



2020 / Vol:6, Issue:29 / pp.1328-1334

REVIEW ARTICLE

Arrival Date : 18.06.2020

Published Date : 30.08.2020

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.383>

Reference : Üstün, C. (2020). "Remake Film Afişlerinin Semiyotik İncelemesi: Old Boy Filmi Örneği", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 6(29):1328-1334

# REMAKE FİLM AFİŞLERİNİN SEMİYOTİK İNCELEMESİ: OLD BOY FİLMİ ÖRNEĞİ

## A Semiotics Review Of Remake Film Posters: The Example Of Old Boy Film

**Dr. Öğr. Üyesi Cahit ÜSTÜN**

İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü, İstanbul/Türkiye



### ÖZET

Sinema filmlerini duyurmanın en geleneksel ve yaygın yöntemlerinden birisi film afişleridir. Geçmişten günümüze film afişleri, gelişen ve değişen teknolojiyle beraber oldukça değişmiştir. Film afişi filmin bir temsilidir ve bu anlamda kullanılan renk, fotoğraf, yazı gibi öğeler film açısından önemlidir. Afiş içeriğinin öğeleri, temsil ettiği göstergeler açısından anlamsal ve sembolik olarak irdelenmelidir. Görsel sanatlar topluluklarının kültürel kodlarını da yansıtır. Bu bağlamda seçtiğimiz örnek film olan "Old Boy" filminin Güney Kore filmi olması ve Amerika'da yeniden çekilmesi, kültürlerarası bir boyutta afişlerin incelenmesi açısından önemlidir. İki farklı kültürün aynı hikayeyi farklı bağlamlarda nasıl işlediği ve pazarladığı bu çalışmanın değindiği noktalardandır. Aynı zamanda iki film arasında geçen yaklaşık on senelik periyot içerisinde afişlerin geçirdiği değişime de değinmek gereklidir. İlk filmin çekildiği 2003 yılı henüz Web 2.0'ın yeni ortaya çıktığı bir dönemdir. 2013 yılı ise film pazarlamasında sosyal medyanın yaygın kullanılmaya başlandığı bir döneme denk gelmektedir. Bu bağlamda iki filmin afişlerinde dijitalleşmenin ne kadar etkisi olduğunu tespit etmek gereklidir.

**Anahtar Kelimeler:** Sinema, Film, Afiş, Göstergibilim, Remake

### ABSTRACT

One of the most traditional and common methods of announcing motion pictures are movie posters. Movie posters from the past to the present have changed a lot with the developing and changing technology. The movie poster is a representation of the movie, and items such as color, photography, and text are important for the movie. Elements of the poster content should be analyzed semantically and symbolically in terms of the indicators it represents. Visual arts also reflect the cultural codes of societies. In this context, it is important for the movie "Old Boy", which we chose, to be a South Korean movie and remaking in America, in terms of examining posters in an intercultural dimension. How two different cultures process and market the same story in different contexts is one of the points mentioned by this study. It is also necessary to mention the change of posters during the period of approximately ten years between the two films. The year 2003, when the first film was made, was just the emergence of Web 2.0. 2013 corresponds with the widespread use of social media in film marketing. In this context, it is necessary to determine the effect of digitalization on the posters of the two films.

**Keywords:** Cinema, Movie, Poster, Semiotics, Remake

## 1. GİRİŞ

Sinema filminin endüstriyel bir ürün olarak çekim öncesi, çekim ve çekim sonrası aşamaları; planlama, üretim ve pazarlama aşamaları olarak düşünülebilir. Genellikle sinema filmlerinin çözümlenmesinde "hikaye, zaman, mekan ve karakterden" (Sadakaoğlu,2019:1184) oluşan temel unsurlar göze çarparken; günümüzde film afişlerinin de dikkate alındığı gözlenmektedir. Bu anlamda afişler, filmlerin pazarlamasında önemli etkilere sahip olduğu gibi filmlerin üretildiği ülkelerin sanatsal eğilimlerine ilişkin çeşitli ipuçları verebilmektedir. Sinema afişleri, içeriğinde bulunan çeşitli unsurların bir birleşimi olarak planlı ve bilinçli bir tasarımın sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu noktada

afiş tasarımcıları filmin yaratıcı ekibi ve yapımcılarıyla ortak bir çalışmayla film afişini tasarlamaktadır.

Tüm görsel sanatlar ürünlerinde olduğu gibi afişler de günlük trendlerden etkilenmektedir. Bu trendlerin etkilerini saptamak açısından yeniden çekilmiş filmler iyi birer örnektir. Çalışmamız kapsamında incelediğimiz “Old Boy” filminin orijinali, 2003 yılında Güney Kore’de çekilmiştir. Film, tipik Uzakdoğu Sineması’nın bir örneği olmanın yanında evrensel sinemanın sinematografik özellikleri ve anlatım dilini de kullanmaktadır. Kısa süre içerisinde tüm dünyada hatırı sayılır bir kitleye ulaşan ve önemli festivallerde ödüller alan film, 2013 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde yeniden çekilmiştir. Filmin Güney Kore’de ve diğer ülkelerde kullanılan birden fazla afişi bulunmaktadır. Çalışmamız kapsamında incelenecek olan afişler, ilk filmin Güney Kore’de kullanılan orijinal afişi ve yeniden çekilen filmin ABD’de kullanılan afişidir. Bu iki afişin seçilmesinde iki farklı kültürün sahip olduğu değerlerin yerelden evrensele, Asya’dan ABD’ye yansımaları gözlemlemek önemli bir etken olmuştur.

Film afişi insanları filmi izlemeye ikna etmek ve film hakkında bilgilendirmek açısından önemli bir role sahiptir. Film hakkında önemli bilgiler veren afişler insanların dikkatini çekmek açısından da önemlidir. Film afişinde bulunan sözel ve görsel işaretler, anlam ve mesajı hedef kitleye iletmektedir. Bu iletiler farklı insanlarda farklı şekillerde algılanmaktadır. İncelediğimiz afişlerde olduğu gibi kullanılan bazı materyaller kimi bireylere çekici gelirken, kimi bireyler açısından rahatsız edici olabilmektedir. Bu bağlamda film afişlerindeki işaretleri göstergebilim açısından irdelemek gereklidir.

Bu çalışmada, afişleri göstergebilim açısından incelerken Peirce’in “İşaret Teorisi” referans alınacaktır. Metin, nesne ve bağlam işaretleri üzerinden “Old Boy” filmlerinin afişleri incelenecektir. Bu çalışma, göstergebilimin işaretleri ile bir poster görme veya okumada hedef kitle olarak insanların, posterdeki işaretlere olan farkındalığını ve ilgisini saptamayı amaçlamaktadır.

## 2. GÖSTERGEBİLİM KAVRAMI

Göstergebilim, işaretlerin anlamının ne olduğu ve nasıl yaratıldığına dair bir çalışmadır. Oxford Sözlüğü (2007) göstergebilimi, işaret ve sembollerin anlam ve kullanımını üzerine bir çalışma olarak tanımlamaktadır. Göstergebilimin iki büyük öncüsü ve kurucusu Amerikalı Filozof Charles Sanders Peirce ve İsviçreli Dilbilimci Ferdinand de Saussure’dür. Herhangi bir toplulukta kullanılan dil ve öteki işaretlerin anlamlandırılmasına dair akademik araştırma yöntemi olarak göstergebilim yöntemine, iletişim kurmak amacıyla üretilen çeşitli işaret ve imgelerde bulunan içeriklerin çeşitlenmesi ve zenginleşmesi nedeniyle ihtiyaç duyulduğu varsayılabılır (Sadakaoğlu, 2018:30).

Hem Peirce hem de Saussure, teorilerini işaretçi ile işaret arasındaki temel ayrıma, yani işitsel veya yazılı biçim ile temsil ettiği anlam arasındaki temel ilişki zeminini üzerine kurmaktadır. Peirce, göstergebilimi; “işaretlerin genel gerekli yasalarının bilimi” olarak tanımlar. Çalışmalarının çoğunda işaretleri, işaret ve nesne arasındaki ilişkinin doğasına göre sınıflandırmaktadır. Göstergebilimde işaret, sözel işaret (sözlü veya yazılı) ve sözel olmayan işaret (yüz ifadesi, jestler, renkler vb.) olarak ikiye ayrılabilir.

Dil; bir işaret, bir kod ya da belirli bir topluluk tarafından kabul edilen bir iletişim sistemidir. Bu belirli topluluk, bireysel veya toplu olarak, bir mesajı, amacı ya da anlamı iletme için dili kullanır. Bir işaret ya da sembol olan dil, insanların kendilerini yahut diğerlerini kolayca anlamalarını sağlar. Yani, insan anlamak ve anlamı bilerek kolaylaştırmak için işaretleri oluşturmak eğilimindedir. İşaretler; kelimeler, imgeler, sesler, kokular, tatlar, eylemler veya nesnelere biçimindedir ancak bu tür şeylerin işsel bir anlamı yoktur ve sadece onlara anlam yüklendiğinde işaret haline gelir. Peirce bu konuda; “Hiçbir şey bir işaret olarak yorumlanmadıkça bir işaret değildir” görüşünü ortaya koymuştur (Peirce,1931).

Charles Sanders Peirce (1860), işaretin üç tarafı olduğunu söylemektedir. Bu taraflar; gösterge, nesne ve yorumlayandır. Peirce, göstergelerin tanımını işaretlerin kendisi olarak belirtmektedir ve nesne, atıfta bulunulan şeydir ve yorumlayan kişi ile nesne arasındaki bağlantıdan elde edilen üründür. (Peirce, 1977)

### 3. AFİŞ KAVRAMI

Poster; metin ve grafiklerle (sembol veya resimler) bilgi veya mesajı iletmeyi amaçlayan bir pazarlama ögesi olarak tanımlanabilir. Eskiden afiş bir kağıt parçası olarak görülmekte iken günümüzde dijital ortamlar için de afişler tasarlanmaktadır.

Genellikle bir duvar veya pano üzerinde, dikey olarak görüntülenecek şekilde tasarlanan poster, nispeten kısa bir mesafeden görülebilecek ve okunacak kadar büyüktür ancak bazı posterler de (kartpostallar, el ilanları vb.) çok daha küçük bir versiyonda görülebilir. Posterler, kamuoyunun dikkatini çekmenin etkili bir yoludur ve posterin gerçekte ne söylemek istediğini anlamak okuyucular için genellikle kolaydır.

### 4. REMAKE FİLM KAVRAMI

Bir remake, genellikle aynı hikayeyi anlatan ve günümüz izleyicileri için güncellenen, daha önceki hikayeye dayanarak yeniden üretilen film, televizyon dizisi ve video oyunudur. Michael Brashinsky'ye göre; remake filmler yeni bir tür ya da film değildir, yazılmış bir eski senaryoya dayanan yeni bir yönlendirme metnidir, anlatı ve sinematografik özellikleri başka bir filme dayanmaktadır. (Brashinsky, 1998: 166)

Yeniden yapım filmler genellikle eski filmlerden daha başarılıdır. Bunun temel nedeni, gelişen ve değişen teknoloji sayesinde yeni imkanların hikayeyi destekler nitelikte kullanılabilmesidir. Ancak bazı durumlarda özellikle hikayesinin orijinalliği, oyunculuk ve yönetmenlik açısından başarılı olan filmlerin yeniden çekimleri beklenen ilgiyi görmemekte ve ilk filmlerin elde ettiği başarıyı elde edememektedir.

### 5. OLD BOY (OLDEUBOİ) 2003

Old Boy filmi, ülkemizde 15 Ekim 2004 tarihinde gösterime girmiştir. Film toplam 31 hafta gösterimde kalmış, 14.616 seyirci sayısına ulaşmış ve 91.359,50 TL hasılat elde etmiştir.<sup>1</sup>

Tablo I “Old Boy” Filmi Künyesi<sup>2</sup>

Filmin Künyesi	
Yönetmen	Chan-Wook Park
Oyuncular	Min-sik Choi, Yoo Ji-tae, Kang Hye-Jeong
Süre	1 s 59 dk
Tür	Gerilim, Dram
Ülke	Güney Kore
Vizyona Giriş Tarihi	15 Ekim 2004

Filmin konusu Beyazperde.com internet sitesinde; “İhtiyar Delikanlı, yıllarca hapis tutulan bir adamın serbest bırakılmasının ardından intikam arayışını konu ediyor. Oh Dae-Soo adında bir adam, bir gün kaçırılır ve 15 yıl boyunca eski püskü bir hücrede tutuklu kalır. Hiçbir açıklama yapılmamıştır. Sonra bir gün serbest bırakılır. Eline, para, cep telefonu ve pahalı kıyafetler verilir. Bu adam başına gelen bu durumun nasıl ve neden olduğunu anlamak ve gereken intikamı almak konusunda kararlıdır. Bu sırada Oh Dear-Soo aslında kendisini kaçıranların daha da büyük bir planının olduğunu keşfeder. Ancak bu planın özü acı dolu bir yoldan geçmektedir. Gerçeği bulmak ise bu yolun ta kendisidir.” şeklinde aktarılmıştır.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> <https://boxofficeturkiye.com/film/ihtiyar-delikanli-2004155>, Erişim Tarihi: 01.01.2020.

<sup>2</sup> <http://www.sinematurk.com/film/15497-ih-tiyar-delikanli/>, Erişim Tarihi: 01.01.2020.

<sup>3</sup> <http://www.beyazperde.com/filmler/film-54137/>, Erişim Tarihi: 01.01.2020.



Tablo II “Old Boy(2003)” Filmi Gösterge Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yan Anlam/Sembolik Anlam
İnsan	Oyuncu Başrol	Ayakta, takım elbiseli	Şık giyimli, mücadeleye hazır
İnsan	Oyuncu Başrol	Yüz	Tek göz, ciddiyet, yorgunluk, beklemek
Uzuv	Bağlanmış El	Hazırlık	İntikam, hırs
Yazı	Beyaz, ortalı, Korece	Film İsmi	Çatışma
Yazı	Sağ Alt Köşe, Açık Sarı ve Beyaz, Korece	Ekip, Oyuncu, Tarih Bilgileri	Filmin gösterime gireceği zaman, filmin çalışanları
Yazı	Sol üst köşede, turuncu, Korece	Hazırım	Önlem, savunma, savaş, mücadele, kavga
Yazı	Filmin isminin üstünde, silik beyaz, Korece	İki Erkeğin Sırrı	Çatışma, Kavga, Mücadele

Filmin orijinal afişi göstergebilimin öğeleri açısından analiz edildiğinde, ortadan ikiye bölünmüş afiş üzerinden iki başrol oyuncusunun siyah ağırlık bir fon üzerine yerleştirildiği görülmektedir. İki oyuncunun yan yana koyulması ikisi arasında yaşanacak olan çatışmayı belirtmektedir ancak ikisinin fotoğraflarının farklı boyutlarda kullanılması aralarında eşit şartlar olmadığını göstermektedir. Ayrıca siyah ağırlıklı bir fon kullanılması ikili arasındaki gerilimi de desteklemektedir. Oyunculardan bir tanesi ayakta, takım elbiseli ve iki elini birbirine kavuşturmuş bir vaziyette durmakta, beden diliyle ve yüz ifadesiyle mücadele ve kavgaya hazır bir vaziyettedir. Ayrıca ayakta ve takım elbiseli olmasının yanında tıraşlı olması hazırlıklı olduğunun bir göstergesidir. Afişin diğer tarafındaki oyuncunun sahip olduğu alan diğeriyle aynı olmasına rağmen (afişin eşit diğer yarısı) oyuncunun sadece yüzü kullanılmıştır. Diğer taraftaki oyuncunun aksine buradaki oyuncu bakımsız ve sakallı bir haldedir. Bakış ve ifadesinden beklemiş olduğu anlaşılabilir olsa da diğeriyle kıyasla daha hazırlıksız olduğu da görülmektedir.

Fotoğrafta, sağ üst köşede takım elbiseli oyuncunun yüzünün hemen altında “Hazırım” yazmaktadır. Bu detay, yukarıda belirttiğimiz durumu görsel göstergeler ile yazıyla desteklemektedir. Onun hemen altında “İki Erkeğin Sırrı” yazmaktadır ve bu söz afişin genelindeki çatışma ve gerilimi destekler niteliktedir. Hemen altında ise filmin orijinal ismi anadilinde yazmaktadır. Bu noktada ismin iki tarafa yayılması ve son harfinin oyuncunun suratında bir savaş boyası gibi çizgi oluşturması dikkat çekmektedir.

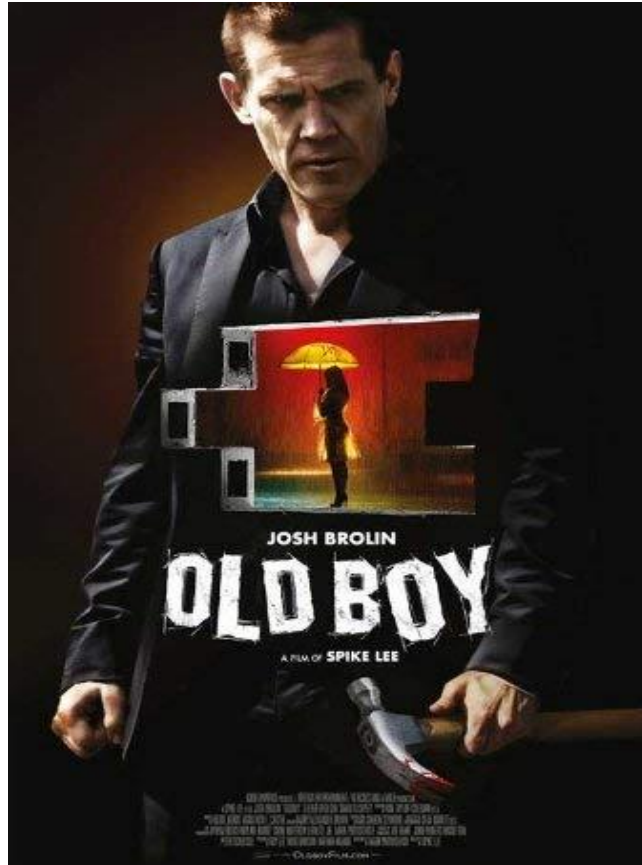
## 6. OLD BOY 2013

Old Boy filmi ülkemizde 03 Ocak 2014 tarihinde gösterime girmiştir. Film toplam 20 hafta gösterimde kalmış, 17.927 seyirci sayısına ulaşmış ve 225.821,14 TL hasılat elde etmiştir.<sup>4</sup>

Tablo III “Old Boy” Filmi Künyesi<sup>5</sup>

Filmin Künyesi	
Yönetmen	Spike Lee
Oyuncular	Josh Brolin, Elizabeth Olsen, Sharlto Copley
Süre	1 s 44 dk
Tür	Gerilim, Dram
Ülke	ABD
Vizyona Giriş Tarihi	3 Ocak 2014

Filmin konusu Beyazperde.com internet sitesinde; “Joe Doucett kaçırılır ve dış dünyayla hiçbir iletişiminin olmadığı karanlık bir yere götürülür. Bu karanlık mahzende neden kaçırıldığını dahi bilmeden yirmi yıl boyunca tutsak edilir. Hiçbir kurtulma umudu kalmamışken televizyondan gösterilen bir haberde karısının öldürüldüğünü ve baş şüpheli olarak arandığını öğrenir ve günü gelip dışarı çıktığında öncelikli amacı karısının katillerini ve kendini kaçırانları bulup esaslı bir intikam almaktır. Ne var ki soruşturmaya başladığında zannettiği kadar özgür bir adam olmadığını ve tuzaklarla dolu bir suç ağına karşı zorlu bir yoldan geçmesi gerektiğini anlar.” şeklinde aktarılmış, ayrıca film hakkında “Chan-wook Park’ın 2003 tarihli orijinal filminin Amerika’da yeniden çekilen bu versiyonunun yönetmenliğini Spike Lee yürütürken başrolleri Josh Brolin, Elizabeth Olsen ve Samuel L. Jackson paylaşıyor.” bilgisi de verilmiştir.<sup>6</sup>



<sup>4</sup> <https://boxofficeturkiye.com/film/oldboy-2011630> , Erişim Tarihi: 01.01.2020.

<sup>5</sup> <http://www.beyazperde.com/filmler/film-140489/>, Erişim Tarihi: 01.01.2020.

<sup>6</sup> <http://www.beyazperde.com/filmler/film-140489/>, Erişim Tarihi: 01.01.2020.

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yan Anlam/Sembolik Anlam
İnsan	Oyuncu Başrol	Ayakta, takım elbiseli	Şık giyimli, mücadeleye hazır
Nesne	Çekiç	Keskin tarafı kanlı	Kavga, kan, ölüm
Uzuv	Sıkılmış Yumruk	Hazırlık	İntikam, hırs, kavga
Nesne	Oyuncunun göğsü üzerinde bir kesit	Sarı şemsiyeli bir kadın	Aşk, sıkışmışlık, tutsaklık
Yazı	Sarı ve Beyaz, İngilizce	Oyuncunun Adı	Başrol oyuncusu
Yazı	Beyaz devrik bir fontta, İngilizce	Filmin İsmi	İniş çıkış, çatışma
Yazı	Filmin isminin altında, beyaz, iki farklı büyüklükte	Filmin Yönetmenin İsmi	Filmin yaratıcısı
Yazı	Afişin en altında, ortalı beyaz	Filmin Künye Bilgileri	Filmin Ekibi

Filmin afişi göstergebilimin öğeleri açısından incelendiğinde, koyu bir fonun önünde ayakta, siyah takım elbiseli başrol oyuncusu görülmektedir. Oyuncunu sağ eli yumruk şeklindedir, sol elinde ise keskin tarafı kanlı bir çekiç tutmaktadır. Oyuncu sağ alt köşeye doğru bakmaktadır. Tüm bu göstergeler oyuncunun rakibini alt ettiğini ve ya alt etmek üzere olduğunu göstermektedir. Özellikle alt tarafa doğru bakışı, birisini yendiğinin göstergesidir. Ayrıca elindeki çekicinin ucunda kan olması bir mücadele sonucunda zafer kazandığını göstermektedir. Oyuncu traşlı ve takım elbiseli olarak afişte kullanılmıştır. Bu durum ellindeki çekiç ve yumruk ile birleştiğinde uzun zamandır beklediği ya da hazırlıklı olduğu bir zaferi kazandığı anlamına gelmektedir. Oyuncunun göğsünün hemen altında tam olarak ne olduğu belli olmayan bir kesitin içerisinde, kırmızı bir fonun ortasında ayakta ve yan duran bir kadın silueti bulunmaktadır. Kadın elinde sarı bir şemsiye tutmaktadır. Bu kesit bir tutsaklığı gösterirken, içinde bulunan kadın ise bir aşkı göstermektedir. Kesitin göğüs hizasında ve kırmızı ağırlıklı bir fonun önünde kullanılması kan, çatışma, intikam alma, bedel ödeme gibi anlamları doğurmaktadır.

Filmde başrol oyuncusunun ismi, filmin isminin hemen üstüne ortalı bir şekilde, beyaz bir fonda yazılmıştır. Afişte filmin oyuncusunun isminin ön plana çıkarılmak istendiği gözlemlenmektedir. Hemen altında büyük beyaz bir fontta filmin isminin yazıldığı görülmektedir. Filmin ismi yazılırken düz bir çizgi yerine fontların inişli çıkışlı olarak eklenmesi, hikayenin içinde bulunan gerilim ve macera unsurlarını desteklemektedir. Filmin isminin altında, filmin yönetmenin ismi çok kullanan bir söz öbeği (a film of...) kullanılarak eklenmiştir. Afişin alt kısmına ise filmin diğer oyuncularını ve önemli ekip üyelerinin ismi eklenmiştir.

## 7. SONUÇ VE BULGULAR

Film afişleri, değişen teknoloji ve dijitalleşmeye rağmen filmin tanıtım ve pazarlanmasında hala önemli bir rol oynamaktadır. Afiş tasarımları, içerisinde bulunduğu kültürün öğelerini doğrudan yansıtan iletişim ürünleridir. Çalışmamız kapsamında göstergebilimin öğeleri açısından incelediğimiz “Old Boy” filmlerinin afişlerinde bu kültürel kodlar görülmektedir.

İki filmin yapımı arasında yaklaşık olarak on yıl olmasına rağmen afiş ve tasarım açısından ciddi farklar görülmemektedir. Afişlerde koyu renk tonları kullanılırken, filmin temasına uygun seçimler her iki afişte de yer almıştır.

İlk filmde, filmin iki oyuncusuna afişte yer verilerek çatışma unsuru zıtlıklar üzerinden desteklenmiştir. Afiş ortadan iki eşit parçaya ayrılmasına rağmen seçilen fotoğraflar ve kahramanların konumları afişlerde eşit oranda değildir. Filmin Amerikan versiyonunda ise, filmin kahramanı tek başına afişin ortasında yer almış, karşı kahramana afişte bütünüyle yer verilmek yerine kahramanın afişin dışına, sağ alt köşeye yerleştirilen bakışı çatışmayı destekler nitelikte kullanılmıştır. Ayrıca filmde oyuncunun yumruğunu sıkması ve elinde kanlı bir çekiç olması, doğrudan hedef kitleye filmin içindeki gerilimi göstermek amacıyla tercih edilmiştir.

İlk filmin afişinde yazıyla “Hazırım”, “İki Erkeğin Sırrı” ifadelerine yer verilmesine rağmen ikinci filmde bu tarz bir yazılı ifade kullanılmamıştır. Burada filmin remake bir film olması ve hikayesinin

ilk filmin ardından biliniyor olması bu tarz bir açıklamanın kullanımının gereksinimi ortadan kaldırmıştır.

İki film afişinin arasında bir diğer önemli fark ise, ikinci filmde bir kadın figürünün doğrudan afişte kullanılmasıdır. Aynı hikayenin anlatıldığı iki yapımın afişlerinin Kore versiyonunda kadın, aşk gibi konulara hiç yer verilmezken, Amerikan versiyonunda doğrudan afişin ortasında ve kahramanın göğsünün altında dikkat çekici renklerde kullanılması iki film endüstrisinin afiş tasarımı ve pazarlama dinamiklerini anlamak açısından önemlidir.

Sonuç olarak, remake filmler aynı senaryoyu işleseler dahi, bir takım yenilikler getirerek bir ürün olarak filmleri yeni kitlelere ulaştırmak amaçındadır. Bu yenilikler filmlerin afişlerinde doğrudan gözlenebilmektedir. Aynı zamanda iki farklı kültürün, aynı senaryodan çekilen filmlerin afişinde kullandığı öğeler ortak özellikleri olsa da birbirinde çok farklı olabilmektedir. Burada yönetmen veya yapımcının afişte neyi ön plana çıkarmak istediği belirleyici bir unsurdur.

### KAYNAKÇA

Barthes, R. (1986). Göstergebilimin İlkeleri. Çev. Mehmet Rıfat, Sema Rıfat, İstanbul, Sözcü Yayınları.

Barthes, R. (2003) Çağdaş Söylenler, Çev. Tahsin Yücel, İstanbul, Metis Yayınları.

Brashinsky, M.(1998). "The Spring, Defiled: Ingmar Bergman's Virgin Spring and Wes Craven's Last House on the Left." Play it Again. Sam: Retakes On Remakes. Ed. Andrew Horton and Stuart McDougal. Berkeley, CA: University of California Press, pp. 162-171.

Eco, U. (1991). Alımlama Göstergebilimi, Çev. Sema Rıfat, Düzlem Yayınları, İstanbul.

Peirce, C. S. (1931). The Collected Papers of Charles Sanders Peirce, Vol. I: The Principles of Philosophy. CP 1. Edited by C. Hartshorne & P. Weiss. Cambridge: Harvard University Press.

Peirce, C. S. (1977). Semiotics and Significs. Ed Charles Hardwick. Bloomington I.N.: Indiana University Press.

Rıfat, M. (2009). Göstergebilimin ABC'si, Sel Yayınları, İstanbul.

Sadakaoğlu, M. C. (2018). Reklam Estetiği ve Mit Üretimi Açısından "Marlboro Man" ve "Marlboro County" Reklam İmgelerinin Göstergebilimsel Çözümlemesi, İletişim Araştırmaları Dergisi, Yıl 4, Sayı:1, Nisan 2018, s. 25-44.

Sadakaoğlu, M. C. (2019). Yeni Türk Sinemasında Modern Melodram Geleneksel Söylem, Motif Academy Journal of Folklore,12 (28), s. 1183-1200.

### İnternet Kaynakları

[https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american\\_english/semiotics](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/semiotics)

<https://boxofficeturkiye.com/film/ihtiyar-delikanli-2004155>

<https://boxofficeturkiye.com/film/oldboy-2011630>

<http://www.beyazperde.com/filmler/film-54137/>

<http://www.beyazperde.com/filmler/film-140489/>