

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.17917289>

DECEMBER 2025

Grafik Tasarımda İdeolojinin Biçime Dönüşümü ve El lissitzky Analizi

The Transformation of Ideology into Form in Graphic Design and El Lissitzky Analysis

Merve EKİZ KAYA

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü
merve.ekiz@gop.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6323-3969>

Özet

Grafik tasarım, yalnızca görsel düzenleme pratiği değil, aynı zamanda düşünsel ve ideolojik yapıların biçimsel stratejiler yoluyla aktarılabilirdiği etkili bir iletişim aracıdır. Bu araştırma, El Lissitzky'nin 1919 tarihli "Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun" adlı afişini grafik tasarım bağlamında biçimsel ve kavramsal düzeyde incelemeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma yöntemi temel alınmış, analiz süreci görsel içerik analizi ve görsel retorik incelemesi olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Görsel içerik analizinde kompozisyon, geometri, renk dağılımı, yönlenme ve negatif alan kullanımı değerlendirilmiş; görsel retorik analizinde ise biçimsel öğelerin ideolojik mesajla ilişkisi, simge ve metaforlar üzerinden anlam üretimi yorumlanmıştır. Bulgular, afişin yalnızca propaganda amaçlı bir tasarım değil, modern grafik tasarım tarihinde düşüncenin biçime dönüştüğü erken bir örnek olduğunu göstermiştir. Sınırlı yüzey kaplamasına rağmen kırmızı kama güçlü etki yaratırken, beyaz alan pasif ideolojik yapı olarak temsil edilmiştir. Araştırma, biçimin yalnızca görsel temsil değil, aynı zamanda ideolojik ve retorik bir aktarıcı olabileceğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: El Lissitzky, Grafik Tasarım, Görsel İçerik Analizi, Görsel Retorik, İdeolojik Tasarım, Propaganda Afişi.

Abstract

Graphic design is not merely a visual arrangement practice but also an effective communication medium through which intellectual and ideological structures can be transmitted via formal strategies. This study aims to examine El Lissitzky's 1919 poster "Beat the Whites with the Red Wedge" in terms of its formal and conceptual layers within the context of graphic design. The research is based on a qualitative approach and employs a two-stage analysis involving visual content analysis and visual rhetoric examination. The visual content analysis evaluates composition, geometric structuring, color distribution, orientation and use of negative space, while the visual rhetoric analysis focuses on the relationship between formal elements and ideological message, interpreting meaning construction through symbols and metaphors. Findings indicate that

the poster is not merely a propaganda design but an early example where form transforms thought in modern graphic design history. Despite occupying limited visual space, the red wedge conveys dominant rhetorical power, while the white area represents the passive ideological structure. The study demonstrates that form may function not only as visual representation but also as an ideological and rhetorical medium, offering methodological reference for future research.

Keywords: El Lissitzky, Graphic Design, Visual Content Analysis, Visual Rhetoric, İdeological Design, Propaganda Poster.

1. Giriş

Grafik tasarım, yalnızca görsel öğelerin estetik bir uyum içerisinde düzenlendiği bir üretim alanı olarak değil, aynı zamanda düşünsel, ideolojik ve kültürel yapıların biçimsel stratejiler aracılığıyla aktarılabildiği işlevsel ve çok katmanlı bir iletişim sistemi olarak değerlendirilmektedir. Tasarım sürecinde kullanılan biçim, renk, kompozisyon, yönelme ve boşluk gibi temel unsurlar yalnızca görsel çekicilik yaratmak için değil, aynı zamanda anlam üretimi sürecini yönlendiren bilinçli tercihler olarak konumlandırılır. Bu unsurlar, izleyicinin algısını belirleyen, mesajın yorumlanma biçimini etkileyen ve çoğu durumda düşünsel bir yönlendirme işlevi üstlenen iletişimsel araçlara dönüşür. Arnheim’ın ifade ettiği gibi “algı aynı zamanda düşünme sürecidir, gözlem icat etmeyi içerir” (Arnheim, 1974, s. 5). Nitekim grafik tasarımda görsel algı, yalnızca duyuşsal bir aktarım değil, aynı zamanda biçim üzerinden düşünsel yapı üretme süreci olarak ortaya çıkmaktadır.

Grafik tasarımın gücü, yalnızca görülen görüntüyü sunmasında değil, bu görüntüyü düşünceyi harekete geçirecek sembolik ve kavramsal katmanlarla yapılandırmasında ortaya çıkmaktadır. Görsel öğelerin düzenlenme biçimi, mesajın hangi yönde okunacağını, izleyicinin dikkatinin nasıl yönlendirileceğini ve iletişim etkisinin ne düzeyde gerçekleşeceğini belirlemektedir. Bu doğrultuda grafik tasarım salt görme deneyimi olarak değil, aksine algısal, bilişsel ve retorik düzeyde işleyen bir iletişim modelidir. Görsel tasarım, izleyicinin görsel algısı üzerinden zihinsel süreçleri tetikleyen ve mesajı fark ettirmeden içselleştirmesini sağlayan stratejik bir aktarıcı rol üstlenmektedir. Özellikle ideolojik, politik veya toplumsal içerikli afiş tasarımlarında grafik tasarımın işlevi, yalnızca görsel bilgi sunmakla sınırlı değildir. Bu tür çalışmalar, izleyiciyi ikna etmeyi, yönlendirmeyi ve davranış değişikliğine teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bunun en belirgin örneği olan propaganda tasarımlarında kullanılan geometrik formlar, renk kontrastları ve yönlü kompozisyonlar çoğu zaman doğrudan mesajdan daha etkili olabilmekte, izleyicinin düşünsel tepkisini görsel üzerinden harekete geçirebilmektedir. Bu nedenle tasarımda, biçimsel organizasyon yalnızca estetik veya düzen kurma eylemi olarak değerlendirilmez. Biçim, mesajın taşıyıcısı ve hatta kimi durumlarda doğrudan mesajın kendisi olarak anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda grafik tasarım, düşüncenin görsel düzleme taşınması sürecinde yalnızca temsil edici değil, aynı zamanda dönüştürücü bir güç taşıyan yapısal ve kavramsal bir üretim alanı olarak görülmektedir. Bu durum biçimin, bilinçli olarak yönlendirici bir araç olarak kullanılması, tasarımın salt estetik bir ifade olmaktan çıkıp ideolojik, kültürel veya toplumsal söylemin taşıyıcısı haline gelmesine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla grafik tasarımda kullanılan her biçimsel öğe

algısal etkisi kadar düşünsel etkisiyle de değerlendirilmelidir. Bu yaklaşım tasarımın yalnızca göze hitap eden bir görsel sistem değil, aynı zamanda zihne hitap eden bütüncül bir iletişim yapısı olduğunu göstermektedir.

Grafik tasarımın ideolojiyle ilişkisi özellikle toplumsal ve siyasal dönüşümlerin yoğun yaşandığı dönemlerde belirginlik kazanmış, tasarım yalnızca bilgi aktaran bir araç olmaktan çıkarak yönlendirici ve dönüştürücü bir iletişim biçimine dönüşmüştür. 1917 Rus Devrimi sonrasında sanat ve tasarım, bireysel ifade alanından uzaklaşarak toplumsal fayda doğrultusunda yeniden tanımlanmış, bu süreçte grafik tasarım propaganda faaliyetlerinin temel bileşenlerinden biri haline gelmiştir. Konstrüktivizm akımının bu dönemde benimsenen üretim anlayışı, sanatın işlevsel, erişilebilir ve ideolojik hedefe yönelik olması gerektiği görüşünü öne çıkarmış, biçimin düşünce aktarımında aktif rol üstlenmesine zemin hazırlamıştır. El Lissitzky bu yaklaşımın en önemli temsilcilerinden biri olarak, grafik tasarımı siyasi düşüncüyü kitlelere aktarmada stratejik bir araç olarak değerlendirmiştir. Tasarım anlayışını, yalnızca görsel düzen kurma pratiğine indirgememiş, biçimsel kurguyu düşünsel bir eylem olarak konumlandırmış ve bu nedenle üretimlerinde form üzerinden doğrudan ideolojik müdahale gerçekleştirmiştir. Lissitzky'nin "Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun" adlı afişi bu yaklaşımı temsil eden örneklerinden biridir. Afiş, devrimci hareketi temsil eden kırmızı kama biçimi ile karşıt ideolojik grubu simgeleyen beyaz alan arasında dinamik ve çatışmacı bir görsel ilişki kurmaktadır. Tasarımda figüratif unsurlara yer verilmemesi, mesajın soyut geometri üzerinden iletilmesini sağlayarak dönemin geleneksel propaganda dilinden ayrılmasına olanak tanımıştır. Böylece grafik tasarımda biçimsel yapı yalnızca estetik bir düzen olmaktan çıkmış, ideolojik söylemi taşıyan temel iletişim unsuru haline gelmiştir. Afişte ilk bakışta kullanılan diyagonal yönlenme ilerlemeyi, devrimci hareketi ve müdahaleyi simgelerken renk kontrastı taraflar arasındaki ideolojik çatışmayı güçlendirmiştir. Bu yönüyle afiş, biçimin mesajın önüne geçmediği, aksine mesajı taşıdığı ve hatta mesajın kendisine dönüştüğü erken dönem modernist tasarım örneklerinden biri olarak değerlendirilmekte, grafik tasarım tarihindeki konumuyla yalnızca görsel bir çalışma değil aynı zamanda düşünsel bir dönüşüm noktası olarak kabul edilmektedir.

Araştırma, El Lissitzky'nin söz konusu afişini grafik tasarım tarihinde bir dönüm noktası haline getiren biçimsel ve düşünsel özellikleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın temel problemi, bir tasarım nesnesi olarak afişin yalnızca görsel düzen kurmakla kalmayıp ideolojik bir mesajı nasıl taşıdığı ve bu mesajı biçimsel unsurlar üzerinden nasıl yapılandırdığıdır. Lissitzky'nin bu tasarımda ifade ettiği ideoloji, metinsel açıklama ya da figüratif tasvir olmaksızın geometrik yapı, renk kontrastı ve kompozisyon yönü aracılığıyla izleyiciye aktarılmıştır. Bu yönüyle afiş, grafik tasarımda düşüncenin biçime dönüşme sürecinin erken ve güçlü örneklerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışma, söz konusu biçimsel yerleşimin sadece estetik bir kompozisyon tercihi olmadığını, aynı zamanda ideolojik gücün görsel bir strateji olarak kurgulandığını göstermeyi amaçlamaktadır. Araştırma, afiş grafik tasarım ilkeleri ve ideolojik aktarım

mekanizması yönünden iki düzlemde ele alarak, biçimin yalnızca görsel değil, aynı zamanda düşünsel ve retorik olarak nasıl işlev kazanabileceğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, ideolojinin grafik tasarımda biçimsel yöntemler yoluyla nasıl dönüştürüldüğünü açıklığa kavuşturmayı hedeflemekte, tasarım nesnesinin aynı zamanda politik ve iletişimsel bir söylem aracı olarak değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır.

2.1. Rus Devrimi ve Konstrüktivist Tasarım Ortamı

20. yüzyılın başları, Rusya için yalnızca siyasi bir dönüşüm değil, aynı zamanda kültürel ve estetik bir kırılma dönemini de ifade etmektedir. 1917 Bolşevik Devrimi'nin ardından Çarlık rejiminin yıkılmasıyla birlikte, ülke sadece politik yapısını değil, düşünsel, sanatsal ve toplumsal sistemini de yeniden tanımlamaya başlamıştır. Devrim, sanatın geleneksel temsil biçimlerinden uzaklaşarak, yeni ideolojinin görsel, işlevsel ve propaganda amaçlı araçlarına dönüşmesi gerektiği düşüncesini ortaya çıkarmıştır. Sanat artık bireysel ifade ya da estetik kaygılarla üretilen bir nesne değil, toplumsal dönüşüme hizmet eden ve kolektif bilinç oluşturmaya hedefleyen bir iletişim aracı olarak konumlanmıştır. Bu akım, sanatı estetik bir üretim alanı olmaktan çıkararak, toplumsal faydaya yönelik ve yönlendirici bir araç olarak yeniden tanımlamıştır (Narman ve Coşar, 2024, s. 699). Bu dönemde sanatçılar, tasarımcılar ve mimarlar, “Yeni toplum için yeni sanat” düşüncesi etrafında birleşerek geleneksel formları reddetmiş ve sanatın toplumsal işlevini ön plana çıkaran yeni bir üretim anlayışı geliştirmişlerdir. Bu dönüşümün en etkili temsilcilerinden biri, modern grafik tasarımın temellerini atan Konstrüktivizm (Constructivism) akımı olmuştur. Anlam olarak “yapısalcılık, yapı kurma” gibi anlamlara gelen Konstrüktivizm, 1913–1925 yılları arasında Rusya’da şekillenmiş, sanatı yalnızca estetik bir üretim alanı olmaktan çıkararak işlevsel, toplumsal faydaya yönelik ve yönlendirici bir araç olarak yeniden tanımlamıştır (George, 1995, s.7). Konstrüktivizm sanatı, “Gerçekçi Manifesto”da Naum Gabo ve Antonin Pevsner tarafından “sanat bizim uzamsal algı dünyamızın gerçeğe dönüşmesidir ve sanatçı, köprülerini inşa eden bir mühendis gibi işini yapar, yörüngelerinin formülünü kuran bir matematikçi gibi çalışır” şeklinde belirtilmiştir (Petric, 2000, s. 20). Bu akımın özünde, sanatın fonksiyonel olması, topluma hizmet etmesi, biçimlerin düşünceyi aktaran bir araç olarak kullanılması ve geometrik sadelikle evrensel bir anlatı kurması yer almaktadır.

Konstrüktivizm, sanatçıyı nesneler inşa eden bir mühendise dönüştürme amacını taşıyan, parçalara indirgenmiş yeni bir toplum inşası amacına yönelik bir anlayışla hareket etmiştir (Duyar, 2020, s. 1086). Bu akımın sanatçıları olan Vladimir Tatlin, El Lisstzky ve Alexander Rodchenko gibi sanatçılar, geleneksel sanat anlayışının dışında sanatı, gündelik hayatın ve hatta endüstriyel üretimin bir parçası olarak görmüşlerdir (Erjavec, 2019, s. 42). Bu sanatçılar için sanat sadece burjuva toplumuna özgü bir durum değil, aksine yeniden inşa edilen sosyalist toplumun bir parçasıdır. Bu nedenle sanatın işlevsel olması ve toplumun ihtiyaçlarını göz önüne alarak ona hizmet etmesi gerekmektedir. Bu amaçla konstrüktivist sanatçılar, resim, mimarlık, grafik tasarım, endüstriyel tasarım ve tipografi gibi disiplinlerde üretim yapmış; ürettikleri tasarımlar yalnızca

görölmek için değil, etki yaratmak için kurgulanmıştır. Bu anlamda toplumun her alanında yenilikleri beraberinde getiren ve insanların buna uyum sağlamaya çalıştığı bir olgu olarak gelişim göstermiştir. Bu nedenle konstrüktivist anlayış, sanatı bir iletişim modeline dönüştürmüş ve propaganda amaçlı afiş tasarımlarının estetik temellerini oluşturmuştur. Bu dönemde tasarımda kullanılan geometrik biçimler, renk karşıtlıkları, diyagonal hareketler ve minimalist yapılar, yalnızca görsel tercih olarak değil, devrimci ideolojinin görsel karşılığı olarak konumlandırılmıştır. Örneğin; kırmızı renk, Bolşevik Devrimi'nin simgesi olarak tasarımlarda aktif güç, mücadele ve ideolojik müdahale anlamını taşıırken; beyaz, devrim öncesi eski düzeni, arlık rejimini veya karşı devrimci güçleri temsil etmiştir. Bu nedenle renkler, yalnızca estetik değil, düşünsel birer simge haline gelmiştir. Geometrik forma dönüşmüş siyasi propaganda dili, figüratif anlatımı terk ederek evrensel bir görsel retorik oluşturmuştur. Konstrüktivist afişler, metne dayalı değil, biçim ve renklerin düşünsel aktarımı üzerine kurulu simgesel anlatılar olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda, Rus Devrimi yalnızca bir siyasi dönüşüm olarak değil, aynı zamanda grafik tasarımın tarihsel rolünü dönüştüren bir dönüm noktası olarak değerlendirilebilir. Konstrüktivist tasarımcıların geliştirdiği minimalist, geometrik, işlevsel ve yönlendirici tasarım dili, modern grafik tasarımın iletişim, ikna ve etki üretme gibi temel işlevlerinin ilk güçlü örneklerini oluşturmuştur. Bu dönemde afiş, estetik bir değer olmaktan ıkımış, toplumsal yönlendirme aracı, görsel propaganda unsuru ve ideolojik iletişim mekanizmasına dönüşmüştür.

2. 2. El Lissitzky'nin Sanatsal ve Grafik Tasarım Anlayışı

540

El Lissitzky (Lazar Markovi Lissitzky), Ekim 1917 Rus Devrimi'ni insanlık için yeni bir başlangıç olarak görmüştür. Komünizm insanlığa daha zengin bir toplum ve evre sağlamak için yeni bir nesneler dünyası inşa ederek sanat ve teknoloji arasında bir birlik oluşturacağına inanmıştır. Bu idealizm, özel estetik deneyimden toplumsal yaşamın ana akımına geçerken grafik tasarıma giderek daha fazla önem vermesine yol açmıştır. 1921'de Berlin ve Hollanda'ya seyahat ederek De Stijl, Bauhaus, Dadaistler ve diğer konstrüktivistlerle temas kurmuştur. Savaş sonrası Almanya, batının ilerici fikirlerinin buluşma noktası haline gelmiştir. Alman baskı tesislerine erişim, Lissitzky'nin tipografik fikirlerinin hızla gelişmesini sağlamıştır (Meggs, 2006, s. 219). Fotomontaj, baskı resim, grafik tasarım ve resim alanındaki çalışmaları, süprematist ve yapılandırmacı fikirlerin Batı Avrupa'ya aktığı ana kanal haline gelmesini sağlamıştır.

Lissitzky, yalnızca modern grafik tasarımın üretim yönünü değil, düşünsel temelini şekillendiren öncü bir sanatçı, kuramcı ve görsel iletişim stratejisti olarak değerlendirilmektedir. Rus Konstrüktivizmi ile Süprematizm arasındaki geçiş döneminde etkin bir rol üstlenmiş, sanatın bireysel yaratımdan çıkıp toplumsal dönüşümü hedefleyen işlevsel bir üretim alanına dönüşmesine liderlik etmiştir. 1917 Rus Devrimi sonrasında, sanatın ideolojik amaçlarla yeniden konumlandırılması, Lissitzky'nin tasarımlarının yalnızca estetik değil aynı zamanda düşünsel ve politik bir çerçevede değerlendirilmesine olanak tanımıştır. Bu dönemde sanat, devlet politikasının ve toplumsal dönüşüm stratejilerinin görsel bir yansıması haline gelirken, Lissitzky grafik tasarımı

devrimci fikrin taşıyıcısı olarak ele almış ve tasarımın politik mesajları şekil üzerinden aktarabilme gücünü ilk defa bu ölçekte kanıtlamıştır.

Lissitzky'nin sanatsal yaklaşımının temelinde Kazimir Maleviç'in öncülüğünü yaptığı Suprematizm akımının etkisi yer almaktadır. Maleviç'e göre Suprematizm, nesnel temsilden koparak "saf duyumun sanatı"nı üretmektedir. Biçim soyutlanır, anlamdan arındırılır ve sezgisel düzeyde işler. Ancak Lissitzky bu yaklaşımı dönüştürür; biçimi anlamdan koparmak yerine, onu bilinçli biçimde ideolojik bir sembol haline getirmiştir. Bu fark onun sanatsal duruşunu belirleyen kritik kırılmadır. Sanatsal duruşunu belirleyen bu kritik kırılma, onun eserlerini Prounlar (*Yeni'nin Onaylanması İçin Projeler/Project for the Affirmation of the New*) aracılığıyla somutlaştırmıştır. Lissitzky'ye göre Proun, "resimden mimarlığa geçiş yapılan istasyon"dur (Lissitzky, 1924, s. 56), bu da saf sanattan mimari, mühendislik ve sosyal fayda odaklı Konstrüktif üretime geçtiğine işaret etmektedir. Bu yaklaşım, Suprematizm'in ruhsallığına karşı, Lissitzky'nin yaklaşımının yapısal olduğunu ve saf formu yeni sosyal düzenin fonksiyonel bir bileşeni haline getirdiğini göstermektedir (Gough, 2005, s. 153). Lissitzky'ye göre sanatçı yalnızca ifade eden değil, "dönüştüren ve yönlendiren" bir aktördür. Bu düşünceden hareketle, soyut geometriyi toplumsal ideallerin aktarım aracına dönüştürmüş; tasarımda biçimin yalnızca estetik düzenleme değil, düşünsel etki oluşturma aracı olduğunu savunmuştur.

Sanat ve tasarım anlayışını oluşturan temel prensiplerden biri, formun düşüncüyü dönüştürme kapasitesidir. Ona göre görsel düzen, izleyiciyle pasif bir iletişim kurmamakta, aksine onu yönlendirerek zihinsel bir süreç başlatmaktadır; hatta çoğu durumda ideolojik bir farkındalığa ulaşmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda tasarım yalnızca görsel aktarım değil, bilişsel harekete geçirme işlevi taşımaktadır. Modern tasarım literatüründe bugün "görsel retorik" olarak adlandırılan yaklaşımın erken dönem örnekleri Lissitzky'nin çalışmalarıyla görüldüğü söylenebilir. Biçimsel stratejilerin propagandaya dönüştürülmesi, sanatta müdahaleci yaklaşımın benimsenmesi ve estetiğin ideolojik içerikle bütünleştirilmesi, onun grafik tasarımda oluşturduğu metodolojik yeniliklerden etkilenmektedir.

Lissitzky'nin tasarım yaklaşımı üç temel ilke üzerine kuruludur: biçimsel sadeleşme, geometrik yapı aracılığıyla anlam üretimi ve hareket etkisi. Karmaşık görsel kurgular yerine, görsel dili soyutlayarak üçgen, daire ve dikdörtgen gibi temel formları kullanmış; bu formları politik anlamlarla ilişkilendirmiştir. Lissitzky bu yalın formu, yeni toplumsal yapının mühendislik ve rasyonellik idealine uygun olarak kullanmıştır (Duyar, 2020, s. 1086). Tasarım düşüncesinde yönlendiricilik önemli bir yere sahiptir. Lissitzky, görsel öğeleri yalnızca denge sağlamak için değil, izleyicinin bakışını belirli bir ideolojik rotaya yönlendirmek için kullanır. Diyagonal enerji, ölçek farklılıkları ve kontrast ilişkileri izleyiciyi belirli bir bakış hattına yönlendirir. Bu yöntem, günümüzde "görsel hiyerarşi" kavramının temelinde yer alan bakış kontrolü stratejilerinin örneği olarak değerlendirilebilir. Lissitzky, bu soyutlama, yönlendiricilik ve ideolojik biçimselleştirme

ilkelerini, Rus İç Savaşı'nın görsel bir manifestosu olan "Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun" afişinde en çarpıcı ve sistematik biçimde uygulamıştır.

2. 3. "Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun" Afişi Genel Tanımı

El Lissitzky'nin "*Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun*" adlı 1919 tarihli afişi, Rus İç Savaşı sırasında Bolşevik propaganda çalışmalarının etkili bir parçası olarak üretilmiş ve dönemin ideolojik mücadele ortamında görsel bir manifesto niteliği kazanmıştır. Afişin basımı, Sovyet siyasi yönetiminin Batı Cephesi'nde faaliyet gösteren propaganda birimi Litizdat (Batı Cephesi Siyasi Müdürlüğü Litografi Bürosu) tarafından gerçekleştirilmiş; 1919–1920 yılları arasında cephe hattı koşullarında üretilerek özellikle askeri birliklere ve sivil halka ideolojik farkındalık kazandırmak amacıyla sahada yaygın biçimde dağıtılmıştır. Çağdaş sanat tarihçileri, bu afişin "İç Savaş'ın kaotik koşullarına mükemmel bir uyum sağladığını, kaba, etkili ve kolayca çoğaltılabilen görsel bir emir işlevi gördüğünü" belirtmişlerdir (Taylor, 2017, s. 112). Afiş, yalnızca propaganda amacı taşıyan bir görsel iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda devrimci düşüncenin biçim üzerinden temsil edildiği erken modernist bir tasarım yaklaşımının da örneği olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 1: El Lissitzky, Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun, 1919, Litografi.

Tasarımda kullanılan kırmızı üçgen (kama), devrimci müdahaleyi temsil eden aktif güç olarak kurgulanmış; buna karşılık beyaz alan, mevcut ideolojik yapıyı simgeleyen pasif bir yüzey olarak konumlandırılmıştır. Bu iki form arasındaki karşıtlık yalnızca yüzeysel bir geometrik çarpışma değil, aynı zamanda ideolojik mücadeleyi ifade eden güçlü bir görsel metafor olarak işlev görmektedir. Lodder (1983), "Lissitzky, görüntüyü temel geometrik öğelerine indirgeyerek, siyasi mesajın açıklığını garanti altına almıştır: Kırmızı (Bolşevikler) Beyazı (Çarlık/Karşı-Devrimciler)

vurmaktadır" şeklinde ifade etmiştir (s. 57). Üçgenin sivri ve agresif formu müdahale ve hareket etkisini simgelerken; dairenin yuvarlak ve dirençsiz yapısı edilgenlik ve geri çekilmeyi ifade etmektedir. Kompozisyonun diyagonal doğrultuda sol alt köşeden sağ üst köşeye yönelmesi, afişe dinamik ve eylemci bir yapı kazandırmış; bu yönelme devrimci yükselişin görsel karşılığı olarak okunmuştur.

Lissitzky'nin tasarım anlayışı yalnızca biçimsel yapı ile sınırlı kalmamış, tipografi kullanımında da yenilikçi bir yaklaşım benimsenmiştir. Geleneksel propaganda afişlerinde yazı, genellikle mesajın ana taşıyıcısı olarak öne çıkarken, bu afişte metin ikincil düzeyde kalmakta ve mesaj doğrudan biçim üzerinden iletilmektedir. Lissitzky, harfin biçimsel gücünü salt okuma işlevinden çıkarıp görsel etkinin bir parçası olarak değerlendirmiş ve harf formunun mesajın etkisini artıran dinamik bir yapı olması gerektiğini savunmuştur (Meggs, 2006, s. 220). Bu yerleşim, "izleyiciden aktif bir yanıt talep ederek, onları mesajın sadece seyircisi değil, aynı zamanda katılımcısı olmaya zorlamıştır" (Bois, 1993, s. 95). Bu yaklaşım, sonraki yıllarda Bauhaus ve İsviçre Tipografik Stilinde benimsenen "form fonksiyonu izler" anlayışına öncülük etmiş; yazı ile görsel arasındaki hiyerarşinin yeniden tanımlanmasına katkı sağlamıştır. Bu anlamda Lissitzky, görsel alanın düşünsel potansiyelini biçimsel müdahaleler aracılığıyla etkinleştirmiş ve grafik tasarımda "biçimin mesajın kendisine dönüştüğü" modernist yaklaşımlar için önemli bir referans noktası oluşturmuştur.

3. Yöntem

El Lissitzky'nin 1919 tarihli "Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun" adlı afişi, nitel araştırma yaklaşımı temelinde iki aşamalı analiz yöntemi ile incelenmiştir. Nitel araştırma, "derinlemesine anlam çıkarma ve sosyal olguları doğal ortamlarında inceleme" olanağı sunduğu için, bu çalışma için en uygun yaklaşım olarak belirlenmiştir (Denzin & Lincoln, 2018, s.4). Creswell (2013), nitel araştırmanın "bireylerin veya grupların atfettiği anlamları araştırmak için sosyal veya insani bir problem keşfetme" süreci olduğunu belirtir (s.47). Yöntem kurgusu, tasarım nesnesinin hem biçimsel hem de düşünsel düzeyde değerlendirilmesine olanak sağlamak amacıyla görsel içerik analizi ve görsel retorik incelemesi üzerine yapılandırılmıştır. İlk aşamada görsel içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntem, görsel materyallerdeki açık ve örtük içeriklerin sistematik, nesnel ve nicel ya da nitel olarak tanımlanmasını ve yorumlanmasını sağlamaktadır (Krippendorff, 2018, s. 24). Bu aşamada afişin biçimsel yapısı; kompozisyon, renk dağılımı, geometrik form, yüzey oranları, yönelme, boşluk kullanımı ve tasarımsal ağırlık merkezi gibi tasarım ilkeleri doğrultusunda sistematik olarak değerlendirilmiştir. Görsel öğeler grafiksel yapı üzerinden incelenmiş, veriler yorumlayıcı nitelikte ele alınmış ve belirlenen tasarım stratejilerinin biçimsel etkileri analiz edilmiştir. Bu analiz, afişin işlevsel (fonksiyonel) ve yapısal (konstrüktif) özelliklerinin anlaşılmasını sağlamıştır. İkinci aşamada görsel retorik incelemesi gerçekleştirilmiştir. Görsel retorik, "görsel imgelerin, izleyiciyi ikna etmek veya bir eyleme teşvik etmek için nasıl kullanıldığını inceleyen bir alandır" (Foss, 2004, s. 305). Bu aşamada afişte

kullanılan görsel unsurların ideolojik mesaj ile ilişkisi değerlendirilmiş; simgesel yapı, metaforik anlatım ve müdahale vurgusu üzerinden anlam üretim süreçleri analiz edilmiştir. Kırmızı kama ile beyaz daire arasındaki karşıtlık, ideolojik müdahale metaforu olarak yorumlanmış, görsel kurgunun ikna edici gücü dönemin devrimci söylemi bağlamında ele alınmıştır.

Çalışmanın örnekleme, tekil vaka analizi (case study) yöntemi doğrultusunda oluşturulmuştur. Vaka analizi, "belirlenen bir olguyu derinlemesine, kapsamlı bir biçimde, birden çok kaynaktan gelen verileri kullanarak incelemeyi" içerir (Yin, 2018, s. 18). Vaka çalışması, "belirli bir olayı, durumu veya bireyi derinlemesine anlamaya odaklanmış bir araştırma yöntemi" olarak tanımlanmakta ve bu yöntemin seçilen konunun bütünsel bağlamının korunmasını sağlamaktadır (Ekiz, 2021, s. 102). "Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun" afişi, erken dönem modernist grafik tasarımda ideolojik düşüncenin biçime dönüşme sürecini en güçlü şekilde temsil eden örneklerden biri olması nedeniyle tekil vaka olarak ele alınmıştır. Bu yaklaşım, tasarım nesnesinin derinlemesine incelenmesini sağladığı için ideolojik mesajın biçimsel kurgu üzerinden nasıl yapılandırıldığını ortaya koymaya yönelik en uygun yöntem olarak değerlendirilmiştir.

Analiz süreci boyunca görsel öğeler, yalnızca yapısal özellikleri açısından değil, aynı zamanda anlam üretici ve yönlendirici işlevleri bakımından da yorumlanmıştır. Böylece afiş, hem grafik tasarım ilkeleri açısından hem de ideolojik söylem düzeyinde bütüncül biçimde değerlendirilmiş; form ve mesaj arasındaki etkileşim, çok katmanlı bir analiz modeliyle ortaya konulmuştur.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Analiz Yöntemleri ve İnceleme Boyutları

Analiz Yöntemi	Temel Odak Noktası	İncelenen Unsurlar
Görsel İçerik Analizi	Biçim ve Kompozisyon	Temel geometrik formlar (üçgen, daire), diyagonal yönelme, kompozisyon düzeni, görsel ağırlık ve yüzey oranlarının analizi.
	Renk ve Görsel Hiyerarşi	Ana renklerin dağılımı, kontrastların görsel gerilimdeki rolü ve bakışı yönlendiren hiyerarşik düzenleme
Görsel Retorik İncelemesi	Görsel Retorik ve İdeolojik Anlam	İdeolojik mesajın kurgusu, sembolik ve metaforik anlatım ile ikna stratejilerinin tarihsel söylem bağlamında incelenmesi.

Tablo 1, çalışmanın bulgular bölümünün yapısal çerçevesini özetlemektedir. Analiz, Görsel İçerik Analizi ve Görsel Retorik İncelemesi olmak üzere iki temel yöntem üzerinden yürütülmüştür. Bu iki ana yöntem, afişin bütüncül değerlendirilmesi için üç ayrı alt başlıkta incelenmiştir. Görsel İçerik Analizi, Biçim ve Kompozisyon ile Renk ve Görsel Hiyerarşi alt başlıkları altında afişin salt yapısal (konstrüktif) özelliklerini ve algısal düzenini derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Görsel Retorik İncelemesi ise, bu biçimsel unsurların siyasi bir bağlamda nasıl ideolojik mesaj

ürettiğini ve izleyiciyi ikna etme mekanizmalarını çözmeyi hedeflemektedir. Bu yapı, hem formel hem de düşünsel boyutların birbirini desteklediği katmanlı bir analiz modelini ortaya koymaktadır.

4. Bulgular

4.1. Görsel İçerik Analizi

Bu bölümde afiş, grafik tasarım ilkeleri doğrultusunda iki temel inceleme boyutunda ele alınmıştır. İlk olarak biçim ve kompozisyon analizi kapsamında geometrik yapı, yönlenme, diyagonal eksen, görsel ağırlık merkezi, negatif alan kullanımı ve kompozisyon organizasyonu değerlendirilmiştir. İkinci olarak renk ve görsel hiyerarşi analizi gerçekleştirilmiş; kırmızı, beyaz ve koyu tonların yüzey etkisi, algısal yönlendirme gücü ve ideolojik temsil kapasitesi incelenmiştir. Bu sınıflandırma doğrultusunda, görsel öğeler yalnızca estetik açıdan değil, mesaj üretici ve yönlendirici işlevleri bağlamında da değerlendirilmiş, afişin tasarımsal yapısının ideolojik etkiyle nasıl bütünleştiği ortaya konmuştur.

Biçim ve Kompozisyon: Afişin biçimsel kurgusu güçlü bir diyagonal yapı üzerine inşa edilmiştir. Kompozisyon, sol merkezden başlatılan ve kırmızı kama biçimiyle sağ üst yöne taşınan dinamik bir hareket çizgisi oluşturmaktadır. Bu yönlenme, izleyicinin bakışını yüzey üzerinde stratejik biçimde yönlendirerek müdahale ve ilerleme duygusunu görselleştirmektedir. Geometrik yapı üçgen (kama), daire (hedef alan) ve dikdörtgen (zemin blokları) gibi temel formlar üzerinden soyut düzlemde kurgulanmıştır. Figüratif anlatıya yer verilmemesi, mesajın evrensel bir ifade düzeyine taşınmasını sağlamış ve tasarımın biçim üzerinden düşünsel iletişim üretmesine olanak tanımıştır.

Kompozisyonadaki asimetri, afişin devrimci karakterini desteklemekte ve müdahale fikrini biçimsel düzeyde görünür kılmaktadır. Görsel ağırlık merkezi sol bölgede konumlanırken, diyagonal eksen boyunca sağ üst alana doğru gelişen hareket ideolojik müdahalenin görsel karşılığı olarak yorumlanmaktadır. Negatif alan kullanımı, tasarımda etkiyi artırarak vurgu noktalarının daha etkili hissedilmesini sağlamış, izleyicinin dikkati biçimsel hiyerarşi doğrultusunda yönlendirilmiştir. Bu bağlamda afiş, durağan bir kompozisyonun ziyade eylem, yönlenme ve dönüşüm odaklı bir tasarım yaklaşımı sergilemekte, biçimin mesajın taşıyıcısı olarak işlev gördüğü erken dönem modernist grafik tasarım örneklerinden biri olarak konumlanmaktadır.

Tablo 2. Biçim ve Kompozisyon Temelli Görsel İçerik Analizi Bulguları

Analiz Unsuru	Görsel Baskınlık Düzeyi	Kompozisyon İçindeki İşlevi	İdeolojik / Anlamsal Yorum
Kırmızı Kama (Ana Form)	Çok yüksek	Görsel hareketi başlatır	Devrimci müdahale, aktif saldırı
Beyaz Daire (Hedef Alan)	Orta	Müdahalenin yöneldiği odak	Pasif ideolojik yapı
Siyah Zemin	Orta	Zemin ve çatışma yüzeyi	İdeolojik gerilim arka planı
Negatif Alan	Yüksek	Vurgu ve algısal yönlendirme	İzleyici odağını güçlendirir
Diyagonal Yönlenme	Yüksek	Hareket ve ivme sağlar	Devrimci yükseliş metaforu
Asimetrik Kompozisyon	Yüksek	Dinamizm oluşturur	Değişim, dönüşüm etkisi
Tipografi	Düşük	Destekleyici unsur	Mesaj biçim üzerinden iletilir

Tablo 2, afişte kullanılan biçimsel öğelerin yalnızca estetik düzeyde değil, aynı zamanda ideolojik aktarımın araçları olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Kırmızı kama, sınırlı yüzey kaplamasına rağmen kompozisyonu yönlendiren ve müdahale eylemini başlatan ana öge olarak değerlendirilmiştir. Afişteki diyagonal yönlenme ve asimetrik yapı, devrimci eylemin dinamik karakterini yansıtarak tasarımın “görsel değil kavramsal ağırlıklı” olduğunu göstermektedir. Negatif alan kullanımının stratejik olarak tercih edilmesi, biçimsel belirsizlik yerine yönlendirilmiş algı oluşturmuş; tipografi ise mesajın taşıyıcısı olmaktan çok biçimsel yapıyı destekleyen unsur rolünde kalmıştır. Bu doğrultuda afiş, grafik tasarımda biçimin yalnızca temsil edici değil, aynı zamanda düşünsel ve retorik bir araç haline dönüştüğü erken örneklerden biri olarak değerlendirilmiş; tasarımın ideolojik etkisi biçimsel kurgudan bağımsız değil, aksine onun üzerinden yapılandırılmıştır.

Renk ve Görsel Hiyerarşi: Afişin renk kurgusu, ideolojik mesajın görsel düzeyde aktarımında temel belirleyici rol üstlenmektedir. Tasarımda kullanılan kırmızı, beyaz ve koyu tonlar (siyah/lacivert) yalnızca renk seçimi olarak değerlendirilmemekte; karşıtlık, çatışma ve müdahale metaforlarının taşıyıcıları olarak konumlandırılmaktadır. En dikkat çekici renk unsuru olan kırmızı kama, yüksek görsel baskınlık etkisine sahiptir ve tasarımın ideolojik merkezini oluşturmaktadır. Kırmızı renk, müdahale, devrimci enerji ve yönlendirme gücünü simgelerken izleyicinin ilk bakışta algısını kanalize eden yönlendirici işlev üstlenmiştir. Rengin geometrik hareketle eşleşerek diyagonal eksenini güçlendirmesi, hem biçimsel hem de düşünsel düzeyde etki üretmektedir.

Beyaz alan, doğrudan hedef alınan ideolojik yapıyı temsil etmekte olup pasif fakat açıkça karşıt konumda yer almaktadır. Geniş yüzey kaplamasıyla tasarımıdaki görsel dengeyi sağlamakta, aynı zamanda müdahale eyleminin yöneldiği alan olarak işlev görmektedir. Beyazın nötr fakat hedef gösterici nitelikte kullanılması, mesajın doğrudan figüratif değil, tamamen renk temelli karşıtlık üzerinden inşa edildiğini göstermektedir. Arka plan niteliğindeki siyah koyu tonlar, doğrudan mesaj taşımamakla birlikte çatışmanın gerçekleştiği ideolojik ortamı simgesel olarak temsil etmektedir. Bu renk kullanımı, görsel atmosferde gerilimi artırarak kırmızı ve beyaz arasındaki zıtlığı belirginleştirmektedir. Negatif alan ile birlikte fon rengi, biçimsel yoğunluk yerine vurgu ve yönlendirme odaklı bir anlatım dili oluşturmuştur.

Bu renk stratejisi, görsel hiyerarşide net bir sıralama oluşturmaktadır:

Kırmızı (eylemci) → Beyaz (hedef) → Koyu tonlar (çatışma zemin)

Böylece afiş, renkle yalnızca dikkat çekmekle kalmayıp düşünsel yönlendirme gerçekleştiren bir yapı kazanmıştır. Renk kontrastı üzerinden oluşturulan çatışma, ideolojik aktarımı güçlendiren görsel retorik unsuru olarak etkili biçimde kullanılmıştır.

Tablo 3. Renk ve Görsel Hiyerarşi Analiz Bulguları

Analiz Unsuru	Görsel Etki Düzeyi	Tasarım İçindeki Rolü	İdeolojik / Anlamsal Yorum
Kırmızı (Kama)	Çok yüksek	Odak noktası, hareket kaynağı	Devrimci müdahale, ideolojik saldırı
Beyaz Alan	Orta–yüksek	Hedef yüzey	Pasif ideolojik yapı, müdahale edilen sistem
Siyah/Lacivert Zemin	Orta	Gerilim atmosferi	Çatışma zemini, arka plan direnci
Negatif Alan	Yüksek	Vurgu ve algı düzeni	Görsel netlik sağlar, dikkati biçime yönlendirir
Renk Kontrastı (Kırmızı–Beyaz)	Çok yüksek	Karşıtlık ve ikna	İdeolojik mücadele, propagandist vurgu
Tipografinin Renk Etkisi	Düşük	Destekleyici	Mesaj biçim üzerinden taşındığı için ikincil

Tablo 3, afişte kullanılan renklerin yalnızca estetik değil, ideolojik aktarımı yönlendiren stratejik araçlar olduğunu göstermektedir. Kırmızı kama küçük alan kaplamasına rağmen yüksek etki düzeyiyle kompozisyonun odak ve hareket kaynağıdır. Beyaz alan pasif ideolojik hedefi temsil ederken koyu tonlar çatışma zeminini oluşturur. Negatif alan algısal düzenlemeyi destekleyerek

odak noktalarını belirginleştirir. Tipografinin düşük etki düzeyi ise mesajın metin yerine biçim ve renk üzerinden iletildiğini göstermektedir. Bu bulgular, renklerin kompozisyonla eşgüdümlü şekilde kullanılarak tasarımın ideolojik etkisini güçlendirdiğini ortaya koymaktadır.

Bu bulgular, afişteki renk kullanımının yalnızca estetik bir tercih olmadığını; biçimsel hiyerarşi ve ideolojik aktarım mekanizmasının temel taşıyıcısı olduğunu göstermektedir. Kırmızının küçük alan kaplamasına rağmen en yüksek etkiyi yaratması, tasarımın eylemci ve yönlendirici yapısını güçlendirmiş; beyazın geniş alanı ise pasif fakat ideolojik hedef olarak konumlanmıştır. Renkler, biçimle birlikte işlevselleşmiş ve grafik tasarımın görsel retorik gücüyle düşüncüyü biçime dönüştürebilen bir araç olduğu bu afiş özelinde açıkça görünür hale gelmiştir.

4.2. Görsel Retorik ve İdeolojik Anlam

Afiş, biçimsel unsurları yalnızca düzen kurmak amacıyla değil, doğrudan ideolojik mesajın taşıyıcısı olarak kullanılmaktadır. Tasarımın merkezinde yer alan kırmızı kama, izleyiciye yöneldiği andan itibaren yalnızca geometrik bir form olarak değil, müdahale eden ideolojik bir aktör olarak algılanmaktadır. Figüratif öğelerden uzak durulması, mesajın evrensel düzeyde okunmasını sağlamış ve görsel retorik yapı biçim üzerinden kurulmuştur.

Kırmızı kama ile beyaz alan arasındaki karşıtlık, yalnızca görsel çarpışma değil aynı zamanda düşünsel bir mücadele temsili olarak yorumlanmaktadır. İzleyici, bu etkileşimde yalnızca renk farkını değil, taraflar arasındaki güç ilişkisini de algılamaktadır. Müdahale eden taraf (kırmızı) aktif, hedef alınan yapı (beyaz) edilgen biçimde sunulmuştur. Bu bilinçli karşıtlık, afişin ikna ediciliğini artırmış ve mesajın görsel çerçeve üzerinden algılanmasını sağlamıştır. Diyagonal yönelme, retorik açıdan yalnızca hareket değil, ilerleme ve ideolojik yükseliş metaforunu temsil etmektedir. Formların birbirine göre konumlandırılması, doğrudan çatışma yerine hızlı ve kararlı bir müdahale algısı oluşturur. Afişin simgesel anlatımı yalnızca mevcut duruma tepkiyle sınırlı değildir; aynı zamanda değişim çağrısı içeren aktif bir stratejik söylem sunmaktadır.

Tipografik öğelerin ikincil rolde kalması, mesajın kelimeler yerine biçimsel çatışma ile aktarımını güçlendirmiştir. Böylece görsel retorik, metinsel açıklamaya gerek kalmadan işlev kazanmış; izleyicinin tepki üretme süreci doğrudan tasarımla tetiklenmiştir.

Tablo 4. Görsel Retorik Analiz Tablosu

Retorik Unsur	Söylemsel Etki	Anlamsal İşlevi	Retorik Yorum
Kırmızı Kama	Çok yüksek	Müdahale eden güç	Devrimci eylem, aktif saldırı temsilidir
Beyaz Alan	Orta	Hedef yapı	Edilgen ideoloji, sistem eleştirisi
Diyagonal Yönlenme	Yüksek	Eylemsel ivme	Yükseliş ve ilerleme metaforu
Renk Karşıtlığı	Çok yüksek	Duygusal gerilim	Görsel çatışma
Soyut Form Kullanımı	Yüksek	Evrensel temsil	Mesajı coğrafi/figüratif referanstan kurtarır
Asimetrik Yerleşim	Yüksek	Zihinsel rahatsızlık yaratır	Statik düzeni reddeder, devrime zemin hazırlar
Tipografinin Sınırlı Kullanımı	Düşük	Destekleyici	Söylem biçim üzerinden kurulur, yazıya bağımlı değildir

Tablo 4'te sunulan görsel retorik analizi bulguları, afişte yer alan biçimsel unsurların yalnızca görsel düzenleme amacı taşımadığını, aynı zamanda ideolojik söylemi yönlendiren stratejik bileşenler olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Özellikle Kırmızı Kama ve Renk Karşıtlığı, en yüksek retorik etkiye sahip unsurlar olarak belirlenmiştir. Bu iki öge, aktif saldırı ve ideolojik mücadele anlamını doğrudan temsil ederek, izleyiciyi yalnızca görsel düzeyde değil, düşünsel olarak da harekete geçiren ikna mekanizmasının merkezini oluşturmuştur. Kompozisyondaki Diyagonal Yönlenme ve Asimetrik Yerleşim, retorik açıdan yükseliş, ilerleme ve devrimci değişim metaforlarını desteklemektedir. Bu yapı, statik düzeni reddederek, tasarımda hareket etkisinin bilinçli biçimde yapılandırıldığını göstermektedir. Soyut Form Kullanımı ise, mesajın figüratif temsilden ayrılarak, belirli bir coğrafi veya tarihsel bağlamdan bağımsız olarak evrensel ideolojik düzeyde okunmasını sağlamıştır. Tipografinin Sınırlı Kullanımı, söylemin görsel yapı üzerinden kurulmasını güçlendirmiş; tasarımın kelimelere ihtiyaç duymadan algılanabilir ve ikna edici olmasını sağlamıştır. Bu bulgular doğrultusunda tablo, Lissitzky'nin tasarım anlayışının temelinde biçimsel çatışmanın, görsel hiyerarşinin ve yönlendirilmiş algının yer aldığını göstermekte; afişin yalnızca grafiksel bir düzenleme değil, kavramsal olarak tasarlanmış bir ideolojik eylem alanı olduğunu desteklemektedir. Sonuç olarak, retorik unsurların görev dağılımı, tasarımın mesaj taşımadığı, aksine mesajın kendisine dönüştüğü bir görsel iletişim modeline işaret etmektedir.

Bu bulgular bütüncül olarak değerlendirildiğinde, afişin tasarım stratejisinin sadece görsel düzenleme üzerine kurulmadığı, aksine ideolojik bir söylemi biçimsel yapı üzerinden kurgulayan

bilinçli ve yönlendirici bir yaklaşım benimsediği anlaşılmaktadır. Görsel içerik analizinde ortaya konan diyagonal yönelme, asimetrik kompozisyon ve negatif alan kullanımı, eylemci ve müdahaleci bir tasarım yaklaşımını desteklerken; renk ve görsel hiyerarşi incelemesi, ideolojik karşıtlığı ve çatışmayı izleyiciye doğrudan aktaracak biçimde yapılandırılmıştır. Görsel retorik analizi ise, tasarımın yalnızca “mesajı aktarmadığını”, bilhassa biçimsel çatışma ve renk karşıtlığı yoluyla mesajın kendisine dönüştüğünü göstermiştir. Bu durum, izleyiciyi pasif bir gözlemci olmaktan çıkararak tasarımın düşünsel etkisine maruz bırakan bir algısal yönlendirme modeli oluşturmuştur. Afiş, propaganda aracı olmanın ötesine geçerek grafik tasarım tarihinde düşüncenin biçim üzerinden yapılandırıldığı erken ve güçlü bir dönüm noktası niteliğindedir. Lissitzky, bu çalışmayla grafik tasarımı yalnızca estetik bir düzenleme pratiği olmaktan çıkarıp, düşünceyi yönlendiren stratejik bir iletişim dili haline getirmiştir. Tasarımda metne bağımlı kalmadan biçim, renk ve kompozisyon aracılığıyla ideolojik söylem oluşturma yaklaşımı, modern grafik tasarımın kuramsal zeminini şekillendirmiştir. Bu yönüyle afiş, yalnızca kendi dönemine değil, çağdaş tasarım anlayışına da yön veren; tasarımın kavramsal yönünü güçlendiren ve grafik tasarımın düşünsel potansiyelini görünür kılan örnek bir çalışma olarak değerlendirilmektedir.

5. Sonuç

El Lissitzky’nin “Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun” adlı 1919 tarihli afişi üzerine gerçekleştirilen bu çalışma, tasarımın yalnızca estetik bir yapı değil aynı zamanda ideolojik düşüncenin biçim üzerinden aktarılabilirdiği stratejik bir iletişim aracı olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma kapsamında uygulanan görsel içerik ve görsel retorik analizleri sonucunda, afişin grafik tasarım tarihinde biçimin mesaj taşıyıcısı olmaktan öte mesajın kendisine dönüştüğü erken ve güçlü örneklerden biri olduğu belirlenmiştir. Kırmızı kama formunun küçük yüzey kaplamasına rağmen en yüksek görsel etkiyi yarattığı, beyaz alanın pasif ideolojik yapı olarak konumlandığı ve diyagonal yönelmenin müdahale ve ilerleme metaforu oluşturduğu görülmüştür. Bu yapı, tasarımda geometrik sadelik ve soyutlamanın yalnızca estetik tercih değil düşünsel bir strateji olarak kullanıldığını göstermekte; biçimin ideolojik aktarımda ne denli aktif bir rol üstlenebileceğini kanıtlamaktadır. Afiş, geleneksel propaganda dilinden farklı olarak mesajı metin üzerinden değil tasarımsal yapı üzerinden iletmış, bu yönüyle “biçim mesajın kendisidir” anlayışının erken modernist uygulamalarından biri haline gelmiştir. Grafik tasarım disiplinine sağladığı katkı açısından incelendiğinde, bu afişin soyut geometriyi politik temsil aracına dönüştürmesi, tipografiyi ikincil konumlandırması ve görsel hiyerarşi ile algı yönlendirme stratejilerini kullanması bakımından Bauhaus ve İsviçre Tipografik Stil gibi modern tasarım hareketlerine öncülük ettiği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla çalışma, Lissitzky’nin bu tasarımının yalnızca tarihsel bir propaganda ürünü değil, grafik tasarımda ideolojinin biçime dönüşümünün kavramsal dönüm noktası olduğunu ortaya koymakta; biçim, düşünce ve iletişim arasındaki ilişkinin erken dönem modernist örneklerinden biri olarak önemini vurgulamaktadır.

KAYNAKÇA

- Arnheim, R. (1974). *Visual Thinking*. University of California Press.
- Bois, Y.A. (1993). *Painting as model*. MIT Press.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Duyar, S. (2025). Konstrüktivist mantığın sinemadaki etkileri: Kuleshov deneyi üzerine bir inceleme. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 18(50), 1086–1108. <https://doi.org/10.12981/mahder.1565733>
- Ekiz, D. (2021). *Nitel araştırma yöntemleri: Kuram ve uygulama*. Pegem Akademi.
- Erjavec, A. (2019). The politics of futurism. In G. Berghaus (Ed.), *Handbook of international futurism* (pp. 28–47). De Gruyter.
- Foss, S. K. (2004). Theory of visual rhetoric. In K. Smith, S. Moriarty, G. Barbatsis, & K. Kenney (Eds.), *Handbook of visual communication: Theory, methods, and media* (pp. 305–319). Lawrence Erlbaum Associates.
- George, R. (1995). *Constructivism origins and evolution*. Paperback.
- Gough, M. (2005). *The artist as producer: Russian Constructivism in revolution*. University of California Press.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Lissitzky, E. (1919). *Klinom krasnym bej belykh* [Beyazları Kırmızı Kama ile Vurun] [Litografi]. Russian State Library. <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=58514332>
- Lissitzky, E. (1924). Element und Erfindung. *ABC Beiträge zum Bauen*, 1.
- Lodder, C. (1983). *Russian Constructivism*. Yale University Press.
- Meggs, P. B. (2006). *Meggs' history of graphic design* (4th ed.). John Wiley & Sons.

- Narman, M. C., & Coşar, M. Y. (2024). Çağdaş seramikte konstrüktivist yaklaşımlar. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences (JOSHAS)*, 10(5), 689–701.
- Petric, V. (2000). *Sinemada konstrüktivizm*. Öteki Yayınevi.
- Taylor, B. (2017). *Art and architecture in the U.S.S.R.: 1917–1932*. Yale University Press.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.