

## 23. *Evet, ich will!* (2009) Film afişlerindeki kültürel kodların göstergebilimsel çözümlemesi\*

İrem ATASOY<sup>1</sup>

**APA:** Atasoy, İ. (2022). *Evet, ich will!* (2009) Film afişlerindeki kültürel kodların göstergebilimsel çözümlemesi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (Ö11), 386-396. DOI: 10.29000/rumelide.1146640.

### Öz

Günümüzde sıklıkla karşılaştığımız kültürel olgulardan biri olan film afişleri, belli bir filmi tanıtmak amacıyla üretilen anlatım araçlarıdır. Film ve potansiyel izleyicilerin ilk karşılaşması afişler üzerinden gerçekleştiği için her afişte filmin konusuna dair bazı ön bilgiler yer almaktadır. Dolayısıyla bireyler afişe bakarak filmin türünü, içeriğini ve oyuncuların kimler olduğunu anlayabilir ve bu ipuçları üzerinden film hakkında genel bir değerlendirme yapabilir. Film afişleri ilk bakışta fark edilen genel bir anlamın yanı sıra, anlatıdaki iletinin içine gizlenmiş olan daha derin ikincil bir anlam içerirler. Kültürel boyutu olan bu derin anlam, afişte bulunan görsel ve dilsel kodlara eklenmiştir. Bireyler bu ikincil anlam üzerinden afişte gördükleriyle kendi deneyimleri ve kültürlerini özdeşleştirerek filmi izlemeye karar verirler. Tam da bu nedenle film afişlerinde aktarılmak istenen anlam daima gerçek hayatla ilişkilendirilerek üretilir. Bu çalışmanın amacı *Evet, ich will!* (2009) adlı Alman komedi filmi için hazırlanan afişlerdeki kültürel kodların hangi göstergeler üzerinden nasıl temsil edildiğini ortaya çıkarmaktır. İncelemede anlamlandırmanın düzanlam ve yananlam olmak üzere iki farklı düzeyi bulunduğunu varsayan Roland Barthes (1979) tarafından geliştirilen göstergebilimsel çözümleme yönteminden yararlanılacaktır. Düzanlam, anlamlandırmanın birinci düzeyidir ve bir göstergenin belirttiği anlamın öznel olmayan, değişmez, evrensel ögesidir. Yananlam ise bir göstergenin bağlamlara göre değişen kültürel değerlerin ön planda olduğu çağrışım boyutlarına sahip ikincil bir düzeydir. Afişlerin çözümlemesinde kullanılacak olan yöntemin ilk aşaması dilsel kodların incelemelerine ayrılmıştır. İkinci aşama afişlerde yer alan görsel kodların analizini kapsamaktadır. Üçüncü aşamada dilsel ve görsel kodların çözümlemesinden elde edilen bulguların genel değerlendirmesi yapılarak kültürel kodlara değinilecektir.

**Anahtar kelimeler:** film afişi, göstergebilim, kültürel kodlar, dilsel kodlar, görsel kodlar

## Semiotic analysis of the cultural codes in movie posters of *Evet, ich will!* (2009)

### Abstract

Movie posters are narrative tools, that are produced to promote a particular film. The first encounter between the promoted film and its potential audience takes place through the posters, thus each movie poster contains basic preliminary information about the subject of the movie. Therefore, individuals can get a clue about the type and theme of the film as well as the actors playing in, and they can make an overall assessment about the film based on these clues. Movie posters include a common meaning, which can be noticed at first sight and a secondary connotative meaning that is

\* Bu makale 14-15 Mayıs 2022 tarihleri arasında İstanbul Medeniyet Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen IV. Uluslararası Rumeli [Dil, Edebiyat ve Çeviri] Sempozyum'unda sunulan "*Evet, Ich Will!* (2009) Film afişlerindeki kültürel kodların göstergebilimsel çözümlemesi" başlıklı sözlü bildirin genişletilmiş ve düzeltilmiş halidir.

1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Batı Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, Alman Dili ve Edebiyatı ABD (İstanbul, Türkiye), irem.atasoy@istanbul.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7661-2164 [Araştırma makalesi, Makale kayıt tarihi: 21.06.2022-kabul tarihi: 20.07.2022; DOI: 10.29000/rumelide.1146640]

hidden within the narrative structure of them. The cultural aspect of the secondary deeper meaning is created with the visual and verbal codes of the poster. Individuals decide to watch the movie by identifying their own experiences and cultures with the codes that they see on the poster through this secondary meaning. For this reason, the meaning is always made by associating it with the real life. The aim of this study is to analyze the cultural codes in the posters of the German comedy movie *Evet, ich will!* (2009). The selected posters are analyzed with Roland Barthes's (1979) semiotics approach, which considers signification as a process of denotative and connotative meaning. Denotation is to the primary signification, and it refers to the obvious meaning of the sign. Connotation is the second order of signification, that refers to the cultural associations of the sign. The first two steps of the analysis contain the examination of denotative and connotative meanings of the verbal and visual codes. The third step is devoted to the interpretation of the results obtained from the semiotic analysis and the representation of the cultural codes in the examined movie posters.

**Keywords:** movie posters, semiotics, cultural codes, verbal codes, visual codes

## Giriş

Film afişleri vizyona girecek olan filmleri potansiyel izleyicilerine tanıtmak için tasarlanmış olan çok göstergeli metinlerdir (Badstübner-Kızık, 2013, S. 71). Kendilerine özgü dilsel ve görsel yapılarıyla filmlerin kimlik kartını oluştururlar. Kitle iletişimi açısından bakıldığında her film afişi sosyal ve kültürel yaşamdan izler taşıyan bildirişim araçları olarak düşünülebilir. Bu bildirişim daima tek yönlü olarak gerçekleşir. Afişi görenlerin alımladıkları iletiye karşılık olarak aynı biçimde hazırlanmış olan herhangi bir cevap verebilmeleri mümkün değildir. Film afişiyle karşılaşan bireylerin zihninde kendi kişisel deneyim ve yönelimlerinden izler taşıyan belli bir beklenti oluşur. Bu beklenti onları filmi izlemek için harekete geçirebilecek olan en temel unsurdur. Gösterime girecek olan filmle ilgili temel bilgilerin hedef kitleye etkili bir biçimde aktarılabilmesi için afişlerde farklı göstergelerden yararlanılır. Afişte kullanılan her göstergenin tek başına filmle bağlantılı ayrı bir anlam yaratma boyutu ve metinde üstlendiği belirli bir işlevi vardır. Film afişlerinde yer alan göstergelerin anlam oluşturma derecesi birbirleriyle olan bağlantılarına bağlı olarak değişkenlik gösterebilir (Stöckl, 2004, S. 16; 2011, S. 48-49). Bu açıdan değerlendirildiğinde film afişlerinin tanıtım yapmakla birlikte yeni anlam yapıları ürettikleri söylenebilir.

Her sinema afişinde göstergeler üzerinden ilk görüşte fark edilen genel bir anlamla birlikte, anlatıdaki iletinin içinde örtük olarak verilmiş olan derin bir anlam daha bulunur. Göstergelerin anlam ve anlam ötesi boyutunu film afişleri üzerinde inceleyen bilimsel disiplinlerden biri olan göstergebilimin ilk sorguladığı şey, anlamın ne olduğundan çok nasıl inşa edildiğidir. Göstergelilik anlam üretim sürecinde göstergelerin nasıl düzenlendiğiyle ve birbirleriyle olan ilişkileriyle ilgilendirilir. Bu düşünceden yola çıkarak hazırlanan çalışma kapsamında *Evet, ich will!* (2009) adlı Alman komedi filmi için tasarlanan afişlerdeki kültürel kodların hangi göstergeler üzerinden nasıl temsil edildiği araştırılmıştır.

## 1. Film afişleri

Dilimize Fransızcadan geçmiş olan “afiş” sözcüğü, TDK'ya göre; “bir şey duyurmak ve tanıtmak için hazırlanan kalabalığın görebileceği yerlere asılmış, resimli duvar ilanı” anlamına gelir. Becer (2011, S. 201) film afişlerini, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünleri olarak açıklar. Göstergelilikte film afişleri dilsel ve görsel kodların kendi içinde biçimsel, işlevsel ve anlamsal bir bütünlük oluşturduğu çok göstergeli metinler olarak tanımlanır (Schmitz, 2011, S. 28). Bir film afişinin

en belirgin özelliği doğrudan belirli bir izleyici kitlesini hedeflemesidir. Bu nedenle Fagerholm (2009, S. 6) sinema afişlerinin bireylerin algılarını hareketlendirip, zihinlerinde yer edebilmek için ilk görüşte hangi tür filme ait olduğunu belli etmesi gerektiğini savunur.

Film ve potansiyel izleyicilerinin ilk karşılaşması, o film için tasarlanan tanıtım afişleri üzerinden gerçekleşir. Her sinema afişinde filmin konusuna dair bazı ön bilgiler bulunur. Dolayısıyla bireyler afişe baktıktan sonra filmin türünü, içeriğini, hangi dilde olduğunu, yönetmenin ve başroldeki oyuncuların kimler olduğunu anlayabilir ve bu ipuçları üzerinden film hakkında genel bir değerlendirme yapabilecek duruma gelebilir. Film afişleri bu özelliklerinin yanı sıra üretildikleri dönemin sosyal ve kültürel koşulları hakkında da doğrudan veya dolaylı bilgiler içerirler. Bu temel bilgileri barındırmaları nedeniyle afişler tanıttıkları filmde örtük ve açık parçalar taşıyan kesitler olarak tanımlanabilir (Münch, 2017, S. 57). Söz konusu temel bilgiler film afişi içinde yer alan çeşitli kodlar üzerinden hedef kitleye iletir. Kodlar, içinde yaşanan toplum ve kültür içinde öğrenilen, uygun medya aracı üzerinden bildirişim kurmak amacıyla iletilebilen, uzlaşım sal yönü olan oldukça karmaşık çağrışım kalıpları olarak tanımlanır (Fiske, 2003, S. 92). Film afişlerinin temel bileşenleri olan bu kodlar dilsel ve görsel olmak üzere ikiye ayrılır:

**Dilsel Kodlar:** Afiş iletilerinin dil dizgesine dayalı boyutunu içerirler. Filmin adı, rol alan oyuncuların, yönetmenin, yapımcının, senaristin adları, gösterim tarihi, filmin aldığı ya da aday olduğu ödüller gibi bilgilerin afişe bakan bireylere dilsel düzlemde iletilmesinde yararlanan kodlardır. Afişlerde dil kullanımı yazılı olarak yani harfler üzerinden gerçekleşir. Yazı temelde iki boyutlu bir görseldir ve yazıyı meydana getiren harfler dilin görsel göstergeleridir, bu anlamda okuyucuya görmeye dayalı bir anlamlandırma süreci yaşatırlar. Filmin hedef kitlesinin görsel algısındaki etkiyi güçlendirmek için, bazı dilsel kodlar afişte iletilmek istenen anlama göre yazı tipi, punto büyüklüğü, noktalama işaretleri, büyük-küçük harf kullanımı ve renkler gibi çeşitli tipografik unsurlarla öne çıkarılabilir.

**Görsel Kodlar:** Filmde rol alan oyuncuların (Ör: cinsiyetleri, yaşları, dış görünüşleri), anlatının geçtiği mekânların (Ör: açık alan, kapalı alan, belli bir şehir veya ülke), olay örgüsünün anlatıldığı zamanın (günümüz, gelecek veya geçmiş) ya da filmin konusuyla bağlantılı olan bazı temel nesnelerin (Ör: pencere, kalem, piyano, dağ, araba) görüntü düzleminde betimlenmesinde yararlanan unsurlar görsel kodlar olarak tanımlanır. Filmde izleyiciye tam olarak neyin gösterileceğini bildiren kodlardır. Afiş iletilerinin görüntüsel göstergelere dayalı boyutunu kapsarlar. Bu kodların afişe bakan bireyler tarafından anlamlandırılması görme eylemine dayalı bilişsel bir süreçtir. Film afişi tasarlanırken, bireylerin daha hızlı algılamasını sağlamak için görsel kod düzleminde çoğunlukla filmin oyuncularına yer verilerek olay örgüsüne yönelik bir sunum yapılmaktadır.

## 2. Bütüncü

**Tablo 1:** Filmin Künyesi

<b>Filmin Adı</b>	<i>Evet, ich will!</i>
<b>Süresi</b>	93 dk.
<b>Türü</b>	Komedi
<b>Ülke</b>	Almanya
<b>Dil</b>	Almanca ve Türkçe
<b>Yönetmen</b>	Sinan Akkuş
<b>Senaryo</b>	Sinan Akkuş
<b>Yapımcılar</b>	Gudrun Ruzicková-Steiner, Claudius Lohmann

<b>Yapım Şirketi</b>	Luna-Film GmbH, Berlin
<b>Gösterim Yılı</b>	2009
<b>Oyuncular</b>	<b>Alman Oyuncular:</b> Heinrich Schafmeister, Ingeborg Westphal, Oliver Korittke <b>Türk Asıllı Oyuncular:</b> Lale Yavaş, Jale Arıkan, Meray Ülgen

Bu çalışmanın inceleme nesnesi 2009 Almanya yapımı *Evet, ich will!* adlı komedi türündeki film için hazırlanan tanıtım afişleridir. Yapımcılığını merkezi Berlin’de bulunan yapım şirketi Luna-Film GmbH’den Gudrun Ruzicková-Steiner ile Claudius Lohmann’ın üstlendiği bu filmin yönetmenliğini ve senaryo yazımını Sinan Akkuş yapmıştır. Toplam süresi 93 dakika olan bu filmde Alman oyuncular Heinrich Schafmeister, Ingeborg Westphal ve Oliver Korittke ile Türk asıllı Alman ve İsviçreli oyuncular Lale Yavaş, Jale Arıkan ve Meray Ülgen rol almaktadır. Çekimlerinde hem Almancanın hem de Türkçenin kullanıldığı *Evet, ich will!* Almanya’da en iyi film kategorisinde değerlendirilen “Preis der deutschen Filmkritik” ile “Berlin & Beyond” ödülleri kazanmıştır.

Resim 1: *Evet, ich will!* afiş (1)Resim 2: *Evet, ich will!* afiş (2)

*Evet, ich will!* Berlin’de büyük bir apartmanda yaşayan, farklı din ve kültürlere sahip dört genç çiftin evlenmek istemeleriyle başlayan olayları ele almaktadır. Türk asıllı bir eşcinsel olan Emrah (Eralp Uzun), Alman Tim’i (Mickey Hardt) sevmektedir ancak bu durumu kendisine evlenebileceği karşı cinsten birini arayan ailesine bir türlü açıklayamamaktadır. Bir radyoda Dj’lik yapan Kürt asıllı bir Sünni genç olan Coşkun (Tim Seyfi) ise Türk Alevi Günay’la (İdil Üner) evlenmek istemektedir ama Günay’ın ailesi Coşkun’un Kürt kökenli olması nedeniyle bu evliliğe karşı çıkmaktadır. Alman Dirk (Oliver Korittke) ise Türk kökenli Özlem’le (Lale Yavaş) evlenmek istemektedir. Dirk’in ailesi Lüder ve Helga (Heinrich Schafmeister ve Ingeborg Westphal) bu evliliği onaylamazken, Özlem’in annesiyle babası, Hasan ve Şükriye (Meray Ülgen ve Lilay Huser) evlenebilmeleri için öncelikle Dirk’in Müslüman ve sünnet olması konusunda ısrarlıdır. Türkiye’den Almanya’ya yeni gelmiş olan Salih’in (Mürtüz Yolcu) ise henüz sevdiği bir kişi yoktur ama Almanya’da kalabilmek için bir an önce bir Alman vatandaşını

sevmeye başlayıp ve onunla evlenmesi gerekmektedir. Filmde birbirlerini tanımayan bu dört çiftin ortak noktaları, kültürel ve ailevi durumlarından kaynaklanan ve evlenmelerine engel olan sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

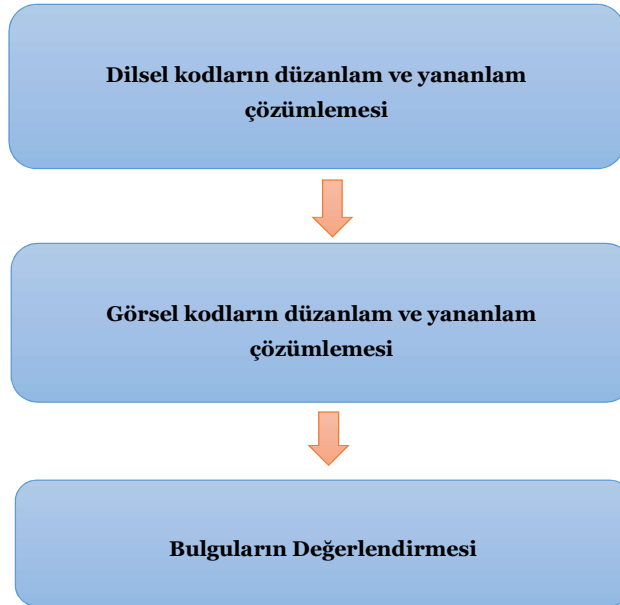
### 3. Yöntem

İncelemede anlamlandırmanın düzanlam ve yananlam olmak üzere iki farklı düzeyi bulunduğunu varsayan Roland Barthes (1979; 2010) tarafından geliştirilen göstergebilimsel çözümleme yönteminden yararlanılmıştır. Düzanlam, anlamlandırmanın birinci düzeyidir ve bir göstergenin belirttiği anlamın öznel olmayan, değişmez, evrensel ögesidir. Düzanlamda, bir göstergede kimin veya neyin gösterildiği belirtilir. Düz anlam, göstergenin temsil ettiği gösterilene gören birey tarafından olduğu gibi algılanması ile oluşur (Fiske, 2003: 116).

Bireylerin duyguları ve kültürel değerleri gösterge ile birleştiğinde, anlamlandırmanın bir diğer düzeyi olan yananlam ortaya çıkar. Dolayısıyla yananlam bir göstergenin bağlamlara göre değişen kültürel değerlerin ön planda olduğu çağrışım boyutlarına sahip ikincil bir anlamlandırma süreci olarak tanımlanabilir. Afişi gören izleyicilerin görsel ve dilsel kodların yan anlamlarını alımlayabilmeleri için öncelikle düz anlamlarını bilmeleri ve sıralı olarak bu kodların tamamının dizimsel bütünlüğünü kavrayabilmeleri gerekmektedir (Tıgılı, 2012: 48).

Film afişlerinde kullanılan dilsel ve görsel kodların tamamı ilk başta afişe bakan her bireyin kolaylıkla anlayabileceği genel bir anlamı yansıtır. Bu nedenle filmin potansiyel izleyicileri, afişleri ilk gördüklerinde oldukça hızlı tepki verebilirler. Afişe bakan bireyler, karşılaştıkları göstergenin düz ve yan anlamının yanı sıra anlatıda gizlenen mesajın iletme şeklinden de etkilenmektedir. Öncelikli amacı hedef kitlenin ilgisini tanıtılan filme çekmek olan film afişlerinde tam da bu nedenle sıradan bir anlatımdan bahsetmek pek mümkün değildir.

**Şekil 1:** Çözümleme adımları



*Evet, ich will!* film afişlerinin çözümlemesinde kullanılacak olan yöntemin ilk aşaması dilsel kodların düz ve yananlam çözümlemelerine ayrılmıştır. Bu aşamada afişlerde bulunan sözcükler, sözcük öbekleri ve tümceler olmak üzere tüm dilsel yapıları odaklanılarak bunların düz ve yananlamlarının gösterenleri ve gösterilenleri üzerinde durulacaktır. İkinci aşama afişlerde yer alan görsel kodların düz ve yananlam analizini kapsamaktadır. Bu kısımda afişlerdeki figürler, mekânlar, nesnelere, renkler ayrıntılı olarak incelenerek düzanlam ve yananlam gösterenleriyle gösterilenleri belirlenecektir. Analizin son bölümünde dilsel ve görsel kodların ayrıntılı çözümlemesinden elde edilen bulguların genel değerlendirmesi yapılarak afişlerdeki kültürel kodlara ve bu kodların hangi göstergeler üzerinden temsil edildiğine değinilecektir.

#### 4. Bulgular

Çözümleme için seçilen *Evet, ich will!* filminin tanıtım afişleri birer göstergedir. Bu afişler ilgili filmin konusu ve içeriğini temsil eden düzanlam ve yananlam boyutuna sahip dilsel ve görsel kodlarla oluşturulmuştur.

**Tablo 2:** Afiş (1) Dilsel Kodların Düzanlam Gösteren ve Gösterilenleri

Düzanlamın Gösterenleri	Düzanlamın Gösterilenleri
Filmin başrol oyuncularını	Filmin kahramanları
Filmin kazandığı ödüller	Filmin ödüllü olması
Überintegriert!	Filmin konusu
Ein Film von Sinan Akkuş	Filmin yönetmeni
Evet, ich will!	Filmin adı
Hochzeit auf Deutsch-Türkisch	Filmin konusu

**Tablo 3:** Afiş (1) Dilsel Kodların Yananlam Gösteren ve Gösterilenleri

Yananlamın Gösterenleri	Yananlamın Gösterilenleri
Filmin başrol oyuncularını	Filmde Alman ve Türk (asıllı) oyuncuların rol alması
Filmin kazandığı ödüller	Filmin iyi olması
Überintegriert!	Almanya'da yaşayan Türklerin uyum sorunu
Ein Film von Sinan Akkuş	Türk-Alman filmi olması
Evet, ich will!	Türk-Alman ilişkileri
Hochzeit auf Deutsch-Türkisch	Türk-Alman ilişkileri

Afiş (1)'deki dilsel kodlar sayfaya yerleştirilme sıralarına göre yukarıdan aşağı olacak şekilde incelendiğinde ilk olarak filmin başrol oyuncularının adlarının ve soyadlarının sayfanın en üst kısmında arka arkaya sıralandıkları görülmektedir. Burada en dikkat çeken bulgu, alışılmadık dışında yalnızca başrol oyuncularını yerine neredeyse filmde rol alan tüm karakterleri canlandıran kişilerin tamamının adlarına yer verilmiş olmasıdır. Bu bilgi ile düzanlamda filmin kahramanlarına, yananlamda ise bu filmde Alman ve Türk oyuncuların bir arada rol aldıklarına gönderim yapılmaktadır.

Filmin kazandığı ödüllerin adları düzanlam ekseninde bu filmin birden fazla ödül aldığını, yananlam düzleminde ise ödül kazandığı için başarılı bir film olduğunu çağrıştırmaktadır. Konuşma balonu içerisinde hecelenerek verilmiş olan Türkçede "aşırı uyum sağlamış" anlamına gelen "Überintegriert" sözcüğü düzanlamda filmin konusunu bildirirken, yananlamda örtük olarak Almanya'da yaşayan Türklerin, Alman kültürüne uyum sağlamak konusunda yaşadıkları sorunlara işaret etmektedir.

Bununla birlikte bu sözcük ve sonunda yer alan ünlem işareti ile filmdeki Türklerin Alman kültürüne aşırı uyum sağlamış oldukları yönünde ironik bir yananlam yaratılmaya çalışıldığı da düşünülebilir.

Ad tamlaması biçiminde sağ alt köşede verilen “Ein Film von Sinan Akkuş” (TR: Bir Sinan Akkuş filmi) ifadesiyle düzanlamda bu filmin yönetmeninin kim olduğuna, yananlamda ise bu yönetmeni tanıyan izleyiciler için filmin Türk-Alman türünde çok kültürlü unsurlar içerdiğine gönderim yapılmaktadır. Düzanlamda filmin adını belirten ve Türkçede “Evet, istiyorum” anlamına gelen “Evet, ich will” tümcesi ile filmin konusunu bildiren “Alman-Türk düğünü” anlamındaki “Hochzeit auf Deutsch-Türkisch” sıfat tamlaması, izleyiciye yananlam düzleminde bu filmin konusunun evlilik ya da düğün üzerine olduğunu çağrıştırmasının yanı sıra Almanya’daki Türk-Alman ilişkilerini ve bu ilişkinin zaman zaman kültürel farklılıklardan kaynaklanan sorunlar içerdiğini de hatırlatmaktadır.

**Tablo 4:** Afiş (1) Görsel Kodların Düzanlam Gösteren ve Gösterilenleri

Düzanlamın Gösterenleri	Düzanlamın Gösterilenleri
Kadın ve erkek fotoğrafları	Filmin kahramanları
Kırmızı	Renk
Siyah	Renk
Beyaz dantel	Evde kullanılan süs eşyası
Beyaz	Renk
Gelin ve damat giysileri	Kıyafetler
Diğer giysiler	Kıyafetler
Başörtüsü	Aksesuar
Şampanya kadehi	İçecek
El yazısı	Yazı karakteri

**Tablo 5:** Afiş (1) Görsel Kodların Yananlam Gösteren ve Gösterilenleri

Yananlamın Gösterenleri	Yananlamın Gösterilenleri
Kadın ve erkek fotoğrafları	Kadın-erkek ile erkek-erkek ilişkileri, aile
Kırmızı	Aşk, Türkiye
Siyah	Ciddiyet, Almanya
Beyaz dantel örtü	Türk kültürü
Beyaz	Gelinlik, Türk ve Alman kültürü
Gelin ve damat giysileri	Düğün, evlilik ve aile
Başörtüsü	Türk ve Doğu kültürü
Kıyafetler	Olay örgüsünün geçtiği dönem ve giyim tarzı
Şampanya kadehi	Yaşam tarzı, Batı kültürü
El yazısı	Duygusal çağrışım

Afiş (1)’in görsel kodlarında birinci sırada gösterilen filmdeki karakterleri canlandıran oyuncuların fotoğraflarıdır. İkinci sırada gösterilen ise filmde alınan dört farklı küçük fotoğraf görüntüdür. Farklı yaşlardaki figürlerin afişte yan yana yer almaları, hem kadın-erkek hem de erkek-erkek arası ilişkileri yansıtmakla birlikte filmde birden fazla aşk hikayesinin anlatılacağına dair ipucu vermektedir. Yananlamda iki karşı cinsten ve iki aynı cinsten bireyin bir arada samimi gösterilmesi afişte ilgi çekici unsur olarak kullanılmıştır. Yananlam düzleminde bu unsurların aile imgesini çağrıştırdığı da söylenebilir.

Figürlerin kıyafetleri ile gelinlik ve damatlık filmin olay örgüsünün günümüzde geçtiğine işaret etmektedir. Sol üst köşede yer alan fotoğrafta başörtüsü takan sarışın kadın afişi gören bireylerin aklına bu figürün Alman olmadığını getirmektedir. Yananlam düzleminde Türk ve doğu kültürüyle bağlantılı bir kod olan başörtüsünü Alman bir kadının takıyor olması üzerinden iki kültür arasında karşıtlık yaratılarak filmin potansiyel izleyicilerinin ilgisinin çekilmesi amaçlanmaktadır. Figürlerin yüz ifadeleri bu filmin türünün komedi olduğunu düşündürmektedir. Sol alt köşedeki fotoğrafta bulunan şampanya kadehleri yananlamda Batılı olarak tanımlanabilecek türden bir yaşam tarzına gönderim yapmaktadır. Ayrıca figürlerin kadehleri birbirlerine bakarak tutmaları sevindirici bir olayı kutladıklarını ve bir çift olduklarını düşündürmektedir.

Yazılı metin olarak afişin en üst sırasında filmin başkarakterlerinin adları siyah, soyadları ise kırmızı tonlarda yazılmıştır. Benzer şekilde filmin adının da kırmızı ve siyah tonlarında verildiği görülmektedir. Kırmızı aşkı çağrıştırması bakımından filmin konusuna gönderimde bulunurken siyah ise karanlık, bilinmezlik, korkunun ve farklılığın simgesi olması bakımından fotoğraflardaki çiftler arasında filmin olay örgüsü boyunca bazı sorunlar yaşanacağını çağrıştırmaktadır. Bu renkler üzerinden ayrıca yananlam düzleminde Alman ve Türk kültürüne de gönderim yapılmaktadır.

Filmin adında yer alan “evet” sözcüğünün tipografik düzlemde el yazısı biçiminde, “ich will” tümcesinin ise dijital yazı karakterleriyle yazılmasıyla Alman ve Türk kültürü arasındaki farklar vurgulanmaktadır. Arka fonda beyaz renkli bir dantel örtü yer almaktadır. Dantel örtü Türk kültüründe evlerde kullanılan ve çoğunlukla yeni evlenen kadınların çeyizlerinde bulunan bir aksesuardır. Arka fondaki dantel görüntüsüne uygulanan aydınlatma tekniği afişe hafif bir resimsellik etkisi de katmaktadır. Beyaz rengin çoğu kültürde saflık, temizlik gibi anlamları çağrıştırdığı düşünüldüğünde dantelin bu afişte evlilik ve Türk kültürünü temsil eden bir kod olduğu sonucuna varılabilir.

**Tablo 6:** Afiş (2) Dilsel Kodların Düzanlam Gösteren ve Gösterilenleri

Düzanlamın Gösterenleri	Düzanlamın Gösterilenleri
Filmin başrol oyuncularları	Filmin kahramanları
Filmin kazandığı ödüller	Filmin ödüllü olması
Evet, ich will!	Filmin adı
Hochzeit auf Deutsch-Türkisch	Filmin konusu
Ein Film von Sinan Akkuş	Filmin yönetmeni
Gelungener Multi-Kulti-Hit	Filmin konusu
Prädikat besonders wertvoll	Alman film ve medya değerlendirmesi

**Tablo 7:** Afiş (2) Dilsel Kodların Yananlam Gösteren ve Gösterilenleri

Yananlamın Gösterenleri	Yananlamın Gösterilenleri
Filmin başrol oyuncularları	Filmde Alman oyuncuların rol alması
Filmin kazandığı ödüller	Filmin iyi olması
Evet, ich will!	Türk-Alman ilişkileri
Hochzeit auf Deutsch-Türkisch	Türk-Alman ilişkileri
Ein Film von Sinan Akkuş	Türk-Alman filmi olması
Gelungener Multi-Kulti-Hit	Filmin çok kültürlü olması
Prädikat besonders wertvoll	Filmin iyi olması



Afiş (2)'deki dilsel kodların düzenlam düzlemindeki incelemesinde öncelikle afiş (1)'den farklı olarak burada filmin kahramanlarını göstermek için yalnızca başroldeki üç Alman oyuncunun adlarının verilmiş olduğu görülmektedir. Bu bilgi yananlam düzleminde filmde Alman oyuncuların rol aldığına işaret etmektedir. Filmin aldığı iki ödülün adlarıyla Türkçede “özellikle çok değerli” anlamına gelen sözcük öbeği “Prädikat besonders wertvoll” düzenlamda bu yapımın ödüllü bir film olduğunu bildirirken, yananlamda ise ödüller üzerinden filmin çok iyi olduğuna gönderim yapılmaktadır. Filmin adını ve konusunu düzenlamda belirten “Evet, ich will” ile “Hochzeit auf Deutsch-Türkisch” dilsel yapıları, afişe bakan bireylere yananlamda bu filmin olay örgüsünde Türk ve Alman bireyler arasında evlilik ya da düğün olacağını anlatmaktadır. Bu bilgi filmin yönetmenin belirtildiği sıfat tamlaması aracılığıyla da ayrıca pekiştirilmektedir. Son olarak afişin en alt kısmında yer alan Türkçede “Başarılı çok kültürlü hit” anlamına gelen “Gelungener Multi-Kulti-Hit” sözcük öbeği ile düzenlamda filmin konusuna dair ipucu verilirken, yananlam düzleminde filmin çok kültürlü yapısı vurgulanmaktadır.

**Tablo 8:** Afiş (2) Görsel Kodların Düzenlam Gösteren ve Gösterilenleri

Düzenlamın Gösterenleri	Düzenlamın Gösterilenleri
Kadın ve erkek fotoğrafları	Filmin kahramanları
Kırmızı	Renk
Siyah	Renk
Beyaz	Renk
Gelin ve damat giysileri	Kıyafetler
Diğer giysiler	Kıyafetler
Başörtüsü	Aksesuar
Şampanya kadehi	İçecek
Ay yıldız	Şekil
Televizyon kulesi ve şehir manzarası	Filmin mekânı

**Tablo 9:** Afiş (2) Görsel Kodların Yananlam Gösteren ve Gösterilenleri

Yananlamın Gösterenleri	Yananlamın Gösterilenleri
Kadın ve erkek fotoğrafları	Kadın-erkek ile erkek-erkek ilişkileri, aile
Kırmızı	Aşk, Türkiye
Siyah	Ciddiyet, Almanya
Beyaz	Gelinlik, Türk ve Alman kültürü
Gelin ve damat giysileri	Düğün, evlilik, aile
Kıyafetler	Olay örgüsünün geçtiği dönem ve giyim tarzı
Başörtüsü	Türk ve Doğu kültürü
Şampanya kadehi	Yaşam tarzı ve Batı kültürü
Ay yıldız	Türkiye
Televizyon Kulesi ve şehir manzarası	Berlin ve çok kültürlülük

Afiş (2)'deki görsel kodlara baktığımızda ilk göze çarpan, filmin karakterlerini canlandıran oyuncuların filmde alınan küçük fotoğraf biçimli görüntüleridir. Afiş (1)'dekiyle aynı sırada verilen bu fotoğrafik görüntüler filmde rol alan oyuncuların giysileri, yüz ifadeleri ve afişe yerleştirilme şekilleri gibi sözsüz iletişim kodları üzerinden belirtisel olarak filmin konusu, türü ve olay örgüsünün geçtiği dönem hakkında yananlamsal bilgiler vermektedir. Bunun yanı sıra ilgili fotoğrafların yananlam düzleminde

kadın-erkek ile erkek-erkek ilişkilerini, aileyi ve belli yaşam tarzlarını simgelediği de söylenebilir. Afişin diğer gösterilenleri bu fotoğrafların arkasında yer alan televizyon kulesi ve şehir manzarasıdır. Afiş (1)'den farklı olarak burada arka fonda Türk kültürünü temsil eden beyaz dantel bir örtü yerine Berlin'de bulunan televizyon kulesi ve binalar kullanılmıştır. Bu kültürel kodlar düz anlamda filmin anlatısının geçtiği mekânı temsil ederken, yananlamda ise Berlin ile bu şehrin çok kültürlü yapısını çağrıştırmaktadır.

Filmin adındaki Türkçede birinci tekil kişi adlı olan “ben” anlamına gelen “ich” sözcüğündeki “c” harfinin kırmızı renkte ay yıldız biçiminde yazılmasıyla ortaya çıkan Türk bayrağı benzeri tipografik tasarım ile yananlam düzleminde Türk kültürüne gönderim yapılmaktadır. Bu sayede arka fonda Almanya ve Alman kültürünü hatırlatan Berlin imgesiyle karşıtlık yaratılarak hedef kitlenin ilgisinin filme çekilmesinin amaçlandığı söylenebilir. Afişi gören bireylerin tüm bu kodları kendi kültürel deneyimlerinden yola çıkarak sezmeleri beklenmektedir.

## Sonuç

Film afişlerinin dilsel ve görsel kodlardan oluşan bir anlamlar dizgesi olarak ele alındığı bu çalışmada *Evet, ich will!* (2009) adlı Alman komedi filmi için hazırlanan iki farklı afişteki kültürel kodların hangi göstergeler üzerinden nasıl temsil edildiğine yönelik yapılan çözümleme sonucunda ilk olarak her iki afişte de hem Türk hem de Alman kültürüne ait kodlardan yararlandığı belirlenmiştir. Bu kodlar dil düzleminde başrol oyuncularının adları, Almanca ve Türkçe ifadeler içeren filmin adı, yönetmeni ve konusunu bildiren yapıların yanı sıra, “Alman” ve “Türk” anlamlarına gelen “Deutsch-Türkisch” sözcükleri üzerine eklenirken, görüntü düzleminde Alman ve Türk kültürünü çağrıştıran renkler, mekânlar, eşyalar, figürler, tipografik unsurlar ile figürlerin giysileri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dilsel kodların çözümlemesinde iki afişte de Almanya'da yaşayan Türklerin Alman kültürüne uyum sağlama sorununun filmin anlatısında kültürel çeşitlilik olarak ele alınacağını bildiren sözcüklere ve sözcük öbeklerine yoğun olarak yer verildiği saptanmıştır. Afişlerde “Überintegriert” ve “multi-kulti” olarak yer alan bu dilsel kodların ilk bakışta düz anlam dizgesinde fark edilen çok dillilik ve çok kültürlülük gibi olumlu anlamları çağrıştırmalarına rağmen, yananlam düzleminde Almanya'daki Türk asıllılara karşı uzun bir süredir devam eden yabancı düşmanlığına gönderim yaptıkları da söylenebilir. İlgili dilsel kodların ikincil düzleminde gizlenen bu olumsuz çağrışımın filmin konusunu bildiren “Hochzeit auf Deutsch-Türkisch” tamlaması aracılığıyla yumuşatılarak Almanya'daki Türk karşıtlığının olay örgüsü içinde komik biçimde ele alınacağı belirtilmektedir.

Görsel kodların analizinden elde edilen sonuçlar arasında en dikkat çeken bulgu, fotografik görüntülerde yer alan figürlerin tamamının kamera yerine buldukları mekânda başka yönlere bakmalarıdır. İzleyiciyle göz teması kurmuyor olmaları sonucunda kamerayla görüntülendiklerini bilmeyen bireyler gibi gösterilmeleri afişe bakanların zihninde bu görüntülerin içeriğine ve kendilerine afiş üzerinden aktarılmak istenen film anlatısına dair doğal bir atmosfer yaratılmaya çalışıldığına işaret etmektedir. Bununla birlikte fotoğraflarda yer alan tüm figürlerin fiziksel özellikleri açısından toplumun benimsediği türden geleneksel Alman ve Türk stereotiplerini çağrıştırdıkları görülmektedir. Afişte evli ya da sevgili olarak yansıtılan farklı kültürlerden olan kadın ve erkek figürler aynı fotoğraf karesi içinde yan yana gösterilerek kültürlerarası bir eşitlik duygusu yaratılmaya çalışılmıştır.

Sonuç olarak bu çalışma, incelenen film afişlerindeki kültürel kodların hangi göstergeler üzerinden nasıl temsil edildiğinin yanı sıra afişlerde izleyiciye iletilmek istenen anlamın daima kültürel bir boyut içerdiğini de göstermektedir.

### Kaynakça

- Badstübner-Kizik, C. (2013). Die Text-Bild-Kombination Filmplakat, *Convivium. Germanistisches Jahrbuch Polen*, 55-84.
- Barthes, R. (1979). *Göstergibilim İlkeleri* (çev. B. Vardar, M. Rifat). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Barthes, R. (2010). *Myhten des Alltags* (çev. H. Brühmann). Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Becer, E. (2011). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Fagerholm, C. (2009). *The use of colour in movie poster design: An analysis of four genres*. Helsinki: Metropolita.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (çev. S. İrvan). Ankara: Ajans Türk Yayınları.
- Münch, V. (2017). Filmplakate als Gattung. Eine kleinere Einführung in die Geschichte des modernen Plakats. In Keazor, H. (Ed.) *Film Plakat Kunst. Dietrich Lehmann und der Heidelberger Filmclub der 50er Jahre*. Heidelberg: Arthistoricum.net Verlag.
- Schmitz, U. (2011). Sehflächenforschung. Eine Einführung. In Diekmannshenke, H. et. al. (Eds.) *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 23–42.
- Stöckl, H. (2004). Werbekommunikation – Linguistische Analyse und Textoptimierung. In Knapp, K. et al. (Eds.) *Angewandte Linguistik-Ein Lehrbuch*. Tübingen: UTB Francke, 233–254.
- Stöckl, H. (2011). Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz. In: Diekmannshenke, H. et. al. (Eds.) *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*, Berlin: Erich Schmidt Verlag, 45-70.
- Tıǧlı, İ. (2012). *Film Afişleri Tasarımında Göstergeler; Prof. Yurdaer Altıntaş'ın Film Afişleri Çözüm Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

### Bütüncü

*Evet, ich will!* <https://www.filmposter-archiv.de/filmplakat.php?id=12833>. Son erişim tarihi [16.07.2022].