



## Semiotics Analysis of Turkish Republic's Corporate Image in Early Republican Era

Ali Çağan Uzman<sup>1</sup>

**Abstract:** Corporate(institutional) image is the image that emerges in the minds of the target audience that an organization wants to achieve. This definition also applies to government agencies. Corporate image in Turkey's history is especially vital during the establishment of the Republic. Young's Republic, both diplomatic, as well as be able to develop both economic relations in order to reach citizens a prosperous life, the great leader Mustafa Kemal Atatürk, the leadership of the new nation quickly, get rid of the image of the Ottoman describe as sick man of Europe, it is necessary to attain the young, dynamic and Western images Turkey . Within this framework, architecture, painting, graphic arts and design as well as many more nice Turkey's corporate image with different ways have been tried to be formed. The purpose of this study is to analyse this corporate image building adventure with semiotics.

**Keywords:** Semiotics, Corporate Image, İhâp Hulusi Görey, Early Republic Era

## Erken Dönem Türkiye Cumhuriyeti Kurumsal İmajının Göstergebilimsel Analizi

**Özet:** Kurumsal imaj, bir kurumun ulaşmak istediği hedef kitlenin zihninde ortaya çıkan resimdir. Bu tanım devlet kurumları için de geçerlidir. Kurumsal imaj Türkiye tarihinde özellikle Cumhuriyet'in kuruluş döneminde hayati önem taşımıştır. Genç Cumhuriyet'in, hem diplomatik, hem iktisadi ilişkilerini geliştirebilmesi hem de vatandaşın müreffeh bir yaşama kavuşabilmesi için, ulu önder Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde yeni ulusun hızla, Avrupa'nın hasta adamı şeklinde nitelendirilen Osmanlı imajından kurtulup, genç dinamik ve Batılı Türkiye imajına kavuşması gerekmektedir. Bu amaç çerçevesinde, mimari, resim, grafik tasarım gibi pek çok sanat dalı ve daha nice farklı yollar ile Türkiye'nin kurumsal imajı şekillendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmamızın yazılış amacı işte bu kurumsal imaj inşası serüvenini göstergebilim ile analiz etmektir.

**Anahtar Kelimeler:** İhâp Hulusi Görey, Kurumsal İmaj, Göstergebilim, Erken Cumhuriyet Dönemi

### 1. GİRİŞ

I. Petro veya Deli Petro Rus Çarlığını geri kalmış Asya ülkesi imajından kurtarıp, onu döneminde çağdaş Avrupa ülkesi görünümüne büründüren, Rus tarihinin en çok hürmet edilen liderlerinden biridir. Her ne kadar Rusya'yı modernleştirse dahi Türk tarihinde ona "deli" sıfatının yakıştırılması kendisinin gözü pek ve savaştan çekinmeyen hamlelerinden kaynaklanmaktadır. Petro, daha gençlik yıllarında saraydan kaçmış ve Avrupa

ülkelerini ziyaret etmiştir, yağız uzun boylu bir delikanlı iken, Hollanda tersanelerinde çalışarak gemiciliği öğrenmiş ve Avrupa turu sırasında çağdaş Batı imajını aklına kazımıştır. Rusya'ya döndüğünde otoriter bir şekilde halka rağmen reform programları uygulamıştır ve başarıyla Rusya'nın kurumsal imajını değiştirmiştir. İmaj değiştirmek için önce, başkenti Moskova'dan Batı mimarisiyle sıfırdan inşa ettirdiği St. Petersburg'a taşınmıştır (Sergei, 2013, 13-14 ve 20). Ardından, halkına kıyafet reformu yapmış ve geleneksel

<sup>1</sup> Beykoz Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, İstanbul  
\*Corresponding author (İletişim yazarı):  
[alicanuzman@beykoz.edu.tr](mailto:alicanuzman@beykoz.edu.tr)

Citation (Atf): Uzman A. Ç., (2019). Erken Dönem Türkiye Cumhuriyeti Kurumsal İmajının Göstergebilimsel Analizi, Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3 (1): 9-25

kiyafetler yerine batılı giysileri giyilmesini talep etmiştir. Bu noktada kalmayıp üstüne dönem Rusya'sında son derece popüler olan arzuya bağlı sakal uzatmayı yasaklamış ve sakal vergisi tahsis etmiştir (Walsh, 2015, s. 10). Petro'nun reformları ardından Rusya eski uzak, gelişmemiş ülke imajından kurtulup çağdaş güçlü Avrupa ülkesi imajına sahip olmuştur ve daha sonra Petro'nun ardılları dönem Avrupası'nın en güçlü kara ordusuna ve bilimde son derece ileri bir yere sahip ülkesi Fransa ile eşit şartlarda ittifak yapmıştır. Benzer şekilde, Petro'dan yıllarca sonra Japon İmparator'u Meiji ülkesinin geri kalmış imajını Petro'ya benzer kılık kıyafet reformlarıyla, başkentini yenilemesiyle (Edo önceki ismi, Meiji döneminde Tokyo oldu) ve sanayi hamleleriyle geride bırakarak, Batılı bir kurumsal imaj yaratmıştır (Hunter, 2005, s. 10, 28). Bu başarıyla ilişkili bir şekilde, 19'yy'ın en güçlü ve bilimsel açıdan en ileri devleti olan İngiltere ile eşit şartlarda ittifak imzalayarak Batı'ya denk olduğunu göstermiştir (Armaoğlu, 2014, s. 743). Bu iki örnekte de daha önce çağdaş Batılı ülke olarak görülmeyen Rus Çarlığı ve Japon İmparatorluğu reformlar vasıtasıyla kurumsal görüntülerini yenilemiş ve Avrupa'ya denk olarak görmüşlerdir. Günümüzde bile pek çok akademisyen Japonya'yı Batılı (Miller, 2004, s. 9-12) ve Rusya'yı ise her ne kadar doğulu (Slavophil) ve Batılı tartışması arasında kalsa da gelişmiş ve çağdaş olarak görmektedir ( Rusya demokratiklik açısından eleştirildiği için tam anlamıyla Batılı olarak görülmemektedir) ( O'Loughlin, 2005, s. 26-27).

Mustafa Kemal Atatürk dönemi Türkiye Cumhuriyet'ine bakıldığında ise, Çar Petro ve İmparator Meiji ile benzer şekilde batılılaşma programı ile bağlantılı şekilde kurumsal imajın yenilenerek ülkeye çağdaş bir görüntü kazandırma kaygısının var olduğu görülmektedir. Atatürk'te bahsedilen iki lider gibi kıyafet reformu yapmıştır ve önceki başkent olan İstanbul'u değiştirerek batılı Türkiye ile bağdaşır bir şekilde modern bir başkent inşasına çaba harcamıştır. Üç örnekte de kıyafet reformu ülkelerine batılı ve çağdaş bir görüntü kazandırma çabası taşırken, başkentini yenilenmesi veya değiştirilmesi eski geleneksel hükümetlerle uzaklaşıp yeni bir başlangıç yapma hamlesiyle bağdaşmaktadır. Ancak, Türkiye örneğinde kurumsal imaj yenilenmesi sadece kıyafet reformları ve başkent değişimi ile sınırlı kalmamış toplumun her kesimine yönelik mesajlar içeren, eski Anadolu Medeniyetlerinden de Batı kültüründen de yararlanan kapsayıcı ve orijinal bir çaba olarak öne

çıkıştır. Çalışmamızın amacı erken Türkiye'nin Batılılaşma ve Çağdaşlaşma yolunda izlediği bu kurumsal imaj yenilenme çabasının afiş ve fotoğraf gibi materyal örneklerinin göstergebilim analizi metotları ile incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, öncelikle çalışmamızda kullanılan yöntemlerden bahsedilmesinin ardından, literatür özeti yapılacaktır. Daha sonrasında çalışmamızın daha kapsayıcı bir nitelik kazanması için Dünya tarihinde ve Türk tarihinde kurumsal imaj kullanımına örnekler verilecektir. En nihayetinde, Erken Cumhuriyet dönemi kurumsal imaj inşası çabaları incelenecektir.

### 1.1. Yöntem

Çalışmamızda erken dönem Cumhuriyet döneminde kurumsal imaj yaratımında görsel öğelerin kullanımı incelenecektir, bu amaç doğrultusunda görsel bilim analiz metotları kullanılmıştır. Görseller analiz edilirken gösterilen, gösteren, eylem gibi terimlerden yararlanılacaktır. Analizde kullanılacak olan temel kavramların kaynağı ise Roland Barthes'in yazdığı "Göstergebilim İlkeleri" eseridir. İlgili terimler ve alakadar göstergebilim kavramı detaylı olarak ilgili bölümde açıklanacaktır.

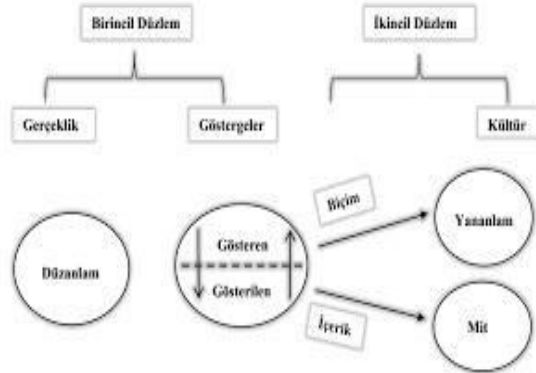
### 1.2. Kurumsal İmaj Nedir?

*"Kurumsal imaj, bir kurumun ulaşmak istediği hedef kitlenin zihninde ortaya çıkan resimdir. Diğer bir deyişle kurumsal imaj, hedef kitlenin zihninde, kurum kimliğine yüklenen sıfatlar hakkında varılmış yargılar bütünü olarak ifade edilebilecektir. Ayrıca, kurumların nasıl bilindiklerine, tanındıklarına veya algılandıklarına ilişkin değerlendirmeler bütünüdür."* (Çetin ve Tekiner, 2015, s. 419-420). Her ne kadar kurumsal imaj kavramı, kurumsal kimlik kavramı gibi genelde piyasada bulunan şirketlerin markalaşma çabası içinde ele alınsa da, kurumsal imaj devlet ve devlet ile alakadar kurumların analizinde de kullanılabilir. Devletler tarih boyunca belli ideolojiler veya dinlerden yola çıkarak kendilerini tanımlamış ve meşrulaştırmışlardır. Mısır Firavun'u Ramses Tanrıların kanunlarını uygulayan ve adaleti yeryüzüne taşıyan kişi olarak kendini meşrulaştırırken, günümüz Çin Komünist Partisi ise çok partili seçimlerin olmayışını halkın çıkarlarını zaten komünist partisi sağlamaktadır başka partiye gerek yoktur söylemi ile meşrulaştırmaktadır. İki örnekte de görüldüğü üzere Antik Mısır'da çağdaş Çin'de halkları ve uluslararası kamuoyu ve devletler platformu zihinlerinde belirli bir imaj

yaratmaya çalışmaktadır. Bu imaj yaratımı, mimari, afişler, fotoğraflar, duvar kabartmaları, mozaikler, bayraklar, heykeller, üniformalar gibi göstergebilimin analiz edebileceği pek çok farklı estetik unsur kullanılarak yapılabilmektedir.

### 1.3. Göstergebilim ve Barthes Modeli

“Göstergebilim, çeşitli kanallar ve medya aracılığıyla iletilen çeşitli türdeki işaretlerin, sosyal olarak örgütlenmiş ve evrimsel olarak üretilen işaret sistemlerinin ve işaretleme veya semiosis koşullarının incelenmesini içeren geniş bir alandır(yani, işaretlerden anlam çıkarma süreçleri). Tıp, felsefi geleneklerde, semptom veya işaret olarak eski Yunanca simülasyon formasyonlarına, etimolojik olarak semantik ve semiyotik kavramlarına öncülük eden izlenebilir” (Prior, 2014,s. 160). Tanım özetlenirse, göstergebilim çeşitli görsel öğelerin ilettiği mesajları analiz etmeye çalışan bilim dalıdır. Göstergebilim üzerine çalışmış pek çok akademisyen olmasına karşın çalışmamızda anlaşılır ve esnek yapısından ötürü Roland Barthes’in modeli kullanılacaktır. Barthes “Göstergebilim İlkeleri “ adlı eserinde de belirttiği üzere, göstergelerin anlaşılması esnasında farklı öğelerden yararlanılmaktadır. Bunlar ikililer olarak gruplandırmıştır: “Dil ve Söz”, “Gösterilen ve gösteren”, “Dizim ve Dizge”, “Düz anlam ve Yan anlam” (Barthes, 1979, s. 3, 26, 52, 86).



Şekil 1. Barthes'in Şeması

Barthes kitabında bu farklı öğelerin göstergebilim öğelerinin bir görsel analiz etmede kullanımları sırasında ilişkilerini gösteren yukarıdaki şemaya göre (şekil-1), düz anlam bir terimin gerçek

anlamını ifade eder. Yan anlam ise o terime o terim ile etkileşime geçenler tarafından verilen manalardır. Birincil düzlem ve ikincil düzlem ise bir terimin gösterge analizi yapılırken dikkat edilen unsurlarla alakalıdır. Birinci düzlem okumasında o terimin düz anlamına gerçeklikler üzerinden yoğunlaşırken, ikincil düzlemde yan anlama ve dolayısıyla terime çeşitli manaları yükleyen kültür bağlamında terimi ele almaktır. Dolayısıyla, terimi yani göstereni inceleyen kişi kendi kültüründen hareketle ikincil düzlem analizinde daha sübjektif bir yorum yapacaktır. Diğer yandan birincil düzlem okumaları ise göstergenin dışsal unsurlarına yoğunlaşacağından daha objektiftir ve kişiden kişiye daha az değişim gösterir (Cilvelek Oruç ve Türkay, 2018, s. 317).

## 2.ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİ KURUMSAL İMAJINDA TARİHİ ETKİLER

Çalışmamızın bu kısmında Erken Cumhuriyet dönemi kurumsal imaj yaratımını daha kapsamlı bir şekilde analiz edebilmek için, Roma(Helen etkisi ile birlikte)→ Bizans→ Erken ve geç Osmanlı → Cumhuriyet şeklinde analiz edilecektir. Bu şekilde bir yol izlemenin nedeni Erken Cumhuriyet dönemi kurumsal imaj yaratımı sırasında Anadolu Medeniyetleri kültüründen özellikle, Grekoromen ve Hitit kültürel etkilerinden sıkça yararlanmışlardır. Osmanlıya bakışın sebebi ise, Türkiye'nin Osmanlı'ya atfedilmiş olan hasta adam imajından uzaklaşıp çağdaş devlet olma çabasıyla alakadardır, Cumhuriyet'in son dönem Osmanlı imajından nasıl sıyrıldığını görmek için ve Cumhuriyet İmajının yaratımında kat edilen yolun da analizi açısından Osmanlı kurumsal imajına değinmek uygun görülmüştür.

### 2.1. Roma ve Bizans Kurumsal İmajı

#### 2.1.1. Roma

Roma İmparatorluğu Batı Medeniyetinin beşiği olarak kabul edilmektedir, her ne kadar İmparatorluk olarak ün kazanmışsa da tarihinin bir kısmında cumhuriyet rejimi ile yönetilen bu devlet kurumsal imaj açısından değerlendirildiğinde, kendisini anmamızı ve Roma kültür ve devlet karakterini görmemizi sağlayan pek çok eser bırakmıştır.



Soldan sağa, **Şekil 2.** Bozdoğan Kemer, **Şekil 3.** Kartal Sancağı, **Şekil 4.** Kolezyum ve **Şekil 5.** Romalı Aristokrat

Yukarıda mimari ve kültürel değerler olarak karşımıza çıkan çeşitli Roma eserleri görülmektedir, şekil 2.'de İstanbul'da bulunan 373 yılında inşa edilmiş Bozdoğan su kemeri, onun solunda Roma lejyonlarının kullandığı kartal sancağı (şekil 3.) ve onun solunda ise Roma mimarisinin en akılda kalan eserlerinden Kolezyum görülmektedir (şekil 4.). En solda ise bir Roma Aristokrati Roma Mor'u de denilen togası ile karşımıza çıkmaktadır (şekil 5.).

Bu eserlerin göstergebilimsel analizi yapıldığında, ise su kemerinin klasik tip mimari ile dayanaklı ve işlevsel şekilde inşa edildiği görülmektedir, hafif eğimle taş kullanılarak inşa edilen bu kemer yer çekiminden yararlanarak uzun mesafeler boyunca su taşıyabilmektedir. Yan anlam açısından değerlendirildiğinde ise, Romalıların halk sıhhatine ve refahına ne derece önem verdikleri görülmektedir. Dünyanın çoğu kenti su temini için nehir kenarına kurulum, hem temizlik, hem içme suyunu doğrudan nehirlerden sağlarken Romalıların su temini bu şekilde kemerlerle sağlamaları onların halk refahına ve sıhhatine kaynak ayırmaktan çekinmediklerini göstermektedir.

Şekil-3'te görülen sancak ise düz anlam ile değerlendirildiğinde balmumundan imal edilmiş, altın rengine boyanmış, kanatlarını açmış bir kartal figürü görülmektedir. Yan anlam açısından değerlendirildiğinde ise, kartalın Romalılar için temsil ettiği değerlerin etkisi anlaşılmaktadır. Diğer eski çağ toplumları gibi özünde tarım toplumu olan Romalılar fareleri ve pek çok diğer canlıyı avlayan mağrur ve güçlü duran, göklerdeki bu hayvandan etkilenip onu ordularının simgesi olarak kullanmışlardır. Tarih boyunca Romalılarından etkilenen pek çok diğer ülkede onları örnek olarak alıp kartalı kullanmışlardır: ABD, Nazi Almanya'sı, Napolyon Fransa'sı, Rusya, Selçuklu ve Bizans bunlardan sadece bir kaçıdır.

Üçüncü eser ise Kolezyum'dur, bu eser Roma İmparatorluğunun pek çok yerinde bulunan arenalar arasında öne çıkmaktadır, Yunan yarım hilal şekilli Odeonları ile kıyasla bu eserler tam daire ya da elips şekillindedir ve amacı yine halk hizmeti olan eğlence /kültür açısından halka hizmet sunmaktadır. Bugünün değerleri ile bakıldığında, arenalar insanların birbirleriyle ölümüne dövüştürüldüğü ve hayvanlara yedirildiği barbarca eğlenceler olarak görülse de, dönem Romalı halkı için bunlar hem geçmiş savaşların tarihilerini anma olarak kültür faaliyeti hem de arkadaşlarla ve aile ile gidilebilecek bir tür sosyal faaliyet olarak yararlanılmaktaydı (Low Chappell, 2014, s. 3-4). Dolayısıyla, düz anlam olarak bu yapı ele alındığında, hem Roma mimarisinin başarısı görülmektedir. Ayrıca, eğlencenin halk yaşamındaki yerinin altı çizilmektedir. Yan anlam açısından değerlendirildiğinde ise su kemerlerinde olduğu gibi Roma devleti için kamu hizmetlerinin ne derece önemli olduğu öne çıkmaktadır. Yine büyük boyutlarda, dünya harikası olarak sınıflandırılacak Taç Mahal veya Gize Piramitleri gibi yapılar, her ne kadar önemli ve haşmetli olsa su kemerleri veya arenalar gibi kamu hizmeti için inşa edilmemiştir.

En sağda ise bir Romalı Aristokrat, Roma moru denen renkte bir toga(Romalı giysisi) ile görülmektedir. Romalılar bu rengin elde edilmedeki güçlüğünden dolayı moru aristokrasi rengi olarak kabul etmişler ve imparatorlar hep bu renkte giyinmiştir. Aynı gelenek Bizans'ta da devam etmiştir ve alttaki bölümde de Justinien'i mor giysi ile görmekteyiz.

## 2.1.2. Bizans



Soldan sağa, **Şekil 6.** Justinien ve heyeti, **Şekil 7.** Justinien Ayasofya'yı sunarken

Roma İmparatorluğunun ardılı olan Bizans İmparatorluğu, 375 yılında Batı Roma'nın düşüşünden itibaren Fatih'in İstanbul'u fethine kadar varlığını sürdürmüştür. Bu süre zarfında, tarihinin çoğunluğu boyunca putperest olan Batı kısmına karşın, Bizans kuruluşundan itibaren Hristiyanlığı benimsemiş ve kurumsal imajına bu tercih yansımıştır. Ancak yine Roma gibi kamusal inşalar bu imparatorluğunda karakterinde rol oynamıştır.

Yukarıda ki görseller, gösterebilimsel analiz edildiği zaman, Bizans'ın kamusal imajı hakkında daha fazla bilgi edinilebilir. En sağdaki imaj Ravenna'da bulunan San-Vital kilisesindedir. Bu görselde Bizans'ın en öne çıkan Ayasofya'yı inşa eden ve İtalya ve Tunus'u fetheden imparator Justinien görülmektedir. Düz anlam olarak bakıldığında mor kıyafeti içindeki Justinien'in solunda onun ünlü generali Belesarus ve askerler görülmektedir, sağında ise papazlar yer almaktadır. İmparator tacı ve kafasının etrafındaki halo ile öne çıkmaktadır. Yan anlam açısından aynı resim yorumlandığında ise imparatorun iki unsur üzerinde durduğu görülmektedir, papaz sınıfı ve ordu. Aynı zamanda imparator kendini kutsal biri olarak göstermektedir halo sayesinde. Son olarak imparator daha önceki Batı Roma imparatorları gibi mor kıyafet giymektedir bu da onun meşruiyet kaynağı olarak görülmektedir.

İkinci görsel ise Ayasofya'dandır, yine Justinien daha yaşlı haliyle ve mor kıyafet ve halosuyla (başının etrafındaki çember figürü) görülmektedir. Bu resimde ise kendisi Hz. Meryem'e Ayasofya'yı sunarken resmedilmiştir. Yan anlam olarak bu resim analiz edildiğinde, imparator dinin ve tanrının hizmetkarı olduğu imajı verilmektedir. Roma'daki kamu hizmeti geleneği İmparatorun kilise inşasıyla devam etmiştir ancak halka hizmet yerine dine hizmet ögesinin altı çizilmiştir.

## 2.2. Osmanlı'da Kurumsal İmaj

Osmanlı İmparatorluğu'nun kurumsal imajı dönemden döneme Avrupa nezdinde değişiklik göstermiştir. Yükselme döneminde, korku ile anılan Osmanlı gerileme dönemlerinde ise Avrupa'nın hasta adamına dönüşmüştür. Diğer bir farklılık ise, yükselme döneminde devlet teşkilatı Batı'dan hayli farklılık taşıırken ve pek çok kendine has teşkilatı bulundururken, Tanzimat döneminden itibaren batı tarzı bakanlıklar kurulmuş ve eğitim kurumları açılmıştır. Dolayısıyla Batı ve Osmanlı arasında kurumsal imaj açısından farklılıklar azalmıştır.

### 2.2.1. Batılılaşma Öncesi Osmanlı Kurumsal İmajı



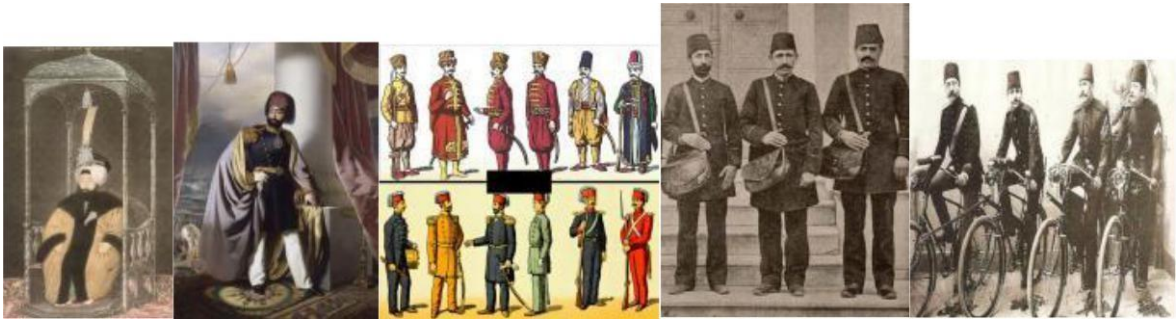
Soldan sağa, **Şekil 8.** Fatih'in Batılı tarzda portresi, **Şekil 9.** Yeniçeriler resmi törende

Osmanlı İmparatorluğu, yükselme döneminde iken Avrupa devletlerinin kendisi karşısında sık sık koalisyonlar ve haçlı ittifakları kurduğu bir tehdit olarak algılanmaktaydı. Osmanlı bilinmeyen kıyamet taşıyıcısı olarak görülmekteydi. Fatih dönemi Osmanlısı İtalya'ya çıkartma yaparken, Kanuni ise Viyana kapılarına dayanmıştı. Korku ile alakadar olarak pek çok Batılı düşünür ve din adamı Osmanlı'nın yükselişini yakın zamanda kopacak olan kıyamete bağlamaktaydı. *"Tanrı Osmanlıyı bela olarak ve bizi sınamak için göndermişti, Osmanlı bu nedenle yenilememekteydi."* (Kılıç, Ş., 2013, s. 116). Ancak bu imaj duraklama döneminde değişmeye başlamış ve Osmanlı ile diplomasi, doğuya giden gezginler ile Osmanlı korku unsurundan mistik bir diyara dönüşmüştür. Gerileme döneminde ise Avrupa'nın Osmanlıya karşı iktisadi ve teknolojik üstünlüğü ile birlikte Osmanlı algısı, yavaş yavaş Avrupa'nın hasta adamına dönüşmüştür.

Kurumsal imaj açısından yukarıda ki eserler göstergebilimsel analiz edildiğinde farkı sonuçlar çıkmaktadır, ilk olarak en soldaki Fatih'in portresi ele alındığında, düz anlam ile bakıldığında Doğu tipi giysiler ile Batılı tarzda bir portre çizildiği görülmektedir. Yan anlam açısından bakıldığında ise Fatih'in Avrupalı Krallar gibi portre yaptırması, Osmanlı'nın Batı'dan Batılılaşma öncesi de etkilenmiş olduğunu gösterir. Soldaki görselde ise Yeniçerilerin resmi geçişleri resmedilmiştir. Düz anlam açısından bakıldığında, Yeniçerilerin yine Batı'da icat edilmiş tüfekler ile gösterişli batı tarzından uzak kıyafetler kullanmaktadırlar. Yan anlam açısından bakıldığında, yine Osmanlı'daki

kendine has kurumları ve Doğu-Batı sentezi görülmektedir. Aynı zamanda Askeri kültürün oluşmakta olduğu ve askerliğin sadece savaşmaktan ibaret olmayan bir mesleğe dönüştüğü fark edilmektedir. Dolayısıyla Batılılaşma öncesi Osmanlı yine Batı'nın etkisi olduğu, kendine has kurumları olan, Batı tarafından yükselme döneminde korkulan ama duraklama döneminde merak unsuru olan ve gerileme döneminde ise hasta adam olarak görülen bir devlettir.

### 2.2.2. Batılılaşma ile Osmanlı Kurumsal İmajı



Soldan sağa, **Şekil 10.** II. Mahmut'un reform öncesi ve sonrası portreleri, **Şekil 11.** reform öncesi ve sonrası uniformalar, **Şekil 12.** Batılılaşma sonrası Osmanlı postacıları, **Şekil 13.** Osmanlı postacıları bisikletleri ile

Osmanlı İmparatorluğu çeşitli reform programlarının istenen sonucu vermemesinin ve Batı karşısında alınan askeri yenilgilerin ardından, çarenin Batılılaşmada olduğunu anlamıştır. Dolayısıyla, Tanzimat Fermanı ile başlayan süreç çerçevesinde Osmanlı hızlı bir Batılılaşma ve Reform programına başlamıştır. Bu çerçevede Batı tarzı okullar, devlet kurumları, bakanlıklar, askeriye ve çeşitli kamu hizmeti teşkilatları kurulmuştur. Her ne kadar bu reformlar Osmanlı'nın karşılaştığı sürekli dış baskı, kapitülasyonlar sebebiyle ekonomisinin dışa karşı mücadele edememesi, ülkenin azınlıklarının bağımsızlık mücadeleleri ve düşük eğitim düzeyi gibi sebeplerle istenen sonuçlara ulaşamamış olsa da, Osmanlı'nın feodal ve çağ dışı görüntüsünü bir nebze modernleştirmeyi başarmıştır. Ancak kılık kıyafette Batının doğrudan izlenip şapka takılması yerine fes kullanımı ve sarıkların yoğun olarak takılmaya devamı gibi durumlar sebebiyle ülkenin kurumsal imajı bir nebze ileriye gitmiş olsa da Batı'ya denk olarak hala kabul edilmemiştir.

Yukarıda ki görseller analiz edildiğinde, en solda Padişah II. Mahmut'un kıyafet reformu öncesi e sonrasında yapılmış portreleri görülmektedir. İlki

geleneksel kıyafetlerle, minyatürlere benzerken ikincisi arka plan kullanımı ve poz ile tam anlamıyla Batılı Kralların portrelerine benzemektedir. Ayrıca yan anlam açısından daha atik ve kabiliyetli bir izlenim vermektedir.

Ortadaki görsel de ise gene reform öncesi ve sonrası kullanılan kılık kıyafet gösterilmiştir, Batılılaşma açısından bahsedildiği gibi bir gelişme olsa da, istenilen durumdan uzaktır. En sağdaki iki fotoğrafta ise aynı dönemde kurulan posta teşkilatı memurları ve aynı memurların bisiklet kullanırken ki halleri gösterilmiştir.

II. Mahmut'un ilk portresi ile kıyasla bisikletli Osmanlı memurları ülkenin imajı açısından alışılmamış ve modernleşmeye katkıda bulunmuşlardır.

Yine de ülkenin imajı açısından bir nebze modernleşmiş olursa olsun, Osmanlı'nın Batılılaşma çabalarının sonrasında bile art arda aldığı yenilgiler ve iktisadi sorunları ile azınlık ayaklanmaları ve bağımsızlıkları hasta adam imajını güçlendirmiştir.

### 3. ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİ KURUMSAL İMAJI

Erken Cumhuriyet dönemi kurumsal imajı dönem kurucularının perspektifiyle önemini kavramak amacıyla önce 1920ler Türkiye'sinin durumunu anlayabilmek şarttır. Kurtuluş Savaşı'nın hemen ardında, Türkiye Osmanlı mirasını tüm yüküyle sırtlanmış, hala kapitülasyonların esaretinde ve Osmanlı'dan arta kalan ve son yüzyılın savaşlarıyla ciddi derecede yıpranmış, eğitim düzeyi düşük, kapital birikimi az bir nüfusa sahipti. Zorlukla elde edilmiş siyasi bağımsızlığı korumak için iktisadi bağımsızlık şarttı, bu hususta Atatürk şöyle demiştir: *“İstiklâl-i tam, bizim bugün deruhte ettiğimiz vazifenin ruh-u aslıdır. Bu vazife bütün millete ve tarihe karşı deruhte edilmiştir. Bu vazifeyi deruhte ederken, kabiliyeti tabikiyesi hakkında şüphe yok ki çok düşündük. Fakat netice olarak hasal ettiğimiz kanaat ve iman, bunda muvaffak olabileceğimize dairdir. Biz böyle bir ise başlamış adamlarız. Biz yaşamak isteyen, haysiyet ve şerefiyle yaşamak isteyen bir milletiz. İstiklâl-i tam denildiği zaman tabii ki siyasi, mali iktisadi adli, askeri, her hususta istiklâl-i tam demektir. Bu saydiklarımızın herhangi birinde istiklalden mahrumiyet millet ve memleketin hakiki manasıyla bütün istiklalini mahrumiyeti demektir.”* Bu amaç doğrultusunda, Türkiye'nin hızlıca geri kalmış Osmanlı imajını bırakarak Batılı gelişmeye hazır ve Komünizm (SSCB'den alınan yardımlar nedeniyle) den uzak ülke imajı elde etmeliydi. Bu amaç doğrultusunda Lozan görüşmelerinin öncesinde İzmir İktisat Kongresi toplandı ve Dünya'ya ülkenin dış sermayeye açık olduğu mesajı verildi (Şubat –Mart 1923) (Oran, 2002, s. 95-139).

Elbette, kapitülasyonlardan kurtulmak ve yabancı sermaye çekmek için, Türkiye'nin Batılılaşmada hızlanması ve daha da önemlisi an itibarıyla Batılı imajı vermesi gerekmektedir. Kapitülasyonlar ve sermaye ile imajın alakası şu noktadan kaynaklanır, kapitülasyonların bir kısmının hukuki ve mantıksal meşrulaştırılması Osmanlı'da şerri hukuk

uygulanışındandır, dolayısıyla Batılı ülke vatandaşının şerri hukukla yargısına itiraz ettiğinden kapitülasyonların kaldırılmasına bu alanda da karşı çıkmaktadır. Bu durumla alakadar olarak zaten, laiklik kavramı Lozan görüşmeleri sırasında sıkça kapitülasyonlara karşı savunma olarak kullanılmıştır. Diğer yandan, dönem Dünya topraklarının çoğu (Afrika'nın tamamı ve Asya'nın ¾ ünden fazlası) Batılı Emperyalist ülkelerin kontrolündeydi, dolayısıyla dünya sermayesinin sahibi Batı ülkeleriydi ve iktisadi kalkınmayı hızlandırmanın önde gelen yollarından biri Batı sermayesini çekmekti. Batılaşmış, hukuki ve diğer açılardan modern bir ülke olmak bunu kolaylaştırıcı nitelikteydi. Dolayısıyla İzmir İktisat Kongresi ve toplumsal reformlar ile Batılılaşma hedefleri Lozan öncesi dönemde ve sonrası dönemlerde de devam etmiş ve Türkiye hızla kurumsal imajını bu alanda şekillendirmiştir.

#### 3.1. Devlet Kurumlarında Batılılaşma ve Kurumsal İmaj

Yukarıda ve girişte de bahsedildiği üzere Türkiye 1920ler ve 1930lar da yoğun bir Batılılaşma çabasına girmiştir, bu çaba hem Lozan görüşmelerinde hem de daha sonra ekonomik bağımsızlık, dış yatırım gibi konularla alakadar da olsa, Batılılaşma araç değil amaç şeklinde alınmıştır. Bu amaç çerçevesinde, Batılı gibi görünme yani Batılı bir Türkiye kurumsal imajı da önem verilen noktalardan biri olmuştur. Kurumsal imaj çerçevesinde, Batılı olmanın bir yolu da Doğu denince akla gelen Oryantalist ressamlarının sıkça eserlerinde yer verdiği, harem ve şeriat gibi unsurlarla geri kalma konusunda kalıplaşmış Osmanlı'nın kurumsal imajından uzaklaşmak da Türkiye'nin önceliklerinden biri olmuştur. Dolayısıyla Başkentin İstanbul'dan Ankara'ya taşınması, saltanat ve hilafetin kaldırılması, kıyafet reformu, alfabe reformu Batılılaşmakla alakalı olduğu kadar, Osmanlı imajından uzaklaşma çabası içinde değerlendirilebilir.

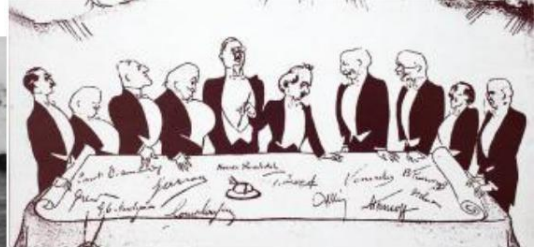


Soldan sağa, **Şekil 14.** Atatürk Batılılaşma sonrası Batılı kıyafetleri ile, **Şekil 15.** Atatürk ve eşi ve alakadar heyet yabancı sefir ile, **Şekil 16.** Atatürk ve devlet ileri gelenleri

Yukarıda ki fotoğraflarda kıyafet reformu ardından Atatürk'ün ve devlet erkanının Batılı şekilde giyinimleri görülmektedir. Dönem Batılı memur ve devlet adamlarından görünüş itibarıyla bir farkları

yoktur ve aynı şekilde yan anlam açısından bakıldığında Batıya denk olma mesajı sezilebilir.

### 3.2. Lozan Görüşmeleri ve Kurumsal İmajın Pozitif Etkileri



Soldan sağa, **Şekil 17.** İnönü l'illustré dergisinin kapağında, **Şekil 18.** İnönü ve Heyeti Lozan'da, **Şekil 19.** Lozan görüşmelerinin karikatürü

Lozan görüşmelerine, yukarıda bahsedilen zorluklar çerçevesinde Türkiye katılmıştır, dönem Avrupa devletleri bu görüşmeler esnasında her ne kadar İsmet İnönü'nün başkanlık ettiği Türk heyetine kapitülasyonlar gibi Türkiye'nin tam bağımsızlığı ile çelişen konularda baskı yapsa da, İnönü yukarıda bahsedildiği üzere laiklik ve tam bağımsızlık kavramlarına tutunarak Batılıların istediklerini vermemiştir.

yan anlam açısından, kapağa bir sürü devlet lideri ve diplomatın arasından İnönü'nün konulmuş olması Türkiye'nin Osmanlı'dan ne kadar farklı noktaya gelişini (imaj açısından) ve bunun çektiği dikkat ile alakadar olabilir.

Yukarıda ki görsellerde en solda dönem dergisi "l'illustré" nin kapağında İsmet İnönü gözükmekte, ortada Lozan'da fotoğrafları ve en sağda ise dönem karikatüründe ortada İnönü koyularak onun etkisinin altı çizilmektedir. Türkiye kurumsal imajının Osmanlı dönemini aşması ve Türk siyaseti ve askeriyesinin başarısı sayesinde zaferle dönerek kapitülasyonlardan sonunda özgürleşmesinin yolunu açmıştır. Dergi kapağının



### 3.3. Türk Kadını ve Kurumsal İmaj



Soldan sağa, Şekil 20. Atatürk kız okulu teftişinde, Şekil 21. Sabiha Gökçen ve uçağı, Şekil 22. ilk Türk güzellik kraliçesi, Şekil 23. Türk fizikçi Dilan Eryurt

Türkiye'nin Batılı kurumsal imajı inşa edilirken, Batıyı sadece taklitle kalınmayıp Batının ötesine geçilen az alandan biride kadın hakları ve kadının topluma katılımıdır. Demokrasi beşiği Fransa'da bile kadınlar seçme ve seçilme hakkını 1944'te elde ederken, Türk kadınları aynı hakkı 1934 yılında daha Atatürk'ün hayatı sırasında elde etmiştir. Seçme ve seçilme hakkı dışında da, Atatürk döneminde kadının özgürleşmesi ve sosyo-kültürel anlamda da eşit olabilmesi için kadının eğitime ciddi önem verilmiştir. Kadınların okuması için kurumlar açılmış ve bu dönemde Türkiye dünyayı çeşitli şekillerde etkileyen pek çok kadın elit yetiştirmiştir. Bunlar arasında Sabiha Gökçen Dünya'nın ilk kadın savaş pilotu, Dilan Eryurt Türkiye'nin yetiştirdiği ilk kadın astro-fizikçi ve Nasa'da çalışmış ilk Türk ve Feriha Tevfik ise Türkiye'nin ilk güzellik kraliçesi seçilir. Feriha Tevfik hususunda, her ne kadar Dünya çapında bir başarı elde etmese de, belirtmek gerekir ki, Türk kadını açısından önemli bir tanınmadır. Çünkü Osmanlı döneminde Müslüman kadının yüzünün görünmesi bile toplum tarafından çok tercih edilmezken, tramvaylarda, restoranlarda haremlik selamlık düzen mevcut iken, kadınların güzellikleri açısından toplum düzeyinde gazete vasıtasıyla

yarışabilmesi kadının özgürleşmesi açısından önemli bir adımdır.

Yukarı da ki fotoğraflarda sırasıyla soldan sağa, Atatürk Türk kızlarının eğitimi denetlerken, Sabiha Gökçen uçağı ile, Feriha Tevfik güzel pozuyla ve Dilan Eryurt görülmektedir. Bu fotoğraflar yan anlam açısından değerlendirildiğinde en soldakinde Türkiye'nin kadınların eğitime daha kuruluş yıllarının imkansızlıklarına rağmen değer verdiği görülmektedir. Sabiha Gökçen'in uçağı ile görüldüğü fotoğrafta kadın hakları açısından da Atatürk'ün döneminin ötesinde bir lider olduğu anlaşılmaktadır. Günümüzde bile savaşan bir prensesi konu alan Disney'in Mulan filmi çıktığında, ABD'nin günümüzdeki Başkan yardımcısı Mike(Micheal) Pence "*Filmde de görüldüğü üzere Mulan üstü ile flört yapmıştır, bu sebeple kadınlardan asker olmaz*" demiştir(Kaczynski, 2016). Feriha Tevfik'te yukarıda bahsedildiği üzere Türk kadının özgürleşmesinde kat ettiği mesafe ve Dilan Eryurt'ta da bir Türk kadının elde edebileceği başarının sınırı olmadığı anlaşılmaktadır.

### 3.4. Dönem Grafik Tasarımın İmaj Etkisi



Soldan sağa, **Şekil 24.** İhâp Hulusi Görey, **Şekil 25.** İhâp Hulusi Görey'in milli piyango çalışmaları

Türkiye'nin erken Cumhuriyet döneminden 1970'lere değin kurumsal imajını, kimliğini şekillendiren en önemli sanatçılardan biri İhâp Hulusi Görey'dir. Kendisi 1920'lerde Almanya'da grafik tasarımcı eğitimi aldıktan sonra yurda dönerek, ulusal imaj kimlik inşasına eserleri ile destek vermiştir.

Yukarı sağda onun fotoğrafı, solda ise onun milli piyango biletlerinde ki çalışmalarından bir kaç görülmektedir. Kendisinin, çeşitli markaların reklamlarından milli piyango biletlerine oradan kitap kapaklarına pek çok çalışması bulunmaktadır. Eserlerinde Batı, Türk ve Anadolu Medeniyetleri

kültürel öğelerinden sıkça yararlanarak kendine has bir üslup geliştirmiştir. Yukarıda ki piyango biletlerinde de kır yaşamından, milli bilinçten ve kent yaşamından kareler bulunmaktadır.

#### 3.4.1. Reklamcılık ile Alakadar Eserler

Daha önce bahsedildiği gibi Hulusi Görey'in eserleri pek çok alanda pek çok farklı öğeden ilham alarak hazırlanmıştır. Bu durum aynı zamanda seslenen tüketici kitlesiyle de alakadardır. Reklamcılık ile alakadar olan eserlerinin bir kısmı aşağıda gösterilmiştir.



Soldan sağa, **Şekil 26.** Hulusi Görey'in Kulüp Rakısı reklam çalışmaları, **Şekil 27.** Görey'in Türk Hava Yolları reklamı, **Şekil 28.** Görey'in tekstil ile alakadar reklamı

Yukarıda ki resim grubunda sırasıyla bir Kulüp Rakı, Türk Hava Yolları ve Sümer Bank tekstil ürünlerinin reklamları görülmektedir. Bu reklamlar çalışmamızın bu bölümünden itibaren incelenecek pek çok görsel gibi Hulusi Görey tarafından üretilip pek çok farklı kültürel öğeden etkilenecek hazırlanmıştır. Yukarıda ki grubun ortak noktası

Batılı yaşam şekline yaptığı göndermedir. Tüm resimlerde kullanılan erkek imajları takım elbiseli şık adamlar iken, kadın imajı dönem Türkiye'sinde yeni yaygın olarak görülmeye başlanan başı açık kadındır. Dolayısıyla, bu reklamlar vasıtasıyla hem vatandaş Batı yaşamına özendirilmektedir, hem de arzu edilen Batılı yaşam şeklinin yolu bu

ürünlerin tüketiminden geçtiği mesajının verilmesiyle reklamcılık ve pazarlama ile Batılılaşmanın buluşmasıdır. Bu reklamlar genelde

şehirli orta-üst sınıf ve memur sınıfına hitap etmektedir.



Soldan sağa, Şekil 29. Görey'in Sümerbank reklamı, Şekil 30. Görey'in Çapamarka reklamları, Şekil 31. Görey'in CHP reklamları

Yine Hulusi Görey'in yukarıda ki reklamları ise sırasıyla Sümerbank'ın tekstil ürünleri, Çapamarka un ve salep ve CHP'nin oy vermeye çağıran afişi görülmektedir. Bu reklamlarda düz anlam açısından ele alındığında ilk olarak üst gruptan farklı olarak toplumun her kesimine hitap etmektedir. Önceki reklamlarda sadece Batılı kişilere yer verilmişken buradaki grupta Batılı görünüşteki şehirli kişilerin yanında köylü Anadolu imajı da kullanılmıştır, bu kişiler başörtüsü ve kasket ile resmedilirken, şehirli /Batılı görünüştekiler üst resimde ki gibi daha şık ve resmi elbiseler ile belirtilmiştir.

reklamında askerin gürbüz oluşu, salep reklamında yaşlının rahat edişi Çapamarka kalitesine bağlanmışken, bu reklamlarda askere ve yaşlıya gösterilen saygı kullanılmıştır. Son olarak CHP afişinde, İnönü ve Atatürk'ün birlikte anılması günümüz İstanbul seçimlerinde Erdoğan ve Yıldırım'ın birlikte anılmasıyla paralellik taşımaktadır.

Diğer yandan yan anlam açısından bakıldığında, genç ve orta yaşlı kesimin açık, şık yeni yaşam tarzı ile resmedildiği görülürken, yaşlılarda daha geleneksel kıyafetlerin seçildiği görülmektedir. Her ne kadar her yaşta şehirli ve köylüler bulunsun da ve köylülerden ve şehirliyelerden kimi yeni Batılı tarzda kimi geleneksel kıyafetler kullansa da bu kullanımdan genç çalışan nüfusun hızla yeni kılık kıyafete uyumunun beklendiği, ama yaşlı nüfusta geleneksel kıyafetlerin tolere edildiği izlenimi çıkmaktadır. Günümüzde hijyenik ped reklamlarında benzer bir durum vardır, bu reklamlarda her zaman başı açık genç kadınlar kullanılmaktadır, ancak bu ürünleri evli, ve dindar vatandaşlar da kullanmaktadır. Ancak sadece ilk tarif edilen grup kamu nezdinde bu reklamlarda hoş görülmektedir. Aynı reklamlarda diğer iki grubun kullanımı tepkiye yol açabilir. Bu durumun haricinde ise orta resimde yoğun bir Türk kültürünün kullanımı görülmektedir. Un

### 3.4.2. Halk eğitime Yönelik Eserler

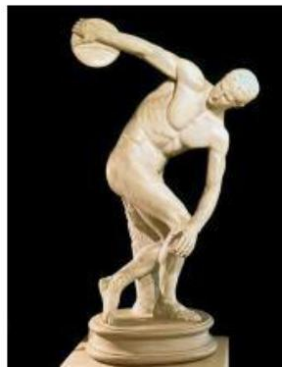
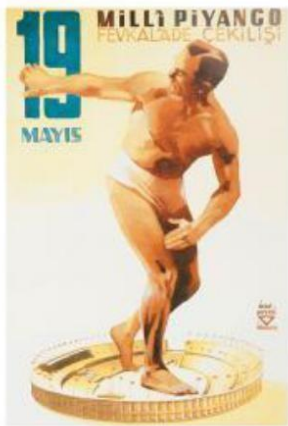


Soldan sağa, **Şekil 32.** Görey'in MEB ile çalışması, **Şekil 33.** Görey'in toplum bilinçlendirmeye yönelik çalışması, **Şekil 34.** Görey'in Ulusal Ekonomi ve Araştırma Kurumu ile bilinçlendirme çalışması, **Şekil 35.** Görey'in Ziraat Bankası ile tasarruf konulu bilinçlendirme çalışması

Hulusi Görey'in yukarıda ki eserleri halk eğitimiyle alakadar mesaj içerenlerden bazılarıdır. Sırasıyla, MEB tarafından okuma öğretici kitabın kapağı, vatandaş genel görgü kuralları hakkında bilgilendirici afiş, reçel ve şurup gibi hasat fazlası ürünlerin stoklanması için kullanılan yollar hususunda bilgilendirici afiş ve ziraat bankasının vatandaş bankada biriktirmeye yöneltici afişi görülmektedir. Tüm bu eserlerde görülebileceği üzere, halktan simalar kullanılmıştır, tek istisna ev kadını imajı köylü değil, şehirden ev kadınına gönderme yapmaktadır. Görgü kuralları ile alakadar afişte ise halkı eğitici güven verici işinin ehli figür

olarak Batılı giyimli ciddi beyefendi figürü ve ondan öğrenen halk kullanılmıştır. Bu eserlerde yan anlam açısından ele alındığı zaman devletin çeşitli politikaları anlaşılmaktadır, halk eğitiminin yükseltilmesi, halkın görgü kuralları hususunda eğitimi ile şehir kültürünün yayılması, fazla hasadın şurup ve reçel gibi ürünlerle bozulmasının engellenmesi ve sermaye birikiminin bankalar vasıtasıyla sağlanması bunlardandır.

### 3.4.3. Antik Medeniyetlerden İlham Alan Eserler



Soldan sağa, **Şekil 36.** Görey'in Milli Piyango çalışması ve esinlendiği Helenistik Heykel, **Şekil 37.** Görey'in takvim çalışması ve esinlendiği Atlas heykeli



**Şekil 38.** Görey'in Kızılay Afiş Çalışması ve Esinlendiği Helenistik Kadın Heykeltraş Geleneğini Temsilen Bir Örnek

İhap Hulusi Görey'in kimi eserleri ise Antik Anadolu kültüründen etkilenmiştir, örneklerde onun Milli Piyango Bileti, Takvim Kapağı ve Kızılay Afişi tasarımlarında Antik Helenistik heykellerden etkilenmesi görülmektedir. Bu bağlamda Erken Cumhuriyet Dönemi Anadolu Medeniyetlerinin Türkiye ulusal kurumsal kimlik ve imaj inşasında kullanımına oda katkıda bulunmuştur.

#### 3.4.4. Anadolu Medeniyetlerinin Yeni Türkiye Kurumsal İmajına Etkisi

Yukarıda da bahsedildiği üzere Türkiye Cumhuriyeti bu dönem Osmanlı kurumsal imajından uzaklaşma bağlamında ve Cumhuriyet'e yeni bir kimlik bulma açısından, Anadolu

Medeniyetleri'ne yönelmiştir. Bir yandan Hititler ve Sümerler gibi Anadolu'da derin izler bırakmış uygarlıkların Türk soyundan geldiği(Sivrioğlu,2012, s.67) diğer yandan Dünya dillerinin pek çoğunun Türkçe'den türettiğini iddia eden Güneş Dil teorisi( Özyetgin, 2006, s. 106-107) gibi kavramlar ile dünyanın dikkatleri yeni kurulan Cumhuriyet'e çekilmiştir. Diğer yandan, Anadolu Medeniyetlerine dayanarak kültür inşası ile Türkiye'nin Osmanlı'dan miras kalan Türk-İslam kültürü dışında da zenginlikleri olduğunun altı mimari eserler ve diğer kültürel öğeler ile çizilmiştir.



**Şekil 39.** Anıtkabir Aslanlı Yolu ve Esinlendiği Hattuşaş Aslanlı Kapısı

Yukarıda bahsedilen kültürel Rönesans bağlamında, dönemde gerçekleştirilen ve daha sonra devam eden somut pek çok eserde özellikle Hitit ancak genel anlamda tüm Anadolu Medeniyetlerinden etkilenilmiştir. Bu bağlamda, yukarı solda Anıtkabir'de bulunan Aslanlı yol ve sağda bu eserin esinlendiği Hattuşaş'taki Aslanlı kapı bulunmaktadır.



**Şekil 40. ve 41.** Soldan Sağa, İki Örnek Grubunda da, Hitit Güneş Tacı ile Bağlantılı Eserler ve Bunların Eti Markasında ve Ankara Heykellerinde Kullanımı



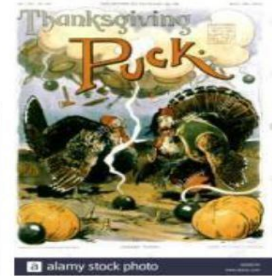
Şekil 42. Solda Anıtkabir ve Onun Esinlendiği Helenistik Mimarisine Örnek Atina Panteonu

Bu bağlamda çalışmamızda ele alınan ve Erken Cumhuriyet dönemin en büyük kültürel anıtı olan Anıtkabir de Anadolu Medeniyetlerinden olan Helen kültüründen etkilenmiştir. Görüldüğü üzere Anıtkabir ile Atina'daki Pantheon arasında gözle görülür benzerlikler bulunmaktadır. Bu noktada, Helenistik kültürün Yunan kültürü ile aynı olmadığını altını çizmek gerekmektedir. Helenistik kültür Fransa'nın Marsilya'sından, Ganj Nehrine kadar uzanan bir bölgeyi etkilemiştir, ayrıca kültürel merkezi her ne kadar Atina olarak

görülse de aslında Anadolu'da bulunan İyonya'dır. Helenistik dönemde yetişen felsefeci, sanatçı ve bilim adamlarının çoğunluğu İyonya'da doğmuş ve öğrenimlerini tamamlamıştır (Newworld Encyclopedia, 2017). Dolayısıyla, Helen kültürüne Yunanistan tarihidir diye benimsemek coğrafi açıdan tutarlı değildir, çünkü bu kültür daha ziyade Anadolu'da yeşermiştir.

#### 4. OSMANLI YIKILIŞ DÖNEMİ İMAJI VE YENİ TÜRKİYE İMAJININ KIYASLANMASI

Daha öncede belirttiği üzere Atatürk ve devletin kimi önde gelenlerinin Batılılaşma ve kurumsal imaj açısından çabası Osmanlı'ya yüklenmiş olan negatif düşüncelerden, yeni kurulmuş Cumhuriyeti kurtararak, Türkiye denince Batılı, aydın, gelişmiş bir ülke izlenimi vermektir. Bu amaç çerçevesinde, Saltanat rejimi ve hilafet yıkıldı, başkent taşındı, kılık kıyafet reformu yapıldı, türbeler kapatıldı, köy enstitüleri kuruldu vs. 1920ler ve 1930larda eskinin hasta adamı olan Osmanlı'dan genç ve dinamik bir Cumhuriyet doğdu.



Soldan sağa, Şekil 43. ve 44. Abdülhamit Ermeni Kasabı Olarak Gösterilmektedir. Şekil 45. Batılılar'ın Osmanlı Topraklarını Paylaşımı ve Abdülhamit'in Çaresizliği, Şekil 46. ve 47. Yukarıdaki Turkey= Hindi Bağlamında Osmanlı Yergisi ve Osmanlı'nın Bir Nevi Besi Hayvanı Şeklinde Yenmeyi Beklemesinin Çaresizliğinin Gösterimi, Altında ise Osmanlı'yı Temsil Eden Geleneksel Kıyafetli Bir Osmanlı Adamının Avrupalı Atlısı Tarafından Spor Niteliğinde Kovalanması

Yukarıda Osmanlı'nın yıkılışından birkaç yıl önce II Abdülhamit döneminde Osmanlı'nın Dünya nezdinde ki imajını gösteren karikatürler. En soldan sırasıyla, Ermeni kasabı olarak Abdülhamit, ölüm ile fısıldaşan Abdülhamit, Bosna Hersek'in Avusturya Macaristan tarafından ilhakına göz yuman Abdülhamit görülmektedir. En sağda üstte

sert Türkler denerek Abdülhamit hindi olarak resmedilmiştir ( İngilizce'deki Turkey kelimesi ile ), son olarak onun altında ise Abdülhamit Batılı süvariden kaçarken görülmektedir.

Abdülhamit'in basına bu kadar yansımalarının sebebi, yıkılış dönemi en uzun süre tahtta kalan

Padişah olmasındandır ve döneminde Osmanlı'nın pek çok vaka ile sarsılmasıdır. Bu dönem çıkan Ermeni isyanları Osmanlı tarafından bastırılması ile kendisi Ermeni kasabı olarak nitelenmiştir. Diğer

yandan Bosna'nın kaybında görüldüğü üzere Osmanlı yüzyıllarca idare ettiği topraklarının kaybını engelleyememiştir.



Soldan Sağa ve Yukarıdan Aşağıya, **Şekil 48.** Atatürk'ün Muhteşem Türk Olarak Gösterildiği Belgesel, **Şekil 49.** Atatürk ve Silah Arkadaşları, **Şekil 50.** Atatürk'ün London News Kapağına Ülkesinin Modernliğini Temsil Eden Resim ile Çıkması, **Şekil 51.** İran Şahı Türkiye Ziyaretindeyken, **Şekil 52.** Afganistan Kralı Türkiye Ziyaretindeyken

Erken Cumhuriyet döneminde ise kurumsal imaj açısından hem içerde hem de dışarda parlak bir Türkiye görülmektedir. Yukarıda Yurt dışı basınından çeşitli ögeler görülmektedir. İlk sırada Batı basınıyla alakadar unsurlar mevcut iken, alt satırdakiler İran ve Afganistan şahlarının Türkiye ziyareti esnasında çekilen fotoğraflarıdır.

Batı açısından bakıldığında, soldan sırasıyla, inanılmaz Türk olarak Atatürk betimlenmektedir, sağdaki Atatürk'ün bir balı esnasında ki çekilen fotoğrafı ile ise, Türkiye'nin Osmanlı'dan ne derece Batılılaşma anlamında uzaklaştığı görülmektedir. Her ne kadar Osmanlı Padişahları özellikle Avrupa'da balolara katılsa da, tek eşli devlet liderinin bu şekilde baloda görülmesi yenidir. Tarihinin tamamı boyunca Osmanlı padişahları ise çok eşli olmuştur. Ayasofya'nın müze yapılması, patrikhanenin korunması, kadın haklarında Batı'nın önüne geçilmesi ve laikliğin tesisi gibi diğer reformlar ile Türkiye Batılılaşma açısından ilerlemeye devam etmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında Türkiye'nin Batılılaşmada bu ileri düzeyi, NATO'ya kabulünde önemli rol oynamıştır (Oran,2015, s. 522-525).

Diğer yandan, alt satırdaki fotoğraflar ele alındığında, İran ve Afganistan liderlerinin

Atatürk'ün yaptığı reformlar ile geri kalmış Osmanlı'yı hızla Batılılaştırmasına bizzat şahit olmuşlardır. İran'da Afganistan'da benzer reform programlarını ülkelerinde uygulamışlardır. İran'ın modernlik ve batılılaşma düzeyi her ne kadar şahlık kurumunun yolsuzluklarına rağmen İslam devrimine kadar devam ederken, Afganistan ise, Türkiye'dekine benzer şekilde kara çarşafın yasaklanması gibi hamleler sonrasında şah devrilmiş ve yerine yeni geçen hanedanlık ise Atatürk tipi cüretkar reformları durdurmuştur (Oran: 2015, s. 194-197 ve 357-359). Ancak iki örnekte de açık bir şekilde doğu ülkelerinin Türkiye'yi örnek aldığı görülmektedir. Arap ülkeleri ve Pakistan'da bağımsızlıklarının ardından benzer şekilde Türkiye'yi örnek almışlardır.



Soldan Sağa, **Şekil 52.** Atatürk Gericiliği Temsil Eden Canavarı Öldürürken, **Şekil 53.** Atatürk Etkisinde İlerleme Resmi

Diğer yanda, yerel basın açısından Atatürk dönemi kurumsal imaja bakıldığında, inkılapların toplumun geleceğe bakış açısını nasıl etkilediği görülmektedir. 1930larda özellikle aydın kesim de yukarıda ki afişlerden de görüldüğü üzere Atatürkçülüğün gericiliği geride bırakması ile ilerlemeyi ve kalkınmayı getireceğine inanılmıştır. Her ne kadar Demokrat parti döneminde devletçilik ve ulusal sanayi inşası gibi planlardan uzaklaşılsa da, en azından modernleşme devam etmiştir. Dolayısıyla Osmanlı ile kıyaslandığında içeriden görünüş olarak ele alındığında da daha optimist, geleceğe inanç ile bakış ve devrimlere güven görülmektedir.

## SONUÇ

Sonuç olarak, kurumsal imaj açısından değerlendirildiğinde, Atatürk dönemi Türkiye Cumhuriyeti'nin ve onun ardılı yakın dönemde Osmanlı ile kıyasla etraflarındaki komşu devletleri etkileyecek şekilde Batılı görünebildiği görülmüştür. Her ne kadar Türkiye pek çok farklı sebepten ötürü arzuladığı gelişmiş, bilimde ve sanayide ileri Batılı devlet statüsüne 2019 yılında hala erişememiş olsa da, en azından Türkiye'nin NATO'ya dahil olduğu dönemde görüldüğü üzere, Batı tarafından kendilerine denk bir üye olarak görülmüştür. Devlet başkanı olan Sultanların haremeleri olduğu, kapitülasyonlar sebebiyle ekonomik bağımsızlığın olmadığı Osmanlı'dan sadece birkaç yılda İran ve Afganistan gibi doğu ülkelerine örnek olan ve Batıyı etkileyen Türkiye imajının yaratılması elbette Atatürk'ün politikaları ve İhap Hulusi Görey gibi sanatçıların çabalarıyla gerçekleşmiştir. Giriş kısmında verdiğimiz Çar Petro ve İmparator Meiji gibi, Cumhurbaşkanı Atatürk'te ülkesinin geri kalmış imajını Batı'ya denk hale getirmiştir.

## KAYNAKLAR

- Alschen, S. (2013), In the footsteps of Peter the Great, Bergen Country Academies.
- Armaoğlu, F. (2014), 19. Yüzyıl Siyasi Tarihi 1789-1914. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Barthes, R.,(1979), Göstergibilim İlkeleri. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Buzz Feed News,  
<https://www.buzzfeednews.com/article/andrewkaczynski/mister-ill-make-a-man-out-of-you>.
- Cilvelek, O., M. ve Türkay, O. (2018), Türkiye Tanıtım Afişlerinin Göstergibilimsel Bir Analizi: Home Of Turkey Afişleri Örneği. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 8(2): 312-328.
- Çetin, S. ve Tekiner, M., A. (2015), Kuramsal İmajın Temel Belirleyicileri: Emniyet Teşkilatı Örnekleme İç Paydaş Anketi. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi ,13(1): 418-440.
- Hunter, J. (2015), Insitutional Change in Meiji Japon: Image and Reality. London School of Economics.
- Kılıç, Ş. (2013), Ottoman Perception in The Byzantine Short Chronicles. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Tarih Bölümü Tarih Araştırmaları Dergisi, 32(53): 112-135.
- Low-Chappell, S. (2014), Bravery in the Face of Death: Gladiatorial Games and Those Who Watched Them. Mc Gill Üniversitesi, Klasikler.
- Miller, J. H. (2004), Japan Between Asia and West. Asia-Pacific Center for Security Studies, Mart, 1-12, <https://apcss.org/Publications/Ocasional%20Papers/OPTheOutlierJapanBetweenAsiaWest.pdf>.
- Newworld Encyclopedia, Erişim Tarihi2017, [http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Greek\\_philosophy,\\_Ancient](http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Greek_philosophy,_Ancient).
- O'Loughlin, J. (2005), Where in the World is Russia? Geopolitical Perceptions and Preferences of Ordinary Russian. Eurasian Geography and Economics, 46(1): 23-50.
- Oran, B. (2015), Türk Dış Politikası, Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler,



Yorumlar, Cilt I:1919-1980. İstanbul:  
İletişim Yayınları.

Özyetgin, M. (2006), Atatürk ve Güneş Dil Teorisi.  
Türk Dili Dergisi, 655: 92-104.

Prior, P., Semiotics, içinde, Leung, C. and Street, B.  
(2014), The Routledge Companion to  
English Studies, Londra: Routledge.

Sivrioğlu, U.,T.(2015), Tek Parti Döneminde Orta  
Asya ve Sümer Hitit Araştırmaları.  
(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).  
Celal Bayar Üniversitesi / Sosyal Bilimler  
Enstitüsü, Manisa.

Walsh, D. (2015), Analysis of Peter the Great's  
Social Reforms and the Justification of the  
Reactions from the General Public.  
(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)  
Westren Oregon University.