Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Sciences

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 6, Sayı: 43, Aralık 2019, s. 627-645

ISSN: 2149-0821 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.39985>

Onur TOS

Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve
Tanıtım Anabilim Dalı, İletişim Araştırmaları Doktora Programı,
onur.tos.33@gmail.com

Doç. Dr. Zülfiye ACAR ŞENTÜRK

Uşak Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, zulfiyeacar@yahoo.com

KURAMSAL ÇÖZÜMLEME: GET OUT FİLMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Özet

Sinema sahip olduğu özellikleri nedeniyle izleyicileri kendi büyüdü dünyasında uzun süre tutmaktadır. İçinde bulunduğu toplumun özelliklerinden ve yapısından etkilenirken, konu ve mesajlarıyla toplumun dikkatini çeşitli sorunlara çekmektedir. Bunun yanında izleyicilerin gerçek hayattan uzaklaşarak kısa sürede olsa hayal dünyasında yolculuk yapmasına neden olmaktadır. Sinema filmleri toplumsal konuların yanında politik gelişmelerden de etkilenmektedir. Sinema bu özellikleri nedeniyle sadece sinemaseverlere değil sosyal bilimlerin farklı alanlarında çalışanlara da hitap etmektedir.

Sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda yararlanılan farklı türde çözümleme ve analiz yöntemleri vardır. Bu tekniklerden bazıları göstergebilim, ideoloji, psikanalitik, feminizm, ikna ve söylem perspektifinde gelişmektedir. Bununla birlikte bu yöntemlerden hem nitel hem nicel araştırmalarda fazlasıyla yararlanılmaktadır. Nitel ve nicel araştırmaların yoğunlaştığı analiz ve çözümleme yöntemleri sinema, sosyal medya, basın, reklam gibi farklı alanların verilerinin değerlendirilmesinde kullanılmaktadır.

Bu çalışma sinema sektöründe etkili olmuş ve 2017 en iyi senaryo ödülüne layık görülmüş “Get Out” filminin incelenmesine yönelik olarak hazırlanmıştır. Bu çerçevede Get Out filminin farklı türde analiz ve çözümleme yöntemleri ile

incelemesi yapılmaktadır. Araştırmaya konu olan Get Out filmi göstergebilim ve dil, ideoloji, psikanalitik, feminist, ikna, retorik, içerik, söylem analizi ve yöntemleriyle değerlendirilmektedir. Film içerisinde araştırma analiz başlıklarına uygun kareler ve söylemler alınarak açıklamaları yapılmaktadır. Bu sahnelerde kodların ve temaların nasıl sunulduğu tablolar şeklinde aktarılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Get Out, Göstergebilim, İdeoloji, Psikanalitik, Feminizm, İkna, Söylem.

THEORETICAL ANALYSIS: A REVIEW ON GET OUT FILM

Abstract

There are different types of analysis and analysis methods used in researches. Some of these analysis and analysis techniques are developed in the perspective of semiotics, ideology, psychoanalysis, feminism, persuasion and discourse. In addition, both quantitative and quantitative research methods are widely used in analysis and analysis methods. The analysis and analysis methods in which qualitative and quantitative research is concentrated are used in the analysis of data of different fields such as cinema, social media, press and advertising.

This work has been influenced in the film industry and has been prepared for the study of Get Out which has been awarded the 2017 best screenplay award. In this context, Get Out film is analyzed with different types of analysis and analysis methods. The Get Out film, which is the subject of the research, is evaluated by semiotics and language, ideology, psychoanalytic, feminist, persuasion, rhetoric, content, discourse analysis and methods. Within the film, it is explained by taking the squares and discourse according to the research analysis headings. In these scenes, how the codes and themes are presented are presented as tables.

Key Words: Get Out, Semiotics, Ideology, Psychoanalytic, Feminism, Persuasion, Discourse.

GİRİŞ

Sinema var olduğu günden beri en etkili iletişim araçlarının başında gelmektedir ve izleyicisi ile güçlü bir bağ kurmaktadır. Sinema filmleri ile farklı içerik ve farklı mesajlarla izleyicilere sunulmaktadır. Bu mesajlar toplumsal ve politik konular başta olmak üzere bir çok konuyu içermektedir. Mesajlar drama, aksiyon ya da komedi aracılığıyla alıcılara iletilmektedir. Sinema filmlerinin etkili olmasının başında izleyicilerin filmi bilinçli ve tercihli olarak izlemesi ve bu etkinliğe zaman ayırmaları gelmektedir.

Yönetmenlerin toplumları ilgilendiren konulara olan ilgisi ve dünya görüşleri de filmlerin içeriğini belirlemektedir. Sinema bu anlamda ideolojik ve toplumsal mesajlar içeren, bireylerin dikkatini belirli konulara çekme amacı güden bir araç haline gelmektedir. Bunun yanında izleyicilerin rahatlamasını sağlayan, gündelik sorunlardan uzaklaştıran filmler de sinema sektörünün ilgilendiği alanların başında gelmektedir.

Get Out filmi, bireylerin bilinçaltının etkisinin anlatıldığı, karadelik durumlarının aktarıldığı aynı zamanda milliyetçi ve muhafazakar ideolojilerin yansıma bulduğu bir film ve 2017 yılında vizyona girmiştir. Filmde, anlatılanların somut gerçeklere dayanması ve işlenen

konunun ayrıntılı şekilde sunumu filme en iyi senaryo Oscar Ödülünü kazandırmıştır. Film, yayınlanma sürecine çok iyi bir şekilde hazırlanmış ve farklı türde tanıtım afişlerini de tasarlayarak izleyicilerine farklı mesajlarla ulaşma yolunu da seçmiştir.

Literatürde film analizlerinin tek bir analiz veya çözümleme yöntemiyle yapıldığı görülmektedir. Bu durum, film analizi ve çözümlemede yapılmasında niteliksel ve niceliksel anlamda alanın kısıtlı kalmasına neden olmaktadır. Bu çalışma ise farklı türde analiz yöntemlerini film karesine ve söylemlerine aktardığından alanyazına katkısı olacak bir çalışma niteliği taşımaktadır. Çünkü Get Out filmi, içeriğindeki farklı sunum temalarıyla birçok türde analiz ve çözümleme tekniklerinin değerlendirilmesine olanak tanımaktadır. Bu çerçevede ilgili analiz ve çözümleme yöntemleri film karelerine ve söylemlerine uygulanmıştır. 2 haftalık bir süreç sonucunda filmin analiz ve çözümleme yöntemi başlıkları altında incelenmesi sağlanmıştır.

1.Kuramsal Çerçeve

Get Out filminde değerlendirilecek analiz ve çözümleme yöntemleri başlıklar halinde incelenecektir. Bu çerçevede analiz ve çözümleme yöntemlerinin alanyazın taramaları yerli ve yabancı literatürden kaynaklar dahilinde aktarılacaktır.

1.1.Göstergebilim ve Dil

Göstergebilim Saussure ve Pierce tarafından geliştirilmiş ve yaygınlık kazandırılmış bir alandır. Göstergebilim analizi özellikle anlamlar üzerine odaklanmaktadır (Batu ve Tos 2018: 240). Bununla birlikte göstergebilim analizi, dilbilim odağında gelişmiş, kültürel antropoloji ile ivme yakalamış ve bilgi kuramı perspektifinde anlam odağında sürdürülebilirlik kazanmıştır (Kıran 1990: 51). Aynı zamanda, göstergebilimde ifade edilen, bir görünümün farklı şekilde sunumu ve insanların bunları farklı düzeylerde yorumlamasının sağlanması yoluyla dilsel çözümlemenin de yansıtılmasıdır.

Göstergebilim analizi bazı alt başlıklar ile sistematik hale getirilmiştir. Bu alt başlıkları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- **Gösterge:** Türk Dil Kurumu sözlüğünde “bir şeyi belirtmeye yarayan şey” olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Aynı zamanda gösterge; gösteren ile gösterilen olgularının arasında belirsiz ve karşılıklı olarak gerçekleşen bir kavramdır (İmer ve ark. 2011: 142). Bu çerçevede göstergebilimsel analiz göstergelere atfedilen ifadeler, anlamlar üzerine odaklanmakta, aynı zamanda insanların onları nasıl algıladıklarıyla ilgilenmektedir (Güdekli 2014: 81). İnsan zihninin, neyi nasıl gördüğü ve bunları anlamlandırdığı ögedir.
- **Gösteren / Gösterilen:** İnsanların her gün farklı platformlar yoluyla maruz kaldıkları hareketli veya durağan birçok resim, fotoğraf objesi göstergebilimsel bir anlam ifade etmektedir. Bu çerçevede anlamların oluşması ve belirli içeriklerle algılarda yer edinmesi gösteren ve gösterilen kavramlarıyla sağlanmaktadır (Çiçek 2016: 138). Gösteren; kelimeler dizgesi, harfler, ses, isim, logo, amblem vb. gibi kavramlardır. Bununla birlikte gösterilen; somut veya somut olarak, gösterenin çağrıştırdığı, anlam kazandırdığı, algılarda yansıttığı obje ya da nesnelerden oluşmaktadır (Yaylagül 2015:

24). Bu doğrultuda, görünümüne farklı bakış açılarının sunulması gösteren gösterilen arasındaki anlam düzeyinde yatmaktadır.

- **Metafor:** Metafor kavramı, anlam odağında bir sözcüğün yerine başka sözcük kullanılması, anlatımda hassasiyet, içerikte güzellik yaratılması yoluyla eğretilme yapılmasıdır (Şahin ve Kaya 2018: 1105). Bir fotoğraf, resim ya da hareketli bir sunum, sadece görüntülerin aktarıldığı veya yazıların yansıtıldığı metinler olarak karşımıza çıkmamaktadır (Kalaman ve Bat 2014: 129). Bu kavramlar içerisinde farklı anlamlar barındıran ve etkileşimli birer sunumlardır. Bu kapsamda, ortaya çıkan ve maruz kalınan objeler farklı anlamlar yüklenir. Bu doğrultuda metafor kavramı hem mecaz anlamda kullanılmakta hem de gerçek anlamda gelenekle de temsil edilebilmektedir (Kellner ve Ryan 2010: 41). Göstergebilim için gösteren ve gösterilen arasındaki bağlantının kuvvetlendirilmesi için kullanılmaktadır.
- **Metonimi:** Bir bütünün, dil yoluyla ifade edilmesi sırasında küçük bir obje gibi aktarılması veya küçük bir objenin tam bir bütün yansıtacak şekilde ifade edilmesi metonimi kavramını tanımlamaktadır (Berger 2000: 41). Kısaca, dil yapısındaki dizim opsiyonu, metonimi olarak ifade edilmektedir (Güven 2014: 20). Bu doğrultuda, metonimi için gösterilenin dizgeler yoluyla aktarılması ve anlam düzeyinde belirli bir ivme kazanması önemlidir.
- **Anlamlama:** Barthes'e göre anlamlama; "dilini saf olmayan yönlerini, dilbilim artıklarını, herhangi bir mesajın bozulmuş biçimini derleyen bir çalışma: yani, etkin dili oluşturan arzular, korkular, ifadeler, melodiler vb." gibi kavramlarla gerçekleşmektedir (Culler 2008: 81). Bu bakımdan Barthes göstergeler yoluyla anlamlamayı şekillendirmekte ve gösteren ilişkisiyle bir temele oturtmaktadır (Ünal 2016: 397). Her bir bireyin farklı anlamlama ve gördüğünü, hissettiğini yorumlama düzeyi farklı olmaktadır.
- **Kod:** "Mesajın belirli simgelerle işaret haline dönüşmesi ve bunlar arasındaki ilişkilerin düzenleme kurallarının tümü kod olarak tanımlanmaktadır, bu anlamda, insan dilleri birer koddur denilebilir" (Parsa ve Parsa 2004: 32). Bu kapsamda göstergeler doğası gereği diğer objelere gönderme yaptığından farklı anlamlara gelecek kodlar taşımaktadır. Kodların kendi içerisinde anlamlı bir yapı kazanıp zihinlerde tasarlanması ise bir ileti oluşturmaktadır (Karaman 2017: 25). Gösterilen her bir öge insan zihni için ayrı ayrı kodlar barındırmaktadır.

Göstergebilimsel analiz ve dil arasında doğrudan ilişki bulunmakta ve göstergebilim dil odağında anlamlandırma yapmaktadır.

1.2.İdeolojik Çözümleme

İdeoloji alan yazın olarak, toplumbilim, siyaset bilimi, ekonomi, ilmi bilim, tarih, insanbilimi gibi bilimlerle iç içe geçmiş ve çok uzun bir geçmişe sahip olan bir kavramdır (Öntaş 2016: 161). Birçok kavramla teorik çerçevesi genişleyen ideoloji kavramı, bir toplumun ya da grubun varlığını sürdürmesi, kendini hissettirmesi, olası gruplar arası çatışmaların yönetilmesi, hak kazanma, güç ve üstünlük bileşkeleri odağında gelişen bir olgudur (Devran 2010: 18). Bu doğrultuda, ideoloji olgusunun temelinde düşüncelerin belirli bir kavram odağında ifade edildiğini söylemek mümkündür.

İdeolojiler, var oldukları yapılarda özellikle grupları ve gruplar içerisinde yer alan bireyleri temel bir varlık yani özne olarak atfettiklerinden, o toplumdaki siyasal düşünceler de bu temel

pratikler sayesinde şekillenmektedir (Şentürk 2016: 34). Bu temel pratikler ideoloji kavramını günümüz koşullarında farklı alan ve platformlarda değişik şekillerde göstermesini sağlamıştır. Özellikle son dönemde platformlarda propaganda olgusuyla ideoloji aktarımı da yapılmaktadır (Coşkun 2009: 241). Bu doğrultuda, sinema, politika gibi farklı platformlarda, siyasal iletişim aktarımları gerçekleştirilebilmekte ve aktif ideolojiler sergilenebilmektedir.

İdeolojik çözümlemelerde, içinde bulunulan ve yaşanan sistem olgusunun yansıttıkları ve hissettirdikleri önem taşımaktadır (Cumanlıkova ve ark. 2017: 20). Kitle iletişim araçlarının her türlü platformdan reklamlar aracılığıyla dahi olsa aktardıkları, mevcut potansiyel ideolojiyi, başka nesillere aktarmakta ve üretim noktasında yeni anlamlar kazanmasını sağlamaktadır (Çabuk 2012: 41). Bu doğrultuda kitle iletişim araçları odağında medya tarafından üretilen bilgiler, ideolojiyi biçimlendirmekte ve toplumsal ard alanı bağlamlar konusunda etkilemektedir.

İdeolojik çözümlemelerde kullanılan ve dünyanın birçok yerinde yaşanmış ya da şu an etkin konumda bulunan belli başlı ideolojiler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Milliyetçilik,
- Muhafazakarlık,
- İdealistlik,
- Liberalizm,
- Kapitalizm,
- Komünizm,
- Sosyalizm,
- Anarşizm,
- Feminizm,
- Merkeziyetçilik.

1.3.Psikanalitik Çözümleme

Psikanalitik çözümlemenin temelini Sigmund Freud 19. yy. son çeyreğinde atmıştır. Bununla birlikte psikanalitik çözümlemelerde Freud'un amacı; insanlarda hastalıklar sonucunda meydana gelen bilinçaltı kavramlarını irdelemektir. Bilinçaltı kavramıyla Freud'un vurgulamak istediği, insanların çocukluk dönemlerinde yaşadıkları tecrübelerle edindiği ve sosyal yaşamının ileriki dönemlerine de yansıttığı duyguların belirlenmesi, bu sürecin yaşanmasında etken olan rüya, id durumları ve hayallerin ard alanını açıklamaktır (Dinler 2015: 127). Aynı zamanda Freud psikanalitik çözümlemelerde, cinsellik olgusu üzerinde de durmakta, insan algılarındaki cinselliğin objelere aktarıldığını belirtmektedir (Ergiş 2013: 1740). Psikanalitik çözümlemenin ard alanında cinselliğin yanında ego ve süper egonun da kendine yer bulduğu; din, ideolojik kavramlar, örf ve adetler gibi olguların insan algılarındaki yansımaları da yer almaktadır (Şeker 2017: 209). Bu kavramların insan zihnindeki yansımaları, algılayış şekilleri, imgelerin simgelerin, gerçeklerin ve isteklerin psikanalitik çözümlemenin temel varyasyonları olmasını sağlamaktadır (Turan 2013: 174-177). Bu doğrultuda, psikanalitik çözümlemenin ard alanının birçok etkenle beslendiği ve farklı bir perspektif alanı kazandığı, bilinçaltının aktarılmasında yararlandığı söylenebilir.

Psikanalitik çözümleme, toplum içerisinde var olan insanların yaşamışlıklarıyla da ilgilenmektedir. Bununla birlikte bu yaşamışlıkların nasıl meydana geldiği, psikanalitik çözümleme içerisinde değerlendirilmektedir. Bu noktada psikanalitik çözümlemelerde, esas

kavram benlik olgusu dahilindeki temsili dünyasıdır (Budak 2009: 19). Psikanalitik çözümleme, eleştirel bir bakış açısıyla insan olgusunu değerlendirmekte, insan yaşamında objelerin ve bu objelerin öznel yorumlarının olduğunu açıklamaya yardımcı olmaktadır (Güler 2017: 79). Psikanalitik çözümleme aynı zamanda insan odağında şekillenen sanat olgusunun da içeriğine dokunmaktadır. Bu doğrultuda bir sanatçının oluşturduğu bir eseri yorumlamak ve insanların bilinçaltılarını sanatsal yönden açığa çıkarılıp değerlendirilmesi de psikanalitik çözümlemeyle mümkün olmaktadır (Özgen 2014: 79).

1.4.Feminist Çözümleme

Feminist oluşumlar, kadın olgusundan hareketle cinsiyet eşitliği temelinde 20. yy. ilk çeyreğinde kendini göstermektedir. Aynı zamanda oluşum, kültür temelinde, iş yaşamında ve değişen toplum yapısında etkisini artırarak devam ettirmektedir (Özden ve Özden 2018: 144). Bununla birlikte feminizmde, kadınlara her alanda eşitlik getirilmesi ve özgürlük alanlarının genişletilmesi noktasında bürokratik süreçlerin saptanması da amaçlanmaktadır (Güneş 2017: 245). Feminizm hareketinin dünya üzerinde yayılması, küresel etkisinin her alanda hissedilmesi ve ülkeler arasındaki bağlantıların kadın temelinde şekillenmesi farklı düzeylerde gerçekleşmektedir (Taş 2016: 164). Bu düzeylerin farklı olmasındaki temel neden ise her ülkenin feminizmi doğal yaşama yansıtma biçiminin farklı olmasından kaynaklanmaktadır.

Feminist çözümleme, ataerkil toplumlarda iletişim, sosyoloji, edebiyat, sanat, politika gibi alanlarda kendini gösteren cinsiyet eşitsizliklerine yönelik bir olgudur. Bununla birlikte feminist çözümleme perspektifinde yürütülen çalışmalar araştırma konusunda kadına karşı yapılan ayrımcılıklar, kadının cinsel obje olarak gösterilmesi, kadının nesneleştirilmesi, kadına yönelik şiddet, baskı gibi durumlara odaklanmaktadır (Stanley 1990). Genel olarak, feminist çözümleme, kadınların toplumsal varlığının anlamının fizyolojik özelliklerinden kaynaklanabileceğini varsayarsak, cinsiyet ve cinselliğin doğal açıklamalarını eleştirmektedir. Çünkü sistematik ya da yaygın sosyal ve kültürel yapılar, kadına atfedilen özelliklerin kadının doğasından geldiğini varsayarak bireyleri bu yönde hareket etmeye itmektir (Butler 1988). Bu durumda kadınların üzerinde baskı oluşturmakta ve sinema, televizyon, ve çeşitli sanat eserlerinde ve çeşitli iletişim platformlarında kadına atfedilen bu rollerin tekrarlanması kadına zarar vermektedir. Dolayısıyla, feminist çözümleme ile kadına atfedilen ve doğası gereği olduğu savunulan olguları reddetmekte, medya ve iletişim kanallarıyla bu olguların rasyonelize edilmesini bir problem olarak görmekte ve bunun çözümüne yönelik çalışmalar yürütülmektedir (Cacoulios 2001). Sonuç olarak feminist çözümlemenin temel sunumunun hareketli ve hareketsiz görsellerin, filmlerin anlatılarını kadınsal açıdan ele almak ve değerlendirmek yoluyla aktarıldığını söylemek yanlış olmayacaktır.

1.5.İkna ve Retorik Çözümleme

Retorik, ikna etme üzerine kurulu bir kavramdır. Bu doğrultuda amaç insanların herhangi bir konuda inandırılabilirlik düzeyinin artırılmasıdır. Aristo için retorik farklılaşma, yani diyalektikle eş anlamda kullanılmaktadır. Bu kapsamda Aristo retorik sürecini 3 aşamada açıklamaktadır (Meyer 2009):

- **Ethos:** Bilgiyi paylaştan, iletişimi başlatan kişinin karakterini yansıtmaktadır.
- **Pathos:** Bilgiyi alan kişinin duygularını ifade etmektedir.
- **Logos:** İletişimde bulunan kişilerin, iletilerinin kanıtlara bağlı olarak aktarılmasıdır.

Cicero retorik kavramını politik anlamda değerlendirmektedir. Bu noktada politik arenada nitelikli söylemlerin önemli olduğunu vurgulamaktadır (Rüzgar ve Akdemir 2017: 260). Retorik kavramı doğası gereği ikna olgusunu barındırdığı için insanların kendisini iletişim esnasında güzel ifade etmesi olarak da ele alınmaktadır (Başarır 2016: 708).

İkna; iletişim süreçlerinde başarının ana opsiyonu olarak karşımıza çıkan ve olumlu bir iletişimin gerçekleştiğinin kanıtı olarak ifade edilen bir kavramdır (Batu ve ark. 2019: 254). İkna olgusu, “bir insana veya topluluğa, bir düşünceyi zorlama olmaksızın, müzakere ve iletişim yollarını kullanarak kabul ettirme, inandırma” olarak tanımlanmaktadır (Savaş ve Doruk, 2018: 208). Bununla birlikte, insanları üzerinde herhangi bir şekilde olumlu bir konuda iknanın yaratılması ve insan davranışında değişiklik kazanımı, iletinin gücüyle doğru orantılı olarak gerçekleşmektedir (Dursun ve Kabadayı 2012: 80). Bu çerçevede ikna olgusu için Luecke’nin (2007) belirttiği inanılabilirlik düzeyi, dinleyiciyi anlama becerisi, sağlam bir sav olması görüşü ve etkili iletişim modellemesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda ikna ve retorik kavramlarının çözümlemesi bu olgular üzerine şekillenmektedir.

1.6.İçerik ve Söylem Analizi

İçerik analizi, sosyal bilimler araştırma alanına giren konularda, veri analiz tekniği olarak kullanılmaktadır. İnsan davranışlarının doğasını ve etkilene biçimlerini dolaylı yoldan analiz için yararlanılmaktadır (Büyüköztürk ve ark. 2016: 250). Berelson içerik analizi tekniğinden alan yazın anlamında ilk bahseden ve bu veri analiz tekniğini kullanan ilk bilim insanıdır (Taylan 2011: 65). Araştırmalarda toplanan verilerin tanımlanması, kavramların açıklanması ve aralarındaki ilişkisel boyutun tasviri nitel veri analiz tekniğiyle açıklanmaktadır (Sığır 2018: 280). Bununla birlikte içerik analizi tekniğinden niceliksel olarak yararlanmak ve verilere ulaşmak da mümkün olmaktadır (Çilingir 2017: 150). Bu doğrultuda, içerik analizi tekniğinin nitel ve nicel çalışma olanağında değerlendirilmesi, onun çok boyutlu araştırmalarda da yararlanılabilecek bir yöntem olduğunu göstermektedir.

İnsan toplumsal varoluşun temeli gereği, çevresiyle iletişim kurmakta ve dünyanın dönüşümü odağındaki yapısal değişimde farklı türde söylemlerde bulunmaktadır (Güven 2015: 209). Bu kapsamda insanların sarf ettiği söylemler dönemsel koşullar bağlamında değişmektedir (Gür 2013: 187). Aynı zamanda söylem insanlar için doğruları, enformasyonu ve güçlü olmayı temsil etmektedir (Tuğan 2015: 49). Söylem analizinde amaç; bir konuşmanın ya da yazılı ve görsel iletişimin gerçekleştiği toplumsal alanın, kanunların, politik ilişkilerin niteliklerini tanımlamak, yansıtmak, ölçmek ve değerlendirmektir (Çelik ve Ekşi 2008: 115). Söylem analizi yapacak araştırmacılar, herhangi bir söylemin üreticisi dışında nasıl ve hangi koşullarda ortaya çıktığıyla ilgilenmektedir (Gür ve ark. 2013: 94). Kısaca söylem çözümlemesinde, dilin öğeleri veya metinlerin oluşumu ve anlamlandırılmasına bakılmaktadır (Yegen 2014: 322). Bununla birlikte söylem çözümlemesini makro ve mikro düzeyde yapmak mümkündür. Söylemin yansıtıldığı bağlam, makro düzey olarak ifade edilirken; dil özellikleri, türleri, cümle öğeleri ve neden sonuç ilişkileri mikro düzey olarak analiz edilmektedir (Tüfekçioğlu 2012: 177). Aynı zamanda söylem çözümlemesinin makro ve mikro düzeyi cümle, cümlecik, gramer, yapısal özellikler ile sosyal yaşamdaki bar, restoran, mekan, otobüs vb. gibi yerlerin sözcük dizgesinden kaynaklanmaktadır (Deniz 2014: 1).

2. Metodoloji

Bu çalışmada 2017 yılında vizyona giren “Get Out” filmi değerlendirmeye alınmıştır. Get Out filmi Türkçe kelime karşılığı olarak kapan anlamında kullanılmaktadır. Filmde özellikle siyahi insanlar üzerine baskıdan, onlar üzerindeki bilinçaltı uygulamalardan ve beyazların hipnoz yöntemiyle yeni vücutlar alma girişimlerinden bahsedilmektedir. 2017 yılında gösterilen filmler arasından en iyi senaryo dalında Oscar ödülüne layık görülen film yüz milyon dolardan fazla hasılat elde etmiş ve vizyona girdiği ilk iki ayda Amerika’da en çok hasılat yapan filmler arasında ilk onda kalmıştır. Get Out filmi nitel araştırma yöntemine dayalı olarak analiz edilmektedir. Nitel araştırma içerisinde farklı metotları barındıran, farklı türden kompozisyonların iç içe geçmesiyle oluşan, varsayımlar odağında betimleme ve içerik analizi yapmaya olanak tanıyan bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek 2013: 55). Bununla birlikte nitel araştırmadan psikolojik süreçlerin aktarıldığı, analiz edildiği ve veri toplama yöntemi olarak yararlanılmaktadır (Clarke ve Braun 2013).

Get Out filminde insanların içinde bulundukları durumlarda yaşadıkları psikolojik süreçleri fazlasıyla yansıtılmaktadır. Bu doğrultuda film karelerinde, söylemlerde ve içeriklerde psikoloji olgusu göz ardı edilmemektedir. Veriler elde etmede ve bunların yorumlanmasında farklı analiz yöntemlerinin sınırları dahilinde psikolojik süreçler göz önüne alınarak analiz ve çözümlemeler yapılmaktadır

2.1. Veri Toplama Süreci

Çalışmada, Get Out filmindeki sahnelerin analizi iki haftada tamamlanmıştır. Filmin iki tanıtım afişi, on karesi ve içeriğindeki diyaloglar değerlendirilmiştir. Bununla birlikte Get Out filmindeki kare ve söylemler, analiz yönteminde belirtilen başlıklara uygun olarak tespit edilmiştir. Bu kapsamda filmde farklı karelerde yer alan görüntülerin ve söylemlerin analizleri veri sürecine dahil edilmiştir.

2.2. Örneklem Yöntemi

Çalışmada, örneklem seçiminde analiz ve çözümleme yöntemlerinin ardaalanları esas alınmıştır. Get Out filmine yönelik olarak göstergebilim ve dil, ideolojik çözümleme, psikanalitik çözümleme, feminist çözümleme, ikna ve retorik çözümleme, içerik ve söylem analizinin sınırlılıkları belirlenmiştir. Bu doğrultuda, analiz ve çözümleme tekniklerine uygun olarak, amaçlı örneklem yöntemiyle film kareleri, içeriği ve söylemler analiz edilmektedir.

2.3. Veri Analiz Yöntemi ve Sınırlılık

Get Out filmi üzerine odaklanan bu çalışmada film karelerinin betimlenmesi, söylemlerin analiz edilmesi ve yorumlanması amacıyla; göstergebilim ve dil öğelerinden yaratılmış ve ideolojik çözümlemeler yanında psikanalitik çözümleme aktarımı sağlanmıştır. Çalışmada feminist çözümleme karşılıklarını sunulmakta, ikna ve retorik çözümlemesi ile film kahramanlarının senaryo dahilindeki yetilerini ortaya çıkarılmaktadır. Çalışmanın farklı analiz türleri ve çözümlemeleriyle destekleniyor olması alanyazına kazandırılması anlamında önem taşımaktadır. Bu doğrultuda başka filmlerin analizleri de farklı analiz ve çözümlemelerle alanyazına kazandırılabilir.

Araştırmanın sınırlılığını, Get Out filminde analiz ve çözümleme yöntemlerine konu olan film karelerinde ve diyaloglarda ana karakterler üzerinden gidilmesi oluşturmaktadır. Bu araştırmaya

konu olan karakterler; Chris (başrol), Rose (sevgili rolünde), Dean (Rose'un babası), Roman (Rose'un büyük babası) ve Missy (Rose'un annesi) şeklinde sıralanmaktadır.

3.Bulgular

3.1.Get Out Filminin Göstergibilim ve Dil Analizi

<p>Gösterge:</p> <p>Teknik Kodlar: Film afişinin tasarlanma objeleri Karanlık ve aydınlık temalar Aktörlerin yüzlerinin sunuş açıları Siyah, Sarı, Mavi, Kırmızı renk kodları</p>	<p>Gösteren: Get Out filmi tanıtım yazısı, filmde yer alan aktörler, parçalanmış cam.</p> <p>Gösterilen: Afişte, gösterilen birbirine sarılan insanlar ve dostane selamlaşma bulunmaktadır. Birlikteliğin desteklendiği ilişki. Parçalanmışlığın ve yalnız kalmanın getirdiği korku. Karanlık ortamdaki stres ve buhran durumu.</p> <p>Metafor: Gülümsenin ve sıcak temaslara sunulan iletişimin yanında, karamsarlık ve korku hali.</p> <p>Metonimi: Cam kırığı perspektifinde afişin sunulmuş olması bir <i>kod</i> sunmaktadır. Birbirine sarılan görüntünün ve kadın – erkek gülüşünün verilmesi aynı zamanda kuvvetli ilişkilere gönderme yapmaktadır. Bununla birlikte bu görsellerin altında sunulan karanlık görseller ise filme olumsuz şeyler de olacağına işaret etmektedir.</p>
<p>Gösterge:</p> <p>Teknik Kodlar: Bir odada cepheden çekilen görüntü Görseli karartma Siyah ve beyaz renk kodları</p>	<p>Gösteren: Kapan tanıtım yazısı. Filme yer alan başrol oyuncusu. Koltuk parçalanması</p> <p>Gösterilen: Zoru durumda bulunan, acı çeken ve haykıran erkek gösterilmektedir.</p> <p>Metafor: Siyah ve beyaz arasındaki ince çizgi. Umut ile çaresizlik.</p> <p>Metonimi: Metonimik açıdan görselde koltuk bir <i>kod</i> oluşturmaktadır. Aynı zamanda koltuğun hırpalanması can çekişmenin ve eziyetin sergilenmesine işarettir. Bununla birlikte sahnede eziyete bağlı olarak bir haykırış olduğu görülmektedir.</p>

3.2. Get Out Filminin İdeolojik Çözümlemesi

<p>1936'da Berlin Olimpiyatları'nda seçme turunda</p>	<p>Filmde ideolojik çözümleme olarak özellikle milliyetçilik vurgusu vardır. Beyaz ırkı yüksek tutma siyah ırkı küçümseme gözlenmektedir. Bununla birlikte soldaki karede de görüldüğü üzere Aryan ırkıyla dalga geçme söz konusudur.</p> <p>Bu milliyetçilik görseli film geneline yayılmış ve sürekli siyah ırkları küçümseme beyaz ırkları yüceltme ile sürdürülmektedir. Özellikle Amerikan ırkına atıflar yapılmakta ve onların en üstün ırk olduğu yansıtılmaktadır.</p> <p>İlerleyen sahnelerde milliyetçilikle birlikte muhafazakarlık da işlenmektedir. Bu çerçevede sadece siyahların köle olarak kullanıldığı evde beyazlar üstün ırk olarak yansıtılmaktadır.</p>
<p>Filme 1.13.41 – 1.15.11 ile dakikaları arasında geçen konuşmalar:</p> <p><i>Roman:</i> Güneşin doğuşundan daha güzel bir şey var mı? Merhaba ben Roman Armitage. Bizi izliyorsanız muhtemelen neler olduğunu merak ediyorsunuzdur. Endişe etmeye gerek yok. Hadi bir yürüyüşe çıkalım. Hayatınız boyunca faydasını gördüğünüz fiziksel üstünlüklerinizden dolayı seçildiniz. Doğuştan gelen yetenekleriniz ve azminizle ikimiz de daha büyük bir şeyin parçası olabiliriz. Kusursuz bir şeyin. Coagula prosedürü, insan yapısı bir mucizedir. Düzenimiz onu uzun yıllardır geliştiriyordu ve yakın zamanda benim kanımdan biri tarafından mükemmel hale getirildi. Ben ve ailem onu, frup üyelerimizin hizmetine</p>	<p>Filmdeki diğer ideolojik çözümleme ise merkezietçiliktir. Görselde de görüldüğü üzere bütün toplantılar, işler ve ayinler evde yapılmaktadır. Bununla birlikte grup üyelerine siyahi insan vücudu pazarlanarak kapitalizm olgusu da desteklenmektedir.</p> <p>Bütün toplantılar grup üyeleri odağında gerçekleşmekte ve kendi içerisinde bir muhafazakar grup oluşumu sağlanmaktadır.</p> <p>Filmde olayların geçtiği ev, merkezden uzakta ve mahremiyet kaygısının göstergesi olarak yansıtılmaktadır.</p>

sunmaktan onur duyuyoruz. Gücünüzü harcamayın, ona karşı koymaya çalışmayın. Kaçınılmaz olanı durduramazsınız. Ve kim bilir? Belki bir gün ailenin üyeleri olmaktan keyif alacaksınız. Coagula dikkat edin.

3.3.Get Out Filminin Psikanalitik Çözümlemesi

Get Out filmi bilinçaltı olgusunun yansıtıldığı bir filmidir. Yandaki görselde *Chris* (başrol oyuncusu) *Missy* tarafından hipnoz edilerek uyuşturulmuştur. Bu doğrultuda bilinçaltındaki karadelikte kaybolmuştur. Görselde aktarıldığı gibi gerçek dünyaya ulaşmak istemekte ve bunun için çabalamaktadır. *Missy* ise bir televizyon ekranı kadar olan dar alandan olun karadelikteki çaresizliğine bakmaktadır.

Bu aşamaya gelene kadar hipnoz esnasında bilinçaltında kalan en kötü anısı olan annesini kaybetme anını ağlayarak ve felç kalarak anlatmak zorunda bırakılmıştır.

Bu görselde ise *Missy* tarafından hipnoz edilen ve kapitalizm vurgusuyla bedeni satılan bir siyahi erkeğin hipnozdan çıkma durumu verilmektedir. Fotoğraf makinesinden çıkan flash uyuma durumunu bozmuş ve karakteri gerçek dünyaya tekrar döndürmüştür.

Hipnoz etkisinin bozulduğu ve gözlerindeki ışığın tekrar geldiği bu sahnede bilinçaltından uyanış sergilenmektedir. Bu kapsamda aşırı kapalılığa maruz kalan siyahi erkeğin uyanış esnasında vücudu tepki vermiş ve burnu kanamıştır.

3.4. Get Out Filminin Feminist Çözümlemesi

<p>Film feminist çözümlemeye uygun kareler de sunmaktadır. Soldaki görselde kadın oyuncu polis amiridir. Yanındaki erkekler ise yardımcı rolünde yer alan diğer polislerdir.</p> <p>Kadın otoritesinin fazlasıyla hissedildiği masa etrafında konular konuşulurken amirlerinin yanında ayakta bekleyen polisler görülmektedir. Bu kapsamda güç olgusu kadın oyuncu toplanmış ve feminizm olgusu desteklenmiştir. Aynı zamanda kadın karakterin, beden dili hareketini “bu alanın hâkimi, gerçek sahibi benim” şeklinde yansıtmaları da bir diğer feminizm işaretidir.</p>
<p>Feminizm olgusunun vurguladığı bir diğer kare de soldaki görselde aktarıldığı gibidir. Görselde aktarılan, kadının sosyal ve özel hayatında özgür olduğu vurgusudur.</p> <p>Rose karakteri, hem eşcinsel ilişki yaşamakta hem de normal ilişkide bulunmaktadır. Beyaz bir kadın olarak zenci insanları ilişkilerinde seçmesi ise feminizm olgusunda kadına tanınan özgürlük kavramına bir göndermedir.</p>

3.5. Get Out Filminin İkna ve Retorik Çözümlemesi

<p>Filme ikna ve retorik örüntüsünün fazlasıyla hissedildiği kareler görselde aktarılmaktadır. <i>Chris'in</i> bedeni için sahip aranan film karesinde;</p> <p><i>Ethos: Dean, Chris'in</i> vücudunu pazarlamaya çalışan ve grup üyelerine satış miktarlarını gösteren bir pazarlamacı karakterindedir.</p> <p><i>Pathos: Grup</i> üyelerinin vücudu almak için pazarlamada gösterdikleri miktarlar ve <i>Dean'i</i> ikna etme çabaları.</p> <p><i>Logos: Dean'in</i> en çok miktarı almak için açık artırmayı yönlendirmesi ve müşterinin bu açık artırmayı <i>Dean'in</i> belirlediği miktarı göstererek kazanması.</p>
<p>Filmde 58.23 ile 1.02.11 dakikaları arasında geçen diyaloglar:</p> <p><i>Chris:</i> Sanırım annen zihnime girdi, tamam mı? Sanırım kafamın içine girdi.</p> <p><i>Rose:</i> Evet ve işe yaradı., düşündüm ki...</p> <p><i>Chris:</i> Hayır, işe yaramadı. Yaramadı. O kafamın içine girdi. Şimdi de düşünmek istemediğim rahatsız edici şeyleri düşünüyorum.</p> <p><i>Rose:</i> Ne gibi?</p> <p><i>Chris:</i> Gitmeliyim.</p> <p><i>Rose:</i> Gitmek mi istiyorsun? Bensiz mi?</p> <p><i>Chris:</i> Nasıl istersen. Sana annemin öldüğü geceyi anlatmıştım. 911'i aramadığımı, onu aramaya çıkmadığımı.</p> <p><i>Rose:</i> Evet.</p> <p><i>Chris:</i> Bir saat geçti, sonra iki, sonra üç... Ben orada öylece oturdum. Sadece televizyon izledim.</p> <p><i>Rose:</i> Yapabileceğin bir şey yokmuş.</p> <p><i>Chris:</i> Daha sonra öğrendim ki ilk çarpmadan sonra hayattaymış. Orada yolun kenarında kan kaybederek, üşüyerek, yalnız bir halde yatmış. Sabahın erken saatlerinde, üşüyerek ve yalnız bir halde ölmüş. Bense televizyon izliyordum. Zaman vardı.</p> <p><i>Rose:</i> Sen sadece küçük bir çocuktun.</p> <p><i>Chris:</i> Biri onu arıyor olsaydı zaman vardı. Zaman vardı ama</p>	<p>Get Out filminde ikna kavramı ve retorik olgusundan fazlasıyla yararlanılmıştır. <i>Chris</i> diyaloga da belirtildiği gibi durumun farkına varmaya başlamıştır. Ancak görselimizde <i>Rose</i> karakterinin <i>Chris'i</i> hala merkezîyetçi yapılanmanın olduğu evde kalmaya ikna ettiği görülmektedir.</p> <p><i>Ethos: Chris</i> yaşanan durumun farkında olduğu halde harekete geçemeyen bir yapı sergilemektedir.</p> <p><i>Pathos: Rose</i> soğukkanlı kalarak durumu idare etmeye çalışmakta ve <i>Chris'i</i> kullanmak için kalmasına ikna etmektedir.</p> <p><i>Logos: Chris'in</i> gitmek istemesinin nedeni durumu farkında olması yani bilinçaltına girildiğini hissetmesi.</p> <p><i>Rose'un Chris'i</i> kalmaya ikna etmesinin nedeni onun vücudundan satış yoluyla yararlanmak istemesinden dolayıdır.</p>

kimse aramıyordu. Sahip olduğum bir tek sen varsın. Buradan sensiz gitmeyeceğim. Seni terk etmeyeceğim, tamam mı?
Rose: Etmeyecek misin?
Chris: Hayır etmeyeceğim.
Rose: Tanrım. Beni korkuttun. Hadi eve gidelim.

3.6. Get Out Filminin İçerik ve Söylem Analizi

Filmin 12.26 ile 13.13 dakikaları arasında geçen diyaloglar:
Polis: Bayım ehliyetinizi görebilir miyim lütfen?
Rose: Bekleyin, neden?
Chris: Evet. Eyalet kimliği var.
Rose: Hayır, hayır. O kullanmıyordu.
Polis: Kimin kullandığını sormadım. Kimliği görmek istedim.
Rose: Evet, neden? Bu hiç mantıklı değil.
Chris: Buyurun.
Rose: Hayır, hayır. Yapma. Ona kimliği vermek zorunda değilsin. Çünkü sen yanlış bir şey yapmadın.
Chris: Bebeğim, sorun yok. Hadi.
Polis: Ne zaman bir kaza olsa kimlik sorma hakkımız...
Rose: Saçmalık.
Polis: Hanımefendi... Şu farı tamir ettirin. Şu aynayı da.
Rose: Teşekkürler Memur Bey.

Konuşmanın içeriğini kimlik sorgulama oluşturmaktadır. Ancak şoförün Rose olması ve geyiğe çarpıp öldürenin o olmasına rağmen polis memuru imalı bakışlar ve söylemlerle Chris'ten kimliğini istemektedir.

Bu noktada politik anlamda bir söylem devreye girmektedir. Emniyet mensubu sadece Chris'in kimlik sorgulamasını yaparak Amerika'da siyah tende insanlara karşı olan küçümseme tutumunu film sahnesinde de yansıtmıştır.

Filmde 07.17 ile 08.15 dakikaları arasında geçen diyaloglar;
Chris: Zenci olduğumu biliyorlar mı?
Rose: Hayır. Bilmeleri gerekiyor mu?
Chris: Yani, sanki... Bu, bahsetmek isteyeceğin bir şey olabilir gibi.
Rose: Anne, baba, zenci sevgilim bu hafta sonu gelecek ve zenci olduğu için şaşırmanızı istemiyorum.

İçerik analizi için filmin başındaki bu sahne tercih edilmiştir. Çünkü; bu sahne filmin başında direkt olarak verilmek istenen mesajları ortaya koymaktadır. Milliyetçilik ve muhafazakarlık temalarının ağır bastığı filme ilk yansıma bu kareyle sunulmaktadır. Bununla birlikte siyah – beyaz vurgusu yansıtılmakta, milliyetçilik ve merkeziyetçilik politik mesajları aktarılmaktadır.

Sahne içeriğinde bir diğer içerik

<p>Chris: Çıktığın ilk zenci olduğumu söylemiştin. Rose: Evet, ne olmuş? Chris: Evet, yani bu onlar için alışılmadık bir durum. Peşimde bir tüfekte bahçede kovalanmak istemem. Rose: Kovalanmayacaksın. Birincisi, babam elinden gelse Obama'ya üçüncü kez oy verirdi. Yani gerçekten seviyor. Bunu söylüyorum çünkü bu konuyu seninle kesin konuşmak isteyecektir. Ve kesinlikle berbat geçecektir. Ama bu sadece her şeyden çok, kötü bir baba olduğu için olur. Irkçı değiller.</p>	<p>analizi de feminizm olgusudur. Bu kapsamda kadının istediği şekilde istediği bireyle olan ilişkisel düzeyi içerikte aktarılmaktadır.</p>
---	---

SONUÇ

Nitel ve nicel araştırmalarda kullanılan analiz ve çözümleme yöntemleri, araştırmaya konulan olay, durum, olgu, görsel, sahne vb. alanların incelenmesine imkan tanımaktadır. Bu çerçevede araştırma konusuna uygun olarak veriler toplanmakta ve irdelenmektedir. Her bir analiz ve çözümleme yöntemi nicel ve nitel araştırmalar için farklı anlamlar ifade etmektedir.

Get Out filmi analiz ve çözümleme yöntemlerinin yansıma bulması noktasında zengin içeriğe sahip bir film olarak karşımıza çıkmaktadır. Get Out film kareleri ve söylemler üzerine yapılan bu çalışma, analiz ve çözümlemeler açısından filmin olduğunu kanıtlamaktadır. Bu çerçevede göstergebilimsel ve dil analizi açısından Get Out filminin farklı gösterilen, gösteren, kod ve metonimiye sahip olduğunu kanıtıdır. Aynı zamanda filmi sahnelerinin merkezietçiliğe ve siyah – beyaz insan ayrımına vurgusu milliyetçilik ve muhafazakarlık ritüelinin yansımasını bulduğu gösterge şeklinde değerlendirilebilir. Film, konusu ve içeriğiyle bilinçaltı kavramı odağında geliştiğinden psikanalitik çözümlemelerden etkin bir şekilde yararlanılmaktadır. Kadın karakterlerle sunulan gerçeklik feminist çözümlemenin olağan şekilde yaşandığı bir düzen izlenimini vermektedir. İnsanların bilinçaltılarını etkilemek üzerine kurulan film, ikna ve retorik olgusunun karakterlerle özdeşleşmesini ve kavramlardan etkili biçimde yararlanmayı da sağlamaktadır. Film içeriğinin bu türden analizlerinin yapılmasına olanak tanınması başarısını da göstermektedir. Ana temaların gerçeklerle örtüşmesi, film realitesinin günümüz dünyasıyla olan bağlantısını da sentezlemektedir. Bununla birlikte Get Out, içerik bakımından bilinçaltının işlendiği bir filmidir.

Filmin içeriğinde yansıtılan temalar;

- Hipnoz,
- Karadelik,
- Korku,
- Kapitalizm,
- Mahremiyet,
- Baskı,

- Zorla Ele Geçirme,
- Başka Bedende Yansıma Bulma,
- Etki Altına alma,

Ögeleri dahilinde aktarılmaktadır. Aynı zamanda, filmdeki süreçler dahilinde ana kodlar ise siyah ve beyaz renkleri üzerine oturtulmaktadır.

Get Out filmi senaryosunun farklı ve özellikle bir kavramı iyi aktarması sayesinde başarılı bir yapıttır. Birçok farklı analiz ve çözümleme tekniğine olanak tanınması da onun bilimsel yazın için değerlendirilmesi gereken bir film olmasını sağlamıştır.

KAYNAKLAR

- Başarır, M. (2016). Retorik İkna Bileşenlerin Siyasi Liderlerce Kullanımı: İktidar Ve Ana Muhalefet Liderlerinin TBMM Grup Konuşmaları Üzerine Bir Analiz. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4 (2): 703-724.
- Batu, M. ve Tos, O. (2018). 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumunda Recep Tayyip Erdoğan'ın Sosyal Medyadaki Görsel İmajı Üzerine Bir Analiz, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 29: 230-269.
- Batu, M., Yanık, A. ve Tos, O. (2019). Türkiye’de Siyasi Arenada İkna Olgusunun Yeni Revizyonu Algı Yönetimi: 2019 Yerel Seçimlerinde Cumhur İttifakının Politik Reklamları Üzerine Bir Analiz. *International Agean Symposium On Innovative Interdisciplinary Scientific Researches*. 26-27 Mart, İzmir.
- Berger, A., A. (2000). *Media and Communication Research Methods*. California: Sage Publications.
- Budak, A. (2009). Psikanalitik Edebiyat Eleştirisi ve Bir Uygulama Denemesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25: 13-26.
- Butler, J. (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. *Theatre Journal*, 40 (4): 519-531.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., K., Akgün, Ö., E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cacoullous, A., R. (2001). American Feminist Theory. *American Studies International*, 39 (1): 72-117.
- Clarke, V. ve Braun, V. (2013). *Successful Qualitative Research: A Practical Guide for Beginners*. London: Sage.
- Coşkun, R. (2009). “Yönetim-Organizasyon” Ders Kitaplarında Biçim ve İdeoloji. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4 (1): 239-258
- Culler, J. (2008). *Barthes*. (Çev. Hakan Gür). Ankara: Dost Kitabevi.

- Cumanlıkova, R., Ayhan, N. ve Narinova, V. (2017). Sovyet Belgesel Sinemasında Medya Metinleri Üzerinden İdeolojik İnşa: “Köyümün Askerleri” Belgesel Filmi Örneğinde. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (4): 617-625.
- Çabuk, D. (2012). Cosmopolitan Reklamlarında Anlam Yapıları ve İdeoloji. *Global Media Journal: Turkish Edition* 3 (5): 40-60.
- Çelik, H., ve Ekşi, H. (2008). Söylem Analizi, *Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27: 99-117.
- Çiçek, Mehmet (2016). Semiyoloji ve Semiyotik Üzerine Düşünceler, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*. 6 (2): 137-147.
- Çilingir, A. (2017). İletişim Alanında İçerik Analizi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri Üzerine Bir İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi – “akademia”*, 5 (1): 148-160.
- Deniz, A., Ç. (2014). Bir Söylem Analizi Girişimi: Asker ve Sindirella Hikayesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 16 (Özel Sayı II): 1-5.
- Devran, Y. (2010). Haber Söylem İdeoloji. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Dinler, C. (2015). Kars Yöresine Ait Manilerden Hareketle Manilerin Psikanatik Yaklaşımla Çözümlemesi Üzerine Bir Deneme. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 3 (6): 127-131.
- Dursun, İ. ve Kabadayı, E., T. (2012). Tüketicilerin İkna Çabalarına Karşı Gösterdikleri Direnç: Tutum Gücü, Tutum Yönü ve Mesaj Gücünün Etkileri Üzerine Deneysel Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8 (16):75-97.
- Ergişi, C. (2013). Psikanalitik Bir Çözümleme: Halide Edib Adıvar’ın Handan Romanı. *The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science – JASSS*, 6 (2): 1737-1747.
- Güdekli, A. (2014). Kan Kusun Kızılılık Şerbeti İçtim Diyen Kadınlar: Aile İçi Şiddet Üzerine Göstergebilimsel Bir Çalışma. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 4 (8): 78- 84.
- Güler, M. (2017). Parfüm Reklamlarının Psikanalitik Çözümlemesi: Freudyen Bakış Açısı ve Hermeneutik Yaklaşım. *Düşünme Dergisi*, 11: 76-106.
- Güneş, F. (2017). Feminist Kuramda Ataerki Tartışmaları Üzerine Eleştirel Bir İnceleme. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 27 (2): 245-256.
- Gür, T. (2013). Post-Modern Bir Araştırma Yöntemi Olarak Söylem Çözümlemesi. *Zeitschrift für die Welt der Türken Journal of World of Turks – ZfWT*, 5 (1): 185-202.
- Gür, T., Dilci, T. ve Coşkun, İ. (2013). Söylem Çözümlemesi Bağlamında Öğretmen Adaylarının Öğretmenin Toplumdaki Rollerine İlişkin Metafor Algıları. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 2: 91-106.
- Güven, A. (2014). Gezi’nin Dili: Göstergebilimsel Bir İnceleme. *İnsan & İnsan* 2: 19-29.
- Güven, S. (2015). Postmodern Siyaset Ve Söylem: Siyasi Parti Lider Söylemleri Üzerine Bir Çalışma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3 (1): 208-240.

- İmer, K., Kocaman, A. ve Özsoy, A., S. (2011). *Dilbilimi Sözlüğü*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Kalaman, S. ve Bat, M. (2014). Toplumsal Cinsiyet Açısından Axe Basın İlanlarının Göstergebilimsel Analizi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 16 (Özel Sayı I)*: 128-136.
- Karaman, E. (2017). Roland Barthes ve Charles Sanders Peirce'nin Göstergebilimsel Yaklaşımlarının Karşılaştırılması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 34*: 25-36.
- Kellner, D. ve Ryan, M. (2010). *Politik Kamera*. (Çev. Elif Özsayar). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Kıran, A., E. (1990). Dilbilim – Göstergebilim İlişkileri. *Dilbilim Araştırmaları, 1*: 51-62.
- Luecke, R., (2007). Güç, Etki ve İkna. (Çev. T. Parlak). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Meyer, M. (2009). *Rhetoric*. (Çev. İsmail Yerguz). Ankara: Dost Kitabevi.
- Öntaş, T. (2016). İdeolojinin Kültürel Yorumu Olarak Değerler ve Bir Değerler İdeolojisi Olarak Muhafazakârlık. *Değerler Eğitim Dergisi, 14 (31)*: 159-185.
- Özden, E., E. ve Özden, Z. (2018). Feminizm ve Görsel Tasarım: Birinci Kuşak Feminizm Dönemindeki Kozmetik Reklamlarında Kadın İmgelerinin Dönüşümü. *Akdeniz İletişim Dergisi, 30*: 142-163.
- Özgen, A. (2014). Behçet Necatigil'in "İçerde" Adlı Şiirini Psikanalitik Açıdan Çözümleme Denemesi. *Sosyal Bilimler Dergisi – SOBİDER, 1 (1)*: 78-87.
- Parsa, S. ve Parsa, A., F. (2004). *Göstergebilim Çözümlemeleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Rüzgar, N. ve Akdemir, A. (2017). Retorik Söylemin İçerik Kalitesi ve Etkileme Amacına Yönelik Algının Akademisyenler Düzeyinde Araştırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 9 (2)*: 258-282.
- Savaş, S. ve Doruk, S., K. (2018). Arketipsel İmgelerin İkna Boyutu ve Türk Reklamlarında Görülme Sıklığı Üzerine Bir Araştırma. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, 28*: 205-237.
- Sığrı, Ü. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Stanley, L. (1990). *Feminist Praxis Research, Theory and Epistemology In Feminist Sociology*. Routledge: London and New York.
- Şahin, E. ve Kaya, S., Y. (2018). Yiyecek Metaforları Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11 (59)*: 1105-1113.
- Şeker, E. (2017). Aşk ve İdeoloji Bağlamında Psikanalitik Söylem Çözümlemesi. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (2)*: 194-222.
- Şentürk, B. (2016). Özne, İdeoloji ve Söylem: Post- Marxism ve Laclau Üzerine Eleştirel Bir Deneme. *Birey ve Toplum Dergisi, 6 (11)*: 27-41.

- Taş, G. (2016). Feminizm Üzerine Genel Bir Değerlendirme: Kavramsal Analizi, Tarihsel Süreçleri ve Dönüşümleri. *Akademik Hassasiyetler*, 3 (5): 163-175.
- Taylan, H., H. (2011). Sosyal Bilimlerde Kullanılan İçerik Analizi ve Söylem Analizinin Karşılaştırılması. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (2): 63-76.
- TDK,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cd2cf72b0a224.62611823 E. T.: 08/11/2019.
- Tuğan, N., H. (2015). Son Dönem Türk Sinemasında Hastalık Temsilleri: ‘Saç’ Filminin Eleştirel Söylem Çözümlemesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 40:48-76.
- Turan, M., O. (2013). Kuyu Filmindeki Arzu Kavramının Lacancı Psikanalitik Yaklaşım Çerçevesinde Çözümlemesi. *Selçuk İletişim*, 7 (4): 169-185.
- Tüfekçioğlu, Ö. (2012). Çeviri Amaçlı Söylem Çözümlemesi Bağlamında Hamlet. *Çankaya University Journal of Humanities and Social Sciences*, 9 (1): 177-188.
- Ünal, M., F. (2016). Göstergebilimin Serüveni. *Mütefekkir – Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi*. 3 (6): 379-398.
- Yaylagül, Ö. (2015). Göstergebilim ve Dilbilim. Ankara: Hece Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yeğen, C. (2014). Türk Yazılı Basınının HIV/AIDS Haberlerindeki Nefret Söylemi: “Posta” Gazetesi Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2 (3): 317-349.