

Yıl/Year:2 Sempozyum Özel Sayısı/Special Issue of The Symposium,

Kasım/November, 2021, s. 86-110

Yayın Geliř Tarihi / Article Arrival Date

Yayın Geliř Tarihi:23-09-2021

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date

Yayınlanma Tarihi:30-11-2021

ISSN: 2757-6000

Öğr. Gör. Belgin İpek

Karadeniz Teknik Üniversitesi, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü

belginbaldas@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2220-7956

I. DÜNYA SAVAşININ İLLÜSTRASYON SANATINA ETKİSİ

Öz

Birinci Dünya Savaşı, dünyanın yeni otorite güçlerinin belirlenmesi, toplumu şekillendirmesi açısından dünya tarihinde oldukça önemli bir yere sahiptir. I. Dünya savaşı birçok ülkenin kaderini değiştirmiş ve ülkelerdeki sosyal yaşamın, politikanın, ekonominin ve kültürün evrilmesine neden olmuştur. Savaş sadece savaş aletleriyle yapılmamış, aynı zamanda grafik tasarım ürünleri de bir savaş aracına dönüşmüştür. Dönem içerisinde savaşın, dünya tarihine bıraktığı en büyük miras, savaşın baskıcı ve yıkıcı ortamında bile sanat tarihine çarpıcı, etkili ve nitelikli eserler bırakmasıdır. Toplumun bilinçlenmesi için gerekli kitle iletişimin bir parçası olan afişler, gazete haberleri, ilanlar, manifestolar, topluma şekil verme ve farkındalık yaratma açısından önemlidir. Bu grafik tasarım ürünlerinde sıklıkla kullanılan illüstrasyonlar savaşı yalın haliyle topluma iletmiştir. Şekil, renk ve biçimin birleşmesiyle küresel bir izleyici kitlesi bulan illüstrasyon önemli bir iletişim aracı olmuştur. Bu araştırmada toplanan verilerde içerik analizi kullanılmış ve I. Dünya Savaşında kullanılan önemli illüstrasyon ürünleri incelenmiştir. İncelem kapsamına alınan ülkeler: ABD, Almanya, Rusya, Fransa ve İngiltere'dir. İnceleme kapsamında dönemin kırılma noktalarına, teknolojik ve kültürel değişimlere değinilerek I. Dünya Savaşı'nın illüstrasyonları incelenmiştir.

Anahtar kelime: İllüstrasyon, resimleme, I.Dünya Savaşı

THE EFFECT OF THE FIRST WORLD WAR ON THE ART OF ILLUSTRATION

Abstract

The First World War has a very important place in the history of the world in terms of determining the new authority powers of the world and shaping the society. I World War changed the destiny of many countries and led to the evolution of social life, politics, economy and culture in the countries. War was not only made with war tools, but also graphic design products were transformed into a war tool. The greatest legacy left by the war to the world history during the period; and even in the oppressive and destructive environment of war, it leaves striking, effective and qualified works on art history. Posters, newspaper news, advertisements, manifestos, which are a part of the mass communication necessary for the awareness of the society, are important for shaping the society and creating awareness. Illustrations often used in these graphic design products have conveyed the war to society in its simplest form. With the combination of shape, color and form, illustration has become a global audience and has become an important communication tool. In this research, content analysis was used to collect data and important illustration products used in World War I were examined. Review country countries: USA Germany, Russia, France and England. Within the scope of the study, the breakpoints of the period, technological and cultural changes will be discussed and illustrations of World War I will be examined.

Keywords: Illustration, illustration, WWI

GİRİŞ

I. Dünya Savaşı, 1914-1918 yılları arasında gerçekleşen, Avrupa merkezli küresel bir savaştır. 28 Haziran 1914'te Saraybosna'da Avusturya veliahdının Sırp bir genç tarafından öldürülmesi ile savaşın temelleri atılmış olup, sonucunda milyonlarca insanın öleceği, üç imparatorluğun yıkılacağı, yerlerine yeni devletlerin kurulmasıyla dünya siyasî haritasının değişeceği bir dönüm noktasıdır.

Savaş her ne kadar Avrupa merkezli olsa da, diğer kıtaların 1914 yılından önce bloklara ayrılmış olması ve diğer ülkelerinde savaşa girmesiyle savaşın etkisi ve kaybı giderek artmıştır. Savaşın dramatik etkisi ve trajik sonuçlarını en iyi aktaran da kitle iletişim araçları olmuş ve ülkeler bu araçları bir propaganda aracı olarak görmüşlerdir.

Propaganda, bir grubun düşünce ve tutumları üzerinde belge, bilgi, ideoloji ve görüşler yoluyla etkide bulunarak onları istenilen yöne çekmeyi arzulayan ikna odaklı bir iletişim türüdür (Tarhan, 2010: 36). Propaganda kampanyalarında grafik tasarımın yeri büyüktür.

Gazete, dergi, afiş, el ilanı, bröşür gibi birçok alanda I. Dünya Savaşının yaptırımları, teşvikleri görülmektedir. Özellikle 1914-1918 yılları arasındaki afiş tasarımları savaşın ülkelerdeki önemini göstermek için önemli belgelerdir. J. Shover (1975)'in dediği gibi "I. Dünya Savaşı, afişlerin savaşıdır".

Dönemin koşulları göz önüne alındığında grafik tasarım ürünlerinde kullanılan görsel imgelerin illüstrasyonlardan yapıldığı görülmektedir. I. Dünya savaşında sadece savaş aletleri silah olarak kullanılmamış illüstrasyonlar da etkili bir savaş aletine dönüşmüştür. Savaş dönemi illüstrasyonların amacı, toplumu teşvik ederken yönlendirmek ve motivasyonunu artırmak üzerine olmuştur, çünkü illüstrasyon, ürünün cazibesini artırırken, izleyicin hayal gücünü de yönlendiren güçlü bir anlatı aracıdır. Bu anlatı aracı kimi zaman savaş propagandası yapmış, kimi zaman da topluma yaptırımlar uygulamıştır. Dönem içerisinde incelenen illüstrasyonların temel konusu savaştır. Savaşın vicdani yükümlülüğü, vatanseverlik, aile en çok işlenen konular arasında yer almaktadır.

I.DÜNYA SAVAŞI İLLÜSTRASYONLARI

İllüstrasyon geçmişten günümüze evrensel bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkar. İzleyenleri şaşırtan, etkileyen, düşündüren bu sanat dalı “açıklamak, örneklendirmek ya da süslemek amacıyla resimlendirme çalışması” (Ambrose & Harris, 2014, s. 123) olarak tanımlanır.

İllüstrasyon sanatının izleyenler için anlaşılabilir olması önemlidir. Bu amaç doğrultusunda, illüstrasyonun kendi içinde yer alan disiplinleri mevcuttur. Çizgi, doku, renk, leke gibi görsel elemanların; denge, görsel hiyerarşi, biçim, ritim gibi görsel ilkelerle birleştiği bir sanat dalı olarak izleyenle buluşur. Bu buluşma sayesinde illüstrasyon; kişiliğini, mesajını, algılanabilirliğini artırırken aynı zaman da izleyicide bıraktığı izlenimi tetikler. İllüstrasyonun ilk dönemleri (belki mağara duvarına çizilen ilk resim) göz önüne alındığında estetik kaygıda olmadığı, sadece bilgilendirme amaçlı yapıldığı düşünülebilir, fakat illüstrasyonun altın çağı olarak tanımlanan dönemde illüstrasyonun sanata ve topluma katkısı büyüktür.

“İllüstrasyonun altın çağı olarak adlandırılan dönem, 1880’lerden 1920’lere kadar olan dönemdir. (...)Altın Çağ olarak adlandırılmasında, kitap, dergi, afiş gibi grafik ürünlerinde kullanılan illüstrasyonların hem nicelik hem nitelik açısından oldukça üst seviyelere ulaşması önemli bir neden olarak görülür” (S.Dağ, 2013, s. 46). Özellikle 19. Yüzyılda başlayan Art Crafts, Art Nue gibi sanat akımlarının yükseldiği ve illüstrasyonun öneminin arttığı dönem olarak bilinir. Bunun başlıca sebebi “Endüstri devriminin, el sanatlarının işlevini ortadan kaldırması sonucu sanat ve işlevin birbirinden kopması, hiçbir estetik kaygı düşünmeden gerçekleştirilen seri-imalat ürünlerinin yaşamın her alanını kaplayarak, sergiledikleri estetik değerlerden yoksun görünüm, sanatçıları, işlevi yeniden estetikle birleştirmenin yollarını aramaya itmiştir (Bektaş, 1992).” Estetiğin yükseldiği, sanata bakış açısının olgunlaştığı Altın Çağ döneminde, I. Dünya Savaşı illüstrasyonları da hem mesaj iletme hem de topluma yön vermesi açısından oldukça önemli işlev görmüştür.

I. Dünya Savaşı'nın etkilerinin tüm dünyada hissedildiği 1914-1918 arası dönem; halkın bilgilendirilmesi, teşvik edilmesi, motivasyonunu yüksek tutulması için kitle iletişim araçlarından oldukça faydalanmışlardır. Savaşın maddi imkansızlıkları ve teknolojik yetersizlik; gazete, dergi, afiş, kitap gibi basılı mecraların nitelik ve nicelik bakımından artmasına neden olmuştur. Bu iletişim araçlarının cazibesini artırmak için de illüstrasyon sanatından faydalanılmıştır.

Amerika

Amerika Birleşik Devletleri'nin reklam alanındaki başarısı bilinmektedir. Savaş dönemi öncesinde de önemli illüstratörler ve tasarımcıları bünyesinde barındırmaktadır. Birinci Dünya Savaşı'ndan gelen propaganda afişleri, çocuk kitapları, gazete manşetleri, dergi reklamlarındaki tasarımlar da oldukça çarpıcı niteliktedir. Amerikalı illüstratörler I. Dünya Savaşı sırasında yarattığı afişler ile sanatın tanıtım kampanyaları yapabileceğini gösterilmiştir.

1917 yılının Nisan ayında Amerika'nın savaşa girme kararıyla birlikte, hükûmet derhal savaş çabası için propagandayı koordine etmek için bir Kamu Bilgilendirme Komitesi kurmuştur. Komitenin Resimli Tanıtım Bölümü kısa bir süre sonra Amerikan Seferberlik Gücü'nü¹ resmi sanatçılarla paylaşmayı planlamıştır. Bu, İngiltere ve Fransa gibi ülkelerde görülmemiş bir hamledir. İllüstratörler Topluluğu da savaşa katkı sağlamak için yola çıkmış ve başkanlığını Charles Dana Gibson yapmıştır. Savaş propagandasını gönüllü olarak yapan bu ekip toplam sekiz kişidir. 1917-1919 yılları arasında bu illüstratörler savaşa halkın katılımı için yedi yüz poster ve yüzlerce çizgi film hazırlamıştır (Creel, 1920, s. 138 ve E. Levin, 1980, s. 115).

Afiş Tasarımı	700
Kart	122
Gazete ve diğer reklam mecraları	310
Çizgi Film	287
Mühürler ve diğerleri	19
Toplam	1438

Tablo 1: Amerika'da I. Dünya Savaşı Grafik Tasarım Ürünleri (Kaynak: George Creel(1920), How We Adversited America)

Günümüze kadar gelen; James Montgomery Flagg'ın "I Wanted You", Lord Kitchener'in "Ülkenizin Size İhtiyacı var", Gibson'un "Miss Columbia" afişleri savaş dönemin sonrasında da kullanılan afişlerdir. Bu afişler içerisinde "Sam Amca" karakteri

¹ American Expeditionary Force (AEF)

I. Dünya savaşında Amerika'nın ifade aracı ve sterotipini oluşturmuştur. Bu sterotip sadece "I Wanted You" afişinde değil birçok afiş, reklam, söylem, makale, çizgi roman gibi kitle iletişim araçlarında ABD'yi temsil etmek için kullanılmıştır. (Görsel 1)



Görsel 1: James Montgomery Flagg, "Sam Amca", 101x76 cm, Litografi, Afiş, 1917

Back Page (2006) isimli dergide, Sam Amca'nın nerden geldiği hakkında bir bilginin olmadığı, fakat popüler hikayeye göre, "Sam Amca" adının, 1800'lerde yeni kurulan Amerikan Ordusu'na büyük miktarda et sağlayan Samuel Wilson adlı bir kişiye verildiği yazılmıştır. Nakliye kasalarından birisinin "Sam Amca" Wilson için durmasını söylenmiş ve üstünde "ABD" damgasını taşıdığını görülmüştür. Sam Amca'ya yapılan ilk referansların çoğunda "barış" gazetelerinde, 1812 Savaşı'na karşı çıkan gazetelerde rastlanmıştır. Sam Amca'nın imajı, "Jonathan Jonathan" veya Yankee Doodle olarak da bilinen bir karakter çizen, 19. yüzyıl siyaset karikatüristi Thomas Nast tarafından yaratılmıştır. Fakat popüler hale gelmesini sağlayan James Montgomery Flagg'dır.

Sam Amca'dan Amerikan Kültür Sözlüğü'nde (The New Dictionary of Cultural Literacy, 2002) Amerika Birleşik Devletleri hükümetini ve ABD'nin kendisini temsil eden bir figür olarak bahsedilir. Baş harfleri Amerika Birleşik Devletleri'nin kısaltması olan Sam Amca, üzerinde yıldızlar olan silindirik bir şapka takan ve çizgili kıyafetler giyen, gri bir keçi sakallı yaşlı bir adam olarak tasvir edilir. Sam Amca, sadece askeri çağrıda bulunmak için kullanılmamış, aynı zamanda ABD Gıda Dairesi'nin tasarruf önlemleri kapsamında ismi geçen önemli bir karakter olmuştur.(Görsel 2)



Görsel 2: Sam Amca'nın Gıda Dairesi Tasarruf Önlemleri kapsamında görselleştirilmesi

Amerikan Birleşik Devletleri, I. Dünya savaşının maddi ve manevi kayıplarının önüne geçmek için çeşitli tasarruf önlemleri almıştır. Bu önlemler arasında Başkan Woodrow Wilson, ABD Gıda İdaresi'ni oluşturan komiteyi kurmuştur. Her eyalette faaliyet gösteren ABD Gıda İdaresi'nin başlıca maddeleri şöyledir: Savaş sırasında yiyeceğin arz, dağıtım ve korunmasını sağlamak, gıda taşımacılığını kolaylaştırmak, tekel ve istifçiliği önlemek, gönüllü anlaşmalar ve bir lisans sistemi kullanarak gıdalar üzerindeki devlet gücünü korumak. Bu maddelerin halka ulaşması için de çarpıcı görsellerle birlikte etkili sloganlar yer almıştır. (Creel, 1920) Gıda İdaresinin, vatanseverlik duygusundan yola çıkarak israfı önleyici reklam çalışmaları yaptığı görülür. Görsel 3'te yer alan afiş çalışmasında “Yurtsever olun, ülkenizin gıdaları koruma taahhüdünü imzalayın”. Görsel 4'te ise “Zafer tohumlarını ek! Kendi sebzelerini ek ve yetiştir. Bahçecilik, konserve ve kurutma konusunda ücretsiz kitaplar için Washington, D.C. Ulusal Savaş Bahçesi Komisyonu'na yazın. “Her Bahçe Bir Mühimmat Fabrikası” sloganlarının yer aldığı afişler de bir kadın imajı görülmektedir.



Görsel 3: James Montgomery Flagg, "Be Patriotic", 73 x 53 cm, Litografi, Afiş, National Archives and Records Administration



Görsel 4: James Montgomery Flagg, "Sow the seeds of Victory", 56 x 36 cm, Litografi, Afiş, National Archives and Records Administration

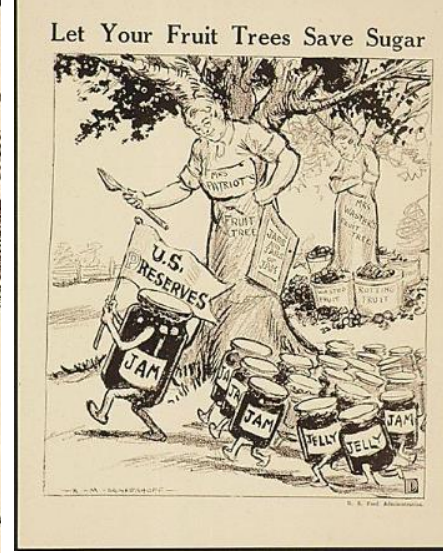
Bu kadınların güçlü soğukkanlı yapısı fark edilir. Aynı zamanda vatansever kimliği vurgulamak için Amerikan kıyafetleriyle resmedilir. James Montgomery Flagg tarafından tasarlanan reklam afişlerinde sulu boyanın cazibesiyle birlikte kullanılan renklerin canlı, dinamik ve sıcak renkleri olduğu görülmektedir. Tasarrufu vatanseverlik duygusuyla ilişkilendiren bu afişlerin genellikle kadınlara yönelik tasarlandığı görülür. Hardie ve K. Sabin (2016) göre kadın imgesinin propaganda aracı olarak kullanılmasını Tönnies'in toplum teorisinde anlattığı temel toplumun ilişkileri ile açıklar. Toplum ilişkilerinin temeli eş ve annelerin katılımına bağlıdır. Bu iki unsur Batı toplumunda geri dönülmez bir şekilde birbirine bağlı olduğundan, savaş propagandasının çoğu kadınların erkeklerini medeni hale getirme ve çocuklarını besleme ve eğitme sorumluluklarına odaklanmaktadır. Afiş tasarımlarında yine beslenme ve gıda tasarrufu önemi içerisinde Flagg tarafından hazırlanan afiş, kadınlara yönelik vicdanı sorumluluk ve yaptırım uygulamaktadır.

İllüstrasyon Ernest Fuhr'ın kaleminden çıkmış, metaforlar ile desteklenmiştir. Elinde tuttuğu içeceğin bir girdaba dönüşmesi ve bu girdabın tüm asker gemilerini yok ettiği görülür. Savaş ortamını anlatmak için yine bir kaos ortamında anlatılmış ve tipografi ile desteklenmiştir. Tipografinin de illüstratif olduğu görülmektedir. Bir hikaye anlatısı olarak tasarlanan bu afişte kadın ön planda yer alır ve odak noktası kadınla birlikte başlar. (Görsel 5)

İllüstrasyonun derinlik hissi oldukça etkilidir. Beyaz zemin üzerinde siyah çizgilerle resmedilen bu afişin verdiği mesaj ise şeker tüketiminin azaltılmasına yöneliktir. Slogan ise şöyledir: *Şeker Gemiler anlamına geliyor. Şeker, Şekerli İçeceklerin Tüketimi Azaltılmalı. İçecekleriniz için 400 milyon lb. şeker, geçen yıl gemilerle ithal edildi. Her geminin şimdi asker ve malzeme taşıması gerekiyor."*



Görsel 5: Ernest Fuhr, "Sugar means ships", 39.4 x 48.2 cm, Litografi, Baskı, Afiş, 1917, U.S Food Administration Kayıtları



Görsel 6: Brinkerhoff, R. M, "Let Your Fruit Trees Save Sugar", Litografi, Baskı, Afiş, 1917-1919, U.S. Food Administration Kayıtları

Görsel 6’da bulunan meyve ağaçlarına dönüşen kadınların olduğu bu illüstrasyon, metafor anlatımı ve hikayeleme aracı için önemli bir örnektir. Kadın imajı, olgun ve bilge şekilde resmedilmiştir. Ön planda olan kadın, ABD rezervine reçel ve marmelat dağıttığı için mutlu ve huzurlu resmedilmiştir. Çürümüş meyvelerinden dolayı arka plandaki kadının mutsuz resmedildiği görülmektedir.

ABD, savaş sırasında orduya destek olması için savaş tahvilleri çıkarmıştır. Bu tahvillerin alınması için gazete, afiş gibi yerlere reklamlar vermiştir. Reklamlarda betimlenen karakterlerin bir savaş kahramanına benzediği görülür. Güçlü, iradeli ve soğukkanlı figürlerin yer aldığı bu görsellerde bulunan kişilerin ellerinde kılıç, üstlerinde zırh vardır. Bu illüstrasyon savaşa destek veren halkın bir savaş kahramanı kadar değerli ve önemli olacağını anlatır. (Görsel 7)



Görsel 7: William Haskell Coffin, "Joan of Arc saved France. Woman of America, save your country", 75.5 x 51.5 cm., 1918, U.S Food Administration Kayıtları

ABD savaş boyunca ve sonrasında halkın desteğini kurumsal, etkili ve planlı bir şekilde talep etmiştir. Halka vicdani sorumluluk yükleyerek hazırlanan bu afişlerde vatanseverlik duygusu ön plandadır. 700 afişin basıldığı, afişlerin ulaşmadığı yerlere kartpostalların gönderildiği reklam stratejileri, halkın motivasyonu ve iradesini destek olması için devlet desteğiyle hazırlanmıştır. ABD’de üretilen illüstrasyonlar yurtseverlik misyonu üzerine kurulmuş ve imge olarak kadın, asker, gibi gerçekçi görsellere illüstrasyonlarda yer verilmiştir.

Almanya

1914 yılının Ağustos ayında Almanya I. Dünya Savaşı'na katıldığında, ekspresyonizm Almanya'daki avangardla eş anlamlı hale geldiği aynı zamanda, hem estetik hem de ticari güçlerin yaratıldığı bir dönemdir. Savaş, Alman halkı üzerinde yıkıcı bir etki yapmış ve dışavurumcu dönemin sanatçıları üzerinde yıkıcı, dönüştürücü bir etkisi olmuştur.

Savaş ilk başta birçok ekspresyonist sanatçılar da dahil olmak üzere Almanların çoğu tarafından vatansever bir coşkuyla karşılanmasına rağmen, ilerleyen zamanlarda bu coşku yerini suçluluğa bırakmış, beklediğinden çok daha uzun süren savaşın sefaleti ve imhası birçok hayatı mahvetmiştir. Hayatta kalan sanatçıların çoğunun stilleri ve konuları bu durumdan önemli ölçüde etkilenmiştir. Brücke grubu, 1913'te, Berlin'in daha büyük metropol dinamizminde grup uyumunu koruyamadığı için dağılmış, ancak sanatçılar bireysel olarak ilerlemiş ve dışavurumcu tarzda tablolar ve baskı resimleri yapmaya devam etmiştir (Figura, 2011, s. 24).

Renk, çizim ve oran çoğu zaman abartılmış ya da çarpıtılmıştır. Sembolik içerik önemli hale gelmiştir. Çizgi ve renk genellikle belirgin, renk ve değer kontrastları yoğunlaştırılmıştır. Kalın boya, gevşek fırçalama ve kalın kontur çizimi ile dokunsal

özellikler elde edilmiştir. Dışavurumcu sanatçılar için, sembolik içerik önem kazanmış; gravürler, litograflar ve posterler birçok dışavurumcu için önemli medya haline gelmiştir (B.Meggs & Purvis, 2016, s. 284). Almanya’da illüstrasyon sanatının ivme kazandığı bu dönemde, önemli sanatçıların savaşa destek vermek için illüstrasyonlar ürettiği ya da aktif olarak askeri birliğe katıldığı bilinmektedir. Bu sanatçılar arasındaki önemli isimler: Ludwig Hohlwein, Julies Klinder, Lucian Bernard, F. Otto Lehman, “Engelhard, Leonard, Faivre, Roll, Poulbot ve Willette” gibi isimler önemli illüstrasyon tasarımcılarıdır” (Hardie & Sabin, 2016). Aynı zamanda, Beckmann, Campendonk, Felixmüller, Grosz, Heckel, Kirchner, Klee, Kokoschka, Kolbe, Lehmbruck, Macke, Marc, Meidner, Mueller, Max Oppenheimer (MOPP): Pechstein, Schiele ve Schmidt-Rottluff gibi isimler 1914 ve/veya sonrasında askeri görev için hazırlanmış ve gönüllü olmuşlardır. Almanya savaş afişlerinde yurtseverlik, militarizm duyguları ön plandadır. “Almanya’da savaş afişeri daha çok yarışma yoluyla seçilmektedir. Afiş Sevenler Derneği² adlı Alman Afiş Kuruluşu afiş yarışmaları düzenleyerek, kazanan tasarımcılara ödül verilmiş ve bu şekilde ünlü profesyonel sanatçılar için de yarışmaya katılmayı çekici hale getirmiştir. Afişlerde yurtseverlik, idealist bir biçimde betimlenmiştir. Kişisel cesaret, asker-kahramanların özverileri, erkeksi değerler ve savaşa yapılan katkı, işlenen başlıca konulardır. Bu afişlerde kadınlara nadiren, sade vatandaşa hiç yer verilmemiştir” (Bektaş, 1992, s. 55). Aynı zamanda illüstrasyonlarında sıklıkla kullanılan güç imgesi dikkat çekmektedir. Çalışmalarda hayvan figürlerine sıkça rastlanır. Figürlerin hayvan imgesiyle benzeştiği de görülmektedir. Güçlü ve basitleştirilmiş çizgi ve tonlamalar illüstrasyonların genel özellikleri arasında yer alır.

J.K. Engelhard (Görsel 8)’da elleri bir gorili andıran bir asker figürü şehri parçalamak üzereyken resmedilmiştir. “Hayır! Asla!” sloganı Almanya’nın teslim olmayacağı mesajını iletir.

² Plakatfreunde

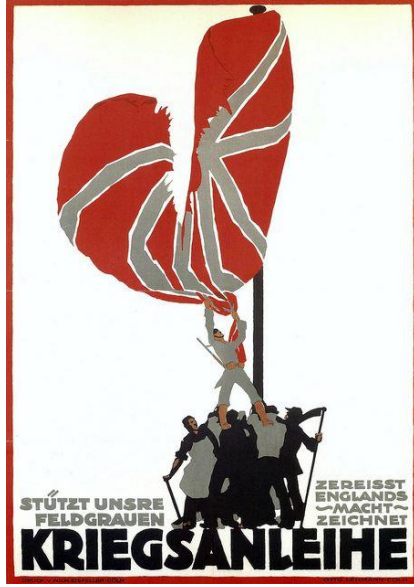


Görsel 8: J.K. Engelhard, "Neil! Niemals!", Afiş Tasarımı, 1917, War Posters : The Historical Role of Wartime Poster Art 1914-1919



Görsel 9: J.K. Engelhard, "Elend und Untergang folgen der Anarchie.", Afiş, Kongre Kütüphanesi Baskı ve Fotoğraf Bölümü Washington, DC 20540 ABD

Yine Engerhard tarafından tasarlanan, aynı sanatçının Alman Devrimi'nin bir posterini olan (Elend ve Untergang folgen der Anarchie) "Anarşiyi sefalet ve yıkım izler", bir başka şiddetli kuvvet örneğidir. (Görsel 9). Otto Lehmann tarafından tasarlanan Görsel 10'da görülen örnek, tasarımcı Otto Lehmann'ın sanayi işçileri ve omuzlarında tutan çiftçileri, yırtık bir İngiliz bayrağını düşüren bir askeri anlatan afişidir (B.Meggs & Purvis, 2016, s. 299). İllüstrasyonun lekesel ve derinlik etkisi dikkat çekmektedir. İzleyiciye birlik ve beraberlik mesajını veren bu illüstrasyon güç ve irade gösterisinin bir mesajı olarak algılanabilir. Lucian Bernard tarafından hazırlanan afiş, kalın bordürlerle çizilmiş ve ortaçağ zamanını andıran bir zırhlı el illüstrasyonu yumruk şeklinde resmedilmiştir. Düşmanlara meydan okuyan afişin sloganı ise "Askerlerimize destek olun. İngiltere'nin gücünü parçalayın. Savaş için bağışta bulunun." mesajı vermektedir.



Görsel 10: Otto Lehmann, "Kriegsanleihe", 61 x 46 cm, Litografi Baskı, 1917, Meggs' History of Graphic Design Kitabı



Görsel 11: Lucian Bernard, Düşmanlar böyle istiyor. Bu nedenle savaşa katıl!, 65,2 x 46,6 cm, Litografi Baskı, 1917, MoMA Dijital Kütüphane Kayıt No: 552.1943

Almanya savaş afişlerinin lekesel renk değerleri, sembolik anlatımı, imgeleri ve militarist sloganları ile dönemin önemli illüstrasyonlarını oluşturmaktadır. İllüstrasyonların kimi zaman Plakastill tarzı oluşturulduğu bazı afişlerin de dışavurumcu tarz ile resmedildiği görülmektedir. İllüstrasyonlarda yer alan imgelerin; hayvan, hayvana benzeyen imgeler ya da güçlü erkekler görülür. Almanya'nın güç propagandası yaptığı oldukça nettir. Dönemin çarpıcı örneklerini sergilemesi, dışavurumcu Alman sanatı ve yeni tarz illüstrasyon arayışlarıdır.

İngiltere

İngiltere'nin I. Dünya Savaşına girmesiyle birlikte, Almanya'nın İngiltere'ye karşı yaptığı şiddet dolu görsellerine karşılık Büyük Britanya İmparatorluğu Dışişleri Bakanlığı bünyesinde Lordlar Kamarası'ndan C. F. Mastermann'ı başkanlığında Savaş Propaganda Bürosu oluşturmuştur. Masterman'ın projesi, yakınında bulunduğu evdeki Wellington ismini almıştır. (A. Wollaeger, 2006, s. 15). Sıkı bir gizlilik içinde çalışan Wellington Evi hızla, tüm propaganda departmanlarının en aktif haline gelmiş, kitapların, broşürlerin ve süreli yayınların yanı sıra fotoğraf, fener slaytları ve resim kartpostallarının üretimi ve yurtdışına yayılmasını sağlamıştır. Haziran 1915'e kadar, büro yabancı dillerde basılmış kendi resimli süreli yayınlarını üretmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nin en hayati tarafsız ülkesinde özel önem taşıyan bir faktör olan ifade edilen görüşlerin güvenilirliğini korumak için üretilen tüm malzemelerin kaynağını gizlemeye son derece özen göstermiştir (Radu, 2009, s. 64). Dönemin standartlarına göre, İngiliz propaganda çalışmalarında önemli bir teşebbüs olmuştur 1917'ye gelindiğinde

Wellington House’da 54 kişi çalışmış ve büro diğer departman ve bakanlıklardan yardım isteme yetkisine sahip olmuştur. Aynı zamanda tüm propaganda fikirleri, çalışanlar gizli tutulmuştur. (www.turkishnews.com, 2009). Wellington House’un temel amaçları; İngiliz kamuoyunu savaşı sürdürmeye ikna etmek ve dünya kamuoyunu Almanya ve müttefiklerine karşı kışkırtmaktır (Öymen, 2014: 127).

I. Dünya Savaşı’nda İtilaf Devletleri, başlıca düşman olarak Almanları görmüştür. Bu açıdan İngiliz propagandası, kamuoyunda Almanlara yönelik olumsuz mitler inşa etmeye girişmiştir. Propaganda afişlerinde ve yayınlanan haberlerde Atilla’nın 5. yüzyılda Avrupa’ya yaptığı büyük akınları çağrıştırmak için Alman halkına yönelik Alman kelimesinden çok “Hun” kelimesi kullanılmıştır. Böylece kamuoyunda Almanlara yönelik, “barbar”, “istilacı” ve “zalim” stereotiplerin oluşması amaçlanmıştır (Kennedy, 2004, s. 210, Aktrn:Çakı:2018). Aynı zamanda Türklere yönelik propaganda girişimleri de olmuştur. (www.turkishnews.com, 2009)

Savaşın ilk önemli reklam kampanyası İngiltere’deki Parlamento İşe Alım Komitesi (PRC³) tarafından gerçekleştirilmiştir. Litografik teknikler kurşun kalem veya fırçadan ziyade fotoğrafın görünümünü taklit etmiş ve temiz kıyafetler içerisinde huzurlu şekilde resmedilmiştir. (Görsel 12)

Toplumun fertlerine yüklenen görevlerin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Erkeklere yüklenen savaşçı misyonunu “Baba, I. Dünya Savaşında Ne Yaptın?” sorusu erkeklerin mücadele etmesi için teşvik edici bir sloganla afişlerde pekiştirilmiştir. Erkekler genellikle anneler ve çocuklar tarafından ulusun büyük ailesi için savaşmaya teşvik edilmiştir. İngilizlerin grafik propaganda anlayışları daha illüstratif ve gerçekçi olmuştur. Sanatsal açıdan bir özellik göstermeyen bu afişlerde, geleneksel değerle, ev ve aile hedef alınarak sade vatandaş sürekli olarak korkaklık, ve onursuzluk gibi utandırıcı imalarla suçlanmıştır. (Görsel 13)

³ Parliamentary Recruiting Committee



Görsel 12: Badel Powell, Are you in this ,Afiş, 63.6 × 47.8 cm, 1914-1918, , Renkli Litografi, , Parliamentary Recruiting Committee Kayıt No:



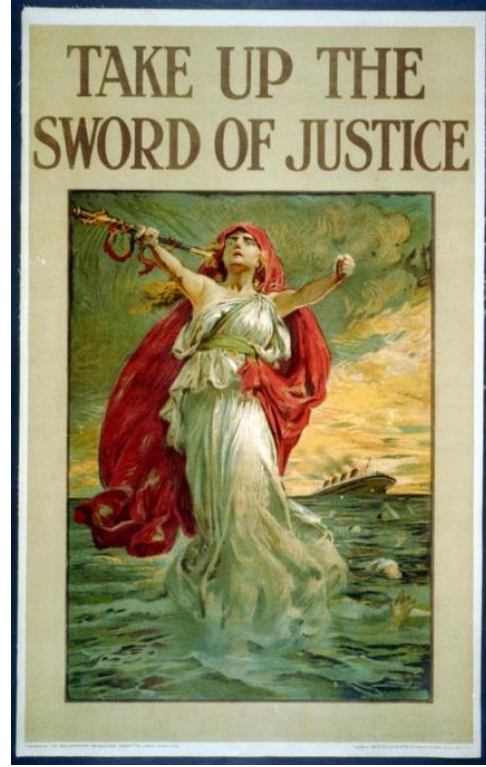
Görsel 13: Savile Lumley, "Daddy, what did YOU do in the Great War ?", 63,6 × 47,8 cm, 1915, Renkli Litografi, , Parliamentary Recruiting

Avrupa'daki diğer ülkelerin aksine İngiltere, savaşın ilk yıllarında gönüllü askerliği yeğlediği için, afişlerin çoğunda askerlik hizmetine çağrı afişi, Alfred Leete'nin yaptığı "Your country needs you" başlıklı afiştir. Bu afişte suçlayıcı bir tavırla işaret parmağını halka yöneltmiş olarak çizilmiş olan Lord Kitchener "Vatanın SANA ihtiyacı var" söylemiyle halka manevi baskı yapmaktadır (Bektaş, 1992, s. 55). Alfred Leete'nin yaptığı "Your country needs you" afişi akıllarda kalan önemli bir illüstrasyondur. İllüstrasyonda resmedilen karakter, İngiliz savaş bakanı Lord Kitchener'ın izleyiciyi rahatsız eden işaret parmağı görüntüsü ve izleyiciye bakan gözleriyle hala önemli afişler arasında yer alır. BBC(2014) haberine göre; İngiltere'de 1914-18 arasında yayınlanan 5.7 milyon resmi afişin basılmasıyla birlikte, bu görüntünün 10.000 kopyası çekilmiştir.

Yine Leete tarafından tasarlanmış, "Adalet kılıcını al" sloganlı illüstrasyon, kırmızı pelerinli ve beyaz bir elbise giyen kadınla ile resmedilmiştir. Arka planda boğulan askerler ve batan bir savaş gemisi görülmektedir. İllüstrasyonun bir hikaye aracı olarak kullanıldığı, savaşı ve adaleti simgelediği düşünülebilir.(Görsel 15)



Görsel 14: Alfred Leete, "Your Country Needs You", 74.9 x 50.5, Afiş, 1914-1918, Library of Congress Prints and Photographs Division Washington Kayıt No: 93517736



Görsel 15: Alfred Leete, "Take up the sword of justice", 102 x 63 cm, Renkli Litografi, Library of Congress Prints and Photographs Division Washington Kayıt No:2003675668

Fransa

Fransa'nın savaş dönemi hazırladığı görseller Devlet desteği ile kurulan komitelerde gerçekleşmiştir. "Kutsal Birlik" çağrısına uyan Fransa'nın önde gelen entelektüelleri, akademisyenleri, gazetecileri savaşın Fransa üzerindeki etkisini anlatan makale, manifesto gibi yazılar yayınlamıştır. Aynı zamanda 1917'nin başında Fransız Düşmanları Propagandası Birlikleri Birliği: UGAFCPE⁴ ismiyle propaganda merkezi kurulmuştur. Savaş, basılı yayın, kartpostallar, afişler ve resimli dergiler hem vatansever hem de ticari kaygılarla en sevilen tema haline gelmiştir. Gerçeklerin, eksikliklerin ve yanlışlıkların abartılması ve çarpıtılması, ironi ve kaba mizah propaganda söyleminin kullanıldığı klasik prosedür olmuştur (Ridel, 2014). *Savaşı Görmek ve Göstermek* isimli kitapta geleneksel, kırsal, patriyarkal ve benzeri değerler etrafında birleşmiş bir Fransa imajı çizen devlet posterlerinin ikonografisi, Fransız halkını yeniden inşa sürecine hazırlamak amacıyla kahramanlık imgelerinden faydalanmıştır. Klasik ve "Latin" Fransa fikrinin tam da bu sıralarda teşvik edildiği görülmektedir. Bu dönemde, mimarlığın –inşa sanatı, dayanıklılık ve kolektif çalışma sanatı– birdenbire sanatsal yaratımın modeline

⁴ Union des grandes dernekleri français propagande ennemie

dönüştüğü ve savaş sonrası söylemlerin sözcüklerini ve metaforlarını devşirdikleri birincil kaynak haline geldiği görülmektedir (Görsel 16) (Iamurri, 2016).



Görsel 16: A.Lelong, “3e Emprunt de la Défense Nationale”, 79 x 121, Litografi, 1917, Library of Congress Kayıt No: 47.



Görsel 17: Bilinmeyen Sanatçı, “Deutschland über alles - Que veut l'Allemagne?”, 61 x 48 cm, Litografi, 1918,

Görsel 17’de görülen illüstrasyonda, dizleri üzerine çökmüş insanların üzerinde betimlenen figür, Almanya’yı ifade eden bir metafor bulunmaktadır. İllüstrasyonun, alt köşelerinde bulunan yırtıcı bir kuş olan akbaba görseliyle Almanya’nın gazabı anlatılmak istenmiştir. Slogan ise “Almanya Ne İstiyor?” yazmaktadır.



Görsel 18: Maurice Neumont, "1914! Les Assassinler!", 49 x 32 cm, Litografi, 1914, Library of Congress Kayıt No: 153

Maurice Neumont tarafından resmedilen, Alman İmparatoru Wilhelm II ve Avusturya İmparatoru Francis Joseph I siyah maske takan ve bıçağından kan damlayan bir katil olarak tasvir edilmiştir. Arka planda, imparator kartalın baş döndürücü bir taslak ve kan damlaları mevcuttur. Slogan: "1914! Katiller!". Bu, Fransa'nın, Alman ve Avusturya imparatorlarını, politikalarını savaşa neden olan katiller olarak göstererek vatandaşlarını toplamasının bir örneği olmuştur (Ridel, 2014) (Görsel 18).

Rusya

I. Dünya Savaşı'nın, Rusya üzerindeki etkisi diğer ülkelere göre daha farklıdır. Rusya'da Dünya Savaşı, bir yandan, 1917 Devrimleri ve İç Savaş'ın olaylarıyla kolektif hafızanın dışına çıkmaya zorlanmış, öte yandan, ideolojik olarak, faktörlerin yalnızca birinin rolüne indirgenmişti. 1917'de Bolşevikler tarafından iktidara el konulması, ülke içerisindeki iç savaş Rusya'nın sadece I. Dünya Savaşına odaklanmasını engellemiştir. (Zhdanova, 2017) Heterojen bir yapıya sahip Rus halkı, diğer ülkelerde olduğu gibi vatanseverlik, toprak, militarizm gibi duygular üzerinden illüstrasyonlar yapmamıştır. Aynı zamanda Rusya Hükümeti'nin savaşa yönelik yapılan tanıtımlara katkısı, İngiltere, Amerika gibi ülkelerde olduğu gibi değildir.

Kamu iletişim kanallarının yetersiz gelişmesinin yanı sıra, propagandaya itiraz etmesi gereken değerlerle de ortaya çıkmıştır. Siyasi alanın gelişmemesi ve aynı zamanda nüfusun etnik çeşitliliği, modern bir yurtseverlik ve milliyetçilik anlayışının gelişmesini engellemiştir (Medyakov, 2014). Buna rağmen halk, öğrenciler, gazeteciler, politikacılar, aydınlar savaşa karşı birleşmiştir. Rus militarizmle çevrelenmiş sokakların köşelerinde

ve vitrinlerinde militanlaştırılmış afişler, kartpostallar, reklamlar yer alırken ucuz litograflarda köylüler arasında savaşın yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bununla birlikte Ruslara özgü luboklar⁵, gazeteler, dergiler, kitaplar basılarak dağıtılmıştır. (A. Wollaeger, 2006) Özellikle, dergi ve gazetelerin tirajlarının arttığı⁶ bu dönemde illüstrasyonlar, Almanya algısının belirsizliği, Rus propagandasının temel stratejisini belirlemiştir; savaşın başında, Almanya'nın stereotiplerinin bir düşman imajına dönüşmesi gerektiğinden Almanya olumsuz resmedilmiştir.

Görsel 19'da Alman İmparatoru II. Wilhelm'ı tasvir eden bu kartpostal, Wilhelm'ı öfke ve hırs dolu resmetmiştir. Parlak renklerin hakim olduğu bu görselde izleyene barbar ve aç gözlü bir düşman olduğu fikri aktarılmak istendiği düşünülmektedir.



Görsel 19: Bilinmeyen Sanatçı, Alman İmparatoru II. Wilhem Tasviri, Kartpostal

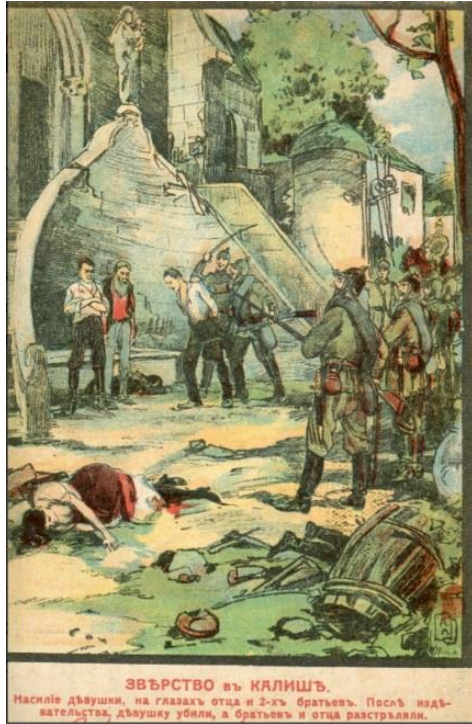
"Kalisz'deki Vahşet" başlıklı bu Rus kartpostal(Görsel 20), Kalisz şehrini yağmalanmış, yıkılmış göstermektedir. Savaşın yıkıcı etkisini gözler önüne seren bu illüstrasyonda, ön tarafta; ölmüş bir kadın, mutsuz bir Rus Halkı, diğer tarafta ise mutlu ve eğlenen Almanya'nın askerleri resmedilmiştir. Alt kısımda yer alan metinde ise İllüstrasyonu çizilen kadının önce erkek kardeşi ve babasının önünde tecavüz edildiği daha sonra hepsinin öldürüldüğü anlatılmaktadır. Son illüstrasyon ise(Görsel 21), Almanya yine şeytan, canavar gibi resmedilmiştir. İllüstrasyonun alt kısmında ise Almanlar hakkında atasözleri bulunmaktadır. İhtiyaç, keşfedilenlerin anasıdır (Yabancılarla ilişkin), bir Almanın her amaca yönelik araçları bulunmaktadır, kurnaz bir Alman "bir maymunu" icat etti gibi sözlerle Rusların bakış açısıyla Almanya barbar, acımasız, bencil anlatılmıştır. Savaş illüstrasyonlarının yanısıra "I. Dünya Savaşı ve Rus Devrimi'nin karılık ortamında oluşan iç savaş, Rusya'da yaratıcı sanat alanında kısa süren

⁵ Lubok, gravürde baskılar gibi bir tür Rus halk sanatını ifade eder. Sözlü ve yazılı folklorik grafikler ve hikâyelerle betimlenir. Lubok baskıları hem evlerde hem de hanlarda dekorasyon olarak kullanıldı ve bu baskıların bir kısmı modern çizgi romanın öncülü olarak kabul edilir.

⁶ Irina Zhdanova(2017), Press/Journalism (Russian Empire)

parlak bir dönem yaşamıştır” (Bektaş, 1992). Bu sürede Rus Sanatı yükselmiş, Marc Chagall, Wassily, Kandisky, Nathan Altman ve El Lissitzky gibi yurtdışında yaşayan sanatçılar Rusya’ya dönmüş yeni kişisel ve mesleki koşullara uyum sağlamaya zorlanmıştır. Rus Sanatçılar Birliği’nden izlenimci Vasilli Pereplechikov “Artık ressam değilim, eskiden resmettiğimi neredeyse unuttum.” (A. Wollaeger, 2006) sözleri savaşın yıkıcı tablosunu göstermektedir.

1914-1918 yılları her ne kadar savaş yılları olarak geçse de, sanatın, toplum için uğraş verdiği bu yıllarda çarpıcı şekilde görülmektedir. I. Dünya Savaşına katılan birçok ülkenin sanatçısı, ülkelerine destek vermek için onlar adına çalışmış ve zengin görsel sanatlar arşivi bırakmıştır. Bunun yanı sıra savaşa karşı olan sanatçılar da savaşın yıkıcı etkisini anlatmak için bir dizi sanat akımı geliştirmişlerdir. Örneğin fütüristler savaşı savunurken, dadaistler savaşı yeren propagandalar yapmıştır. Fütüristler sayısız manifesto yazmış ve onları estetik, sosyal ve politik ideallerini iletmek için dünyanın dört bir yanındaki şehirlere dağıtmıştır. Bu girişimci kitlesel tanıtım yöntemi sayesinde sanatçılar; görsel sanatlar, edebiyat, müzik, dans, sinema, siyaset ve çağdaş yaşam hakkında fikirlerini ifade etmiştir. Fütüristler, akademik ve burjuva sınıflarına, geçmişe ve onu temsil eden muhafazakar kuruluşlara görsel, tipografik, sözlü ve işitsel saldırılarda bulunmuştur aynı zamanda Fütüristler gelenek ve mülkiyet sınırlarında özgürleşmek istemişlerdir. (moma.org, s. t.y). En yaygın manifesto ise “savaş heyecanını, makine çağını, hızı ve modern yaşamı coşku ile karşılar. Geleneksel her şeye karşıdır: Müzeleri, kütüphaneleri yok edip ahlâkçılık, feminizm ve tüm faydacı korkaklıklara karşı mücadele edeceğini söyleyen” ilan halkı şok etmiştir” (Bektaş, 1992).



Görsel 20: Bilinmeyen Sanatçı, "Kalisz'deki Vahşet", Kartpostal



Görsel 21: Bilinmeyen Sanatçı, Alman Tasviri, Kartpostal

Fütüristler sayısız manifesto yazmış ve onları estetik, sosyal ve politik ideallerini iletmek için dünyanın dört bir yanındaki şehirlere dağıtmıştır. Bu girişimci kitlesel tanıtım yöntemi sayesinde sanatçılar; görsel sanatlar, edebiyat, müzik, dans, sinema, siyaset ve çağdaş yaşam hakkında fikirlerini ifade etmiştir. Fütüristler, akademik ve burjuva sınıflarına, geçmişe ve onu temsil eden muhafazakar kuruluşlara görsel, tipografik, sözlü ve işitsel saldırılarda bulunmuştur aynı zamanda Fütüristler gelenek ve mülkiyet sınırlarında özgürleşmek istemişlerdir. (moma.org, s. t.y). En yaygın manifesto ise “savaş heyecanını, makine çağını, hızı ve modern yaşamı coşku ile karşılar. Geleneksel her şeye karşıdır: Müzeleri, kütüphaneleri yok edip ahlâkçılık, feminizm ve tüm faydacı korkaklıklara karşı mücadele edeceğini söyleyen” ilan halkı şok etmiştir” (Bektaş, 1992). Tipografilerin imgeye dönüştüğü fütürizmde, tipografilerin arasına serpiştirilen simgeler dikkat çeker. Aynı zamanda her şeye baş kaldıran bu hareket, sanatın tüm disiplinlerini de yok sayar. Dadaistler ise tam aksine savaşa karşıdır. Dadaizm, I. Dünya Savaşının katliamlarına ve budalalığına duyulan nefretten doğan bu hareket, şok etkisi yaratan taklitlerle ve alay ederek, teknolojik ilerlemeye körü körüne bağlanmanın yüzeyselliğini, Avrupa toplumunun yozlaşmasına, savaş, toplum, gelenek, din ve sanat gibi tüm yerleşik değerleri protesto etmektedir (Bektaş, 1992) .

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında incelen I. Dünya Savaşı illüstrasyonlarının(ABD, İngiltere, Fransa ve Rusya ülkelerinde resmedilen) savaşı nasıl ve ne şekilde sunduğu literatür taraması ile araştırılmış ve illüstrasyonlar yorumlanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın amacı bu illüstrasyonların bir ikna ve iletişim aracı olarak kullanıldığını aktarmaya çalışmaktır. Aynı zamanda I. Dünya savaşı illüstrasyonları dönemin tarihine tanıklık ederken önemli bir veri envanteri sağlamaktadır. Dönem içerisinde incelen illüstrasyonların genel kapsam ve analizi sırasıyla şu şekilde açıklanabilir:

ABD'nin illüstrasyon çalışmaları kurumsal bir çerçevede toplumla buluşmuştur. İzleyenlerde vicdanı yükümlülük, milliyetçilik, yurtseverlik misyonları yüklenmiştir. Savaşın karanlık yüzünü sergilemek yerine halkı motive eden ve her vatandaşın savaş için mücadele etmesi gerektiği izlenimi gözlemlenmektedir. Bu mücadele sadece savaşa katılmakla ilgili değildir. Tutumlu olmak, şeker kullanmamak, savaş tahlileri satın almak bu mücadelenin bir parçasıdır. İngiltere de benzer bir misyonla hareket etmiş ve onlar da görsel metrayaller için kurumsal bir merkez olan Wellington Evi'nde çalışmalarını sürdürmüştür. İngiltere'nin illüstrasyonları gerçekçi çizimler ile oluşturulmuştur Bu tasarım evi günümüz reklam ajanslarına benzeyen bir çalışma stratejisiyle çalışmıştır. Wellington Evi'nde tasarlanan çalışmaların birinci amacı Almanya ve müttefiklerine karşı suçlayıcı bir kamuoyu oluşturmak ve Almanya'nın kışkırtıcı illüstrasyonlarına karşılık vermektir. Almanya ise önemli sanatçıları bünyesinde toplayıp genellikle kendi toplumunu kışkırtıcı illüstrasyonlar hazırlamıştır. Almanya'nın hazırladığı savaş afişlerini en önemli özelliği kadınlara az sayıda yer vermesidir. Almanya vatandaşını güçlü ve kudretli ifade edebilmek için renk blokları, renkli bordurler fırça darbeleriyle resmedilmiş aynı zamanda dışavurumcu illüstrasyonlara da sıklıkla yer verilmiştir. Rusya'nın savaş politikası diğer ülkelerdeki gibi değildir. Dönemin karışık ortamı ve bolşeviklerin yönetime el koyması illüstrasyonların bir kurumsal çerçevede ilerlemediğini gösterir. İllüstrasyonlarda Almanya'ya karşı öfkeli tutum yansımaktadır. Aynı zamanda hayvan ve/veya hayvana benzeyen manipulasyonlar görülmektedir. Fransa ise kurumsal bir komite ile illüstrasyon çalışmalarını üstlenmiştir. Bu illüstrasyonlarda kahramanlık geleneksel toplum inşası görülmektedir. Kısacası incelen ülkelerin savaş misyonu genellikle propaganda üzerinden gitmektedir.1914-1918 yılları arasında illüstrasyon sanatı, ülkelerinin vizyonlarını göstermeyi amaç edinmiştir. Kimi zaman mualif, kimi zaman taraftar olan görseller dönemin en önemli tanıklarıdır.

I.Dünya Savaşı etkisinde gelişen sanat eserleri incelendiğinde, eserlerin büyük çoğunluğunda savaşın karanlık yüzünün sergilendiği görülmüştür. Savaşın tahrip ettiği şehirler, meydanlar, toz bulutları, dumanlar, savaşan askerler, savaş aletleri, ölenler ve yaralananlar gibi birçok imge savaş resimlerinde ön plana çıkarılmıştır. Bunun yanı sıra ülkelerin illüstrasyon sanatına verdiği önem de bu yıllarda daha çok anlaşılmaktadır.

Yapılan bu araştırma da I. Dünya Savaşına katılan ülkelerin ideolojik bakış açısı, kültürü, ideolojisi gibi etmenler değerlendirilerek illüstrasyon sanatının mesajları incelenmeye çalışılmıştır. 19. Yüzyıl sonlarında gelişen illüstrasyon sanatı, I. Dünya Savaşının etkisiyle savaşa ve etkilerine hizmet eden bir araç haline gelmiştir. Kimi sanatçılar ülkelere destek olurken kimi sanatçılarda sanatın yıkıcı yönünü topluma göstermeyi misyon edinmiştir. Ülkelerine destek olan sanatçıların halkın vatanseverlik duygularını tetiklemek, düşman ülkeleri olumsuz göstermek, halkı motive etmek amacıyla militarist duyguları canlandırmaya yönelik illüstrasyonlar ürettikleri görülmektedir. Üretilen illüstrasyonlarda savaşın tahrip ettiği şehirler, insanlar, askerler yer alırken, diğer tarafta düşman ülkeleri irite eden görsellerle savaş anlatılmaya çalışılmıştır. Savaşa karşı olan sanatçılar ise, bugünün sanatına ışık tutan eserler yaratmıştır. Bu eserlerin dışavurumcu bir özle, soyut kavramlardan üretilen, sanatçının iç dünyasındaki çalkantıları izleyiciye sunan eserler olduğu görülmektedir.

Özetle, 1914-1918 yıllarında üretilen illüstrasyonların, savaşın baskıcı, yıkıcı, tahrip edici yönüne rağmen, renk, biçim üslup bakımından yaratıcı, yenilikçi eserler olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- A. Wollaege, M. (2006). *Modernism, Media, and Propaganda : British Narrative from 1900 To 1945*. Princeton University Press.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2014). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Armstrongs, H. (2012). *Grafik Tasarım Kuramı Tasarım Alanında Okumalar*. (M. E. Uslu, Çev.) İstanbul: Espas Kuram Sanat Yayınları.
- B. Türkmen, B. (2018). Resimleme Dilinde Alternatif Bir Yaklaşım: Kaligrafi ile Resimleme. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 343-359.
- B.Meggs, P., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' History of Graphic Design*,. Canada: John Wiley & Sons.
- Back Page. (2006, Temmuz). Just Who is Uncle Sam. 51. Des Plaines, United States.
- Bayer, H. (2012). Tipografi Üzerine. H. Armstrong içinde, *Grafik Tasarım Kuramı Tasarım Alanından Okumalar* (s. 44-48). İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bohn, W. (2010). *Reading Visual Poetry*. Amerika: Fairleigh Dickinson University Press.
- Cohen, A. J. (2008). *Imagining the Unimaginable: World War, Modern Art, and the Politics of Public Culture in Russia, 1914-1917 (Studies in War, Society, and the Military)*. University of Nebraska Press.
- Creel, G. (1920). *How We Advertised America*. United States: New York and London, Harper & Brothers.
- Derrida, J. (2010). *Edebiyat Edimleri*. (D. Attridge, Dü., M. Erkan, & A. Utku, Çev.) İstanbul: Otonom Yayıncılık.
- E. LEVIN, J. A. (1980). *The Golden Age Of Illustration: Popular Art In American Magazines, 1850-1925*. England.
- Figura, S. (2011, Temmuz 11). German Expressionsim: The Graphic Impulse. New York.
- Franck, D. (2009). *Bohemler*. (İ. Yerguz, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Getty Center. (2006, Ağustos). Tumultuous Assembly: Visual Poems of the Italian Futurists. Haziran Cumartesi, 2019 tarihinde <https://www.getty.edu/art/exhibitions/tumultuous/> adresinden alındı

- Hardie, M., & Sabin, A. K. (2016). *The Historical Role of Wartime Poster Art 1914-1919*. New York: Dover Publication.
- Hirsch, E., Jr., Trefil, J., Kett, J. E., & diğerleri. (2002). *The New Dictionary of Cultural Literacy: What Every American Needs to Know*. Boston.
- Hulsey, D. (2005). *The Iconography Of Nationalism: Icons, Popular Culture, And American Nationalism* Dallas Hulsey. Mexico.
- Iamurri, L. (2016, Ekim 10). Savaş Zamanlarında Sanat. *e-skop Sanat Tarihi Eleştiri*. (A. Boren, Çev.)
- J. Shover, M. (1975, Aralık 1). Roles and Images of Women in World War I Propaganda. (P. & Society, Dü.)
- Kennedy, D. M. (2004). *Over Here: The First World War and American Society* E-bisH_-80hQwJNPdw8WUOcaoQHx7pGx_kyJJieuvYHqj0xGdNTNpwlPYT8aAuAHEALw_wcB. New York: Oxford New York Press.
- Kingsbury, C. M. (2010). *For Home and Country: World War I Propaganda on the Home Front*. Nebraska: University of Nebraska Press.
- Medyakov, A. (2014, Ekim 8). Propaganda at Home (Russian Empire) 08 Ekim 2014.
- moma.org. (tarih yok). *Word in Freedom: Futurism at 100*. Haziran Cuma, 2019 tarihinde moma.org: <https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2009/futurism/> adresinden alındı
- Ovadija, M. (2013). *Dramaturgy of Sound in the Avant-garde and Postdramatic Theatre*. MQUP.
- Öymen, O. (2014). *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın. İstanbul: Remzi Kitabevi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Radu, S. (2009). Wellington House and British Propaganda in an Original Document of 1916. *Wellington Evi ve 1916 Orijinal Belgesinde İngiliz Propagandası*. (S. P. Review, Dü.)
- Ridel, C. (2014, Ekim 8). Propaganda at Home (France) .
- S. Dağ, E. (2015). *İllüstratörün El Kitabı İllüstrasyonun İkinci Altın Çağı*. İstanbul: Grafik Kitaplığı.
- S. Dağ, E. (2013, Mayıs- Haziran). İllüstrasyonun Altın Çağı I. *Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültür Dergisi*(54), 46-50.
- Sabin, M. H. (2016). *War Posters : The Historical Role of Wartime Poster Art 1914-1919*. . Milenoa, New York: Courier Dover Publications.

Takakjian, C. (2012). Creating Unity through Disunity: Futurism as Paradoxical Movement. O. Amihay, & L. Walsh içinde, *The Future of Text and Image : Collected Essays on Literary and Visual Conjunctures*, edited (s. 309-324). Cambridge Scholars Publisher.

Tarhan, N. (2010). *Psikolojik Savaş, Gri Propaganda*. İstanbul: Timaş Yayınları.

www.turkishnews.com. (2009, Temmuz 30). *I. Dünya Savaşı'nda İngiliz Propagandası ve Bryce Raporu*. Haziran 12, 2019 tarihinde [www.turkishnews.com: https://www.turkishnews.com/tr/content/2009/07/30/i-dunya-savasinda-ingiliz-propagandasi-ve-bryce-raporu/](https://www.turkishnews.com/tr/content/2009/07/30/i-dunya-savasinda-ingiliz-propagandasi-ve-bryce-raporu/) adresinden alındı

Zhdanova, I. (2017, Temmuz 12). Press/Journalism (Russian Empire).