

## TÜRK SİNEMA FİLMİ AFİŞLERİNDE KADIN İMGESİNİN GÖSTERGE BİLİMSEL ÇÖZÜMLENMESİ

Serhat TOPTAŞ\*

### Öz

Uzun yıllardan beri yaygın olan afiş tasarımı sistemi, 1950’li yıllardan itibaren film afişleri şeklinde yaygınlaşmış, filmleri tanıtıcı afişler hazırlanmış ve bu sayede izleyiciye, gösterimde olacak ya da olan filmler hakkında bilgi verilmeye başlanmıştır. Film afişlerindeki görsel içerikler hem izleyicinin ilgisini çekmeye yönelik olmuş hem de filmlerin izlenme oranını artırmıştır. Film afişlerinin çözümlenmesi işlemi ise gerek sinema sektörü için gerekse alan araştırmacıları için önem arz eden bir unsur haline gelmiştir. Bu çalışmanın evrenini, Türkiye’de gösterime giren Türk filmleri afişleri, örneklemini ise Türk filmlerinin çok olması, afişlere ulaşmanın zorluğu, ayrıca seçilecek dram filmlerinin afişinde yer alan kadın karakterlerin çok olması gerekçesiyle, 2020 yılında gösterime giren dram filmleri afişleri ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın amacını sinema filmi afişlerinde kullanılan kadın karakterlerin düz anlamlarının yanı sıra yan anlamlarının ve kodların, göstergebilim yöntemi kullanılarak açıklanması oluşturmaktadır. Çalışma, ulusal ve uluslararası literatürde, kadınların yer aldığı sinema filmi afiş tasarımında yazılı ve görsel unsurların hangi amaçla kullanıldığı ve izleyiciye ne gibi içeriklerle verildiği, Barthes ve Saussure’nin göstergebilim yöntemi ile incelenmiştir. Afiş incelemelerinde Kadın imgesinin yerleştirme konumu, sinema filminde anlatılacak hikâye türlerine göre değiştiği, fakat afiş görsellerin de erkek karakterlerin çoğunlukla üstün bir konumunda tutulduğunu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Göstergebilim, Afiş, Roland Barthes, Ferdinand de Saussure, Kadın İmgesi

## INDICATIVE SCIENTIFIC ANALYSIS OF WOMAN IMAGE IN TURKISH CINEMA FILM POSTERS

### Abstract

Although the poster design has been wide spread for a long time, movie posters were wide spread after the 1950s and films were introduced to the audience with the introduction of the movie promotion posters and the visual interest of these posters was tried to attract the audience. The content of the poster and the visual and written elements in the poster design were examined under the content of Barthes and Saussure using semiotics method. The main purpose of the study is to investigate the side meanings and codes underlying the plain meanings of female characters in the movie poster with semiotics. In the national and international literature, the study is of originality and importance, since nosemiotic analysis can be made in films. The universe of this study, posters Turkish films that opened in

\* Arş. Gör., Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi  
ORCID ID: 0000-0002-5645-7865

ATIF: Toptaş, S. (2021). “Türk Sinema Film Afişlerinde Kadın İmgesinin Gösterge Bilimsel Çözümü”. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*. 2 (2): 48-67.

Turkey, the Turkish film posters of the sample of the study just released in 2020. Working very being of Turkish films were shown in Turkey, the difficulty of reaching the poster, separate elected to the dram should be a lot of located the female characters in the posters of films, 2020 impression sentering dram films is limited toposters.t has been reached that the female image in the installation position varies according to the story types to be told in the movie, but the poster images are also in a superior position of the male characters.

**Keywords:** Signsience, Poster, Roland Barthes, Ferdinand de Saussure, Woman Image

## GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarındaki hızlı gelişmeler sayesinde farklı coğrafyada yaşayan insanlar ve olaylar hakkında bilgi edinmemiz kolaylaşmıştır. Radyo, sinema ve televizyon gibi teknolojik cihazların gelişimi, bireyler arası etkileşiminde hızlanmasına katkı sağlamıştır. Bilgi birikimi artan bireyler, gördükleri görsellerden ve seslerden anlam çıkarmaya ve onları yorumlamaya başlamıştır. Bir bilim dalı olan göstergebilim yaklaşımı da özellikle sinema, televizyon ve afiş gibi görsel unsurların yorumlanmasında ve bunların anlamlandırılmasında kullanılır.

Film afişlerindeki görseller izleyicinin yaşamında yer alan elementlerdir. Bu durum, afişe bakan izleyicinin görmek istediği filmle ilgili bir beklenti içerisine girmesini sağlar. Afişi gören izleyici, daha evvelden zihninde biriktirdiği öğelerle birlikte afişi yorumlamaya ve olabilecekleri kurgulamaya başlar. Yani afiş sayesinde bir imgenin, bir cümlenin anlamını zihin tarafından tamamlanır. Örneğin afiş görselinde yer alan “aile” ifadesi, izleyicinin film içeriğinin “aile” üzerine olduğunu düşünmesini sağlar. Afişleler her ne kadar bir parçası görevi görse de temsil ettikleriyle bütünsel bir şemayı oluşturur (Lotman, 1999: 55-57).

Afişin ekonomik ikna edicilik ve estetik işlevleri de vardır; ancak afiş, kitle ve bireyler üstünde daha çok ideolojik ve estetik bir baskı yaratır. Beğenileri, alışkanlıkları ve düşünce biçimini yönlendirmesi açısından da moda alanında belirleyici olmuştur. Böylece afişler gerek estetik düzlemde gerek insan davranışlarını etkileme düzleminde önemli rol oynar (Tıgılı, 2012: 17).

Film afişinde bulunan görüntüler ve yazılı metinler, filmin içeriği hakkında bilgi verir. Kadınların afiş tasarımı üzerinde konumlandırılması film içerikleri hakkında bilgi vermesinin yanı sıra kadının toplumda dönemselsel olarak nasıl sunulduğunu da göstermektedir. Bu bağlamda afişlerde yer alan kadın imgelerinin temsili de çalışmanın ana niteliğini oluşturur. Göstergelerin anlam ve anlam ötesi ifadeleri sinema afişlerinden çıkartılabilir. Göstergibilimsel yöntem, sinema filmleri afişlerinin çok katmanlı anlatımını ortaya çıkarmak için kullanılabilir.

## 1. Sinema ve Afiş

Sinema sanatı ilk çıktığı zamanda izleyicisini büyülemiş ve izleyenlerin hayatına yeni bir heyecan katmıştır. Sinema önceleri sadece gündelik hayatın filme alınması ve sıradan insanların işlendiği bir mecraydı. Teknolojinin gelişmesi birçok film yapımcısının da çıkmasına neden olmuştur. Film yapımcıları kendi filmlerini tanıtmak için büyük harfler ve renkli görsellerle afişler hazırlayarak bu afişleri şehrin sokaklarına asmaya başlamıştır.

Türk sanayisinin 1960'lardan sonra hızla gelişmeye başlaması, afiş sanatına canlılık getirmiştir. Her alanda ve her konuda ihtiyaca göre afiş üretimi yapılmaktadır. Aynı zamanda bu yıllar medya alanında afişin keşfedildiği ve yoğun olarak kullanılmaya başlandığı önemli yıllardır. Afişlerin boyutlarındaki değişiklik de yine bu yıllarda görülmeye başlamıştır. 1962 ve 1969 yılları arasında sanat etkinlikleri artmış ve sinema tanıtımına verilen önem de dikkat çekici hale gelmeye başlamıştır. Ayrıca reklam fotoğrafçılığının gelişmeye başlaması, afişlerde fotoğrafın ağırlıklı olarak kullanılmasına yol açmıştır. Baskı tekniğinin gelişmesinin yanı sıra afiş için gerekli her türlü malzeme ve tekniğin varlığı da eskiye oranla afiş sanatçısına değişik ve etkin olanaklar sağlamıştır. 1980'lere kadar gelen sürede afiş çok süratli bir gelişim içerisine girmiş ve günümüze kadar gelmiştir. Bu gelişim hala devam etmektedir. Türk toplumu görsel basılı medyayı benimsemiş ve onu günlük hayatın bir parçası haline getirmiştir. Her alanda afiş başarıya ulaşmıştır (Özkan Tuğba'dan Akt. Yalur, 2013:37). Afiş (Fransızca: Affiche) veya poster, TDK'ya göre; "bir şey duyurmak ve tanıtmak için hazırlanan kalabalığın görebileceği yerlere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı" şeklinde tanımlanır. Afişler oyun, sergi, ürün ve benzerlerinin duyurulması amaçlı reklam ya da tanıtım yapmak için kullanılır. Afişler, tasarım ve sanatın ağırlıkta olduğu ürünlerdir. Herhangi bir ürün, mal, kurum, olay ve fikir vs. gibi nesnelere duvarlar yoluyla kitlelere tanıtma ve ulaştırma amacı güden grafik ürünlerdir (Yalur, 2013: 31).

Film afişlerine ilgi, sadece izleyicinin ilgisini sinemaya çekmek amaçlı olmamıştır. Yönetmenlerin ve yapımcıların afişlere ilgisinin artmasında rekabet ortamının çoğalması önemli bir etkidir. Bu nedenle hem rekabet ortamı yüzünden hem de ilgi çekmesi yönünden afişler, sinema filmlerinin tanıtımının ayrılmaz bir parçası olmuştur (Kulakoğlu, 2019: 56). Afişler, birçok işlevinin yanı sıra sinema filmlerinin tanıtımını sağlamak ve bu filmlerin reklamını yapmak için de kullanılır. Sinema filmi afişlerinde toplumların kendi kültürlerine ait pek çok imge ve sembol bulunmaktadır. Bu imgeler ve semboller aracılığıyla filmlerle izleyici arasında bir bağ oluşmaktadır. Bu bağ sayesinde izleyici, film afişinde gördüğü imgeye kendi

deneyimlerinden, kültüründen, yaşam biçimlerinden ve gereksinimlerinden oluşan kodlar aracılığı ile anlamlar yüklemektedir (Parsa ve Günay, 2003: 18).

Film afişi tasarımlarında yer alan görsel ve dilsel iletiler, tüketiciyi, filmi izlemeye yönlendirecek eylemi gerçekleştirebilecek nitelikte olmalı ve öne çıkarmak istenilen iletinin uygulanmasının yanı sıra çekiciliğin artırılmasını da sağlamaktadır. Film içeriği ile aktarılmak istenen anlamlar, izleyiciye ilk olarak film afişi aracılığıyla aktarılır. Dolayısıyla film hakkında ilk izlenimi veren ve dikkat çeken şey, o filmin afişidir. Bu nedenle film afişinde yer alan imgeler, izleyicinin ilgisini çekecek biçimde birbirine eklenmez. Ayrıca görsel göstergeler en doğru şekilde seçilmeli ve vurgulanmalıdır (Guiraud, 2016: 4).

Türü ne olursa olsun her afiş halkı etkileyebilmek ve yönlendirebilmek için halkın beğenisini kazanmak zorundadır. Afiş kendisine yön veren belirli amaçları yerine getirmesi açısından önemli bir toplumsal rol oynar. Halkın girip çıktığı yerlere, duvarlara, sokaklara, garlara, yol kenarlarına asılan afişler günlük yaşamımıza girmiş, özellikle kentlerde, çevre düzenlemesine gerçek bir üslup kazandırmıştır. (Tıgılı, 2012: 17). Afişler kendi içlerinde türlere ayrılmaktadır. Kültürel afişler, sinema, tiyatro, sergi, seminer, konferans, konser, festival ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtarak, bir yerde gerçekleştirilecek ya da gerçekleştirilmekte olan kültürel bir etkinliği kitlelere duyarak insanların ilgisini bu tür organizasyonlara yönlendirmeyi hedefleyen afişlerdir (Özmutlu, 2009: 75). Sosyal afişler, sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin yanı sıra, politik bir düşünceyi ya da siyasi bir partiyi tanıtan afişler, toplumların yönlendirilmesinde, çeşitli bilgilerin, olayların, düşüncelerin ve öğretilerin yayılmasında önemli bir rol oynar (Becer, 2011: 202). Ticari afişler, kurumsal reklamcılık, endüstri, moda, basın yayın, turizm gibi sektörlerde yaygın olarak kullanılan bir ürün ya da hizmeti tanıtmak amacıyla hazırlanan afişlerden oluşur. Ticari afişleri diğer türdekilerden ayıran en belirgin özellik, üzerlerinde taşıdıkları bilgiyle hedef kitleyi alıcı hale getirmeyi amaçlamalarıdır (Özmutlu, 2009: 75). Bir reklam afişi her zaman bir düz anlam şifresi taşır. Görselde bulunan fotoğraf ya da sözcüklerin tanınması ya da kullanılan dilin bir kültüre ait olması gibi. Yan anlam şifreleri ise, topluma ait değerler ve geleneklerdir (A. Erkman, 1987).

## 2. Sinema ve Göstergebilim

Sinema sanatını göstergebilimsel açıdan yorumlayan Metz, sinemanın, kurgu yapısı ile ilişkili olduğunu öne sürer. Aslında sinemanın birçok alt kodu vardır. Bunlar; film türleri, içerik çeşitleri, ışık, kültürel, psikolojik ve sosyolojik sahneler gibi alt kodlardır. Göstergebilimsel çalışmada ise filmin konusu, film sekansları içerisinde yer alan görsellerle ilişkilendirilir. Filmdeki görsellerin temsili olarak film afişleri öne çıkmaktadır. Sinema filmi görselleri bir anlam taşıyıcısıdır. Afişlerindeki sözcükler ve imgeler aracılığı ile anlam aktarımı yapılır. Bu görsellerin anlamının herhangi bir izleyici üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkisi vardır. Çünkü izleyicilerin afişten etkilenmesi üçüncü bir boyut olarak kişinin zihinde canlanan bir hareket sonucu oluşmaktadır (Adanır, 2003: 53).

Herhangi bir tanıtımın afişinde kullanılan görseller ilk başta temel anlamını yansıtır. Bu da görseli algılayan kişiler tarafından afişin temel anlamının kolayca anlaşılmasına neden olur. Bu göstergeler toplumda çoğu insan tarafından bilinen kodlardır. Yazılı ve resimli kodlar arasında anlamı vermek açısından farklılık vardır. Örneğin sözlü bir ifade ile bir olayı anlatırken görsellere, rastlantı sonucunda ya da gerekli durumlarda başvuru yaparız. Bir film afişinde ise ilk temel olan görselin kendisidir, ilk anlam ifadesidir. Bu nedenle izleyiciler, afişleri sokakta gördüklerinde daha hızlı tepki verirler. Film tasarımcıları, izleyicilerin daha hızlı algılamasını sağlamak için afişlerde filmin oyuncularını kullanarak görsel bir hikâye sunumu yapmaktadır.

Göstergebilim 20. yüzyılda bir bilim dalı olarak çıkmıştır. Bu bilim dalının gelişmesinde yapı, gösterge, dil kavramları başka bilim dallarında da kullanılıyordu. Gösterge kavramı üzerine, geçmişten günümüze birçok felsefeci, bilim adamı ve hekim düşünceler üretmiş başta göstergeler olmak üzere çeşitli alanlardaki göstergeleri ve belirtileri incelemişlerdir. Çalışmanın gereği olarak göstergebilimin geçmişle olan ilişkisini incelemek yerine ve çalışmayı sınırlandırmak adına, İsviçre’de Ferdinand de Saussure ve Roland Barthes göstergebilim çalışmalarına değinilmiştir.

Bugün Batı dillerinde kullanılan ve göstergebilim ile karşılaştırdığımız “semyotik” sözcüğü Yunancadaki *semeiotike* teriminden, *semyoloji* sözcüğü ise Yunanca semeion (gösterge) velogia (kuram) sözcüklerinin birleşmesinden doğmuştur. Gösterge işaret ya da belirti anlamına gelen semeion ve teknik ve felsefî bir terim olarak M.Ö. 5. yüzyılda Yunanlı hekim Hippokrates ve Yunanlı felsefeci Parmenides tarafından daha çok “kanıt”, “belirti” anlamına gelen “*tekmerions*” anlamı olarak kullanılmıştır (Rıfat, 2009: 27).

Göstergebilimsel yaklaşım, metin açıklama, metin yorumlama tekniklerinin yerini almak üzere geliştirilmiş yeni bir seçenek olmadığı gibi yeni bir yazınsal eleştiri türü olmak amacıyla da değildir. Metin açıklama, metin yorumlama teknikleri, göstergebilim çözümleme yöntemlerinde yol gösterici olmaktadır. Göstergebilim, tümdengelimle bir metodu benimseyerek metin arasında mesaj ve anlamların ortaya çıkmasında kullanılmaktadır (Rıfat, 2000: 9). Daha geniş bir tanımlamayla, insanların bir topluluk içinde birbiriyle anlaşmak amacıyla yarattıkları ve kullandıkları doğal diller(Türkçe, İngilizce, Fransızca vb.), çeşitli jestler(el, kol, baş hareketleri vb.),sağır-dilsiz alfabeti, trafik işaretleri, bazı meslek gruplarında kullanılan flamlar, reklam afişleri, moda-mimarlık düzenlemeleri, yazın, resim, müzik gibi çeşitli birimlerden oluşan, ses, yazı, görüntü ve hareket gibi gereçler vasıtasıyla gerçekleşen dizgelerin oluşturduğu anlamlı bütünün birimleridir (Rıfat, 2009: 6).Ayrıca gösterge kendisi hariç temsil ettiği şeylerin yerini alabilen biçim, nesne ve olgu olarak da algılanır. Bu sebeple simgeler, ifadeler ve sözcükler göstergebilim olarak tanımlanır. Göstergeler temelde insanlar arasındaki iletişimi sağlayan ifadeler bütünüdür (Rıfat, 2000: 8).

Göstergeler, bireylerin meydana getirdiği biçim ve yapı olduğu için, yansıtılan göstergeler toplumun kültür yapısı ve biçimini de kapsayacak şekilde oluşur (Fiske, 2003: 62). Gösterge konusu üzerinde çalışmalar yapan farklı araştırmacılara göre, gösterge kavramının adı, birbirinden farklı isimlerle kullanılmaktadır; fakat temel olarak diğerlerinden ayrılan ve üç parçaya bölünen gösterge türü vardır: Görüntüsel gösterge (icon), gösteren (index), asıl gösterge (simge). Bütün göstergeler gerçekte bir anlamı gösterir, ya da bir ögeyi anlamlandırmaya çalışır (Culler,1985: 101). *Belirtke, belirti, görüntü, simge, index, icon* kelimeleri göstergeyle eşleştirilen ya da benzer kılınan kavramlardır. Bu sözcüklerin ortak bir yönleri vardır. Hepsi de iki şey arasındaki ilişkiyi açıklar (Barthes, 1979: 50). Gösterge, gösteren ile gösterilenin bileşeninden oluşmaktadır. Biçim ile anlam arasındaki yapı, doğal bir benzerlik ilişkisi kurmaz. Geleneğe bağlı bir yapıda gelişir. Bu bağlamda tasarımlarda kullanılan nesnelere, kültürel kodların bir göstergesidir (Culler, 2007: 86).

Göstergede bir anlamın farklılığını bulmak için başka niteliklerden de faydalanmak gerekir:

1. Varlık/Yokluk gibi, bir tasarımda var olan gösterge, olmayan göstergeyi ifade etmektedir.

2. Nesnelere arasında birbirine benzerlik olabilir ya da olmayabilir.

3. Nesnelere arasındaki ilişki dolaylı ya da dolaysız olabilir.
4. Birbiri ile bağlantı kuran nesnelere bir diğer nesneyi kapsayabilir ya da o nesnenin görüntüsel olarak önüne geçebilir.
5. Nesneyi kullanan tasarımcı ile varoluşsal ilişkisi olabilir ya da olmayabilir (Barthes, 1979: 51).

### **2.1. Düz Anlam- Yan Anlam**

Anlam, yaratmanın ilk parçasıdır. Bu aşama göstergenin, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkisini ve göstergenin gerçeği ifade etmesini temsil etmektedir. Düz anlam, günlük yaşamda bulunan nesnelere zihinde ilk oluşumunun yansımasıdır (Becer, 2011: 39). Düz anlam kavramı, Roland Barthes'ın çalışmaları ile ortaya çıkmıştır. Düz anlam kavramı, bir kişinin herhangi bir görselden toplumda varlığını sürdüren diğer bireylerle aynı ortak anlamları çıkarmasını ifade eder. Göstergenin düz anlamı, göstergenin temsil ettiği nesneyi gören kişi tarafından olduğu gibi algılanması ile oluşur (Fiske, 2003: 116). Yan anlam, görülen nesnenin ikinci anlamı olarak bilinmektedir. İzleyicinin duygu, heyecan ve kültürel değerleri gösterge ile birleştiğinde, anlamlandırmanın önemli bir düzeyi olan yan anlam ortaya çıkar. Bütün göstergelerin kendine özgü tanımı hariç kesinlikle farklı bir anlamı vardır. Ayrıca birey için de göstergelerin ikinci bir psikolojik anlamı vardır. Bu sebeple yan anlam, düz anlamı göre daha öznedir. Yan anlamın görüntüsel bir boyutu olmasına karşın nedensizdir. Fakat aynı gösterge ögesi, insanların sosyal farklılıkları ve yaşadığı yerin geleneklerine bağlı olarak farklı algılanabilmektedir (Çakal, 2007: 2). Göstergeye bakan birey, göstergenin yan anlam ve düz anlamının yanı sıra mesajın iletilme şeklinden de etkilenmektedir. Afişte düz ve sıradan bir anlatımdan bahsetmek pek mümkün değildir. Çünkü okuyucunun yan anlamları anlamlandırabilmesi için öncelikle afişteki düz anlamları bilmesi ve bunların sıralı olarak bütünlüğünü çıkarması gerekmektedir (Tıgılı, 2012: 48).

Yan anlam, Roland Barthes'ın düz anlamdan sonra ikinci anlamlandırma olarak kullandığı bir kavramdır. Barthes'e göre yan anlam, bireylerin duygularına dokunan, onları heyecanlandıran ayrıca kültürel değerlerine etki eden görsel ve işitsel çalışmalardan etkilenmesi sonucu oluşmaktadır. Bu oluşum bireyin öznellik bakış açısıdır. Yani nesnelere ve göstergelerden etkilenme sonucu, bireysel düşünce ifadesidir (Fiske, 2003: 116). Agocuk'a göre, gerçek dünyanın olduğu gibi yansıtılması, düz anlam dışındaki durumlar aracılığıyla gerçekleşir.

Bireylerin kültürel ve toplumsal değerleri ya da sahip olduğunu bilgi birikimi birbirinden farklıdır. Bu nedenle bireylerin bir göstergeden etkilenmesi ya da anlam çıkarması birbirinden farklı olabilir (Agocuk, 2014: 8).

## 2.2. Kodlar

İletinin gösterge şekline dönüşmesinde kullanılan simgeler ve bunlar arasındaki ilişkileri düzenleyen kuralların tümü “kod” olarak kullanılmaktadır. İletinin vermek istediği mesajın kod simgelerine dönüştürülmesine “kodlama”, kodlanarak gelen mesaj çözümlemesine ise “kod açma” denmektedir. Her kodun aktarım biçiminde farklılıklar olabilir. Afişlerde ise yazılı kodlar kullanılır; çünkü kodlar bir toplumun kültürüyle belirlenir. Bu sebeple toplumsal yaşamımızın uzlaşım sal olan ya da toplum üyelerince kabul gören kurallar tarafından yönetilen tüm görünümünü “kodlanmış” olarak nitelenebilir (Rıfat, 2014: 84). Kodlar kendileri hariç başka öğelere gönderme yapan göstergelerdir. Gerçekte kodlar, içinde göstergelerin olduğu bir yapıdır. Bu oluşum yapısında kullanılan kodlar, insan topluluklarının yaşadığı yerlerde belli geleneklere ve yasalara sahip topluluk üyelerinin benimsedikleri kuralları kapsamaktadır. Bu bağlamda yasa kodları, görgü kodları gibi toplumun üyelerince kabul gören kodlar vardır. Kodların birbiriyle paylaştığı birkaç tane özelliği vardır. Kodlar, kültür ile yakın bir ilişki içerisindedir ve bu kodlar, toplumdaki kişilerin kültürünü yansıtmaktadır. Bütün kodların bireylere aktarımı ise uygun iletişim yoluyla ve medya grupları aracılığıyla yayılabilir (Fiske, 2003: 91 - 92).

## 2.3. Anlamda Dizisel ve Dizimsel Göstergeler

Ferdinand de Saussure’un çalışma konusu olan ve İngilizce “paradigma” sözcüğünden gelen dizisel boyut, aynı türden birbiri yerine geçebilecek birçok sayıda göstergenin içinden, yalnızca birinin seçilip diğer göstergelerin elenmesidir. Birimlerden oluşan ve her birimin gösterge olduğu dizisel boyut dikeydir (İmançer ve Özer, 2004: 18). Dizisel yapı, benzer nesne ya da objelerin yerini alabilecek göstergelerden oluşan yapıdır. Aynı dizisel boyutta olan bir gösterge grubundan birinin seçilerek diğerlerinin dışarıda bırakılması ile dizisel yapı oluşur (Erkman, 1987: 52). Bir dizisel seçiminde ilk önce seçilen nesnenin diğer seçilmeyenlerle ortak özelliğinin de olmasına dikkat edilmelidir (Fiske, 2003: 83). İkili karşılıklar ve seçilmeyenler, seçilen şeyin anlamının belirtisidir. Seçimin olduğu her yerde bir anlam aramak gerekmektedir.



Örneğin bir ressamın resim yaparken birçok fırça içinden herhangi birini seçmesi, anlamda oluşan dizisel boyuttur (İmançer ve Özer, 2004: 18). Alfabenin herhangi bir yerinden bir harf seçersek, bir dizilimin üyesi olduğunu ve ortak bir yapıyı oluşturanlardan dizisel bir çerçeveye ait olduğu bilinmektedir. Saussure'un çalışmalarında dizisel anlamdan sonra gelen ikinci yol ise dizimsel anlamdır.(Syntagmatic). Bir dizimsel gösterge (syntagm), seçilen göstergelerin birleşmesi sonucu oluşur (Fiske, 2003: 82). "Syntgm" yani dizimsel boyut, aynı tasarım içinde aynı anda birlikte var olan birimler arasındaki ilişkiler, dizimsel bağlantılar olarak adlandırılır(Rıfat, 1997: 23). Diğer bir deyişle bir birinden bağımsız dizelerdeki birimlerden birer örnek alarak, bu birimlerden anlamlı bir bütün oluşturulur. Dizimsel çerçeveden alınan örneklerin seçiminde hiçbir kural yoktur. Birbiri ile ilişkiye halinde olan göstergelerden yeni bir anlam çıkarılmasına da dizimsel yapı denir (Erkman, 1987: 54).

### 3. Yöntem

Çalışmada, Türkiye'de gösterime giren yerli filmlerin tanıtım afişlerinde kadın imgesinin nasıl yansıtıldığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Makale taramalarına ve ulusal tez sitesinde yapılan araştırmalara göre sadece film afişlerinde kadın figürünü göstergebilimsel olarak inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda çalışma, özellikle yalnızca Türk dram filmi afişlerinde yer alan kadın figürlerinin çözümlenmesi açısından önem kazanmaktadır. Çalışma kapsamında incelenmesi gereken hipotezler ise şunlardır:

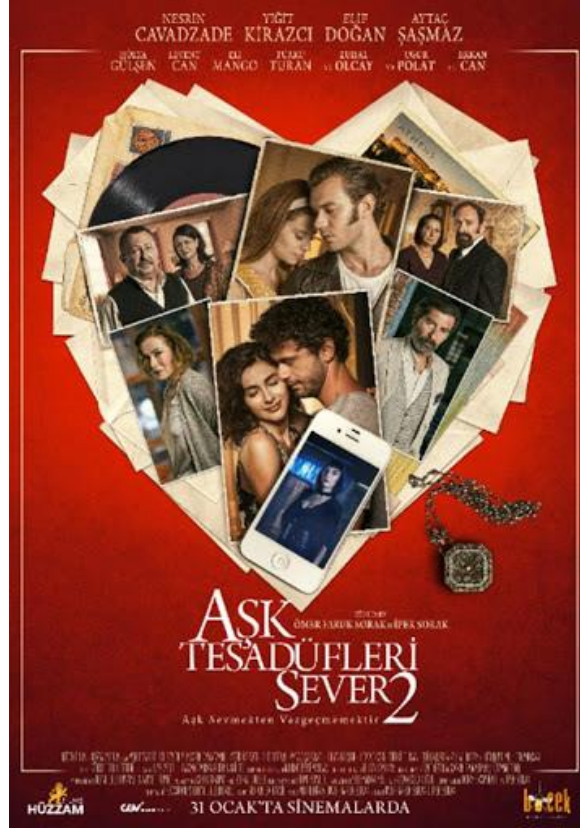
1. Dram-komedi, dram-aşk, dram-savaş filmleri afişlerinde yer alan kadının konumu değişiklik göstermektedir.
2. Türk dram filmleri afişlerinde kadın karakterlerin giyimi kültürel kodları temsil edecek şekilde verilmiştir.
3. Kadın karakterlerin erkek karakterlere oranla daha masum yansıtıldığı düşünülmektedir.

Çalışmanın evrenini, Türkiye'de gösterime giren Türk filmleri afişleri, örneklemine ise sadece 2020 yılında gösterime giren Türk filmi afişleri oluşturmaktadır. Kapsam, örneklemde ifade edilen 2020 yılında gösterime giren Türk dram filmi afişlerinden oluşmaktadır. Türkiye'de gösterime giren Türk filmlerinin çok olması, afişlere ulaşmanın zorluğu, seçilecek dram filmleri afişinde kadın karakterlerin çok olması nedeniyle izlenme oranlarının verildiği Box Office sitesinden, 2020 yılının nisan ayına kadar en çok izlenen üç dram filmi seçilmiş ve bu inceleme

çalışmanın sınırlılığını oluşturmuştur. Seçilen Türk dram filmi afişlerinin göstergebilimsel yöntem aracılığıyla çözülmesi yapılacaktır.

#### 4. Bulgular ve Yorumlar

##### 4.1. Aşk Tesadüfleri Sever 2 Filminin Göstergebilimsel Çözülmesi



**Yönetmen:** Ömer Faruk Sorak

**Senaryo:** Nuran Evren Şit

**Yapımcı:** Ömer Faruk Sorak

**Ülke:** Türkiye

**Tür:** Dram- Aşk

**Tablo 1: Aşk Tesadüfleri Sever 2 Filminin Gösterge Dizilimi**

<b>Gösterge</b>	<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>
Zemin	Kırmızı	Sıcaklık- Samimiyet
İnsan	Erkek	Kadın – Erkek İlişkisi
İnsan	Kadın	Kadın – Erkek İlişkisi
Nesne	Plak	Müzik ve Sevgi İlişkisi
Yazı	Harf- Sayı	Duygusal Çağrışım
Nesne	Tılsım	Büyü- Bağlanma
Nesne	Telefon	Merak – Özlem- Sevgi
Kalp	Mektuplar Topluluğu	Kalp Şekli
Kıyafet	İnsan	Eski- Yeni Giyim Tarzı

### **Düz Anlam- Yan Anlam**

Zemindeki renk, düz anlamda temel bir rengi ifade ederken yan anlamda sıcaklık, samimiyet ve aşk kavramının simgesi olarak gösterilebilir ve kadınların da en sevdiği renklerden biri olarak düşünülebilir. İnsan figürlerinin afişte kullanılması, kadın-erkek ilişkisini yansıtmaktadır. Yan anlamda iki karşı cinsten bireyin bir arada samimi gösterilmesi afişte ilgi çeken etken olarak kullanılmıştır. Afişte ikinci düzeyde kadın ve erkek karakterler aile simgesi olarak düz anlamda verilmiştir. Telefonda gösterilen kadın ise birinci düzeyde değil, yan anlam olarak yoruma açık şekilde bırakılmıştır. Kullanılan plak görüntüsü müziği simgelemektedir. Müzik ise aşkın bir parçası olarak yan anlam ifadesi belirtisi niteliğinde aktarılmıştır. Harf dizisinde yazılmış kelimeler, düz anlamda filmin adının temsil eder. Yan anlam olarak ise aşk kelimesi ile duygusallık çağrışımı yapılarak izleyici çekmeye çalışılmıştır. Düz anlamda, zeminde bulunan kolye ya da tılsım, kişiye kendine bağlama anlamında verilebilir. Farklı bir anlam olarak

herhangi bir karaktere geçmişini ifade edebilir. Yan anlamda büyü ilişkisi kurulabilir. Telefon düz anlamda herhangi bir nedenle iletişim kurmak için vardır. Yan anlamda ise, kadın görseli kullanılarak merak unsuru olarak yansıtılmıştır. Mektuplar düz anlamda bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Afiş tasarımı ise mektuplar, kalp şeklinde tasarlanarak zamansal bir çerçeve yaratılmıştır. Bu çerçeve ile sevginin teması olan kalp görüntüsü verilmiştir. Kıyafet düz anlamda herkesin giydiği bir şeydir. Yan anlamda ise yaşça büyük bireylerin gençlerden farklı giyindiği görülmektedir. Bu şekilde zaman farkı yaratılmaya çalışılmıştır.

### **Kodlar**

Kültürel kodlara örnek olarak, afişte aile kavramı içinde değerlendirilebilecek anne ve baba figürleri verilebilir. Afişteki kadın ve erkek görselleri başka amaçlı kullanılsa bile afişte bir aile formatı içinde verilmektedir. Aile formatı olarak verilen orta yaşlı çiftlerin fotoğraflarında, kadınların konumları erkeklerin arkasında gösterilmiştir. Kadının geride gösterilmesiyle erkek egemenliği belirtilmiştir. Genç erkek ve kadın, birbirine sarılı vaziyetteki yakın duruşlarıyla, orta yaştaki çift ile karşılaştırma yapılmış ve yeni bir başlangıç ifadesi olarak bir aile simgesi şeklinde verilmiştir. Genç çiftin ilişkisi yan yana gösterilirken, yaşlı çiftler birbirine mesafeli olarak verilmiştir. Bu da görsel zaman değişimin göstergesi olarak sunulmaktadır.

### **Anlamda Dizisel ve Dizimsel Göstergeler**

Afişteki dizisel boyutun açıklaması, aynı türden bir göstergenin içinde yalnızca birinin alınması şeklinde gösterilebilir. Örneğin; evli bir çifti temsil eden bireylerden birer örnek alınarak dizisel anlam sunulmuştur. Buradaki çiftlerin farklı dönemleri ifade ettikleri, giysilerinden belli olmaktadır. Oyuncuların yüz ifadelerine bakıldığında sert bakış, merak uyandıran ifadeler ve sevgi belirtileri görülmektedir. Film türünün aşk ve dram olması bireylerin ifadelerine yansıtılmıştır. Plak, müzik kayıtlarını içinde bulunduran araçtır. Burada plak, bir bütün içinde alınan bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca plak geçmiş dönemde kullanılan bir müzik aracıdır. Bu da film tanıtımında geçmişle şimdiki zaman bağını kurmaktadır. Afişte kullanılan kırmızı renk, insanlar tarafından aşkın rengi olarak düşünülebilir. Mektupların çok olması ve eski olması geçmiş dönemden gelen bir sevginin işareti ve bu çerçeve içine karakterlerin yerleştirilmesi ya benzer hikâyeye oluşturmakta ya da hikâyenin devamı gibi verilmektedir.

Dizimsel çerçevede birbirinden farklı olan insanlar, görseller, yazı karakterleri ve diğer materyaller ile aşk filmi çerçevesi oluşturulmuş ve dizimsel anlam yaratılmıştır.

#### 4.2. Ağır Romantik Filminin Göstergebilimsel Çözümlemesi



**Yönetmen:** Deniz Denizciler

**Senaryo:** Deniz Denizciler

**Yapımcı:** Liartis Yapım

**Ülke:** Türkiye

**Tür:** Dram– Komedi

**Tablo 2: Ağır Romantik Filminin Gösterge Dizilimi**

<b>Gösterge</b>	<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>
İnsan	Kadın	Kadın Bedeni ve İlişki
İnsan	Erkek	Erkek Bedeni ve İlişki
Renk	Kadın	Pembe Elbise
Kıyafet	Erkek	Karakter Belirleme

### **Düz anlam –Yan anlam**

Afişin zemininde bulunan yol gösterimi, düz anlamda bir yerden başka bir yere hareketi ifade etmektedir. Yol gösterimi yan anlamda değerlendirilirse ve filme komedi-dram çerçevesinden bakılırsa bir macera, bir sorundan kaçış olarak yolculuk edilmesi gerekliliği kastediliyor olabilir. Kadın figürünün korku ya da üzülmeye ifadesi vermemesi filmde komedi unsurunu yansıtan bir karakter olduğunu gösterir. Afişte yer alan kişilerin sıralanması düz anlamda bir üçgen oluşturmaktadır. Yan anlamda bu görselle, kadın karakterinin ön planda olması ve hikâyenin kadın karakter etrafında döndüğü ifade edilmiştir.

### **Kodlar**

Kadının giydiği pembe elbise yerel bir kod olarak düşünüldüğünde canlılık, mutluluk ifadesi vermektedir. Film, dram ve komedi unsuru olarak yansıtıldığında bu tutum, tercihen doğrudur. Kadın karakterin arkasında erkek karakter rahat bir izlenim vermektedir ve bu kişi karışık renklerin olduğu gömlek giymiştir. Diğer erkek karakterler ise takım elbise ve ceket giymişlerdir. Bu arada karşıt giyimli kıyafetler ile ilişkisel zıtlıklar yaratılmıştır. Erkek karakterlerin yüz ifadeleri dalgınlık ve şaşkınlık ile verilirken, kadın karakter mutluluk ifadesi ile verilmiştir. Bu durum filmde dram unsurundan çok komedi unsuru olduğunun bir göstergesi olabilir. “Ağır” sözcüğü filmde erkek karakteri temsil eder. “Ağır” ifadesiyle, sözcüğün yan anlamı kastedilmiş, davranışlarda ağır başlı eylemlerde bulunduğu ifade edilmiştir. Bunun yanında yer alan “romantik” kelimesi duygusal bir çağrışım yapmaktadır. İki sözcük birleşimi ile

karacterin, hikâye çerçevesinde değişerek sert yapıdan komedi unsurunun ağır bastığı bir yapıya geçişi yansıtılmaktadır.

### **Anlamda Dizisel ve Dizimsel Göstergeler**

Seçilen karakterlerin yaşları ve cinsiyetleri birbirinden farklıdır. Bu dizimde karakterlerin birbirleri arasındaki ilişki zaman geçişi olarak sunulmaktadır. Rakamsal olarak verilmeyen zaman farkı kişilerin yaş ve birbirine olan mesafesi ile verilmiştir. Dizimsel boyutta ise karakterlerin birbirinden farklı olması ve aynı yol üzerinde durmaları, filmde ortak bir amaç doğrultusunda ilerleyeceklerinin göstergesidir. Zaten dizimsel boyut birbirinden farklı olan bir anlam yaratmaktır. Afişte birbirinden ayrı olan kadın ve erkek bir ilişki eylemi yaratacak pozisyonda durarak, dizimsel anlam oluşturmuşlardır.

### **4.3. Türkler Geliyor Filminin Göstergibilimsel Çözümleme**



**Yönetmen:** Kâmil Aydın

**Senaryo:** Atilla Engin- Mehmet Bozdağ

**Yapımcı:** Mehmet Bozdağ

**Ülke:** Türkiye

**Tür:** Dram- Savaş

**Tablo 3: Türkler Geliyor Filminin Gösterge Dizilimi**

<b>Gösterge</b>	<b>Gösteren</b>	<b>Gösterilen</b>
İnsan	Kadın	Yüz ifadeleri
İnsan	Erkek	Yüz ifadeleri
Doğa	Güneş	Başlangıç
İnsan	İnsanlar	Dönem giysileri- takılar
Topluluk	Atlar – insanlar	Savaş Ortamı

### **Düz Anlam ve Yan Anlam**

Film afişinin zeminindeki görsel, düz anlamda bir savaşı temsil etmektedir. Yan anlamda heyecan, korku ve merak düşüncesi çerçevesinde değerlendirilebilir. Savaş ve atlıların görselinin tasarımda altlı-üstü şekilde verilmesi belirsizlik merkezi oluşturmuştur. Bu da yan anlam olarak izleyicide merak duygusu yaratmaktadır. Düz anlamda karakterler bir savaş döneminde yaşayan hükümet sisteminin üyeleri olarak verilmektedir. Yan anlamda ise kimin hükümdar, kimin eş ya da kimin anne formatında verildiği izleyicinin yorumuna bırakılmıştır. Karakterlerin ifadeleri yan anlamda keskin, yumuşak, öfkeli, dalgın ve kurnaz şekillerde gösterilmiştir. Katı yüz ifadeleri hikâyenin bir savaş filmi olması nedeniyle dikkat çekici unsur olarak kullanılmıştır. İzleyiciler, günlük yaşamında sıklıkla karşılaştığı bu ifadelerin anlamlarını bildikleri için afişe bakarak kolay bir çözümlene yapabilirler. Düz anlamda güneş yeryüzünü aydınlatan ve ısıtan bir şeydir. Yan anlamda ise yeni bir günün başlangıcı olarak tasvir edilmiştir. Önde giden atlıların arkasında doğan güneş, yeni bir başlangıç olarak aktarılmıştır.

### **Kodlar**

Yazılı kod olan “Türkler Geliyor” tabiri, milliyetçi ifadeler vererek duygusal çağrışım yapmaktadır. Ayrıca Türk kelimesi ile izleyicilere benlikleri ve özleri hatırlatılmıştır. İkinci bir kod olarak oyuncuların giydiği giysiler örnek verilebilir. Afişte, oyuncuların giydikleri kıyafetler ile Türklerin eski giyim tarzları ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca film adının etkisi ile bu kod daha da



baskın hale getirilmiştir. Film içinde geçecek olayların, krallık içindeki modern yaşamla geleneksel yaşam arasında gelişen bir süreci anlatacağı açıktır; çünkü afiş tasarımına bakıldığında iki yaşlı erkek karakterin giyimlerine göre birisi krallığı ve soylu yaşamı diğer karakter ise oba hayatını temsil etmektedir.

### **Anlamda Dizisel ve Dizimsel Göstergeler**

Birbirinden farklı yaş grubuna ait karakterler verilerek anlam dizisi oluşturulmuştur. İki kadın karakterin ortadaki genç erkek karaktere destek verildiği görülmektedir. Afiş tasarımının tam ortasında bulunan üçüncü kadın karakter ise en ön planda yansıtılarak hikâyedeki yönlendirici kişi olarak sunulmuştur. Kadın karakterlerin yaş grupları birbirinden farklı olmasından ötürü anlamda dizisellik oluşturmaktadır. Aynı şekilde erkek karakterlerin de yaş grupları farklıdır. Kıyafetlere bakıldığında sadece bir erkek karakter hariç hepsi aynı mekân içinde bulanacak kişileri temsil edecek şekilde giydirilmiştir. Yalnızca yaşlı erkek karakter obayı temsil eden bir kıyafetle verilerek anlamda dizisellik yaratılmıştır. Dizimsel anlamda ise farklı cinsiyet ve yaş grubundan kişiler seçilerek ve bir dönemi anlatan benzer kıyafetler giydirilerek yeni bir anlam bütünlüğü yapılmıştır.

### **5. Sonuç ve Öneriler**

Film afişleri ilk olarak göstergebilim yöntemiyle çözümlenmiştir. Görsel tasarımdaki afişlerde dram filmlerindeki kadın karakterlerin afişteki konumu, duruşu, ifadesi diğer türler ile birleştiğinde değişime uğradığı açıktır. Dram filmleri, dram/komedi, dram/aşk, dram/ savaş filmlerindeki kadın karakterlerin sunumu her filmin temel konusuna göre yansıtılmıştır. Çalışmanın ilk hipotezinde, “Film afişlerindeki kadın karakterler, dram, dram-komedi ve dram/savaş gibi karma filmlerde kadının afişteki konumu değişiklik göstermekte midir?” sorusuna yanıt aranmıştır. Dram ve aşk türü olan filmde kadın karakterler, erkek karakterlerin gerisinde verilmiştir. Erkek karakterlerin arkasında duran kadın karakterlerin, film içerisinde yönlendirici konumda oldukları anlaşılmaktadır. Afiş içerisinde zaman geçişi, bireylerin dönemsel kıyafetleri üzerinden sağlanmıştır. Afişte evli ya da sevgili olarak yansıtılan kadın karakterler, erkek karakterler ile yan yana görülmektedir. Eşitlik duygusu yaratılmıştır. Son olarak da telefon üzerinde en önde duran kadın görseli yıkıcı – yıpratıcı etki olarak konulmuştur. Bu durum film içerisinde çatışma olduğunun görsel ifadesidir. Karakter sayısının eşit olması ve

çift rakam olması bir dengeyi sağlar. Tek rakam her zaman denge bozucudur. Telefondaki kadın karakter, filmde olabilecek bir sorunu temsil etmektedir.

Dram ve komedi olan filmde ise üç erkek karakter ve bir kadın karakter kullanılmıştır. Kadın karakter afiş tasarımı merkezine yerleştirilerek gücün kendisinde olduğunu göstermektedir. Diğer film afişleri ile karşılaştırıldığında burada kullanılan kadın karakter hikâye yönlendiricisi olarak yansıtılmaktadır. Çünkü kadının sağına ve soluna yerleştirilen bireylerin, devinim ve ifadeleri birbirinin zıddıdır. Kadın karakter, burada zıtlıkları dengede tutacak bir güç temsili olarak verilmektedir.

Dram ve savaş filminde kadın karakterler ana karakteri destekleyici, güçlü kadın imajında verilmiştir. Ana karakterin iki yanında yer alan kadın karakterler sağ ve sol çerçevede, destekleyici nitelikte gösterilmiştir. Ayrıca çerçevenin üst kısmına yerleştirilmeleri ve ortada duran ana karakterin diğer görsellere göre daha ön planda olması kadın karakterlerin daha da ön plana çıkmasını sağlamaktadır. İkinci olarak genç kadın karakter erkek karakterin önünde verilerek güçlü kadın simgesi oluşturulmuştur. Üç kadın tarafından soyut bir üçgen içine alınmış bir krallığın sembolü olan birey ortada bırakılmıştır. Temel olarak yönetici ile üç kadının arasında bir güç ilişkisi olduğu ifade edilmiştir.

İkinci hipotez sorumuz ise Türk dram filmleri afişlerinde kadın karakterlerin giyiminin kültürel kodlarını temsil edip etmediğidir. Dram ve aşk filminde kadın karakterler kendi yaş grubu ve dönemlerine ait ya da filmdeki hikâyede geçen karakterin yapısına uygun bir biçimde giydirilmiştir. Yalnız film afişinde farklı dönemleri ifade etmesi açısından genç karakteri yansıtan üst görseldeki kadın karakter, 1970 modasına uygun olarak, genç kızların taktığı bandana ve canlı renklerden oluşan sarı bir elbise giymiştir. Alt taraftaki genç kadın karakter daha modern giydirilmiş ve böylece afişte dönemsel geçişler giysi kodları ile yansıtılmıştır. Dram ve komedi filminde kadın karakter canlı bir renk olan pembe bir elbise ile sunulmuştur. Pembe renginin mutluluk ve enerji verdiği bilinmektedir. Burada, elbise ile filmin dram komedi ilişkisi kurulmuştur. Yani canlı bir renk, komedi unsurunun simgesi ve modern zaman göstergesi olarak verilmiştir. Dram ve savaş filmde ise kadın karakterler kraliyet mensubu gibi giydirilmiş ve dönem anlatımı yapılmıştır. Buradaki giysiler Osmanlı dönemine ait bir tarzdadır. Kültürel kod kullanımında bireylerin geçmişi ile etkileşimleri sağlanarak afişin anlamlandırılması sağlanmıştır.

Makale yazılmadan önce oluşturulan son hipotez sorumuz Türk dram filmleri afişlerinde kadın karakterlerin erkek karakterlere oranla daha masum gösterilip gösterilmediğidir. Üç film

afişine baktığımızda kadın karakterlerin herhangi bir şekilde yüz ifadelerinde masumiyet olmadığı gibi, bilakis sempatiklik, sert bakış ve derin anlam ifadeleri dikkat çekmektedir.

Bu çalışmada, film afişleri incelemesinde genel tasarım çerçevesi çözümlemesi yapılsa da temel nokta kadın karakterlerin film afişleri içindeki konumlarını belirlemek olmuştur. Afiş tasarımları hazırlanırken genellikle görsel unsurların yerleştirilme seçiminde, filmin içeriğinde geçen karakterlerin neyi temsil ettikleri yansıtılmaktadır. Sonuç olarak sinema filmi afişlerindeki kadın karakterlerin yansıtılma şekli tek boyutlu değildir. Afişlerde ele alınan kadın karakterler gerek yan anlam olarak gerek kodlarla gerekse dizisel anlam boyutunda, görünen anlamın altında farklı bir algılama unsuru olarak kullanılır ve pek çok değişik anlam çağrışırlar.

### Kaynakça

- Agocuk, P. (2014). "Amarcord Filmi Özelinde Göstergebilimsel Film Çözümlemesi ve Anlamlandırma". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 7 (31): 8-17.
- Adanır, O. (2003). *Sinemada Anlam ve Anlatım*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*. (Çev. B. Vardar ve M. Rıfat). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Becer, E. (2011). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitapevi.
- Bozdağ, M. (Yapımcı), Engin A. - Bozdağ, M. Aydın, K. (Yöneten). (2020). *Türkler Geliyor*. [Film]. Türkiye: Bozdağ Film.
- Culler, J. (1985). *Saussure*. İstanbul: Afa Yayıncılık.
- Culler, J. (2007). *Yazın Kuramı*. (Çev.H. Gür). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Çakal, I. E. (2007). "Gösterbilim Yöntemi İle Kent Okumaları". *Yapı Dergisi* (2): 32 - 47 .
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev. S. İrvan). Ankara: Ajans Türk Yayınları.
- Guiraud, P. (2016). *Göstergebilim*. (Çev. M. Yalçın). İstanbul: İmge Kitapevi.
- İmançer, D. ; Özer, Z. (2004). "Göstergebilimsel Çözümleme, Pirelli Reklamı".  
[https://docplayer.biz.tr/6880687-Göstergebilimsel Yöntem Işığında Otomotiv Firmalarının Ambleslerinin Çözümlemesi - Pdf Ücretsiz İndirin \(Docplayer.Biz.Tr\)](https://docplayer.biz.tr/6880687-Göstergebilimsel-Yöntem-Işığında-Otomotiv-Firmalarının-Ambleslerinin-Çözümlemesi-Pdf-Ücretsiz-İndirin-(Docplayer.Biz.Tr).). Erişim Tarihi: 07.04. 2020.

- Kulakoğlu, O. (2019). *Günümüz Sinema Filmi Tanıtım Sürecinde Üretilen Film Afiş Türleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Lotman, Y.M. (1999). *Sinema Estetiğinin Sorunları Filmin Semiyotiğine Giriş*. (Çev. O. Özügül). Ankara: Öteki Ajans.
- Özmutlu, A. (2009). *Grafik Tasarım Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulanması ve Çözümleme Yöntem Kullanımı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parsa, A.; Günay, D. (2003). *Görsel Göstergebilim İmgenin Anlamlandırılması*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi Yardımcı Kaynaklar.
- Rıfat, M. (1997). *Gösterge Avcıları*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Rıfat, M. (2000). *Gösterge Eleştirisi*. İstanbul: Tavan Arası Yayıncılık.
- Rıfat, M. (2009). *Göstergebilimin Abc'si* (3. Baskı). İstanbul: Say Yayınları.
- Rıfat, M. (2014). *20. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları* (4. Baskı ). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Sorak, Ö. F. (Yapımcı), Evren, N. (Senarist) Sorak, Ö. F. (Yöneten). (2020). *Aşk Tesadüfleri Sever 2*. [Film]. Türkiye: Hüzzam Film, Böcek Film.
- Tıgılı, 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.
- Türkçe Sözlük (2011). *Afiş Nedir?* Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınlar.
- Yalır, R. (2013). *1990 – 2013 Yılları Arasında Afiş ve Sosyal Afişlerin Grafik Tasarım ve Teknolojik Açıdan İncelemesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yapım, L. (Prodüktör), Denizciler, D. (Senarist) Denizciler, D. (Yöneten). (2020). *Ağır Romantik*. [Film]. Türkiye: Ruhiyya Aliyeva