



## 2. BÖLÜM

# Popüler Bir Simge Olarak Mustafa Kemal Atatürk'ün İmzası: Algı Ve Görsel Tasarım Boyutlarına Yönelik Bir İnceleme

Eylin AKTAŞ<sup>1</sup>

Burak KARABULUT<sup>2</sup>

### GİRİŞ

Ülkemizin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk, pek çok yönüyle hem Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarına hem uluslararası alandaki pek çok insana, hem de ülkeleri yönetenlere ilham kaynağı olmuş güçlü bir liderdir. Böylesine önemli biri ve icraatları ile ilgili siyasal, tarihsel, ekonomik, sosyolojik pek çok araştırma yürütülmüştür ve yürütülmeye de devam etmektedir. Ancak her ne kadar Atatürk'e yönelik çok çeşitli boyutlar bakımından çeşitli incelemeler yapılmış olsa da görsel öğeler bakımından Atatürk ve onunla ilişkili unsurlara yönelik az sayıda çalışma bulunmaktadır.

Atatürk ve onunla ilişkili simgeler; heykeller ve yapılar ile başlamış ve özellikle 1990'lı yıllar sonrasında daha kişiselleşmiş, özelleşmiş ve ticarileşmiş bir biçimde (Asal, 2019: 7) insan hayatının içine girmiştir. Bu şekilde bireyler Atatürkçü düşünceye olan bağlılıklarını ifade etmede Atatürk ile ilişkili çeşitli simgeleri kullanmaya başlamışlardır. Atatürk ve Atatürkçü düşünceyi simgeleyen pek çok görsel öğe var olsa da bireylerin kendilerini ifade etmede en çok kullandıkları görsel unsurlardan biri imzasıdır. Öyle ki bu imza bireylerin bedenlerinde dövme olarak yer almakta, kullandıkları araçlara basılmakta veya çeşitli materyaller (t-shirt, anahtarlık, takı vb.) aracılığı ile bireylerin kendilerini ifade etmede kullandıkları bir araç olarak işlev görmektedir.

<sup>1</sup> Doç Dr., Pamukkale Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü  
ebabacan@pau.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-2936-8963

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, bkarabulut@mku.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-4838-6064

Tipografik bir tasarım olarak imza incelendiğinde *ayrıntılı düşünülmüş* (gösterişli/sade, tek/çok boyutlu, ayırt edici/ayırt edici değil, anlamı taşıy/taşımaz, okunabilir/okunamaz, kendine özgü/kendine özgü değil) ve *uyum* (dengeli/dengeli değil, zarif/kaba, simetrik/asimetrik, resmi/resmi değil) boyutlarının imzanın grafik tasarım açısından en belirgin özellikleri olduğu görülmektedir. Özellikle grafik tasarım alanında eğitim almış/alan veya sektörde faaliyet gösteren uzmanların Atatürk'ün imzası ile ilgili bu tanımlamaları önem taşımaktadır.

Mustafa Kemal Atatürk'ün günümüzün en önemli simgelerinden biri olan imzası ile ilgili bu çalışma bazı sınırlılıklar çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Öncelikle zaman kısıtlılığı nedeniyle veri toplama sürecinin kısa tutulması gerekmiştir. Bu nedenle hem imzaya yönelik algının ölçümlendiği araştırma sürecinde (n=269), hem de tasarımcılardan oluşan örneklemden veri toplama sürecinde (n=41) nicel olarak yeterli örneklem büyüklüğüne erişilememiştir. Bu nedenle gelecek çalışmalarda daha büyük örneklemlerle çalışılması önerilmektedir. Diğer taraftan çalışmada kullanılan kolayda örnekleme ve amaçsal örnekleme teknikleri yerine temsil kabiliyeti daha yüksek tesadüfi örnekleme tekniklerinden yararlanılması araştırmayı daha nitelikli hale getirecektir. Son olarak Atatürk'ün imzası ile ilgili daha derinlemesine veri toplayabilmek ve analiz yapabilmek için nitel yöntemlerden de yararlanılması imza ile ilgili daha aydınlatıcı bulgulara ulaşılması bakımından yararlı olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Arıkan, A. (2008). Grafik Tasarımda Yapısal Öğelerin Algısı ile Sosyo Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki: Selçuk Üniversitesi Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Arkonaç, S. A. (2005). Psikoloji Zihin Süreçleri Bilimi. Dördüncü Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Asal, E. (2019). Atatürk İmgeleri ve Hatırlama Biçimleri: Kemalizm, Post-Kemalizm ve Erdoğanizm, [https://www.academia.edu/39910976/Atat%C3%BCrk\\_%C4%B0mgeleri\\_ve\\_Hat%C4%B1rlama\\_Bi%C3%A7imleri\\_Kemalizm\\_Post\\_Kemalizm\\_ve\\_Erdo%C4%9Fanizm](https://www.academia.edu/39910976/Atat%C3%BCrk_%C4%B0mgeleri_ve_Hat%C4%B1rlama_Bi%C3%A7imleri_Kemalizm_Post_Kemalizm_ve_Erdo%C4%9Fanizm), Erişim tarihi: 16.12.2020
- Barry, A. M. (2002). "Perception and Visual Communication Theory". *Journal of Visual Literacy*, 22 (1), ss. 91-106.
- Becer, E. (2015). İletişim ve Grafik Tasarım. Onuncu Baskı. Ankara: Dost Yayınevi.
- Churchill, G. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. *Journal of Marketing Research*, 16 (1), ss. 64-73.
- Deveci, M. (2015). Grafik Tasarım Eğitimi Alan Öğrencilerin Evrensel Kültür Açısından İmge-Simgeler Okuryazarlıklarının Geliştirilmesine Yönelik Program Denemesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Erim, B. (2011). Making the Secular Through the Body: Tattooing the Father Turk. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. İkinci Baskı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

- Hair, J.F.Jr., Anderson, R.E., Tahtam, R.L. & Black, W.C. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Henderson, P.W., Giese, J.L. & Cote, J.A. (2004). "Impression Management Using Typeface Design". *Journal of Marketing*, 68, ss. 60-72.
- <https://www.yardimbizden.com/grafik-tasarimda-tipografi/>, Erişim tarihi: 13.12.2020.
- İstek, R. (2004). *Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni*. İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- Ketenci H. F. & Bilgili C. (2006). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kocacık, F. & Özalp, E. (1991). *Davranış Bilimlerine Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. Second Revised and Expanded Version*. New York: Princeton Architectural Press.
- Meggs, P. B. (1989). *Type & Image: The Language of Graphic Design*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Nunnally, J.C.Jr. (1970). *Introduction to Psychological Measurement*. New York: Mcgraw-Hill.
- Parsa, A. F. (2004). *Televizyonda Görsel Okur-Yazarlık ve Anlamlandırma: TV Reklamlarının Anlamlandırılmasında Görüntünün Rolü ve Göstergibilimsel Çözümlemesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir
- Reardon, A. P. (2004). *A Perceptual Basis for the Elements and Principles of Design*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eastern Michigan University, ABD.
- Sarıkavak, N. K. (1997). *Tipografinin Temelleri*. Ankara: Doruk Yayınları.
- Schopenhauer, A. (2005). *İsteme ve Tasarım Olarak Dünya*. (Çev.: Levent Özaçar). İstanbul: Biblos Yayınları.
- Selamet, S. (1995). *Grafik Tasarım Ögesi Olarak Tipografi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Sezgin, M. K. (1990). *İletişim Açısından Grafiğin Anlamlandırma Boyutu*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Solak, G. (2017). *Mustafa Kemal Atatürk'ün Kullandığı İmzanın Az Bilinen Hikayesi*, <https://listelist.com/ataturkun-izmzas/>, Erişim tarihi: 16.12.2020.
- TDK, "Simge", [www.sozluk.gov.tr](http://www.sozluk.gov.tr), Erişim tarihi: 12.11.2020.
- Teker, U. (2009). *Grafik Tasarım ve Reklam*. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. Üçüncü Baskı, İstanbul: İnkılap Yayınları
- Wilkinson, K. (2011). *Kökenleri ve Anlamlarıyla Semboller ve İşaretler. Binlerce Yıllık Görsel Bir Yolculuk*. (Çev.: S. Toksoy), İkinci Baskı.İstanbul: Alfa Yayınları.
- Yaman, D. (2017). *Atatürk'ün Meşhur İmzasının Az İnsan Tarafından Bilinen Meşhur Hikayesi*. <https://emoji.com.tr/ataturkun-izmzas/>, Erişim tarihi: 16.12.2020
- Yazmacı, A. (2012). *Tipograf ve Renk*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yeni Asır (2010). *Atatürk'ün İmzası Sabiha Gökçen'in*. [https://www.yeniasir.com.tr/politika/2010/08/30/ataturkun\\_izmzası\\_sabiha\\_gokcenin](https://www.yeniasir.com.tr/politika/2010/08/30/ataturkun_izmzası_sabiha_gokcenin), Erişim tarihi: 16.12.2020.