

FARKLI DÖNEMLER FARKLI TASARIMLAR: “YEDİ KOCALI HÜRMÜZ” FİLMİ AFİŞLERİ VE GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ

Uzm. Hacı Mehmet ACAR*

ÖZET

Sinema tarihinde bazı filmler farklı zamanlarda tekrar çekilmiştir. Dünya sinemasında sıklıkla rastlanan yeniden çevrimler, Türk Sinemasında birçok filmde kendini göstermiştir. Yılanların Öcü, Üç Arkadaş, Fosforlu Cevriye, Yaşar Ne Yaşar Ne Yaşamaz gibi filmler, farklı yıllarda tekrar çekilmiş bazı Türk filmleridir. 1963 yılında Sadık Şendil tarafından kaleme alınmış olan Yedi Kocalı Hürmüz filmi de 1963, 1971 ve 2009’da tekrar çekilmiş yeniden çevrim filmlerden biridir.

Bu çalışmada “Yedi Kocalı Hürmüz” filminin farklı dönemlerde yapılmış afişleri analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında afiş ve sinema afişleri konusu irdelenmiş, afişlerin analizleri göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yedi Kocalı Hürmüz, Afiş, Göstergebilim, Yeniden Çevrim

DIFFERENT PERIODS DIFFERENT DESIGNS: THE SEMIOTIC ANALYSIS OF “YEDİ KOCALI HÜRMÜZ” MOVIE POSTERS

ABSTRACT

Some films were reshot in the history of cinema at different time. Remaking seen frequently in the world cinema has been used for many films in Turkish cinema. The films “Yılanların Öcü (Revenge of Snakes)”, “Üç Arkadaş (Three Friends)”, Fosforlu Cevriye (Gaudy Cevriye)”, “Yaşar Ne Yaşar Ne Yaşamaz (Yaşar likely to live, unlikely to live)” are same of the Turkish films which were reshot in different years. The film, Yedi Kocalı Hürmüz (Hürmüz with Seven husband), written by Sadık Şendil in 1963, is one of the reshot films in 1963, 1971 and 2009.

In this work, the movie posters of “Yedi Kocalı Hürmüz (Hürmüz with Seven husband)” have been analyzed. Within this survey, the subject of posters and movie posters have been examined; the analyses of the posters have been evaluated by using the semiological method.

Keywords: Yedi Kocalı Hürmüz, Poster, Semiotics, Remake

Giriş

Afiş tasarımları, tanıtımını yaptığı ürünün içeriğine göndermeler yaparak mesaj vermeye çalışan grafik tasarım ürünleridir. Film afişleri de izleyici ile ilk iletişimi sağlayan görsel iletişim araçlarıdır. Film afişlerinde dikkat edilen önemli unsurlardan biri de filmin içeriğini izleyiciye açık ve net bir biçimde iletmesidir. Sinema teknolojilerinin ilerlemesi gibi matbaanın gelişim serüveni de sinema afişlerinin yaygın bir şekilde kullanılmasını beraberinde getirmiştir. Ülkemizde de sinemanın gelişimi ile sinema salonlarının girişinde filmleri tanıtan afişler, hızla yaygınlaşmış ve gelişim göstermiştir.

Bu çalışmada aynı senaryonun farklı dönemlerde çekilmiş bir yeniden çevrim filmine örnek olarak “Yedi Kocalı Hürmüz” film afişlerinin gösterge çözümlenmeleri yapılmıştır. Dünya sinemasında sıklıkla örneklerine rastladığımız yeniden çevrim filmlerin ülkemizde de zaman zaman yapıldığını görmekteyiz. Aynı senaryonun, farklı dönemlerde farklı yönetmenin farklı oyuncularla çektiği filmler arasında benzerlik ve farklılıklar görülebilmektedir. Bu farklılık ve benzerliklerin film afişlerine nasıl yansdığı analiz edilmiştir.

Sinema afişleri, farklı tasarımcılar tarafından tasarlanması halinde, aynı filmi anlatsalar bile farklı göstergeler yansıtabilirler. Yine, bir sinema afişinin göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle yapılan incelemesinde, dönemsellik farklılıkların, tasarımlar üzerinde etkili olduğunu ortaya koyabiliriz. Dönemin, sosyal, kültürel, ekonomik, siyasal ve toplumsal yapısının tasarım ürünleri üzerinde etkili olduğunu söyleyebiliriz.

* Mersin Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü, mehmetacar@mersin.edu.tr

1. Yöntem

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, farklı zamanlarda yeniden çekilen filmlerin afiş tasarımlarının, göstergebilimsel çözümleme yöntemi ile analiz edilmesi ve aynı filmin farklı kişiler tarafından çekilmesi gibi afişlerin de farklı kişiler tarafından tasarlanmasının bir sonucu olarak, filmlerde olduğu gibi afiş tasarımlarında da farklılıkların veya benzerliklerin olup olmadığını göstermeye çalışmaktır. Film afişlerinin tasarlanmasında kullanılan dilin, her tasarımcı tarafından farklı olabileceği gibi dönemsel farklılıkların da tasarımlarda ne gibi etkilerinin olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma, bir filmi izleyiciye tanıtan, izleyici ile film arasında ilk iletişimi sağlayan sinema afişlerinin, izleyiciye verdiği mesajı, nasıl etkilediğini göstermesi bakımından önemlidir. Tasarımcıların, sinema afişlerini oluştururken kullandıkları göstergelerin, bir araya geldiklerinde, film hakkında verilen yananlamsal bilgilerin, ortaya nasıl çıktığını göstermesi açısından da önem arz etmektedir.

1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma, sinema afişleri, sinemada yeniden çevrim, göstergebilim, Türk Sineması Tarihi ve Yedi Kocalı Hürmüz filmleri ile ilgili literatür taraması sonucunda ulaşılan kaynaklar, konu ile ilgili süreli yayınlar ve internet taraması sonucunda ulaşılan yayınlarla sınırlıdır.

1.4. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada göstergebilimsel çözümleme (semiotische analyse) yöntemi kullanılmıştır. Göstergebilim işaretlerin incelendiği, insanların kelimeler, sesler ve imgelerden nasıl anlamlar çıkardığını açıklamaya çalışan bir bilim dalıdır. Göstergebilimin de diğer inceleme yöntemleri gibi belli bazı ilkeleri vardır. Bunların en önemlisi göstergebilimin nesnellik ilkesidir. “Göstergebilim insanların, kendilerini ilgilendiren her konuya göstergeler aracılığıyla yaklaştığını varsayar ve bu olguyu inceler” (Erkman-Akerson, 2005: 14). “Göstergebilimin temel ilgi alanının merkezinde gösterge yer alır. Gösterge, bir gösteren ile bir gösterilenden kuruludur” (Barthes, 1993: 40). İnsanlar, hayvan veya fotoğrafik görüntülerle, resimlerle de iletişim kurabilirler. Bunların hepsi birer göstergedir. Dahası “dil de bir göstergeler sistemidir” (Lazar, 2001: 78). Göstergebilimin kurucusu olan Ferdinand de Saussure, öncelikle dil olgusunun ne olduğunu tanımlamakla işe başlamış ve doğal dil dizgelerini inceleyen dilbilimi, daha geniş bir bilim dalı olan göstergebilimin içinde değerlendirmiştir. Ona göre dil toplumsal, söz ise bireyseldir. Bireysel söz, çok fazla değişiklik gösterdiğinden Saussure, dilin işleyiş kurallarına ulaşmaya çalışmıştır, fakat dilin işleyiş kurallarına da ancak sözlerin incelenmesi ile ulaşılacaktır. Örneğin; göstergebilimsel bir sistem olarak sinema bir dildir, her bir film ise sözdür. Bir dil olarak sinemanın işleyiş kurallarına da ancak tek tek filmlerin incelenmesi ile ulaşılacaktır (Atabek, 2007: 65).

Barthes ise Saussure’un göstergebilim tanımını geliştirerek, anlamlandırmanın ‘düz anlam ve yan anlam’ olarak iki boyutundan bahseder. Düz anlam, gösterenin kendisi iken, yan anlam, gösterileni ifade etmektedir. “Göstergebilim bilgisi, bir tasarımcının çalışmalarına çok sayıda katman üzerinden kitleye erişebilecek göndermeler yerleştirmesini sağlar” (Ambrose ve Harris, 2012: 66). Bir afişin çözümlemesi yapılırken ilk olarak, afişte yer alan nesnelerin nasıl düzenlendiğini dizisel boyutta incelenerek ortaya konmalıdır. Bu aşamada afişin görüntüsel anlatımı detaylı bir şekilde yapılmalıdır. Kompozisyonda yer alan nesnelerin hangi kavramları karşıladığı ve imgesel boyutta

işlevleri belirlenmelidir. Verilmek istenen iletinin, düzenlam (Denotation) ve yananlam (Konnotation) olarak ifade ettikleri tespit edilmelidir. Bu göstergelerin birbirleriyle olan ilişkilerinin oluşturdukları anlamlar ortaya çıkarılmalıdır. Bu noktada yapılan, görünen görüntünün altında yatan, açık bir dille ifade edilmeyen iletinin açığa çıkarılmasına yönelik bir çözümlerdir.

Araştırmanın konusu olan film afişlerinin dilsel kodlarının çözümlenmesinde, anlamlandırılmasında ve yorumlanabilmesinde semantik analiz (semantische analyse) ve hermeneutik analiz (hermeneutische Analyse) yöntemlerinden de öngöründüğü ölçüde yer yer yararlanılmaya çalışılmıştır. Bu yöntemlerin, görsel unsurların gösteren- gösterilen ilişkisi bağlamında ele alınmasında önemli bulgulara ulaşılmasına katkılar sağlayacağı düşünülmüştür.

2. Sinema Afişleri

Sinema afişlerini anlamak için öncelikle afişin ne olduğu üzerinde durmak gerekir. Afiş, “..bir marka veya ürünü tanıtmak, sosyal veya kültürel olaylar hakkında bilgi vermek amacıyla hedef kitlenin görebileceği yerlere asılan büyük ebatlı ilan” (Mazlum, 2006: 170) olarak tanımlayabiliriz. Afiş tasarımları, “ilk olarak 1890’da makine endüstrisi ürünlerinin pazarlanması amacıyla Fransa’da ortaya çıkmıştır” (Turani, 1995: 7). “Kübizm, Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus, Uluslararası Tipografik Sital gibi modern sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişimine büyük etkisi olmuştur” (Becer, 2011: 201). Afiş tasarımları tasarlandıkları döneme ve tasarımcısına göre farklı tekniklerde kendini göstermiştir. “Afiş, tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, canlı ve estetik bir göstergedir” (Becer, 2011: 204). Bu özelliği ile incelendiğinde afişlerin dönemin sosyal kültürel ve toplumsal yapı hakkında bilgiler verebilir. Tasarımcılar afişlerini tasarlariken iletmek istedikleri mesajı çarpıcı, net ve anlaşılır bir biçimde vermeye çalışırken estetik kaygılarla sanatsal unsurlardan fazlasıyla yararlanırlar. Bu nedenle de tasarımlarda tasarımcının yaratıcılığı, ortaya çıkan afiş çalışmasının sonucunu etkileyecektir. Afiş tasarımlarında çeşitli teknik ve görsel uygulamalar kullanılabilir. “Tasarımcı, afişlerde hedef kitlenin ilgisini çekecek işaretler ve simgeler kullanır. Kullanılan bu işaret ve simgelerle tanıtım yapılan ürünün akılda kalması hedeflenir. Burada önemli olan verilecek mesajı etkin ve doğru bir sunum yöntemiyle ulaştırmaktır” (Ketenci ve Bilgili, 2006: 325).

Film afişleri ilk zamanlar filmi duyuran ve ilgi çekici hale getiren iletişim araçları olarak sinema salonları önünde fenerle yapılan tanıtımların yerini almıştır. Film hakkında bilgi veren bu afişler, senaryo, mekân, dönem, önemli sahneler, oyuncular gibi filmi oluşturan önemli unsurların bir araya getirilerek tasarlanmasıyla oluşurlar. Her sanat ürününün kendine özgü bir dili olduğu gibi film afişlerinin de kendine özgü bir dili ve tarzı olabilir. Tasarımı oluşturan unsurlar (yazı, logo, fotoğraf, illüstrasyon vs.) bir araya gelerek film hakkında bilgi verdiği gibi hedef kitle üzerinde görsel bir etki de bırakabilirler. Ayrıca “afiş, bir anlık çağrışımla, izleyiciyi film hakkında bilgilendirmekte, afişte var olan birimlerin kendi aralarında kurdukları ilişkiler ise afişin anlamlandırılmasını sağlamaktadır” (Parsa, 2008: 115). Sinema ve matbaa teknolojilerinin ilerlemesiyle ülkemizde de afiş sanatı ile sinemanın yollarının kesişmesine neden olmuştur. 1960 ve 1970’li yıllarda yapılan afişlerde illüstrasyon kullanımı yerini fotoğrafa bırakmıştır. Bilgisayar teknolojilerinin ilerlemesi ile yapılan dijital çalışmalarla tasarımlar farklı bir boyut kazanarak günümüze kadar gelmiştir.

3. Yedi Kocalı Hürmüz Filmi ve Afişlerin Analizi

3.1. Filmin Özeti

Türk komedyaya geleneğinin efsane hikayelerinden biri olan Yedi Kocalı Hürmüz, 1800'lü yılların sonlarında Osmanlı topraklarında geçen bir yerli sinema örneği olarak beyaz perdeye aktarılmıştır. Filmin kahramanı İstanbul'da yaşayan Hürmüz'dür. Değişik mesleklerden altı kişiyle hiçbir yasal yanı olmadan evlenmiştir. Her kocasını haftanın bir günü ağırlamakta, gönüllerini hoş etmekte, onlardan hediyeler almakta ve ekonomik sorunlarını bu şekilde çözmektedir. Ancak, onun gönlü doktor olan eşindedir. Bir hastalık uyduran Hürmüz doktoru da evine getirir. Doktor da ona âşık olur. O andan sonra doktor ve Hürmüz'ün karmaşık olduğu kadar gülünç gelişmelerin olduğu hikayesi başlar.

3.2. Film Hakkında Genel Bilgiler

Yedi Kocalı Hürmüz, 1963 yılında Sadık Şendil tarafından kaleme alındığı günden bugüne kadar sinema ve tiyatrodaki sahnelenmiştir. Suna Pekuysal, Türkan Şoray ve Nurgül Yeşilçay dışında birçok isim Hürmüz karakterini oynamıştır. Yedi Kocalı Hürmüz filmi, farklı zamanlarda çekilen üç versiyonuyla izleyicinin karşısına çıkmıştır. Hürmüz karakterini sinemada ilk canlandıran Suna Pekuysal oldu. 1963'te çekilen filmin bu ilk versiyonunda Efkân Efkan, Öztürk Serengil, Necdet Tosun, Sami Hazinses, Ahmet Tarık ve Erol Günaydın Hürmüz'ün kocaları rolünü üstlenen oyuncularlardı. İkincisi, 1971 yılında Atıf Yılmaz'ın yönettiği, başrolünü Türkan Şoray'ın oynadığı ve Tanju Gürsu, Salih Güney, Ali Şen ve Süleyman Turan gibi dönemin usta oyuncularının yer aldığı filmidir. Üçüncü ve son film ise 2009 yılında çekilmiş ve Hürmüz karakterini Nurgül Yeşilçay canlandırmıştır. Filmde Mehmet Ali Alabora, Haluk Bilginer, Erkan Can, Gülse Birsal gibi popüler oyuncuların yanı sıra Erol Günaydın, Halit Akçatepe, Müjdat Gezen ve Zihni Göktay gibi Türk sinemasının usta isimleri de yer almışlardır.

3.3. Afişlerin Gösterge Çözümlemesi

Üç farklı dönemde çekilen bu filmin gösterge çözümlemesi tarihsel kronolojiye göre yapılacaktır.



Şekil-1: Yedi Kocalı Hürmüz Filmi Afişi 1963

İlk olarak 1963 yapımı olan filmin afişine bakıldığında (Resim-1), filmde başrolde oynayan Suna Pekuysal'ın gelinlik ile Efkan Efekan'ın portresinin yanı sıra filmde oynayan diğer oyuncuların resimsel görüntülerine yer verilmiştir. Oyuncuların beden dilleri ve mimikleri film ve karakterler hakkında fikir vermektedir.

Hürmüz'ün gelinlik giymiş olması hikayenin evlilik ve düğün üzerine kurulu olduğunu göstermektedir. Yüzündeki ifadeye bakıldığında bir panik ve şaşkınlık halinin olduğu gösterilmektedir. “Yedi Kocalı Hürmüz” ile dilsel gösterge ile verilen mesaj, Hürmüz karakterinin yedi evlilik yaptığı, fakat içlerinden birinin daha önemli olduğu, Efkan Efekan'ın resminin büyük kullanımıyla anlaşılmaktadır. Efkan Efekan'ın el hareketi ve yüzündeki ifade Hürmüz'e karşı olan sevginin göstergesi durumundadır.



Şekil-2: Yedi Kocalı Hürmüz Filmi Afişi 1971

1971 yılında Atıf Yılmaz'ın yönettiği versiyonunun afişine bakıldığında, Afişin sol üst kısmında Türkan Şoray'ın portre fotoğrafının kullanıldığı görülmektedir (Resim-2). Afişin üçte ikilik kısmını kaplayan ve alt tarafta yer alan fotoğrafta filmin başrol oyuncusu Türkan Şoray kırmızı kıyafeti ile ortada dururken, filmde koca rolünü alan diğer oyuncular Türkan Şoray'ın etrafında bir daire oluşturmuşlardır. Hürmüz karakterini canlandıran Türkan Şoray'ın yüz ifadesi ve beden dili mutlu olduğunun göstergesidir. Etrafındaki erkek oyuncuların beden dilleri ise karakterler hakkında fikir vermekte; filmin kargaşa içinde ama eğlenceli bir şekilde geçtiğini göstermektedir. Afişte dilsel iletide “RENKLİ” ifadesi bulunmaktadır. Buna rağmen filmin renkli olduğu kullanılan canlı renklerle ayrıca gösterilmiştir. Afişte iki farklı fotoğrafın yanı sıra dilsel iletiyle de Türkan Şoray vurgusu yapılmıştır.



Şekil-3: Yedi Kocalı Hürmüz Filmi 2009

2009 yılında çekilen son filmin afişinde beyaz zemin kullanılmıştır (Resim-3). Üst tarafta başrol oyuncusu Nurgül Yeşilçay'ın bel plan fotoğrafı yer almaktadır. Koca rolündeki oyuncular ise bu fotoğrafın etrafında uçuşur vaziyette halka oluşturacak şekilde konumlandırılmıştır. Burada gösterilen, hikayenin Hürmüz karakterinin etrafında döndüğüdür. Hürmüz'ün parmaklarının ucuna bağladığı zincirlerle kocalarıyla oynaması, onları istediği gibi kullandığının göstergesi olmuştur. Alt tarafta bulunan Mehmet Ali Alabora fotoğrafının diğer kocalardan farklı olarak afişte yer alması, filmde, Mehmet Ali Alabora'nın oynadığı doktor karakterinin diğer kocalardan farklı olduğunu göstergesidir.

Yakışıklı koca rolünü oynayan Mehmet Ali Alabora diğer kocalardan farklı olarak, Nurgül Yeşilçay'ın fotoğrafına benzer bir şekilde daire içerisinde gösterilmiştir. Hemen altında afişin ortalarına denk gelecek şekilde filmin adı olan "7 KOCALI HÜR MÜZ" ifadesi yazılmıştır. Sol alt köşede elinde kafesi ile Haluk Bilginer, sağ tarafta ise eli belinde poz veren Gülse Bırsel yer almaktadır. Başrol oyuncusu "NURGÜL YEŞİLÇAY" büyük puntolarla en üstte yer alırken hemen altında daha küçük puntolarla yazılmış "GÜLSE BİRSEL" ve "HALUK BİLGİNER" isimleri yazılmıştır. Diğer oyuncuların isimleri de daha küçük puntolarla aşağı doğru devam etmektedir. Filmin oluşturulmasında tüm çalışanların isimleri ve sponsor logoları afişin alt kısmında bulunmaktadır. "7 Kocalı Hürmüz" dilsel iletişimde kullanılan yazı karakteri afişte bulunan diğer görsel elemanlarla uyum içerisinde olup, filmin eğlenceli ve fantastik bir hikâye olduğunu gösteriyor. Kıyafetler ise hikayenin 1800'lü yıllarda geçtiğini gösteriyor.

3.4. Afişlerin Düzenlam/Yananlam Çözümlemesi

Afiş, fotoğraf, magazin reklamları gibi görsel göstergebilim alanına giren çalışmalarda, Roland Barthes'ın yaklaşımlarından söz etmek gerekmektedir. Barthes'ın görüntülerdeki anlamlandırma kuramında anahtar düşünce, anlamın düzenlam, yananlam boyutunda nasıl yayıldığıyla ilgilidir. Birinci düzlemdeki anlam boyutu olan düzenlamda, bir göstergede "kim" ya da "ne" gösterildiği belirlenirken, ikinci anlam düzlemi olarak görünenin altında görünmeyen anlamı ifade eden yananlamda ise hangi değerler, kanaatler ve fikirlerin bulunduğu tespit edilmektedir (Parsa, 2008: 123).

Tablo 1-Düzanlamın gösteren ve gösterilen tablosu (1963'te çekilen film için)

Düzanlamın gösterenleri	Düzanlamın gösterilenleri
Filmin başrol oyuncular	Filmin kahramanları
Gelinlik	Düğün, evlilik
Altı erkek resmi	Filmin diğer oyuncular

Tablo 2- Yananlamın gösteren ve yananlam tablosu (1963'te çekilen film için)

Yananlamın gösterenleri	Yananlamın gösterilenleri
Kompozisyon: Büyük resim, arka plan	Seyirciye daha yakın, başrol
Kompozisyon: Küçük resimler, ön plan	Seyirciye yakın, ikinci derecede rol
Çerçeve: Yakın çekim	Kişisel özellikler ön planda, samimi
Renkler: Mavi, Kırmızı, Sarı	Canlı, neşeli, eğlenceli, hareketli
Özel renkler: Kahve tonları	İkinci rol, geri plan, eski

1963'te çekilen filmin afişinde kullanılan büyük resimler, düzanlam olarak, filmin başrol oyuncularının Suna Pekuysal ve Efkan Efekan olduğunu gösterir. Aynı şekilde büyük resimlerdeki bu oyuncuların yananlamında ise filmin kahramanları Hürmüz ve Yakışıklı Doktor gösterilmiştir. Kıyafet olarak kullanılan beyaz gelinlik; düğün, evlilik, eğlence gibi kavramları göstermektedir. Sol altta kullanılan altı erkek resmi ise filmde oynayan diğer oyuncular olduğu, kullanılan renk ve afişte kapladığı yer ile de ikinci rolde oldukları ve geri planda kaldıkları gösterilmektedir.

Resimsel görüntüleri tercih eden afiş çalışmasında oyuncuların beden dili ve yüz ifadeleri gibi sözsüz iletişim kodları filmin konusu, yaşam biçimi, kahramanların karakterleri gibi yananlamsal bilgiler vermektedir. Afişte yer alan başrol oyuncularının portelerinde, gelinlik giymiş kadında heyecanlı, telaşlı ve şaşkın ifade dikkat çekmektedir. Burada yananlamın gösterilenlerinin okunmasını sağlayan bu poz, telaş, şaşkınlık, ürkeklik, masumiyet ve geleceğe yönelik endişeyi göstermektedir. Sol taraftaki iki elini birleştirmiş ve takım elbise giymiş erkek karakterin görünümündeki yananlam ise, yalvarma, muhtaçlık, istek, saflık, endişe görülürken diğer figürlerin, korku, ciddiyet, ciddiyetsizlik, resmiyet, eğlence gibi karmaşık duyguları yansıttığı görülmektedir.

Afişte kullanılan baskın renklerin mavi, kırmızı ve sarı olduğunu görüyoruz. Renklerin canlılığı filmin içeriğine göndermeler yaparak; canlı, cıvıl cıvıl, hareketli bir filmin göstergesi olmuştur.

Yazılı metinler ise, filmin adının ve başrol oyuncularının birer göstereni olarak bilgi vermektedir. Üst kısımda başrol oyuncularının isimlerinin mavi zemin üzerine canlı bir sarı renk kullanılarak yazılması, yine aynı şekilde filmin isminin de canlı bir kırmızı renk ile yazılması dikkat çekicilik sağlamıştır.

Tablo 3-Düzanlamın gösteren ve gösterilen tablosu (1971'de çekilen film için)

Düzanlamın Gösterenleri	Düzanlamın gösterilenleri
Filmin başrol oyuncusu	Filmin kahramanı
Yedi erkek fotoğrafı	Filmin diğer oyuncular

Tablo 4- Yananlamanın gösteren ve yananlam tablosu (1971’de çekilen film için)

Yananlamanın gösterenleri	Yananlamanın gösterilenleri
Kompozisyon: Küçük fotoğraf, yüz plan	Seyirciye daha yakın, başrol
Kompozisyon: Büyük fotoğraf, boy plan	Seyirciye yakın, ikinci derecede rol
Çerçeve: Yakın çekim	Kişisel özellikler ön planda, samimi
Renkler: Mavi, Kırmızı, Sarı, Siyah	Canlı, neşeli, eğlenceli, hareketli

1971’de çekilen filmin afişinde üst kısımda kullanılan fotoğraf filmin başrol oyuncusunun Türkan Şoray olduğunu gösterir. Altta kullanılan büyük fotoğrafta ise doğrudan yananlam dikkat çekmekte; ortadaki kırmızı kıyafetli kadın filmin kahramanıdır. Kırmızı kıyafetin koyu zeminde kullanılması ve diğer oyuncuları kıyafetlerinin renginden farklı olması dikkat çekiciliği sağlamıştır. Fotoğrafta yer alan diğer oyuncuların kadın kahramanın etrafında durmaları, hikayenin kadın kahramanın etrafında döndüğünü gösteriyor. Yine erkek oyuncuların kahramana aşağıdan bakmaları, ona ulaşabilme çabası olarak değerlendirilebilir.

Fotoğrafik görüntüleri tercih eden afiş çalışmasında oyuncuların beden dilleri, jest ve mimikleri gibi sözsüz iletişim kodları filmin konusu, yaşam biçimi, kahramanların karakterleri, ne iş yaptıkları, nereli oldukları gibi yananlamsal bilgiler vermektedir. Afişte yer alan başrol oyuncusunun portresine bakıldığında, yüz ifadesinin mutlu, heyecanlı, masum ve mahçup ifadeler kendini gösteriyor. Bu ifadeler, kahramanın filmde nasıl bir karaktere sahip olduğunun şifrelerini izleyiciye filmi izlemeden önce aktarıyor. Yine aynı fotoğrafın yüz plan olarak kullanılmış, filmde dönemin popüler oyuncusu Türkan Şoray’ın oynadığı vurgulanmıştır. Erkek oyuncuların kahramanın etrafında verdikleri pozlara bakıldığında aşk, sevgi, korku, çaresizlik, ciddiyet, hırs, saflık gibi kavramların yüzlere yansıdığı görülüyor. Afişte kullanılan baskın renk mavi, sarı ve kırmızıdır. Renklerin canlılığı filmin içeriğine göndermeler yaparak; canlı, cıvıl cıvıl, hareketli bir filmin göstergesi olmuştur.

Yazılı metinlerde ise, filmin adı, afişin üst kısmında kullanılmış, mavi zeminde sarı renk ile yazılarak dikkat çekmiştir. Filmin adında tipografik yorum kullanılmış; “7” harflerle değil rakam ile gösterilmiş, büyük puntolarla yazılarak “7”ye vurgu yapılmıştır. Afişin üst kısmında kullanılan “TÜRKAN ŞORAY” dilsel iletisi büyük puntolarla kullanılarak, fotoğraf ile yapılan vurgu, yazıyla da desteklenmiştir. Afişin alt kısmında yazan “RENKLİ” ifadesine yer verilmiştir. Dilsel iletide filmin renkli olduğu yazılırken, filmin renkli olduğu mesajı, her bir harfin ayrı renkte verilmesiyle de sağlanmıştır.

Tablo 5-: Düzanlamanın gösteren ve gösterilen tablosu (2009’da çekilen film için)

Düzanlamanın gösterenleri	Düzanlamanın gösterilenleri
Filmin başrol oyuncusu	Filmin kahramanı
Yedi erkek fotoğrafı	Filmin diğer oyuncuları
Yaşlı adam ve kadın	Filmin ikinci derece kahramanları

Tablo 6- Yananlamanın gösteren ve yananlam tablosu (2009’da çekilen film için)

Yananlamanın gösterenleri	Yananlamanın gösterilenleri
Kompozisyon: Büyük fotoğraf	Seyirciye daha yakın, başrol
Kompozisyon: Küçük fotoğraflar	Seyirciye yakın, ikinci derecede rol
Çerçeve: Yakın çekim	Kişisel özellikler ön planda, samimi
Renkler: Yeşil, Kırmızı, Sarı, Beyaz	Canlı, neşeli, eğlenceli, hareketli
Özel renkler: Sıcak tonlar	Nostalji, romantizm

2009'da çekilen filmin afişinde kullanılan fotoğrafa bakıldığında sürrealist bir tarzda oluşturulduğu görülüyor. Buradan hikayenin masalsi ve gerçeküstü bir yapısı olduğu izleri veriliyor. Kompozisyondaki hareketlilik, filmin de hareketli geçtiğini anlatıyor. Nurgül Yeşilçay'ın fotoğrafının büyük kullanılması başrolde oynadığını, yananlamında ise Hürmüz karakterini canlandırdığını görüyoruz. Düzanlamında bir aynanın içerisinden bakan kadının parmaklarına zincirlerle bağlanmış, havada uçan erkek oyuncular görünüyor. Kompozisyonun yananlamında ise, erkekleri parmağında oynatan bir kadın kahraman göstergesi oluşmuştur. Büyük fotoğrafın hemen altında yer alan Mehmet Ali Alabora portresinin veriliş şekli, esas kahramaninkine benzer fakat daha küçük verilmiştir. Diğer erkeklerden farklı gösterilmesi onun filmde diğer oyunculardan farklı ve daha önemli bir rolde olduğu izlenimi yaratıyor. Kıyafetlere bakıldığında dönemsellik kodların verildiği, hikayenin 1800'lü yılların sonunda Osmanlı topraklarında geçtiği anlaşılmaktadır. Kompozisyonda erkek oyuncuların kadın kahramanın etrafına yerleştirilmeleri, hikayenin kadın kahramanın etrafında döndüğünü gösteriyor. Afişin alt kısmında sağ ve sol tarafta kullanılan iki oyuncunun belden yukarı verilen fotoğrafları, film içinde oldukları fakat asıl hikayenin kahramanları olmadıkları izlenimi veriyor.

Fotoğrafik görüntüleri tercih eden afiş çalışmasında oyuncuların beden dilleri, jest ve mimikleri gibi sözsüz iletişim kodları filmin konusu, özellikle erkek oyuncuların yaşam biçimi, karakterleri, ne iş yaptıkları, nereli oldukları gibi yananlamsal bilgiler vermektedir. Esas kahramanın yüz ifadesi, gönül ayartıcı, cilveli, kışkırtıcı, hafif yukarıdan bakması da kendini beğenmişlik hissi uyandırıyor. Güzelliğinin farkında, erkekleri parmağında oynatabileceğini düşünen fattan bir kadın izlenimi veriyor. Bu ifadeler, kahramanın filmde nasıl bir karaktere sahip olduğunun şifrelerini izleyiciye filmi izlemeden önce aktarıyor. Erkek oyuncuların kahramanın etrafında verdikleri pozlara bakıldığında genelinde korku ifadesi, Mehmet Ali Alabora'nın portresinde ise ciddi bir ifade olduğu görülüyor.

Afişte kullanılan renkler, beyaz zemin üzerine sarı, kırmızı, turuncu ve ağırlıklı olarak altın varak gibi sıcak renklerdir. Kullanılan renklerin yananlamlarında altın varak renklerinin hakimiyeti masalsi ve lüks bir hayatın göstergesi olmuştur. Aynı zamanda bu renkler ile filmin mekanına ilişkin göndermelerde yapılmıştır.

Yazılı metinlerde ise, filmin adı kompozisyonun diğer elemanlarıyla uyum içinde verilmiş; kullanılan karakterler fantastik bir şekilde kullanılmıştır. Filmin adında tipografik yorum kullanılmış; "7" harflerle değil rakam ile gösterilmiştir. Büyük puntolarla oluşturulan filmin adında "7" rakamı daha büyük yazılarak görsel vurgu sağlanmıştır. Oyuncuların isimleri afişin üst kısmında verilirken görsel hiyerarşi gözetilerek yukarıdan aşağıya, büyüktür küçüğe doğru sıralanmıştır. Burada oyuncuların isimleri yazarken yananlamsal olarak kahramanların hikayedeki önem sırası verilmiştir.

SONUÇ

Farklı dönemlerde çekilmiş aynı hikayeyi anlatan "Yedi Kocalı Hürmüz" filmlerinin afişleri göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılarak analizleri yapılmıştır. Üç afişinde, senaryo, mekan, dönem, önemli sahneler, oyuncular gibi filmi oluşturan önemli unsurların bir araya getirilerek tasarlandığı görülmektedir. Tasarlandıkları dönemlerin farklılıklarından dolayı afişler, hem teknik hem de düşünsel olarak bazı farklılıkların olduğu gözlenmektedir.

İlk filmin yapıldığı dönemden son filmin yapıldığı döneme kadar olan teknolojik gelişmeler afişlerde kendini açıkça göstermektedir. Tasarımcıların afişleri oluştururken filmin içeriğini yansıtmada noktasında aynı fikir üzerinden gittikleri fakat farklı yorumların oluştuğunu söyleyebiliriz. Kompozisyon bakımından ele alındığında denge, orantı,

bütünlük, vurgu, görsel hiyerarşi gibi tasarım ilkelerinin, üç filmin afişinde de kullanıldığını görüyoruz.

Üç afişin de hem içerik bakımından hem de yapısal olarak ortak noktaları bulunmaktadır. Hürmüz karakterinin merkezde ve büyük yer alması, filmin adında kullanılan tipografinin büyük puntolarla yazılması, ilk iki afişte film isimlerinde dikkat çekecek renklerin kullanılması, son filmde ise film adının tipografik yorumunun filmin içeriğine göndermeler yapması bunlardan en belirgin olanlarıdır. İlk iki afişte kullanılan renklerin benzerliği dikkatleri çekmektedir. İlk filmin yapıldığı dönemlerde matbaa teknolojilerinin ülkemizde yeterince gelişmemiş olmasının etkileri görülmektedir. Teknik olarak resim sanatından yararlanmış, oyuncular afiş üzerine resmedilmişlerdir. İkinci filmde teknolojik gelişmeler afiş üzerinde etkisini gösterirken, tipografik yorumların grafik tasarım sanatında gelişmekte olduğunu gösteriyor. Son filmde ise teknolojik gelişmeler çok daha belirgindir. Afiş çalışmasının fotoğrafik unsurlar kullanılarak dijital ortamda hazırlandığı görüyoruz. Kompozisyonda kullanılan figürler ile tipografi arasındaki uyum başarılı bir şekilde karşımıza çıkıyor.

Filmler, aynı hikayeyi anlatsa da senaryoda ufak değişiklikler olmuştur. Her yönetmen döneme göre bazı değişiklikler yapmıştır. Buna benzer şekilde tasarımcılar da afişlerde farklı yorumlamalar yapmışlardır. Örneğin ilk filmin afişinde filmin başrolünde iki kahraman gösterilirken ikincisinde filmin tek kahramanı vardır. O da Hürmüz'dür. Son filmde yine esas kahraman Hürmüz olarak gösterilse de doktor olan koca da kahramana yakın önem derecesine sahip olduğu biçimde gösterilmiştir.

Üç filmin afiş tasarımlarının düz anlamdaki farklılıklarına karşın yananlamdaki benzerlikleri dikkat çekiyor. Afişlere ilk bakıldığında birbirinden farklı olduğu izlenimi olsa da, göstergelerin altında yatan yananlamaların birbirine benzer olduğu görülmektedir. Burada teknolojinin dönemsel etkilerinin afişlere de yansıdığını, tasarımlarda oluşan farklılıkların, göstergelerin anlamlarını az, görüntülerini ise fazlaca etkilediğini söyleyebiliriz.

Son olarak görüntüsel ve anlamsal bakımdan sinema dilinin bir bütün olduğunu, bu bütünlüğün tarihsel ve değişim ve gelişimlere uğradığını söylemek mümkündür. Buna paralel olarak bir görsel iletişim ürünü olan sinema afişlerinin de zaman içinde teknik ve içerik bakımından değişim ve gelişim içerisinde olduğu gözlenmektedir. Tasarım kavramının kökeninde var olan fikir olgusu ve içeriği yansıtma çabası, ilk filmde son filme kadar aynı temel üzerine oturmuş, var olan değişiklikler dönemin teknik olanaklarına göre farklılık göstermiştir. Dönemsel farklılıkların, temelde içeriği yansıtma çabasını etkilemediğini, ancak yapısal değişiklikleri etkilediği net bir şekilde fark edilmektedir.

KAYNAKÇA

- AMBROSE, G. ve HARRIS, P. (2012). **Grafik Tasarımın Temelleri**, İstanbul: Literatür Yayınları.
- ATABEK, G. ve ATABEK, Ü. (2007). **Medya Metinlerini Çözümlemek**, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- BARTHES, R. (1993). **Göstergebilimsel Serüven**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BECER, E. (2011). **İletişim ve Grafik Tasarım**, İstanbul: Dost Kitabevi Yayınları.
- ERKMAN-AKERSON, F. (2005). **Gösterebilime Giriş**, İstanbul: Multilingual.
- KETENCİ, H. F., BİLGİLİ, C. (2006). **Görsel İletişim & Grafik Tasarımı**, İstanbul: Beta Basım A.Ş.

- LAZAR, J. (2001), **İletişim Bilimi**, Ankara: Vadi Yayınları.
- MAZLUM, F. S. (2006). **Masaüstü Yayıncılık**, Ankara: Gazi Kitabevi Yayınları.
- PARSA, S. (2008). **Film Çözümlemeleri**, İstanbul: Multilingual.
- TURANI, A. (1995). **Sanat Terimleri Sözlüğü**, İstanbul: Remzi Kitabevi.