

Araştırma Makalesi / Research Article

Film Afişlerinde Görsel Söylem ve Anlam İnşası

Visual Discourse and the Construction of Meaning in Film Posters

Ümmü Seleme Rümeysa Özkafa¹ ¹Bağımsız Araştırmacı, Lefkoşa, KKTC,
selemeozkafa@gmail.com

Özet

Film afişleri, yalnızca tanıtım araçları değil, aynı zamanda görsel söylem üreten ve anlam inşa eden tasarım mFilm afişleri, yalnızca tanıtım işlevi üstlenen araçlar değil, aynı zamanda görsel söylem üreten ve anlam inşa eden tasarım metinleridir. Bu çalışma, film afişlerinde anlamın hangi görsel ve tipografik düzenekler aracılığıyla kurulduğunu göstergebilimsel bir çerçevede incelemektedir. Araştırma, nitel ve betimsel bir desene dayanmakta; örneklem, geniş ölçekli bir film veritabanından önceden belirlenen ölçütlere göre seçilen filmlere ait afişlerden oluşturulmaktadır. Afişler; kompozisyonel örgütlenme, renk ve atmosfer, tipografik hiyerarşi, ikonografik öğeler ve anlatısal vaat bağlamında çözümlenmiştir. Çözümleme sürecinde Roland Barthes'in düz anlam-yan anlam ayrımı ile Charles Sanders Peirce'in ikon, indeks ve simge sınıflandırması temel alınmıştır. Bulgular, film afişlerinde anlamın karakter yerleşimi, mekânsal hiyerarşi ve renk atmosferi üzerinden yapılandırıldığını; tipografinin ise tür, duygu ve anlatı yönelimini pekiştiren etkin bir gösterge olarak işlediğini ortaya koymaktadır. Görsel ve metinsel öğeler arasındaki etkileşim, izleyicinin algısını yönlendiren bütüncül bir söylem alanı üretmektedir. Çalışma, film afişlerinin grafik tasarım bağlamında kültürel olarak okunabilir görsel söylemler üreten tasarım sistemleri olduğunu göstermekte ve görsel iletişim alanına kuramsal katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Film afişi, görsel söylem, anlam inşası, grafik tasarım, göstergebilim.

JEL Kodları: D13, L82, Z11.

Abstract

Film posters function not only as promotional tools but as visual texts that construct meaning through design. This study investigates how visual discourse operates in film posters and how meaning is produced through graphic elements within a semiotic framework. Adopting a qualitative and descriptive research design, the sample consists of posters selected according to predefined criteria from a large-scale film database. The posters are analyzed in terms of compositional organization, color and atmosphere, typographic hierarchy, iconographic elements, and narrative promise. The analytical framework is grounded in the levels of denotation and connotation proposed by Roland Barthes and in the relationships between iconic, indexical, and symbolic signs defined by Charles Sanders Peirce. The findings indicate that meaning in film posters is structured through character positioning, spatial hierarchies, and chromatic atmospheres, while typography operates as an active signifier reinforcing genre, mood, and narrative orientation. The interaction between visual and textual components establishes a coherent visual discourse that frames audience perception prior to viewing. The study demonstrates that film posters function as discursive design systems and contributes to graphic design theory by revealing their role in shaping visual culture and audience interpretation.

Keywords: Film poster; visual discourse; meaning construction; graphic design; semiotics.

JEL Codes: D13, L82, Z11.

Özkafa, Ü. S. R. (2026). Film afişlerinde görsel söylem ve anlam inşası. *STA Dergi*, 1(1), 21-30.

Makalenin Türü: Araştırma Makalesi
Sorumlu Yazar: Ümmü Seleme Rümeysa Özkafa
Geliş Tarihi: 01.12.2025
Kabul Tarihi: 05.01.2026
Yayın Tarihi: 28.01.2026
Çıkar Çatışması: Yok.
Hakemlik Modeli: Çift kör hakemlik.
Etik Kurul Raporu: Gerekli değildir.
Benzerlik Oranı: %9

Type of Article: Research Article
Corresponding Author: Ümmü Seleme Rümeysa Özkafa
Received: 01.12.2025
Accepted: 05.01.2026
Published: 28.01.2026
Conflict of Interest: None.
Peer Review: Double-blind review
Ethics Committee Report: Not required.
Similarity Rate: 9%

Bu dergi açık erişimlidir ve Creative Commons BY-NC lisansı kapsamında yayımlanmaktadır. / This journal is open access and published under the Creative Commons BY-NC license.



OPEN  ACCESS

1. Giriş

Film afişleri, sinema endüstrisinin kamusal alanda dolaşıma giren en görünür görsel üretim biçimleri arasında yer almakta; izleyici ile film arasında ilk teması kuran temel iletişim araçları olarak işlev görmektedir. Bu görsel nesneler, filmin adı, oyuncu kadrosu ve gösterim tarihi gibi bilgileri aktarmakla sınırlı kalmamakta; anlatı evrenini önceden çerçeveleyen, izleyicide beklenti oluşturan ve algıyı yönlendiren tasarım metinleri olarak yapılandırılmaktadır. Afiş yüzeyi üzerinde yer alan imge, renk, tipografi ve kompozisyon kararları aracılığıyla film hakkında bir söylem kurulmakta; izleyici henüz filmi deneyimlemeden önce belirli bir duygu atmosferi ve anlatı yönelimi üretilmektedir (Becer, 2015).

Görsel iletişim alanında tasarım ürünlerinin kültürel bağlam içinde okunabilir metinler olarak ele alınması gerektiği kabul edilmektedir. Görsellerin “doğal” ya da “kendiliğinden” anlamlar taşıdığı varsayımı yerine, bu anlamların belirli temsil biçimleri ve kodlar aracılığıyla üretildiği vurgulanmaktadır (Rose, 2016). Bu yaklaşım doğrultusunda film afişleri, gerçekliği yansıtan yüzeyler olarak değil, belirli anlamları kurarak dolaşıma sokan görsel söylem alanları olarak değerlendirilmektedir. Afişlerde kullanılan figürler, mekânsal düzenlemeler ve renk atmosferleri, izleyicinin filmle kuracağı ilişkiyi daha deneyim gerçekleşmeden önce biçimlendiren göstergeler olarak işlev görmektedir (Mitchell, 2005).

Türkiye’de grafik tasarım literatüründe afiş, kamusal alanda dolaşıma giren ve toplumsal bellekte iz bırakan bir görsel iletişim aracı olarak tanımlanmaktadır. Uçar’ın ortaya koyduğu çerçevede afiş, mesajı en kısa sürede iletmekle yükümlü bir tasarım formu olarak, imgeler ve tipografi aracılığıyla ikna edici bir yapı kurmaktadır (Becer, 2015). Bu yapı içinde görsel öğeler, yalnızca bilgiyi taşıyan araçlar olarak değil, anlamın kendisini üreten bileşenler hâline gelmektedir. Film afişlerinde bu durum daha belirgin bir görünüm kazanmakta; anlatının tonu, türü ve duygusal yönelimi, afiş yüzeyi üzerinde inşa edilen görsel kurgu aracılığıyla izleyiciye aktarılmaktadır (Nikbay, 2009).

Afişin görsel kültür içindeki konumu, onun yalnızca estetik bir nesne olarak değil, toplumsal süreçlerle etkileşim hâlinde olan bir temsil alanı olarak ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Afiş, belirli dönemlerin ideolojik, kültürel ve ekonomik dinamiklerini görsel biçimlere dönüştüren bir arayüz olarak işlev görmektedir (Çitci, 2009). Film afişleri de benzer biçimde, popüler kültürün dolaşım alanında, belirli değerleri, anlatı kalıplarını ve temsilleri “doğal”mış gibi sunan görsel

metinler üretmektedir. Bu yönüyle afiş tasarımı, yalnızca biçimsel tercihlerden oluşan bir pratik olarak değil, anlamı yapılandıran stratejik bir görsel söylem alanı olarak ele alınmalıdır.

Görsel anlamın nasıl kurulduğunu açıklamaya yönelik çağdaş yaklaşımlar, görsellerin de sözel dil gibi yapılandırılmış sistemler üzerinden işlediğini ortaya koymaktadır. Kress ve van Leeuwen tarafından geliştirilen görsel dil kuramı, anlamın temsili, etkileşimsel ve bileşimsel olmak üzere üç düzlemde üretildiğini ileri sürmektedir (Kress & van Leeuwen, 2006). Bu modele göre görsel metinlerde neyin gösterildiği, izleyicinin nasıl konumlandırıldığı ve anlamın yüzey üzerinde nasıl örgütlendiği, görsel söylemin temel bileşenlerini oluşturmaktadır. Bu kuramsal çerçeve, film afişlerini yalnızca estetik tasarım ürünleri olarak değil, izleyiciyle ilişki kuran ve belirli anlamları yapılandıran görsel metinler olarak çözümlemeye olanak tanımaktadır.

Film afişleri, bu bağlamda, görsel söylemin yoğunlaştığı alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Afiş yüzeyi, sınırlı bir mekân içinde, filmin anlatısına ilişkin en yoğun anlam paketinin üretildiği bir alan hâline gelmektedir. Figürlerin konumlandırılması, bakış yönlerinin düzenlenmesi, mekânsal derinlik kurguları ve renk paletleri, izleyicinin filme ilişkin zihinsel çerçevesini önceden yapılandırmaktadır. Bu yapılandırma sürecinde izleyici, belirli bir konuma yerleştirilmekte; kimi zaman anlatının içine davet edilmekte, kimi zaman da mesafeli bir gözlemci konumuna itilmektedir (Kress & van Leeuwen, 2006). Böylece afiş, yalnızca bilgi aktaran bir yüzey olarak değil, izleyiciyi belirli bir bakış rejimi içine yerleştiren görsel bir aygıt olarak işlemektedir.

Bu çalışma, film afişlerini görsel söylem üreten tasarım metinleri olarak ele almakta ve anlamın hangi görsel düzenekler aracılığıyla kurulduğunu incelemeyi amaçlamaktadır. Afişlerde yer alan temsil biçimlerinin, izleyiciyle kurulan görsel ilişkinin ve tasarım öğelerinin yüzey üzerindeki örgütlenme biçimlerinin, filmin anlatısına ilişkin bir çerçeve oluşturduğu varsayılmaktadır (Heller & Vienne, 2015). Bu doğrultuda çalışma, film afişlerinde görsel söylemin hangi ortak tasarım stratejileri üzerinden üretildiğini ve anlamın nasıl yapılandırıldığını ortaya koymayı hedeflemektedir.

Araştırma, film afişlerinde görsel anlamın oluşumuna ilişkin şu soruya odaklanmaktadır: Film afişlerinde anlam, hangi temsili, etkileşimsel ve bileşimsel düzenekler aracılığıyla kurulmaktadır? Bu soruya yanıt aranırken, afişlerdeki figür yerleşimleri, bakış yönleri, mekânsal derinlik kurguları, renk atmosferleri ve tipografik

hiyerarşiler sistematik biçimde çözümlenmektedir. Böylece film afişlerinin, görsel kültür içinde nasıl bir anlam evreni inşa ettiği ve izleyicinin algısını nasıl yönlendirdiği ortaya konulmaktadır (Meggs & Purvis, 2016). Bu yaklaşım, afiş tasarımı yalnızca biçimsel estetik üzerinden değil, anlam üretim süreçleri üzerinden değerlendirmeye olanak tanıyarak grafik tasarım alanına kuramsal bir katkı sunmaktadır.

2. Yöntem

Bu araştırma, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde yapılandırılmıştır ve film afişlerini “görsel metin” olarak ele alan göstergebilim temelli bir çözümleme anlayışına dayanmaktadır. Çalışmada, afişler yalnızca estetik nesneler olarak değil, görsel söylem üreten ve anlamı yapılandıran tasarım sistemleri olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, çözümleme modeli olarak Kress ve van Leeuwen’in “Reading Images: The Grammar of Visual Design” adlı çalışmalarında geliştirdikleri “görsel dilin grameri” yaklaşımı benimsenmiştir (Kress & van Leeuwen, 2006).

Kress ve van Leeuwen’in modeli, görsel anlamın üç temel düzlemde kurulduğunu ileri sürmektedir:

I. Temsili anlam, görselde neyin ve kimin temsil edildiğini; eylem, aktör ve sahne ilişkilerini,

II. Etkileşimsel anlam, görselin izleyiciyle nasıl bir ilişki kurduğunu; bakış yönü, mesafe ve perspektif aracılığıyla izleyici konumunun nasıl yapılandırıldığını,

III. Bileşimsel anlam ise görsel öğelerin mekânsal düzenlenişini; merkez-çevre ilişkisini, görsel ağırlığı, renk dengelerini ve tipografi-imaj ilişkisini kapsamaktadır (Kress & van Leeuwen, 2006).

Araştırmanın örneklemini, geniş ölçekli bir film veritabanında kullanıcı beğenisine göre üst sıralarda yer alan filmler arasından, önceden belirlenen ölçütler doğrultusunda seçilen filmlere ait afişlerden oluşturulmuştur. Seçim sürecinde, filmlerin uluslararası dolaşıma girmiş olması, afişlerin özgün tasarım örnekleri olması ve görsel çeşitlilik sunması temel ölçütler olarak belirlenmiştir. Bu sayede, çözümleme kapsamına alınan afişlerin çağdaş görsel kültür içinde yüksek görünürlüğe sahip örnekleri temsil etmesi amaçlanmıştır.

Her bir afiş, Kress ve van Leeuwen’in üçlü anlam düzlemi esas alınarak, aynı çözümleme şeması doğrultusunda incelenmiştir. Çözümleme sürecinde afişler; figür yerleşimi, mekânsal derinlik, bakış yönü, kadraj türü, renk atmosferi, tipografik hiyerarşi ve görsel ağırlık ilişkileri bakımından değerlendirilmiştir. Her afiş için

temsili yapı, izleyiciyle kurulan etkileşim ve bileşimsel düzen ayrı ayrı betimlenmiş; bu katmanların birlikte nasıl bir görsel söylem ürettiği ortaya konulmuştur.

Analizlerin karşılaştırılabilir ve sistematik biçimde yürütülebilmesi amacıyla, tüm afişler aşağıdaki çözümleme tablosu üzerinden değerlendirilmiştir:

Tablo 1. Film Afişlerinde Görsel Söylem ve Anlam İnşasına Yönelik Göstergebilimsel Çözümleme Şeması

Temsili Yapı (Kim/Ne Gösteriyor?)	Etkileşimsel Yapı (İzleyiciyle İlişki)	Bileşimsel Yapı (Yerleşim ve Düzen)	Görsel Söylem / Anlam
Merkezdeki figür(ler), arka plan/mekân, nesneler ve semboller, eylem varlığı ya da durağanlık durumu.	Bakış yönü (doğrudan/dolaylı), kadraj türü (yakın/orta/uzak), perspektif (üstten/alttan/göz hizası), izleyiciye verilen konum.	Merkez-çevre ilişkisi, üst-alt ve sağ-sol yerleşim, görsel ağırlık dağılımı, renk dengesi, tipografi-imaj ilişkisi.	Üretilen anlatı, kurulan duygusal atmosfer, tür çağırışı, kültürel ve ideolojik imalar.

Yukarıdaki tablo (Tablo 1) aracılığıyla her afişte:

- Hangi aktörlerin ve imgelerin öne çıkarıldığı,
- İzleyicinin bakışla, mesafeyle ve perspektifle nasıl konumlandırıldığı,
- Anlamın merkez-çevre, üst-alt, sağ-sol düzenlemeleri, görsel denge ve tipografik hiyerarşi yoluyla nasıl örgütlendiği,

sistematik biçimde analiz edilmiştir.

Temsili yapı sütununda, afişte yer alan aktörler, nesneler ve mekânsal unsurlar betimlenmiş; hangi figürlerin merkeze alındığı, hangi eylemlerin ima edildiği ve sahnenin nasıl kurulduğu belirlenmiştir. Bu düzlemde afişin “neyi gösterdiği” ortaya konulmuştur.

Etkileşimsel yapı sütununda, görselin izleyiciyle kurduğu ilişki çözümlenmiştir. Karakterlerin bakış yönü, kadraj türü (yakın, orta, uzak plan), perspektif (üstten, alttan, göz hizası) ve görsel mesafe aracılığıyla izleyicinin nasıl konumlandırıldığı değerlendirilmiştir. Bu bölümde afişin izleyiciye güç, yakınlık, mesafe ya da otorite hissi verip vermediği incelenmiştir.

Bileşimsel yapı sütununda ise anlamın görsel yüzey üzerinde nasıl örgütlendiği ele alınmıştır. Merkez-çevre ilişkileri, üst-alt ve sağ-sol yerleşimler, görsel ağırlık dağılımı, renk dengeleri ve tipografik hiyerarşi analiz edilmiştir. Bu aşamada, imge ile metin arasındaki

ilişki ve hangi öğelerin görsel olarak öne çıkarıldığı belirlenmiştir.

Son olarak Görsel Söylem / Anlam sütununda, üç düzlemde elde edilen bulgular bütüncül biçimde yorumlanmış; afişin hangi anlatıyı, hangi duygu atmosferini ve hangi kültürel anlamları ürettiği tanımlanmıştır. Böylece her afiş, yalnızca betimlenmiş bir tasarım nesnesi olarak değil, izleyiciye belirli bir dünya görüşü ve anlatı vaadi sunan görsel bir söylem alanı olarak ele alınmıştır.

Elde edilen bulgular, yalnızca tekil betimlemeler olarak değil, afişler arasında karşılaştırmalı ilişkiler kurularak yorumlanmıştır. Böylece film afişlerinde görsel söylemin hangi ortak tasarım stratejileri üzerinden üretildiği ve anlamın nasıl yapılandırıldığı ortaya konulmuştur.

3. Film Afişlerinde Görsel Söylem

Görsel kültür çalışmalarında imgeler, yalnızca dünyayı betimleyen araçlar olarak değil, anlamı kuran ve yönlendiren söylemsel yapılar olarak ele alınmaktadır. Görsel olanın “yansıtıcı” değil, “inşa edici” bir işleve sahip olduğu kabul edilmektedir (Mitchell, 2005). Bu bağlamda tasarım ürünleri, toplumsal gerçekliğin pasif temsilleri olarak değil, belirli dünya görüşlerini, değerleri ve anlatıları yapılandıran görsel metinler olarak konumlandırılmaktadır. Film afişleri de bu görsel metinler arasında, kamusal alanda en yoğun dolaşıma giren ve izleyici algısını doğrudan yönlendiren tasarım nesneleri olarak öne çıkmaktadır (Atabey, 2025).

Görsel söylem kavramı, imgelerin yalnızca neyi gösterdiğini değil, nasıl bir bakış rejimi kurduğunu ve izleyiciyi hangi konuma yerleştirdiğini açıklamaya yöneliktir. Bu yaklaşım, görseli, anlamın nötr bir taşıyıcısı olarak değil, izleyiciyle ilişki kuran ve onu belirli bir okuma biçimine yönlendiren bir yapı olarak ele alır (Rose, 2016). Film afişlerinde kullanılan her görsel karar; figürlerin konumu, bakış yönü, mekânsal derinlik, renk düzeni ve tipografik yapı, izleyicinin filme nasıl yaklaşacağını önceden belirleyen söylemsel tercihler olarak işlev görmektedir.

Kress ve van Leeuwen’in geliştirdiği görsel dil kuramı, bu söylemsel yapının nasıl işlediğini sistematik biçimde çözümlemeye olanak tanımaktadır. Bu kurama göre görsel metinlerde anlam üç temel düzlemde üretilmektedir: temsili, etkileşimsel ve bileşimsel anlam (Kress & van Leeuwen, 2006). Temsili anlam düzlemi, görselde hangi aktörlerin, nesnelerin ve eylemlerin yer aldığını; dünyanın nasıl temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Film afişlerinde bu düzlem, anlatının

merkezine hangi karakterlerin yerleştirildiğini, hangi mekânların vurgulandığını ve hangi anlatı çekirdeğinin görünür kılındığını belirlemektedir.

Etkileşimsel anlam düzlemi, görselin izleyiciyle kurduğu ilişkiyi açıklamaktadır. Bakış yönü, kadraj türü ve perspektif aracılığıyla izleyicinin konumu yapılandırılmakta; izleyici kimi zaman anlatının içine davet edilmekte, kimi zaman mesafeli bir gözlemci konumuna yerleştirilmektedir (Kress & van Leeuwen, 2006). Film afişlerinde karakterlerin izleyiciye doğrudan bakması, yakın plan kullanımı ya da alttan bakış açısı, izleyici üzerinde güç, yakınlık ya da tehdit hissi üretmektedir. Bu düzlemde kurulan ilişki, afişin yalnızca bilgi aktaran bir yüzey değil, izleyiciyle etkileşime giren bir görsel aygıt olarak işlediğini göstermektedir.

Bileşimsel anlam düzlemi ise anlamın görsel yüzey üzerinde nasıl örgütlendiğini ele almaktadır. Merkez-çevre ilişkileri, üst-alt ve sağ-sol yerleşimler, görsel ağırlık dağılımı, renk dengeleri ve tipografik hiyerarşi, izleyicinin dikkatinin hangi öğelere yöneltileceğini belirlemektedir. Film afişlerinde başlık, karakter figürü ve arka plan arasındaki hiyerarşi, filmin kimliğini oluşturan temel anlam katmanlarını yapılandırmaktadır (Becer, 2015). Bu düzlemde yapılan tasarım tercihleri, hangi bilginin “asıl”, hangisinin “ikincil” olarak algılanacağını belirleyen söylemsel düzeneklerdir.

Bu kuramsal çerçeve, film afişlerinin yalnızca estetik tasarım ürünleri olarak değil, izleyiciyi belirli bir anlatı evrenine yönlendiren görsel söylem alanları olarak ele alınmasını mümkün kılmaktadır. Afiş, bu bağlamda, sınırlı bir yüzey üzerinde yoğunlaştırılmış bir anlam sistemi olarak işlemekte; izleyiciye filmin nasıl bir dünya sunduğunu, hangi duygusal atmosferi vaat ettiğini ve hangi anlatı konumuna davet ettiğini önceden bildirmektedir (Heller & Vienne, 2015).

Bu çalışma, Kress ve van Leeuwen’in görsel dil kuramını temel alarak, film afişlerinde anlamın temsili, etkileşimsel ve bileşimsel düzenekler aracılığıyla nasıl inşa edildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Böylece afiş tasarımı, yalnızca biçimsel bir estetik problem olarak değil, görsel kültür içinde söylem üreten bir tasarım pratiği olarak değerlendirilmekte; grafik tasarımın anlam üretimindeki kurucu rolü görünür kılınmaktadır.

4. Film Afişlerinde Görsel Söylem ve Anlamın İnşası

Bu bölümde sunulan çözümlemeler, film afişlerini yalnızca biçimsel tasarım ürünleri olarak değil, görsel söylem aracılığıyla anlam üreten metinler olarak ele almaktadır. Önceki bölümde ortaya konulan kuramsal

çerçevede, görsel anlamın temsili, etkileşimsel ve bileşimsel düzlemler üzerinden yapılandırıldığı; bu düzlemlerin birlikte işleyerek izleyiciyi belirli bir okuma rejimine yönlendirdiği vurgulanmıştır (Tos, 2024). Bu yaklaşım, anlamın afiş yüzeyinde kendiliğinden ortaya çıkmadığını, aksine tasarım kararları aracılığıyla sistematik biçimde inşa edildiğini göstermektedir.

Bu bağlamda “görsel söylem”, izleyicinin nasıl konumlandırıldığını ve anlamın yüzey üzerinde nasıl örgütlendiğini kapsayan bütüncül bir yapıyı ifade etmektedir (Atabey, 2025). Film afişlerinde figürlerin yerleşimi, bakış yönleri, mekânsal derinlik kurguları, renk atmosferleri ve tipografik hiyerarşiler, izleyiciyi belirli bir anlatı evrenine yönlendiren söylemsel düzenekler olarak işlemektedir. Anlam, bu düzeneklerin eşzamanlı etkileşimi sonucunda üretilmekte; afiş, izleyiciye filmin dünyasını önceden tanımlayan görsel bir çerçeve sunmaktadır.

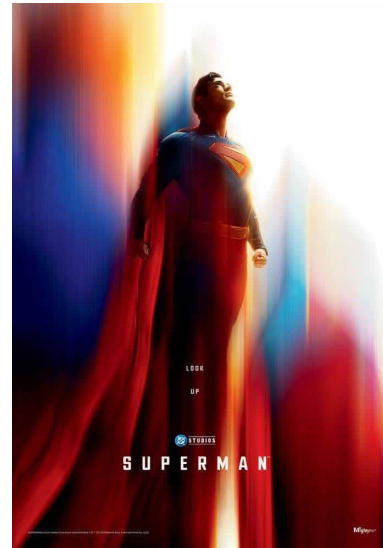
Aşağıda yer alan çözümlemeler, bu kuramsal çerçeve doğrultusunda yürütülmüştür. Her bir film afişi, Kress ve van Leeuwen’in görsel dil kuramı temel alınarak temsili, etkileşimsel ve bileşimsel düzlemler üzerinden incelenmiştir; bu düzlemlerin birlikte nasıl görsel söylem kurduğu ve anlamı nasıl yapılandığı ortaya konulmuştur. Böylece her afiş, yalnızca “ne gösterdiği” üzerinden değil, izleyiciye nasıl bir dünya, nasıl bir duygu ve nasıl bir anlatı vaat ettiği üzerinden okunmuştur. Bu bölümde sunulan bulgular, film afişlerinde anlamın hangi ortak görsel stratejiler aracılığıyla inşa edildiğini görünür kılmayı amaçlamaktadır.

4.1. Superman (2025) Film Afişi Çözümlemesi

Superman (2025), DC Comics karakteri Superman’ın sinematik evren uyarlamalarından biridir ve James Gunn’ın yönetmenliğinde yeniden kurgulanan DC Studios döneminin ilk büyük prodüksiyonlarından biri olarak gösterilmektedir. Film, karakterin klasik mitolojisini güncel etik, kimlik ve kahramanlık meseleleri bağlamında yeniden yorumlama vaadiyle duyurulmuştur. Eleştirel ve popüler söylemde, yapımın süper kahraman anlatısını modern izleyiciyle yeniden buluşturma hedefi taşıdığı sıkça belirtilmiştir. Bu bağlam, üretim ve anlatı stratejileri, film endüstrisi yayınlarında açıkça tartışılmıştır (Rotten Tomatoes, 2025).

Afiş (Şekil 1), tüm bedeni kapsayan dikey bir kadraj üzerine kurulmuştur. Figür, görsel alanın merkezine yerleştirilmiş; peleriniyle birlikte yukarı doğru uzanan bir form olarak temsil edilmiştir. Superman, hafif alttan görülen bir perspektifle sunulmakta; başı ve bakışı kadrajın üst sınırına doğru yönelmektedir. Arka plan,

belirli bir fiziksel mekâna gönderme yapmayan; kırmızı, mavi ve beyaz tonların dikey eksen boyunca eridiği soyut bir uzamdan oluşmaktadır. Bu görsel alan, figürü gündelik bağlamdan ayırmakta ve karakteri simgesel bir yükseliş alanı içine yerleştirmektedir. Figürün bedensel duruşu, gövdenin öne doğru yönelmesi ve adım atıyormuş izlenimi veren konumlanışıyla süreklilik ve ilerleme çağrışımı üretmektedir. Pelerinin aşağı doğru akışı, bedenin yukarı yönelimiyle karşıt bir ritim kurmakta; bu karşıtlık, figürü çevreleyen dikey hareket hissini yoğunlaştırmaktadır. Görsel yüzeyde oluşturulan bu akış, karakteri mekân içinde ilerleyen bir varlık olarak konumlandırmakta ve figürü anlatının merkezine yerleştirilen bir “yükselme” imgesi hâline getirmektedir. Alt bölümde yer alan “LOOK UP” ifadesi, figürün bakış yönüyle görsel bir ilişki kurarak izleyiciyi bu dikey yönelime dâhil etmektedir.



Şekil 1. Superman (2025) filmine ait ana tanıtım afişi.

Etkileşimsel düzlemde izleyiciyle kurulan ilişki, mesafe ve hiyerarşi üzerinden yapılandırılmaktadır. Orta-uzak plan kadraj, izleyiciyi figüre fiziksel olarak yaklaştırmamaktadır. Bakışın yukarı yönelmiş olması, izleyiciyle göz temasını kesmekte ve karakteri erişilmez bir konuma taşımaktadır. Perspektifin alttan kurulması, figürü görsel olarak yüceltmektedir. İzleyici, kahramanın baktığı yöne yönelmeye davet edilmektedir. Bu düzenek, izleyiciyi edilgen bir gözlemci konumuna yerleştirmekte ve figürü yön gösteren bir odak hâline getirmektedir.

Bileşimsel düzlemde kompozisyon, güçlü bir dikey eksen etrafında örgütlenmektedir. Figür merkezde sabitlenmekte; çevresindeki alan, hareket yanılması üreten renk geçişleriyle yapılandırılmaktadır. Dikey

akış, yukarı yönelim duygusunu süreklileştirmektedir. Tipografi, görsel alanın alt katmanında konumlandırılmıştır. “LOOK UP” ifadesi, figürün bakış yönüyle eşleşerek izleyiciye doğrudan bir çağrı üretmektedir.

Metinsel öğeler, imgeye tabi bir konum üstlenmekte ve figürün baskınlığını zayıflatmadan anlamı yönlendirmektedir. Bu düzenekler birlikte değerlendirildiğinde, afişin yönelme, yükselme ve umut ekseninde bir anlam alanı kurduğu görülmektedir. Yukarı yönelmiş beden, dikey renk akışı ve merkezî kompozisyon, figürü aşkın bir konuma taşımaktadır. “Look Up” çağrısı, izleyiciyi fiziksel bir bakış hareketine değil, sembolik bir yönelime davet etmektedir. Böylece afiş, Superman’i yalnızca güçlü bir beden olarak sunmamaktadır.

Görsel yapı, kahramanı yön veren bir değer odağı olarak konumlandırmaktadır. Görsel söylem, izleyiciyi bakışın yönüne dâhil etmekte ve anlatının vaat ettiği etik çerçeveye içine yerleştirmektedir.

4.2. Sinners (2025) Film Afişi Çözümlemesi

Sinners (2025), Ryan Coogler yönetmenliğinde üretilmiş, suç, gerilim ve ahlaki çatışma ekseninde kurgulanan bir yapımla olarak konumlandırılmaktadır. Film, bireysel seçimlerin bedeli, şiddetle kurulan ilişki ve içsel çöküş temalarını merkezine alan anlatı yapısıyla tanıtılmıştır. Yapımın, karakter odaklı gerilim estetiğini çağdaş bir görsel dil içinde yeniden yapılandırmayı hedeflediği belirtilmektedir (The Guardian, 2025).

Afiş (Şekil 2), tüm bedeni kapsayan dikey bir kadrage üzerine kurulmuştur. Figür, görsel alanın merkezinde konumlandırılmış; başı öne eğilmiş, bakışı aşağı yönelmiş bir duruşla temsil edilmiştir. Karakterin bedeni, güçlü kas yapısı ve askeri çağrışımlar taşıyan giysileriyle sert bir fiziksel varlık olarak sunulmaktadır. Arka planda, ufuk çizgisine yerleştirilmiş büyük bir güneş diski yer almaktadır. Bu disk, kırmızı ve turuncu tonların yoğunlaştığı bir ışık alanı oluşturarak figürü silüet etkisiyle çevrelemektedir.

Mekân, belirli bir coğrafyaya işaret etmeyen; toz, duman ve kıvılcım parçacıklarıyla yapılandırılmış belirsiz bir uzamdan oluşmaktadır. Bu uzam, figürü gündelik bağlamdan koparmakta ve karakteri sürekli bir tehdit alanı içine yerleştirmektedir. Ana figürün elinde tuttuğu silah, bedensel varlıkla bütünleşmiş bir uzantı gibi konumlanmaktadır. Bu kullanım, şiddet, kavramının karakterin kimliğinin ayrılmaz bir parçası olarak temsil edildiğini göstermektedir.



Şekil 2. Sinners (2025) filmine ait ana tanıtım afişi.

Etkileşimsel düzlemde izleyiciyle kurulan ilişki, kapalı ve mesafeli bir yapı üzerinden şekillenmektedir. Figür, izleyiciyle göz teması kurmamaktadır. Bakışın aşağı yönelmiş olması, karakteri içe dönük bir hâl içinde konumlandırmakta; izleyiciyi bu içsel gerilime tanıklık eden bir gözlemciye dönüştürmektedir. Orta-uzak plan kadrage, figürle izleyici arasında fiziksel bir mesafe üretmektedir. Perspektif, figürü yüceltmemekte; beden, ağır ve yere bağlı bir varlık olarak algılanmaktadır. Bu düzenek, izleyiciyi yönlendiren bir kahraman figürü yerine, içine kapanmış ve yük taşıyan bir karakterle karşı karşıya bırakmaktadır. İzleyici, figürün bakış yönünü izlemeye davet edilmemekte; aksine karakterin içsel ağırlığına tanıklık eden edilgen bir konuma yerleştirilmektedir.

Bileşimsel düzlemde kompozisyon, yatay bir gerilim hattı üzerine inşa edilmiştir. Arka plandaki büyük güneş diski, figürün arkasında yoğun bir ışık alanı oluşturmaktadır. Bu ışık, karakterin çevresini kuşatmakta ve onu kaçışı olmayan bir alan içine hapsedmektedir. Figür, bu ışık çemberinin önünde, karanlık bir silüet olarak konumlanmaktadır. Başlık “SINNERS”, figürün gövde hizasında, yoğun sarı renk ve bozulmuş tipografik doku ile yerleştirilmiştir. Yazı, pürüzlü yüzeyiyle aşınma ve yıpranmışlık hissi üretmektedir. “Dance with the Devil” ifadesi, alt bölümde konumlandırılarak görsel anlatıya ahlaki bir çerçeve eklemektedir. Tipografi, imgeyle bütünleşmiş bir söylem üretmekte; metin, görsel atmosferin parçası hâline gelmektedir.

Bu düzenekler birlikte değerlendirildiğinde, afişin suç, yük, içsel çatışma ve kaçınılmazlık ekseninde bir anlam

alanı kurduğu görülmektedir. Aşağı yönelmiş bakış, ağır beden dili ve kızıl ışık alanı, figürü sürekli bir gerilim hâli içinde konumlandırmaktadır. Görsel yapı, karakteri yön veren bir özne olarak değil, kendi iç karanlığıyla baş başa kalmış bir varlık olarak temsil etmektedir. “Dance with the Devil” çağrısı, anlatının ahlaki zeminini açıkça işaret etmektedir. Böylece afiş, izleyiciyi umut ve yükselme yönünde harekete geçirmemekte; onu karanlık, belirsizlik ve bedel kavramları etrafında yapılandırılmış bir anlatı alanına davet etmektedir. Görsel söylem, izleyiciyi figürün içsel yüküne tanıklık eden bir konuma yerleştirmekte ve anlatının vaat ettiği gerilim evrenine dâhil etmektedir.

4.3. Wake Up Dead Man: A Knives Out Mystery (2025) Film Afişi Çözümlemesi

Wake Up Dead Man: A Knives Out Mystery (2025), Rian Johnson tarafından yazılan ve yönetilen, Knives Out serisinin üçüncü halkası olarak konumlandırılan bir gizem filmidir. Yapım, çok karakterli anlatı yapısı, suç eksenini ve çözümü bekleyen kapalı anlatı evreniyle tanıtılmaktadır. Film, bireysel niyetler, gizli ilişkiler ve örtük gerilimler üzerine kurulu anlatı yapısıyla, izleyiciyi parçalı bir hakikat arayışına yönlendirmeyi amaçlamaktadır (Gleiberman, 2025).

Afiş (Şekil 3), siyah bir zemin üzerinde merkezde yükselen alev formu etrafında kurgulanmıştır. Bu alev biçimi, hem kompozisyonun omurgasını oluşturmakta hem de anlatının temel metaforunu taşımaktadır.



Şekil 3. Wake Up Dead Man: A Knives Out Mystery (2025) filmine ait ana tanıtım afişi.

Alevin iç yüzeyine yerleştirilmiş çoklu figür portreleri, hiyerarşik bir düzen içinde üst üste konumlandırılmıştır.

Karakterler, birbirleriyle doğrudan görsel temas kurmayan, farklı yönleri bakan portreler hâlinde temsil edilmiştir. Bu yerleşim, figürler arasında ortak bir merkez bulunmasına karşın, aralarındaki bağların kopukluğunu vurgulamaktadır. Alev formunun alt bölümünde ejderhayı andıran bir yaratık silueti yer almakta; bu figür, anlatının tehdit ve tehlike boyutunu simgesel bir düzleme taşımaktadır.

Mekân, fiziksel bir çevre sunmamakta; tüm görsel alan, karanlık zemin üzerinde yoğunlaşan simgesel formlardan oluşmaktadır. Figürlerin yüzleri ayrıntılı biçimde işlenmiş, bedenler ise büyük ölçüde siluet düzeyinde bırakılmıştır. Bu temsil biçimi, karakterleri bireysel kimlikleriyle tanınabilir kılarken, onların eylemsel bağlamlarını belirsizleştirmektedir.

Karakterlerin büyük bölümü izleyiciyle doğrudan göz teması kurmamaktadır. Bakış yönleri birbirinden ayrılmakta; her figür kendi yönüne kapanmış bir varlık olarak konumlandırılmaktadır. Bu düzenek, anlatının temel eksenini oluşturan giz ve örtüklük temasını görsel düzleme taşımaktadır.

Etkileşimsel düzlemde izleyici, bütüncül bir figürle karşı karşıya bırakılmamaktadır. Afiş, tek bir özne üzerinden ilişki kurmamakta; izleyiciyi çoklu karakter ağıyla çevrelemektedir. Karakterlerin dağınık bakışları, izleyiciyle doğrudan bir bağ kurulmasını engellemektedir. İzleyici, yönlendirilen bir konuma değil, çözümleme yapmaya davet edilen bir gözlemci konumuna yerleştirilmektedir. Bakışın parçalanması, izleyiciyi tek bir merkezden yoksun bırakmakta; görsel alan, sürekli bir belirsizlik duygusu üretmektedir. Bu yapı, gizem anlatısının temel mantığıyla örtüşen bir etkileşim rejimi kurmaktadır.

Bileşimsel düzlemde kompozisyon, güçlü bir merkezi metafor etrafında örgütlenmektedir. Alev formu, görsel alanın dikey eksenini belirlemekte; karakterler bu eksen boyunca sıralanmaktadır. Renk paleti, siyah zemin üzerinde yoğunlaşan kırmızı, turuncu ve sarı tonlarla sınırlıdır. Bu renk düzeni, tehlike, tutku ve gerilim çağrışımlarını süreklileştirmektedir. Başlık, gotik karakter yapısıyla sol bölümde yer almakta; tipografi, anlatının karanlık ve tarihsel tonunu pekiştirmektedir. Metinsel öğeler, görsel alanla bütünleşmiş bir yapı sergilemekte; yazı, yalnızca bilgi aktaran bir unsur olarak değil, atmosferin parçası olarak işlemektedir.

Bu düzenekler birlikte değerlendirildiğinde, afişin gizem, parçalanmışlık ve belirsizlik ekseninde bir anlam alanı kurduğu görülmektedir. Tek bir kahraman figürünün yokluğu, anlatının merkezinin kapalı

olduğunu işaret etmektedir. Karakterlerin alev içinde yer alması, hepsinin aynı tehdidin parçası hâline geldiğini düşündürmektedir. Görsel yapı, izleyiciye yön gösteren bir özne sunmamaktadır. İzleyici, çözülme bekleyen çoklu ilişkiler ağıyla baş başa bırakılmaktadır. Böylece afiş, izleyiciyi yönlendiren bir kahraman miti üretmemekte; onu, parçalı hakikatler arasında anlam kurmaya zorlayan bir görsel söylem alanı içine yerleştirmektedir. Görsel söylem, belirsizliği bastırmak yerine çoğaltmakta ve anlatının vaat ettiği gizem evrenini afiş yüzeyinde yeniden inşa etmektedir.

4.4. One Battle After Another (2025) Film Afişi Çözümlemesi

One Battle After Another (2025), Paul Thomas Anderson tarafından yazılan ve yönetilen, bireysel direniş, süreklilik gösteren mücadele ve etik duruş temalarını merkezine alan bir yapım olarak konumlandırılmaktadır. Film, çatışmayı tekil bir olay olarak değil, zamana yayılan ve bireyin kimliğini dönüştüren bir süreç olarak ele almaktadır. Anlatı, kişisel hafıza ile kolektif kader arasındaki gerilimi görünür kılmayı amaçlamaktadır.

Afiş (Şekil 4), iki farklı figürün üst üste bindirilmesiyle oluşturulmuş çok katmanlı bir kompozisyon üzerine kurulmuştur. Arka planda, yaşlı bir erkeğin yüzü geniş bir alanı kaplayacak biçimde konumlandırılmıştır.



Şekil 4. One Battle After Another (2025) filmine ait ana tanıtım afişi.

Yüz, sakın ancak derinlikli bir ifade taşımakta; bakış, doğrudan izleyiciye yönelmemekte, ufka doğru sabitlenmektedir. Ön planda ise genç bir kadın figürü, silahlı hâlde koşar pozisyonda temsil edilmiştir. Bu

figür, arka plandaki yüzün üzerinden geçiyormuş izlenimi yaratacak biçimde yerleştirilmiştir. Alt bölümde uzanan yol imgesi, kompozisyonun merkezine doğru ilerlemekte; figürlerin mekânsal bağlamını süreklilik fikri etrafında yapılandırmaktadır. Arka plan, sıcak turuncu ve kahverengi tonların hâkim olduğu bir gökyüzüyle çevrelenmiştir. Bu renk düzeni, hem geçmiş hem de yaklaşan bir çatışmayı çağrıştıran zamansal bir atmosfer üretmektedir.

Figürlerin temsili, zamansal bir kopuşa işaret etmektedir. Yaşlı yüz, deneyim, hafıza ve geçmiş yükünü çağrıştırmak; koşan genç figür, hareket, direnç ve süreklilik duygusunu taşımaktadır. Bu iki figür, aynı anlatı evrenine ait olmakla birlikte, farklı zaman katmanlarını temsil etmektedir. Aralarındaki ilişki, doğrudan bir temas üzerinden değil, üst üste bindirilmiş görsel katmanlar aracılığıyla kurulmaktadır. Bu temsil biçimi, anlatının merkezinde yer alan “mücadelenin kuşaklar boyunca devam eden bir süreç olduğu” fikrini görsel düzleme taşımaktadır.

Etkileşimsel düzlemde izleyici, tekil bir özneye ilişki kurmamaktadır. Büyük yüz, izleyiciye doğrudan bakmamakta; bakış, izleyiciyi içine almayan bir içe dönüklük üretmektedir. Koşan figür ise izleyiciye sırtını dönmüş, ileriye yönelmiş bir hareket hâlinde sunulmaktadır. Bu düzenek, izleyiciyi figürlerle özdeşleşmeye davet etmek yerine, onların zaman içindeki sürekliliğine tanıklık eden bir konuma yerleştirmektedir. İzleyici, yönlendirilen bir bakış rejimine değil, iz sürmeye dayalı bir gözlem konumuna dâhil edilmektedir. Bakışın doğrudan kurulmayışı, anlatının merkezinde yer alan mücadeleyi bireysel bir deneyim olmaktan çıkarak tarihsel bir süreklilik hâline getirmektedir.

Bileşimsel düzlemde kompozisyon, yatay bir zaman akışı üzerine örgütlenmiştir. Yol imgesi, alt bölümden merkeze doğru ilerleyerek görsel alanı ikiye bölmektedir. Bu yol, hem fiziksel bir mekânı hem de anlatının sürekliliğini temsil eden simgesel bir eksen oluşturmaktadır. Büyük yüz, kompozisyonun sol bölümünde ağır bir kütle olarak konumlanmakta; genç figür ise sağ üst bölgede hareket hâlinde yer almaktadır. Bu yerleşim, geçmiş ile gelecek arasında görsel bir gerilim üretmektedir. Başlık “ONE BATTLE AFTER ANOTHER”, figürlerin arasına yerleştirilmiş büyük ve kalın tipografisiyle, görsel yapının merkezinde anlamı sabitleyen bir rol üstlenmektedir. Metin, yalnızca filmi adlandıran bir unsur olarak değil, anlatının temel fikrini doğrudan ifade eden bir söylem alanı olarak işlenmektedir.

Bu düzenekler birlikte değerlendirildiğinde, afişin

mücadeleyi tekil bir çatışma olarak değil, zamana yayılan bir süreklilik olarak yapılandırdığı görülmektedir. Geçmişini temsil eden yüz ile geleceğe yönelen beden aynı yüzeyde buluşturulması, direnişin bireysel bir tercih olmaktan çıkarılarak tarihsel bir miras hâline getirildiğini düşündürmektedir. Yol imgesi, bu sürekliliği mekânsal bir metaforla görünür kılmaktadır. Görsel yapı, izleyiciyi anlık bir aksiyon vaadine yönlendirmemekte; onu, bitmeyen bir sürecin parçası olan anlatı evrenine dâhil etmektedir. Böylece afiş, mücadeleyi dramatik bir olay olarak değil, kimliği belirleyen bir süreklilik olarak kurmakta ve anlamı “bir savaştan diğerine” taşınan etik bir duruş etrafında inşa etmektedir.

Bu dört çözümleme birlikte ele alındığında, çağdaş film afişlerinde anlamın tekil görsel öğeler üzerinden değil; figürün konumlanması, bakış yönü, mekânsal kurgu ve tipografinin yüzey içindeki rolü gibi çok katmanlı düzeneklerin eşzamanlı örgütlenmesiyle üretildiği görülmektedir. İncelenen afişlerin her biri, izleyiciyi farklı bir duygu rejimine yerleştirmekte; kimi zaman umut ve yönelme, kimi zaman içsel gerilim, kimi zaman belirsizlik, kimi zaman ise süreklilik fikri üzerinden bir anlam alanı kurmaktadır. Bu çeşitlilik, film afişlerinin yalnızca türsel beklentileri yansıtan tanıtım görselleri olmadığını; izleyiciyi belirli bir bakış konumuna, etik çerçeveye ve anlatı evrenine yönlendiren görsel söylem alanları olarak işlediğini ortaya koymaktadır.

Bu bulgular, afiş yüzeyinin rastlantısal biçimde anlam üretmediğini; aksine, tasarım kararları aracılığıyla izleyici algısını önceden yapılandıran bir arayüz olarak işlediğini göstermektedir. Temsili, etkileşimsel ve bileşimsel düzlemlerin her afişte farklı ağırlıklarla devreye girmesi, anlamın nasıl yönlendirildiğini görünür kılmaktadır. Bu çerçevede, film afişlerinin grafik tasarım pratiği içinde yalnızca estetik nesneler olarak değil, görsel kültür içinde söylem üreten yapılar olarak değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu değerlendirme, bir sonraki bölümde sunulacak sonuçlar için kuramsal zemini oluşturmaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, film afişlerini yalnızca tanıtım işlevi üstlenen görsel yüzeyler olarak değil; izleyiciyi belirli bir bakış konumuna, duygu rejimine ve anlatı evrenine yerleştiren görsel söylem alanları olarak ele almıştır. Kress ve van Leeuwen’in görsel dil kuramı temel alınarak gerçekleştirilen çözümlemeler, anlamın temsili, etkileşimsel ve bileşimsel düzlemlerin eşzamanlı örgütlenmesiyle inşa edildiğini açık biçimde ortaya koymuştur. İncelenen dört afişte de anlam, tekil imgeler

üzerinden değil; figürün ölçeği, bakış yönü, mekânsal konumlanması, renk rejimi ve tipografinin yüzey içindeki rolü aracılığıyla yapılandırılmıştır.

Superman afişinde anlam, dikeylik ve ışık üzerinden umut ve yönelme ekseninde kurulmuş; izleyici yukarıya yöneltilen bir bakış rejimi içine yerleştirilmiştir. Sinners afişinde aşağı yönelmiş bakış, ağır beden dili ve kızıl atmosfer aracılığıyla içsel yük ve ahlaki gerilim üretilmiştir. Wake Up Dead Man: A Knives Out Mystery, tekil bir merkezden yoksun, parçalı figür düzeniyle belirsizliği ve gizemi çoğaltan bir görsel yapı sunmuştur. One Battle After Another ise zamansal katmanlar üzerinden süreklilik ve mücadele fikrini görselleştirerek, anlamı tarihsel bir akış içine yerleştirmiştir. Bu örnekler, çağdaş film afişlerinde görsel söylemin tek tip bir estetik üzerinden değil, farklı anlatı stratejileri doğrultusunda biçimlendiğini; ancak her durumda izleyiciyi yönlendiren bir anlam rejimi kurduğunu göstermektedir.

Elde edilen bulgular, film afişlerinin “bilgi veren” yüzeyler olmanın ötesinde, izleyicinin filmle kuracağı ilişkiyi önceden çerçeveleyen birer arayüz olarak işlediğini ortaya koymaktadır. Afiş, izleyiciyi yalnızca filme çağırılmamak; ona nasıl bakacağını, ne hissetmesi gerektiğini ve anlatıyla hangi konumdan ilişki kuracağını da önceden tanımlamaktadır. Bu yönüyle afiş tasarımı, grafik tasarım pratiği içinde estetik tercihler toplamı olarak değil, anlam üretimi ve algı yönlendirme süreçlerinin merkezinde yer alan stratejik bir alan olarak değerlendirilmelidir.

Bu sonuçlar doğrultusunda, grafik tasarım eğitimi ve profesyonel tasarım pratiği açısından çeşitli öneriler geliştirilebilir:

Grafik tasarım eğitiminde afişin söylemsel boyutu güçlendirilmelidir. Afiş tasarımı çoğu zaman biçim, renk ve kompozisyon üzerinden ele alınmakta; ancak anlamın nasıl kurulduğu, izleyicinin nasıl konumlandırıldığı yeterince tartışılmamaktadır. Tasarım eğitimi, afişin yalnızca estetik bir yüzey olarak değil, görsel söylem üreten bir metin olarak ele almalı; öğrencilerin temsili, etkileşimsel ve bileşimsel düzlemler üzerinden düşünmesi teşvik edilmelidir.

Tasarım süreci, izleyici konumlandırması bilinciyle yürütülmelidir. İncelenen örneklerde anlamın büyük ölçüde bakış yönü, kadraj ve figür ölçeği üzerinden üretildiği görülmektedir. Tasarımcıların, izleyiciyi hangi konuma yerleştirdiklerinin farkında olarak üretim yapmaları, afişin iletisini güçlendirecek; rastlantısal görsel çözümler yerine bilinçli söylem yapıları ortaya çıkacaktır.

Özkafa, Ü. S. R. (2026). Film afişlerinde görsel söylem ve anlam inşası. *STA Dergi*, 1(1), 21-30.

Makalenin Türü: Araştırma Makalesi
Sorumlu Yazar: Ümmü Selem Rümeyza Özkafa
Geliş Tarihi: 01.12.2025
Kabul Tarihi: 05.01.2026
Yayın Tarihi: 28.01.2026
Çıkar Çatışması: Yok.
Hakemlik Modeli: Çift kör hakemlik.
Etik Kurul Raporu: Gerekli değildir.
Benzerlik Oranı: %9

Type of Article: Research Article
Corresponding Author: Ümmü Selem Rümeyza Özkafa
Received: 01.12.2025
Accepted: 05.01.2026
Published: 28.01.2026
Conflict of Interest: None.
Peer Review: Double-blind review
Ethics Committee Report: Not required.
Similarity Rate: 9%

Bu dergi açık erişimlidir ve Creative Commons BY-NC lisansı kapsamında yayımlanmaktadır. / This journal is open access and published under the Creative Commons BY-NC license.



OPEN ACCESS

Film afişleri, görsel kültür çalışmaları içinde daha sistematik biçimde ele alınmalıdır. Bu çalışma, afişlerin görsel kültür içindeki ideolojik ve duygusal yönlendirme gücünü ortaya koymaktadır. Gelecek araştırmalar, farklı türlerdeki filmleri, farklı kültürel bağlamlarda üretilmiş afişleri ve yerel-küresel tasarım pratiklerini karşılaştırmalı biçimde ele alarak bu alanı genişletebilir.

Dijital mecraların etkisi, görsel söylem bağlamında yeniden değerlendirilmelidir. Günümüzde film afişleri yalnızca basılı yüzeylerde değil, sosyal medya ve dijital platformlarda dolaşıma girmektedir. Bu durum, izleyiciyle kurulan ilişkinin hızını, ölçeğini ve bağlamını dönüştürmektedir. Afişin küçük ekranlarda nasıl okunduğu, hangi anlamların öne çıktığı ve hangi görsel stratejilerin daha etkili olduğu, yeni araştırma alanları olarak ele alınmalıdır.

Bu bağlamda çalışma, film afişlerinin grafik tasarım alanı içinde yalnızca estetik üretimler olarak değil, anlam inşa eden ve izleyici algısını yönlendiren görsel söylem alanları olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Afiş, izleyicinin filme dair ilk karşılaşma anını biçimlendiren bir eşik olarak, anlatının duygusal ve etik çerçevesini önceden kurmaktadır. Bu bağlamda film afişleri, çağdaş görsel kültür içinde anlamın nasıl üretildiğini ve dolaşıma sokulduğunu gösteren güçlü örnekler sunmakta; grafik tasarımın kültürel ve söylemsel rolünü görünür kılmaktadır.

Kaynakça

- Atabey, Z. (2025). Afiş tasarımlarında görsel tasarım unsurlarının incelenmesi: Eğitim temalı film afişleri. *BAEBD – Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 16(1), 359–374. <https://doi.org/10.51460/baebd.1597977>
- Becer, E. (2015). *İletişim ve grafik tasarım*. Dost Kitabevi.
- Çitci, E., & Eraldemir, B. (2017). Görsel kültür elemanı olarak reklam afişlerinin toplumsal süreçlerle etkileşimi. *Art-e Sanat Dergisi*, 10(20), 787–807. <https://doi.org/10.21602/sduarte.343200>
- Gleiberman, O. (2025, September 6). 'Wake Up Dead Man: A Knives Out Mystery' review: Set in a church parish, and pairing Daniel Craig and Josh O'Connor, the third entry in the series may be the sharpest yet. *Variety*.
- Heller, S., & Vienne, V. (2015). *Becoming a graphic & digital designer: A guide to careers in design (5th ed.)*. John Wiley & Sons.
- IMDb. (n.d.). *One Battle After Another* (2025). Retrieved January 14, 2026, from <https://www.imdb.com/title/tt30144839/>
- IMDb. (n.d.). *Wake Up Dead Man: A Knives Out Mystery* (2025). Retrieved January 14, 2026, from <https://www.imdb.com/title/tt14364480/>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design (2nd ed.)*. Routledge.
- Rotten Tomatoes. (2025). *Superman (2025) film eleştirisi ve puanlama verisi*. Rotten Tomatoes. https://www.rottentomatoes.com/m/superman_2025
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' history of graphic design (6th ed.)*. Wiley.
- Mitchell, W. J. T. (2005). *What do pictures want? The lives and loves of images*. University of Chicago Press.
- Nikbay, S. (2009). *Afiş tasarımında hedef kitlenin algılama durumlarına ilişkin görüşlerin değerlendirilmesi* (Yüksek lisans tezi), Gazi Üniversitesi.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials (4th ed.)*. SAGE.
- The Guardian. (2025, April 19). *Sinners review – Ryan Coogler's new film marks a bold and stylistic departure*. The Guardian.
- Tos, O. (2024). *İletişim ve halkla ilişkiler amaçlı afiş tasarımları: Film afişleri üzerine göstergebilimsel analiz*. e-GİFDER – Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 12(1).