

Erken Cumhuriyet Dönemi'nde yerli malı kavramı ve İstanbul yerli malı sergileri

Gülname TURAN*, Ayla ÖDEKAN

İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Doktora Programı, 34437, Taksim, İstanbul

Özet

1930'larda fikirde üretkenliğin, uygulamada endüstrileşmenin desteklenmesinin sonucu olarak ulusun refahının arttırılması yolunda tüketim mallarına öncelik verilir. Gündelik yaşam eşyalarıyla refah, hijyen, modernlik gibi konular ilişkilendirilirken, "yerli mal" kullanımı teşvik edilerek üretkenliğin arttırılması hedeflenir. Dışa kapalı ekonomiyle birlikte toplumda tasarruf bilincini uandırmak ve yerli ürünlerin tüketimini özendirmek amaçlı uygulamalar yapılır. Böylece, 1929'da Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti (MİTC) kurulur. MİTC'nin Türkiye'de ürün tarihi bağlamındaki en belirgin etkinliği ulusal yerli malları sergilerinin düzenlenmesidir. 1851 uluslararası sergisine katılımın ardından yeni bir kavrayışla düzenlenmeye başlanan sergilerin, MİTC'nin aracılığıyla Erken Cumhuriyet Dönemi'nde sürdürülerek başka bir düzleme taşındığı görülür. "Sergicilik" içine girilen ekonomik koşulların aşılmasına hizmet etme önceliğiyle benimsense de aynı zamanda Erken Cumhuriyet'in propaganda araçlarından. Cemiyet Ankara'da düzenlediği sergiler dışında, İstanbul'da 1929-1938 yılları arasında, 10 yıl boyunca "Yerli Malları Sergisi"nin düzenlenmesini sağlar. Sergi salonu olarak Galatasaray Lisesi'nin salonu kullanılır. Yerli malları sergileri sergilenecek ürünler, ürünlerin sergileneceği stantlar ve tanıtımın aracı afişler gibi farklı alanlarda tasarlama ve uygulama zemini hazırlamıştır. Sergilerin amacı tasarruf bilincini yerleştirmek ve yerli mal kullanımını özendirmek için Türkiye'de üretilen ürünlerin geniş kitlelerle aynı çatı altında buluşmasını sağlamaktır. Bununla birlikte sergilerde halkın yerli ürünler hakkındaki olumsuz fikirlerini değiştirmek, yerli mallarla güven kazanmak da hedeflenmiştir. Satış da yapılan bu sergiler tüketim toplumunun yeni bir boyutu olan departman mağazaları görevini de periyodik olarak üstlenmişlerdir. Bu sergiler Erken Cumhuriyet Türkiye'sinde bazı mimar ve sanatçıların stant tasarımları yapılmalarına olanak da sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Erken Cumhuriyet Dönemi, yerli malı, yerli malı sergileri, sergi tasarımı.

*Yazışmaların yapılacağı yazar: Gülname TURAN. gulname.turan@itu.edu.tr; Tel: (212) 293 13 00 dahili: 2823.

Bu makale, birinci yazar tarafından İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Programında tamamlanmış olan "Türkiye'de Erken Cumhuriyet Dönemi zanaat ve sanayi üretiminde tasarım" adlı doktora tezinden hazırlanmıştır. Makale metni 09.06.2009 tarihinde dergiye ulaşmış, 22.10.2009 tarihinde basım kararı alınmıştır. Makale ile ilgili tartışmalar 31.03.2010 tarihine kadar dergiye gönderilmelidir.

The idea of domestic products and Istanbul domestic products exhibitions during the Early Republican Period in Turkey

Extended abstract

Priority was given to consumer products during 1930's in the Early Republican Period Turkey, as a result of the governmental support on the idea of productivity and on the practice of industrialization, in order to increase the welfare of the nation. Concepts like welfare, hygiene and modernity were emphasized in relation to everyday products. Increase in productivity was aimed by encouraging the use of domestic products. Expanding the idea of consumption and encouraging the use of domestic products were the significant efforts within an economy that was closed to outside and highly state supported. In 1929, National Union of Economy and Savings (MITC) was founded as an offspring of the policy of economy significantly supporting industrialization and mechanization. One of the missions of MITC was "the promotion of increasing the quantity, the quality and the beauty" of Turkish products and to make them known and sold worldwide.

MITC organized "the National Models Exhibition" in 1930, "the Agriculture and Technique Exhibition" in 1931, "the Second National Exhibition of Industry" in 1931, "Tenth Year Economy Exhibition" in 1933 and "Ankara Industry Exhibition" in 1934. The most significant events that MITC organized in the context of design history were "the national exhibitions of domestic products". After the Turkish participation to the first International Great Exhibition in 1851 and to the successor 19th Century and early 20th Century world exhibitions, the idea of exhibiting was carried into a new level of understanding by the agency of MITC during the Early Republican Period. Despite the fact that exhibiting was appropriated for overcoming the hard economic conditions, it was also one of the propaganda tools of the Early Republic serving as an arena of modern socialization. Apart from the ones held in Ankara, MITC encouraged the organization of domestic products exhibitions for ten years of time in Istanbul, between 1929 and 1938. The exhibitions were organized in the large hall of Galatasaray High School. The profile of the exhibitors was heterogeneous including firms from the private sector, state-

supported factories, state-owned factories, together with local artisans, and artists. The exhibitions of domestic products provided a platform for the activity of design and practice in different working areas. Products of industry and crafts from a wide range of the Turkish daily life were exhibited. Designing the stands and pavilions of the exhibitors was one of the main design activities for a significant and a limited number of designers. The posters for the announcement and the promotion of the exhibitions and the other activities of MITC were also a telling design activity of the time. MITC, as some of the state organizations, was successful in using graphic design as a strong tool of propaganda and promotion.

Among the exhibitors, most of the state institutions and factories, and some of the private firms showed themselves off through high modernist stands, which acted as a face of modern production and positivist thinking. The modernist stands and pavilions of most state firms were designed by the designers/decorators/artists of the time such as Arif Dino, Vedat Ar and İsmail Hakkı Oygur. These high modernist stands acted as meeting points between modern design and the public. The posters designed by İhap Hulusi, also served the same purpose whilst promoting the use of domestic products.

The objective of the Istanbul Domestic Products Exhibitions was to bring the products of Turkey together with large communities under the same roof for setting the idea of money saving and encouraging the consumption and use of domestic products. Another important and significant issue that domestic product exhibitions acted as a key actor was about challenging the negative impressions of the public on the domestic products, and presenting the concept "Türk Malı (Turkish Product)" as reliable. Writers and thinkers of the period supported MITC and the idea of "Türk Malı", while they also criticized local producers for not reaching the standards that MITC was promoted.

Domestic products were not only exhibited but also sold in these exhibitions. It can be argued that these exhibitions acted as the first modern domestic department stores in the Republican Turkey, and triggered a new dimension of the consumer society.

Keywords: Early Republican Period, domestic products, domestic product exhibitions, exhibition design.

Giriş

1930'larda fikirde üretkenliğin, uygulamada endüstrileşmenin desteklenmesinin sonucu olarak, ulusun refahının artırılması yolunda tüketim mallarına yeni bir öncelik yüklenir. Tüketim mallarının aynı zamanda inkılaplarla ilişkilenen "asrilik" sembolü anlamı da çok güçlüdür. Tüketim malları/gündelik yaşam eşyalarıyla refah, hijyen, modernlik gibi konular ilişkilendirilirken; "yerli mal" kullanımını teşvik edilerek üretkenliğin artırılması hedeflenir. Bu hedef, endüstrileşmiş kapitalist ülkeleri etkisine alan 1929-1930 dünya ekonomik krizinin de sonuçlarındandır. Türkiye ekonomisi dünya ekonomisi ile bütünleşememiş olmasına rağmen olumsuz etkilenmemek amacıyla dışa kapalı ekonomi politikası izler (Duman, 1999). Dışa kapalı ekonomiyle birlikte, toplumda tasarruf bilincini uyandırmak ve yerli ürünlerin tüketimini özendirme amaçlı uygulamalar yapılır. Bu amaç doğrultusunda 14 Aralık 1929 tarihinde Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti (MİTC) kurulur. Cemiyet Büyük Buhran'ın ortaya çıkardığı yarı resmi bir kuruluş olarak da değerlendirilebilir (Duman, 1999). MİTC Nizamnamesi'nin 4. maddesinde cemiyetin amaçları şu şekilde belirtilir:

- a- Halkı israfla mücadeleye, hesaplı ve tutumlu yaşamaya ve tasarrufa alıştırmak,
- b- Yerli mallarımızı tanıtmak, sevdirmek, ve kullandırmak,
- c- Yerli mallarımızın miktarını çoğaltmaya, cinslerini metanet, zerafet, nefaset ve sair evsafi itibariyle yabancı mümasil mallar derecesine getirmeye ve fiyatlarını ucuzlatmaya çalışmak,
- d- Yerli mallarımızın sürümünü arttırmak suretleriyle milletin iyi yaşamasını temin etmektir.

Cemiyet, amaçlarına ulaşmak için 5. maddede belirtildiği üzere üye kaydı ve yayın yapacak, konferanslar düzenleyecek, endüstri sergileri ve büyük mağazalar açacaktır. Ayrıca cemiyetin etkinliklerinde kullanılacak umumi heyet tarafından onaylanmış bir "alâmeti farikası" da vardır (madde 44). Cemiyet her sene bir haftayı tasarruf haftası olarak ilan etmiştir. Bu haftanın ilk günü, İsmet İnönü'nün 1929'da Türkiye

Büyük Millet Meclisi'nde milli iktisat ve tasarruf hakkındaki konuşmasını yaptığı 12 kânunu evvel tarihidir (madde 45)¹.

Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti

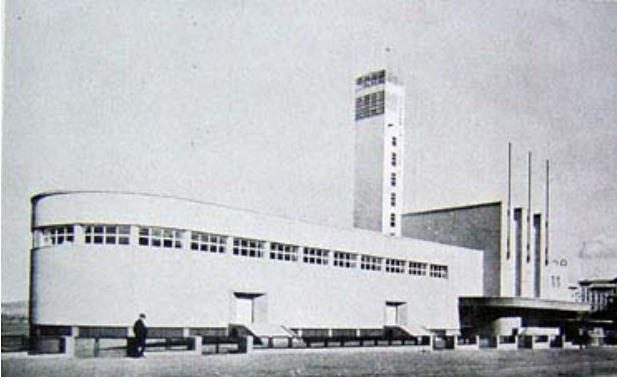
MİTC'nin Türkiye'de ürün tarihi bağlamındaki en belirgin etkinliği, ulusal yerli malları sergilerinin düzenlenmesidir. Cemiyet Budapeşte ve Leipzig uluslararası sergilerine katılımı da sağlamıştır. Türkiye'de 1851 uluslararası sergisine katılımın ardından yeni bir kavrayışla düzenlenmeye başlanan sergilerin, MİTC'nin aracılığıyla Erken Cumhuriyet Dönemi'nde sürdürülerek başka bir düzleme taşındığı görülür. Cemiyet kurumsallaşmış sergiciliğin yerleşmesine ve düzenli sergi faaliyetlerinin devam ettirilebilmesine yönelik bir adım olarak "Ankara Sergi Evi" binasını yaptırır.

"Sergicilik" içine girilen ekonomik koşulların aşılmasına hizmet etme önceliğiyle benimsense de; aynı zamanda Erken Cumhuriyet'in propaganda araçlarındandır. Özellikle devlet teşebbüslerinin dönemin ressam, dekoratör ve mimarlarınca tasarlanan modernist stantlarından afişlerine kadar tasarlanan tüm medya bunu açıkça ortaya koyar. Bu açıdan bakıldığında yerli malları sergileri de, diğer sergiler de salt sergilenen ürünleriyle değil, tüm çoğul ortamıyla, bütünsel olarak Türkiye tasarım tarihi açısından önem taşır. Ankara Sergi Evi de kalıcılığıyla bu ortamın baskın ögesidir.

1933-34 yıllarında yapılan Sergi Evi, MİTC'nin açtığı tasarım yarışmasında birinci olan Bal mumcu'nun projesidir. Sergi Evi Ankara'nın

¹ Cemiyet, eğitim aracılığıyla genç kuşaklarda tasarruf bilinci oluşturmak ve yerli ürünlerin tüketilmesini özendirme amacıyla Maarif Vekaleti'ne de başvurarak okullarda tasarruf ve yerli malları konusunda gerekli çalışmaların yapılmasını sağlar (Duman, 1999:107). Örneğin, okullarda kullanılan araç, gereç, temizlik malzemesi vb.'nin yerli olması gerektiği belirtilmiş, öğrencilere yerli malları konusunda konferanslar verilmiş, piyesler yazılmış, öğrenciler arasında kompozisyon ve şiir yarışmaları düzenlenmiştir. Bu etkinlikler özellikle yerli malı haftaları boyunca ağırlık kazanmıştır.

modernleşme ikonlarından biridir². Mimari tasarım yarışması sonucunda kazanan bir projenin uygulanmış olması yönünden de Türkiye Mimarlık Tarihi'nde önemli bir binadır (Şekil 1). MİTC'nin açtığı yarışmanın şartnamesinin amaçlar kısmında; sergi binasının, sanayi ve ziraat ürünleri ve güzel sanatlar eserlerinin sergilenmesine ve aynı zamanda kitap, çocuk bakımı, bulaşıcı hastalıklarla mücadele gibi toplumsal amaçlarla yapılacak sergilere de elverişli olması gerektiği belirtilir. Görüldüğü üzere MİTC, kuruluş amaçlarında yapmayı planladığı etkinliklerle örtüşen bir sergi salonu tasarlanmasını hedefler. Yarışmaya katılan 26 proje arasından, Balmumcu'nun projesi gerek mimari kıymet, gerekse de istenilen özelliklere en uygun olması niteliğiyle tercih edilir (Mimar, 1933a).



Şekil 1. Ankara Sergi Evi

Sergi Evi'nin uluslararası modern üsluptaki geometrik yalınlığı, yapının içinde ve dışında ilk göze çarpan özelliğidir. Giriş saçağının yuvarlatılmış köşesiyle uzun yatay kütle, ana kütle ve girişin köşelerinin yuvarlatılması, kütlelerin üstte bitimini belirleyen bordürler dönemin özelliklerini yansıtmaktadır (Aslanoğlu, 1980). Yapıda yer alan merdiven kulesi dönemin modernist üslubunun en belirgin öğelerindendir. "Kule", Seyfi Arkan'ın Florya Atatürk Deniz Köşkü'nün de, Şekip Akalın'ın 1937'de tamamlanan Anka-

ra Gar Gazino'sunun da en belirgin kütleli elemanlarından.

MİTC "yerli malların çoğalmasına, cinslerinin ıslahına, güzelleşmesine, bu yurttan ve başka yerlerde tanınmasına çalışmak" amacı doğrultusunda 1930'da "Milli Numune Sergisi"ni, 1931'de "Ziraat Teknik Sergisi"ni, 1931'de "İkinci Milli Sanayi Sergisi"ni, 1933'de "On Yıl İktisat Sergisi"ni ve 1934'de "Ankara Sanayi Sergisi"ni düzenler. Cemiyet'in ilk sergisi olan Milli Numune Sergisi'nde yer alacak ve Türk endüstrisini iyi temsil edecek ürünlerin seçilip toparlanması için kurulan komite 30 Ocak 1930'da toplanır. Cumhuriyet Halk Fırkası da, serginin başarılı olması için mevcut tüm kanallarını kullanır (T.C. Başbakanlık Devlet Arşivi, 490.1.0.0 /1.3.21, 6/2/1930). Yurt çapından sergiye katılacak ürünler, cemiyet aracılığıyla Ankara'ya getirilecektir (Hakimiyet-i Milliye, 1930). Vergi muafiyetleri, taşıma servisi gibi, üretici firmaların endüstri ürünlerine yönelik sergilere katılımının kolaylaştırılması ve teşvik edilmesine yönelik düzenlemeler Erken Cumhuriyet'te de devam eder. 1863 Osmanlı Sultanahtet Sergisi'ndeki gibi yerel seçici ve düzenleyici komiteler de kurulur.

İstanbul yerli malları sergileri

Cemiyet Ankara'da düzenlediği sergiler dışında İstanbul'da 1929-1938 yılları arasında, 10 yıl boyunca "Yerli Malları Sergisi"nin düzenlenmesini sağlar. İstanbul'da Ankara'daki gibi özelleşmiş bir sergi binası yoktur ve yapılmamıştır. Sergi salonu olarak Galatasaray Lisesi'nin salonu kullanılır; stantlar lisenin bahçesine de taşar. Galatasaray Lisesi'ndeki ilk yerli malları sergisi 20 Ağustos – 5 Eylül 1929 tarihleri arasında açık kalır³. Bu sergiye 200'ü aşkın firma katılır. Yerli Malı Sergileri'ne ağırlıklı olarak İstanbul olmak üzere Türkiye'nin dört bir

² Sergi Evi 1948'de Paul Bonatz'ın projesine uygun olarak Büyük Tiyatro'ya dönüştürülür. Bonatz nasjonalist mimarlığın öncü savunucularındandır. Derslerinde ve makalelerinde Modern Hareket'i eleştiren Bonatz, Erken Cumhuriyet Ankara'sının modernlik ikonu Sergi Evi için uyguladığı projede düşüncesini somutlaştırır (Alsaç, 2005:105).

³ Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti henüz kuruluş aşamasındadır. Bu ilk serginin düzenlenmesinde İstanbul Milli Sanayi Birliği aktif rol oynamıştır (Duman, 1999: 111). İlk on yıldan sonra MİTC devreden çıkar ve Milli Sanayi Birliği İstanbul Yerli Malları Sergileri'ni düzenlemeye devam eder.

yanından üreticiler katılır⁴. Katılan firmaların bir kısmı devletten endüstri teşviki alanlardır. Her türlü dokuma, mobilya ve diğer ahşap işleri, metal endüstrisi ve atölyelerinin ürettiği ev eşyaları, atölye işi seramik ve cam ürünler, gıda ürünleri gibi halkın kullanıcı olarak tükettiği ürünler sergilenir. Yerli malları sergilerinde sistematik bir sınıflandırmaya gidilmemekle birlikte, ürünlerin ağırlıklı olarak malzemelerine göre gruplandığı söylenebilir. Endüstri üretimi, el üretimi ayrımına da bakılmaz. Sergilenen ürünlerin, hammaddeden son ürüne kadar süreciyle yerli olması serginin en karakteristik hedefidir.

Birinci Yerli Mallar Sergisi, sergi tekniği açısından geridir. Birinci sergide görülen eksiklikler zamanla giderilmiş ve her geçen yıl sergiler daha da iyileştirilmiştir. Sergiye katılan firma sayısı sınırlı olmakla birlikte; özellikle yedinci, sekizinci ve dokuzuncu sergilerde dekorasyon işleri günün tasarımcılarına verilmiştir. Yerli malları sergileri sergilenecek ürünler, ürünlerin sergileneceği stantlar ve tanıtımın aracıları afişler gibi farklı alanlarda tasarlama/uygulama zemini hazırlamıştır.

Sergilere özel sektörle birlikte devlet işletmeleri de katılır. Devlet girişimlerinin katılımı sergicilik işinin tasarım destekli ilerlemesini sağlar. Galatasaray Lisesi'nin salonundan bahçeye taşınan sergi stantlarının devlet teşebbüslerine ait bir kısmı Vedat Ömer Ar, İsmail Hakkı Oygur, Arif Dino gibi dönemin farklı alanlarda çalışan tasarımcılarının işidir. MİTC etkinliklerinin afişlerinin büyük çoğunluğu da, İhap Hulusi tarafından tasarlanmıştır. Devlet işletmelerine ait stantlarla diğer katılımcılara ait stantlar arasındaki fark çarpıcıdır. Sergilerde yer alan devlet kurumlarının stant tasarımlarının modernist çizimleri, halkın cumhuriyet ideolojisinin de parçası olan modernizmle doğrudan tanışmasında önemli araçlardır. Bu stantlar hem tasarım hem de uygulama açısından başarılıdır. Diğer katılımcıların stantları ise, sergicilikten çok geleneksel Türk mağazacılık anlayışıyla düzenlenmiştir. Ürünlerin açık pazar mantığındaki gibi,

⁴ Daha sonraları Ankara, Bursa, Konya gibi illerde de yerli malları sergileri düzenlenir.

yan yana zemine ya da firmaya ayrılan alanın duvarları boyunca uzanan platformlara dizilerek, tekstil ürünlerinin doğrudan kendilerinin asılarak oluşturulan bu stantlar, Kapalıçarşı'daki dükkânları andırır; izleyici sergilenen ürüne dokunabilir, deneyebilir. Türkiye'nin katıldığı ilk uluslararası sergi olan 1851 Londra Kristal Saray Sergisi'nde bile aynı durum gözlenebilir (Turan, 2009). Bu düzenlemeler karmaşık, panayır benzeri görüntüler oluşturmuştur. Ancak katılan küçük firmaların sergiledikleri ürünleri sergi boyunca sattıkları ve stantları için profesyonel bir yardım almadıkları da göz önünde tutulursa mağaza alışkanlıklarının sergilere bu şekilde yansması kaçınılmazdır (Şekil 2 ve 3).



Şekil 2. Beşinci İstanbul yerli mallar sergisi



Şekil 3. Beşinci İstanbul yerli mallar sergisi

Yerli malların önemli bir kısmını tekstilin oluşturması da stantların hazırlanmasında belirleyici olmuştur. Henüz kartelalar üzerinden müşteriyle ilişki kurulmamakta olup, doğrudan top kumaşlar ve büyük parça kumaşlar (swatch) sergilen-

mektedir. Uzun metrajlı kumaşlar da firmalara sağlanan dar alanlarda, mağazadaki sistem içerisinde sergilenmiştir. Ancak böyle bir bağlayıcı etkenin varlığı tekstil firmalarının stantlarındaki panayır görüntüsünün terk edilemeyeceği anlamına o gün de gelmemektedir. Örneğin 1937'de Paris'deki Uluslararası Sanat ve Teknoloji Fuarı'nda yer alan Alman tekstil endüstrisi standında büyük numuneler kullanılarak modernist bir stant oluşturulmuştur (Şekil 4). Bauhaus'da hocalık yapmış olan Lilly Reich tarafından tasarlanan bu stantta dekorun değil ürünün ortaya çıkarılması hedeflenen modern sergicilik anlayışının uygulandığı görülmektedir (Betts, 2000). Kumaşlar Türkiye'deki yerli malı stantlarındaki gibi girlandlar ya da fiyonklar oluşturacak şekilde değil, metal borular üzerine kumaşın kendisini vurgulayacak biçimde yerleştirilmiştir. Türk tekstil standındaki belirgin özellik boşluktuzluk ve karmaşa, Reich'in standında boşluk ve yalınlıktır.



Şekil 4. Lilly Reich standı, 1937

1933 Beşinci Yerli Mallar Sergisi'nde sergilediği mobilyalarla özel bir girişim olan kereste fabrikası Zingal T.A.Ş. öne çıkar. Zingal hem kereste fabrikasıdır, hem de imal ettiği yarı maddelerden bahçe çiti, ambalaj sandığı, prefabrik ev ve mobilya imalatı yapar. Firmanın bahçeye kurduğu ahşap ev, modern mobilya ve diğer ev eşyasıyla donatılmıştır. Sergideki Zingal pavyonunun ve evinin tasarımı Mimar Sedat Emin ve Suat Nazım tarafından yapılmıştır (Mimar, 1933b). Yalın ahşap mobilyalar geleneksel el halılarıyla birlikte sergilenir (Şekil 5). El halıları geleneksel motifleriyle hem Batılı ülkelerdeki,

hem de Türkiye'deki modern mekânların vazgeçilmez ürünlerinden olmaya devam etmişlerdir. Sehpa, koltuk, kanepeler ve büfeler Art Deco üsluptadır. Sergide yer alan koltuklar, Ruhlmann ile Morris'in koltuklarının bileşkesi uygulamalarıdır.



Şekil 5. Zingal evi, 1933

Dönemin dergilerinde ve gazetelerinde devlet girişimlerine ait stantların özelliklerinden, yeniliklerinden ve tasarlayanların başarısından söz edilir. Örneğin Arkitekt dergisinde yer alan bir yazıda Yerli Mallar Sergisi'nde mimari açıdan önemli bir tecsim (cisimlendirme) olmamakla birlikte Vedat Ar'ın tasarladığı Türk endüstrisi salonuyla, Süngercilik T.A.Ş.'nin ressam Arif Dino, tarafından tasarlanan modernist standının dekorasyon bakımından güzelliği dile getirilir (Arkitekt, 1935). Çok yönlü bir kişi olan Arif Dino ressam ve şairliğin yanı sıra erken cumhuriyet yıllarında kitap kapağı, İnhisarlar Dairesi için sigara paketi gibi grafik tasarım işleriyle sergi standı tasarımı da yapar. Dino'nun Yedinci Yerli Mallar Sergisi'nde yer alan Süngercilik T.A.Ş. standı düz beyaz rengi, batone harf kullanımı ve makine estetiğinin vazgeçilmezlerinden dairesel hacim boşluğuyla 1935'in katı modernizminin küçük bir heykeli gibidir (Şekil 6). Dino, prizmalardan oluşturduğu modernist kütle kompozisyonunu temel bir geometrik formun içine yerleştirdiği tipografi kullanımıyla desteklemiştir. Dino'nun serifsiz harf tipi seçimi standın geneliyle uyum sağlar.

Vedat Ar ise Türkiye'deki ilk diplomalı endüstri tasarımcısıdır (Diren, 2003). 7. Galatasaray yerli mallar sergisinde, Vedat Ar'ın tasarladığı Türk

endüstrisi salonu “ekonomik araçlarla, sade ve güzel” tasarlanmış olmasıyla beğeni toplar. Yine Arkitekt dergisinde (1935), bu salonun modern sanatın sanıldığı gibi “lüks ve masraf sanatı” olmayıp “sadelik ve düşünüş doğruluğu sanatı” olduğunun gösterilmesi gibi çok güçlü bir işlevi olduğu belirtilmiştir. Öncelikle Ar’ın tasarımının doğrudan modern sanatın konusu kabul ediliyor olması, yapılan işin niteliğinin önemsenişini ve benimsenişini gösterir. Ar’ın tasarımının bu şekilde nitelendirilmesinin nedeni nedir? Ar’ın Türk endüstrisi salonunda ilk bakışta endüstrinin klişelerinden dışlı çarklar dikkat çeker (Şekil 7). Dişli çarkların içleri düz beyaz duvarlar üzerindeki nişleri oluşturur. Her bir nişte Türk endüstrisinin cam, metal, ahşap gibi farklı dallarıyla ilgili grafik bir tanıtım, ya da ürün sergilenmiştir. Çarkların yer aldığı karşılıklı iki duvarın sonu sembolik fabrika bacaları arasında, dalga desenli bir fon önünde, bir fabrikanın çatısında ayakta duran modernist / kübik bir işçi heykeli yer alır. Heykelin kaidesi de bir fabrikadır.



Şekil 6. Arif Dino tasarımı Süngercilik T.A.Ş. standı

Ar, dişli çark sembolünü, iki karşılıklı duvar arasında bağlantı olarak kullandığı kemerle tekrarlayarak vurgular. Bu dişli çarktan kemer, aynı zamanda var olmayan bir kapıyı tanımlar. Cumhuriyet döneminde sıkça kullanılan taklara gönderme yapar. Kemerin üzerinde de Dino'nun standındaki gibi batone harf kullanımı dikkat

çeker. Art Deco harf tipi kullanımından diğer dekorasyon elemanlarına kadar bir bütünlük sağlanır. Dönemindeki genel yaklaşımla karşılaştırıldığında, standın sadeliği en belirgin özelliğidir. Ar’ın standın genelinde kullandığı aydınlatmanın gizliliği de dönemin modernlik anlayışında belirgin bir özelliktir. Celâl Esat (1931), tavanı aydınlatan ama kendisi gözükmeyen gizli ışıkların, gizli bir şekilde aydınlatılmış duvar resimlerinin artık yeni mimarlığın tamamlayıcılarından olduğunu, yeni mimarın bir aydınlatma ve elektrik sanatkarı da olmak zorunda olduğunu belirtir. Stantta yer alan kübik heykel, cumhuriyet ideolojisinin gündelik yaşamı modernleştirme hareketinde batılı anlamda heykel kullanımı girişiminin bir etkisi olarak yorumlanabilir.



Şekil 7. Vedat Ömer (Ar) tasarımı Türk Endüstrisi Salonu'ndan görünüm, 7. Yerli Malları Sergisi, 1935

Ar’ın tasarladığı endüstri salonunda sergilenen, doğrudan ürünler değil endüstrileşme kavramıdır. Kavramsal sergilemenin zorlukları Ar’ın yalın çözümleriyle aşılmıştır. Tak gibi kullandığı dişli çark yayının üzerinde yer alan “Türk Endüstrisi” yazısı için seçilen harf tipi de Art Deco’dur. Koridor biçimindeki stand temel bakış açısında Art Deco fontlu “Türk Endüstrisi” yazısının ardında yine Art Deco dalgalı bir fon önündeki kübik heykel ve sıralı dişli çarklarıyla Ar’ın standı her noktasına kadar düşünülmüş ve tasarlanmıştır. Smith (2005), modern tasarımda harf tipleriyle binaların, gündelik eşyaların ortak noktaları olduğunu savunur. Ar’ın tasarladığı stantla kullandığı harf tipi arasındaki paralellik de yadsınamaz. Benzer bir harf tipi kullanımı İhap Hulusi’nin 1930’lu yıllardaki reklamlarında görülür. O yıllarda Güzel Sanatlar Akademi-

si'nin girişinde de aynı harf tipi kullanılmaktadır (Şekil 8).

Ar, aynı zamanda tasarladığı Art Deco film setleriyle geniş kitlelerin görsel beğenisinin değişmesine de aracı olur. İstanbul Sokakları filminin hol sahnesinde kullanılan mobilyalardan abajurlu sehpa ve orta sehpa klasik Art Deco üslubundadır (Şekil 9).



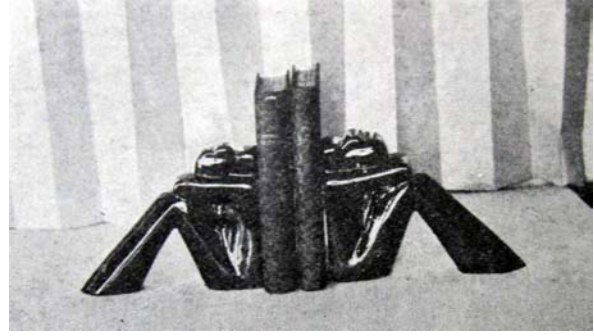
Şekil 8. 1930'lu yıllarda Güzel Sanatlar Akademisi'nin girişi



Şekil 9 İstanbul Sokakları filminin seti, Vedat Ar, 1932

Duvarlarda yer alan iki tablo da kübizm etkisinde sanat çalışmalarındır. Duvarda bulunan nişteki kitapların iki yanında yer alan kitap tutacakları bile Art Deco'dur. Filmin çekildiği yıllarda Akademi seramik bölümünde İsmail Hakkı Oygur tarafından benzer çalışmalar yaptırılmaktadır (Şekil 10). İsmail Hakkı Oygur da seramik

sanatçısı olmakla birlikte İzmir, Ankara ve İstanbul'daki birçok sergide devlet kurumlarının stantlarını tasarlamıştır. 1937'de 9. Yerli Mallar Sergisi'ndeki Eti Bank pavyonu da Oygur'ın tasarımıdır. Yedigün'de Oygur'ın bu stanttaki aydınlatma ve renk kullanımıyla en yetkin dekoratör olarak kendini kanıtladığı belirtilmektedir (Yedigün, 1937).



Şekil 10. İsmail Hakkı Oygur tasarımı seramik eşyalar, 1933

Zanaatkâr katılımı

Yerli malları sergilerine zanaatkârların katıldığı da görülmektedir. Bu kişilerden Galatasaray, İzmir ve Bursa sergilerine katılan Vasıf Bey, hem aldığı eğitim hem de bulunduğu konumlarla öne çıkar. Vasıf Bey hicri 1300'de (miladi 1882-1883) sübyan idadisinin sanayi bölümüne girmiş, orada başarısıyla dikkat çekmiş, okulu bitirince sarayın özel imalathanesine memur olarak atanmıştır (Yedigün, 1933a). Vasıf Bey'in yaptığı mobilya, ayna çerçevesi ve paravan Cumhuriyet öncesinde Avrupa saraylarına hediye edilmiştir. Örneğin, yaptığı bir kız kulesi levhası Almanya İmparatoruna, bir paravan da İngiltere Kralı Edward'a hediye edilir. Paris Tezyini Sanatlar Akademisi kendisine nişan verir. Vasıf Bey imparatorluk döneminde sarayın marangozhanesinde çalışırken, 1313 (1867) Yunan Harbi'nde el, kol, bacak protezleri yaparak orduya destek olur. Galatasaray'da Almanlar ve Avusturyalılar tarafından açılan sergilerde ve daha sonra Türk Ocakları sergisinde ürettiği protez el ve ayakları sergileyerek madalya aldığını belirtir (Yedigün, 1933a). Vasıf Bey marangozluk becerisini kullanarak özellikle Birinci Dünya Savaşı'nın neden olduğu toplumsal bir soruna çözüm üretmiştir. Yine bir mobilya tasarımcısı ve üreticisi olan Charles

Eames de, İkinci Dünya Savaşı sırasında kontraplakta bacak protezleri üretmiştir. Eames'in protezlerinin özelliği kalıplanarak üretildiği için çoğaltılabiliyor olmasıdır. Vasıf Bey'in protezlerini ürettiği dönemde Türkiye'de henüz kontraplak mobilya üretiminin yapılmadığı ve Vasıf Bey'in işlerinin de masif olduğu göz önünde bulundurulduğunda, ürettiği protezlerin de masif olma olasılığı yüksektir.

Vasıf Bey 1925'de katıldığı Paris Uluslararası Sergisi'nde şeref diploması alır. 1926'da seyyar Karadeniz Gemisi Sergisi'yle Avrupa'ya açılır. Hükümet, sergide kendisine bir atölye tahsis eder. Vasıf Bey sadece ürünlerini değil ürünlerinin yapılış sürecini de sergilemiş olur. Dönemin basınında yer almış olması, Atatürk'ün kendisiyle bizzat ilgilenişi ve kendi yaptığı ürünlerde bir marka olarak adının anılmasıyla önemli bir zanaatkârdır.

Nazım Hikmet de 1942'de İstanbul'da açılan yerli malları sergisine konstrüksiyonunu ve desenlerini kendisinin tasarladığı ve tezgâhta kendisinin dokuduğu kumaşlarla katılır (Fuat, 2000). Şair, Bursa cezaevindeyken geçimini sağlamak üzere dokuma tezgâhları satın almış ve işletmiştir. Beraber çalıştığı ustanın köyünün adını verdiği, yarı ipek yarı pamuk olan "Kaymakçıköy" kumaşı da kendi deyişiyle bu sergide gün yüzü görmüştür. Nazım Hikmet zanaatın geleneksel birikiminin özüksendikten sonra, ondan alınan örtük bilgiyle yenilik yapılması gerektiğini belirtir (Fuat, 2000).

Yerli malları sergileri, Türkiye'deki üretim panoramasını belgelemiş, özellikle endüstrileşmeyle ilgili değerlendirmelerin yapılmasında dayanak noktası olmuştur. 1933'de Yedigün'de yayınlanan "Sanayi İşleri" başlıklı anonim yazıda, Türkiye'de metal endüstrisindeki ilerlemeye I. Yerli Malları Sergisi'nde yer alan ürünler üzerinden dikkat çekilmektedir. Özellikle presle üretilmiş ürünlerin, kapı tokmaklarının, soba ve birçok döküm eşyanın, emaye ve nikelaj işlerinin, çatal, kaşık, anahtar, kilit, demir ve bronz karyola gibi eşyaların artık tamamen Türkiye'de yapıldığı dile getirilmektedir (Yedigün, 1933b). 1933'de Beşinci Yerli Mallar Sergisi'yle ilgili

değerlendirme yazısının yer aldığı İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası Mecmuası'nda, bu sergilerin ülke endüstrisindeki gelişmeleri kaydettiği; ilk zamanlarda neredeyse sadece tekstil, gıda ve deri ürünlerinin yer aldığı sergilerin artık çok farklı endüstri kollarının ürünlerinin teşhirine olanak sağladığı belirtilir (İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası Mecmuası, 1933).

Mekki Sait (1934) tarafından kaleme alınan "Yerli Mallarımız Ne Halde?" başlıklı yazıda, kısa bir süre önce Türklerin tepeden tırnağa yabancılarca donatıldığı ve birçok kişinin bundan gurur duyduğu belirtilir. Yabancı ürün kullanmak hem Cumhuriyet öncesinde hem de Erken Cumhuriyet döneminde arzulanan bir durumdu. Yerli ürünler kaba, dayanıksız ve zevksiz olarak görülmekte, şık bulunmamaktaydı. Yerli mallar sergilerinde izlenebileceği üzere durum değişmektedir: "...yeni ustalar ve mutahassis işçiler yetişiyor. Günden güne daha sağlam ve daha zarif olan yerli malı da, artık kendi reklamını bizzat kendisi yapacak bir seviyeye gelmiştir. Yerli mallar sergileri bu hakikatin parlak bir ispatıdır (Mekki Sait, 1934)."

Yerli ürünler, kabalık, dayanıksızlık ve zevksizlikle ilişkilendirilmekten sıyrılmakta tercih edilir duruma gelmektedir. Ancak, MİTC'nin çalışmaları bunları liberal ekonomiye karşıt gören bazı gruplar tarafından eleştirilir ve yerli mallara karşı propaganda yapıldığı görülür (Nadi, 1937). Devlet destekli yerli ürünlere yöneltme çabasının varlığıyla kendilerini kalite açısından geliştirmeyen üreticiler eleştirilir. Dr. Şevket Raşit Hatipoğlu (1942) bu durumu şu şekilde ifade eder: "Milletimizin yerli malını hor görmeden, yermeden, seve seve alması ve yerinmeden kullanması müstahsillerimizi (üreticilerimizi) daha yüksek kaliteli mal istihsal (üretim) etmek kaygısından kurtaramaz. Milletimizin yerli malını benimsemesi, kalitesine bakmadan alıp kullanması, Türk müstahsillerini, bu malların kalitesini kısa zamanda ve mutlaka yükseltmek borcuyla karşılaştırıyor. Yerli malının kalitesindeki müsamahamız (hoşgörümüz) kolay kazançlara sebep olmamalıdır. Hulâsa, milli istihsalı yürütenler yerli mallarını en yüksek kaliteye erdirmek, bir gün aynı çeşit yabancı mal-

larıyla boy ölçüşecek bir iyiliğe götürmek mesullüğünü taşıyorlar.”

MİTC'nin üstlendiği rol

MİTC Cumhuriyet yönetimi için çift katmanlı bir rol üstlenmişti. Bir yandan korumacı politikanın uygulanmasına zemin hazırlarken, diğer yandan da toplumsal bir ideolojik eğitim uygulamaktaydı (Duman, 1999). Yerli ürün kullanmak gerçek anlamda “Türk”, “yurtsever” ve “ulusal ahlaka sahip olmanın” ölçütü ve “devrimi yaşatmanın aracı” olarak kabul edilmekteydi. Yerli ürünün markalaşması yolunda 30 Haziran 1940'da yerli mallarına “Türk Malı” ibaresinin konulmasının Türkiye Büyük Millet Meclisi'nce karara bağlanması da bunlara hizmet ediyordu (TC Başbakanlık Devlet Arşivi, 2/13839, 30/06/1940). MİTC⁵ başarılı bir dönüm noktası oluşturur. Yerli malı sergileri ve diğer etkinliklerle halk içinde yerli malına karşı olan güven artar ve yerli mala atfedilen olumsuzluklar kısmen terk edilir. 1929 ekonomik krizine rağmen endüstrileşme ve büyüme planı devam eder. Uygulanan politika ve yerli malı propagandası talebi artırır. Artan talebi karşılamak için mevcut fabrikaların kapasiteleri artırılırken o zamana kadar Türkiye'de üretimi yapamayan malların üretilmesi için yeni bir endüstrileşme hamlesi başlatılır (Köken, 1937).

MİTC düzenlemelerinin 4. maddesinde doğru- dan tasarım kalitesiyle ilişkili olan “dayanıklılık, güzellik ve ucuzluk” kavramları açık olarak ortaya konulmasına rağmen; bu hedefe ulaşmaya yönelik tasarım, zanaat ve endüstriye ilişkin tasarım üzerine odaklanan sistematik bir çabanın izlendiğine tanık olunmaz (Bozdoğan, 2002). Fakat “dayanıklılık, güzellik ve ucuzluk” kavram üçlemesi yapılan tanıtım ve propagandalarla ürünlere ilişkin en temel değerlendirme kriterlerine dönüşür. Bu nedenle 1930 ve 1940'larda ürün reklamlarının alıcısına yönelik oluşturulan söylemde bu üçleme tekrarlanarak yer alır. Reklamlar iletişim yoluyla satışı artırır-

⁵ MİTC'nin adı 1935'de “Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu”na çevrilir. 1939'da ise kurum adını kurultay kararıyla “Milli Ekonomi ve Arttırma Kurumu” olarak değiştirir, (Necdet ve Mevlüt, 1979).

mayı hedeflediği için alıcı kitlenin kültür dünyasına ve referanslarına ulaşabilmelidir (Kline vd., 1990). Yerli mallar en azından zihinlerde rekabet içerisinde oldukları yabancı mallarla da bu üçleme üzerinden kıyaslanır. Dayanıklılık için sağlam, mukavim; güzellik için zarif, şık, kibar gibi ifadelerin kullanıldığı görülür. Savaş ekonomisinin hâkim olduğu, “kullan at” ya da “bozulunca yenisini al”a dayanan tüketim tarzının oluşmadığı, endüstrileşme ve modernleşme çabası içerisinde olan ve gündelik yaşam eşyası yüzyıllardır değişikliğe uğramamış bir tarım toplumunun referanslarını bu temel üçlemenin oluşturması kaçınılmazdır. Ayrıca ülkede ilancılık olarak adlandırılan reklam ajans etkinliklerinin yerleşmemiş olmasından dolayı; firmalar kendi reklamlarını dergi, gazete ve radyoya doğrudan kendileri vermiştir. İlk reklamlar bu nedenle genelde metne dayalıdır. Resim, çizim ve fotoğraf kullanılmaya başlanmasıyla reklamcılıkta daha profesyonel bir grup doğar (Kline vd., 1990)⁶.

Erken Cumhuriyet Döneminde “ilancılık” olarak geçen reklam çalışmalarının profesyonelleşme çabası içerisinde olduğu gözlemlenir. Banka, hızlı ve dayanıklı tüketici ürünleri, milli piyango, kişisel bakım ürünleri reklamları en sık görülen reklamlardır. Dönemin reklamlarında yerli ürünler MİTC'nin de yerleşmesinde büyük etkisi olan “dayanıklılık, güzellik ve ucuzluk” kavram üçlemesi üzerinden tanıtılırken; ürünlerin resim ya da fotoğrafları kullanıcılarıyla birlikte sunulmaya başlanır. Kullanıcılar hedeflenen modern Türk imajının temsilcileridir (Şekil 11).

MİTC yerli ürünlerin kalitesinin yükseltilmesini açıkça ifade etmişse de, eğitim kurumları ve meslek kuruluşlarıyla bu amaca yönelik sistemli çalışmalar yapılmamıştır. Yüzyıl başında İngiltere'deki sanat ve zanaat okullarında, Alman-

⁶ Türkiye'de ticari ilan olarak kabul edilecek reklama 1864'de Tercüman-ı Ahval'de görülür. Bunlardan biri, Yenicami avlusunda tabak çanak satan bir mağazanın yeni çeşitler ithal ettiğini duyurmaktadır. Resimli reklam olarak da Loton Ciznel'in çıkardığı iki ilan göze çarpar. İlanların birinde demirden bir bahçe kanepesi, diğerinde, zirai bir alet resmi vardır.

ya'daki Deutscher Werkbund'da, Avusturya'da Wiener Werkstatte'de ve sonrasında Bauhaus'da olduğu gibi bu meselelere yönelik özel bir çaba gösterilmemiştir. Bu durum üretimin endüstrileşmemesiyle de açıklanamaz. 19. yüzyılın sonunda ve 20. yüzyılın başında, merkez endüstri ülkelerine çevresel konumda bulunan İsveç ve Finlandiya'da zanaatsal üretime yönelik tasarım sorunsalından hareket edilerek kurulan eğitim kurumları ve çeşitli meslek birlikleri vardır.



Şekil 11. Sadullah tarafından tasarlanan Yerli Mallar Pazarları reklamı, 1938

Örneğin Finlandiya'da 1875'de Tasarım ve Zanaat Topluluğu (Society of Crafts and Design) kurulduğunda üzerinde konuşulabilecek fazla bir uygulamalı sanat dalı olmayıp kalite ve estetik açısından sorgulanması gereken ürünler yığını vardır (Kruskopf, 1975). Türkiye'deyse, önce 19.yüzyılın son çeyreğinde Sultanahmet'de açılan sanayi okulu ve onu izleyen Anadolu illerindeki sanayi okulları, Sanayi-i Nefise, Gazi Eğitim Enstitüsü ve Kız Sanat Okulları gibi eğitim kurumlarının varlığına rağmen mesleki örgütlenme ve bu örgütlenmenin tasarım fikir ve uygulamaları alanındaki yapılanması eksiktir.

Yerli malı sergileri, sergilenen ürünlerin niteliği açısından değerlendirildiğinde, zanaat ürünleri ve gıda ürünleri grubu 1950'lere kadar Osmanlı dönemi sergilerindekilerle benzer ya da aynıdır. Sergilenen ürünlerdeki ve sergi ortamındaki en temel farklılık Erken Cumhuriyet Dönemi dev-

let fabrikalarının ürünleriyle, sergi stantlarıdır. Bu sergiler Türkiye'de tasarımın gerek uygulamalı sanatlar, gerekse de endüstriyel üretim alanındaki konumunu ortaya açıkça koyamamaktadır. Bununla birlikte sergiler inkılapların görsel şenliğine dönüşerek yeni bir toplumsal anlama bürünür. Sergiler 1930'larda cumhuriyetin kamu alanının görsel vitrini haline gelmiştir ve Bozdoğan (2002) tarafından MİTC'nin Türk modernizmine yaptığı en önemli katkı olarak değerlendirilmektedir.

Yerli üretimin nicelik ve nitelik açısından iyileştirilmesi gibi konularda bilimsel destek verecek olan üniversitelerle endüstri arasında aracı bir rol oynaması beklenebilecekken, MİTC'nin eğitim seviyesinde çalışmaları ilk, orta, lise ve dengi okullarda tanıtım ve bilgilendirmeden öteye gitmemiştir. MİTC'nin çalışmalarını yürüttüğü yıllarda üniversitelerin tasarım bölümleriyle endüstri arasındaki ilişki genelde kopukluk anlamında çeşitli platformlarda tartışılır. MİTC, endüstriyle akademi arasında bir köprü görevi de görememiştir. İnönü, 1941'de seramik bölümünün kurulacak seramik endüstrisine teknik ve zevk açısından destek sağlaması yönünde gerekli araştırmaları yapmaları için Güzel Sanatlar Umum Müdürü Tefvik Ararat'ı ve seramik bölümü öğretim üyesi Vedat Ar'ı görevlendirir (Arkitekt, 1941). Akademi'nin Süsleme Sanatlar Şubesi Şefi Kenan Temizan (1946) da toplumların zevk ve seviyelerini en çok etkileyen, halk arasına en çok yayılan süsleme sanatlarının iş sahasının mutlak olarak endüstri olduğunu belirtir. Ülke endüstrisine tasarım açısından kaliteli ve güzel örnekler verecek tekstil, seramik gibi bölümlerden faydalanmanın sanayicilerin aklına gelmediği vurgulanmaktadır (Temizan, 1941). İsmail Hakkı Oygur (1936) da işlerin ehli olan sanatkârların yalnız sanat için değil, her gün önemi artan Türk endüstrisi için de gerekli olduğunu söyler.

Sonuç

Sergilerin amacı özetle, tasarruf bilincini yerleştirmek ve yerli mal kullanımını özendirme amacıyla Türkiye'de üretilen ürünlerin geniş kitlelerle aynı çatı altında buluşmasını sağlamaktır. Bununla birlikte sergilerde halkın yerli

ürünler hakkındaki olumsuz fikirlerini değiştirmek, yerli mallarla güven kazanmak da hedeflenmiştir. Farklı alanlardaki üretimlerin aynı çatı altında bir araya toplandığı ve satış da yapılan tüm bu sergiler tüketim toplumunun yeni bir boyutu olan departman mağazaları gibi bir görevi de periyodik olarak üstlenmişlerdir. Bu sergiler Erken Cumhuriyet Türkiye'sinde bazı mimar ve sanatçıların stant tasarımları yapmalarına olanak da sağlamıştır.

Kaynaklar

- Alsaç, Ü., (2005). *The Second Period of National Architecture*, Holod, R., Evin, A. ve Özkan, S., ed., *Modern Turkish Architecture* içinde, Türkiye Mimarlar Odası, Ankara.
- Arkitekt, (1935). Yerli Mallar Sergisi Galatasaray, Sayı:6, Sayfa: 201.
- Arkitekt, (1941). G.S. Akademisi 60. Yıl Sergisinde Seramik Şubesi Eserleri, 9-10, 208-209.
- Aslanoğlu, İ., (1980). *1923-1938 Erken Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı*, ODTÜ Mimarlık Fakültesi Basım İşliği, Ankara.
- Betts, P., (2000). *The Bauhaus and National Socialism – a Dark Chapter of Modernism*, 34-41, ed. Fiedler, J., ve Feierabend, P., *Bauhaus* içinde, Könemann, Köln.
- Bozdoğan, S., (2002). *Modernizm ve Ulusun İnşası*, Metis yayınları, İstanbul.
- Celâl Esat (Arseven), (1931). *Yeni Mimari*, İstanbul.
- Diren, S., (2003). Sadi Rıfat Diren ile yapılan söyleşi, ed. Gezgin, A.Ö., *Akademi'ye Tanıklık 3* içinde, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Duman, D., (1999). *Milli İktisat Politikasına bir Katkı*, Baydar, O. ed, *75 Yılda Çarklardan Chip'lere* içinde, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul, Sayfa 111-117.
- Fuat, M., (2000). *Nazım Hikmet*, Adam Yayınları.
- Hakimiyeti Milliye, (1930), 31.1.1930 tarihli gazete.
- Hatipoğlu, Ş.R, (1942). “Milli İktisatımızda Bütünlük”, *Ülkü*, s.18, Haziran.
- İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası Mecmuası, (1933). İstanbul'da Sanayi Sergileri, Sayfa:146-147, İTSO, İstanbul.
- Kline, W., Jhally, S., Leiss, S., (1990). *Social Communication in Advertising: Persons, Products and Images of Well-Being*, Nelson, Canada.
- Köken, R., (1937). Cumhuriyet'in 14.Yıldönümü, *İktisat Vekaleti Aylık Bülten*, Sayı:12, Birinci Kânun.
- Kruskopf, E., (1975). *Finnish Design 1875-1975: 100 Years of Finnish Industrial Design*, Otava Publishing Co., Helsinki.
- Mekki Sait (1934). Yerli Mallarımız Ne Halde, *Esnaf Meslek Mecmuası*, Sayı 1.
- Mimar, (1933a). Sergi Binası Müsabakası, 131-152.
- Mimar, (1933b). 1933 Yerli Mallar Sergisinde Zingal Pavyonu ve Evi, 278-281.
- Nadi, Y., (1937). İhraç Mallarımızın Kontrolü, *Cumhuriyet*, 15.10.1937.
- Necdet, S. ve Mevlüt, Ç., (1979). Türkiye Ekonomi Kurumu 50 Yaşında, *Milliyet*, 12.12.1979.
- Oygar, İ.H., (1936). Tezyinî Sanatlar ve Kumaş, *Arkitekt*, 9, 263-264.
- Smith, V., (2005). *Forms in Modernism*, Watson-Guptill Publication, New York
- T.C. Başbakanlık Devlet Arşivi, 490.1.0.0 /1.3.21, 6/2/1930, Ankara.
- TC Başbakanlık Devlet Arşivi, 2/13839, 30/06/1940, Ankara.
- Temizan, K., (1946). Güzel Sanatlarda Süsleme Sanatları (Art Décoratif), 169-170, 16-24, *Arkitekt*.
- Turan, G. (2009). Turkey in the Great Exhibition of 1851, *Design Issues*, 25, 1, 64-79.
- Yedigün, (1933a). Bir Türk Sanatkârı Vasıf Bey, Sayı:40-41, Sayfa: 14-15, İstanbul.
- Yedigün, (1933b). Sanayi İşleri, 33, 17-22, İstanbul.
- Yedigün, (1937). Başlıksız, 231, 8, İstanbul.