



Militer Rejimlerde İletişim Aracı Olarak 20. yy Afiş Sanatı

Poster Art In 20 Century As A Means Of Communication In Military Regimes

Elvan TEKİN  

Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi İletişim Fak. Görsel İletişim Tas. Böl., Elazığ, 23100, Türkiye

Article history: Received 27.03.2022 / Accepted 10.05.2022

ÖZET ABSTRACT

Dünya 20. yüzyılın başlarında ekonomik, sosyal, siyasi, vb. açıdan günümüzdeki yapısına evrilmeye başlamıştır. Dönemin baş aktörleri olarak nitelenebilecek; Almanya, Rusya, İngiltere, Fransa, Amerika, Çin, Polonya, İspanya ve Japonya gibi ülkeler, tahakküm altına alabileceklerini düşündükleri ekonomik ve demografik açıdan daha küçük ülkelere karşı yüzyılın ilk çeyreğinde militer ve faşizan yaptırımları dikte ettirmeye çalışmıştır.

Militer rejimlerin temsilcileri, yönettikleri ülkelerde kendi yerlerini sağlamlaştırma adına milli bir paranoya yaratarak, propaganda yapma yoluna gitmişlerdir. Propaganda aracı olarak kitlelere hem görsel hem de coşkun duyguları doğrudan aktaracak olan *afiş sanatı* kullanılmıştır. Özellikle; makalenin ana ekseninde I. ve II. Dünya Savaşları ve Soğuk Savaş döneminde; Almanya'da, Sovyet Rusya'da ve Polonya'da üretilen propaganda afişlerinin karşılaştırılması yer almaktadır. Makalenin amacı; siyasi posterlerin kitleler üzerinde yarattığı emre itaat duygusunun, anlatım ve tasarım dilini göstermektir. Makale, literatür taraması, grafik tasarım incelemesi ve karşılaştırmalı betimsel yöntem ile gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Poster Sanatı, Propaganda, 20. Yüzyıl, Militer Rejimler

The World started to evolve to its present condition in terms of economical, social, political etc. At the start of XX. Century. Labelled as the leading actors of the period; the countries like Germany, Russia, England, France, America, China, Poland, Spain and Japan tried to impose military and fascistic sanctions on the smaller estates which they thought they could dominate, that were weaker in terms of economy and demographics in the first quarter of the century.

Representatives of military regimes have resorted to making propaganda by creating a national paranoia in order to consolidate their position in the countries they rule. *Poster art* was used as a propaganda tool, which would directly convey both visual and enthusiastic emotions to the masses. Especially; I. and II. in the main axis of the article. During the World Wars and the Cold War; There is a comparison of propaganda posters produced in Germany, Soviet Russia and Poland. The purpose of the article; It is to show the expression and design language of the feeling of obedience to the order created by the political posters on the masses. The article was carried out by literature review, graphic design review and comparative descriptive method.

Keywords: Poster Art, Propaganda, 20. Century, Military Regimes

1. GİRİŞ

20. yüzyılın ideolojik söylemleri, toplumsal dönüşümlerin gerçekleşmesinde önemli rol oynamıştır. Tüm ideolojilerin ortak söylemi; refah, mutluluk ve bolluğun yalnızca kendi iktidarları tarafından sağlanabileceği üzerine üretilmiştir. "*Üretim biçimi değiştiğinde ortaya çıkan sosyo-ekonomik koşullara uygun bir toplumsal dönüşüm kaçınılmaz olmaktadır. Bu süreçte ideolojiler umut veren ütopyalar olarak ortaya çıkmakta ve baskın olanı toplumsal dönüşümü yaratmaktadır*" (Akyıldız, 2006, s. 2). Bununla birlikte dönemin koşulları gereği umutsuzluk ve savaş içinde hayatta kalmaya çalışan toplumlar, Akyıldız'ın ifade ettiği gibi ideolojilere umut bağlamıştır. İdeolojilerin hayata geçirilmesi ve yaygınlaştırılması için ". . . geniş kitlelere en etkili şekilde ulaşmak isteyen tüm hükümetler sanatın gücünü fark edip bunu kullanmaktan çekinmemişlerdir" (Bingöl, 2011, s.94). Sanatın ise araçlaştırılıp görev atfedilmesi yakın yüzyıla özgü bir durum değildir. Tam tersine oldukça uzun bir zaman dilimini kapsamaktadır. 20. ve 21. yüzyılda bir sanat dalı olarak kabul gören afiş sanatı ideolojik fikirlerin halka aktarılması için yaygın ve etkili bir biçimde kullanılmıştır.

* Corresponding author.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

20. yy'da Almanya'da, Rusya'da ve Polonya'da üretilen propaganda afişleri üzerinden inceleme yapılmıştır. Söz konusu ülkelere ait ikişer afiş tasarımına yer verilmiş olup, bu afişer çizgi, renk, ton, doku, biçim, ölçü, denge (simetrik denge, asimetric denge), orantı ve görsel hiyerarşi, devamlılık, vurgulama gibi grafik tasarım unsurları üzerinden değerlendirilmiştir. Afişler, buldukları ülkelerin siyasi propaganda unsurlarını ve dönemin anlayışını en iyi şekilde yansıtmaları açısından seçilmiştir.

2.1. Yöntem

Makale, literatür taraması, kullanılan eleman ve ilkelerine göre, grafik tasarım incelemesi ve karşılaştırmalı betimsel yöntem ile gerçekleştirilmiştir.

3. BULGULAR

3.1. Afiş Tasarımı

Grafik tasarım, alanının kendine özgü biçim ve içeriği ile anlaşılır şekilde mesaj iletme kaygısı güden dallarından biridir. "*Afiş, geniş kitlelere görsel yöntemlerle seslenen iletişim araçlarından biri olarak XX. yüzyılın önemli grafik tasarım ürünlerindedir. Afişin gücü, sahip olduğu yalın ve dolaysız anlatımdan kaynaklanır*" (Gümüştekin, 2012, s.63). Sanat tarihine bakıldığında modern ve postmodern olarak nitelenebilecek akım ve düşünce biçimlerinin afiş tasarımının gelişimine katkı sağladığı görülmektedir. 18. yüzyılda renkli taş baskı tekniğiyle üretilmeye başlanan afiş sanatı, işlevselliği nedeniyle pek çok alanda kullanılmakta ve konuları gereği üç ana başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; *Ticari Afişler, Kültürel Afişler ve Sosyal Afişlerdir*. Araştırmaya konu olan afişler sosyal afişler kapsamında değerlendirilmiştir. Bu afişler konusu ve kompozisyonu açısından dönemin otoriter rejimlerinde bazı unsurlara dikkat çekmeye çalıştıklarından dolayı önem arz etmektedir. Afişlerin belirlenen doktrinler çerçevesinde biçimin ve içeriğin mesaj verme kaygısıyla tabana ulaşması amaçlanmıştır. Propaganda afişlerinin bilgi yaymadaki görevi oldukça önemlidir.

3.1.1. Propaganda Afişleri

Tasarım süreci içerisinde bugünkü konumuna ulaşan afiş sanatının pek çok toplumsal olaya tanıklık ettiği görülmektedir. Propaganda afişleri toplumsal olayların duyurulmasında ve taraftar toplanmasında çok etkili olmuştur. Propaganda afişleri özellikle iki kavram üzerinden şekillenmektedir. Bunlar ideoloji ve propaganda terimleridir. İdeoloji üzerine yapılan araştırmalar Karl Marx ile başlamıştır. Ancak bu kavramın temellerinin atıldığı nokta, kimi araştırmacılara göre Aydınlanma Hareketi'ni oluşturan felsefecilere kadar uzanmakta (Rudé, 2010) ve kavramın farklı, karmaşık tanımları bulunmaktadır. Marx'a göre; ". . . *çarpıtılmış inançların benimsenmesi olan ideoloji, belirli sosyal sınıfların çıkarlarına hizmet etmektedir. . . . ideolojik inançların bir sosyal formasyon içindeki egemen sınıf veya sınıfların konumunun sürekliliğine hizmet ettiği* (Marx'tan aktaran İnaç, 2010, s. 65), fikrini ileri sürmüştür. İdeoloji tanımı Marx'a göre; var olan düzenin veya arzulanan toplum yapısının oluşturulmasında yöneticilerin yer aldığı elit sınıfın aracı konumundadır. İdeoloji kavramı, siyasi rejimi meşrulaştırmak adına sistematikleştirilmiş öğretiler ya da inançların toplamı etmektedir (Can, 2009, s.3).

Propaganda kavramı Latince "yayılan şeyler" anlamına gelmektedir, ancak içerdiği politik anlama ulaşmaya kadar herhangi bir olumsuzluk içermemiştir. Ülkelerin örgütlü bir şekilde propagandayı kullanışı I. Dünya Savaşı sırasında Britanya Enformasyon Bakanlığı'nca gerçekleştirilmiştir (Altun, 2010, s.26). İkinci dünya savaşı sırasında propaganda ve ideoloji kavramlarının afiş sanatında kullanılmasında halkın rızasının alınması, onayın halk tarafından verilmesi, iktidarın sürekliliğinin sağlanması ve haklılığın gösterilmesi zorunlu olarak görülmüştür (Yalın, 2012, s.2). Kitle iletişim araçlarının bu şekilde militer ve totaliter rejimlerce kullanılması, insanları kendi amaç ve çıkarları doğrultusunda yönlendirmesi, rıza üretimi kavramını farklı bir alana kanalize etmiş, insanların seçim ve algılarının etkilenmesi sonucunu ortaya koymuştur (Altun, 2010, s.24). Ülkelerin ideoloji konusunda birbirlerinden farklı ülkeleri gütmelerine rağmen, ideoloji ve sanat arasında benzer ilişkiler kurdukları da bilinmektedir. Yaratıcı edim ile devlet arasındaki kendi varlığını sağlamlaştırma adına giriştikleri çatışma, sanatın özgürlük sahasını işgal etmiştir. Girişilen ifade çatışması sonucunda sanat, devlet

tarafından belirli dönemlerde baskı altına alınmış ve sanatçı yasalarla sınırlandırılmıştır (Bingöl, 2011, s.93).

20. yüzyılın ilk ve ikinci çeyreğini içine alan zaman diliminde dünyanın farklı yerlerinde üretilen propaganda afişlerinin, militer rejimlerin doktrinlerine hizmet etmesi bakımından ortak bazı özelliklere sahip olduğu görülmüştür. Militer ve totaliter rejimler, sınırlarını belirledikleri alanlar içerisinde, insanların farklı düşüncelerinin önüne geçmek adına tüm toplumu, kendi ideolojileri etrafında toplayıp tek ve ortak bir fikre sahip bireyler olmalarını amaçlamışlardır. *“Sosyal mühendislik projelerinin günlük yaşamın bir parçası haline geldiği Nazi Almanya’sı, faşist İtalya ve Sovyetler Birliği’ndeki tek parti yönetimlerinin geliştirdiği teknikler demokratik ülkelerdeki propagandacılar tarafından hemen kullanılmaya başlanmıştır”* (Clark, 2004, s. 139-140). Farklı ideolojilerin kalıcı ve yayılcı olması için aynı yöntemleri benimseyen ülkeler arasında, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (S.S.C.B.), Nazi Almanya’sı ve Polonya sayılabilir. Bu ülkelere üretilen propaganda afişlerinin anlatım, tasarım ve dil açısından ortak söylemlere sahip olduğu görülmüştür. Üç ülkenin üretmiş olduğu propaganda afişleri incelenmiş ve grafik tasarım unsurları çerçevesinde karşılaştırılmaları yapılmıştır.

3.1.2. Grafik Tasarım İlkeleri Doğrultusunda Propaganda Afişlerinin İncelenmesi

Çalışmada Almanya, Sovyet Rusya ve Polonya’nın propaganda afişlerine ait ikişer örnek incelenmiş olup, afişlerin tipografi dili ve verdiği mesaja odaklanılmıştır. Afişler; *çizgi, renk, ton, doku, biçim, ölçü, denge (simetrik denge, asimetric denge), orantı ve görsel hiyerarşi, devamlılık, vurgulama* (Becer, 2005), gibi grafik tasarım öğeleri açısından değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgulara sonuç kısmında değinilmiştir.

3.1.2.1. Nazi Propaganda Afişleri

I. Dünya Savaşı’nda alınan yenilgi nedeniyle Versailles Antlaşması yapılmış ve Almanya ağır savaş tazminatı ödemeye mahkûm edilmiştir. Savaşın Alman halkı üzerinde yaratmış olduğu karamsarlık ve umutsuzluk, ülkenin faşist bir doktrin olan Nazizm’in sultanı altına sürüklenmesine neden olmuştur. Doktrin ana hatlarını belirleyen ve milyonlarca insanın ölümünden sorumlu olan kişi, Adolf Hitler’dir (Poulantzas, 1980). Irk üstünlüğü üzerinden siyaset güden Naziler, başka halkların ve toplulukların yaşam alanlarına tahammül etmeyi reddetmiş, kendinden olmayanları işgalci, düşman olarak adlandırmıştır. Özellikle 1929 yılında yaşanan *Büyük Ekonomik Buhran* sonrasında milyonlarca kişi işsiz kalmış ve umutsuz olan halk, Naziler tarafından Yahudi-Sovyet anlaşması nedeniyle içinde bulunulan koşullara maruz kaldıkları konusunda inandırılmış ve aynı dönemde propaganda konusunda ciddi kampanyalar yürütülmüştür (Altun, 2010, s.28). Ari ırk ve milliyetçilik esasları üzerinden siyasi bir dil geliştiren militer Nazi kanadı, her alanda yeni bir nesil biçimlendirmeyi kendine amaç edinmiştir. Eğitim, aile hayatı, ekonomi, toplumsal, askeri, gibi konularda söz sahibi olup, her biri için ayrı bir gelişim planı oluşturmuştur.

Naziler, modern sanat anlayışını da yasadışı ilan etmiş ve sanatçıları baskı altına alma yolunu tercih etmişlerdir (Gombrich’ten aktaran Başbuğ, 2012, s.129). Naziler, sahip oldukları bu düşünce sonucunda 1937 yılında Münih’te Alman müzelerinde sergilenen çağdaş sanat yapıtlarının aşağılandığı ve adına Dejenere Sanat denilen bir sergi açmışlardır. Sergiyle birlikte modern dönem eserler aşağılanmış ve müze ve galerilerin bu tarz eserleri kendi bünyelerinde barındırmamaları gerektiğine dair baskı kurulmuştur (Akgül, 2017, s.11). Baskılanan ve katı bir disiplin altına alınan sanat, sanatsal üretimini ödev verildiği gibi yerine getirmeye çalışmış ve rejimin esaslarını yaimaya mecbur bırakılmıştır. Bu noktada sanatın amacı olan ideolojik söylemleri, yani Nasyonal Sosyalist ilkeler doğrultusunda, halka taşıyabiliyorsa ve halkı eğitebiliyorsa, gerçek anlamda üzerine düşen görevi yerine getirmiş sayılmıştır (Sabine, 2000).

“Naziler, ‘estetik hayatın politikleştirilmesi ve politik hayatın estetikleştirilmesi’ ilkesinin olağanüstü yöntemlerini uygulayarak sanat alanlarını basitleştirmişlerdir. Onlar için sanatsal yöneliş, tek ideolojik yöneliş olan üstün ırkın yaratılması açısından bir güç göstergesidir. İşte bu anlayışın ülküsü etrafında yapılan düzenlemelerle tüm Almanya’da hem politik, hem sanatsal içeriği sorgulamak ve öğrenmek yasaklanmış, bunların yerine sadece ‘inanmak’ zorunlu hale getirilmiştir” (Bingöl, 2011, s.94).

Parti söylemleri doğrultusunda, sanatçının sanatsal üretimde bulunabilmesi ve devlet tarafından kabul edilmesi için Nasyonal Sosyalist Parti’nin davasına sıkı sıkıya sarılması önemli sayılmıştır (Macit, 2006, s.78). Bu dönemde Alman arı ırkının üstünlüğünü, yiğitliğini ve güçlü

oluşunu vurgulayan afiş tasarımlarının üretildiği ve farklı sosyal alanlara değinse de aynı üslup ve tarz birliği içerisinde olduğu görülmüştür.

Propaganda afişlerinde geleneksel ve ideal kadın ve erkek imajları yaratılmış, savaşta yanlarında yer alacak kitlelerce benimsenmesi sağlanmıştır. Özellikle afişlerde figüratif anlatımlara yönelim gösterilmiş ve farklı alanlarda propaganda afişleri etkin bir biçimde üretilmiştir. Afişler için orduya asker toplamak, ekonomiye katkıda bulunmak, Alman nüfusunun artması için çok çocuk doğurulmasına teşvik gibi farklı konular seçilmiştir. Ayrıca tasarımlar yapılırken sloganların daha etkili ve kalıcı bir biçimde halka aktarılması amacıyla Nasyonal Sosyalist Partinin politikası gereğince Gothik harf biçimi tercih edilmiş ve Fraktur adı verilen bir font biçimi kullanılmıştır.

a. “Çocuklar, Führer’i Tanıyor Musunuz?”

Afişte, devlet liderinden çok bir baba figürü yansıtılmaya çalışılmıştır (Şekil 1). Askeri üniforma içindeki Hitler aracılığıyla şefkatli ve sevecen bir baba imgesi oluşturulmaya çalışılmış, devletin çocuklara ne kadar çok önem verdiği vurgulanmak istenmiştir. Konu bakımından ülkenin yöneticisinin çocuklarla iyi anlaşığı ve güven duygusu verilmeye çalışıldığı görülmüştür.



Şekil 1. Franz Schneider Verlag, “Çocuklar, Führer’i tanıyor musunuz?” (1933).

Kompozisyon: Afiş tasarımı açık kompozisyon mantığıyla oluşturulmuştur. Kompozisyonda belirli bir hiyerarşi gözetilmiştir. Kompozisyonun en üst noktasına yerleştirilen Hitler’in, kollarını kız çocuğuna uzatışı ve duruşu itibarıyla üçgen bir kompozisyon kurulmuştur. Gerçekçi bir illüstrasyon hazırlanmış ve tüm figürlerde lekesel bir parça-bütün ilişkisi içerisinde ifade edilmiştir.

Açık-orta-koyu dengesi: Kompozisyonun yukarıda kalan kısımlarında ışıklı bir alan tercih edilirken, alt kısımlarda koyu leke dengesine başvurulmuştur. Negatif-pozitif leke dengesinin eşit oranda kullanıldığı görülmektedir. Figürlerin yerleştirilmesi ve kompozisyonun kuruluş biçimi nedeniyle odak nokta merkezde toplanmıştır. Açık kompozisyon kullanımından doğan sahnenin devam ettiği hissi, **görsel devamlılığı** sağlamaktadır. Ayrıca kompozisyonda yer alan figürler doğal **oran-orantı** içinde konumlanmıştır.

Renk: Afişte kullanılan renkler sepya tonlarda tercih edilmiş ve kırmızı Nazi bayrakları dışında baskın bir tonlamaya yer verilmemiştir. Gamalı haçlı bayraklar, figürlerin önüne çıkmıştır. Gamalı haçlar sembolik göstergeler olarak yer almıştır. Tasarımda herhangi soyut bir anlatım biçimine rastlanmamıştır.

Tipografinin düzenlenmesi açısından dikkat çeken iki kelime “Kinder” ve “Führer”dir. İki kelimenin de eşit görülerek aynı puntoda hiyerarşik olarak yazılmasıyla görsel desteklenmiştir. Afişin sloganında beyaz renk kullanımı tercih edilerek, klasik serifsiz Fraktur adı verilen geleneksel Gotik harf biçimi –Black- ağırlığında kullanılmıştır. Beyaz leke olarak da algılanan tipografik düzenleme, afişin alt kısmında yer almakta ve görselin üst kısmında bulunan açık mavi gökyüzüyle lekesel olarak **denge** sağlamaktadır. Mesaj, görselle ve içerdiği renk tonlarıyla pekiştirilmiştir.

b. "Wehrmacht Gününde Onlara Teşekkür Edin!"

Afişin konusu kara, deniz ve hava kuvvetlerinin, elde edilen zaferlerdeki üstün başarısının övülmesi üzerinedir. "Wehrmacht Gününde Onlara Teşekkür Edin!" ifadesi ile halkın askeriye karşı bir minnet duygusunun oluşması gerektiği vurgulanmıştır. **Kompozisyon**, Üçgen kompozisyon olarak oluşturulan afiş tasarımında belirli bir perspektif içerisinde görülen üç farklı askeri alana ait figürler, sola ve ufku görececek bir şekilde karşıya doğru bakar konumda yerleştirilmiştir. **Denge**, Kompozisyonda oluşturulmak istenen asimetrik bir dengedir ve kompozisyonun oluşturuluş biçimi açısından kopukluk gözlenmez, **görsel devamlılık** devam eder.



Şekil 2. Felix Albrecht, "Wehrmacht Gününde Onlara Teşekkür Edin!" (1941).

Figürlerin yüz hatları keskin, kararlı ve ufka doğru bakmaktadır. O günün devlet politikası gereği figürler gerçekçi bir biçimde resmedilmiş ve insanlarda gerçeklik algısı oluşturulmaya çalışılmıştır. Askerlerin fiziksel özellikleri neredeyse hemen hemen aynıdır. Alman ari ırkının "olması gerektiği" şekilde figürler illüstre edilmiştir (Şekil 2).

Leke, afişin leke değeri bir önceki tasarımda olduğu gibi negatif-pozitif denge içerisinde hazırlanmıştır. **Renk**, leke ve renk tonları açısından birbirini tamamlayıcı bir uyum görülmektedir. Tasarım yüzeyinin aydınlık alanları üst kısımlarda tercih edilirken alt kısımlar koyu lekesele değerlerle tamamlanmıştır. Renk tonları hakiler ve hâkî rengi tamamlayıcı ara tonlar kullanılmıştır.

Tipografi açısından değerlendirildiğinde, slogan klasik serifsiz bir Germen abecesinin bold ve büyük puntolu olarak yerleştirilmesiyle oluşturulmuştur. Vurgu, slogan ve görselle bütünlük içinde birbirini destekleyici şekilde konumlandırılmıştır. Detay olarak verilen yer ve tarih bilgileri daha küçük puntolarla afiş alanının alt ve üst kısımlarına yerleştirilmiştir. Afişin yiğitlikle, kahramanlıkla ve kusursuz bir nesil imajıyla tam zafere ulaşabileceğine ilişkin bir propaganda üzerine kurgulanmış olduğu görülmektedir.

3.1.2.2. Sovyet Propaganda Afişleri

20. yüzyılın ilk yarısında Sovyet Rusya, militer bir rejim üzerine ideolojisini kurmuş, sanatını da bu ideolojiye hizmet edecek şekilde hükümet programına alarak toplumsal gerçekçi bir yapıya oturtmuştur. Halkı eğitmek ve etki altına alabilmek adına sanat baskılanmış ve sanatın parti programından ayrı ilerleyen bir mekanizması olabileceğine dair düşünceler onay görmemiştir (Bingöl, 2011, s.93). "Komünizmin . . . kitlesele ideolojilerinin bireylerin tümüyle ulus çıkarlarına adanması ve feda edilmesi konusundaki ısrarı, demokratik politika anlayışının retoriğine eklenmiştir" (Clark, 2004, s. 140). Ülkenin başında yer alan Bolşevikler, sanatın devrime hizmet etmesi gerektiği düşüncesini ileri sürmüşlerdir.

Clark'ın aktardığına göre (2004), Ekim Devrimi'nden sonra ülkede yer alan avangard sanatçılara mesafeli yaklaşmış ve halkın büyük bir kesiminin okuma yazma bilmemesinden dolayı sanata eğitimci rolü biçilmiştir. Muhafazakâr bir estetik anlayış etrafında yapılan devlet otoritesi, sosyalist kültür birikiminin geçmişte görülen, önemli ve başarılı eserler

üzerinden yükselmesi gerektiğini düşünmüştür. Sovyetler Birliği'nin erken dönemlerinden itibaren sanata atfedilen eğitici görev, İkinci Dünya Savaşı sırası ve sonrasında da devam etmiştir. Tıpkı Nazi Almanya'sı gibi propaganda afişleri ile devlet otoritesi sağlamlaştırılmak istenmiş ve ülke halkının rızasının kendiliğinden olduğuna ilişkin bir kanı yaratılmaya çalışılmıştır.

a. "Mesainizi Biz Devralırız!"

Kompozisyon, Sovyet afiş tasarımı dilinin tüm özelliklerini taşıyan bu afiş (Şekil 3), fiziki yapısı bakımından açık kompozisyon olarak kurgulanmıştır. Ön planda bir işçi kadın eldiven giyip çalışmaya hazırlanmaktadır. Arkadaki mekânın fabrika olduğu, nesnelere leke değeri olarak duruşundan anlaşılmaktadır. İşçi kadının pencereden dışarı doğru bakması, izleyiciye uzaktan geçen kalabalık asker topluluğunu ve gökyüzünden geçen sayıca fazla olan savaş uçaklarını işaret etmektedir. Dikey olan bu kompozisyonun taban kısmında ise afişin sloganı yer almaktadır.

Teknik, afiş, füzene tekniğiyle çalışılmış olup, iki renk ve tonları üzerinden oluşturulmuştur. **Denge**, çizgisel ve lekesel renk dengesi ile bir desen eskizi olarak hazırlandığı görülmektedir. Desen, beyaz fon üzerine kırmızı, siyah ve sepya tonlarda hazırlanmıştır. **Açık-orta-koyu**, değerler dengesi gözetilmiş ve kompozisyonun sol kısmından başlayarak görselin odak noktası, uçakların ve askerlerin gidiş yönüne uygun bir şekilde yerleştirilmiştir. **Görsel devamlılık**, sağlanması amacı güdülmüştür.



Şekil 3. V. Serov, "Mesainizi biz devralırız!" (1941).

Ön planda yer alan kadın figür ile kararlı, güçlü ve çalışkan bir vatandaş imajı verilmek istenmiştir. Hem ön hem de arka planda yer alan figürlerin yüz ifadeleri oldukça sert, kararlı ve cesurdur. Hem tasarımda hem de sloganda; ülkenin erkekleri savaşa gittiğinde onların yerini gönüllü şekilde dolduracak kadın nüfus yer alacaktır, düşüncesini yansıtılmıştır. Tasarımın tipografi kurgusu ise açık zemin üzerine yazılmış bold ve tırnaksız bir Kiril abecesidir. **Renk** olarak ise Sovyetlerin simge rengi olan kırmızı ve kırmızının tonları tercih edilmiştir.

b. "Her şey Zafer İçin!"

Afiş, 1942 yılında II. Dünya Savaşı döneminde halkın kararlılığını vurgulamak adına üretilmiştir. Bir önceki afiş ile ortak özellikler göstermiştir. Afişin **kompozisyonu** kadının güçlü imajı üzerinden oluşturulmuştur (Şekil 4). Merkezi noktada yer alan kadın işçi figürü, kırmızı Sovyet yıldızı bulunan bir füzeyle elini koymuştur. Diğer elini de hazır olda bekler şekilde vücudunun yanında bitirmiştir. Yanındaki füzedeki manevi anlamda güç aldığı imajı pekiştirilmeye çalışılmıştır.

Kompozisyonda sağa doğru giden ve geriye doğru daralan bir **perspektif** anlayışı gözlemlenmiştir. Afişin merkezinde öncelikle işçi kadın yer almış, sonra sırasıyla ön ve arka planda görülen torpido mermileri kompozisyonu devam ettirecek şekilde oluşturulmuştur.

Renk olarak sepya ve siyah tonlar birbirini tamamlayıcı olarak uyum içinde kullanılmıştır. **Leke** olarak; koyu ve orta tonlar ön planda tutulmuştur.



Şekil 4. A. Kokorekin, "Her şey zafer için" (1942).

Merkezi uygulanan kompozisyonda **tipografinin** bir kısmı, afişin üst bölümünde sağa doğru açılan kırmızı bir bant üzerine yerleştirilmiştir. Tipik serifsiz Kiril abecesiyle oluşturulmuş düzenlemede son iki harf kompozisyonun dışına çıkmıştır. Alt alanda yer alan metin, punto açısından daha küçük olarak yazılmış ve her iki alanda yer alan metinde kırmızı renk tercih edilmiştir.

Afiş; ülkedeki askeri gücün her türlü tehdide karşı hazır oluşunun propagandasını yapmıştır. Geri güç olarak kadın istihdamının savaş döneminde oldukça yaygın ve etkin bir biçimde kullanıldığının kanıtı olarak gösterilmiştir. Kararlı ve vakur bir ifadeyle karşıya bakan kadın figürü konumlanış ve devamlılık açısından diğer incelenen afişlere oranla daha az görsel devamlılık sağlamıştır. **Görsel denge** olarak çalışmanın ağırlık noktası kompozisyonun merkezine toplanmıştır.

3.1.2.3. Polonya Propaganda Afişleri

Polonya II. Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında oldukça başarılı afiş örneklerini grafik tasarım alanına kazandırmıştır. Almanlar tarafından işgal edilmesinden ve savaşa dâhil olmasından sonra oldukça dışa kapalı bir hayat yaşayan Polonyalılar için kitle iletişim araçlarının yaygın olmaması, afiş sanatının, özellikle de Afiş Okulu'nun aktif hale gelmesine neden olmuştur. Afiş okulunun etkisi ile kültürel ve sosyal afişler üretilmiş, ancak propaganda afişleri de Polonya'nın tasarım tarihi içerisinde yerini almıştır. Özellikle yansıtılan üslup, sanatçının kendi estetik kaygıları sonucunda şekillenmiştir. Polonya afişlerinin kavramsal bir yapıda olduğu ve Polonya'nın komünist rejim altındayken önemli afiş örnekleri verdiği bilinmektedir (Gümüştekin, 2012, s. 64). Polonya II. Dünya Savaşı'ndan sonra komünist ideoloji altına girmiştir. Bu durumda kurulan yeni hükümetin yeni estetik değerlere ihtiyaç olduğunu düşünmesi ile birlikte Lublin'de Propaganda Afiş Stüdyosu kurulmuştur (URL-5, 2014). Aşağıda bulunan iki örnek üzerinden afiş incelemesi yapılmıştır.

a. "Orduya! Düşmanı Yenmek İçin Birleşmeye!"

Kompozisyon: afiş dikey ve hareketli bir figürle merkezi şekilde oluşturulmuştur (Şekil 5). Asker figürü, kolunu sol tarafa doğru kaldırmış ve bu hareketlilik ile kompozisyon çapraz bir açı çizmiştir. Figür ve tasarım elemanları çapraz bir konumda yerleştirilmiş ve asimetrik dengeye oturtulmuştur. Tasarım alanının merkez noktasında yer alan asker figürü tamamen negatif-pozitif bir dengeyle siyah bir **leke** ağırlığıyla resmedilmiştir. Genele bakıldığında anlatım biçiminin tamamen lekesel bir üslup tercih edilerek oluşturulduğu görülmektedir. Afiş iki renk üzerinden kurgulanmış olup, tasarım alanının yüzeyinde iki parça şeklinde kırmızı ve siyah lekesel değerlerin kullanımı dikkat çekmiştir. Ön planda siyah leke kullanılırken, fonda

kanın ve şiddetin rengini temsil eden kırmızı asimetrik bir leke kullanılmıştır. Ara renkler veya ton geçişleri tasarım alanında yer almamıştır.

Kompozisyonun merkezinde yer alan, haykırarak asker çizimi oldukça sert ve arkasından gelecek kişileri çağırır bir pozisyondadır. Merkezde yer alan figür, sol alt kısımdaki tipografi ile kapalı bir kompozisyon içinde yalın bir anlatımla verilmiştir.



Şekil 5. Plakat Adama Siemaszki z, “Orduya! Düşmanı yenmek için birleşmeye!” (1939).

Hiyerarşik olarak ölçüleme yapılacak başka bir insan figürü kullanımına gidilmemiştir. Ancak hiyerarşik düzenleme içerisinde değerlendirme yapmak gerekirse; ilk sırada asker, sonra ise lekesele ifadeler ve üst-alt kısımda yer alan tipografi yer almaktadır. **Vurgulama** açısından serifsiz, black ve kapital font kullanımı tercih edilmiştir. **Sloganda**; “Orduya! Düşmanı yenmek için birleşmeye!” Çağırısı yapılmıştır. Afişin tasarım ve görsel denge açısından **parça-bütün** ilişkisi oldukça yerindedir.

b. “Hitler’in Adımını Attığı Yerde Toprak Ölür...”



Şekil 6. Włodzimierz Zakrzewski, “Hitler’in adımını attığı yerde toprak ölür...” (1945).

Hitler karşıtı bir propaganda afişi olarak hazırlanmış (Şekil 6); dikey, açık ve üçgen bir kompozisyon olarak tasarlanmıştır. Merkezde yer alan asker figürü ile kompozisyon alanı üç ayrı parçaya bölünmüştür. Üçgen olarak oluşturulmuş bu kompozisyon, aynı zamanda açık kompozisyon şeklinde kurgulanmıştır.

Tasarımda lekesele bir üslup tercih edilmiş ve hatların yumuşatılarak, fon içerisinde rengin ve ara tonların erimesi sağlanmıştır. Çalışmada kullanılan lekeseleliği tamamlayacak hiçbir çizgisel yapı yer almamış, **görsel devamlılık** açısından izlenme kolaylıkla gerçekleştirilmiştir.

Yeşil, kahverengi, kırmızı ve ara tonların pastel geçişleriyle tasarım renklendirilmiştir. Renklerin birbiri içerisinde erimesi, figürün dış hatlarının leke olarak arka plandan ayrılmasını sağlamıştır. İllüstrasyonda su bazlı bir boya kullanıldığına ilişkin teknik izler gözlemlenebilmektedir.

Tema olarak; merkezde bulunan figür, hafif eğilmiş bir pozisyonda ve sağ elinden kan damlamakta, diğer elinde bir hançer ile işlemiş olduğu cinayet alanından ayrılır izlenimi verilmiştir. Figürün yüzündeki düşmanca tavır, onun acımasız bir katil olduğu imajını güçlendirmiştir. Figüratif anlatımın tipografik ifade ile desteklendiği görülmüştür. Kompozisyonun hemen alt kısmında yer alan tipografik aktarımın Art Deco tarzında olduğu görülmektedir.

Afişin mesajında "Hitler'in adımını attığı yerde toprak ölür..." ifadesi direkt Hitler resmedilerek oluşturulmamıştır, ancak Hitler'in hâkimiyetinin devamlılığını sağlayan SS Subayları, birebir Hitler'in iradesi olarak görülüp, simgeleştirilerek resmedilmiştir.

Birinci ve İkinci Dünya Savaşı sırasında propaganda amacı ile natüralist ve gerçekçi üslupta hazırlanan afiş tasarımları, savaş bittikten sonra kavramsal bir noktaya evrilmiştir. Geleneksel, betimleyici ve fotoğrafik anlayışla tasarlanan afiş illüstrasyonları terk edilmeye başlanmış, kavramsal imgelerin ve fikrin ön plana alındığı afiş tasarımları gerçekleştirilmiştir. Sanatçı ve tasarımcılar 20.yy'ın enformasyon çağına ve makineleşen dünyaya ayak uydurmak için tasarım alanını her açıdan düşünmüş ve dönemin önemli sanat akımlarından etkilenmişlerdir.

Figüratif ve salt mesaj kaygısı olan afiş uygulamalarından tamamen uzaklaşarak, soyutlamacı ve metafor içeren tasarım tarzına yönelmişlerdir. Kübizmden, Soyut Sanattan, Fovizmden, Pop Art'dan pek çok öğeyi ve uygulamayı kendi tasarımlarında kullanmışlardır. Özellikle Polonya, afiş sanatı konusunda oldukça büyük gelişme göstermiştir. Nazi saldırısı sırasında yok edilen pek çok değer gibi, grafik tasarım ve matbaacılık materyalleri nerdeyse tümüyle ortadan kaldırılmıştır. Ancak sonrasında kurulan Polonya Sanatçılar Birliği ve Polonya Poster Okulu ekolü ülkedeki sanatı ve tasarımı tekrar canlandırmak için atılan adımlardan biridir. Elle çizim ve boyama tekniklerine dayalı bir poster tarzı oluşturmuşlardır (Becer, 2005, s. 108). Polonya'da yaygın olmayan elektronik kitle iletişim araçları sebebiyle afişlerin konusunu tiyatro, kültür, politika gibi alanlar oluşturmuştur. Ticari rekabetin ülke genelinde olmaması, herhangi bir baskı unsuruyla karşılaşılması gibi nedenlerden ötürü sanatçılar kendilerini özgürce ifade edebildikleri ikonografik bir poster dili geliştirmişlerdir. Bundan dolayı Polonya poster okulu özgürce gelişebilmiştir (Bektaş, 1992, s.181).

Savaş sonrasında Almanya'da dönemin teknolojik gelişmelerinin yarattığı serbest teknik kullanımıyla grafik tasarım alanında 1960'lardan sonra fotoğrafik imgelerle kolaj ve montaj uygulamalarının kullanıldığı üslup yaygınlaşmıştır. Özellikle afiş, dergi kapakları, plak kapağı tasarımlarında bu üslup kullanılmıştır.

4. SONUÇ

Almanya, Rusya ve Polonya'ya ait olan altı propaganda afiş örneğinin, farklı doktrin etrafında toplanmasına rağmen, ortak özellikler taşıdığı görülmüştür. Her ülkenin kendi siyasi yapılanması dâhilinde oluşturduğu propaganda mekanizması, savunumu yapılan doktrin anlayışına göre afiş sanatını kendi ülküsü doğrultusunda biçimlendirdiği savını doğrulamıştır.

Renk anlayışı: afişler tasarımlarında temel olarak kullanılan renk paletinin büyük benzerlikler taşıdığı göze çarpmıştır. SSCB ve Polonya afiş tasarımlarında kırmızı ve toprak tonlarının kullanımı daha baskın konumdayken, Alman propaganda afişlerinde kırmızı tonlarının yanı sıra hâki renklerin de ön planda olduğu gözlemlenmiştir. Polonya afişlerinde lekesele tarzda oluşturulmuş kompozisyonların renk kullanımının yalın olarak tercih edildiği görülürken, Alman propaganda afişlerinde detaylar ve ara tonların daha gerçekçi bir üslupla, tamamen ideali yansıtmak amacıyla oluşturulduğu dikkat çekmiştir.

Kompozisyon: afişler dikey ve açık bir kompozisyon anlayışı ile oluşturulmuştur. Merkezi figür kullanımı ve kompozisyonda yer alan tipografik düzenlemelerde ortak özellikler görülmektedir.

Posterlerde yer alan figüratif anlatım; Nazi propaganda afişlerinde yaygın şekilde çoklu figür kullanımı kullanılmıştır. Sovyet ve Polonya posterlerinde ise en fazla ikili figür kullanımı dikkat çekmiştir. Figürlerin beden hareketleri, posterin konusuna göre sertleşmiş veya daha yumuşak hatlarla ifade edilmiştir. Şekil 1'de Hitler'in çocuklarla olan ilişkisi anlatılırken üslup

oldukça yumuşaktır. Ancak aynı durum Sovyet Rusya ve Polonya afişlerinde görülmemiştir. Polonya afişlerinde lekese anlatıma özen gösterilmiş olmasına rağmen ifade biçimi oldukça sert olarak kullanılmıştır. Figürlerin duruş ve yüz ifadeleri, kararlı ve ciddi olarak yansıtılmıştır.

Anlatım biçimi: Afişlerin anlatım biçimleri hem çizgisel hem de lekese olarak kurgulanmıştır. Dramatik etkinin en üst perdeden yansıtılması, propaganda yapma amacının gerçekleştirilmesi için lekese ve çizgisel aktarımlardan yararlanılmıştır. Seçilen görselin, ne kadar sert veya yumuşak olduğu aktarım şekline göre değişmiştir.

Tipografi dili; lekese veya çizgisel olsun görsellerle büyük uyum içinde olan tipografik kurgunun, afişteki görselin etkisini en yüksek seviyeye çıkaran tasarım unsuru olduğu anlaşılmaktadır. Ülkelere ait fontlarda farklılık görülse de her ülkenin kendi abece sistemi tercih edimiş olup, "bold" veya "black" ve serifsiz yapıda kullanılmıştır. Alman afişlerde Fraktur tarzı font kullanılırken, Polonya afişlerinde Art Deco font yapısı ön plana çıkmıştır.

Afişlerde algıda seçicilik yaratmak, simgesel kodlarla ayırt edici olmak adına hem simgelerle hem de renklerle dikkat çekicilik unsuru kullanılmıştır. Bu durumu, gamalı haç ve Nazi sembollerinin olduğu Almanya'ya ait afişlerde, Sovyet Rusya'ya ait kırmızı yıldız sembolünde ve yoğun kırmızı renk kullanımında görülmüştür.

Sonuç olarak; ülkelerin ideolojilerinin farklı olmasına rağmen, propaganda amacı ile oluşturulan afişlerin, halka ulaşabilmesinde ortak yöntemler kullanılmıştır. Kompozisyonda yer alan renkler, kompozisyon ve figür kullanımı açısından benzer özellikler göstermiştir. Konu halka inmek ve desteğini almak olduğundan genel anlamda illüstratif tarz farklılıklarına rağmen anlatım dili benzerdir. Militer rejim temsilcileri, kendi sultanları altına aldıkları afiş sanatıyla milli bir paranoya yaratma yoluna gitmiş, propagandayı ülke politikası haline getirmişlerdir. Afişlerde çoğunlukla gizil bir düşmana karşı savaş açılmış, hazırlıklar yapılmış ve mutlak bir zafer kazanılacağı ülküsü güdülmüştür. Propaganda yapma aracı olarak afiş sanatının kullanılması tesadüf değildir ve yirminci yüzyılın şartları içerisinde oldukça etkili olmuştur.

Bu çalışmayla birlikte, propaganda afişlerinin ideolojileri ve doktrinleri halka anlatma ve etkili bir şekilde iletme konusundaki gücü anlaşılmaktadır. Ülkelere ait olan afiş örneklerinde yaygın şekilde kullanılan semboller, ülkelere özgü bir anlam taşımaktadır. Gamalı haç, kırmızı yıldız gibi imgeler propaganda kavramının kendi yapısına uygun olarak çalışmalara yerleştirilmiştir. Özellikle halkın anlayacağı biçimde görünür olması, komplike tasarım ve illüstrasyonlara yönelmemesi, propaganda afişlerinin etkinliğini artırmıştır. Tasarım tarzı olarak henüz afişlerde fotoğraf kullanımı yaygın olmadığından gerçekçi illüstrasyonlar başvurulmuştur. İmgelerin bu denli gerçekçi aktarımının bir diğer nedeni de okuma-yazma gibi sorunların üstesinden gelerek halkın her kesimine ulaşmak istenmesidir. Etkili ve gerçekçi bir anlatımla istenen propaganda gerçekleştirilmiştir. Bu noktada sadece görsel anlatım değil, aynı zamanda tipografik denge de görselle aktarılacak mesaj noktasında etkili olmuştur.

Kültürel aktarımı sağlayan afişler, dönemin koşullarını yansıtması ve içinde bulunulan şartların değiştirilmesi veya geliştirilmesini talep etmek bakımından etkili bir kitle iletişim aracıdır. Propaganda afişleri yalnızca II. Dünya Savaşı sırasında değil, aynı zamanda pek çok kalkışma ve toplumsal olaylarda kilit rol oynamıştır. Toplumların kültürel geçmişlerine tasarım ve kavram bakımından katkı sağlamıştır.

5. KAYNAKLAR

- Akyıldız, H. (2006). İktisadi ve siyasal dönüşümlerin sosyo-psikolojik dinamiği. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(4), 1-15.
- Akgül, R. F. (2017). Nazi Almanya'sı örneğinde propaganda afişleri. Sosyal Bilimler Dergisi, 35- 1-22.
- Altun, S. U. (2010). Hitler Almanya'sında Sanat ve Propaganda. Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım Dergisi. 5, 23-39.
- Başbuğ, F. (2012). 20. Yüzyıl Alman resim sanatında bir modernist: Max Beckmann. İdil, 1(1), 123-144.
- Becer, E. (2005). Görsel iletişim ve grafik tasarım. Ankara: Dost Yayınevi.
- Bektaş, D. (1992). Çağdaş grafik tasarımın gelişimi. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Bingöl, B. (2011). Sanat özgürlüğü. Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi. 1(2), 92-139.
- Can, N. (2009). Şiddetin ideolojik yüzü ya da faşizmin korunan baltası. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 13(1), 1-10.
- Clark, T. (2004). Sanat ve Propaganda. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gümüştekin, N. (2012). İki Polonyalı grafik tasarımcı- Henryk Tomaszewski ve Franciszek Starowieyski- örneğinde II. Dünya Savaşı sonrasında tiyatro afişleri. Sanat Dergisi, 20, 63-74.
- İnaç, H. (2010). Faşizmin ve sosyalizmin sosyo-politik kökenleri, Marx-Pareto mukayesesi. Bursa: Mkm Yayıncılık.
- Macit, M. H. (2006). Faşizm ve Nazizm. İkinci basım. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Poulantzas, N. (1980). Faşizm ve diktatörlük. İstanbul: Birikim Yayınları.
- Rudé, G. (2010). İdeoloji ve popüler protesto. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Sabine, G. (2000). Yakınçağ siyasal düşünceler tarihi. Dördüncü basım. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Yalın, B. E. (2012). Görsel "iktidar" tasarımı: afişteki iktidar ya da iktidarı afişe etmek. Atatürk Üniversitesi İletişim Dergisi, 8(1), 1-12.

Görsel Kaynaklar

- Fiorani, F. (2005). A New Illustrated History Of World War II Rare and Unseen Photographs 1939-1945, David and Charles Book, UK.
- URL-1, (2013), <http://digitalpostercollection.com/propaganda/1939-1945-world-war-ii/poland/do-broni-zwarc-i-zjednoczeni-zwyciezymy-wroga/>, (accessed in 30.12.2013), (In English).
- URL-2, (2013), <http://digitalpostercollection.com/propaganda/1939-1945-world-war-ii/soviet-union/1942-everything-for-the-victory/>, (accessed in 30.12.2013), (In English).
- URL-3, (2013), <http://digitalpostercollection.com/propaganda/1939-1945-world-war-ii/soviet-union/1941-well-take-your-shift/>, (accessed in 30.12.2013), (In English).
- URL-4, (2013), <http://enfance-sous-la-seconde-guerre-guerre-mondiale.e-monsite.com/album/affiches-de-propagandes-nazi/>, (accessed in 30.12.2013), (In French).
- URL-5, (2014), <http://smashingmagazine.com/2010/01/17/the-legacy-of-polish-poster-design/> (accessed in 12.06.2014), (In English).

6. EXTENDED ABSTRACT

The World started to evolve to its present condition in terms of economical, social, political etc. A the start of XX. Century. Labelled as the leading actors of the period; the countries like Germany, Russia, England, France, America, China, Poland, Spain and Japan tried to impose military and fascistic sanctions on the smaller estates which they thought they could dominate, that were weaker in terms of economy and demographics in the first quarter of the century. The representatives of military regimes resorted to making propaganda by creating a national paranoia in behalf of strenthening and reinforcing their own regimes in the countries they ruled. As a means of propaganda, they used poster art which would transmit both visual and vibrant feelings directly to the masses.

It is well known that poster art, which has reached its current position in the design process, has witnessed many social events. Particularly, propaganda posters have been very effective in announcing social events and gathering supporters. Propaganda posters are shaped around two concepts in particular. These are terms of ideology and propaganda. Research on ideology

began with Karl Marx. However, the point where the foundations of this concept were laid, according to some researchers, goes back to the philosophers who formed the Enlightenment Movement, and there are different and complex definitions of the concept. According to Marx, the definition of ideology is; It is the tool of the elite class in which the administrators take part in the creation of the existing order or the desired social structure. The concept of ideology refers to the collection of systematized teachings or beliefs to legitimize a political regime.

It has been seen that the propaganda posters produced in different parts of the world in the time period covering the first and second quarters of the 20th century have some common features in terms of serving the doctrines of the military regimes. Military and totalitarian regimes have aimed to gather the whole society around their own ideologies and to be individuals with a single and common idea in order to prevent people from having different opinions within the areas they have defined their borders. The Union of Soviet Socialist Republics (USSR), Nazi Germany and Poland, which adopted the same methods to make different ideologies permanent and expansionist, can be counted. It has been observed that the propaganda posters produced by these countries have common discourses in terms of expression, design and language. The propaganda posters produced by the three countries were examined and compared within the framework of graphic design elements.

Although the ideologies of the countries are different, common methods were used to reach the public for the posters created for propaganda purposes. The colors in the composition showed similar characteristics in terms of composition and use of figures. Since the subject is to go down to the public and get their support, the language of expression is similar, despite the differences in illustrative style in general. The representatives of the military regime went to create a national paranoia with the poster art they took under their rule, and they made propaganda a policy of the country. In the posters, war was waged against a hidden enemy, preparations were made and the ideal of an absolute victory was pursued. The use of poster art as a means of propaganda is no coincidence and has been quite effective in the conditions of the twentieth century.

Especially the comparison of the propaganda posters that were manufactured in Soviet Russia, Germany and Poland during the period of World War I, World War II and Cold War exists in the major axis of the article. In the article, the analysis of the fact that what kind of methods and styles were positioned in what way in the field of design so as to create the feeling of obeying an order that the political posters arose on large masses is aimed. The article covers literature review, the analysis of graphic design and comparative descriptive method.