



## Görsel Kültür Bağlamında Mimari Mekânın Yeniden Üretimi: Rodos Adası Örneğinde Estetik Deneyim ve Turistik Tüketim\*

### Architectural Space and Its Reproduction through Visual Culture: Aesthetic Experience and Tourist Consumption in Rhodes

Çağla ERCANLI<sup>1</sup>, Cem TUNÇAY<sup>2</sup>

#### Özet

Görsel kültürün sosyal medya aracılığıyla mekân algısını dönüştürdüğü dijital çağda, mimarlık fiziksel varlığının ötesine geçerek Instagram gibi platformlarda yeniden üretilen bir estetik nesneye dönüşmektedir. Bu çalışma, Rodos Adası örneğinde Instagram estetiğinin turistik mekânlar üzerindeki etkisini incelemektedir. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Rodos Eski Şehri, çok katmanlı mimari dokusuyla yoğun biçimde dijital temsile konu olmakta; bu temsiller kentin görsel anlatısını üretirken yerel kimlik ve turistik pratiklerle ilişkili mekânsal müdahaleleri de etkilemektedir. Araştırma, nitel bir yaklaşımla Instagram görselleri, alan gözlemleri ve kullanıcı yorumlarını birlikte değerlendirmektedir. #rodos ve #rhodesoldtown etiketleri üzerinden yapılan görsel analizler, öne çıkan mimari unsurları ve estetik kompozisyonları ortaya koymuş; dijital temsiller alan verileriyle karşılaştırılarak fiziksel mekânla ilişkileri incelenmiştir. TripAdvisor ve Google Maps yorumları ise görsel beklentilerin ziyaretçi deneyimini nasıl yönlendirdiğini göstermektedir. Elde edilen bulgular, Rodos Eski Şehri'nin dijital platformlarda bir "görsel sahne" olarak yeniden kurgulandığını ve fotojenikliğe yönelik müdahalelerin kültürel miras, mimari koruma ve turistik tüketim arasında yeni gerilimler yarattığını ortaya koymaktadır. Çalışma, dijital estetik odaklı mimari temsillerin tarihî mekânların özgün kimliği üzerindeki etkilerini tartışmaya açmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** Rodos, Mimari Temsil, Görsel Kültür, Kültürel Miras, Sosyal Medya Turizmi, Dijital Mekân Üretimi

#### Abstract

In the digital age, where visual culture increasingly shapes spatial perception through social media, architecture extends beyond its physical presence and becomes an aesthetic object reproduced on platforms such as Instagram. This study examines the impact of Instagram aesthetics on touristic spaces through the case of Rhodes Island. As a UNESCO World Heritage Site, Rhodes Old Town is extensively represented through digital images, where its multi-layered architectural fabric is selectively framed, contributing to the construction of a visual narrative that influences local identity and tourism-related spatial practices. Adopting a qualitative research approach, the study combines the analysis of Instagram visuals, on-site observations, and user-generated content.

<sup>1,2</sup>İzmir Konak Meslek Yüksekokulu,  
İzmir

#### ORCID:

Ç.E.: 0000-0001-9450-9462

C.T.: 0009-0005-6392-1397

#### Corresponding Author:

Çağla ERCANLI

#### Email:

cagla.mim@gmail.com

**Citation:** Ercanlı, Ç. ve Tunçay, C. (2026). Görsel kültür bağlamında mimari mekânın yeniden üretimi: rodos adası örneğinde estetik deneyim ve turistik tüketim. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 16 (1), 73-87.

**Submitted:** 24.12.2025

**Accepted:** 09.02.2026

\*Bu makale, 6. Turizmde Mimarlık ve Kültürel Miras Kongresi (ITCAC 2025) kapsamında sunulan özet bildiriden türetilmiştir.

*Visual analyses of posts shared under the hashtags #rodos and #rhodesoldtown identify recurring architectural elements and aesthetic compositions, which are compared with field photographs to explore the relationship between digital representations and physical space. Additionally, user reviews from TripAdvisor and Google Maps reveal how visually mediated expectations shape visitors' spatial experiences. The findings suggest that Rhodes Old Town is reconfigured as a "visual stage" on digital platforms, where photogenic-oriented interventions create new tensions between cultural heritage preservation, architectural conservation, and touristic consumption.*

**Keywords:** Rhodes, Architectural Representation, Visual Culture, Cultural Heritage, Social Media Tourism, Digital Spatial Production

## 1. GİRİŞ

Günümüzde sosyal medya platformlarının hızlı yükselişi, mekânın algılanma, temsil edilme ve tüketilme biçimlerinde köklü dönüşümlere yol açmaktadır. Artık mekân, yalnızca fiziksel bir gerçeklik olarak değil, aynı zamanda dijital dolaşıma giren imgeler aracılığıyla da üretilen kültürel bir olgu hâline gelmiştir (Ergin, 2026). Görsel odaklı bir platform olarak Instagram, bu dönüşümün en belirgin aktörlerinden biridir ve kentlerin, sokakların, mimari yapıların estetik açıdan yeniden çerçevelenmesine olanak tanımaktadır. Mitchell'in (1994) vurguladığı üzere imgeler, modern dünyada yalnızca temsil eden değil, "gerçekliği kuran" araçlardır; Mirzoeff (2015) ise görsel kültürün güncel toplumdaki belirleyici hâkimiyetinin mekânsal algıyı dönüştürdüğünü belirtir. Bu bağlamda mimarlık, salt maddi bir mekânsal üretim olmaktan çıkarak, dijitalde dolaşan estetik görüntüler aracılığıyla sürekli yeniden inşa edilen bir temsil nesnesine dönüşmektedir.

Lefebvre'nin (2014) *mekânın toplumsal üretimi* yaklaşımı, mekânın sabit ve nötr bir fiziksel varlık olmaktan ziyade, toplumsal pratikler, söylemler ve temsiller aracılığıyla sürekli olarak yeniden inşa edilen çok katmanlı bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte bu üretim sürecinde görsel temsillerin belirleyici rolü daha da görünür hâle gelmiş; özellikle sosyal medya platformlarında dolaşıma giren imgeler, mekânın algılanışı ve anlamlandırılmasında merkezi bir konum kazanmıştır. Urry'nin (2002) *turist bakışı* kavramı, ziyaretçilerin mekânla kurdukları ilişkinin önceden oluşmuş görsel beklentiler tarafından yönlendirildiğini vurgularken, günümüzde bu beklentilerin büyük ölçüde Instagram gibi görsel odaklı dijital platformlar aracılığıyla şekillendiği görülmektedir. Manovich'in (2017) *Instagram estetiği* olarak tanımladığı görselleştirme pratiği; belirli renk paletleri, simetrik kadraj anlayışları, filtre kullanımları ve tekrarlanan kompozisyon kalıpları üzerinden mekânın yeniden sunulmasına yol açmakta, bu süreçte dijital olarak üretilen imgeler ile mekânın fiziksel deneyimi arasındaki sınırlar giderek geçirgen hâle gelmektedir.

Bu kavramsal çerçeve doğrultusunda, dijital temsillerin mekânsal algı ve deneyim üzerindeki etkilerini incelemek için Rodos Eski Şehri uygun ve açıklayıcı bir örnek alan sunmaktadır. Çok katmanlı tarihî dokusuyla UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Rodos Eski Şehri; Gotik şövalyeler dönemine ait savunma yapıları, Osmanlı döneminden kalan camiler ve çeşmeler, İtalyan yönetimi sırasında inşa edilen kamu yapıları ile özgün sokak dokusunu bir arada barındırmaktadır. Bu karmaşık mimari yapı, Instagram gibi görsel odaklı platformlarda yoğun biçimde dolaşıma giren estetik imgelerin başlıca nesnelere hâline gelmiştir. Rodos Eski Şehri, dijital medya ve seyahat odaklı çevrimiçi platformlarda estetik ve deneyim odaklı anlatılarla sıkça öne çıkarılmakta; bu anlatılar kentin turistik imajının oluşumunda etkili olmaktadır (McCann, 2024; Yeung, 2025). Dijital ortamda üretilen bu temsiller, kentin mimari kimliğini belirli estetik kalıplar doğrultusunda seçici bir biçimde yeniden üretmekte; ziyaretçilerin mekâna yönelik algı ve beklentilerini, fiziksel deneyimden önce şekillendiren bir çerçeve sunmaktadır. Bu süreçte Rodos Eski Şehri, tarihsel ve mekânsal sürekliliği içinde deneyimlenen bir kentsel çevreden ziyade, dijital görsellik aracılığıyla kurgulanan bir "görsel

sahne"ye dönüşmekte; turistlerin mekânla kurduğu ilişki büyük ölçüde sosyal medya temsilleri üzerinden yapılandırılmaktadır.

Bu çalışma, dijital temsillerin tarihî mekânların algılanma ve deneyimlenme biçimleri üzerindeki yönlendirici etkilerini, mimari kimliğin dijital bağlamda nasıl yeniden üretildiğini ve bu sürecin turistik tüketim pratikleriyle nasıl kesiştiğini incelemektedir. Rodos Eski Şehri örneği üzerinden yürütülen araştırma, görsel kültürün mimari mekân üzerindeki etkilerini bütüncül ve çok katmanlı bir perspektifle ele almayı; dijital estetik odaklı temsillerin kültürel miras alanlarında ortaya çıkardığı mekânsal dönüşümleri analitik bir çerçevede tartışmaya açmayı amaçlamaktadır.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın kuramsal çerçevesi, mekânın toplumsal üretimi, turist bakışı, görsel kültür ve dijital mekân temsili gibi birbirini tamamlayan kavramsal yaklaşımlar etrafında yapılandırılmıştır. Henri Lefebvre'nin (2014) mekânı salt fiziksel bir varlık olarak değil, toplumsal pratikler, söylemler ve temsiller aracılığıyla sürekli olarak yeniden üretilen dinamik bir süreç olarak ele alan yaklaşımı, sosyal medya çağında ortaya çıkan mekânsal dönüşümlerin kavranması açısından temel bir kuramsal zemin sunmaktadır. Lefebvre'nin mekân üçlemesi içerisinde yer alan "temsil edilen mekân" kavramı, Instagram gibi görsel odaklı dijital platformlarda dolaşıma giren imgelerin günümüz kentsel çevrelerinde nasıl etkin bir üretim mekanizmasına dönüştüğünü açıklamada özellikle işlevseldir. Rodos Eski Şehri bağlamında Instagram paylaşımları, mekânın kamusal algısını belirleyen ve onu belirli estetik kodlar doğrultusunda yeniden kurgulayan çağdaş bir temsil pratiği olarak ortaya çıkmaktadır. Bu dijital imgeler, mekânı yalnızca belgeleme işlevi görmekle sınırlı kalmayıp, kullanıcıların kenti deneyimleme biçimlerini, mekânla kurdukları duygusal ve estetik ilişkileri yönlendiren etkin bir araç hâline gelmektedir.

Bu bağlamda, mekân deneyiminin dijital temsiller aracılığıyla önceden yapılandırılması, ziyaretçilerin tarihî çevrelerle kurduğu ilişkiyi önemli ölçüde dönüştürmektedir. Sosyal medya platformlarında üretilen ve dolaşıma giren görsel imgeler, mekâna dair algısal bir çerçeve oluşturarak deneyimi önceden yönlendiren bir referans alanı işlevi görmektedir. Özellikle Instagram'da yaygın olarak karşılaşılan simetrik kompozisyonlar, insan yoğunluğundan arındırılmış kadrarlar, pastel tonlar ve tekrar eden estetik kalıplar, tarihî mekânlara yönelik görsel beklentilerin standardize edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu standartlaşma, ziyaretçilerin mekânla kurduğu ilişkinin fiziksel karşılaşma anında değil, dijital imgeler aracılığıyla daha önce biçimlenmesine neden olmaktadır. Mekân deneyimi, yalnızca fiziksel çevrenin sunduğu özellikler üzerinden değil, dijital ortamda üretilmiş estetik temsillerin belirlediği algısal ve deneyimsel çerçeveler doğrultusunda şekillenmektedir. Instagram temelli görsel temsillerin kültürel miras turizmi bağlamında mekânsal algı ve ziyaretçi deneyimi üzerinde etkilerinin olduğu; sosyal medya görsellerinin destinasyon algısını anlamada önemli bir analitik araç sunduğu daha önce yapılan çalışmalarda da ortaya konmuştur (Gülsever ve Kaya, 2022).

Görsel kültür kuramları, dijital temsillerin mekânsal algı ve deneyim üzerindeki etkilerini kavramsallaştırmak açısından güçlü bir teorik zemin sunmaktadır. Görsellerin gerçekliği yalnızca yansıtan araçlar olmaktan ziyade, anlam ve algıyı aktif biçimde kuran yapılar olarak işlev gördüğüne işaret eden yaklaşımlar, dijital imgelerin toplumsal algı üzerindeki kurucu rolünü görünür kılmaktadır (Mitchell, 1994; Mirzoeff, 2015). Bu perspektif, mekânın algılanma ve deneyimlenme biçimlerinin görsel temsiller aracılığıyla yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır.

Bu kuramsal çerçeve doğrultusunda, kültürel miras alanlarının sosyal medya üzerinden temsil edilmesi, dijital platformların mekânsal algı üzerindeki etkilerini ele alan çalışmalarda da tartışılmıştır. Mahmoudi Farahani ve arkadaşları (2018), sosyal medya paylaşımlarının miras alanlarının belirli fiziksel ve estetik özelliklerini ön plana çıkararak mekânın çok katmanlı tarihsel

yapısını seçici biçimde görünür kıldığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, sosyal medya temelli görsel üretimin, miras alanlarının algılanma ve deneyimlenme biçimlerini dönüştüren önemli bir araç hâline geldiğini göstermektedir.

Sonraki çalışmalarda bu tartışma, özellikle Instagram gibi görsel odaklı platformlar üzerinden derinleşmiştir. Kültürel miras alanlarının Instagram aracılığıyla temsil edilme biçimleri, ziyaretçilerin bakışını merkeze alan, seçici ve estetik olarak çerçevelenmiş görsel anlatıların dolaşıma girmesine olanak tanımaktadır. Loke ve arkadaşları (2022), Instagram'da paylaşılan miras alanı görsellerinin belirli mimari öğeleri, perspektifleri ve kompozisyonları öne çıkararak baskın bir görsel anlatı ürettiğini; bu anlatının ziyaretçi deneyimini önceden yapılandıran bir temsil çerçevesi oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, dijital temsillerin miras alanlarını yalnızca görünür kılmakla kalmayıp, aynı zamanda mekânın algılanma ve deneyimlenme biçimlerini yönlendiren etkin bir rol üstlendiğini göstermektedir (Yapıcı, 2022; Manlee ve Kasemsarn, 2025; Xia vd., 2025).

Görsel temsillerin mekânsal algı ve deneyim üzerindeki bu kurucu etkisi, sosyal medya bağlamında yürütülen güncel ampirik çalışmalarla da desteklenmektedir. Flora ve Fortuna (2021), Instagram üzerinden kentsel mekânlara yönelik görsel etkileşimlerin, bireylerin yer duygusu (*sense of place*) ve topluluk hissi (*sense of community*) ile doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, dijital platformlarda üretilen görsel içeriklerin yalnızca mekânı temsil etmekle sınırlı kalmadığını; kullanıcıların mekânla kurduğu duygusal ve algısal ilişkiyi de biçimlendirdiğini göstermektedir (Larsen, 2008; Highfield ve Leaver, 2016; Aydoğan, 2020).

Bu süreç, dijital çağda görsel üretimin estetik boyutuyla da yakından ilişkilidir. Dijital çağın estetik kodlarını analiz eden Indaco ve Manovich (2016), Instagram'ın küresel ölçekte standartlaşmış bir görsel üslup ürettiğini ve bu üslubun belirli kompozisyon, renk paletleri ve kadraj kalıpları üzerinden mekânsal temsilleri yönlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda tarihî kent dokuları, çağdaş görsel kültürün estetik tercihleri doğrultusunda seçici biçimde yeniden çerçevelenmekte ve dijital dolaşıma uygun imgeler aracılığıyla yeniden anlamlandırılmaktadır (Smith, 2006; Urry ve Larsen 2011).

Bu estetik yeniden üretim süreci, yalnızca temsiliyet düzeyinde sınırlı kalmamakta; fiziksel mekânda gözlemlenebilen çeşitli müdahaleler aracılığıyla somut karşılıklar da üretmektedir. Cephe iyileştirmeleri, tabelasızlaştırma uygulamaları, ışıklandırma düzenlemeleri ve turistik kullanımın yoğunlaştığı alanlarda gerçekleştirilen mekânsal düzenlemeler, çoğu zaman mekânın görsel dolaşıma uygunluğunu artırmayı amaçlayan estetik yönelimlerle ilişkilendirilmektedir. Bu tür müdahaleler, dijital platformlarda dolaşıma giren temsillerin mekânın fiziksel görünümü ve kullanım pratikleri üzerinde dolaylı ancak etkili bir rol oynayabildiğini göstermektedir. Dolayısıyla dijital imgeler, mekânın yalnızca algısal düzeyde yeniden üretilmesini değil, kimi durumlarda fiziksel olarak yeniden kurgulanmasını da etkileyen etkin bir unsur hâline gelmektedir.

### 3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Araştırmanın temel amacı, Instagram estetiğinin tarihî ve turistik mekânların mimari algısını nasıl biçimlendirdiğini incelemek ve dijital temsiller ile fiziksel mekân deneyimi arasındaki ilişkiyi analitik bir çerçevede ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, Rodos Eski Şehri söz konusu dönüşümü görünür kılan bir örnek alan olarak ele alınmıştır. Bu doğrultuda çalışma, dijital görselliğin mekânsal algı üzerindeki yönlendirici etkisini anlamayı hedefleyen bütüncül bir nitel araştırma yaklaşımı benimsemektedir. Araştırma sürecinde, Instagram'da #rodos ve #rhodesoldtown etiketleriyle paylaşılan görsellerin görsel içerik analizi yapılmış; alan çalışmaları kapsamında doğrudan gözlemler ve fotoğraf dokümantasyonu gerçekleştirilmiş; ayrıca

TripAdvisor ve Google Maps gibi çevrimiçi platformlarda yer alan kullanıcı yorumları söylem analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu çok katmanlı yöntemsel yapı, dijital temsillerin mekânın algılanma ve deneyimlenme biçimleri üzerindeki etkilerini farklı veri kaynakları üzerinden karşılaştırmalı olarak incelemeye olanak sağlamaktadır.

Araştırmanın çıkış noktasını, Instagram’da dolaşıma giren idealize edilmiş imgelerin mekânı belirli açılar, renk paletleri ve kompozisyon kalıpları üzerinden seçici bir biçimde temsil etmesi ve bu temsillerin ziyaretçilerin mekâna ilişkin beklentilerini önceden şekillendirmesi oluşturmaktadır. Bu süreç, mimari mekânın giderek deneyimlenmekten çok fotoğraflanmaya ve paylaşılmaya uygun bir “görsel sahne”ye dönüşmesi eğilimini beraberinde getirmektedir.

Çalışmanın önemi, kültürel miras, turizm ve görsel kültür arasındaki etkileşimi hem kavramsal hem de mekânsal düzeyde birlikte ele alabilmesinden kaynaklanmaktadır. Tarihî çevrelerde gerçekleştirilen cephe düzenlemeleri, tabelasızlaştırma uygulamaları ve estetik odaklı ışıklandırmalar, dijital beğeni kültürünün mekânsal müdahaleler üzerindeki dolaylı etkilerini görünür kılmaktadır. Bu bağlamda çalışma, kültürel mirasın korunması ile turistik tüketim dinamikleri arasında ortaya çıkan yeni gerilim alanlarını tartışmaya açmaktadır.

Aynı zamanda araştırma, Lefebvre’nin mekânın toplumsal üretimi ve turist bakışı gibi kuramsal yaklaşımların dijital çağ bağlamında yeniden değerlendirilmesine katkı sunmaktadır. Dijital imgelerin kimi durumlarda mekânın fiziksel gerçekliğinin yerini dolduracak ölçüde belirleyici hâle gelmesi, mimarlık ve mekân temsiline ilişkin güncel teorik tartışmalar açısından önemli bir sorgulama alanı oluşturmaktadır. Sosyal medya turizminin küresel ölçekte artan etkileri göz önünde bulundurulduğunda, yüksek kültürel değer taşıyan tarihî alanlarda dijital temsillerin rolünün incelenmesi, hem akademik araştırmalar hem de uygulamaya yönelik koruma ve yönetim politikaları açısından giderek daha kritik bir önem kazanmaktadır.

#### 4. YÖNTEM

Bu araştırma, dijital temsiller ile fiziksel mekân deneyimi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla nitel araştırma yaklaşımına dayanmaktadır. Çalışmanın yöntemsel kurgusu, dijital ortamda üretilen görsel temsillerin analizi ile fiziksel mekâna ilişkin alan verilerini ve kullanıcı deneyimlerini birlikte değerlendiren çok katmanlı bir araştırma tasarımı üzerine inşa edilmiştir. Bu doğrultuda araştırma, dijital temsillerin mekânsal algıyı nasıl yapılandırdığını ortaya koymayı amaçlayan betimleyici ve karşılaştırmalı bir yöntem izlemektedir.

Araştırmanın ilk aşamasında gerçekleştirilen görsel analiz, Instagram platformunda #rodos ve #rhodesoldtown etiketleri altında paylaşılan çok sayıda içerik arasından, mekânsal temsillerde tekrar eden estetik örüntüleri nitel olarak ortaya koymaya elverişli örneklerin nicel temsiliyet iddiası taşımaksızın amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmesine dayanmaktadır. Analiz süreci Instagram ile sınırlı tutulmuş olup, bu tercih diğer dijital platformlarda üretilebilecek farklı temsil biçimlerini kapsam dışı bırakmaktadır. İncelenen paylaşımlar, 2024–2025 yılları arasında dijital dolaşıma giren içerikler arasından seçilmiştir. Seçilen paylaşımlar, mekânın hangi açılardan temsil edildiği, hangi mimari öğelerin öne çıkarıldığı, renk paletleri, ışık kullanımı ve kompozisyon tercihleri gibi ölçütler doğrultusunda görsel içerik analizine tabi tutulmuştur. Filtre kullanımı, kadrajlama biçimleri ve tekrar eden estetik kalıplar sistematik biçimde değerlendirilerek, dijital ortamda üretilen mekânsal temsillerin ortak estetik özellikleri belirlenmiştir. Bu analiz, sosyal medya aracılığıyla dolaşıma giren mimari imgelerin hangi görsel kodlar üzerinden standartlaştığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

İkinci aşamada, Rodos Eski Şehri’nde gerçekleştirilen alan gözlemleri ve fotoğraf dokümantasyonu yoluyla dijital temsiller ile fiziksel mekân arasında karşılaştırmalı bir analiz yapılmıştır. Alan verileri, Instagram görsellerinde sunulan mekânsal temsillerin gerçek mekânsal düzen, ışık koşulları, malzeme dokusu ve kullanıcı yoğunluğu gibi fiziksel özelliklerle ne ölçüde

örtüşüğünü değerlendirmeye olanak tanımıştır. Bu karşılaştırmalı yaklaşım, dijital imgelerin mekânı hangi yönleriyle idealize ettiğini, hangi unsurları öne çıkardığını ya da hangi özellikleri görünmez kıldığını ortaya koymak amacıyla uygulanmıştır.

Araştırmanın üçüncü aşamasında, TripAdvisor ve Google Maps gibi çevrimiçi platformlarda yer alan kullanıcı yorumları söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu yorumlar, ziyaretçilerin mekâna ilişkin duygusal, estetik ve kültürel değerlendirmelerini anlamak açısından nitel veri kaynağı olarak ele alınmıştır. Kullanıcı ifadeleri, dijital temsillerin beklenti oluşturma süreçleriyle ilişkisi bağlamında sınıflandırılmış ve tematik olarak analiz edilmiştir. Böylece ziyaretçi deneyimlerinin dijital imgelerle nasıl ilişkilendiği ve bu imgelerin mekânsal algıyı nasıl yönlendirdiği çok boyutlu bir perspektifle değerlendirilmiştir. Söylem analizi kapsamında TripAdvisor ve Google Maps platformlarında yer alan kullanıcı yorumları incelenirken, bu yorumlara eşlik eden fotoğraflar bağımsız bir görsel veri seti olarak değil, kullanıcı söylemlerini bağlamsallaştıran ve görsel beklentilerin nasıl ifade edildiğini destekleyen tamamlayıcı görsel materyaller olarak değerlendirilmiştir. Bu görseller, Instagram paylaşımları ve alan çalışması kapsamında üretilen fotoğraflarla karşılaştırmalı biçimde ele alınarak, dijital temsiller ile fiziksel mekân arasındaki algısal örtüşmeler ve ayrışmalar yorumlanmıştır. TripAdvisor ve Google Maps üzerinden elde edilen görseller, Instagram paylaşımlarında gözlemlenen estetik örüntülerin nicel olarak karşılaştırılması amacıyla değil, kullanıcı deneyimlerinin söylemsel boyutunu desteklemek amacıyla kullanılmıştır.

Bu yöntemsel çerçeve doğrultusunda tüm bu aşamalar bir arada ele alındığında, çalışma; dijital temsillerin mekânsal algı üzerindeki etkilerini, fiziksel mekânın dijital estetik doğrultusunda nasıl yeniden anlamlandırıldığını ve kullanıcı deneyimlerinin bu süreçte nasıl şekillendiğini ortaya koymayı amaçlayan bütüncül bir yöntemsel yaklaşım sunmaktadır. Çoklu veri kaynaklarının karşılaştırmaya dayalı kullanımı, dijital kültürün tarihî bir kentsel mekân üzerindeki etkilerini derinlikli ve eleştirel bir biçimde analiz etmeyi mümkün kılmıştır.

#### 4.1. Araştırma Alanı: Rodos Eski Şehri

Araştırmanın mekânsal odağını oluşturan Rodos Eski Şehri, Ege ile Doğu Akdeniz'in kesişiminde konumlanan ve çok katmanlı tarihî yapısıyla öne çıkan önemli bir kültürel miras alanıdır. 1988 yılından bu yana UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan bölge, farklı tarihsel dönemlere ait mimari ve kentsel izleri bir arada barındırması nedeniyle mimarlık, şehircilik ve kültürel miras çalışmaları açısından özgün bir örnek teşkil etmektedir. Kent dokusu; Orta Çağ'da Hospitalier Şövalyeleri tarafından inşa edilen surlar, kuleler ve gotik kamu yapıları; Osmanlı dönemine ait camiler, hamamlar ve çeşmeler; İtalyan yönetimi sırasında eklenen kamu yapıları ve meydanlar gibi farklı dönemlerin mekânsal üretimlerini iç içe sunmaktadır. Bu tarihsel süreklilik ve katmanlaşma, Eski Şehir'in mimari karakterini olduğu kadar günümüzdeki turistik çekiciliğini de belirleyen temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır.

Rodos Eski Şehri, dar ve taş döşeli sokaklardan oluşan özgün bir kentsel örgütlenmeye sahiptir. Zaman içerisinde farklı kültürlerin mekânsal düzenleme anlayışlarının üst üste eklenmesiyle biçimlenen bu sokak sistemi, günümüzde ziyaretçiler tarafından yoğun biçimde deneyimlenen canlı bir kamusal dolaşım ağı oluşturmaktadır. Alanın yüksek sur duvarları, masif taş yapılar, avlulu mekânsal birimler ve dönemsel müdahalelere rağmen bütünlüğünü koruyan sokak dokusu gibi fiziksel özellikleri mekânın görsel karakterini güçlendirmekte ve onu görsel temsil açısından çekici kılmaktadır. Bu nitelikler, Rodos Eski Şehri'nin Instagram gibi görsel odaklı dijital platformlarda yoğun biçimde temsil edilmesini teşvik eden başlıca faktörler arasında yer almaktadır.

Bölgede gerçekleştirilen yapı restorasyonları, cephe iyileştirmeleri, ışıklandırma düzenlemeleri ve turistik hareketliliği destekleyen kamusal alan tasarımları, alanın korunması ile kültürel turizme entegrasyonu arasındaki dengeyi sağlamaya yönelik uygulamalar olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte dijital çağda artan görsel dolaşımın etkisiyle Eski Şehir'in belirli bölümlerinin, fotoğraf üretimine ve dijital paylaşım pratiklerine daha uygun sahneler olarak öne çıktığı görülmektedir. Özellikle Şövalyeler Sokağı, Süleymaniye Camii çevresi ve Mandraki Limanı'na açılan kentsel akslar, dijital temsillerde sıklıkla tekrar eden mekânlar arasında yer almakta; bu durum alanın görsel görünürlüğünü daha da artırmaktadır. Artan dijital temsil yoğunluğu, mekânın estetik algısını hem kullanıcı beklentileri hem de mekânsal deneyim açısından belirleyici bir unsur hâline getirmektedir.

Rodos Eski Şehri'nin tarihî süreklilik ile turistik tüketim dinamikleri arasında kurduğu bu çok boyutlu ilişki, araştırmanın temel tartışma eksenlerinden birini oluşturmaktadır. Alanın hem fiziksel olarak çok katmanlı yapısı hem de dijital çağda giderek artan görsel temsiliyeti, mimari mekânın görsel kültür bağlamında nasıl yeniden üretildiğini incelemek açısından çalışmaya güçlü ve uygun bir mekânsal bağlam sunmaktadır.

## 5. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

### 5.1. Instagram Görsel İçerik Analizi

Instagram'da #rodos, #rhodesoldtown ve benzeri etiketlerle paylaşılan fotoğrafların analizi, dijital temsillerde belirgin bir estetik standartlaşma eğiliminin varlığını ortaya koymaktadır. İncelenen görsellerde çoğunlukla sıcak tonların, pastel renk paletlerinin, yüksek kontrastlı ışık kullanımının, simetrik kompozisyonların ve "boş mekân" vurgusunun öne çıktığı tespit edilmiştir. Bu estetik tercihler, mekânın fiziksel koşullarından büyük ölçüde bağımsız olarak idealize edilmiş bir görsel anlatı üretmektedir. Özellikle Şövalyeler Sokağı ve Süleymaniye Camii gibi belirli mekânların benzer kadrajlar ve tekrar eden kompozisyon kalıpları aracılığıyla temsil edildiği görülmektedir. Kompozisyonların önemli bir bölümünde insan varlığının sınırlandırıldığı, mekânın dramatize edilmiş ve "zamanda donmuş" bir atmosfer içerisinde sunulduğu dikkat çekmektedir.

Dinginlik ve romantize edilmiş mekân algısı, dijital temsillerin en baskın niteliklerinden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Instagram paylaşımlarının seçici doğası, mekânın yalnızca belirli mimari unsurlarını görünür kılmakta; tarihî katmanların çok boyutluluğu estetik kaygılar doğrultusunda sadeleştirilmektedir. Bu durum, mekânın dijital ortamda yeniden kurgulanan bir temsiliyetinin dolaşıma girmesine yol açmaktadır.

Bu bulgular, Lefebvre'nin (2014) *temsil edilen mekân* kavramının dijital bağlamda nasıl yeniden işlediğini göstermektedir. Instagram üzerinden üretilen ve dolaşıma giren estetik imgeler, mekânın fiziksel gerçekliğinden bağımsız bir temsiliyet alanı oluşturarak, mimari mekânın algılanışını belirli görsel kodlar üzerinden yeniden yapılandırmaktadır. Bu süreçte dijital temsiller, mekânın toplumsal üretiminde etkin bir rol üstlenmektedir.

### 5.2. Alan Gözlemleri ve Karşılaştırmalı Mekânsal Analiz Bulguları

Alan gözlemleri, Rodos Eski Şehri'nin Instagram'da yeniden üretilen estetik temsilleri ile fiziksel gerçekliği arasında çeşitli düzeylerde ayrışmalar olduğunu göstermektedir. Bu ayrışmalar, renk kullanımı, insan varlığı, mekân yoğunluğu, kompozisyon tercihleri, odak noktaları ve genel mekân temsili gibi kriterler üzerinden incelendiğinde, dijital temsillerin mekânı sistematik biçimde idealize ettiğini ortaya koymaktadır (Tablo 1).

Instagram paylaşımlarında sıcak tonlar, filtre uygulanmış görüntüler ve yumuşak ışık kullanımının baskın olduğu görülmüştür. Görece romantik bir atmosfer yaratan bu renk tercihleri, fiziksel gözlemlerde karşılaşılan daha nötr ve doğal ışık koşullarıyla örtüşmemektedir. Özellikle taş

dokuların gri-bej tonları, sosyal medyada çoğu zaman sıcak filtrelerle dönüştürülerek mekânın daha davetkâr ve dramatik bir görünüm kazanması sağlanmaktadır. Bu durum, dijital estetiğin fiziksel gerçekliğe müdahale ettiği ilk önemli noktayı oluşturmaktadır.

Benzer bir idealizasyon, insan varlığı konusunda da gözlemlenmiştir. Instagram'da paylaşılan fotoğraflarda kadraja genellikle tek bir kişi alınmakta veya mekân tamamen boş bırakılmaktadır. Oysa alan çalışmasında, özellikle turistik sezonlarda sokakların yoğun yaya trafiğine sahip olduğu, turist hareketliliğinin mekânın belirgin bir özelliği olarak ortaya çıktığı görülmüştür. Dijital temsillerin kalabalığı sistematik biçimde dışarıda bırakması, mekânı olduğundan daha sakin ve "zamanda donmuş" bir sahne olarak sunmaktadır. Bu bağlamda, mekân yoğunluğu kriteri iki veri kaynağı arasında belirgin farklar üretmiştir. Instagram'daki minimal kompozisyonlar, fiziksel gözlemlerdeki yüksek yoğunluklu kullanımın aksine, mekânı neredeyse boş ve kesintisiz bir dolaşım alanı olarak temsil etmektedir. Özellikle popüler akslarda (Şövalyeler Sokağı, Mandraki Limanı çevresi) gerçek deneyim, yoğun kalabalık, gürültü ve çoklu etkinliklerle karakterize olduğundan, dijital temsiller bu gerçeğin yalnızca seçici bir bölümünü yansıtmaktadır.

Kompozisyon tercihleri açısından da benzer bir ayrışma söz konusudur. Instagram fotoğraflarında simetrik kadrajlar, merkezi perspektif ve "ikonik nokta"ların odakta olduğu kompozisyonlar ağırlıktadır. Fiziksel mekânda ise dar sokaklar, karmaşık yönlendirmeler ve farklı kot ilişkileri nedeniyle bu simetrinin her zaman sağlanamadığı gözlemlenmiştir. Bu durum, fotoğraf üreticilerinin belirli açılarda konumlanarak mekânı idealize eden bir çerçeve yarattığını göstermektedir. Simetrik görünüm verebilen noktaların sosyal medyada tekrar tekrar kullanılması, mekânın dijitalde tekil bir estetik anlayışla temsil edilmesine katkı sunmaktadır.

Odak noktaları açısından, her iki veri seti arasında kısmi bir örtüşme mevcuttur. Şövalyeler Sokağı, Süleymaniye Camii ve Mandraki Limanı gibi mekânlar hem Instagram'da hem fiziksel gözlemlerde kent deneyiminin merkezi odakları olarak öne çıkmaktadır. Ancak Instagram'da bu odaklar, estetik birer ikon olarak temsil edilirken, fiziksel gözlemlerde bu mekânların turistik yoğunluk, yönlendirme levhaları, ticari faaliyetler ve günlük kullanım pratikleriyle çevrelendiği, yani daha çok işlevsel bir düğüm noktası olarak çalıştığı görülmüştür.

Mekânın genel temsili iki veri kaynağı arasında belirgin bir ayrışma sunmaktadır. Instagram temsillerinde romantize edilmiş, sessiz ve "tarihî atmosferi yoğun" bir mekân anlatısı hâkimdir. Fiziksel gözlemler ise mekânın günlük yaşamla iç içe olduğunu; ticari işletmelerin, araçların, tabelaların ve bakım faaliyetlerinin mekânsal deneyimin görünür bir parçası olduğunu göstermektedir. Böylece dijital temsillerin tarihî dokuyu statik ve idealize bir biçimde sunarken, fiziksel mekânın dinamik ve çok katmanlı yapısını arka plana ittiği anlaşılmaktadır.

Bu karşılaştırmalı analiz genel olarak, Instagram'da dolaşıma giren imgelerin mekânın fiziksel gerçekliğini seçici biçimde estetize ettiğini ve bu estetik kaygılar doğrultusunda mekânsal algının yeniden kurulduğunu göstermektedir. Dijital temsiller, mekânın fotoğraflanmaya uygun bir sahne olarak yeniden üretilmesine katkı sunarken, kullanıcıların mekânla kurduğu ilişkiyi de bu seçilmiş estetik çerçeve içinde şekillendirmektedir.

**Tablo 1.** Dijital Temsiller ile Fiziksel Mekân Arasındaki Karşılaştırmalı Analiz

Kriter	Instagram Temsilleri	Fiziksel Gözlem (Alan Verisi)
Renk Kullanımı	Sıcak tonlar, filtre uygulanmış; pastel renkler ve yumuşak ışık (özellikle “golden hour” çekimleri).	Gerçek renkler daha soluk; taş dokular gri-bej tonlarında, doğal ışık koşulları değişken.
İnsan Varlığı	Genellikle tek kişi (kadrajda estetik duruşla), kalabalık görüntüler tercih edilmiyor	Alan gözlemlerinde yüksek ziyaretçi yoğunluğu; sürekli hareket hâlinde turist grupları
Mekân Yoğunluğu	Boş, sakin sokaklar ve minimal kompozisyonlar ön planda	Gerçekte kalabalık, özellikle dar sokaklarda yaya trafiği yoğun
Kompozisyon Tercihi	Simetrik, merkezi kadrajlar; perspektif vurgusu güçlü	Görüş açısı sınırlı, farklı yönlerden çekim zor; çoğu fotoğraf noktası dolu
Odak Noktaları	Şövalyeler Sokağı, Süleymaniye Camii, Mandraki Limanı – en çok paylaşılan “ikonik” noktalar	Aynı mekânlar en çok ziyaret edilen alanlar; dijital görünürlük fiziksel yoğunluğu artırıyor
Mekânın Temsili	Romantize edilmiş, “sessiz tarihî atmosfer” ön planda	Günlük yaşam, ticari faaliyet ve modern unsurlar (kafeler, tabelalar, araçlar) da mevcut

Dijital temsiller ile fiziksel mekân arasındaki bu ayrışma, temsillerin yalnızca algıyı yansıtan değil, algıyı yapılandıran bir işlev üstlendiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, mekânın deneyimlenmesinin fiziksel karşılaşmadan önce dijital imgeler aracılığıyla çerçevelendiğini ve temsilin mekânsal pratiğin önüne geçtiğini göstermektedir.

### 5.3. Kullanıcı Yorumları Üzerinden Söylem Analizi Bulguları

TripAdvisor ve Google Maps gibi dijital platformlardan elde edilen kullanıcı yorumlarının söylem analizi, dijital temsillerin ziyaretçi deneyimi ve mekânsal algı üzerinde nasıl yönlendirici bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Yorumlar incelendiğinde, ziyaretçilerin mekânı tanımlarken ağırlıklı olarak romantize edici, nostaljik ve estetik odaklı bir dil kullandıkları; bu söylemsel örüntülerin Instagram’da dolaşıma giren görsel temsillerle belirgin bir paralellik taşıdığı görülmektedir.

Şövalyeler Sokağı’na ilişkin kullanıcı yorumlarında “zamanın durduğu”, “Orta Çağ atmosferi”, “sessizlik” ve “yalnızlık hissi” gibi ifadeler öne çıkmaktadır. “Sanki tüm cadde sadece bana aitti” ya da “zaman durmuş gibi hissettim” şeklindeki anlatımlar, Instagram’da sıkça karşılaşılan boş sokak ve tek figürlü kompozisyonların söylemsel karşılıkları olarak değerlendirilebilir. Fiziksel olarak yoğun ziyaretçi akınına sahip olan bu kentsel aksın, kullanıcı söylemlerinde sessiz ve durgun bir tarihî sahne olarak yeniden kurgulandığı görülmektedir. Bu durum, dijital temsillerin mekâna ilişkin beklenti inşasında ve deneyimin anlamlandırılmasında güçlü bir yönlendirici işlev üstlendiğini göstermektedir (Şekil 1).



Şekil 1. Şövalyeler Sokağı, a. Tripadvisor, b. Google Maps, c. Instagram, d. kişisel arşiv fotoğrafı (Tripadvisor 2025; Google Maps, 2025; Instagram, 2025)

Süleymaniye Camiine ilişkin söylemler ise daha çok kültürel bellek, kimlik, aidiyet ve manevi değer temaları etrafında şekillenmektedir. Kullanıcıların “buram buram tarih kokan camimiz”, “Osmanlı izlerini Rodos'ta görmek çok güzel” ya da “gecenin karanlığında dimdik duran minare beni derinden etkiledi” gibi ifadeleri, yapıyı hem tarihsel süreklilik hem de duygusal etki bağlamında tanımladıklarını göstermektedir. Bu söylemler, Instagram'da caminin dramatik ışıklandırma ve sembolik kadrarlarla sunulmasıyla uyumludur. Dijital temsillerde caminin simgesel ve duygusal yönleri öne çıkarken, fiziksel mekânda yer alan turistik hareketlilik veya çevresel unsurlar söyleme yansınamaktadır (Şekil 2).



Şekil 2. Süleymaniye Camii, a. Tripadvisor, b. Google Maps, c. Instagram, d. kişisel arşiv fotoğrafı (Tripadvisor 2025; Google Maps, 2025; Instagram, 2025)

Mandraki Limanına ilişkin yorumlar ise daha çok manzara, estetik deneyim ve fotoğraf üretimi odaklıdır. Kullanıcıların “güzel fotoğraflar için harika bir yer”, “büyüleyici manzaralar”, “antik ve modernin birlikteliği başlı başına bir deneyim” gibi ifadeler kullanmaları, mekânın sosyal medyada özellikle panoramik ve simgesel görüntülerle sunulmasıyla doğrudan ilişkilidir. Bu mekâna yönelik söylemlerde, mekânın günlük işlevselliği veya yoğunluğu arka plana itilmekte; Instagram'da vurgulanan estetik değerler söylemsel temsilde baskın hâle gelmektedir (Şekil 3).



Şekil 3. Mandraki Limanı, a. Tripadvisor, b. Google Maps, c. Instagram, d. kişisel arşiv fotoğrafı (Tripadvisor 2025; Google Maps, 2025; Instagram, 2025)

Söylem analizi, kullanıcıların mekân tanımlama biçimlerinin üç temel ekseninde yoğunlaştığını göstermektedir:

- romantize edilmiş tarih algısı,
- estetik deneyim ve fotoğraf üretimi
- kimlik ve kültürel aidiyet

Bu söylemsel örüntüler, mekânın dijital temsillerde öne çıkan estetik ve duygusal katmanlarıyla uyumludur. Ziyaretçiler çoğu zaman mekânı fiziksel deneyimlerinden ziyade dijitalde karşılaştıkları imgeler üzerinden anlamlandırmakta; böylece sosyal medya temsilleri, mekân deneyiminin hem algısal hem dilsel boyutunu yapılandıran bir referans alanı hâline gelmektedir. Bulgular, dijital kültürün yalnızca görseller aracılığıyla değil, kullanıcı anlatıları yoluyla da mekânı yeniden üreten güçlü bir mekanizma olduğunu göstermektedir. Dijital temsillerdeki seçicilik, kullanıcı söylemlerinin tematik çerçevesini belirlemekte; mekânın fiziksel gerçekliği ise bu çerçevenin içinde yeniden anlam kazanmaktadır.

## TARTIŞMA

Araştırmanın bulguları, Rodos Eski Şehri'nin dijital temsiller aracılığıyla yeniden kurgulanan bir mekânsal deneyim alanına dönüştüğünü göstermektedir. Instagram'ın görsel merkezli yapısı, mekânın fiziksel özelliklerinden bağımsız olarak idealize edilmiş bir estetik çerçevenin oluşmasına katkıda bulunmakta; ziyaretçilerin mekâna dair algı ve beklentileri bu çerçeve doğrultusunda şekillenmektedir. Bu durum, Lefebvre'nin (2014) mekânın temsiller aracılığıyla toplumsal olarak üretildiğine ilişkin görüşünü dijital bağlamda doğrular niteliktedir. Dijital imgeler, yalnızca birer temsil olmaktan çıkıp, mekânın hem zihinsel hem deneyimsel düzeyde yeniden üretilmesine aracılık etmektedir. Bu bulgular, kültürel miras alanlarının Instagram'da ziyaretçi bakışıyla seçici ve estetik olarak çerçeveselendiğini ortaya koyan önceki çalışmalarla örtüşmektedir. Loke ve arkadaşlarının (2022) belirttiği üzere, miras alanları sosyal medya görsellerinde çoğunlukla belirli mimari unsurlar ve idealize edilmiş perspektifler aracılığıyla temsil edilmekte; bu durum mekânın çok katmanlı gerçekliğinin sınırlı bir kesitinin görünür kılınmasına yol açmaktadır. Rodos Eski Şehri örneğinde elde edilen bulgular da bu seçici temsiliyetin mekânsal deneyim üzerindeki etkilerini doğrulamaktadır.

Instagram'da üretilen simetrik, insan yoğunluğundan arındırılmış ve romantize edilmiş imgelerin, fiziksel gözlemlerle çelişen bir mekân algısı ortaya koyduğu görülmektedir. Bu çelişki, Urry'nin (2002) tanımladığı "turist bakışı"nın günümüzde giderek "dijital turist bakışı"na dönüştüğünü göstermektedir. Turistler artık mekâna, fiziksel deneyimi önceleyen dijital görüntüler

üzerinden yönelmektedir. Dolayısıyla mekânla karşılaşma anı, çoğu zaman önceden maruz kalınan dijital temsillerin doğrulama veya karşılaştırma süreci hâline gelmektedir. Bu durum, mekân deneyimini keşfetmekten çok yeniden üretme yönünde koşullandırılmış bir bakışı beraberinde getirmektedir.

Söylem analizi bulgularında görülen romantik tarih algısı, nostaljik atmosfer ve estetik yoğunluk vurguları, dijital temsillerin seçici yapısının kullanıcı söylemlerine de yansıdığını ortaya koymaktadır. Böylece mekân; fiziksel bir tarihî çevreden ziyade, dijitalde kurulmuş bir imgelemin duygusal ağırlığıyla deneyimlenmektedir. Bu, Mirzoeff'in (2015) görsel kültürün toplumsal gerçeklik üzerindeki kurucu rolüne ilişkin tespitleriyle uyumludur. Dijital imgeler, mekâna ait tarihsel, kültürel ve mimari katmanları yeniden yorumlayarak belirli anlamlar etrafında yoğunlaştırmakta ve bu anlamlar kullanıcı söylemlerinde yeniden üretilmektedir.

Bulgular, dijital temsillerin mekânın fiziksel düzenlemelerini dolaylı biçimde etkileyebileceğine de işaret etmektedir. Cephe yenilemeleri, ışıklandırmalar ve tabelasızlaştırma gibi uygulamaların estetik odaklı bir görsel bütünlük yaratma yönündeki eğilimle paralel ilerlediği görülmektedir. Böylece dijital görünürlük, mekânsal müdahalelerin yönünü belirleyen bir unsur hâline gelebilmektedir. Bu durum, kültürel miras alanlarında turistik çekiciliği artırma amacıyla yapılan düzenlemeler ile koruma ilkeleri arasındaki gerilimi artırma potansiyeline sahiptir. Dijital kültürün yarattığı görsel talepler, mekânın özgün kimliğiyle zaman zaman çelişebilecek yönlendirmelere yol açabilmektedir. Öte yandan Instagram'ın sunduğu estetik çerçeve, mekânın bazı özelliklerini görünür kılarken bazılarını sistematik olarak görünmez kılmaktadır. Yoğun kalabalık, ticari faaliyetler, yönlendirme levhaları, modern eklemeler ve mekânın gündelik kullanım pratikleri dijital temsillerde sıklıkla arka plana itilmiştir. Bu durum, dijital estetiğin mekânsal gerçekliği sadeleştirerek "temizlenmiş" bir tarih anlayışı ürettiğini göstermektedir. Manovich'in (2017) dijital görselliğin standardize edilmiş bir estetik dil yarattığına ilişkin değerlendirmesi, Rodos Eski Şehri örneğinde somutlaşmaktadır.

Bulgular, dijital temsillerin yalnızca görsel bir estetik tercih değil, aynı zamanda mekânın nasıl deneyimleneceğini, değerlendirileceğini ve hatırlanacağını belirleyen güçlü bir kültürel mekanizma hâline geldiğini göstermektedir. Rodos Eski Şehri bağlamında Instagram, mekânın hem temsilini hem deneyimini dönüştüren; algıyı düzenleyen anlamı yeniden kurgulayan bir aracı rolü üstlenmektedir. Bu dönüşüm, kültürel miras alanlarının korunması, yönetilmesi ve geleceğe aktarılmasına ilişkin politikalar için de yeni tartışma alanları açmaktadır. Tarihî mekânların dijital çağdaki görünürlüğü, bir yandan erişilebilirlik ve tanıtım fırsatları sunarken, diğer yandan estetik baskılar, ticari yönlendirmeler ve temsil üzerinden oluşan yeni gerilimleri de beraberinde getirmektedir.

## SONUÇ

Bu çalışma, dijital görsel kültürün tarihî kentsel mekânlar üzerindeki etkilerini Rodos Eski Şehri örneği üzerinden inceleyerek, mimari mekânın günümüzde yalnızca fiziksel müdahalelerle değil, dijital temsiller aracılığıyla da yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır. Rodos Eski Şehri, dijital temsillerin tarihî kentsel alanlar üzerindeki etkilerini görünür kılan açıklayıcı bir örnek olarak ele alınmıştır. Instagram gibi görsel odaklı platformlar, mekânı belgeleyen pasif araçlar olmaktan çıkarak, mimari algıyı, deneyimi ve mekânsal değeri yapılandıran etkin aktörler hâline gelmiştir. Bu bağlamda mekân, artık yalnızca içinde bulunulan bir fiziksel çevre değil; dijital dolaşımda üretilen, seçilen ve çoğaltılan imgeler aracılığıyla anlam kazanan bir temsil alanı olarak değerlendirilmektedir.

Araştırma, dijital temsillerin tarihî mekânlarda belirli estetik kodları ön plana çıkararak mimari kimliği seçici biçimde yeniden çerçevelediğini göstermektedir. Bu süreç, mekânın çok katmanlı tarihsel ve toplumsal yapısını sadeleştiren; bazı imgeleri görünür kılarken diğerlerini sistematik biçimde geri plana iten bir temsil mantığı üretmektedir. Bu durum, tarihî çevrelerin gündelik yaşamın karmaşıklığından arındırılmış, romantize edilmiş ve tüketilebilir görsel sahnelere dönüşmesine yol açmakta; mimari mekânın algılanma biçiminde niteliksel bir kırılmaya işaret etmektedir.

Çalışma, dijital temsillerin etkisinin yalnızca mekânın algılanma biçimiyle sınırlı kalmadığını; tarihî çevrelerde uygulamaya dönük mekânsal öncelikleri ve müdahale biçimlerini de dolaylı olarak yönlendirdiğini göstermektedir. Fotoğraf üretimine elverişli mekânların öne çıkarılması, belirli cephelerin görünürlük kazanması ve kamusal alanların estetik odaklı düzenlenmesi, dijital dolaşımda değer kazanan imgelerin mekânsal karar süreçleri üzerinde belirleyici hâle geldiğine işaret etmektedir. Bu yönelim, kültürel miras alanlarında koruma yaklaşımlarının giderek görsel çekicilik ve turistik dolaşım beklentileriyle birlikte ele alındığını ortaya koymakta; mimari müdahalelerin önceliklendirilme biçiminde yeni gerilimler üretmektedir. Bu bağlamda dijital temsiller, mimari mekânın yalnızca nasıl algılandığını değil, hangi yönlerinin korunacağına, vurgulanacağına ve düzenleneceğine ilişkin kararları da etkilemektedir.

Bu bağlamda çalışmada yöneltilen “Bugün kentleri kim tasarlamaktadır?” sorusu, mimarlığın yalnızca fiziksel tasarım süreçleriyle değil; algoritmalar, görsel dolaşım pratikleri ve dijital platformların estetik tercihleriyle birlikte düşünülmesi gerektiğine işaret etmektedir. Instagram algoritmaları, görünürlük mantıkları ve estetik standartları aracılığıyla mekânsal değer üretimine dolaylı ancak güçlü biçimde katılmakta; mimari temsiliyetin sınırlarını yeniden tanımlamaktadır.

Bu çerçevede, dijital çağda mimari mekânın üretimi, mimarlar, kullanıcılar, turistler ve dijital platformların birlikte rol aldığı çok aktörlü ve hibrit bir mekânsallık olarak yeniden tanımlanmaktadır. Tarihi kentsel alanların geleceğine ilişkin tartışmaların, yalnızca fiziksel koruma ve planlama politikalarıyla sınırlı kalmaması; dijital temsillerin etkisini de dikkate alan bütüncül yaklaşımlar geliştirmesi gerekmektedir. Bu yönüyle çalışma, mimarlık, kültürel miras çalışmaları ve turizm araştırmaları için dijital görselliği merkeze alan eleştirel bir tartışma zemini sunmaktadır.

### Yapay Zeka Kullanım Beyanı

Bu çalışmanın hazırlanması sırasında yazarlar herhangi bir yapay zekâ aracından yararlanmamıştır. Yayımlanan makalenin tüm içeriğine ilişkin sorumluluk yazarlara aittir.

### KAYNAKÇA

- Aydoğan, B. (2020). Sosyal medyada mekânsal etkileşim: Değişim programına katılmış öğrenciler üzerine bir inceleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (32), 32-59.
- Ergin, B. (2026). The effect of cabin attendants' brand loyalty on their repeat purchase behavior. *Journal of Aviation*, 10 (1), 122-130.
- Flora, G. ve Fortuna, P. (2021). Experiencing urban spaces and social meanings through social media: Unravelling the relationships between instagram city-related use, sense of place, and sense of community. *Journal of Environmental Psychology*, 78, 101691. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101691>.
- Google Maps. (2025). *Manraki Marina & Port*. 12 Ekim 2025 tarihinde [https://www.google.com/maps/place/Mandraki+Marina+%26+Port/@36.4494224,28.2228862,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x149561e63bd50257:0x6266ff40b6b2ec6c!8m2!3d36.4494224!4d28.2254611!16s%2Fg%2F12hkstvc?entry=tту&g\\_ep=EgoyMDI1MTIwOS4wIKXMDSoKLDEwMDc5MjA3MUgBUAM%3D](https://www.google.com/maps/place/Mandraki+Marina+%26+Port/@36.4494224,28.2228862,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x149561e63bd50257:0x6266ff40b6b2ec6c!8m2!3d36.4494224!4d28.2254611!16s%2Fg%2F12hkstvc?entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MTIwOS4wIKXMDSoKLDEwMDc5MjA3MUgBUAM%3D) adresinden erişildi.

## Görsel Kültür Bağlamında Mimari Mekânın Yeniden Üretimi: Rodos Adası Örneğinde Estetik Deneyim ve Turistik Tüketim

- Google Maps. (2025). *Street of the Knights of Rhodes*. 12 Ekim 2025 tarihinde [https://www.google.com/maps/place/Street+of+the+Knights+of+Rhodes/@36.445052,28.2242595,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x149561e9ae96c099:0xc6a382635f08ba26!8m2!3d36.445052!4d28.2268344!16s%2Fg%2F122fjbc\\_?entry=ttu&g\\_ep=EgoyMDI1MTIwOS4wIKXMDSoKLDEwMDC5MjA3MUgBUAM%3D](https://www.google.com/maps/place/Street+of+the+Knights+of+Rhodes/@36.445052,28.2242595,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x149561e9ae96c099:0xc6a382635f08ba26!8m2!3d36.445052!4d28.2268344!16s%2Fg%2F122fjbc_?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI1MTIwOS4wIKXMDSoKLDEwMDC5MjA3MUgBUAM%3D) adresinden erişildi.
- Google Maps. (2025). *Süleymaniye Camii*. 12 Ekim 2025 tarihinde [https://www.google.com/maps/place/S%3BCleym%C3%A2niye+C%C3%A2mii/@36.4440228,28.2216916,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x14956140d7d6fb77:0x293d8b6a7a772eb0!8m2!3d36.4440228!4d28.2242665!16s%2Fm%2F011c9fgg?entry=ttu&g\\_ep=EgoyMDI1MTIwOS4wIKXMDSoKLDEwMDC5MjA3MUgBUAM%3D](https://www.google.com/maps/place/S%3BCleym%C3%A2niye+C%C3%A2mii/@36.4440228,28.2216916,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x14956140d7d6fb77:0x293d8b6a7a772eb0!8m2!3d36.4440228!4d28.2242665!16s%2Fm%2F011c9fgg?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI1MTIwOS4wIKXMDSoKLDEwMDC5MjA3MUgBUAM%3D) adresinden erişildi.
- Gülsever, K. ve Kaya, M. (2022). UNESCO Dünya Miras Listesinde Türkiye: Instagram fotoğrafları üzerine bir karma yöntem araştırması. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12(3), 486-508.
- Highfield, T. ve Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication research and practice*, 2(1), 47-62.
- Indaco, A. ve Manovich, L. (2016). Urban social media inequality: Definition, measurements, and application. *Social and Information Networks*, arXiv:1607.01845, <https://doi.org/10.48550/arXiv.1607.01845>
- Instagram. (2025). *Instagram* [Social media platform]. 25 Eylül 2025 tarihinde <https://www.instagram.com> adresinden erişildi.
- Koçyiğit, M. ve Küçükçivil, B. (2022). Social media and cultural tourism. 10.4018/978-1-7998-8528-3.ch020. *Handbook of research on digital communications, internet of things, and the future of cultural tourism* (içinde) (1. Baskı), IGI Global.
- Larsen, J. (2008). De-exoticizing tourist travel: Everyday life and sociality on the move. *Leisure studies*, 27(1), 21-34.
- Lefebvre, H. (2014). The production of space (1991). *The people, place, and space reader* (içinde), 289-293, Routledge.
- Loke, T., Teramoto, Y., Camargo, C. Q. ve Eccles, K. (2022). Heritage site-seeing through the visitor's lens on Instagram. *Journal of Cultural Analytics*, 7(3), <https://doi.org/10.22148/001c.38966>
- Mahmoudi Farahani, L., Motamed, B. ve Ghadirinia, M. (2018). Investigating heritage sites through the lens of social media. *Journal of Architecture and Urbanism*, 42(2), 199-211. <https://doi.org/10.3846/jau.2018.7057>
- Manlee, N. ve Kasemsarn, K. (2025). The authenticity challenge in digital and social media in cultural tourism: A systematic literature review. *Heritage*, 8(11), 2571-9408.
- Manovich, L. (2017). *Cultural analytics, social computing and digital humanities*.
- McCann, J. (2024). *Why Rhodes town is the underrated city break you didn't know you needed*. 12 Ekim 2025 tarihinde <https://www.travelsupermarket.com/en-gb/blog/greece/rhodes/why-rhodes-town-should-be-your-next-city-break/> adresinden erişildi.
- Mirzoeff, N. (2015). In 2014 we took 1 tn. photos: Welcome to our new visual culture.
- Mitchell, W. J. (1994). *The reconfigured eye: Visual truth in the post-photographic era*. MIT Press.
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. Routledge.
- Tripadvisor. (2025). 10 Ekim 2025 tarihinde [https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction\\_Review-g635613-d8099471-Reviews-or10-Mandraki\\_Harbour-Rhodes\\_Town\\_Rhodes\\_Dodecanese\\_South\\_Aegean.html](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g635613-d8099471-Reviews-or10-Mandraki_Harbour-Rhodes_Town_Rhodes_Dodecanese_South_Aegean.html) adresinden erişildi.
- Tripadvisor. (2025). 10 Ekim 2025 tarihinde [https://www.tripadvisor.com/Attraction\\_Review-g635613-d11797224-Reviews-Street\\_of\\_the\\_Knights-Rhodes\\_Town\\_Rhodes\\_Dodecanese\\_South\\_Aegean.html](https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g635613-d11797224-Reviews-Street_of_the_Knights-Rhodes_Town_Rhodes_Dodecanese_South_Aegean.html) adresinden erişildi.

- Tripadvisor. (2025). 10 Ekim 2025 tarihinde [https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction\\_Review-g635613-d8445853-Reviews-Suleman\\_mosque-Rhodes\\_Town\\_Rhodes\\_Dodecanese\\_South\\_Aegean.html](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g635613-d8445853-Reviews-Suleman_mosque-Rhodes_Town_Rhodes_Dodecanese_South_Aegean.html) adresinden erişildi.
- Urry, J. (2002). *Consuming places*. Routledge.
- Urry, J. ve Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*.
- Xia, L., Shi, C., Wang, H., Yu, S., Yi, X. ve Liu, Y. (2025). Aligning online images and realities beyond the hype for sustainable heritage tourism. *NPJ Heritage Science*, 13(1), 642.
- Yapıcı, O. Ö. (2022). Sosyal medya ve turizm konulu akademik yayınların görsel haritalama tekniğine göre bibliyometrik analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(3), 1275-1292.
- Yeung, J. (2025). *Scroll & stroll: How social media is rewriting architectural cultural tourism*. 29 Eylül 2025 tarihinde <https://www.archdaily.com/1034774/scroll-and-stroll-how-social-media-is-rewriting-architectural-cultural-tourism?> adresinden erişildi.