

**GÖSTERGEBİLİM VE MUHASEBE:  
“THE ACCOUNTANT” FİLMİNİN AFİŞİNİ OKUMAK**  
**Semiotics and Accounting: Reading The Accountant Movie Poster**

**Arif GÜMÜŞ\***

\* Dr. Öğr. Üyesi, Malatya Turgut Özal Üniversitesi, [arif.gumus@ozal.edu.tr](mailto:arif.gumus@ozal.edu.tr), ORCID: 0000-0002-4865-0892

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**Geliş Tarihi:**

05.02.2025

**Kabul Tarihi:**

08.03.2025

**Anahtar Kelimeler:**

Muhasebe, Muhasebeci,  
Göstergebilim, Film  
Afişleri.

**JEL Kodları:**

M40, M41, M49

**Benzerlik Oranı:**

iThenticate: %6

**ÖZ**

Başta film afişleri olmak üzere görsel içerikler, toplumsal algıları şekillendiren güçlü araçlardır. Bu çalışmada, “Hesaplaşma (The Accountant)” film afişinin göstergebilimsel analizi üzerinden, afişin toplumsal iletişimdeki rolü ve etkisi incelenmiştir. Christian Wolff karakterinin tasvir edildiği afiş hem görsel hem de yazılı unsurlarıyla dikkat çekmekte ve izleyicide derin hisler uyandırmaktadır. Afişteki renk kullanımı; koyu siyah ve mavi tonları, izleyiciye karanlık bir atmosfer sunarken, ana karakterin karmaşık psikolojik yapısını ve geçmişteki deneyimlerinin yansımalarını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda, afişteki mesajlar ve sloganlar, karakterin derin analitik becerilerinin, tehlikeli durumlarla başa çıkmayı ve riski yönetebilme yeteneğini öne çıkarmaktadır. Afişte kullanılan grafik unsurlar, yalnızca karakterin hikayesini değil, aynı zamanda toplumda muhasebe ve finans gibi mesleklerin algısına ilişkin önemli değişimleri de temsil etmektedir. Özellikle “Calculate your choices.” ve “Manage your risks.” gibi sloganlar, bireyleri ve toplumu karar verme süreçlerine yönlendirmekte ve bu süreçlerin sonuçlarını düşünmeye teşvik etmektedir. Afişin etkileyici tasarımı, izleyicileri yalnızca film hakkında bilgilendirmekle kalmayıp, aynı zamanda daha derin sosyal ve psikolojik düşüncelere itmektedir. Böylece, afişin görüntü dili ve içerik yapısı, film izleyicilerinin zihninde kalıcı bir etki yaratmakta ve toplumda finansal analizin önemini vurgulamaktadır.

**ABSTRACT**

Visual content, especially movie posters, are powerful tools that shape social perceptions. In this study, the role and impact of the poster in social communication is examined through the semiotic analysis of the movie poster “The Accountant”. The poster depicting the character Christian Wolff attracts attention with both its visual and written elements and evokes deep feelings in the viewer. The use of color in the poster; dark black and blue tones present a dark atmosphere to the viewer, while revealing the complex psychological structure of the main character and the reflections of his past experiences. At the same time, the messages and slogans in the poster highlight the character’s deep analytical skills, ability to cope with dangerous situations and manage risk. The graphic elements used in the poster represent not only the character’s story, but also important changes in the perception of professions such as accounting and finance in society. Slogans such as “Calculate your choices.” and “Manage your risks.” in particular direct individuals and society to decision-making processes and encourage them to consider the consequences of these processes. The impressive design of the poster not only informs the audience about the film, but also pushes them to deeper social and psychological thoughts. Thus, the visual language and content structure of the poster create a lasting impression on the minds of the film audience and emphasize the importance of financial analysis in society

**Received Date:**

05.02.2025

**Acceptance Date:**

08.03.2025

**Keywords**

Accounting, Accountant,  
Semiology, Movie Posters.

**JEL Codes:**

M40, M41, M49

**Similarity Rate:**

iThenticate: %6

**Atıf / Citation:** Gümüş, A. (2025). Göstergebilim ve Muhasebe: “The Accountant” Filminin Afişini Okumak. *Malatya Turgut Özal Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 57-70.

## 1. GİRİŞ

Göstergebilim (semiyotik), 1960'lı yıllardan sonra hızla gelişen; dil, kültür, iletişim, tasarım gibi çok çeşitli alanlarda uygulama alanı bulan disiplinler arası bir bilim dalıdır. Temelde, gösterge sistemlerinin anlamını ve bu sistemlerin nasıl işlediğini incelemeyi amaçlayan göstergebilim, dilsel ve görsel unsurları analiz etmeye odaklanır. Göstergebilimsel analiz, bir metinde bulunan anlamlı yapıları, göstergeler aracılığıyla çözümlenmesini içerir. Bu göstergeler; kelimeler, semboller, işaretler ve görseller gibi unsurları kapsar ve her birinin taşıdığı kültürel, ideolojik ve toplumsal anlamlar üzerinden bir çözümleme yapar. Göstergebilimde, anlamı oluşturan göstergelerin farklı düzeyleri incelenir. Bu düzeyler; dizi (sıralama), dizim (yapı) ve mecaz (simgesel anlamlar) gibi unsurlardır. Ayrıca metinler arası ilişkiler ve bir metnin bağlamına dair yapılan değerlendirmeler, göstergelerin nasıl bir anlam dünyası oluşturduğunu anlamada önemli bir yer tutar (Erkman-Akerson, 2005: 15-18). Göstergebilimsel yaklaşımlar, metnin yalnızca açık anlamlarını değil aynı zamanda alt metinlerdeki ideolojik ve kültürel anlamları da ortaya çıkarmaya yönelir. Bu bağlamda göstergebilim yalnızca dilsel analiz değil aynı zamanda toplumsal, kültürel ve politik ideolojilerin nasıl bir sembolik yapı oluşturduğunu da inceleyerek derinlemesine bir anlam çözümlemesi sunar (Bürge, 2020: 403). Göstergebilim; işaretlerin (göstergelerin) anlamlarını, bu işaretlerin nasıl iletişim kurduğunu ve toplumsal bağlamda nasıl kullanıldığını inceleyen bir bilim dalıdır. Göstergebilim, gösterge sistemlerini, yani dilsel ve görsel unsurları analiz ederek bu unsurların nasıl anlam ürettiğini ve insanlar arasında nasıl iletişim sağladığını araştırır (Keane, 2018: 65). Göstergebilim açıdan iletişim, işaret, nesne ve yorumlayıcı arasındaki etkileşim olan semiyozis süreciyle açıklanır. Amerikalı filozof ve göstergebilimci Peirce'e göre işaret, nesneden bağımsızdır ve anlam, yorumlayıcı aracılığıyla oluşur. Örneğin, bir muhasebeci için "100" sayısı yalnızca bir rakam değil, kasadaki parayı simgeleyen bir işarettir. İsviçreli dilbilimci ve göstergebilim kurucularından Saussure ise işaretin gösteren (fiziksel biçim) ve gösterilen (zihinsel kavram) olarak iki bileşeni olduğunu savunur. İletişim, bu işaretlerin bağlam ve kodlarla anlam kazanmasıyla gerçekleşir (Vasile, 2009: 1108).

Film afişleri, sosyal göstergebilimsel unsurlar olan görseller, metinler, yazı tipleri ve renkler aracılığıyla çeşitli kültürel ve ticari mesajları aktarmak için kullanılan etkili bir görsel iletişim aracıdır. Bu afişler, yalnızca bir filmi tanıtmakla kalmaz aynı zamanda izleyicilere film hakkında ipuçları sunarak onların dikkatini çekmektedir. Afiş tasarımında kullanılan temel teknikler arasında, filmin ana temasını veya odaklanılan mesajları net bir şekilde iletmek yer alır. Görsel ve metinsel öğelerin bir araya gelerek oluşturduğu bu tasarımlar, filmin içeriğini özetlerken aynı zamanda izleyici ile duygusal bir bağ kurmayı ve filmin izlenmesini amaçlamaktadır (Yin ve Hassan, 2021: 101). Afişler, medyanın insan davranışlarını yönlendirmek için kullandığı etkili bir iletişim aracıdır. Özellikle film sektörü, büyük ölçüde afişlerin dikkat çekme gücüne dayanmaktadır. İlgi çekici bir afiş, izleyicilerin filme olan merakını artırarak gişe başarısına katkı sağlayabilir. Özenle tasarlanmış afişler; oyuncu kadrosu, film teması ve olay örgüsü gibi temel unsurları etkili bir şekilde yansıtabilir. Bu nedenle tasarımcılar, filmlerine daha fazla izleyici çekmek için afişlerine yaratıcı ve dikkat çekici detaylar eklemeye yönelmektedir (Barney ve Kaya, 2019: 1).

Film afişlerinin ilk olarak ticari bir amaç güttüğü doğru olmakla birlikte, zamanla bu görseller başka önemli işlevlere de sahip olmuştur. Bir film afişinin temel işlevi, filmi tanıtmak ve izleyiciyi sinema salonuna çekmektir. Ancak afişler, yalnızca pazarlama aracı olmanın ötesine geçerek, daha derin bir kültürel ve tarihi anlam taşıyabilen sanat eserlerine dönüşmüştür. Bu bağlamda, film afişleri, izleyicinin geçmişe, o döneme ait toplumsal ve kültürel olaylara dair anılarını tetikleyen güçlü araçlar haline gelir. Bir film afişi, bazen tıpkı eski şarkıların, dinlendiğinde geçmişe dair kişisel hatıraları canlandırması gibi, bizleri belirli bir döneme, zamana veya

yaşanmışlığa geri götürür. Aynı şekilde, film afişleri de bireysel ve kolektif hafızamızda özel bir yer tutar. Bu afişler, belirli bir filmi, yönetmeni, yıldızını veya film türünü hatırlatabilir. Ayrıca, o dönemin sinema diline, stiline ve hatta toplumsal kodlarına dair izler bırakır. Bir film afişi, sadece bir filmi tanıtmakla kalmaz; aynı zamanda filmin çekildiği dönemin estetik değerlerini, kültürel iklimini ve toplumsal yapısını da yansıtır. Özellikle 20. yüzyıl, sinemanın kültürel etkisinin zirveye ulaşmış olduğu bir dönemdir. Bu dönemde, film endüstrisi yalnızca eğlence üretmekle kalmamış, aynı zamanda toplumların kimliklerini ve kültürlerini şekillendiren bir araç haline gelmiştir. Film afişleri, bu sinemasal etkilerin birer temsilcisi olarak, o dönemin estetik ve kültürel çerçevesine ışık tutar. Sinemanın tarihi, estetiği ve kültürel bağlamı, film afişleri aracılığıyla izleyiciye aktarılır ve bir anlamda geçmişe dair kolektif bir belleğin oluşturulmasına katkıda bulunur. Bu bağlamda, film afişlerinin işlevi yalnızca filmi tanıtmakla sınırlı değildir. Aynı zamanda, bir dönemin kültürel ve toplumsal izlerini taşıyan, görsel ve anlamlı bir bellek aracı haline gelir. Bu afişler, belirli bir zamanın sinemasal dili ve toplumsal ruhu hakkında bize ipuçları verir. Sinema tarihi ile birlikte film afişleri de geçmişin izlerini taşıyan önemli kültürel belgeler olarak anlam kazanır (Parmelee, 2009: 181).

Filmlerde yapımcıların mesajları genellikle doğrudan ifade edilmektense örtük bir biçimde iletilir ve bu da izleyicinin film afişlerindeki görsel ve sözel işaretleri yorumlamasını gerektirir. Film afişlerinde hem sözel (yazılı) hem de sözel olmayan (görsel) işaretlerin birlikte kullanımı, yaratıcıların iletmek istedikleri mesajı izleyiciye vurgulamak amacıyla stratejik bir araç olarak işlev görür. Afişlerdeki bu çok katmanlı işaretler, izleyicinin filme dair beklentilerini şekillendirirken, aynı zamanda izleyiciyi filmi izlemeye teşvik etmek için güçlü bir araç olarak kullanılmaktadır. Film afişlerinin esas amacı, filmi tanıtmak ve izleyiciye film hakkında bilgi sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda izleyiciyi filme çekmek ve onları izlemeye ikna etmek için çeşitli anlam üretme stratejileri sunmaktır. Bu bağlamda, film afişleri, görsel ve metinsel unsurlar aracılığıyla izleyicinin ilgisini çekmeyi ve onları sinema deneyimine teşvik etmeyi hedeflemektedir (Handayani, 2022: 94).

Film afişlerinde sözel ve görsel iletişim unsurları bulunmaktadır. Sözsüz işaretler, iletişim sürecinde önemli bir rol oynar ve genellikle renk, ses, animasyon veya görseller gibi farklı biçimlerde kendini gösterir. Bu işaretler, sözel mesajları desteklemek, vurgulamak ve hedef kitlenin ilgisini çekmek amacıyla kullanılmaktadır. Örneğin, bir film afişinde kullanılan parlak kırmızı renk, gerilim veya tehlike hissini uyandırabilirken, yumuşak mavi tonlar dinginlik ve huzuru simgeleyebilir. Benzer şekilde, müzik veya ses efektleri, bir fragmanda izleyicilere filmin türüne dair ipuçları verebilir; ürkütücü bir ses tasarımı, korku temalı bir filmin atmosferini yansıtabilir (Darmayanti, 2023: 1).

Bu araştırma, muhasebe alanında görsel materyallerin, özellikle film afişlerinin, toplumsal algı ve meslek imajı üzerindeki etkilerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Göstergebilim yaklaşımıyla, popüler kültürde muhasebeci figürünün nasıl temsil edildiği ve bu temsillerin meslek profesyonellerinin algıları üzerindeki olası yansımaları ele alınmaktadır. Araştırma, muhasebe mesleğine ilişkin medya temsillerinin mesleğin sosyal statüsüne, etik anlayışına ve kamuoyu algısına katkıda bulunmasının yanı sıra, bu temsillerin mesleki itibar ve önyargıları nasıl şekillendirdiğini de incelemektedir. Bu çalışma, muhasebe disiplinine görsel ve kültürel bir bakış açısı kazandırmayı ve bu alandaki literatürde mevcut boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

## **2. GÖSTERGEBİLİM**

Göstergebilim, (semyoloji), işaretlerin ve sembollerin anlamını ve bu anlamların nasıl iletildiğini inceleyen bir disiplindir. Göstergebilim alanında ilk çalışmaları yapan ve dil biliminin temellerini atarak bu terimi ilk ortaya koyan Fransız filozof Ferdinand de Saussure'dir. Saussure'e göre, işaret

iki ana bileşenden oluşur: gösteren ve gösterilen. Gösteren, işaretin fiziksel yönünü temsil ederken, gösterilen ise zihinsel bir kavram veya anlamı ifade eder. Örneğin, bir finansal rapor bir işaret iken, finansal oran bu işaretin gösterenidir ve finansal performansın yansıması gösterilendir. Çalışmanın konusunu oluşturan film afişlerine bakıldığında; film afişindeki resim gösteren, bunun zihnimizde çağrıştırdığı kelimeler ise gösterilendir. Örneğin, film afişindeki bir mahkeme salonu gösteren, çağrıştırdığı kelimeler ise; suç, ceza ve adalet olabilir.

Saussure, işaretlerin anlamını paradigmatik (dikey) ve sintagmatik (yatay) ilişkiler aracılığıyla yapılandırdığını belirtir. Paradigmatik ilişkiler, işaretlerin diğerlerinden ayırt edilmesini sağlarken, sintagmatik ilişkiler işaretlerin bağlam içindeki ilişkilerini tanımlar. Saussure, bu ilişkileri bina direklerine benzetmiştir; direkler, binanın yapı unsurlarıyla yatay ve dikey bağlantıları kurarak anlam oluşturur (Susen, 2018).

Roland Barthes, Saussure'ün düşüncelerini geliştiren ve eleştiren önemli bir göstergebilim yazarıdır. Barthes, gösteren kavramını "biçim", gösterilen kavramını ise "kavram" terimiyle ifade eder. Barthes, Saussure'ün işaret modelini iki farklı düzeyde ele alır: birincil işaret düzeni (gösterim) ve ikincil işaret düzeni (çağrışım). İkincil düzeyde, mit kavramını öne çıkarır ve mitlerin ideolojik anlamları yaymak için kullanıldığını savunur. Barthes ayrıca fotoğrafın görsel bir işaret olarak taşıdığı mesajı iki türlü kodlamaya ayırır: göstergesel anlam (kamera tarafından yakalanmış görüntüler) ve çağrışımsal anlam (sosyo-kültürel bağlama dayanan mesajlar). Çağrışımsal anlam, bir görüntünün üretim sürecine bağlı olarak daha ideolojik bir boyut kazanır (Pujingsih, 2020: 91).

### **2.1. Göstergebilim, Düz Anlam ve Yan Anlam**

Düz anlam, bir göstergenin doğrudan ve nesnel olarak algılanan anlamını ifade eder; bu, gösterilenin tam olarak ne olduğunu belirtir. Buna karşılık, yan anlam daha soyut ve dolaylı bir boyuta sahiptir; bu anlam, göstergeye eklenen kültürel, ideolojik veya duygusal katmanları içerir. Göstergebilim, bu iki anlam düzeyini çözümleyerek yalnızca yüzeydeki anlamı değil, aynı zamanda derinlemesine toplumsal, kültürel ve bireysel değerlerle şekillenen anlam katmanlarını da incelemektedir. Bu yaklaşım, dilsel ve sembolik unsurların toplum içinde nasıl bir anlam yapısı oluşturduğunu ve bireylerin bu anlamları nasıl algıladığını anlamaya yönelik bir çaba sergilemektedir (Bürge, 2020: 403). Guiraud'un belirttiği gibi, düz anlam daha çok bilimsel alanlarla ilişkilendirilirken yan anlam sanatlarla özdeşleşmektedir. Örneğin, bir çiçek fotoğrafı düz anlamda yalnızca bir çiçek olarak algılanırken, yan anlamda sevgi veya saygı gibi duygusal çağrışımlara neden olabilir. Yan anlamın farklı kültürlerde değişkenlik göstermesi de mümkündür; örneğin, "domuz" kelimesi Müslümanlar için olumsuz bir anlam taşırken, Hristiyanlar için nötr veya olumlu bir anlam ifade edebilir. Bu durum, yan anlamın kültürel ve bireysel bağlamlara göre nasıl farklılık gösterebileceğini açıkça ortaya koymaktadır (Değerli, 2021: 182).

### **2.2. Roland Barthes ve Düz Anlam-Yan Anlam**

Roland Barthes, gösterge teorisinde "gösteren" (signifier) ve "gösterilen" (signified) kavramları ile birlikte düz anlam (denotasyon) ve yan anlam (konotasyon) aracılığıyla metinlerin ve imgelerin nasıl anlam oluşturduğunu açıklamaya çalışmıştır. Barthes'a (2009; 24-60) göre, gösteren, bir nesne veya kavrama işaret eden fiziksel form, yani işaret iken; gösterilen, gösterenin akla getirdiği kavram veya anlam olarak tanımlanmaktadır.

Ayrıca Barthes, düz anlamı, gösterge düzeyinde nesne veya kavramın temel, açık ve doğrudan anlamı şeklinde ifade ederken; yan anlamı ise daha derin, kültürel ve kişisel anlam katmanları olarak tanımlamış, bu bağlamda yan anlamın toplumdan topluma ve bireyden bireye değişiklik

gösterebileceğini belirtmiştir (Bircan, 2015: 20). Örneğin Barthes'in görüşlerine göre "elma" kelimesine bakıldığında;

- **Gösterilen:** Fiziksel bir elma (bir meyve).
- **Gösteren:** "Elma" kelimesi.
- **Düz anlam:** Elma, yuvarlak, genellikle kırmızı, yeşil veya sarı olan bir meyvedir.
- **Yan anlam:** Elmanın sağlıklı yaşamı, bilgiye ulaşmayı (örneğin, "bilgi ağacındaki elma" ifadesi) simgeleyebileceği gibi, aynı zamanda ünlü bir teknoloji markasını veya Isaac Newton'un yerçekimi kanununu keşfetmesine neden olan meyve olarak da algılanabilir. Ayrıca kültürel bağlamlarda elma, "cennet meyvesi" veya "günah" ile ilişkilendirilmektedir.

Barthes, bu iki düzeyi kullanarak anlamın nasıl inşa edildiğini vurgulamaktadır. Her gösterge, hem düz anlamda objektif bir bilgi sağlarken hem de yan anlamda zengin ve katmanlı bir yorumlama alanı sunmaktadır. Bu bağlamda, Barthes'in düşünceleri, metinlerin ve imgelerin çok boyutlu olduğunu ve bu çok katmanlılığın anlam yaratımında önemli bir role sahip olduğunu göstermektedir.

### 2.3. Göstergibilim ve Renkler

Herman Cerrato'nun "The Meaning of Colors" adlı makalesi, renklerin anlamlarını ve bu anlamların insanlar üzerindeki psikolojik etkilerini ele almaktadır. Makalede, farklı renklerin kültürel, duygusal ve sembolik bağlamları açıklanmaktadır. Renklerin bireyler üzerinde farklı duygular uyandırdığı ve bu durumun sosyal, ticari ve kişisel iletişimde önemli bir rol oynadığı vurgulanmıştır.

Herman Cerrato'ya göre renklerin anlamları (Cerrato, 2012) şu şekildedir;

- **Kırmızı:** Enerji, tutku ve tehlike ile ilişkilendirilir. Aynı zamanda güç ve aşkın simgesi olarak da görülür.
- **Mavi:** Huzur, güven ve sadakati temsil eder. Soğukkanlılık ve dinginlik hissi uyandırır.
- **Sarı:** Mutluluk, enerji ve yaratıcılığı çağırır. Bununla birlikte, aşırı kullanımda rahatsızlık verici olabilir.
- **Yeşil:** Doğa, sağlık ve büyümeyi simgeler. Denge ve yenilenme duygusu yaratır.
- **Siyah:** Güç, zarafet ve gizemle bağlantılıdır. Aynı zamanda üzüntü ve otoriteyi temsil eder.
- **Beyaz:** Sahlık, masumiyet ve temizliği ifade eder. Ayrıca minimalizm ve sadelikle ilişkilendirilir.

Herman Cerrato makalesinde, renklerin kullanımının ticari tasarımlarda ve günlük yaşamda insanların algılarını nasıl şekillendirdiğini de tartışır. Örneğin, kırmızının dikkat çekici bir özelliği olduğu için reklamcılıkta sıkça tercih edildiği belirtilir. Cerrato, renklerin anlamlarının kültürel bağlamlara göre değişiklik gösterebileceğini ve bu durumun tasarımcılar ile pazarlamacılar için dikkate alınması gereken bir faktör olduğunu ifade eder.

### 3. LİTARATÜR

Davison (2007) çalışmasında, Barthes'ın La chambre claire adlı eserine dayanarak hesap verebilirlik ifadelerindeki fotoğrafları analiz etmek için bir model geliştirmiş ve Oxfam'ın 2003/2004 yıllık raporunun ön kapağındaki fotoğrafın hesap verebilirlik bağlamında nasıl iletişim kurduğunu incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmacı, Barthes'in La chambre claire (Camera Lucida) adlı eserinde ortaya koyduğu Studium (rasyonel kodlar) ve Punctum (duygusal, kişisel

etki) kavramlarını analiz yapan araştırmacı, Oxfam'ın faaliyetlerinin karmaşıklığını ve fotoğrafların duygu uyandıran yönlerini ortaya koymuştur. Çalışmada, hesap verebilirlik literatüründe fotoğrafların rolünü vurgulamaya çalışılmış, muhasebe araştırmacıları ve uygulayıcılar için fotoğrafların sayılar ve kelimelerle iletilen bilgileri nasıl vurguladığı ve tamamladığını anlamalarına yardımcı olabileceği belirtilmiştir.

Davison (2011) çalışmasında, Barthes'ın muhasebe iletişimi araştırmalarına etkisini ve potansiyelini incelemeyi amaçlamış, ayrıca Barthes'ın ilkelerini profesyonel muhasebeciliğin görsel imgelerine uygulamıştır. Çalışmada, Barthes'ın yapısalcı ve post-yapısalcı dönemleri ışığında muhasebe iletişimi analiz edilmiş ve bir İngiltere muhasebe firmasının yıllık rapor kapaklarının görsel imgeleri göstergebilim açısından yorumlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, Barthes'ın çalışmalarının muhasebede yeterince kullanılmadığını, ancak bu yaklaşımların muhasebeyi sanat ve bilim olarak anlamlandırmada önemli katkılar sunduğunu tespit etmiştir.

Chen ve Gao (2013) çalışmalarında, bilgi çağındaki multimedya ve bilgisayar teknolojilerinin gelişimi ile birlikte, kitle iletişiminde dilin egemen rolünün görüntü, ses ve eylem gibi diğer göstergebilimsel kaynaklar tarafından sorgulandığını ifade etmektedir. Bu bağlamda, farklı modalitelerin etkileşimiyle oluşturulan bütünleşik anlamı açıklamak için yeni gramerlerin geliştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Çalışma, Sistemik-Fonksiyonel Dilbilim temelinde teorik olarak şekillenen çok modlu söylem analizi (MDA) teorisini ele almakta ve Kress ve van Leeuwen'in görsel tasarım gramerinden yararlanarak film afişleri için bir MDA modeli oluşturmayı amaçlamaktadır. Nitel ve yorumlayıcı bir yaklaşım benimseyen bu çalışma, modelin uygulanabilirliğini test etmeye ve modelin uygulanmasındaki anahtar unsurları belirlemeye yönelik derinlemesine bir tartışma sunmaktadır. Araştırmacılar, Sistemik-Fonksiyonel Dilbilim uygulama alanını genişletmeyi ve film afişlerinin söylem analizinde bir boşluğu doldurmayı hedeflemiştir.

Çeken ve Arslan (2016) çalışmalarında, insanlığın tarih boyunca kendini ifade ettiği dilleri ve bunun zamanla nasıl evrildiğini ele alarak, teknolojik gelişmelerle birlikte görsel kültürün ortaya çıktığını, bu durumun yeni görsel iletişim yöntemlerini de beraberinde getirdiğini ifade etmişlerdir. Araştırmada, rastgele seçilen "Birleşen Gönüller" filminin afişinin göstergebilimsel olarak incelendiğini ve afişteki imgelerin arkasındaki anlam yapılarının nasıl oluşturulduğunu ve nasıl iletildiğini incelemiştir.

Boztaş (2017) çalışmasında, grafik tasarımın görsel iletişim aracı olarak kitlelere bilgi ya da mesaj iletme işlevini ele almıştır. Afiş tasarımının, geçmişten günümüze önemli bir iletişim aracı olduğu ve sosyal konulara dikkat çekmek için kullanıldığı vurgulanmaktadır. Özellikle organ bağı gibi toplumsal konularda farkındalık yaratma amacıyla tasarlanan afişlerin, göstergebilim yöntemleriyle incelendiği ifade edilmektedir. Çalışma, tasarımcıların organ bağı konusundaki yaratıcı süreçlerini ve görsel dili nasıl kullandıklarını analiz ederek, grafik tasarımcılara ve eğitim alan kişilere değerli bilgiler sunmayı hedeflemektedir.

Oruç ve Türkay (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Türkiye tanıtım afişlerinin göstergebilimsel analizi yapılmış ve bu afişlerdeki görsel ve metinsel unsurların iletildiği anlamlar çözümlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın temel amacı, Turizm Tanıtma Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan ve "Home of Turkey" konseptiyle sunulan 75 tanıtım afişini inceleyerek, bu afişlerin sunduğu mesajların göstergebilimsel yaklaşımla açıklanmasıdır. Çalışmada Peirce, Barthes ve Greimas'ın göstergebilimsel modelleri kullanılarak afişlerdeki görsel unsurların ve metinlerin nasıl anlam üretip iletildiği ortaya konulmuştur. Sonuçlar, afişlerde deniz turizmi başta olmak üzere, kültür turizmi, inanç turizmi, kış turizmi, golf turizmi, balon turizmi ve doğa turizmi gibi alternatif turizm türlerinin ön plana çıktığını göstermektedir. Ayrıca, Türk kültürüne özgü

unsurlar, özellikle yeme-içme, el sanatları ve geleneksel değerler sıklıkla vurgulanmıştır. Göstergebilimsel analizler, afişlerde misafirperverlik, hoşgörü, modernizm, geleneksellik ve doğu-batı sentezi gibi temaların bir bütünlük içinde sunulduğunu ve bu unsurların izleyicilere güçlü kültürel mesajlar iletmek amacıyla kullanıldığını ortaya koymuştur.

Pujiningsih, Prastiti, ve Larasati (2020) çalışmalarında, göstergebilim yaklaşımlar kullanarak muhasebede araştırma yapma konusunda pratik rehberlik sunmayı amaçlamışlardır. Çalışma, de Saussure, Roland Barthes ve Jean Baudrillard'ın göstergebilim kavramlarının karşılaştırılmasıyla başlayıp, veri seçimi, analiz teknikleri ve sonuç tartışmalarını içeren yöntemsel bir çerçeve sunmuşlardır. Çalışmanın sonucunda, Saussure'un temel kavramları, Barthes'ın mit ve çağrışım yaklaşımları ve Baudrillard'ın simulakrum ile hipergerçeklik teorilerinin muhasebede uygulanabilirliğini tespit etmişlerdir.

Persada (2020) çalışmasında, 2019 yapımı Gundala filminin afişinin görsel anlamını göstergebilim yöntemiyle analiz etmiştir. Araştırmacı, afişteki görsel öğelerin denotasyon (gösterilen anlam) ve konotasyon (çağrıştırılan anlam) düzeylerinde çözümleme yaparak, izleyicilerin afişin taşıdığı anlamları daha iyi anlamalarını sağlamaya çalışmıştır.

Değerli (2021) çalışmasında, "Fake News" temasıyla 2020 yılında ödül alan üç afişi inceleyerek bu afişlerin göstergebilimsel analizini gerçekleştirmiştir. Çalışmasında, Ferdinand de Saussure ve Roland Barthes'ın teorileri çerçevesinde "gösteren", "gösterilen" ve "gösterge" kavramları üzerinde durarak afişlerin anlam yapılarını irdelemiştir. Araştırmanın sonuçları, afişlerin minimalist tasarımlarının, renk kullanımındaki etkinliğin ve metaforik ile metonimik öğelerin ustaca kullanımının, mesajın hızlı ve etkili bir şekilde iletilmesini sağladığı; ayrıca afişlerin uluslararası düzeyde anlaşılabilirlik sunduğu ve psikolojik etki yarattığını ortaya koymuştur.

Utami ve Setia (2021) çalışmasında, "Shutter Island" film afişindeki semiotik işaretlerin anlamını belirlemeyi amaçlamışlardır. İnternet ortamında "Shutter Island" filminin afişlerini toplayan araştırmacılar; Saussure'un işaret ve (1974) gibi semiotik teorilerin yanı sıra, Wierzbicka'nın (1996) renk terimleri teorisi Dyer'in (1986) görsel ve dilsel unsurlar teorisi ile afişlerin dilsel ve görsel unsurlarını belirlemeye yönelik nitel araştırma yöntemini kullanmışlardır. Çalışmanın sonuçları göre, "Shutter Island" film afişinde dilsel ve görsel yönlerin olduğunu ortaya koymuşlardır. Dilsel yön, başlık ve film karakteri hakkında bilgi sunan metinleri içerirken; görsel yön, izleyiciye adanın mahkumiyet hissini veren renk ve görsellerin olduğunu belirlemiştir.

Handayani ve arkadaşları (2022) yaptıkları çalışmada, Scream film afişlerindeki sözel ve sözel olmayan işaretleri analiz etmeyi hedeflemişlerdir. Araştırmalarında nitel araştırma yöntemini benimserken, sözel ve sözel olmayan işaretleri incelemek için Saussure'ün göstergebilim teorisini, anlam analizi için ise Barthes ve Cerrato'nun teorilerini kullanmışlardır. Elde ettikleri bulgular sonucunda, Scream film afişlerinde sekiz sözel ve beş sözel olmayan işaret tespit etmişlerdir.

Yemencioğlu (2022) çalışmasında, Amerika Birleşik Devletleri'nin Birinci Dünya Savaşı sırasında hazırladığı "I Want You For U.S. Army" afişinin dilsel ve görsel şifrelerini Saussure, Peirce ve Barthes'ın göstergebilim yöntemleriyle analiz etmiştir. Afişin, dönemin siyasi, ekonomik ve kültürel değerlerini yansıttığını, propaganda aracı olarak ideoloji aşlamak amacıyla semboller ve görseller kullandığını ortaya koymaktadır. Göstergebilimsel açıdan, afişteki dilsel unsurların ve ikonların algıyı yönetmedeki önemli rolüne vurgu yapılmaktadır.

Cahyani, Santika ve Ariyaningsih (2022) çalışmasında, Despicable Me film serisine ait dört afişin arka planındaki anlamlarını ve mesajlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma verilerini, Pinterest gibi görsel içerik paylaşım platformundan elde etmişlerdir. Semiotik işaretlerin anlamını keşfetmek için Barthes'ın (1977) anlam teorisi ve Wierzbicka'nın (1996) renk anlamı teorisi

kullanmışlardır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada sonucunda, afişlerdeki semiotic işaretlerin film hakkında hikaye, tema ve karakterle ilgili daha fazla bağlam sunduğunu ortaya koymuşlardır. Sonuç olarak, afişlerin planında yatan mesajların filmin temsilini zenginleştirdiği belirtilmiştir.

Nurwanti (2024) çalışmasında, "Ipar adalah Maut" film afişindeki semiotik unsurları incelenmiştir. Araştırmacı; Saussure'ün göstergebilim teorisini, Darmaprawita'nın renk teorisini ve Barthers'ın gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki kavramları çalışmaya dahil ederek nitel bir analiz kullanılmıştır. Çalışma, görsel iletişimin ve sembollerin izleyici üzerindeki etkisini anlamak için göstergebilimsel yaklaşımların önemini ortaya koymakta, film afişlerinin izleyici algısını nasıl şekillendirdiğini ve anlam oluşturma süreçlerini vurgulamaktadır.

#### **4. GÖSTERGEBİLİM VE MUHASEBE İLİŞKİSİ**

Muhasebe, sayılar ve finansal raporlar aracılığıyla ekonomik gerçekliği temsil eden bir dil olarak düşünüldüğünde, göstergebilim bu disiplinin analizinde güçlü bir araç haline gelir. Bir muhasebeciyi konu alan film afişi de bu bağlamda, muhasebenin yalnızca teknik bir süreç değil aynı zamanda toplumsal ve kültürel anlamlar üreten bir pratik olduğunu gösteren işaretler barındırır. Örneğin, bir afişte hesap makinesi, finans tabloları veya kalem gibi nesnel muhasebenin nesnel yönünü vurgularken, gölgeler, renk kullanımı veya karakterin yüz ifadesi, mesleğin algılanan etik, sorumluluk veya zorluk yönleri hakkında izleyiciye mesajlar iletebilir. Bu bağlamda göstergebilimsel analiz, film afişinin muhasebeci figürüne yüklediği anlamları, mesleğin toplumdaki temsilini ve izleyiciyle nasıl bir etkileşim kurduğunu anlamamıza yardımcı olur. Muhasebe bilgilerinin bilgi kullanıcıları tarafından beklendiği ve yalnızca olduğu gibi alınmayıp işlenip yorumlanacağı gerçeği, muhasebenin göstergebilimini gösterir (Vasile, 2009: 1107). Muhasebenin göstergebilim açıdan incelenmesi, finansal raporların yalnızca bilgi aktaran araçlar olmadığını, aynı zamanda anlam üreten göstergeler olduğunu gösterir. Saussure, işaretlerin gösteren (biçim) ve gösterilen (anlam) olarak ikiye ayrıldığını ifade eder. Örneğin, finansal rapor bir gösteren iken finansal performansın yansıması gösterilendir. Barthes, Saussure'ün modelini geliştirerek, finansal tabloların yalnızca gerçekliği yansıtmakla kalmayıp mitler ve ideolojiler oluşturduğunu öne sürer. Örneğin, finansal raporlarda kullanılan fotoğraflar ve grafikler, kurumsal güvenilirlik ve sürdürülebilirlik algısını destekleyebilir. Baudrillard ise finansal tabloların simülakruma dönüşebileceğini, yani gerçeği temsil etmek yerine kendi başına bir gerçeklik yaratabileceğini savunur. Bu bağlamda, semiotik yaklaşımlar muhasebenin yalnızca teknik bir araç olmadığını aynı zamanda ekonomik ve sosyal anlamları şekillendiren bir sistem olduğunu ortaya koymaktadır (Pujiningsih vd., 2020; 91).

Çalışmanın konusu olan muhasebeci filmlerinin afişlerini göstergebilimsel bir bakış açısıyla analiz etmek, muhasebenin görsel kültürünü ve toplumsal anlamlarını daha derinlemesine anlamayı sağlayabilir. Göstergebilim, metinleri çözümleme sürecinde hem muhasebe verilerini hem de bunların kültürel anlamlarını belirlemek için etkili bir yöntem sunmaktadır. Göstergebilim analizinde, metinler genellikle iki grupta incelenir: birincisi, kelimeler veya işaret sistemleriyle ilişkili metinlerin sistematik olarak analiz edilmesidir, ikincisi ise anlatım ve dil yapılarının analizidir. Muhasebe bağlamında, finansal raporlar, kurumsal stratejik planlar ve muhasebeci filmlerinin afişleri gibi metinler, göstergebilim araştırma için uygun veri kaynaklarıdır. Örneğin, Saussure'ün göstergebilim teorisine analiz edilen bir muhasebe filmi afişinde, gösteren (afişin fiziksel görüntüsü) ile gösterilen (filmdeki muhasebe temalarına veya toplumsal mesajlara dair zihinsel kavramlar) arasındaki ilişkiyi incelemek, film afişlerinin izleyiciye ilettiği mesajın anlaşılmasına yardımcı olabilecektir. Bu tür bir analiz hem muhasebenin pratiklerinin hem de bu pratiklerin toplumsal algılarla nasıl etkileşime girdiğinin belirlenmesinde önemli rol oynar. Ayrıca, Barthes'ın mitolojik analizinden faydalanarak, muhasebeci filmlerindeki görsellerin ve



sembollerin ideolojik ve kültürel mesajları nasıl taşıdığını çözümleyebiliriz. Örneğin, bir afişte kullanılan finansal grafikler veya muhasebeci figürleri, sadece teknik anlamlar taşımakla kalmaz aynı zamanda toplumsal imajları ve ideolojik mesajları da yansıtır. Bu sayede göstergebilim analiz, muhasebenin hem bir dil hem de bir toplumsal iletişim aracı olarak nasıl işlediğini daha geniş bir perspektiften incelemeye olanak tanır (Pujiningsih vd., 2020; 93).

## 5. YÖNTEM

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, veriler göstergebilimsel analiz tekniği ile incelenmiştir. Araştırmada, Roland Barthes'in göstergebilim yaklaşımı temel alınarak Muhasebeci filminin afişi analiz edilmiştir. Barthes'in göstergebilimsel çözümlemesi, göstergelerin iki düzlemde (düzanlam ve yananlam) ele alınmasını öngörmektedir. Bu bağlamda, afişte yer alan görseller, metinler ve semboller önce düzanlam düzeyinde (görselde doğrudan görünen unsurlar) incelenmiş, ardından yananlam düzeyinde (kültürel, ideolojik ve mitolojik anlamlar) yorumlanmıştır.

Çalışmada ayrıca, afişin renk kompozisyonunun psikolojik etkilerini değerlendirebilmek adına Herman Cerrato'nun "The Meaning of Colors" adlı çalışmasından yararlanılmıştır. Cerrato'nun renklerin anlamları ve insan psikolojisi üzerindeki etkilerine ilişkin kavramsal çerçevesi, afişte kullanılan renklerin izleyici üzerindeki algısal ve duygusal etkilerini analiz etmede temel oluşturmuştur.

Araştırma kapsamında, Barthes'in göstergebilimsel modeline uygun olarak, afişte yer alan gösteren ve gösterilen unsurlar belirlenmiş, bunların oluşturduğu gösterge bağlamında ideolojik ve kültürel anlamlar çözümlenmiştir. Ayrıca, renk analizinin etkisini artırmak adına afişte kullanılan renkler, Cerrato'nun yaklaşımı doğrultusunda değerlendirilmiş ve renklerin temsili anlamları bağlamında yorumlanmıştır.

Çalışmada Muhasebeci filminin afişi hem Barthes'in göstergebilim yöntemi hem de renklerin psikolojik etkilerini ele alan yaklaşımlar çerçevesinde çok katmanlı bir analizle ele alınmıştır. Araştırma, görsel öğelerin kültürel ve ideolojik bağlamda nasıl anlam kazandığını ve izleyici üzerindeki olası etkilerini açıklamayı amaçlamaktadır.

## 6. HESAPLAŞMA (THE ACCOUNTANT) FİLM AFİŞİ

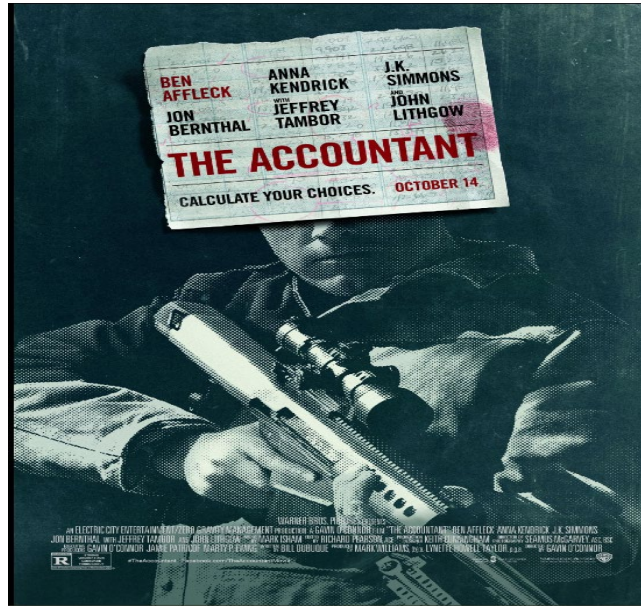
Hesaplaşma (The Accountant) Filminin özetine bakıldığında, filmde Christian Wolff, doğuştan otizm spektrumunda yer alan bir birey olarak sıra dışı matematik yeteneklerine sahiptir. Bu üstün becerileri, ilerleyen yıllarda kendisini muhasebe alanında profesyonel bir kariyere yönlendirmiştir. Ancak Wolff, geleneksel bir muhasebeci kimliğinin ötesine geçerek, çeşitli suç örgütlerine finansal danışmanlık yaparak geçimini sağlamaktadır. Çocukluk yıllarında, babasının yönlendirmesiyle aldığı kapsamlı askeri eğitim, ileride karşılaştığı zorluklar karşısında ona hayatta kalma ve mücadele etme gücü kazandırmıştır.

Filmde Wolff, bir teknoloji şirketinin muhasebe kayıtlarında dikkat çekici bir hatayı tespit eder. Ancak bu keşif, onu yalnızca finansal bir analizin ötesine taşıyarak, tehlikeli bir olaylar zincirinin merkezine yerleştirir. Hem kendi hayatını hem de çevresindekilerin güvenliğini tehdit eden bu durum, Wolff'un zekası, analitik düşünme yeteneği ve aldığı eğitimle üstesinden gelmeye çalıştığı bir mücadeleye dönüşür. Bu süreç, onun karmaşık karakter yapısını ve geçmişteki deneyimlerinin bugünkü eylemlerine etkisini gözler önüne serer.

**Tablo 1: Barthes'in düz anlam (denotation) ve yan anlam (connotation) kavramlarına göre "The Accountant" filminin afişini**

Düz Anlam (Denotation)	Düz Anlam (Denotation)	Yan Anlam (Connotation)
Üstteki oyuncu isimleri	Ben Affleck, Anna Kendrick, J.K. Simmons, Jon Bernthal, Jeffrey Tambor, John Lithgow	Ünlü oyuncuların yer alması, filmin yüksek bütçeli ve profesyonel bir yapım olduğunu ima eder.
Filmin adı: "The Accountant"	Filmin başlığı büyük harflerle gazete kağıdına yazılmış.	"Muhasebeci" kelimesi sıradan bir meslek izlenimi verse de gazete kağıdındaki vurgu, karakterin sıra dışı yönüne dikkat çekmektedir
Slogan: "Calculate your choices"	"Seçeneklerinizi hesaplayın" sloganı yer alıyor.	Karakterin zeki, stratejik ve analitik bir düşünce yapısına sahip olduğunu ima eder. Riskli ve kritik kararlarla dolu bir hikâye mesajı verdiği düşünülebilir.
Gazete kağıdındaki kırmızı leke	Gazetenin üzerinde kırmızı (kan lekesi gibi) bir iz var.	Şiddet, tehlike ve ölüm çağrışımları. Karakterin sıradan bir muhasebeciden fazlası olduğu, şiddetle iç içe bir hayat sürdürdüğü kanaatine varılabilmektedir.
Tüfek tutan karakter figürü	Elinde keskin nişancı tüfeği olan bir insan.	Güç, tehlike ve aksiyon. Karakterin suikastçı ya da eğitilmiş bir savaşçı olabileceği anlamı taşır.
Karakterin yüzünün gizlenmesi	Karakterin yüzü gazete kağıdıyla kapatılmış. Yüzü görünmüyor.	Gizem, kimlik saklama ve anonimlik. Karakterin sırlarla dolu bir yaşam sürdürdüğüne işaret eder.
Karanlık ve gölgeli atmosfer	Afişte koyu tonlar ve gölgeler hâkim.	Gerilim, tehdit ve karanlık bir hikâye atmosferi. Filmin ciddi ve karmaşık olaylara odaklandığını ima eder.
Oyuncu isimlerinin dizilimi	Oyuncu isimleri afişin üst kısmında büyük harflerle belirtilmiş.	Filmin meşhur oyuncularına vurgu yapılarak, filmi seyirciye çekici hale getirilmeye çalışılmış.
Tarih: "October 14"	Filmin çıkış tarihi: 14 Ekim.	Filmin ne zaman vizyona gireceği konusunda bilgi veriyor.

Afişin üzerindeki görsel unsurlar incelendiğinde afiş, seyirciyi filme çekmek için çeşitli unsurlardan oluşmaktadır. Bu unsurlardan en önemlileri; oyuncu isimleri, filmin deki gerilim ve merak olduğu göze çarpmaktadır.



**Şekil 1: Hesaplaşma (The Accountant) Film Afişi**

**Kaynak:** [https://www.imdb.com/title/tt2140479/media\\_viewer/rm2420089345/](https://www.imdb.com/title/tt2140479/media_viewer/rm2420089345/)

## Afiş Analizi:

### 1. Siyah

- **Gösteren (Afişteki Kullanımı):** Afişte arka planın ağırlıklı olarak siyah ve koyu tonlarda olması.
- **Gösterilen (Anlam):** Siyah, filmin gizemli ve karanlık atmosferini vurgular. Aynı zamanda Christian Wolff'un (Ben Affleck) gizemli ve sırlarla dolu hayatını simgeler. Siyahın otorite ve güçle bağlantısı, karakterin askeri eğitim geçmişi ve tehlikeli dünyasındaki hakimiyetini temsil eder.

### 2. Mavi

- **Gösteren:** Christian Wolff'un üzerindeki kıyafette kullanılan koyu mavi tonlar ve genel soğuk renk paleti.
- **Gösterilen:** Mavi, karakterin soğukkanlı ve analitik kişiliğini temsil eder. Aynı zamanda muhasebe ve matematik gibi sistematik düşünmeyi gerektiren alanlardaki hakimiyetini ima eder. Mavi ayrıca filmin güvenilirlik ve kontrol temasını destekler.

### 3. Kırmızı

**Gösteren:** Afişin belirli bölgelerinde, özellikle yazı tiplerinde ve logoda kırmızının kullanımı.

- **Gösterilen:** Kırmızı, filmin tehlike ve aksiyon unsurlarını vurgular. Karakterin suç örgütleriyle bağlantısını ve hayatında sürekli var olan riskleri simgeler. Kırmızı aynı zamanda filmdeki tutkuyu, güç mücadelelerini ve yoğun duygusal anları da ima eder.

### 4. Beyaz

- **Gösteren:** Afişte kullanılan yazıların bazılarında ve belirgin ışık efektlerinde beyaz tonların tercih edilmesi.
- **Gösterilen:** Beyaz, karakterin zekasının ve analitik becerilerinin saf bir şekilde ön plana çıkarılmasını ima eder. Aynı zamanda doğruluğu ve netliği arayışını, yani muhasebedeki hataları çözme görevini temsil eder.

### 5. Yeşil ve Sarı

- **Gösteren:** Bu renkler afişte belirgin olarak kullanılmamıştır. Ancak eksikliği, hikâyenin mutluluk veya yenilenme gibi pozitif unsurlara değil, gerilim ve karanlık temalara odaklandığını gösterir.

Afişteki renkler, filmin karanlık ve gerilim dolu temasını destekleyen bir görsel dil oluşturur. Siyah ve mavi, karakterin ciddi ve gizemli yapısını, kırmızı ise aksiyon ve tehlikeyi ön plana çıkarır. Cerrato'nun renk teorisi açısından değerlendirildiğinde, afişteki renk seçimi filmin temel hikayesini ve ana karakterin duygusal dünyasını etkili bir şekilde yansıtmaktadır.

"Hesaplaşma (The Accountant)" film afişi, görsel sanatların toplumsal etkilerini anlamak için güçlü bir örnek teşkil etmektedir. Afişin üzerinde kullanılan göstergebilimsel unsurlar, bireylerin toplumsal algısını şekillendirmekte ve belirli mesajlar iletmekte önemli bir rol oynamaktadır. Christian Wolff karakterinin tasvirinde kullanılan karanlık ve gizemli renk paleti, izleyicinin karakterin içsel dünyasını ve yaşadığı çatışmaları algılamasına yardımcı olurken, aynı zamanda muhasebe mesleğinin toplumdaki karşılığına dair derin bir sorgulama sürecine de yol açmaktadır.

Afişteki renklerin detaylı analizi, izleyicilere sunduğu mesajların çok katmanlı yapısını açığa çıkarmaktadır. Örneğin, siyah renk karakterin gizem dolu geçmişini temsil ederken, mavi renk

analitik düşünme yeteneğini simgeler. Kırmızı, karakterin içinde bulunduğu tehlike ve risk durumunu vurgularken, beyaz ve diğer renklerin eksikliği de filmin gerilim ve karanlık unsurlara odaklandığını gösterir. Bu şekilde, afiş izleyiciye sadece bir film izleme deneyimi sunmakla kalmayıp, aynı zamanda finansal ve sosyal risklerin toplum üzerindeki etkilerine dair bir bilgilendirme de yapmaktadır.

Görsel iletişimin toplumsal algıyı şekillendirmedeki rolü, "Hesaplaşma" film afişi üzerinden daha da net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Film, muhasebe ve finans mesleğini temsil eden bir karakterle derinlemesine bir anlatım sunduğundan, izleyicilerin bu alana dair algısını değiştirme potansiyeline sahiptir. "Calculate your choices." gibi sloganlar, aynı zamanda seyircileri bilinçlendirmeyi ve karar alma süreçlerini sorgulamayı teşvik eder.

## 7. SONUÇ

Bu çalışma, muhasebe ve göstergebilim arasındaki ilişkiyi inceleyerek, muhasebeci temalı bir film afişinin toplumsal ve mesleki anlamlarını ortaya koymuştur. The Accountant film afişi, muhasebenin yalnızca teknik bir disiplin olmadığını, aynı zamanda kültürel ve ideolojik anlamlar taşıyan bir gösterge sistemi içinde değerlendirilebileceğini göstermektedir. Saussure'ün gösteren ve gösterilen kavramlarıyla, afişteki görsel ve dilsel unsurların anlam katmanları çözümlenmiş, Barthes'ın mit çözümlenmesiyle ise afişin muhasebe mesleğine dair oluşturduğu söylemler analiz edilmiştir. Renkler, sloganlar ve karakter tasvirleri, muhasebeci figürünün toplumsal algısını şekillendirirken, finansal analiz ve karar verme süreçlerinin bireysel ve kurumsal düzeyde nasıl temsiller kazandığı da tartışılmıştır. Çalışma, muhasebe alanında görsel materyallerin incelenmesine katkı sağlamakla birlikte, film afişleri gibi kitle iletişim araçlarının meslek algısını nasıl dönüştürebileceğini göstermektedir. Gelecekteki araştırmalar, muhasebe mesleğinin farklı kültürel ve tarihsel bağlamlardaki temsillerini genişletmek amacıyla daha çeşitli görsel medya içeriklerini analiz edebilir.

"Hesaplaşma" film afişi sadece bir reklam aracı değil, aynı zamanda toplumda finansal algıyı şekillendiren önemli bir iletişim aracıdır. Bu afiş, toplumsal değerlerin ve mesleklerin algılarını değiştirme kapasitesine sahip bir görsel dildir. Film afişleri, izleyicilere derinlemesine düşünme fırsatı sunarak, sosyal ve ekonomik konulara dair daha geniş bir perspektif kazandırmalı; bu sayede bireylerin karar alma süreçlerinde daha etkili bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, yarının bireylerinin eğitiminde ve bilinçlendirilmesinde görsel iletişimin ve film afişlerinin kullanımı daha fazla önem kazanacaktır.

Film afişlerinin toplumsal etkisini artırmak ve muhasebeci mesleğine daha olumlu bir bakış açısı yansıtmak için, yapımcıların ve grafik tasarımcıların daha bilinçli stratejiler geliştirmesi mesleğin tanınırlığına katkı sunacaktır. Özellikle, muhasebe gibi analitik ve teknik bir mesleğin insan ilişkileri, etik değerler ve toplumsal fayda açısından yarattığı olumlu etkilere odaklanılması önemlidir.

Afişlerde, muhasebeciliğin yalnızca sayılarla ve finansal analizlerle sınırlı olmamakla birlikte, toplumsal sorunlara duyarlı ve çözüm odaklı bir yaklaşım sergileyebileceği mesajı vurgulanması, sanat yoluyla daha etkili bir şekilde muhasebecilerin işletmelere ve topluma bazı değerlerin yerleşmesine katkı sunabilir. Muhasebecilik mesleğini temsil eden karakterler, farklı kültürlerden ve arka planlardan gelen bireyleri içerecek şekilde çeşitlendirilmelidir. Bu da mesleğin kapsayıcılığını ve sosyal sorumluluğunu artıracak; dolayısıyla toplumda muhasebeciliğe dair daha olumlu bir algı oluşturarak, gelecekteki potansiyel muhasebecilere ilham verecektir.

## KAYNAKÇA

- Barney, G., & Kaya, K. (2019). Predicting genre from movie posters. *Stanford CS 229: Machine Learning*.
- Barthes, R., & Serüven, G. (2009). Yapı Kredi Yayınları, *İstanbul*.
- Bircan, U. (2015). Roland Barthes ve göstergebilim. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 13(26), 17-41.
- Boztaş, E. (2017). Organ Bağışı Temalı Sosyal Afiş Tasarımlarının Göstergebilim Yöntemi ile Analizi. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 6(37), 2521-2542.
- Bürge, Z. E. (2020). Küresel Isınma Temalı Sosyal Afiş Tasarımlarının Göstergebilim Yöntemi ile Analizi. *Pearson Journal*, 5(7), 398-410.
- Cahyani, Nmr., Santika, Idadm., & Ariyaningsih, Nnd. (2022). Meaning Within The Movie Posters Of "Despicable Me" Movie Series: A Semiotic Analysis. *Elysian Journal: English Literature, Linguistics and Translation Studies*, 2(1), 1-10.
- Cerrato, H. (2012). The meaning of colors. *The graphic designer*.
- Chen, Y., & Gao, X. (2014). Interpretation of movie posters from the perspective of multimodal discourse analysis. *GSTF Journal on Education (JEd)*, 1(1).
- Darmayanti, M. M. (2023). *An Analysis Of Verbal and Non-Verbal Signs Found In Three Different Genres of Movie Posters*. Other thesis, Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Davison, J. (2007). Photographs and accountability: cracking the codes of an NGO. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(1), 133-158.
- Davison, J. (2011). Barthesian perspectives on accounting communication and visual images of professional accountancy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(2), 250-283. DOI <https://doi.org/10.1108/09513571111100708>
- Değerli, A. S. (2021). Göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile sosyal ağ konulu afişlerin incelenmesi. *Asya Studies*, 5(18), 179-188. DOI: <https://doi.org/10.31455/asya.933833>
- Erkman-Akerson, F. (2005). *Göstergebilime Giriş*, 1. Baskı, İstanbul: Multilingual Yayıncılık.
- Handayani, N. P. M., Pratiwi, D. P. E., & Putri, I. G. A. V. W. (2022). Verbal and Non-verbal Signs of "Scream" Movie Posters. *Austronesian: Journal of Language Science & Literature*, 1(2), 94-102. <https://doi.org/10.59011/austronesian.1.2.2022.94-102>
- Keane, W. (2018). On semiotic ideology. *Signs and Society*, 6(1), 64-87. <https://doi.org/10.1086/695387>
- Nurwanti, T. (2024). The Semiotics Analysis of The Movie Poster" Ipar Adalah Maut". *Journalistics: Journal of English Teaching and Applied Linguistics*, 4(01), 20-28.

- Oruç, M. C. & Türkay, O. (2018). Türkiye Tanıtım Afişlerinin Göstergebilimsel Bir Analizi: Home Of Turkey Afişleri Örneği. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 8(2), 312-328. <https://doi.org/10.7456/10802100/012>
- Parmelee, S. (2009). Remembrance of films past: film posters on film. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 29(2), 181-195.
- Persada, S. I. P. (2020, January). Semiotic Analysis of Gundala Movie Poster. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Humanities and Social Sciences Track (ICOBEST-HSS 2019)* (pp. 133-135). Atlantis Press.
- Pujiningsih, S., Prastiti, S. D., & Larasati, I. P. (2020). How to research into accounting using semiotic approaches by De Saussure, Barthes, and Baudrillard. In *Proceedings of The 2nd International Research Conference on Economics and Business (IRCEB 2018), April* (pp. 90-96). DOI: <https://doi.org/10.5220/0008786600900096>
- Susen, S. (2018). Saussure, Ferdinand de. In: Turner, B. S., Kyung-Sup, C., Epstein, C. F., Kivisto, P., Outhwaite, W. & Ryan, J. M. (Eds.), *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Social Theory*. (pp. 2001-2006). Chichester, UK: John Wiley & Sons. ISBN 9781118430866
- Utami, R., & Setia, E. (2021). A Semiotic Analysis Found on Movie Poster “Shutter Island”. *LingPoet: Journal of Linguistics and Literary Research*, 2(3), 20-26. <https://doi.org/10.32734/lingpoet.v2i3.6642>
- Türk Psikiyatri Derneği (TPD). (2019). Madde bağımlılığı danışmanlığı ile ilgili gelişmeler. Erişim adresi: <http://www.psikiyatri.org.tr/2006/madde-bagimlilik-danismanligi-ile-ilmel-gelismeler> (Erişim tarihi: 2/07/2019).
- Vasile, P., Aristita, R., Cristina, C. A., & Mihaela, L. (2009). Accounting—A semiotic process. *Economic Science*, 3(1), 1105.
- Yemenicioğlu, A. (2022). Göstergebilim İle Afiş Analizi: I Want You For US Army (Uncle Sam). *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 8(17), 170-189.
- Yin, L., & Hassan, H. (2021). Multimodal discourse analysis of the movie poster Little Big Soldier. *International Journal of Languages, Literature and Linguistics*, 7(3), 101-105. <https://doi.org/10.18178/ijll.2021.7.3.294>