

İHAP HULUSİ GÖREY'İN BANKA AFİŞLERİNDE METAFOR VE ALEGORİK ANLATIM

Yasemin UZUN

Dr. Öğretmen, Ortahisar Bilim ve Sanat Merkezi, yaseminuzun61@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-5664-0221

Uzun, Yasemin. "İhap Hulusi Görey'in Banka Afişlerinde Metafor ve Alegorik Anlatım". ulakbilge, 94 (2025/1): s. 94-105.
doi: 10.7816/ulakbilge-13-94-06

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'nin ilk profesyonel grafik tasarımcısı İhap Hulusi Görey'in Cumhuriyet dönemi banka afişlerinde yer alan metaforik ve alegorik anlatımları incelemektir. Bunun yanında sanatçının, görsel iletişimdeki yaratıcı anlatım gücünü ve toplumsal mesajları görsel öğelerle nasıl aktardığını ortaya koymaktır. Araştırmada, literatür tarama yöntemi ile elde edilen bilgilerden yola çıkarak Görey'in Ziraat Bankası, Yapı Kredi Bankası, İş Bankası ve Sümerbank için hazırladığı toplamda dört afiş tasarımı incelenmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan doküman analizi kullanılmıştır. Afişlerde yer alan şapka, takım elbise, kuş, yuva, kumbara, modern ev, köylü, 1 lira gibi görsel unsurlar, metaforik ve alegorik bir yaklaşımla incelenmiş ve afiş bir bütün olarak ele alınarak verilmek istenen mesaj yorumlanmıştır. Özellikle pipo içen figür, para biriktirmenin getirdiği maddi rahatlığın ve güven hissinin metaforik bir yansıması olarak analiz edilmiştir. Leylek, bireylerin veya ailelerin yeni bir ev sahibi olma hayalinin metaforu olarak yorumlanmıştır. Madeni 1 liranın bir "pasta dilimi" şeklinde sunulması, kazancın bir kısmının yatırıma yönlendirilmesi gerektiğini görsel olarak anlatır. Köylü (Çiftçi) figürü, yalnızca bireysel tasarruf yapan biri değil, aynı zamanda milli üretimin ve ulusal kalkınmanın temel unsuru olarak sembolize edilmiştir. Bu araştırma, metafor ve alegorinin grafik tasarım ve görsel iletişimdeki etkisini ortaya koyarak, İhap Hulusi Görey'in eserleri üzerinden yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Araştırma, Görey'in tasarımlarının sadece estetik birer ürün değil, aynı zamanda Cumhuriyet'in ekonomik ve kültürel vizyonunun görsel temsilleri olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: İhap Hulusi Görey, afiş tasarımı, metafor, alegori, görsel iletişim, sembolik anlatım.

Makale Bilgisi:

Geliş: 14 Ekim 2024

Düzeltilme: 1 Aralık 2024

Kabul: 19 Ocak 2025

© 2025 ulakbilge. Bu makale Creative Commons Attribution (CC BY-NC-ND) 4.0 lisansı ile yayımlanmaktadır.

Giriş

İhap Hulusi Görey, Türkiye'nin ilk profesyonel grafik tasarımcısı olarak Cumhuriyet dönemi modernleşme sürecinde önemli bir figürdür. Özellikle afiş tasarımı alanında gerçekleştirdiği çalışmalar, sadece görsel estetik açısından değil, aynı zamanda iletişimdeki etkileyici gücüyle de dikkat çekmiştir. Görey'in afişleri, reklam, sosyal farkındalık ve kültürel mesajlar gibi çok çeşitli temaları kapsamaktadır. Banka afişleri, onun çalışmalarında öne çıkan bir alan olmuş ve modernleşme, ekonomik kalkınma ve bireysel sorumluluk temalarını bir araya getiren zengin metaforlar ve alegorilerle zenginleşmiştir. Metaforlar, izleyicinin algısını derinleştirebilir, izleyiciyle duygusal bağ kurabilir ve verilen mesajın etkisini güçlendirebilir. Bu sebeple, afiş tasarımlarında metaforların hangi anlam ve çağrışımları taşıdığının bilinmesi, bu doğrultuda metaforların tasarım sürecinde özenle seçilmesi ve bu sayede etkileyici ve akılda kalıcı bir görsel iletişim yaratma çok önemlidir.

Literatür incelendiğinde Görey'in afişlerinin göstergebilimsel, içerik ve duygu açısından incelemesi, görsel sanatlarda, grafik tasarımda ve film afişlerinde metafor ve alegorik anlatım gibi konularla ilgili araştırmalara rastlanmıştır. Er (2012), İhap Hulusi Görey'in Cumhuriyet Dönemi'ne ait afişlerini göstergebilimsel bir bakış açısıyla analiz etmiştir. Araştırmada, Görey'in afişlerinin hem sosyal hem de ticari afiş kategorilerine dahil edilebileceği sonucuna varılmıştır. Ayrıca, Görey'in çalışmalarında iletişim kuramlarının mesaj iletimine yönelik temel işlevinin ötesine geçildiği ve göstergebilimsel açıdan metin ve kültür odaklı bir yaklaşımın ön planda olduğu belirlenmiştir. Şenkal (2016), İhap Hulusi Görey'in "Yalova Kaplıcaları" isimli afişini göstergebilimsel bir yaklaşımla incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, Görey'in ülkemizin doğal güzelliklerinden biri olan kaplıcaları anlatırken, kadın figürünü merkeze aldığı görülmüştür. Sanatçının eserinde, kaplıcaların şifalı gücü, kadının yaratıcı ve üretken özellikleriyle birleştirilmiş; ağaç ve su imgeleriyle yaşam, bereket ve güzellik temalarını sembolize ederek bu unsurları görselleştirdiği tespit edilmiştir. Kaya (2024), araştırmasında İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımlarını içerik ve duygu analizi yöntemiyle değerlendirmiştir. Çalışmanın sonucunda, Görey'in afişlerinde denge, görsel hiyerarşi, orantı, görsel devamlılık, vurgulama ve bütünlük gibi beş temel ilkenin, duyguyu ön planda tutacak şekilde tasarlandığı belirlenmiştir. Analizler, kullanılan unsurların afişlerde dengeli bir şekilde yer aldığını ve her bir tasarımda duygusal öğelerin yüksek oranda yer bulduğunu ortaya koymuştur. Abdelfatah (2022), "Görsel Sanatlarda Alegori ve Metafor" başlıklı araştırmasında, sembolik düşüncenin gelişimini okuma, algılama ve yorumlama teorileri ışığında inceleyerek, görsel sanatın yaratıcı sürecini çok yönlü bir şekilde ele almayı ve değerlendirmeyi amaçlamıştır. Çalışma, sanatçıların eserlerinde çağdaş düşüncenin en önemli araçlarından biri olarak metaforik yapıların kullanımına odaklanmaları gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Hampton (1990), grafiklerin ve görsel şemaların retorik ve metaforik doğasını incelemiştir. Ona göre, geçmişe ait tüm bu sembol karmaşası, haritalar, dergiler, gazeteler gibi araçlarla bugünkü bilgilerimizle harmanlanmıştır. Araştırmasının sonucunda, herkesin bireysel olarak deneyimlediği gerçekliğin, genel anlamda sembol sistemlerimiz tarafından inşa edilen bir "görsel yapı" olduğunu ifade etmiştir. Johns (1984), "Görsel Metafor: Kayıp ve Bulunan" adlı çalışmada, metaforik araçların ve yöntemlerin sınırlarını aşmayı ve metaforik temsilin soyut bilgileri uygulanabilir bir strateji olarak nasıl işlev gördüğünü araştırmayı hedeflemiştir. Araştırma sonucunda, metaforların bilinçli olarak oluşturulduğu ve bu nedenle, onların nasıl üretildiğini anlamının, aynı zamanda onları doğru şekilde yorumlamanın anahtarı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ersan ve Aras (2023), "Grafik Tasarımda Alegori ve İKSV Afişleri Örneği" başlıklı araştırmalarında, afişlerde yer alan grafik unsurların alegorik anlamlarını göstergebilimsel bir yaklaşımla çözümlemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın sonucunda, retorik anlatı sanatının kullanıldığı afişlerde, alegorik anlatımın bir nesneyi gösterirken başka bir şeyi ifade etme, daha derin anlamları görselleştirerek somutlaştırma, dolaylı bir şekilde farklı mesajlar aktarma gibi özelliklerden yararlanıldığı belirlenmiştir. Zişan ve Yücel (2024), "Türk Resim Sanatında Alegori, Metafor ve Sembol" başlıklı araştırmalarında, bu kavramların birbirinden farklı anlamlar taşıdığını vurgulamış ve olası anlam karışıklıklarını gidermeyi hedeflemişlerdir. Araştırmanın sonucunda, sanatçıların bu kavramları duygu ve düşüncelerini ifade etmek için sanatsal bir araç olarak kullandıkları ortaya konmuştur. Tarlakazan ve Tarlakazan (2023), "Film Afişlerinde Metaforik Anlatım" başlıklı çalışmalarında, rastgele seçilen ve metaforik anlatım barındıran film afişlerini inceleyerek, bu afişlerde kullanılan görsel unsurlar ve bu unsurlar aracılığıyla iletilmek istenen mesajları analiz etmeyi amaçlamıştır. Benzer şekilde, Dündar (2022) "Afiş Tasarımında Metafor Kullanımı" adlı araştırmasında, afişlerde metaforların grafik iletişimdeki önemini, grafik tasarımın temel ilkeleri olan denge, orantı, hiyerarşi, devamlılık, bütünlük ve vurgu çerçevesinde ele almayı hedeflemiştir. Her iki araştırmanın sonuçları, metaforların afiş tasarımında iletişim sürecinin önemli bir unsuru olduğunu ortaya koymaktadır. Doğru bir şekilde kullanıldığında, metaforların hedef kitleye verilmek istenen mesajı daha etkili biçimde ilettiği, afişleri daha dikkat çekici hale getirdiği

ve izleyicinin karışıklık ile benzerlik gibi unsurları daha kolay algılamasını sağladığı görülmüştür. Ayrıca, metaforların kavramların bilişsel olarak anlaşılmasını kolaylaştırdığı ve hedef kitlenin dikkatini toplamada etkili bir araç olduğu tespit edilmiştir. Buradan da anlaşıldığı üzere metafor ve alegori, görsel iletişimde mesajları zenginleştiren, anlam derinliği katan ve izleyicinin algısını yönlendiren güçlü bir araçtır. Literatür incelendiğinde Görey'in banka afişlerinin metaforik ve alegorik anlatım olarak incelendiği bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda araştırmada, Görey'in afişlerinde yer alan metaforik öğeler detaylı bir şekilde ele alınmış, bu öğelerin görsel iletişimdeki işlevleri ve dönemin toplumsal bağlamıyla ilişkisi incelenmiştir. Çalışma, Görey'in tasarımlarındaki sembolik anlatım gücünü anlamaya yönelik bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, makale, Görey'in tasarım diline dair yeni bir bakış açısı sunması ve görsel iletişim alanında metaforun etkili bir araç olarak nasıl kullanılabileceğine dair bir rehber niteliği taşımayı hedeflemesi açısından önemlidir.

Yöntem

Araştırmanın Deseni

Bu araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Literatür tarama yöntemi ile elde edilen bilgilerle, afiş tasarımları incelenmiş ve yorumlanmıştır. Doküman analizi, yazılı ve görsel materyallerin sistematik olarak incelenmesini ve yorumlanmasını kapsar (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Araştırmada, İhap Hulusi Görey'in afişlerinin metaforik ve alegorik anlatım olarak incelenmesi amacıyla, kendisine ait dört adet yerli banka afiş tasarımı veri kaynağı olarak seçilmiştir

Verilerin Toplanması

Araştırmada, veri toplama süreci iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, Görey'e ait dört adet banka afiş tasarımı dijital veya basılı formatta temin edilmiştir. Bu afişler, metaforik ve alegorik anlatım açısından değerlendirilmek üzere hazır hâle getirilmiştir. İkinci aşamada, grafik tasarımda metafor kullanımı ve alegorik anlatım üzerine yapılan literatür taraması ile afişlerin yorumlanmasına yönelik teorik bir temel oluşturulmuştur. Mevcut kaynaklar incelenmiş ve afişlerdeki metafor ve alegorik anlatımların bu doğrultuda değerlendirilmesi sağlanmıştır.

Verilerin Analizi

Literatür tarama yöntemi ile elde edilen bilgilerle, afiş tasarımları incelenmiş ve yorumlanmıştır. İlk olarak, afişler dikkatlice incelenerek kullanılan metaforlar ve alegoriler tespit edilmiştir. Bu unsurlar, bankaların verdiği mesajı yansıtmaya, dikkat çekme, hedef kitleyi etkileme ve güven hissi uyandırma amaçları doğrultusunda ele alınmıştır. Analiz sürecinde afişlerde ön plana çıkan metafor ve alegoriler tespit edilmiş ve bu öğelerin vermek istedikleri mesajlar yorumlanmıştır. Afişlerin her biri, bu temalar doğrultusunda değerlendirilmiş ve metaforların ve alegorilerin mesaj iletme başarısı üzerine çıkarımlar yapılmıştır.

İhap Hulusi Görey'in Türkiye'nin İlk Profesyonel Grafik Tasarımcısı Olarak Önemi

İhap Hulusi Görey'in profesyonel grafik tasarım kariyeri, Türkiye'nin modernleşme sürecinde görsel iletişim ihtiyacını karşılayan önemli bir dönüm noktası olmuştur. Görey'in tasarımları, yalnızca dönemin estetik anlayışını değil, aynı zamanda Cumhuriyet Türkiye'sinin kültürel ve toplumsal değişimlerini de yansıtır. Bu özellikleriyle Görey, Türk grafik tasarım tarihinde hem sanatsal hem de kültürel bir ikon haline gelmiş ve bu alanın profesyonelleşmesinde öncü bir rol üstlenmiştir. Günümüzde, onun eserleri, Türk grafik tasarımının gelişimi ve kültürel mirası açısından değerli bir referans niteliği taşımaktadır.

Cumhuriyet döneminde birçok grafik tasarım eseriyle tanınan ve kendine has bir tasarım tarzı geliştiren sanatçılardan biri İhap Hulusi Görey'dir (Tepecik, 2002). İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımları, Türkiye'nin modernleşme sürecinde görsel iletişim aracı olarak önemli bir yere sahiptir. Görey'in afişleri, yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin ideolojisini halka etkili bir biçimde aktararak toplumsal ve kültürel dönüşüme katkıda bulunmuştur. Bu çerçevede, eserleri hem sanatsal hem de toplumsal açıdan büyük bir değer taşımakta ve grafik tasarım tarihinde ayrıcalıklı bir konumda bulunmaktadır (Kaya, 2024: 824).

Batı'da eğitim almış, dört yabancı dil bilen ve geniş bir kültürel birikime sahip olan İhap Hulusi, afişlerinde kullandığı teknik ve üslubuyla Almanya'daki hocası Prof. Ludwing Hohlwein'in etkilerini yansıtmıştır. Genellikle kurgularını oluştururken fotoğraf makinesinden faydalanır, afişte vurgulamak istediği temaya göre mizansen hazırlayıp çektiği fotoğrafları kullanırdı. Uzun yıllar boyunca bu alandaki tek temsilci olarak çalışmış ve Türkiye'nin ilk kişisel afiş sergisini açan sanatçı olmuştur (Serin, Sülün ve Yavuz, 2010 :118 ; Merter, 2008:102). İhap Hulusi Görey, 27 Mart 1986 tarihinde vefat etmiş ve Feriköy

Mezarlığı'na defnedilmiştir. Geride 350'den fazla orijinal eser, yaklaşık 150 afiş, 1.100 basılı ürün, 200'e yakın bilet tasarımı, modern hat çalışmaları ve çok sayıda karakalem ile suluboya çalışması bırakmıştır (Merter, 2008:115).

İhap Hulusi Görey, Atatürk'ün Harf Devrimi sonrasında hazırlamasını istediği "Alfabe" kapağı ile başlayan çalışmalarıyla dikkat çekmiştir. Uzun yıllar boyunca Tayyare Piyangosu (Milli Piyango), İnhisarlar İdaresi (Tekel), Kulüp Rakısı, Ziraat Bankası, İş Bankası, Sümerbank, Tariş, Devlet Hava Yolları, Demir Yolları, Deniz Yolları, Tekel, Belediye Tahvilleri, Emlak Kredi ve Zirai Donatım Kurumu gibi birçok önemli kuruluş için afiş ve grafik tasarımlar üretmiştir. Ayrıca Kızılay ve Yeşilay gibi çeşitli özel kuruluşların, kurum kimliğinin oluşturulmasına tasarımlarıyla önemli katkılarda bulunmuştur. Sanatçının ünü Türkiye sınırlarını aşmış; Alman ilaç firması Bayer, İngiliz viskisi John Haigh, İtalyan içkileri Fernet Branca ve Cinzano, Mısır Tekel İdaresi ve Mısır Demiryolları için hazırladığı afiş ve etiket tasarımlarıyla uluslararası alanda tanınmıştır. Bu eserler, İhap Hulusi'nin yeteneğini dünya çapında bir üne taşıyan önemli çalışmalar arasında yer almıştır.

Metafor ve Alegorik Anlatımın Grafik Tasarımdaki Rolü

Metafor ve Görsel İletişim

Metaforlar, hem dilbilimde hem de görsel iletişimde önemli bir yere sahiptir. Mesajın anlamını derinleştirirken izleyici üzerinde duygusal ve zihinsel bir etki oluşturur. Görsel metaforlar, genellikle izleyicinin kültürel, zihinsel ve duygusal birikimlerinden faydalanarak mesajın daha kolay algılanmasını sağlar. Örneğin, güvercin bir tasarım öğesi olarak kullanıldığında özgürlüğü simgeleyebilir. Benzer şekilde, kara bulutlar umutsuzluğu veya yaklaşan bir tehlikeyi ifade eden bir metafor görevi görebilir.

Metaforlar, bir ürünün farklı bir şekilde algılanmasını kolaylaştırarak, ürün ile tüketici arasında duygusal ve fiziksel bir bağ oluşturur. Benzerlik ilişkisi üzerinden tasarlanan ürünler, tüketici nezdinde daha hızlı bir anlam bulabilir. İnsan zihni, düşünce mekanizması aracılığıyla bu iki unsur arasında benzerlik kurarak iletişimi güçlendirir (Çobanoğlu, 2022: 3501). Metafor, bir nesnenin veya kavramın başka bir şeyle ilişkilendirilmesi ya da benzetilmesi yoluyla anlatımı zenginleştiren ve daha etkili hale getiren bir dil sanatıdır. Sözcükleri ve ifadeleri, gerçek anlamlarının ötesine taşıyarak yeni anlam katmanları oluşturmaya olanak tanır (Tarlakazan ve Tarlakazan, 2023: 1689). Lakoff ve Johnson, metaforu "bir kavramsal alanın başka bir kavramsal alan üzerinden anlaşılması" olarak tanımlamaktadır (Lakoff ve Johnson, 2005, s. 276-278). Tasarımda bazen doğrudan anlatım tercih edilirken, mecazi anlatım da etkili bir seçenek olabilir. Bu bağlamda kullanılan metaforlar, kelimeler ya da görseller aracılığıyla ifade edilebilir. Örneğin, bir temizleyicinin lekeleri yok etme gücünü vurgulamak isteyen tasarımcı, "lekeleri çıkarıcı" gibi doğrudan bir ifade yerine, "leke bombası" şeklinde sözel bir metafor veya ürün şişesini el bombası biçiminde tasarlayarak görsel bir metafor kullanabilir (Göksel, 2013: 60). Tasarımda metaforlar, ürünün algılanan değerini artırmak ve aynı zamanda marka imajının oluşturulmasına katkı sağlamak amacıyla kullanılır (Ang ve Lim, 2006). Görsel iletişim ve grafik tasarımda metafor, mesajın gücünü artıran, duygusal bir bağ kurmayı sağlayan ve akılda kalıcılığı destekleyen önemli bir unsurdur. Metafor, estetik ve anlamı bir araya getirerek görsel iletişimi daha etkili hale getirir. İhap Hulusi Görey gibi öncü tasarımcılar, metaforik öğeleri bilinçli bir şekilde kullanarak eserlerine hem estetik değer katmışlar hem verilmek istenen mesajı etkili bir şekilde hedef kitleye ulaştırmışlardır. Günümüzde de metaforlar, reklamcılık ve toplumsal farkındalık projeleri gibi birçok alanda etkili bir yöntem olarak kullanılmaya devam etmektedir.

Alegorik Anlatım

Metaforlar, hem dilbilimde hem de görsel iletişimde önemli bir yere sahiptir. Mesajın anlamını derinleştirirken izleyici üzerinde duygusal ve zihinsel bir etki oluşturur. Görsel metaforlar, genellikle izleyicinin kültürel, zihinsel ve duygusal birikimlerinden faydalanarak mesajın daha kolay algılanmasını sağlar. Örneğin, güvercin bir tasarım öğesi olarak kullanıldığında özgürlüğü simgeleyebilir. Benzer şekilde, kara bulutlar umutsuzluğu veya yaklaşan bir tehlikeyi ifade eden bir metafor görevi görebilir.

Metaforlar, bir ürünün farklı bir şekilde algılanmasını kolaylaştırarak, ürün ile tüketici arasında duygusal ve fiziksel bir bağ oluşturur. Benzerlik ilişkisi üzerinden tasarlanan ürünler, tüketici nezdinde daha hızlı bir anlam bulabilir. İnsan zihni, düşünce mekanizması aracılığıyla bu iki unsur arasında benzerlik kurarak iletişimi güçlendirir (Çobanoğlu, 2022: 3501). Metafor, bir nesnenin veya kavramın başka bir şeyle ilişkilendirilmesi ya da benzetilmesi yoluyla anlatımı zenginleştiren ve daha etkili hale getiren bir dil sanatıdır. Sözcükleri ve ifadeleri, gerçek anlamlarının ötesine taşıyarak yeni anlam katmanları oluşturmaya olanak tanır (Tarlakazan ve Tarlakazan, 2023: 1689). Lakoff ve Johnson, metaforu "bir kavramsal alanın başka bir kavramsal alan üzerinden anlaşılması" olarak tanımlamaktadır (Lakoff ve Johnson, 2005, s. 276-

278). Tasarımda bazen doğrudan anlatım tercih edilirken, mecazi anlatım da etkili bir seçenek olabilir. Bu bağlamda kullanılan metaforlar, kelimeler ya da görseller aracılığıyla ifade edilebilir. Örneğin, bir temizleyicinin lekeleri yok etme gücünü vurgulamak isteyen tasarımcı, "lekeleri çıkarır" gibi doğrudan bir ifade yerine, "leke bombası" şeklinde sözel bir metafor veya ürün şişesini el bombası biçiminde tasarlayarak görsel bir metafor kullanabilir (Göksel, 2013: 60). Tasarımda metaforlar, ürünün algılanan değerini artırmak ve aynı zamanda marka imajının oluşturulmasına katkı sağlamak amacıyla kullanılır (Ang ve Lim, 2006).

Görsel iletişim ve grafik tasarımda metafor, mesajın gücünü artıran, duygusal bir bağ kurmayı sağlayan ve akılda kalıcılığı destekleyen önemli bir unsurdur. Metafor, estetik ve anlamı bir araya getirerek görsel iletişimi daha etkili hale getirir. İhap Hulusi Görey gibi öncü tasarımcılar, metaforik öğeleri bilinçli bir şekilde kullanarak eserlerine hem estetik değer katmışlar hem verilmek istenen mesajı etkili bir şekilde hedef kitleye ulaştırmışlardır. Günümüzde de metaforlar, reklamcılık ve toplumsal farkındalık projeleri gibi birçok alanda etkili bir yöntem olarak kullanılmaya devam etmektedir.

Bulgular ve Yorum

1. Ziraat Bankası Afisinde Metaforik ve Alegorik Anlatımın İncelenmesi



Görsel 1. İhap Hulusi Görey Ziraat Bankası Afışı

İhap Hulusi Görey'in tasarladığı bu afiş, metaforik ve alegorik unsurları bir arada kullanarak Ziraat Bankası'nın sunduğu tasarruf imkanlarını etkili bir şekilde tanıtmaktadır. Hem bireysel hem de toplumsal refahı temsil eden bu unsurlar, Görey'in grafik tasarım dilindeki güçlü anlatımını ortaya koymaktadır. Bu afiş, sadece bir reklam aracı değil, aynı zamanda dönemin finansal bilinçlendirme çabalarının görsel bir temsidir.

1.1. Yaşlı Adam Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Afişte yer alan yaşlı adam figürü, geleceğe yönelik birikim yapmanın önemini vurgular. Yaşlılık genellikle "emeklilik" ve "güvence" kavramlarıyla ilişkilendirilir. Burada yaşlı adam, düzenli birikim yaparak yaşlılıkta rahat bir yaşam sürmenin metaforu olarak kullanılmıştır. Yaşlı adam, yalnızca bir bireyi değil, düzenli birikim yapmış, geleceğini güvence altına almış bir halk kesimini de temsil eder. Bu figür, bireysel bir portreden çok, tasarruf yaparak yaşlılıkta refah içinde yaşamının alegorik bir temsili olarak yorumlanabilir.

1.2. Kumbara Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Yaşlı adamın eline tutuşturulmuş Ziraat Bankası kumbarası, birikim yapmanın somut bir göstergesi olarak bankayı temsil eder. Kumbara, çocukluktan itibaren birikim alışkanlığını simgeleyen güçlü bir metafordur. Kumbara, bireysel birikimin yanı sıra tasarruf alışkanlığının önemini vurgulayan bir finansal sistemi temsil eder. Burada kumbara, bireylerin hayatını kolaylaştıran bir araçtan öte, toplumsal bir finansal bilinç alegorisi haline gelir.

1.3. Dinlenme Hali, Pipo Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Bu afişte pipo, tek başına bir anlam taşıyan bir nesnedir ve aynı zamanda başka sembollerle birleşerek bir hikâye ya da sistem oluşturur ve alegorik bir anlatıma dönüşür. Afişte pipo içen kişinin sakin ve düşünceli pozisyonda tasvir edilmesi, piponun bireysel bir keyif ve rahatlatma unsuru olarak algılanmasını sağlamaktadır. Pipo içen ve rahat bir pozisyonda oturan adam, "huzur" ve "keyifli bir yaşam" fikrini çağırır. Bu, para biriktirmenin getirdiği maddi rahatlığın ve güven hissini metaforik bir yansımasıdır.

Aynı zamanda, sigara özellikle 20. yüzyılın başlarında, sosyal statünün ve lüksün bir simgesi olarak kabul edilmiştir. İhap Hulusi'nin bazı sigara afişlerinde, sigara içen şık giyimli figürler, sigarayı prestij ve seçkinlik metaforu olarak sunmuştur. Bu afişte köylü ve çiftçinin de aynı seçkinliğe, güce ve özgüvene sahip olabileceği simgelenmektedir ve afişte verilen mesaj bu alegori sayesinde güçlenmektedir.

1.4. "Z Harfi" Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

"Z" harfi, hem Ziraat Bankası'nın baş harfi olarak görsel bir unsur hem de gücün ve sağlamlığın bir metaforu olarak kullanılabilir. Harfin büyük ve koyu çizilmiş olması, bankanın istikrarını ve güvenilirliğini sembolize etmektedir. Ayrıca "Z" harfine zigzag indikatörü benzetmesi yapılabilir. Zigzag indikatörü, genellikle piyasa hareketlerini analiz etmek ve iniş-çıkış trendlerini belirlemek için kullanılır. Afişte yer alan "Z" harfi, ekonomide yer alan dalgalanmaların üzerinde bir istikrar sembolü olarak görülebilir. Bankayı, bu dalgalanmalar arasında müşterilere güven ve rehberlik sunan bir kurum olarak algılamamızı sağlar. "Z" harfi, ekonomik belirsizliklere rağmen birikim ve tasarruf yapmanın uzun vadede güvenli olduğunu simgeleyebilir. Afişteki yaşlı adam, zigzag indikatörünün temsil ettiği dalgalı ekonomik süreçlerden geçmiş, ancak tasarruf yaparak bu süreci başarıyla atlattığı bir birey olarak algılanabilir.

1.5. Köylü (Çiftçi) Figürü Metaforu ve Alegorik Anlatımı

Bu afişte yer alan köylü (Çiftçi) figürü, afişin hedef kitlesini ve sosyal bağlamını anlamak açısından önemli bir metaforik ve sembolik anlam taşır. Figür, sakalı, şapkası ve sade giysileriyle kırsal yaşamın görsel bir temsidir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında Türkiye nüfusunun büyük bir kısmı kırsal alanlarda yaşıyor ve geçimini tarımla sağlıyordu. Bu nedenle köylü figürü, dönemin ekonomik yapısında toplumun ana kesimini temsil eden bir metafor olarak kullanılmıştır.

Bu figür Ziraat Bankası'nın, kırsal kesimdeki bireylerin ekonomik refahını artırmayı hedefleyen bir kurum olduğu mesajını vermektedir. Köylü, yalnızca bireysel tasarruf yapan bir figür değil, aynı zamanda ulusal kalkınmanın temel unsuru olarak sembolize edilmiştir. Mustafa Kemal Atatürk'ün "Köylü milletin efendisidir" anlayışı doğrultusunda, köylü, ulusal üretimin bel kemiği ve ekonomik bağımsızlığın temel taşı olarak görülmüştür. Bu afişteki köylü figürü, aynı zamanda bu ideolojinin alegorik bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

2. Yapı ve Kredi Bankası Afişinde Metaforik ve Alegorik Anlatımın İncelenmesi



Görsel 2. İhap Hulusi Görey Yapı ve Kredi Bankası Afişi

Bu afiş, İhap Hulusi Görey'in Yapı ve Kredi Bankası için tasarladığı ve görsel unsurlarıyla mesajını güçlendiren önemli bir çalışmadır. Hem metaforik hem de alegorik öğeler barındırarak bankanın misyonunu

görsel bir anlatımla izleyiciye etkili bir şekilde iletmeyi başarmıştır. İhap Hulusi'nin Yapı ve Kredi Bankası için tasarladığı afişlerde, genellikle leylek figürünün tercih edildiği görülmektedir. Bu tekrar eden figür, bankanın kurumsal kimliğinin bir simgesi haline gelmiş ve marka ile özdeşleşmiştir.

2.1. Leylek Figürü Metaforu ve Alegorik Anlatımı

Leylek, geleneksel olarak "yuva kurma," "ev sahibi olma" ve "aile sıcaklığı" ile ilişkilendirilen bir figürdür. Bu afişte leylek, bireylerin veya ailelerin yeni bir ev sahibi olma hayalini simgelemektedir. Leylek figürünün kullanımı, ev sahibi olmanın doğal ve huzurlu bir süreç olması gerektiği mesajını ima eder. Bu metafor, bankanın müşterilerine "kolaylıkla yuva kurma fırsatı sunduğu" fikrini destekler.

Leylekler, her yıl belirli göç yollarını izleyerek aynı yere dönmeleriyle bilinmektedir. Bu özellik, bankanın güvenilirliğini ve uzun vadeli hizmet anlayışını simgeler. Leylek figürü, bankanın istikrarlı ve sürdürülebilir finansal destek sunduğunu çağırıştırır. Ayrıca leylek figürü, yalnızca bireysel anlamlarla sınırlı kalmaz; aynı zamanda toplumun genel refahını ve bankanın ulusal kalkınmadaki rolünü alegorik bir şekilde temsil eder. Leylek, geleneksel olarak aile ve toplumsal değerlerle ilişkilendirilen bir figürdür ve bu da bankanın yalnızca bir finansal kuruluş değil, aynı zamanda toplumsal bir güvence sağladığını vurgulayan güçlü bir alegorik mesaj içerir.

2.2. Para ve Ev Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Ev, birikimlerin somut bir ürünü olarak sunulmuştur. Ev sahibi olma arzusu, neredeyse evrensel bir hedef olduğu için bu metafor, geniş bir izleyici kitlesine etkili bir mesaj iletme potansiyeline sahiptir. Paraların üzerine yerleştirilmiş ev figürü, tasarruf veya kredi yoluyla birikimlerin nasıl somut ve anlamlı bir kazanca dönüşebileceğini vurgulamaktadır. Alegorik olarak ev, yalnızca fiziksel bir yapıyı değil, aynı zamanda finansal istikrarı, güvenli bir alanı, bireylerin korunma ihtiyacını ve özel alanını temsil eder.

Evin altına yerleştirilen para görselleri, bir evin sağlam temellerinin finansal güvence ile inşa edilebileceği metaforunu taşır. Bu durum, Yapı ve Kredi Bankası'nın müşterilerine sunduğu kredilerin ev sahibi olmanın temelini oluşturduğunu ifade eder. Ev figürü, yalnızca bireylerin maddi ihtiyaçlarının karşılanmasını değil, aynı zamanda "aile sıcaklığı" ve "sosyal refah" gibi soyut kavramları da alegorik bir şekilde yansıtır.

2.3. "Size de bir yuva" Sloganı Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Bu slogan, afişteki metaforlarla birleşerek bankanın bireyler için bir güven ve umut kaynağı olduğu mesajını ima eder. Slogan, her bireyin kendi evine sahip olabileceğini metaforik bir şekilde ifade eder. Sloganın leyleğin ağzında yer alması, leyleğin bir "haberci" veya "aracı" olarak konumlandırır. İzleyici, leyleğin taşıdığı bu mesajı kişisel bir teklif ya da davet olarak algılayabilir. Bu durum, bankanın bireylerin ihtiyaçlarını anlayan ve onlara çözüm sunan bir kurum olduğu mesajını güçlendirmektedir. Ayrıca, sloganın leyleğin ağzında bulunması, leyleğin yuva kurma sürecindeki aktif rolünü vurgulamaktadır. Buradan leyleğin bankatı simgelediği sonucu çıkarılabilir. Bankanın, müşterilerinin ev sahibi olma sürecinde bir rehber ve destekleyici olarak hareket ettiğini metaforik bir şekilde ifade eder.

3. İş Bankası Afişinde Metaforik ve Alegorik Anlatımın İncelenmesi



Görsel 3. İhap Hulusi Görey İş Bankası Afişi

Bu afiş, İhâp Hulusi Görey tarafından Türkiye İş Bankası için tasarlanmış ve "Yuvayı Dişi Kuş Yapar" sloganıyla hem metaforik hem de alegorik anlamlar taşıyan etkileyici bir görsel çalışma olarak öne çıkar. Kadınlara özel birikim hesaplarına yönelik ikramiye çekilişi için tasarlanmış olması, afişte kullanılan metaforik ve alegorik öğelerin anlamını daha da güçlendirmekte ve mesajını daha etkili bir şekilde iletmektedir.

3.1. Kuş ve Yuva Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Kuş, uçabilme yeteneği sayesinde genellikle özgürlük ve sınırsız hareket kabiliyeti ile ilişkilendirilir. Bu, bireylerin hayallerine ve hedeflerine ulaşmasını simgeleyen güçlü bir metafor olarak sıkça kullanılmaktadır. Ayrıca kuş, pek çok kültürde barış, aile ve umut gibi olumlu değerlerle özdeşleştirilir. Türk toplumunda "kuş yuvası" ifadesi, sıcak bir ev ve güvenli bir yaşam alanını betimleyen yaygın bir metafordur.

Afişte yer alan kuş ve yuva figürü, yuva kurmanın doğallığını ve kadınların aile içinde güvenli bir yaşam alanı oluşturmadaki rolünü simgeler. Bu metafor, kadınların ekonomik planlama ve tasarruf süreçlerinde de önemli bir yere sahip olduğunu ima eder. Kuş, çaba ve çalışkanlığı temsil ederken, yuva güvenlik, barınma ve huzur gibi soyut kavramların somut bir metaforu olarak öne çıkar. Tıpkı kuşun yuva yapabilmek için dalları toplaması gibi, bankalar da bireylerin finansal hedeflerine ulaşmaları için gerekli araçları sunar. Kuş metaforu, bankaların bireylerin geleceğini inşa etme sürecindeki rehberlik rolünü metaforik bir şekilde yansıtır. Kuş, yalnızca bireyi değil, aynı zamanda çalışkan ve üretken toplumu temsil eder. Özellikle dişi kuş figürü, kadınların toplumsal ve ekonomik hayatın temel yapı taşlarını oluşturduğunu alegorik bir şekilde ifade eder. Bu, kadınların hem aile hem de ekonomik hayattaki vazgeçilmez rolünü görsel alegorik bir dille güçlü bir şekilde aktarır.

3.2. Modern Ev Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Afişteki modern ev figürü, bankanın bireylerin hayallerindeki evi gerçekleştirme konusunda üstlendiği rolü metaforik bir şekilde ifade eder. Tıpkı kuşun yuvasını yaptığı gibi, insanların da finansal birikim ve destekle bu hayaline ulaşabileceğini simgeler. Ev figürü, yalnızca bireysel bir barınma alanını değil, aynı zamanda toplumsal kalkınmayı ve modernleşmeyi temsil eder. Banka, bu evlerin inşasında bireylere ekonomik rehberlik sağlayan bir kurum olarak konumlandırılmıştır.

Modern bir bina ile kuş yuvasının bir arada gösterilmesi, geleneksel aile değerleri ile modern yaşam arasındaki ilişkiyi alegorik bir şekilde yansıtarak tasarımın mesajını güçlendirmektedir. Evin mavi renkli olması önemli bir görsel detaydır. Mavi renk, huzur, güven, modernlik ve istikrar gibi kavramları çağrıştırarak bankanın, bireylerin hayallerini gerçekleştiren bir araç olarak düşünülmesini destekler.

3.3. "Yuvayı Dişi Kuş Yapar" Sloganı, Kadın ve Finans Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Kuş, yuvasını örme ve yavrularını besleme gibi doğal çalışkanlığıyla tanınır. Bu, bireylerin geleceği için gösterdiği çabayı ve ekonomik istikrar için harcadığı emeği simgeler. Dişi kuşun yuva yapma görevi, kadınların yalnızca aile içindeki değil, aynı zamanda ekonomik hayattaki yapılandırıcı rolüne alegorik bir gönderme yapar. Kadınların ekonomik gücü ve tasarruf alışkanlıkları, bu metafor üzerinden etkili bir şekilde vurgulanır. Kadın hesaplarına özel bir çekilişi duyurmak için hazırlanan bu afiş, kadınları ekonominin aktif bir parçası haline getirme çabalarını alegorik bir dille ifade eder. Aynı zamanda, bankanın kadınları bu alanda önemseydiğini ve desteklediğini açıkça göstermektedir.

4. Sümer Bank Afişinde Metaforik ve Alegorik Anlatımın İncelenmesi



Görsel 4. İhâp Hulusi Görey Sümerbank Afişi

Bu afiş, İhâp Hulusi'nin sanat anlayışıyla Cumhuriyet'in modernleşme ve ekonomik kalkınma hedeflerini görselleştirdiği etkileyici bir tasarımıdır. Sadece bir reklam değil, aynı zamanda Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık ideali ve halkın kolektif katılımıyla ulusal kalkınma vizyonunun görsel bir temsili olarak değerlendirilebilir.

4.1. Şapkalı ve Takım Elbiseli Figürün Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Şapka, bireyin zihinsel dönüşümünü ve geleneksel yapıdan kopuşunu simgeler. Eski fesin yerine geçen şapka, Cumhuriyet'in bireyi modernleştirme çabasını temsil eden güçlü bir metafordur. Aynı zamanda, bireyi hem dış görünüşüyle hem de düşünce yapısıyla yeniden şekillendirme sürecinin alegorik bir anlatımıdır.

Takım elbise, düzen ve disiplinin güçlü bir metaforudur. Bireyin toplumsal yaşamda saygın bir yer edinmesini, özgüvenini ve modern toplumdaki rolünü temsil eder. Alegorik olarak takım elbise, bireysel başarının ulusal başarıyla bütünleştiği bir hikayeyi yansıtır. Birey modernleştikçe toplum kalkınır. Bu kıyafet, aynı zamanda ekonomik güven, prestij ve zenginlikle de ilişkilendirilebilecek bir semboldür. Takım elbise, bir "yatırımcının" ya da "ekonomik bilince sahip bireyin" görsel bir temsidir. Bireyin, gelirini birikim ya da yatırıma yönlendirerek ekonomik güç kazanması gerektiği mesajını verir. Modern birey, sadece tüketen değil, aynı zamanda kazancını yöneten ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunan bir karakter olarak tasvir edilir.

Şapka ise bireysel bilinçlenmenin alegorik bir sembolüdür. Cumhuriyet döneminin modernleşme vizyonu ile bağlantılı olan şapka, bireyin zihinsel dönüşümünü ve geleneksel yapıdan kopuşunu temsil eder. Sümerbank gibi bir kuruluş, bireylerin ekonomik bağımsızlık hedeflerine ulaşmalarında "akılcı bir rehber" olarak şapka metaforuyla ilişkilendirilebilir.

Şapka ve takım elbise birlikte, yalnızca bireysel modernleşmeyi değil, aynı zamanda bir ulusun ekonomik ve toplumsal kalkınmasını simgeler. Güven metaforu olarak bu iki sembol, Sümerbank gibi bir kurumun güvenilir bir yatırım aracı ve ekonomik rehber olduğunu alegorik bir şekilde yansıtır. Bu, bireylerin ekonomik refahlarını artırırken ulusal kalkınmaya da katkı sağlayacakları bir sistemin görsel bir anlatımıdır.

4.2. "1 Lira" Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Afişte yer alan büyük 1 Lira sembolü, halkın birikimlerini Sümerbank'a yatırması gerektiğini ifade eden güçlü bir metafor ve ekonomik kalkınmanın simgesi olarak öne çıkmaktadır. Paranın grafik dilinde bir "pasta dilimi" şeklinde sunulması, kazancın bölünmesini ve bir kısmının yatırıma yönlendirilmesi gerektiğini görsel olarak anlatmaktadır. 1lira gibi değer olarak küçük bir paranın büyük bir biçimde tasvir edilmesi, küçük bireysel kazançların önemini vurgularken, ayrılmış küçük bir dilim, basit bir birikimin zamanla büyüyerek ekonomik sistemde anlam kazanabileceğini simgeler. Modern bir bina ile kuş yuvasının bir arada gösterilmesi, geleneksel aile değerleri ile modern yaşam arasındaki ilişkiyi alegorik bir şekilde yansıtarak tasarımın mesajını güçlendirmektedir. Evin mavi renkli olması önemli bir görsel detaydır. Mavi renk, huzur, güven, modernlik ve istikrar gibi kavramları çağrıştırarak bankanın, bireylerin hayallerini gerçekleştiren bir araç olarak düşünülmesini destekler.

Bu tasarım, her bireyin kazancından küçük de olsa bir parça biriktirerek ekonomik güce katkıda bulunabileceğini ima etmektedir. Sümerbank, halkın küçük birikimlerini toplayarak büyük projelere dönüştüren bir ulusal mekanizma olarak tasvir edilmiş ve bireylerin ekonomik kalkınmaya olan katkısını somutlaştırmıştır. Bu metafor, bireysel tasarrufların yalnızca bireysel refaha değil, ulusal düzeyde ekonomik büyümeye de hizmet ettiğini alegorik bir şekilde ifade eder.

4.3. Sümerbank Logosu: Anahtar Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Anahtar biçiminde tasarlanmış Sümerbank logosu, afişin sağ üst köşesinde büyük ve dikkat çekici bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu tasarım, doğrudan ekonomik refaha ve modernleşmeye açılan bir kapının sembolü olarak görülebilir. Anahtar, bireysel yatırımların kişilere daha iyi bir yaşamın kapılarını açabileceğini ifade eder. Sümerbank, bu kapıyı açan ve halkı ekonomik güvenceye taşıyan bir araç olarak sunulmuştur. Aynı zamanda, Sümerbank'ın halk için "güvenli bir yatırım" aracı olduğu mesajını güçlü bir şekilde iletir.

Anahtar, güvenlik ve emanetin bir sembolü olarak da değerlendirilebilir. Bu bağlamda, anahtar, bireylerin birikimlerini güvenle koruyan ve geleceğe yönelik muhafaza eden bir sistem olan Sümerbank'ın metaforu haline gelir ve bireylerde güven duygusu oluşturur.

Bir diğer açıdan bakıldığında, anahtarı elinde tutmak, inisiyatifin ve gücün bireyin kontrolünde olduğunu ifade etmektedir. Bu, bireyin kazancını disiplinli bir şekilde yönetebileceğini ve bu süreçte Sümerbank'ın güvenilir bir rehberlik sunduğunu ima etmektedir. Böylece anahtar, hem ekonomik güvenliğe hem de bireysel kontrolle kazanılan istikrara güçlü bir vurgu yapan metaforik bir unsur haline gelir.

4.4. "Kazancınızın Bir Kısmını Sümerbank'a Yatır" Sloganı Metaforu Ve Alegorik Anlatımı

Bu metin, bireylerin kazançlarının bir kısmını yatırıma yönlendirmesinin önemine dikkat çekmektedir. Metaforik olarak, her bireyin ülkenin ekonomik çarkına bir "dişli" gibi katkıda bulunmasını simgeler. Pasta şeklinde dilimlenmiş "1 Lira" görseli, bu mesajı görsel olarak destekler ve kazancın planlı bir şekilde bölünmesi

gerektiğini ifade eder. Metin, bireylerin tasarruf yaparken yalnızca kendi çıkarlarını değil, ulusal kalkınmayı da göz önünde bulundurmaları gerektiği fikrini alegorik bir dille aktarır. Bu yaklaşım, tasarrufu kişisel bir kazançtan öte, bir görev ve toplumsal sorumluluk bilinci olarak sunar, bireylerin ekonomik bilinçlenmesinin önemini alegorik bir şekilde vurgular.

Sonuç

Bu araştırma, İhap Hulusi Görey'in Cumhuriyet dönemi banka afişlerinde kullandığı metaforik ve alegorik anlatım unsurlarını detaylı bir şekilde inceleyerek, grafik tasarımın toplumsal mesaj iletmadaki rolünü ortaya koymayı amaçlamıştır. Görey'in tasarımları, modernleşme, ekonomik kalkınma ve bireysel sorumluluk temalarını metaforlar ve alegoriler aracılığıyla etkileyici bir şekilde görselleştirmiştir.

Araştırma, Görey'in afişlerinde yer alan şapka, takım elbise, kumbara, köylü, kuş, yuva, 1 lira, leylek, yaşlı adam, anahtar, pipo, para ve ev gibi görsel unsurların, hem bireysel hem de toplumsal anlamlar taşıyan güçlü metaforlar olarak kullanıldığını göstermiştir. Örneğin, şapka bireyin zihinsel dönüşümünü ve modernleşmeyi simgelerken takım elbise ekonomik disiplin ve bireysel başarıyı temsil etmiştir. Kuş ve yuva figürleri aile, güvenlik ve ekonomik planlama süreçlerini somutlaştıran metaforlar olarak değerlendirilmiştir. Özellikle "1 lira"nın "pasta dilimi" şeklinde tasvir edilmesi, bireysel kazançtan bir payın yatırıma yönlendirilmesi gerektiği mesajını vurgulayan çarpıcı bir görsel metafor olarak öne çıkmıştır. Sümerbank logosundaki anahtar figürü ise ekonomik güven, bireysel kontrol ve modernleşmeye açılan kapının alegorik bir sembolü olarak dikkat çekmektedir. Yaşlı adam figürü, düzenli birikim yaparak emeklilikte rahat bir yaşam sürmenin metaforu olarak kullanılmıştır. Ziraat Bankası afişinde kullanılan pipo metaforu, "huzur" ve "keyifli bir yaşam" fikrini çağrıştırmaktadır. Bu metafor, bankanın müşterilerine "kolaylıkla yuva kurma fırsatı sunduğu" fikrini desteklemektedir.

Alegorik anlatım açısından, Görey'in tasarımları yalnızca bireysel tasarruf ve yatırım çağrısı yapmakla kalmamış, aynı zamanda ulusal kalkınmanın toplumsal bir sorumluluk olduğu mesajını da taşımıştır. Örneğin, köylü figürü, Cumhuriyet'in kırsal kalkınma vizyonunu temsil eden alegorik bir unsur olarak kullanılmış, dişi kuş figürü ise kadınların hem ailede hem de ekonomik yaşamda yapılandırıcı rolüne dikkat çekmiştir. Rahat bir şekilde oturarak pipo içen yaşlı figür, köylü ya da çiftçinin de ekonomik rahatlığa, güce ve özgüvene sahip olabileceği fikrini alegorik bir şekilde ifade etmektedir. Bu tür anlatımlar, Görey'in tasarımlarında sadece estetik bir değer yaratmakla kalmamış, aynı zamanda izleyiciyle duygusal ve düşünsel bir bağ kurmayı da başarmıştır.

Sonuç olarak, İhap Hulusi Görey'in afişlerinde yer alan metaforlar ve alegoriler, bireylerin ekonomik sorumluluğunu ve ulusal kalkınmaya katkı sağlamanın önemini etkileyici bir şekilde ifade etmiştir. Bu çalışma, grafik tasarımda metaforik ve alegorik anlatımın, mesajın gücünü artırmada ve izleyiciyi etkilemede nasıl etkili bir araç olduğunu bir kez daha ortaya koymuştur. Görey'in tasarımları, Türkiye'nin modernleşme sürecinde grafik tasarımın toplumsal farkındalık yaratma ve ekonomik bilinç oluşturma işlevine dair değerli bir örnek sunmaktadır. Aynı zamanda bu araştırma, tasarımcılara metafor ve alegorik anlatımların tasarım süreçlerinde nasıl etkili bir araç olarak kullanılabileceğine dair önemli bir perspektif sunmaktadır. Bu tür anlatım araçları, markaların kimlik oluşturma süreçlerinde, sosyal mesajların etkili bir şekilde aktarılmasında ve izleyici algısını yönlendirmede tasarımcılara yaratıcı bir zemin hazırlar. İhap Hulusi Görey'in tasarımları, tasarımcılar için hem sanatsal hem de iletişimsel anlamda güçlü bir ilham kaynağı olarak değerlendirilebilir.

Kaynaklar

- Abdelfatah, E. (2022). The allegory and metaphor in visual arts. Seeing across disciplines: The book of selected readings, 36-43.
- Ang, S. H. & E. A.C. Lim (2006). The influence of metaphors and product type on brand personality perceptions and attitudes. *Journal of Advertising*, 35(2), 39-53.
- Coşkun, M. (2006). Klâsik Türk şiirinde mürekkep istiare, temsili istiare ve alegori. *Bilig/Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 0(38), 51-70.
- Çobanoğlu, E. (2022). Reklam tasarımında Zaltman metafor çıkarım tekniği (Zmet). *Journal of History School*, 60, 3499-3526.
- Dündar, F. N. (2022). Afiş tasarımında metafor kullanımı. *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat*, 7(15), 167-176.
- Er, M. (2012). İhap Hulusi Görey'in Cumhuriyet Dönemi afişlerinin göstergebilimsel açıdan incelenmesi. *Türkbilig/Türkoloji Araştırmaları Dergisi*, 13(23), 115-132.
- Ersan, M. ve Aras, O. (2023). Grafik tasarımda alegori ve İKSV afişleri örneği. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 6(2), 50-74.

- Göksel, G. (2013). Reklamda Yaratıcılık ve Yazarlık. (3015). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Hampton, R. E. (1990). The rhetorical and metaphorical nature of graphics and visual schemata. *Rhetoric Society Quarterly*, 20(4), 347-356.
- Johns, B. (1984). Visual metaphor: Lost and found. *Semiotica*, 52(3-4). doi:10.1515/semi.1984.52.3-4.291.
- Kaya, S. E. (2024). İhap Hulusi Görey'in afiş tasarımlarının içerik 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>
- Lakoff, G. & Johnson, M. 2005. Metaforlar: Hayat, Anlam ve Dil. (G. Y. Demir, Çev.), Paradigma Yayıncılık, İstanbul.
- Merter, E. (2008). Cumhuriyet'i Afişleyen Adam İhap Hulusi Görey 110 Yaşında. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Serin, A. Y., Sülün, E. N., & Yavuz, E. (2010). Çağdaş dünya ve Türk afiş sanatı bağlamında, Türk afiş ustası İhap Hulusi Görey'in tamamlanmamış afişlerine bir eleştirel bakış. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*(17), 113-129.
- Şenkal, Y. (2016). Fırçanın dilinden İhap Hulusi Görey: Yalova Kaplıcaları afişinin göstergebilimsel çözümlemesi. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (44).
- Tarlakazan, E. & Tarlakazan, B.E. (2023). Film afişlerinde metaforik anlatım. *Turkish Studies*, 18(4), 1683-1700. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.69800>
- Tepecik, A. (2002). Grafik Sanatlar- Tarih -Tasarım-Teknoloji. Ankara: Detay ve Sistem Ofset.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık.
- Zişan, G. Ü. R., & YÜCEL, Ş. (2024). Türk Resim Sanatında alegori, metafor ve sembol. *The Journal of Social Sciences*, 65(65), 676-706.

Görsel Kaynakça

- Görsel 1. Ziraat Bankası Afişi. <https://www.bitmezat.com/urun/3153955/dergiden-cikma-sumerbank-reklami-ihap-hulusi-cizimi>. (Erişim Tarihi: 24.09.2024).
- Görsel 2. Yapı ve Kredi Bankası Afişi. <https://www.ulusal.com.tr/yasam/cumhuriyeti-afisleyen-adam-ihap-hulusi-gorey-ve-10-eseri-15014907>. (Erişim Tarihi: 24.09.2024).
- Görsel 3. İş Bankası Afişi. <https://www.onlinemuzayede.com/urun/3285743/bir-ihap-hulusi-afisi-1949-is-bankasi-kadin-hesaplari-ozel-ikramiye-cekilisi-rek>. (Erişim Tarihi: 24.09.2024).
- Görsel 4. Sümerbank Afişi. <https://www.bitmezat.com/urun/3153955/dergiden-cikma-sumerbank-reklami-ihap-hulusi-cizimi>. (Erişim Tarihi: 24.09.2024).

METAPHOR AND ALLEGORICAL EXPRESSION IN İHAP HULUSİ GÖREY'S BANK POSTERS

Yasemin Uzun

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the metaphorical and allegorical narratives in the bank posters of the Republic period by İhap Hulusi Görey, the first professional graphic designer of Turkey. In addition, it is to reveal the creative narrative power of the artist in visual communication and how he conveys social messages with visual elements. In the research, a total of four poster designs prepared by Görey for Ziraat Bankası, Yapı Kredi Bankası, İş Bankası and Sümerbank were examined based on the information obtained through the literature review method. Document analysis, which is one of the qualitative research methods, was used in the research. Visual elements such as hat, suit, bird, nest, piggy bank, modern house, villager, 1 lira in the posters were examined with a metaphorical and allegorical approach and the message intended to be given was interpreted by considering the poster as a whole. In particular, the figure smoking a pipe was analyzed as a metaphorical reflection of the financial comfort and sense of security brought by saving money. The stork was interpreted as a metaphor for the dream of individuals or families to own a new home. The presentation of the 1 lira coin as a "pie slice" visually conveys that a portion of the earnings should be directed to investment. The figure of the peasant (farmer) is symbolized not only as an individual saver but also as a fundamental element of national production and national development. This research presents a new perspective through the works of İhap Hulusi Görey by revealing the effect of metaphor and allegory in graphic design and visual communication. The research has shown that Görey's designs are not only aesthetic products, but also visual representations of the economic and cultural vision of the Republic.

Keywords: İhap Hulusi Görey, poster design, metaphor, allegory, visual communication, symbolic expression.