



## *Uluslararası Türk Film Festivallerinde Afiş ve Kentsel İmgeler Üzerine Göstergebilimsel Bir Çalışma*

E. Gülbuğ Erol<sup>1</sup> Nurullah Özdemir<sup>2</sup>

*Received/ Başvuru:* 09.12.2021

*Accepted/ Kabul:* 20.12.2021

*Published/ Yayın:* 29.12.2021

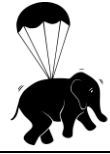
### Özet

21.yüzyılda afişler içeriği ifade etme, kitle üzerinde etki bırakma, izleyici çekme başta olmak üzere çeşitli amaçlara sahiptir. Türkiye’de düzenlenen ve yalnızca Türkiye’den değil yakın ve uzak çevreden de ilgi gören uluslararası film festivalleri, afişleri aracılığı ile dikkat çekme ve uluslararası arenada yer edinme çabası içindedir. Özellikle festival afişlerinde yerel imgelerden faydalanma, bu amaca hizmet etmektedir. Her yıl düzenlenen festivaller 2020 yılında Covid 19 salgını nedeniyle sekteye uğrasa da görsel imgelem ileriki yıllarda daha önemli bir boyutta devam edecek gibi görünmektedir. Bu çalışmada, Türkiye’de her yıl düzenlenen uluslararası film festivallerinin afişleri tanıtım rolü için yerel imgelerin kullanımı bağlamında ele alınmıştır. 2019 yılı içinde düzenlenen on bir farklı film festivaline ait afiş, yerel imgeleri barındırması açısından Fransız Dil ve Göstergebilimci Roland Barthes’ın göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak; düzanlam “dénotation” ve yananlam “connotation” kavramları referans alınarak incelenmiştir. Ayrıca araştırma dahilinde incelenen festival afişleri çalışmadaki bulgular ile birlikte değerlendirilmiştir. Ulaşılan bulgular ışığında, Türkiye’de gösterime giren film festivallerine ait afişlerin yerel imgeleri tercih ettiği ve bölgesel düzeyde tanıtıma katkı yaptığı sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** sinema filmleri, festival, afiş, tasarım, algı

<sup>1</sup> Prof. Dr. Alanya HEP Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, [ebru.gulbugerol@gmail.com](mailto:ebru.gulbugerol@gmail.com), Orcid: 0000-0002-9863-0726

<sup>2</sup> Dr. Öğrencisi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, [nurullahozdemir893@gmail.com](mailto:nurullahozdemir893@gmail.com), Orcid: 0000-0001-5838-6143

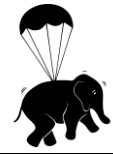


## *A Semiotic Study on Film Posters and Their Urban Images of The International Turkish Film Festivals*

### **Abstract**

In the 21st century, posters have various purposes such as expressing content, making an impact on the audience, and receiving much more audience. It is in an effort to attract attention and gain a place in the international arena through the posters of international film festivals organized in Turkey and attracting attention not only from Turkey but also from near and far. Making use of local images, especially in festival posters, serves this purpose. Although the annual festivals are interrupted in 2020 due to the Covid 19 epidemic, it seems that the visual imagery will continue to a greater extent in the coming years. In this study, the posters of the international film festivals held every year in Turkey are discussed in the context of the use of local images for their promotional role. The posters of eleven different film festivals held in 2019 were examined in terms of containing local images, using the semiotic analysis method within the framework of the concepts of denotation and connotation of the French Language and Semiotologist Roland Barthes. In addition, the festival posters examined within the scope of the study were evaluated together with the findings of the study. In the light of the findings, it was concluded that the posters designed for the film festivals screened in Turkey preferred local images and contributed to the promotion at the regional level.

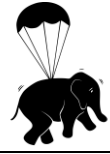
**Keywords:** film, festival, poster, design, perception



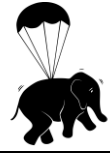
## EXTENDED ABSTRACT

**Background & Purpose:** In the 21st century, cinema, film festivals and posters have various purposes such as expressing content, making an impact on the audience, and receiving much more audience than ever. When we look at the literature, the communicative function of the poster, namely the message delivery dimension, comes to the fore. As stated in Sontag 1970, the poster has purposes such as persuading, selling, educating and promoting, but the poster is also a mass media tool that can convey a quick message to the masses. Beginning from the 1900s, the poster has become an art branch that has been influenced by various art movements and gained importance with its design dimension. Since the poster aims to deliver any message (or message) to its target audience, every official or unofficial organization that has a message to be given to the masses has made use of the poster. The most popular of these are movies. There are many films that are memorable with their poster designs. Movie posters, which summarize the movie content and highlight interesting points, have attracted worldwide attention. On the other hand, film festivals, which are called film festivals, also benefit from posters for national or international promotional purposes. Many film festivals show up with posters with special logos and reflecting the content of that year. The posters of many film festivals have played an important role in attracting attention and promoting. In addition to their content, national film festivals use interesting messages in the design process of their posters. When it comes to international film festivals, the images used in poster design are handled in different contexts, as there are many nations and their representations.

**Conclusion:** When we look at many international film festivals, it is seen that simple and literal images are used, but it is seen that local images are also used in international film festivals held in Turkey. For example, geographical or cultural images and even colors belonging to a narrow area are used in movie posters. According to the research, it was revealed that this choice was made for the established awareness of the festival. International film festivals organized in Turkey are in an effort to attract attention in other countries and to gain a place in the international arena by promoting our country's values. There are 11 international film festivals operating in Turkey today. Seven of them are directly referred to by the name of the province/region; two of them are for the field of women's studies and two of them are festivals that are far from the name of the local region and can be considered more international in terms of their names. However, when his posters were examined as a whole within 1 year, it was seen that he used local images. It has been revealed that the posters examined within the framework of this understanding, which serves in two ways as belonging and promotion, make promotion at the regional level. In this study, the posters of the international film festivals held every year in Turkey are discussed in the context of the use of local images for their promotional role; therefore, the universe of the study is the posters of international film festivals, and the sample of the study is the posters of eleven different film festivals held in 2019. As a method in the study, in terms of having local images on the posters, the French Language and Semiotics Roland Barthes' semiotic analysis method was used and the concepts of denotation "dénotation" and connotation "connotation" were examined as a basis. Denotation and connotation are



concepts introduced by Barthes to the field. When we look at an image or visual text for the first time, what we see is called the "denotation" stage in semiotics. Afterwards, the human brain goes beyond the denotation and assigns different meanings to the sign in context, consciously or unconsciously. This process, which goes beyond denotation, is also defined as the "connotation" phase. The festival posters examined within the scope of this study were evaluated together with the definitions made. In the light of the findings, it was concluded that the posters designed for the film festivals screened in Turkey preferred local images and contributed to the promotion at the regional level. Secondly, it is predicted that international film festivals that make use of local images in the design process can directly reach their target audience and create a sense of intimacy. Lastly, this study deals with the international film festivals held in Turkey. First of all, future studies can focus on festivals held in different countries; Secondly, Barthes' semiotic method was preferred in this study. Therefore, different methods can be adopted in different studies.



## 1. GİRİŞ

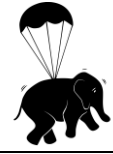
Başlangıcından bu yana poster, afiş veya outdoor günümüzde ister iç mekânda isterse de dış mekânda iletişim işlevini üstlenerek bazen haber vererek bazen de reklamını yaparak kaynaktan hedefe bir yol izlemiştir. Her an değişen dijital baskı tekniklerinin gelişimiyle birlikte sektörel taleplere cevap verebilen afişler, özellikle sinema filmleri ve festivaller açısından bakıldığında film afişleri slogan, metin ve görsel içerik ile etkileyici bir mesaj aktarım aracı haline gelmekte ve aynı zamanda filmin ve/veya festivalin tanıtımını da yapmaktadır. Ertan ve Sansarcı'ya göre (2016, s. 162) afişler yoğun sanatsal kaygı taşıyan ama duyurum, bilgilendirme ve satış gibi yığınsal iletişim aracı olarak değerlendirilebilen grafik tasarım ürünleridir. Alanyazın incelendiğinde ise afişlerin birincil amacının haberleşme olduğu ifade edilmekte ama çeşitli görsel yöntemlerle kitleleri etkilediği ve gerek dijital gerekse manuel çoğalma – yayılma imkanına sahip bir haberleşme aracı olduğu da eklenmektedir.

Susan Sontag, (1970) afişin ikna etmek, satış yapmak, eğitmek, teşvik etmek gibi amaçlar taşıdığını ifade ederken; afişlerin temel amacının ya geniş yığınlara ya da kendi hedef kitlesine mesaj iletmesi olarak anlaşılmasına olanak sağlamaktadır. Zaten tarihsel açıdan bakıldığında ilk reklam, ilk afiş veya ilk duyuru örneklerinin afiş tasarım tarihinin de ilk örnekleri olduğu söylenebilir. Bu gelişim sürecinde ilk afiş örnekleri temel duyurular olarak karşımıza çıkmaktadır ancak bir mesaj içeren ve bu mesajı yığınlara aktaran afişler başlangıçta bir sanat alanından bir grafik tasarımından çok bir duyuru, bir iletim mahiyetinde idi. Teker, (2009) özlü bir reklam mesajının, afişte kullanılan tipografinin, resim ve firma işaretlerinin (marka, logo ve amblem) bir arada ve bir bütün olarak tasarlanmasının hedef kitle üzerinde oldukça etkili olduğunun altını çizmektedir (s.170).

Brockmann (2010) afişin, hedef kitlede beğeni kazanması ve pozitif bir tutum yaratması için dikkat çekici olması gerektiğini ifade eder (s.12). Dolayısıyla zaman içinde afiş, tasarımıyla yığınların dikkatini çekebilen, aynı zamanda onlara mesaj verebilen ve bu mesajın kısa sürede yayılmasını sağlayan bir iletişim aracı olarak önem kazanmıştır.

Afişler günümüzde geniş kitlelere bildirim yapar ve iletişim açısından önemli bir rol üstlenerek dikkat çeker. Grafik tasarımın temel unsurlarını kullanarak çok kısa sürede hedef kitlesinin dikkatini çekebilir; dış mekânda sokakta yürürken, seyahat ederken aracın camından veya AVM'lerde; kitle iletişim araçlarında sürekli olarak afişler görülebilir ve bu bağlamda hedef kitlede istenen değişikliği gerçekleştirebilir.

Afiş, bir grafik tasarım ürünüdür. Önce matbaa teknikleri ve sonrasında fotoğraf ile sinemanın teknik ve sanatsal açıdan gelişimi grafik sanatına da yansımış ve afiş tasarımını da teknik anlamda geliştirerek sinema filmleri ile bağlantısını sağlamıştır. Bu noktada kitle iletişiminin de önemi yaygınlaşarak anlaşıldığından afiş etkili bir tanıtım ve etkili bir anlatım unsuru olarak karşımıza çıkmıştır. Bu anlamda afiş tasarımı hem tarihsel ve teknolojik koşullardan etkilenmiş hem de afişin varlığını da geliştirerek güçlendirmiştir (Eken 2020, s.182-183).



Sanatsal içeriğinin yanı sıra tanıtım işlevini de üstlendikleri için afişler, zaman içinde türlere ayrılmışlardır. “Afişler, kültürel, sosyal, reklam ve propaganda amaçlarına göre dört ana gruba ayrılmaktadır. Bu ana grupların da alt ögeleri vardır. “Festival, seminer, sempozyum, balo, konser, sinema, sergi ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtan afişler kültürel afişler grubuna girer” (Becer, 2011, s. 201). Film ve Film festivali afişleri de kültürel afişler türünün alt ögeleri olmuştur.

Afişler kültürel ve toplumsal bağlamda görsel sanatlar hakkında bilgilendirmek, kitlelere tanıtım yapmak, bir şeyi topluma sevdirmek, toplumun kültürel düzeyini arttırmak amacını taşımaktadır. Özellikle kültürel afişler aslında birer yazılı/basılı tarih ürünleridir; modern toplumlarda vazgeçilemeyen sanatsal değer içeren kalıcı eserlerdir.

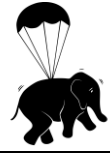
## 2. SİNEMA FİMLERİ VE AFİŞ

“Bir şeyin duyurumunu yapmak veya tanıtımını yapmak üzere hazırlanan, çok sayıda kişinin görebileceği yere asılan, genel olarak resimli duvar ilanı, ası” olarak tanımlanan afiş etimolojik olarak Fransızca affiche’den gelmektedir (TDK, 2021). Alanyazına bakıldığında afiş, bir şeyi duyurmak, bir şeyin tanıtımını yapmak için görsel malzeme kullanılarak hazırlanan resimli, imgeli bir iç ve/veya dış mekân duyurusu olarak tanımlanmaktadır. Bir mecra olarak afiş, sanat kaygısı taşıyan, bir düşünceyi yayan, bir şeyin tanıtımını yapan veya bir ürünün satışını arttırmaya çalışan ve çoğunlukla yazı ve resimden oluşan bir sanat alanıdır (akt. Gayret 2019, s.38).

Dünya sanatı tarihsel sırasına göre çeşitli sanat akımlarının gelişmesi ile değişime uğrarken afiş sanatı da Kübizm, Art Nouveau, Bauhaus, Pop Sanatı, Optik Sanat gibi akımlardan etkilenmiş, dijital teknolojilerden beslenmiş ve kendine has bir üslup ve dil geliştirmiştir. “Afiş, kısa sürede kısa, öz ve kesin bir ifade tarzına doğru bir ilerleme göstermiş; tasarım ayrıntıları az, kapalı kompozisyonda, dağınık olmayan ve dengeli bir biçimde tasarlanmaya başlamıştır. Afiş estetiği çalışmaları, grafik ve görsel iletişim sanatlarının ayrılmasıyla geliştirilen popüler bir sanat mecrası halini almıştır (akt. Gayret, 2019, s. 38-39)”.

Dünya tarihinde afiş sanatının ilerlemesine öncü olan isimler Manet, Gavarni, Daumier, Toulouse Lautrec gibi sanatçılardır fakat esas olarak Birinci Dünya Savaşı sırasında Ekim Devrimi'nin ardından Sovyet Rusya'da propaganda amaçlı olarak afiş tasarımı önemli bir yere gelmeye başlamıştır. Ardından tipografi, kaligrafi ve fotoğraf teknikleri ile afiş gerçek anlamda farklı ve özellikli bir konuma ulaşmıştır. 1950'li yıllarda başta ABD ve Büyük Britanya'da soyut dışavurumcu akıma bir tepki olarak 1960'larda ortaya çıkan Pop-art akımının gelişmesi ile dijital teknolojilerin 2000'lerde yarattıkları yeni imkanlarla afiş tasarımı bugünkü ayrıcalıklı konumuna ulaşmıştır.

Osmanlı İmparatorluğunun son dönemleri ve Cumhuriyetin ilk yıllarında da Türkiye'de ilk afiş örnekleri görülmüştür. Bugün birçok alanda kullanıldığı gibi sinema film ve festivallerinin olmazsa olmaz bir parçası da afişlerdir.



Zamanla afiş sanatı gerek dünyada gerekse Türkiye’de olsun büyük bir gelişme kaydetmiştir. Amaçları ister propaganda ister duyurum isterse satış olsun afiş 2000’li yıllarda tüm hizmet sektörlerinde kullanılmaya başlanmıştır. Hatta afiş grafik sanatlara bağlı olarak yükseköğretimde kürsü açmıştır. Yine 2000’li yıllarda sayıları artan film festivalleri afiş tasarımına önem vererek daha çok sayıda izleyiciye ulaşmayı hedeflemiş ve daha çok tanıtım yapma gayretine girmiştir. Bugün birçok festival, filmleri kadar afişlerinden de bahsedilir hale gelmiştir.

Fotoğraf, İllustrasyon, Yazı ve Tipografi Afiş Tasarımının Görsel İmgeleri olarak tanımlanırken; Afiş Tasarımında Görsel İmgeleri Düzenleme Kuralları da Yazı ve İmge, Bitişiklik, Üst üste Bindirme, Montaj, Etkileşim’dir. Bu bağlamda festival afişlerinin incelemesi yapılmaktadır. Film için yapılan afiş tasarımları değişir ve ortaya farklı türde afiş tasarımları çıkar. Kulakoğlu (2019) farklı film afişi tanımlaması yapılmıştır (s. 126-146).

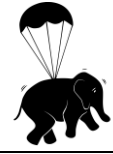
- Teaser afiş (Atılım afişi)
- Ana afiş
- Karakter afişleri
- Alternatif afişler
- Hareketli afiş (Moster)
- Hayran afişi (Fan afişi)

Bu sınıflandırmadan yola çıkarak çalışma kapsamında 2019 yılına ait Türkiye’deki uluslararası film festivalleri not edilerek afişleri Kulakoğlu’nun sınıflandırması kapsamında kentsel ve/veya bölgesel imge kullanımı açısından göstergebilimsel yöntemle okunmuştur.

### **3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ, AMAÇ VE KAPSAMI**

Bu araştırmanın amacı, 2019 yılı içinde Türkiye’de gerçekleşen uluslararası film festivallerine ait olan afişlerin, güncel afiş tasarım unsurları kapsamında ve barındırdığı yerel imgeler göz önüne alınarak incelenmesi ve yorumlanmasıdır.

Türkiye genelinde yaygın etkisi olan uluslararası film festivallerine ait afişler gerçekleştikleri şehir ve temalarıyla ilgili tanıtım yapmak amacıyla çalışmada, 2019 yılında yaşanan pandemiden yaklaşık 1 yıl önce seyirci ile buluşma şansını yakalamış olan uluslararası film festivallerinin afişleri literatür tarama ve nitel araştırma yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Toulouse-Lautrec’in amaçlı örneklem yöntemiyle seçilmiş film festival afişleri incelenmiştir. Çalışmada göstergebilimsel yöntem ile gösterge çözümlemesi yapılmıştır. Araştırmada afişler Fransız Dil ve Göstergebilimci Roland Barthes’ın düzanlam, yananlam kavramları kapsamında ele alınarak incelenmiştir. İlaveten yapılan afiş okumalarında mit, metafor, metonimi, kod ve simge kavramları da tartışmaya açılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular analiz edilerek yorumlanmıştır.



Barthes (1979) Göstergebilimi “dilbilime dayanarak çözümsel kavramlar ortaya koymak” (s. 1) olarak tanımlar; göstergebilimin ilkelerini de yapısal dilbilime dayanarak ikili karşıtlıklar adını verdiği 1. Dil ve Söz, 2. Gösteren ve Gösterilen, 3. Dizge ve Dizim ve 4. Düzanlam ve Yananlam olarak 4 kavram ortaya koyar. Düzanlam (denotation), yananlam (connotation), üstdil (metalanguage) gibi gösterge düzlemlerinden faydalanarak Barthes göstergebilimsel çözümlemeyi yapar.

Barthes’in (1979, s.88) tanımladığı şekilde anlamlandırma açısından düzanlam, birinci sırada konumlanmıştır ve görünür bir biçimde anlama gönderme yapar. Yananlam ilk dizge içinde yer alan göstergeyi kendi dizgesinin göstereni haline getirir. “Birinci dizge düzanlamı; birinci dizgeyi kapsayan ikinci dizge yananlamı oluşturur. Bir başka deyişle ‘anlam verme süreci içinde birincil dizge gösteren ve düzanlam; birincil dizge ikincil dizgenin göstereni durumuna geldiği zamangösterilen ve yananlam ortaya çıkar.” (Bircan, 2015, s.25).

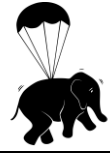
Düzanlam ve yananlam ile mit Barthes’in göstergebilime tanıttığı ve öğretisinin dayandığı kavramlardır (Barthes, 2016, s. 84-87; Fiske, 1996, s. 185-187). Guiraud’un (2016) da ifade ettiği gibi bir imgenin, kodun veya bir nesnenin ilk ve değişmeyen anlamı düzanlamıdır (s.145). Ne zaman göstergeler çok anlamlı olur ve kişiden kişiye; kültürden kültüre değişmeye başlar o zaman kültüre özgü anlamları deklare eden yananlam ortaya çıkar (Kalkan Kocabay, 2008, s.35). Toplumsal gerçeğin dil içindeki yapısal dönüşümleri mit olarak tanımlanmıştır. Barthes’a göre dilsel olarak dönüştürülen toplumsal gerçeklikler mittir; ideaların biçim bulmuş halidir; biçimsel yapı içinde bir anlam ifade eden ama tek başlarına anlamları olmayan idealardır. Aktarıcı olmak bir mitin temel özelliğidir, yazı veya resim halindeki gösterge halindeki mit, tarihsel süreçte ve toplum içinde anlamını kazanan bir göstergedir (Bircan, 2015, s.27-28).

Bu noktada temel unsur mesajın içinde kodlandığı veya oluştuğu kültürün iyi bilinmesi yananlamın doğru anlaşılması açısından önem taşır. Mit, kuşaktan kuşağa yayılan, insanların gerçeklikten yola çıkarak doğanın bazı görünümünü açıklamak için zaman içinde deneyimleri ile oluşturdukları; hem varoluşu hem de yaşamı yansıtmak amacını taşıyan; imgesel ve alegorik bir anlatımı olan öykülerdir. Çalışma kapsamında da ele alınan afişler, bölgesel ve şehrsel unsurlar açısından ve kültürel değerler üçgeni kapsamında mit; düzanlam ve yananlam tanımlamaları özelinde incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın temel amacı, belli bir süre içinde dönemselsel olarak tekrar eden uluslararası film festivalleri için tasarlanan afişlerde yöresel imgelerin kullanımı ve bu yolla bölgenin veya şehrin tanıtımının yapılmasıdır. Gerçekte afiş sanatı bir tanıtım faaliyetidir ve sadece tek şeyi değil film festivalleri söz konusu olunca şehrin ve bölge insanının, kültürünün de filmler ve festival ile birlikte bir bütün olarak tanıtımının yapılmasıdır.

Türkiye’de gerçekleşen uluslararası film festivallerinin afişleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem kullanılmıştır çünkü her yıl Türkiye’de 10’un üzerinde uluslararası film festivali düzenlenmektedir; ulaşılacak afiş sayısı bu nedenle çoktur. Yeteri kadar çok olan afiş sayısının bir şekilde sınırlandırılması gerekmektedir. Yenilik ve zamanlılık





ölçütleri göz önüne alındığında çalışmada, pandemi öncesi son gerçekleşen 2019 yılı uluslararası film festival afişleri seçilmiş ve analiz edilmiştir.

Türkiye geneline yayılan uluslararası film festivallerinin afişlerinin analiz edilmesi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Zira daha farklı ulusal ve tematik film festivalleri de yapılmaktadır. Çalışma, film festivalleri afişlerini göstergebilimsel olarak inceleyen ilk çalışmalardan biri olması bakımından önem taşımaktadır. Çalışma özgünlüğü açısından gelecek çalışmalar için önemli bir kaynak teşkil etmektedir.

Çalışmanın soruları aşağıda sıralanmıştır:

- Uluslararası film festivallerini tanıtan afişlerde ulusal ve/veya bölgesel hangi kültürel unsurlar/imgeler kullanılmıştır?
- Festival afişlerinde hangi yerel/bölgesel imgeler kullanılmıştır ve bu imgeler/kodlar düz anlam ve yananlamalarında neyi ifade etmektedir?
- Festival afişlerinde hangi mitler yer almaktadır?

#### **4. TÜRKİYE ULUSLARARASI FİLM FESTİVAL AFİŞLERİNDE ÖNE ÇIKAN UNSURLAR (BULGULAR)**

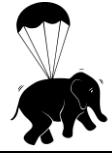
##### **4.1. Türkiye’de Düzenlenen Uluslararası Film Festivalleri ve Afişleri**

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın resmi web sayfasına göre Türkiye’de düzenlenen 11 uluslararası film festivali bulunmaktadır. Bunlar (Kaynak: [T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı](#)):

- Ankara Uluslararası Film Festivali
- Uluslararası Antalya Film Festivali
- Uluslararası İstanbul Film Festivali
- Randevu İstanbul Film Festivali
- Gezici Festival
- !f İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali
- Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali
- Malatya Uluslararası Film Festivali
- Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali
- Sinemasal Açık Hava Sinema Festivali
- Uluslararası Boğaziçi Film Festivali

Bakanlığın web sayfasında yer almamasına rağmen uluslararası olarak düzenlenen iki festival daha bulunmaktadır. Bunlar: Uluslararası Adana Altın Koza Film Festivali ve Antakya Uluslararası Film Festivali’dir.

2019 yılında 13 film festivalinin tamamı gerçekleştirilmiş ve festival tarihlerinden önce afişleriyle birlikte duyuruları yapılmıştır. 2019 yılında gerçekleştirilen festivallerin afişleri



hepsi örnekleme dâhil edilmiş ve festival afişleri, Roland Barthes'ın göstergebilimsel analizi ile incelenmektedir.

Barthes, göstergebilimsel çözümlemede düzanlam, yananlam ve üstdil gibi gösterge düzenlemelerinin olduğunu ifade etmektedir. Bu üç dizgesinin de kendi içinde bir gösteren ve gösterilen dizgesine sahip olduğunu belirtmektedir. Gösteren, gösterilen ve gösterge dizgesi düzanlamı oluşturmaktadır. Yananlamda ise ilk dizgenin göstergesi kendi dizgesinde gösteren konumuna geçmektedir (Bircan, 2015, s.25). Birinci dizge düzanlam, birinci dizgeyi sınırları içine alan dizge ise yananlam düzlemini oluşturmaktadır. Dolayısıyla yananlam dizgesi, anlatım düzleminin de bir anlamlama dizgesi tarafından oluşturulduğu bir dizgedir (Barthes, 1993, s.69). Afişlerde sinemasal imgeler ile toplumsal ve kültürel imgelerin bir araya gelerek oluşturdukları kompozisyonlar Barthes'ın düzanlam ve yananlam boyutlarıyla ele alınmaktadır.

#### 4.1.1. Uluslararası Adana Altın Koza Film Festivali

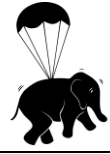
Uluslararası Adana Altın Koza Film Festivali 23-29 Eylül 2019 tarihleri arasında 26. kez gerçekleştirilmiştir. Festivalin afişi ise Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından tasarlanmıştır.



**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Afiş mavi zemin üzerinde, ağzında pamuk bitkisini taşıyan ve kanatları gökkuşağı renklerinde film şeritleriyle tasvir edilen beyaz bir güvercin ile tasarlanmıştır. Beyaz güvercin ise Adana'nın sembolü olan bir pamuk bitkisi dalını ağzında taşımaktadır. Bu durum da uluslararası film festivalinde yerel bir imgenin varlığını; Adana'ya özel bir bitkiyi göstermektedir.

**Afişin Göstergesel Çözümlemesi:** Afişe bakıldığında, arka fonda açık mavi renk tercih edildiği görülmektedir. Afişin merkezinde beyaz bir güvercin yerleştirilmiş ve güvercinin ağzında ise henüz bitki halinde bir pamuk dalı konumlandırılmıştır. Farklı ve canlı renklerdeki film şeritleri ise güvercinin kanatları gibi duracak pozisyonda yerleştirilmiştir. Bu unsurların oluşturduğu kompozisyon ise ağzında pamuk bitkisi ve farklı renklerden oluşan film şeridi kanatları ile mavi gökyüzünde uçan bir güvencindir.

Güvercin evrensel bir barışı simgelediği için kanatlarının film şeridinden olması sinemanın evrensel barışın temsilcisi olduğu anlamı ortaya çıkmaktadır. Güvercin özgürlük, barış



kavramları ile anılan bir canlıdır; bu anlamda sinemanın ve film festivallerinin birleştirici ve bütünleştirici etkisine vurgu yapılmıştır. Ayrıca Türkiye’de Adana şehri ile özdeşleşmiş olan pamuk, güvercin tarafından ağızda taşınmaktadır. Evrensel olarak zeytin dalı taşıyan güvercin burada yerel kodlarla değiştirilerek pamuk taşıyan güvercin olarak tasvir edilmiştir. Bu da festivalin yapıldığı Adana şehrini çağrıştıran bir imge olarak karşımıza çıkmaktadır.

Afişe genel olarak bakıldığında hem sinemasal imgelerin (film şeridinden güvercin kanatları), hem evrensel imgelerin (Barışı temsil eden güvercin) hem de yerel imgelerin (güvercinin taşıdığı pamuk bitkisi) yer aldığı görülmektedir.

**Tablo 1.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

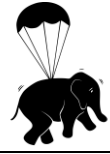
Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Hayvan	Beyaz güvercin	İç huzur ve barış	Evrensel anlamda barışın temsil etmektedir.
Nesne	Film şeridi	Çok seslilik	Evrensel imge olan güvercinin sinemasal imge (film şeridi) ile birleştirilerek sinemanın evrensel barış ve huzurun temsilcisi olduğunu göstermektedir.
Bitki	Pamuk	Adana yöremize ait bitki	Festivalin Adana şehrine özgü olduğunu göstermektedir.

**Kodlar:** Afişte yer alan kodlar uluslararası ve yöresel temsillerdir. Sözelimi beyaz güvercin geçmişti antik çağa dayanan bir canlıdır. İlk olarak ruhani anlamda huzuru temsil ederken zaman içinde tüm dünyada barışın simgesi haline gelmiştir. Değişik renklerdeki film şeritleri de küresel bir imge olan güvercinin kanatlarında olduğu için ulusları/toplumları temsil etmekte ve bir anlamda yarışmaya değişik uluslardan katılan filmleri göstermektedir. Yöresel olarak da kullanılan pamuk Adana’yı temsil etmektedir.

**Mit/ Metaforik Anlam:** Ağızda pamuk taşıyan beyaz güvercin ve kanatlarının gökkuşağı renkli film şeridi olması bir mit olarak görülebilir çünkü tüm uluslarda beyaz güvercin barışın temsilidir.

#### 4.1.2. Ankara Uluslararası Film Festivali

Festival 18-28 Nisan 2019 tarihleri arasında 30. kez düzenlenmiştir. Festivalin afişini Kaan Kala tasarlanmıştır.



**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Afiş sadece siyah ve beyaz renkler kullanılarak tasarlanmıştır. Afişin siyah kısımları karanlık bölgeleri, beyaz kısımları ise aydınlık bölgeleri tasvir etmektedir. Kompozisyonda film kamerası ve yan duvarda ise bir kedi gölgesi görülmektedir. Karanlık bir ortamın sadece belirli bölgelerin aydınlatıldığı ve bunun da beyaz renk ile yapıldığı görülmektedir. Aydınlık kısımda bir kamera bulunmakta ve kameranın gölgesi bir kedi formunda duvara yansımaktadır.

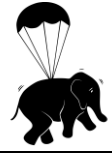
Bu kısımda afişi tasarlayan sanatçının görüşlerine de yer vermekte fayda vardır. Sanatçı afişteki kedi figürünün “Ankara kedisi” olduğunu ifade etmektedir (Gündoğmuş, 2019). Sinemanın temelinde bulunan perdeye yansıtma olayı afiş tasarımının da temelini oluşturmaktadır. Bir film kamerasının duvardaki yansıması Ankara kedisi formundadır. Böylece sinema ile Ankara arasında bağlantı kurulmuştur. Bu da sinemasal unsurlar ile yerel ve kültürel imgelerin bir araya geldiğinin göstergesidir.

**Tablo 2.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Hayvan	Ankara kedisi	Kültürel zenginlik	Özelinde uluslararası bir festival olan Ankara Film Festivalinin Türkiye'nin kültür hazinelerinden biri olması
Nesne	Film makinesi	Film festivali	Sinemanın temsili olarak kullanılmıştır. Ayrıca gölgesinin kedi formunda olması festivalin Ankara şehrine özgü olduğunu göstermektedir.

**Kodlar:** Günlük hayatımız renklidir; birçok renkle bir arada yani renkli bir dünyada yaşamaktayız ancak renklerin ifade ettikleri anlamlar vardır; sözgelimi beyaz barış, iyilik, temizlik; siyah ise kötülük, matem çağrıştırır. Tasarımda renklerin okunurluğa önemli bir katkısı vardır. Bu tasarımda da siyah renk karanlığı, beyaz renk ise aydınlığı temsil etmektedir. Sinemanın da karanlık ortamda perde üzerine yansıtma prensibine dayalı olduğu düşünüldüğünde renklerin sinemasal imge olarak kullanıldığı görülmektedir.

**Mit/ Metafor:** Kara kedi bir çok kültürde metaforik olarak uğursuzluğu simgeler. Özellikle Türk kültüründe “aramızdan kara kedi geçti” denirken ilişkinin bozulduğu dile getirilir. Birçok coğrafyada kara kedi uğursuzluğuna inanılan bir canlıdır. Bununla birlikte Ankara kedisi



Türkiye'nin sahip olduğu değerlerden bir tanesidir ve keçi gibi Ankara'yı temsil eden hayvanlardan biridir.

#### 4.1.3. Antakya Uluslararası Film Festivali



**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Siyah zemin üzerine tasarlanan afişte yerel desen olarak festival logosu ile gölgelendirilmiş yarım kadın yüzü kullanılmıştır. Logo'dan başka görsel metinde yöresel bir imgeye rastlanmamaktadır.

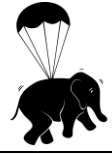
#### 4.1.4. Antalya Altın Portakal Film Festivali



**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Antalya Altın Portakal Film Festivali de uzun yıllar boyunca elde ettiği başarı ile daha üst bir statüde değerlendirilebilecek bir film festivalidir ve çeşitli alt kategorileri vardır. Bu anlamda sinema sanatçısı Türkan Şoray ulusal imge olarak afişte yer almıştır. Portakalın şeklini andıran geometrik imgeler de afiş için tercih edilmiştir.

**Tablo 3.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Türkan Şoray	Sinema sanatçısı	Şöhrete sahip kadın oyuncu	Türkan Şoray'ın 1964 yılında aynı festivalde ödül aldığı filminden bir fotoğraf ve sinemada kadının önemi.



Nesne	Geometrik imgeler	Portakalın geometrik motiflerle yeniden tasarlanması	Antalya şehrinin ve film festivalinin simgesi haline gelmiş portakalın temsili.
-------	-------------------	--	---

**Kodlar:** Afiş siyah zemin üzerine yerleştirilen yazı, fotoğraf ve geometrik şekillerden oluşmaktadır. Festivalin 56. kez yapılacağını belirten büyük punto ile 56 yazısı, festivalde kazanan adaylara takdim edilen ödüllerin renginde (parlak altın rengi) tercih edilmiştir. Afişin merkezinde yer alan Türkan Şoray fotoğrafında ise hem siyah beyaz olması hem de oyuncunun üzerinde sahne kıyafetinin olması, fotoğrafın Türkan Şoray’ın rol aldığı bir filmde kesilerek kullanıldığını göstermektedir.

**Mit /Metafor:** Türkan Şoray Türk sinemasının en ikonik kadın oyuncularından biridir. Şoray “Türk sinemasının sultanı” olarak nitelendirilmektedir. Festivalin afişinde yer alan fotoğraf, Türkan Şoray’ın 1964 yılından Antalya Altın Portakal Film Festivali’nde “En İyi Kadın Oyuncu” ödülünü kazandığı “Acı Hayat” filminden alınmış bir görüntüsüdür. Festival, hem Türk sinemasında Türkan Şoray gibi önemli bir figüre saygı gösterisinde bulunmak hem de sinemada kadının gücünün göstermek için afişte Türkan Şoray’ın fotoğrafına yer vermiştir. Bu bağlamda afişte yerel imgeler kullanılsa dahi ulusal anlamda önemli imgelerin yer aldığı görülmektedir. Bu durum da Antalya Altın Portakal Film Festivali’nin ulusal çapta önemli bir festival olduğunun göstergesi durumundadır.

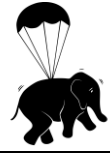
#### 4.1.5. Boğaziçi Film Festivali



**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Afişin zemininde turkuaz renk kullanılmıştır. Turkuaz zemin üzerinde ise 7 tane eflatun renkte yunus balığını andıran nesne yer almaktadır. Festivalin logosu, ismi ve tarihleri afişin üst, alt, sağ ve sol tarafında konumlandırılmış ve merkez kısmı boş bırakılmıştır.

**Tablo 4.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Afişin zemin rengi	Turkuaz renk	İstanbul boğazının rengi	Festivalin ismini aldığı İstanbul boğazının rengini temsil etmektedir.

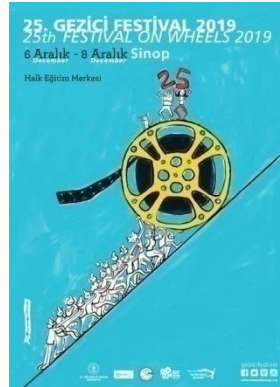


Nesne	Eflatun renkli nesnelere	Yunus balıkları	İstanbul boğazında da görülen yunus balıklarını temsil etmektedir. Ayrıca yunus balıklarının rengi yine İstanbul'a özgü erguvan rengi olan eflatun ile gösterilmiştir.
-------	--------------------------	-----------------	--

**Kodlar:** İstanbul ilinde yer alan coğrafi oluşum Boğaz, dünyanın sayılı güzelliklerinden biridir. Dolayısıyla kendine has bazı özelliklere sahiptir. Bunlardan biri renge ve değerli taş adı veren turkuaz'dır. İstanbul Boğazı çoğu zaman turkuaz renklidir. Logoda da görüleceği gibi gerçekten Boğaz'da yunus sürüleri görülmektedir. Boğaz boyunca İstanbul'a özel olarak eflatun renginde çiçeklenen erguvan ağaçları vardır. Afişte de bu iki renk damgasını vurmuştur.

**Mit/Metafor:** Festivale ismini veren İstanbul boğazı yerel imge olarak afişte de yer almıştır. Afişteki turkuaz renk ve yunus balıkları İstanbul boğazını; eflatun renk ise İstanbul boğazının etrafındaki bölgelerde yetişen erguvanları temsil etmektedir. Bu bağlamda afiş ile İstanbul boğazı arasında doğrudan yerel imgelerle bağlantı kurulmuştur.

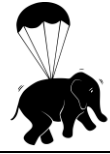
#### 4.1.6. Gezici Festival



**Afişin Görüntüsel Çözümlemesi:** Afişte açık mavi renk zemin olarak tercih edilmiştir. Mavi zemin üzerinde yaklaşık 40-45° eğime sahip siyah bir çizgi yer almaktadır. Eğik çizgi üzerinde de büyük bir film rulosu, ruloyu itmeye çalışan çizgikarakterler ve rulonun üstünde de 2 ve 5 rakamlarını ellerinde tutan iki çizgi karakter görülmektedir.

**Tablo 5.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Film rulosu	Sinema	Festival	Film rulosu gezici festivalin temsilidir.
Çizgi karakterler	İnsan	Festivalin izleyicileri ve/veya festival ekibi	Festivalin 25 yıl boyunca devam etmesini sağlayan çalışanları ve/veya festival izleyicisini temsil etmektedir.
Rakamlar	2 ve 5 rakamı	25 sayısı	Festivalin 25. Yılıni temsil etmektedir.
Eğik çizgi	Yokuş	Engibeli yol	Festivalin uzun bir süredir zor ve sıkıntılı bir yolda devam ettiğinin göstergesidir.



**Kodlar:** Afişte çizgi karakterlerin el birliğiyle yokuş yukarı ilerletmeye çalıştığı film rulosu Gezici Festival’in kendisini temsil etmektedir. Film rulosunun en üstünde duran iki çizgi karakterin tuttuğu 2 ve 5 rakamı ise festivalin 25. kez düzenlendiğini göstermektedir.

**Mit/Metafor:** Afişin kompozisyonuna bakıldığında insanların film rulosunu yokuş yukarı ilerletmeye çalışması, festivalin izleyici kitlesi ve festival ekibiyle birlikte bu günlere geldiğini göstermektedir. Festivalin 25. kez düzenlenmesi göz önüne alındığında afişte anlatıldığı gibi festival için büyük emek harcandığı söylenebilir.

#### 4.1.7. !f İstanbul Bağımsız Filmler Festivali

Festival 19-22 Eylül 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Festivalin afişi ve reklam filmi aynı konu ve tema çerçevesinde yapılmıştır. Afiş tamamı dijital bir tasarım yerine bir fotoğraf üzerine logo, tarih ve gerekli bilgiler yerleştirilerek tasarlanmıştır.

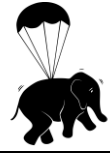
Festivalin reklam filminde<sup>3</sup> “Masallar kadar özgür, hayat kadar sert filmlerin festivali !f İstanbul’un reklam filmi sizlerle” sloganı kullanılmıştır. Reklam filminde bir masal kahramanı olan Rapunzel, İstanbul’da bir peruk mağazasına kestirdiği saçlarını satarken gösterilmektedir. Afişte kullanılan fotoğraf da peruk mağazasında çekilmiştir.



**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Afişte zemin olarak bir fotoğraf kullanılmıştır. Fotoğrafta ön planda saçları oldukça uzun bir kadın yer almaktadır. Fotoğraftaki kadın uzun saçlarını kucağında toplamış durumda kameraya doğru bakmaktadır. Fotoğrafın arka planında ise raflara dizilmiş cansız mankenler ve perukları görülmektedir. Festivalin logosu afişin sol üst köşesine dikey olarak yerleştirilmiştir. Festivalin gerçekleştirileceği tarihler ve sinema salonları afişin sağ üst köşesine dikey olarak konumlandırılmıştır. Festivalin sosyal medya paylaşımlarında kullanılacak tag (etiket) olan “#birdeburadanbak ise afişin sol alt kısmında görülmektedir.

<sup>3</sup> Reklam filmi erişim adresi: <https://www.instagram.com/p/B1zGp53B5Z4/>



**Tablo 6.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi:

Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Kadın	Masal Kahramanı	Rapunzel	Hayal ürünü bir masal kahramanı.
Nesne	Cansız mankenler ve peruklar	Peruk dükkânı	Hayal ürünü bir masalın gerçek dünya ile sentezinin temsili.

**Kodlar:** Afişin merkezinde uzun saçlarını kucağında toplamış bir kadın yer almaktadır. Arka planda ise peruk mağazasında plastik mankenler üzerinde sergilenen peruklar yer almaktadır. Afişte gösterilen kadın uzun saçları ile özdeşleşmiş olan Rapunzel'dir ve bir peruk mağazasındadır.

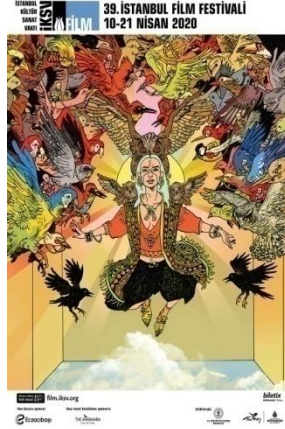
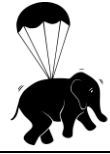
Bir masal kahramanı olan Rapunzel ve gerçek dünyanın bir temsili olan peruk mağazası bir araya getirilerek masal ve gerçekliğin bir sentezi ortaya konulmuştur.

**Mit/Metafor:** Sinemanın da bir bakıma hayal ürünü ve gerçeğin bir sentezi olduğu düşünülürse festivalin afişinde sinemasal öğeler ile kültürel öğelerin birleştirildiğini söylemek mümkündür. Diğer taraftan festivalin sloganı da bu durumu destekler niteliktedir.

#### 4.1.8. İstanbul Film Festivali

39. İstanbul Film Festivali 9-20 Ekim 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Festivalin afişi Cem Özuduru tarafından tasarlanmıştır. Festivalde ünlü yönetmen Alfred Hitchcock'un ölümünün 40. yıldönümüne özel olarak ayrı bir bölüme yer verilmiştir. Bu sebeple festivalin afişi tasarımı da festivalin o yılki temasına özel olarak yapılmıştır. Festivalin resmi internet adresinde konuyla ilgili olarak şu ifadeler yer almaktadır:

*39. İstanbul Film Festivali, ölümünün 40. yıldönümünde dâhi yönetmen Alfred Hitchcock'a özel bir retrospektif bölüm yer alıyor. Cem Özuduru, İstanbul Film Festivali için sinemanın heyecanlandırıcı etkisinden ilham alarak tasarladığı afişini, Hitchcock sever egzotik kuşlarla çevrelenmiş, bulutların üzerindeki, bizi bazen lanetleyen bazen kutsayan bir büyücünün olduğu, bir film sonrası uyuya kalınıp görülen bir rüyaya benzetiyor. Korku, gizem, folklorik, efsanevi öğeleri, yazdığı ve çizdiği hikâyelerde anlatılmayan, gizlenen, utanılan ya da geçmişte bir yara olarak kalmış, küflenip iltihaplanmış, bazı duygular anlamak için kullandığını söyleyen Cem Özuduru, hikayelerin bu karmaşık ve katmanlı yapısına merak duyduğunu, kontrast renklerin, değişik yaratıkların ve kalabalık alanların zamanla en zevkle çizdiği şeylere dönüştüğünü ifade ediyor.*



**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Afişin arka planında dikey vaziyette duran bir dikdörtgen bir prizma yer almaktadır. Arka planda afişin merkezine bir güneş figürü ve güneş ışıkları bulunmaktadır. Prizmanın alt tarafında ise bulut göze çarpmaktadır. Afişin ön planına bakıldığında merkezdeki güneşin önünde, alt taraftaki bulutun ise üzerinde omuzlarından kuşlar tarafından tutularak havada süzülüyor görülen bir kadın yer almaktadır. Merkezdeki kadının etrafında farklı türden kuşlar yer almaktadır. Bazı kuşların ağzında gem olduğu ve üzerlerinde bu gemleri tutan (kuşları kontrol eden) kişiler olduğu görülmektedir.

**Tablo 7.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

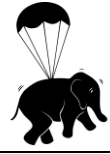
Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Hayvan	Kuş türleri	Hitchcock'un "Kuşlar" filmi	İnsan hayatına etki eden filmler
İnsan	Kadın	Kuş terbiyecisi	Sinema

**Kodlar:** Afişteki kompozisyonuna bakıldığında kuş figürlerinin afişin büyük bir kısmını kapladığı görülmektedir. Kadın figürünün ise afişin merkezinde yer alması ve ayrıca kuşların kadını omuzlarından tutarak uçuşmasını sağlaması, kuşların kadına itaat ettiğinin göstergesidir.

**Mit/Metafor:** Yönetmen Alfred Hitchcock Kuşlar filmi ile korku sinemasında kendine yer eden bir isimdir. Filminde kuşlar kademeli olarak küçük bir köyden tüm şehre kadar insanlara saldırır ve şehri istila eder. Kuşların istilası önlemez bir boyuta varır ve neticede insanlar yaşam alanlarını terk etmek zorunda kalırlar. Bir başka deyişle kazanan kuşlar; kaybeden ise insanlar olur. Afişte ise bir kadın kuş terbiyecisi vardır. Kuşlar onun emirlerine itaat eder görülmektedir. Bu ifade yan anlamında kuş terbiyecisi veya büyücüsünün sinema; kuşların da insan hayatlarına etki eden filmler olarak yorumlanmasına yol açmaktadır.

#### 4.1.9. Randevu İstanbul Film Festivali

Festival 20-26 Aralık 2019 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Düzenlenen festivalde "Rusya'ya Bak Dünyayı Gör" ve "Rusya'dan Kısalar" bölümleri ile Rus sinemasından örnekler seyircilerle buluşturmuştur. 10 uzun metraj ve 12 kısa metraj olmak üzere toplamda 22 Rus filmi



Türkiye’de gösterilmiştir. Bu durum festivalin afişinde de “Rusya’yla Buluşma” sloganı ile yer almıştır.



**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Afiş siyah zemin üzerine kurulmuştur. Afişin sol tarafında festivalin ismi ve düzenleneceği tarihler yazılmıştır. Afişin sağ tarafında ise “soğan kubbe” olarak tabir edilen yapıların iki boyutlu çizimi yer almaktadır. “Soğan kubbe”lerin sağ alt kısmına ise “Rusya’yla buluşma” sloganı yer almaktadır.

**Tablo 8.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Nesne	Soğan Kubbe Yapılar	Rusya	Rus sineması, Rus filmleri

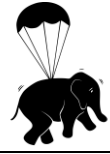
**Kodlar:** Afişte arka plan düz beyaz renk kullanılarak ön plandaki “soğan kubbe” yapılar daha dikkat çekici hale getirilmiştir. Soğan kubbe yapıların genellikle Ukrayna ve Rusya’daki Ortodoks kiliselerinin mimari tarzını temsil ettiği görülmektedir.

Afişte hem soğan kubbe yapıların yer alması hem de sloganda “Rusya’yla Buluşma” ifadesinin yer alması festivalin Rusya ile bağlantılı olacağının göstergesidir.

**Mit/Metafor:** Afişteki soğan kubbe yapılar ve slogan sayesinde Rusya ile direkt olarak bağlantı kurulmuştur. Bu durum festival bünyesinde Rus sinemasından filmlerin gösterileceğini seyirciye anlatmaktadır. Bu tasarımla birlikte festivalde yer alacak Rus filmleri, afişte kültürel imgeler kullanarak izleyiciye aktarılmıştır.

#### 4.1.10. Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali

Kadın sinemacılara yönelik olarak düzenlenen ve genellikle kadınlara yönelik temaların ön planda olduğu bir festivaldir. Ayrıca gezici festival olarak faaliyet göstermekte ve birden fazla şehirde gösterimler yapmaktadır. 2019 yılında 17.si düzenlenen festival 7 Mart ve 7 Mayıs



tarihleri arasında İstanbul, Giresun, İzmir, Mersin, Antalya, Adana ve Diyarbakır'da düzenlenmiştir. Kadın sinemacılara yönelik bir festival olduğu için festivalin afişinde de kadın imgelerine yer verilmiştir.



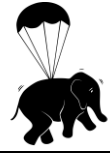
**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Afişte beyaz renk zemin tercih edilmiştir. Afişin merkezi boş bırakılarak festivalin ismi merkez noktaya yazılmıştır. Afişin üst kısmında iki adet film rulosu yerleştirilmiştir. Soldaki film rulosundan da bir film şeridi afişin sol kısmında yukarıdan aşağıya doğru sarkmaktadır.

**Tablo 9.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Nesne	Film rulosu ve şeridi	Kadın bedeni	Kadın sineması

**Kodlar:** Afişin tasarımındaki sadelik dikkat çekmektedir. Afişte beyaz bir zemin üzerinde iki tane film rulosu bulunmaktadır. Bu film ruloları kompozisyonun en üst kısmında sadece yarısı görünecek şekilde konumlandırılmıştır. Ayrıca ruloların birinden bir film şeridi kıvrımlı bir şekilde aşağıya sarkmaktadır. Bu kompozisyonun çıplak bir kadın figürü ortaya koyduğu görülmektedir. Film ruloları kadın göğüslerini, aşağıya sarkan film şeridi ise kadın vücudunun kıvrımlarını temsil etmektedir.

**Mit/Metafor:** Afişin kompozisyonunda kadın kimliğine yapılan gönderme, festivalin kadın sinemacılara yönelik olarak gerçekleştirildiğinin göstergesidir. Sinemasal imgeler ile kadın imgesinin bir araya getirilerek yeni bir anlam üretildiği görülmektedir.



#### 4.1.11. Malatya Uluslararası Film Festivali

Festival 15-19 Kasım 2019 tarihleri arasında 9. kez düzenlenmiştir. Festivalin afişi 2019 yılı festival afişleri arasında tarihi figürlerin kullanıldığı tek afiş tasarımıdır.



**Afişin Görüntüsel Anlatımı:** Afişte siyah renk fon tercih edilmiştir. Festivalin ismi afişin üst orta kısmında yer almaktadır. Afişin ön planında ise tarihi bir heykel ve bu heykeli çevreleyen bir film şeridi yer almaktadır. Ayrıca arka planda ise heykelin daha küçük boyuttaki görselleri, film şeritleri ve elmas gibi unsurlar bulanık olarak yerleştirilmiştir.

**Tablo 10.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

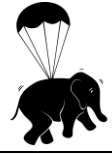
Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Nesne	Heykel	Tarihi eser	Malatya'nın tarihi
Nesne	Film şeridi	Sinema	Film festivali

**Kodlar:** Afişte Malatya'da bulunan Arslantepe Höyüğü'nde yapılan kazı çalışmalarında gün yüzüne çıkarılan kral Tarhunza'nın heykeli ve onun etrafını saran film şeridi görülmektedir.

**Mit/Metafor:** Afişte belirli bir bölgenin (Malatya'nın) yerel öğeleriyle sinemansal unsurların (film şeridi) birleştirildiği görülmektedir. Malatya, kral Tarhunza heykeli ile temsil edilmekte ve sinemansal imge olan film şeridi ile çevrelenmektedir. Bu da şehir ve festival arasındaki bağlantının afiş üzerinden aktarılmasıdır.

#### 4.1.12. Sinemasal Film Festivali

Sinemansal Film Festivali Türkiye'nin farklı bölgelerinde çocukların sinemaya ulaşmasına kolaylaştırmak amacıyla taşıyan bir gezici festivaldir. 16-27 Eylül 2019 tarihlerinde Doğu Anadolu bölgesinde gerçekleştirilmiştir.



**Afişin Görüntüsel Çözümlemesi:** Afiş bir çocuğun çizdiği resimlerden ilham alınarak tasarlanmıştır. Afişte kırsal bir bölge tasvir edilmiştir. Afişin ön planında bu yolda seyir halinde bir traktör yer almaktadır. Traktörü iki çocuk kullanmaktadır. Traktörün taşıdığı yük ise film şeritleridir. Festivalin ismi afişin üst kısmına yerleştirilmiştir.

**Tablo 11.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

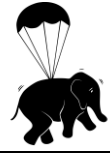
Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Araç	Traktör	Kırsal hayat	Festivalin kırsal kesimlerde yapıldığının temsili
İnsan	Çocuk	Seyirci	Hedef kitleyi oluşturan çocuk seyirci
Nesne	Film şeridi	Sinema	Film festivali

**Kodlar:** Afişte sinemasal öge olan film rulolarının bir traktör vasıtasıyla çocuklar tarafından bir yerden başka bir yere taşındığı görülmektedir. Afişte yer alan traktör kırsal yaşamın temsili olarak kullanılmıştır. Çocuklar ise hedef kitle olarak afişte yerlerini almıştır.

**Mit/Metafor:** Afişte kırsal yaşama dair yapılan vurgu festivalin ülkenin ücra yerlerinde gerçekleştirileceğini göstermektedir. Traktörü sürenlerin ise çocuklar olması çocuklara yönelik bir festivali olduğunu anlatmaktadır. Bu bağlamda afiş, yerel unsurlar ve hedef kitleyi temsil eden öğelerle sinemasal öğeleri birleştirmiştir.

#### 4.1.13. Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali

Festival, kadın sinemacılara yönelik olarak faaliyet göstermektedir. 2019 yılında 23-30 Mayıs tarihleri arasında düzenlenmiştir.



**Afişin Görüntüsel Çözümlemesi:** Afişte kırmızı renk zemin kullanılmıştır. Zeminin üzerinde siyah renkte iki insan eli figürü ve iki film rulusu yer almaktadır.

**Tablo 12.** Afişin Göstergesel Çözümlemesi

Sentagmatik (Dizimsel) Eksen			Paradigmatik (Dizisel) Eksen
Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yananlam
Nesne	İnsan eli	İnsan yüzü	Kadın
Nesne	Film rulusu	Sinema	Kadın gözünden sinema

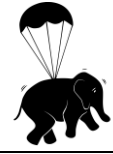
**Kodlar:** Afişte iki insan eli ve bu iki elin parmakları arasında iki film rulusu yer almaktadır. Bu iki insan eli figürü ile bir insan yüzü imgesi oluşturulmuştur. Bu insan figürünün gözleri ise film ruloları ile tasvir edilmiştir.

**Mit/Metafor:** Festivalin kadın sinemacılara yönelik olduğu düşünülürse afişteki insan figürünün bir kadın temsili olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bu kadın figürünün gözleri film rulusu şeklinde gösterilmiştir. Bu da kadınların gözünden sinemaya bakışı anlatmaktadır.

Sonuç olarak incelenen 13 festival afişinden sadece birinde (Antakya Uluslararası Fil Festivali) festivalin teması, amacı veya yerel unsurlar gibi öğelerin yer almadığı görülmüştür. Geriye kalan 12 festival afişinde ise festivalin teması, yere unsurlar, amacı veya tema gibi unsurların afişte yer aldığı görülmektedir.

4 festivalin (Ankara Uluslararası Film Festivali, Uluslararası Adana Altın Koza Film Festivali, Boğaziçi Film Festivali ve Uluslararası Malatya Film Festivali) afiş tasarımında festivalin düzenlendiği bölgenin yerel unsurlarının kullanıldığı görülmüştür.

4 festivalin (Antalya Altın Portakal Film Festivali, İf İstanbul Bağımsız Filmler Festivali, İstanbul Film Festivali ve Randevu İstanbul Uluslararası Film Festivali) afiş tasarımında, festivalin o yılki teması ön plana çıkmaktadır.



2 festivalin (Uluslararası Gezici Filmmor Kadın Filmleri Festivali ve Uçan Süpürge Uluslararası Kadın Filmleri Festivali) afişinde, festivalin kadın sinemacılara yönelik olmasından dolayı kadın temsili kullanışmıştır.

2 festivalin (Sinemasal Film Festivali ve Gezici Festival) afiş tasarımında ise festivalin amaçlarının afişlere yansıtıldığı görülmektedir. Her iki festivalin de aynı zamanda gezici festival olması dikkat çekmektedir. Festivalin gezici festival olması afişlere de yansıtılmıştır.

Genel olarak bakıldığında Film festivali afişlerinin tasarımında en çok başvurulan unsurun festivalin düzenlendiği bölge veya festivalin o yılki teması olduğu gözlemlenmiştir. İncelenen afişlerde en fazla yerel unsurlara ve festivalin temasına yer verildiği görülmüştür. Ayrıca festivalin belirli bir kesime yönelik olarak düzenlenmesi durumunda ise (örneğin kadın sinemacılara yönelik festivaller) festivalin bu özelliğinin afişe yansıtıldığı görülmektedir. Buna ek olarak da gezici festivallerde festivalin amaçlarının temsil edildiği afişlerin tercih edildiği görülmüştür.

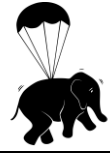
## 5. SONUÇ

Afişler, iletişim ve tanıtım amaçlı olarak iç ve dış mekanlarda kullanılan tasarım ürünleridir. Festival özellikle film festivalleri farklı bir kategoride yer almaktadır çünkü gerek uluslararası olsun gerekse ulusal film festivallerinin farklı hedef kitleleri vardır ve afişleri de doğal olarak hedef kitesine doğrudan seslenir; öte yanda, afiş içeriği ile dikkat çeker ve bu yolla festival içeriğine de gönderme yapar. Başlangıçta ilgi çekme, tanıtım veya duyuru olsa da amaç zaman içinde tasarım ve dijital teknoloji geliştikçe festival afişleri daha derin anlamlar ifade etmeye başlamıştır. Yerel veya bölgesel olarak çeşitli imgelerin inşa edildiği bugünün festival afişleri hem tanıtım yapmakta hem de afiş sanatının tasarım imkanlarını kullanmaktadır.

Çalışma kapsamında Türkiye’de her yıl düzenlenen uluslararası film festival afişlerinin yerel tanıtım ve yerel imge kullanma biçimleri ele alınmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen 2019 yılına ait Türkiye’de gösterime giren uluslararası on üç festival afişi üzerinden, yerel imge kullanımı Fransız Dil ve Göstergebilimci Roland Barthes’indüzanlam (dénotation) ve yananlam (connotation) kavramları boyutunda göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiş ve afişlerin tanıtım rolü hususunda önemli bulgulara ulaşılmıştır. İkinci olarak önemli ve her yıl tekrarlayan festivallerin afişlerinde o bölgeye ait bir yöresel imgenin kullanıldığı tespit edilmiştir.

Adana Altın Koza’da bölge için çok değerli olan pamuk, Ankara’da dünyaca ünlü Ankara Kedisi, Antalya Altın Portakal’da narenciyeyi çağrıştıracak figürler, Boğaziçi’nde İstanbul’un simgeleri Boğaz’a özel turkuaz mavi ve erguvanlara özel eflatun rengi kullanımı, Gezici Festival’de festivalin insanlar tarafından yuvarlatılarak yol aldırılması, Malatya’da Aslantepeler figürleri, İstanbul’da “Rusya ile buluşma temasında, Kremlin çatıları göstergesel olarak bölgesel imgeler olduğundan kentin veya daha büyük bir kapsamda bölgenin tanıtımına katkı yapmaktadır.





Benzer şekilde Filmmor kadın yönetmenlerin filmlerini kabul eden bir festival olmasından ötürü temizliği ve masumiyeti temsilen beyaz rengi ve kadın bedenini bağdaştıracak şekilde zerafet kapsamında ince bel görseli kullanarak kelimeler olmadan göstergesel şekilde kadın imgesini kullanmıştır.

Afişlerde sıklıkla film şeridi, renk tayfı ve sinema makinası kullanılmıştır. Bu çalışma alanda ilk çalışmalardan biri olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önem taşımaktadır. Gelecek çalışmaların, mevcut çalışmadan yararlanarak gelecekte farklı ülkelerdeki film festival afişlerini incelemesi; geçmiş ile günümüz arasında kıyaslamalarda bulunması ve bölge kültürüne ait özel imgelerin olup olmadığının incelenmesi alana önemli katkılar sağlayacaktır.

#### YAZARLARIN BEYANI

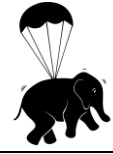
**Katkı Oranı Beyanı:** Her iki yazarda eşit şekilde katkıda bulunmuşlardır.

**Destek ve Teşekkür Beyanı:** Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çatışma Beyanı:** Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını deklare etmektedir.

#### Kaynakça

- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*, çev. Berke Vardar-Mehmet Rifat, Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel Serüven*, (1. Baskı), çev. Mehmet Rifat ve Sema Rifat, Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- Barthes, R. (2016). *S/Z*. Çev. Sündüz Öztürk Kasar. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Becer, E. (2011). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost.
- Bircan, U. (2015). Roland Barthes ve göstergebilim. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 13(26), 17-41.
- Brockmann, S. (2010). *A Critical History of German Film*. Camden House.
- Eken, B. (2020). Teknoloji ile birlikte dönüşen afişin incelenmesi ve kamusal ekranlarda etkileşimli afiş uygulamaları. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 47, 157- 186.
- Ertan, G. & Sansarcı, E. (2016). *Görsel sanatlarda anlam ve algı*. İstanbul: Alternatif.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Ark.
- Gayret, T. (2019). 1789 sonrasında günümüze dans temalı afiş tasarımları üzerine bir inceleme. *Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı. 37-50.



- Guiraud, P. (2016). *Göstergebilim*, (Çev. Mehmet Yalçın, 3.Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Gündoğmuş, N. Y. (2019). 30. Ankara uluslararası film festivali 'nin afişi belirlendi. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/30-ankara-uluslarasi-film-festivalinin-afisi-belirlendi-/1405995>. (Erişim Tarihi: 17 Haziran 2021).
- Kalkan Kocabay, H. (2008) *Tiyatroda göstergebilim*. İstanbul: E Yayınları.
- Kulakoğlu, O. (2019). *Günümüz sinema filmi tanıtım sürecinde üretilen film afiş türleri*, Yüksek Lisans Tezi, Yeni Medya Anasanat Dalı, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Sontag, S. (1970). *Posters: advertisement, art, political artifact, commodity*. The Art of Revolution: 96 Posters from Castro's Cuba 1959–1970, xvii. <http://lookingfromsolitude.tumblr.com/post/40172195344/susan-sontagpostersadvertisement-art-political-artifac>. (Erişim Tarihi: 20 Haziran 2021).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. *Türkiye'deki Uluslararası Film Festivalleri*. <https://sinema.ktb.gov.tr/TR-145428/turkiye39deki-uluslarasi-film-festivalleri.html>, (Erişim Tarihi: 17 Haziran 2021).
- TDK, (2021). *Afiş*. <https://sozluk.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 21 Haziran 2021).
- Teker, U. (2009). *Grafik tasarım ve reklam*. İstanbul: Yorum Sanat.