhap Hulusi Görey 110 Yaşında, 2. Baskı, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Özer, Sevilay (2013) Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish ss.595-610, Spring 2013, p. 595-613 Şahinkaya, Serdar (2012) <http://www.inovasyon.org/pdf/Sahinkaya.9Eylul.IktisatKong.2012.pdf> (Erişim tarihi: 13 Ekim 2018)
- Tezel, Yahya (1986) Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950), 2. Baskı, Yurt Yayıncılık, Ankara.
- Toprak, Zafer (1988a) Bir Yurttaş Yaratmak : Muasır Medeniyet İçin Seferberlik Bilgileri (1923-1950), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Toprak, Zafer (1988b) Sümerbank Holding A.Ş. Creative Yayıncılık, İstanbul.
- Turan, Gülname (2009) Türkiye'de Erken Cumhuriyet Dönemi Zanaat ve Endüstri Üretiminde Tasarım ,Yayımlanmamış doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Turan Gülname, Ayla Ödekan (2009) "Erken Cumhuriyet Dönemi'nde Yerli Malı Kavramı ve İstanbul Yerli Malı Sergileri", ss.14-26,İTÜ Dergisi/ Sosyal Bilimler Cilt:6, Sayı:2.
- Yıldız, Filiz (2017) 1930'ların Tasarruf Politikalarında İdealize Edilen Kadın İmgesinin Basında Temsili: Genç Cumhuriyetin Modern ve Tutumlu Kadınları, The Journal of Academic Social Science Studies, Number: 54, p. 389-406.
- Zarakolu, Avni (1982) "1929-30 Dünya Ekonomik Krizi Karşısında Türk Ekonomisi ve Krizle Mücadele Tedbirleri" , Ankara Üniversitesi SBF Yayınları, Atatürk Dönemi Ekonomi Politikası ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişmesi Semineri Bildiri Kitapçığı, Ankara.