

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İSTANBUL’UN TURİSTİK YAPILARININ
GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN
ÇÖZÜMLENMESİ: AYASOFYA-İ KEBİR VE
SULTAN AHMET CAMİ ÖRNEKLERİ

ONUR ALTUN

2501180953

DANIŞMAN

DR. ÖĞR. ÜYESİ İBRAHİM ÇİFÇİ

İSTANBUL-2021

ÖZ

İSTANBUL’UN TURİSTİK YAPILARININ GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN ÇÖZÜMLENMESİ: AYASOFYA-İ KEBİR VE SULTAN AHMET CAMİ ÖRNEKLERİ

ONUR ALTUN

Çalışmada İstanbul’un en çok ziyaret edilen kültürel miras yapılarından Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri Roland Barthes’ın göstergebilime kazandırdığı yöntemle incelenmiştir. Bazı çalışmalar turistlerin gezip gördükleri yerlerde anlamlı anılar elde etmek ve bu yapıları anlayıp keşfetmek istediklerini göstermiştir. Ayrıca turist rehberlerinin anlam yaratmada önemli bir faktör olduğu da bilinmektedir. Bu açıdan bakıldığında çalışma turistlerin anlamlı anılar elde etmesine ve bu yapıları anlayıp keşfetmesine ayrıca turist rehberlerinin anlam yaratma sürecini katkı sağlamaktadır. Çalışma sonucunda Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin göstergebilimsel açısından bazı benzer ve farklı anlamlar taşıdığı gözlemlenmiştir. Ayrıca bu çalışma Türkiye’deki kültürel turizm kapsamındaki diğer yapıların göstergebilimsel yöntemle incelenmesi açısından teşvik edici olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, Turizm, Sultan Ahmet Cami, Ayasofya-ı Kebir Cami

ABSTRACT

SEMIOTIC ANALYSIS OF ISTANBUL'S TOURISTIC

BUILDINGS: EXAMPLES OF HAGIA SOPHIA AND SULTAN

AHMET MOSQUE

ONUR ALTUN

In this study, The Hagia Sophia Grand and Sultan Ahmet Mosques, which are among the most visited heritage buildings in Istanbul, had examined with the method introduced by Roland Barthes. Some studies have shown that tourists want to have meaningful memories in the places they visit, and to understand and explore these structures. It is also known that tourist guides are an important factor in creating meaning. From this point of view, the study contributes to the tourists' acquiring meaningful memories and understanding and exploring these structures, as well as the meaning-making process of the tourist guides. The study will make important contributions to tourists who seek meaning in their visits and to guides who are an important factor in their search for meaning. As a result of the study, it was seen that The Hagia Sophia Grand and Sultan Ahmet Mosques had similar and different meanings. Moreover, This study will set a light to examine the structure of other cultural-touristy in Turkey through semiotical way.

Keywords: Semiotics, Tourism, Sultan Ahmet Mosque, The Hagia Sophia Grand Mosque

ÖNSÖZ

İstanbul Türkiye'nin en çok ziyaret edilen şehirlerinden biridir. Dünya genelinde turistlerin seyahatleri için kullandıkları en popüler web sitelerinden biri de tripadvisor.com.tr dir. 2020 yılına göre bu web sitesinde İstanbul'a gelen turistlerin ziyaret ettikleri kültürel yapılara bakıldığında Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin en çok ziyaret edilen beş yapı arasında olduğu görülmektedir.

İstanbul ve Türkiye turizmi için çok önemli bir konumda olan bu yapılar birçok anlam barındırmakta ve bu yapıları ziyaret eden turistler Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerindeki mesajların pek çoğunu alamadan yapıları terk etmektedir. Bu çalışma turistlerin bu yapıları ziyaretlerinde anlamlı anılar elde etmesine yardımcı olacaktır.

Bu süreçte öncelikle yüksek lisan sürecimde benden desteklerini esirgemeyen aileme, daha sonra tez yazma aşamasında ve yüksek lisans eğitimimde bana yardımcı olan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ÇİFÇİ ve bölüm başkanımız Prof. Dr. Fatma Füsun İSTANBULLU DİNÇER hocama ve son olarak göstergebilim ile tanışmama vesile olan ve bu süreçte desteğini esirgemeyen Prof. Dr. Seher ER hocama teşekkürlerimi sunarım.

ONUR ALTUN

İSTANBUL, 2021

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT	iii
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. Göstergebilim Kavramının İçeriği	4
1.2. Gösterge, Gösteren, Gösterilen	6
1.3. Düz Anlam ve Yan Anlam.....	7
1.4. Göstergebilimin Önemi.....	11
1.5. Göstergebilim Kavramının Tarihsel Gelişimi.....	13
1.6. Günümüz Göstergebilim Kuramcıları.....	20
1.6.1. Ferdinand de Saussure	20
1.6.2. Charles Sanders Pierce.....	23
1.6.3. Roland Barthes.....	25
1.6.4. Umberto Eco	28
1.7. Göstergebilimin Diğer Bilim Dalları İle İlişkisi	29
1.7.1. Göstergebilim ve Dilbilim İlişkisi	30
1.7.2. Göstergebilim ve Turizm İlişkisi	31
1.7.3. Göstergebilim ve Mimarlık İlişkisi.....	32
1.8. Mimarlıkta Göstergebilim Çözümleme İlkeleri	33

1.8.1. Sentaktik (Biçimsel) Boyutu.....	34
1.8.2. Semantik (Anlamsal) Boyutu.....	34
1.8.3. Pragmatik (Yararsal) Boyutu	35
1.9. Mimarlıkta Gösterge	35
1.10. Mimarlıkta Dil ve Anlatım.....	36

İKİNCİ BÖLÜM

2.1. Mimarlık ve Turizm	37
2.2. Turistik Yapılarda Dil ve Kimlik	39
2.3. Turistik Yapılarda Turist Deneyimi	41
2.4. Turist Deneyimi	42
2.5. Turist Bakışı.....	44
2.6. Turizm Estetiği, Otantikliği ve Değerleri.....	46
2.7. Turizmin Dili.....	48
2.8. Turizm ve Tarihi Yapılar	50
2.9. Mimarlıkta Göstergebilimin Bir Araç Olarak Kullanılması	52
2.10. Turizmde Görsellik	55
2.11. Tarihi Yapılar ve Turizm Odaklı Kullanımları	57
2.12. İslam Mimarisi	59
2.13. Hristiyan Mimarisi	62
2.13.1. Erken Hristiyan Mimarisi (Roma Dönemi)	62
2.13.2. Bizans Dönemi Mimarisi	63
2.13.3. Rönesans Döneminde Hristiyan Mimarisi.....	64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.1. Araştırma Sorunsalı.....	66
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	67

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları	68
3.4. Araştırma Yöntemi.....	68
3.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	68
3.4.1.2. Sultan Ahmet Cami Hakkında Genel Bilgi	70
3.4.2. Veri Toplama Tekniği.....	72
3.4.3. Seçilen Göstergelerin Çözümlemesi	72
3.4.4. Araştırmanın Güvenirlik ve Geçerliliği	72
3.5. Araştırma verilerinin Çözümlemesi	73
3.5.1. Ayasofya-i Kebir ve Sultanahmet Camileri’nin Göstergibilimsel Çözümlemesi	73
SONUÇ.....	115
KAYNAKÇA	118

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Dizim-Dizge Farkı.....	28
Tablo 2: Gestalt İlkeleri.....	34



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Pierce'in Gösterge Şeması.....	24
---	----



FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf 1: Ayasofya-i Kebir Cami Genel Görünümü	73
Fotoğraf 2: Çanın Genel Görüntüsü.....	75
Fotoğraf 3: Mezmurlar 67:27 ve 121:1.....	75
Fotoğraf 4: Haç İşareti	75
Fotoğraf 5: Aziz George'un Ejderhayı Öldürmesi	75
Fotoğraf 6: Deisis Mozaïği	78
Fotoğraf 7: Hazreti Muhammed ve Allah Levhaları	79
Fotoğraf 8: Hazreti Ebu Bekir Levhası.....	80
Fotoğraf 9: Hazreti Ömer Levhası	80
Fotoğraf 10: Hazreti Osman Levhası.....	80
Fotoğraf 11: Hazreti Ali Levhası	80
Fotoğraf 12: Hazreti Hasan ve Hazreti Hüseyin Levhaları.....	81
Fotoğraf 13: Melek Figürü.....	81
Fotoğraf 14: Nur Suresi 35. Ayeti.....	81
Fotoğraf 15: Zeo Mozaïği	85
Fotoğraf 16: Komnenos Mozaïği.....	86
Fotoğraf 17: Mermer Kapı.....	87
Fotoğraf 18: VI. Loe Mozaïği.....	88
Fotoğraf 19: Hazreti Meryem'in kucağında Hazreti İsa İkonası	89
Fotoğraf 20: Vestibül Mozaïği.....	91
Fotoğraf 21: Sultan Ahmet Cami Genel Görünümü	92
Fotoğraf 22: Sultan Ahmet Cami İç Avlusu	94
Fotoğraf 23: Sultan Ahmet Cami'nin İç Görünümü	95

Fotoğraf 24: Bakara Suresi 238. Ayeti	96
Fotoğraf 25: Ali İmran Suresi 37. ve 39. Ayetleri, Mihrap, Servi Motifleri	97
Fotoğraf 26: Minber.....	99
Fotoğraf 27: Sultan Ahmet Cami Ana Kubbe Ayetleri	100
Fotoğraf 28: Sultan Ahmet Cami İçi Genel Görünümü.....	102
Fotoğraf 29: Sultan Ahmet Cami Alçılı Vitrayları	102
Fotoğraf 30: Sultan Ahmet Cami ini Desenleri.....	103
Fotoğraf 31: Sultan Ahmet Cami ini Desenleri.....	103
Fotoğraf 32: Sultan Ahmet Cami ini Desenleri.....	103
Fotoğraf 33: Sultan Ahmet Cami ini Desenleri.....	103
Fotoğraf 34: Sultan Ahmet Cami ini Desenleri.....	104
Fotoğraf 35: Sultan Ahmet Cami ini Desenleri.....	104
Fotoğraf 36: Kendini Tekrarlayan Geometrik Desenler	107
Fotoğraf 37: Ahzab Suresi 45. Ayeti	108
Fotoğraf 38: Nisa Suresi 103. Ayeti.....	109
Fotoğraf 39: Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti rneği	110
Fotoğraf 40: Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti rneği	110
Fotoğraf 41: Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti rneği	111
Fotoğraf 42: Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti rneği	111

GİRİŞ

Çevreyi algılama açısından insanoğlu ve diğer canlılar karşılaştırıldığında insanlar diğer canlılardan ayrılır. İnsanoğlu dış dünyayı beş duyu organıyla algılarken bu esnada en çok görme duyu organını kullanmaktadır. İnsanlar bu duyusu vasıtası ile çevreyi görmekte, algılamakta, anlamlandırmakta ve yorumlamaktadır. Yorumlanan bu olgular arasında mimari yapılar da bulunmaktadır. İnsanların mimari yapıları anlamlandırması ve yorumlaması bedensel, duysal, duygusal ve deneyimsel faktörlerin birleşmesiyle ilgilidir (Smith, 2016).

Dünya'nın en çok ziyaret edilen şehirlerine bakıldığında İstanbul ilk on şehir içinde yer almaktadır. Hiç şüphesiz ki İstanbul'u ziyaret eden turistler çoğunlukla İstanbul'u kültürel değerlerinden ötürü ziyaret etmektedir (Bahar ve Dinçer, 2019). İstanbul'un tarihine bakıldığında günümüzden 8500 yıl kadar geriye gittiği görülmektedir. İstanbul'u bu tarih serüveninde önemli kılan Roma, Bizans ve Osmanlı gibi tarihin bugüne kadar ki en önemli imparatorlukları arasında yer alan imparatorluklara ev sahipliği yapmış olmasıdır. Bakıldığında bu imparatorlukların bizlere somut ve soyut birçok miras bıraktığı görülmektedir. Bu miraslardan birisi de günümüzde hala belli topluluklarda görülen ve bu imparatorluklardan kaynaklanan kültürler değerlerdir. Bu kültürel değerler somut ve soyut olarak iki çeşittir. Somut kültürel değerleri oluşturan faktörlerden birisi de kültürel ya da başka bir ifade ile miras yapılarıdır. Türkiye'de bulunan en önemli kültürel yapılar sıralandığında hiç şüphesiz Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri bu sıralamaya dahil olacaktır.

İstanbul'u ziyaret eden hemen her turist bu kültürel yapılardan olan Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerini ziyaret etmektedir. TÜRSAB'ın 2014 yılı raporuna göre Ayasofya yıllık 3,2 milyon, Sultan Ahmet ise 5 milyon kişi tarafından ziyaret edilmektedir (TÜRSAB, 2014). Yapılan çalışmalar turistlerin ziyaretleri esnasında anlamlı anılar aradığını ortaya koymuştur (Willson ve McIntosh, 2007; Ch'ng, 2011; Poria, Reichel ve Biran, 2006). Olaya bu açıdan bakıldığında Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin birçok anlam barındırdığını söylememiz gerekir. Turistler ziyaret ettikleri yapılarda var olan anlamları çeşitli nedenlerle kavrayamayabilir (İnceoğlu, 1999). Bundan dolayı Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin

göstergebilimsel bir çalışmayla incelenmesi önem arz etmektedir. Ayrıca Navajas-Romero, Hernández-Rojas, Hidalgo-Fernández ve Jimber Del Rio (2020) tarafından Cordoba Katedral-Camisini ziyaret eden turistler üzerinde yapılan çalışma ziyaret esnasında rehberler tarafından verilen açıklamaların turistler üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermiştir (Navajas-Romero, Hernández-Rojas, Hidalgo-Fernández, ve Jimber Del Rio, 2020). Çalışma bu açıdan turist rehberlerine yardımcı olmaktadır.

Çalışma turistlerin kültürel yapıları deneylesinin sonuçlarından ziyade bu yapılardaki anlamları ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmada ele alınan Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerindeki göstergeler Roland Barthes'ın göstergebilimsel çözümleme yöntemine dayanarak çözümlemeye tâbi tutulmuştur. Bu göstergelerin hepsinin incelenmesi mümkün olmadığından göstergeler seçilirken turistler tarafından seyahat amaçlı kullanılan tripadvisor.com.tr sitesinden faydalanarak burada turistlerin en çok ilgi gösterdiği göstergeler seçilmiştir.

Göstergebilim anlam sahibi olan birçok şeydeki anlamları ortaya çıkarmayı sağlayan bir bilimsel yöntemdir. Burada “şeyler” sözlü ya da sözlü olmayan anlam sahibi olan yapılardır (Mick, 1986). Uluğ (2020) mimari göstergebilim modelini “birincil” ve “ikincil” işlevler olarak ikiye ayırmıştır. Buradan yola çıkarak kültürel yapılarda da bu işlevin olduğunu söyleyebiliriz. Birincil işlev yapının fiziksel görüntüsünü ifade etmektedir. Birincil işlev gösteren kavramını bir başka ifade ile düz anlamı ifade etmektedir. İkincil işlev ise gösterilen ya da yan anlamı ifade etmektedir. Bu işlev ideoloji ve metaforlardan oluşmaktadır (Uluğ, 2020).

Göstergebilimin doğasına bakıldığında insanbilim, toplumbilim, toplumsal ruhbilim, algılama ruh bilimi, medya, felsefe, tıp, dilbilim ve iletişim bilimleri gibi alanlarla ilişkisi olduğu görülmektedir. Birçok bilim dalıyla belirli ortak noktalarda buluşabilen göstergebilim disiplinler arası bir alan olan turizm bilimine de önemli katkılar sağlayacaktır. Bundan dolayı kültürel yapılarda yapılacak araştırma ve çözümlemeler de göstergebilimden yararlanılabilir (Güneş, 2012).

Turizm ve göstergebilim ele alınarak yapılan birçok çalışma bulunmaktadır (Culler, 1981; Kolcun, Kot ve Grabara, 2014; Oruç ve Türkay, 2018; Sel, Lale ve Aktaş, 2017).

Fakat Türkiye’deki kültürel yapıların göstergebilimsel olarak ele alınması olarak bakıldığında bu türden çalışmaların çok az olduğu görülmektedir. Bu durum çalışmamın yukarıda ifade edilen önemine daha da önem katmaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmakta olup ilk bölümde göstergebilimin ne olduğundan, göstergebilimde kullanılan kavramlardan, göstergebilimin öncü isimlerinden, tarihinden, öneminden ve turizmde dahil olmak üzere diğer bazı bilim dalları ile ilişkisinden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde mimarlık ve turizm ilişkisine, turistik yapıların ve turizmin diline, turistik yapılarda ve bölgelerde turist deneyimine, turist bakışı kavramına, turizmde estetik, otantiklik ve değerler kavramlarına, turizm-tarihi yapılar ilişkisine, tarihi yapıların turizmde nasıl kullanıldıklarına, turizmde görsellik kavramına değinilmiş ve literatür çalışması yapılmıştır.

Üçüncü bölümde ise araştırma kapsamında amaca yönelik sorular belirtilmiş, araştırmanın amacı ve önemi ifade edilmiş, kapsam ve kısıtlar ortaya konmuş, araştırma yöntemi ve evreni, veri toplama tekniği, seçilen göstergelerin çözümlenmesi ve çözümlemenin güvenilirliği hakkında bilgi ve çözümlemeye katkı sağlaması amacıyla Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri hakkında tarihi bilgi verilmiştir. Son olarak Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri için seçilen göstergeler çözümlemeye tabi tutulup bulgular değerlendirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GÖSTERGEBİLİM KAVRAMI VE GELİŞİMİ

1.1. Göstergebilim Kavramının İçeriği

Göstergebilim, göstergeleri inceleyen ve bu göstergelerin altında yatan anlamları ortaya çıkaran bir bilim dalıdır. Bu anlamlandırma sırasında kullanılan en temel birim ise göstergedir (Kayhan, 2015). Genel olarak ise göstergebilim, toplumsal yaşamdaki işaretlerin varlığı ya da gerçekliği ile ilgili işaretlerin ya da epistemolojinin (bilgi felsefesi) incelenmesidir. Göstergebilim kelimesinin kökenine bakacak olunursa (İngilizce semiotics) Grekçe “semesion”, “semainon” ve “semainomenon” kelimelerinden türemiştir. “Semesion” kelimesi “gösterge”, “semainon” kelimesi “gösteren” ve “semainomenon” kelimesi ise “gösterilen” anlamlarını taşımaktadırlar (Yakin ve Totu, 2014).

Rifat (1992) göstergebilimi “*göstergeleri inceleyen bir bilim dalı*” şeklinde tanımlamaktadır. Buna ek olarak göstergebilimin “gösterge” ve “bilim” kelimelerinin anlamsal boyutundan daha fazlası olduğunu söylemektedir. O göstergebilimin tanımını yapmadan önce ise insan bilimlerinde “gösterge” kavramının ne olduğunu şöyle açıklar; “*göstergeler kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla temsil ettiği şeylerin yerini alabilecek olan her çeşit nesne, olgu, biçim vb. olarak tanımlanır*”. Örneğin; İnsanların aralarında iletişim kurmalarına neden olan doğal diller, gösterge diye adlandırılan sözcüklerden oluşmaktadır. Sözcüklerin yani dilsel göstergelerin temel özelliği ise ses ya da sesler bütünlüğünden ve kavramlardan oluşmalarıdır. Burada ses ya da sesler gösteren, zihinlerde oluşturduğu kavram ise gösterilen olarak nitelendirilir (Rifat, 1992).

Curtin (2017)’in göstergebilim tanımına baktığımızda göstergebilimin anlama ilgilendiğini belirtmektedir. Bu dillerin, resimlerin ve objelerin ürettikleri anlamlar ya da dillere, resimlere ve objelere dayandırdığımız ya da yorumladığımız süreçleridir. Görsel imgeler ve materyaller açısından göstergebilim bir araştırmadır. Bu araştırma sembolizm çalışmalarından daha geniştir ve göstergebilimsel çözümleme kullanımında natüralizm (doğalcılık; yazıda ya da sanatta inşalara her şeyi olduğu gibi

gösterme) ve realizm (gerçeklik; duygulardan veya umutlardan etkilenmeden olduğu gibi durumları görme, kabul etme) gibi konseptlere meydan okumaktadır (oxfordlearnersdictionaries.com). Dahası şekilci bir bakış açısıyla yapılan çözümlemelere katkı sağlamaktadır. Curtin (2017) göstergebilimin görüntülere ve nesnelere dinamik olarak yaklaştığını ifade etmiştir. Ona göre görüntülerin veya nesnelerin önemi imgeden veya nesneden bireye tek yönlü bir süreç olarak değil; birey, imge, nesne ile kültür ve toplum gibi diğer faktörler arasındaki karmaşık ve karşılıklı ilişkilerin de sonucudur (Curtin, 2017).

Sassure (1959) Genel Dilbilim Dersi kitabında toplumdaki işaretleri inceleyen bir bilimin düşünüleceğini ve bu bilimin psikolojiyle ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Bu bilimi semiology (göstergebilim) olarak adlandırmıştır. O göstergebilimin işaretleri oluşturan şeyler olduğunu ve hangi yasaların işaretleri oluşturduğunu söylemiştir. Ayrıca bir dilbilimci olduğu için dilbilimi genel göstergebilimin sadece bir parçası olarak görmüştür. Sassure’a göre göstergebilim kendi içinde bağımsız bir bilim olmalıdır. Dil ise herhangi bir şeyden daha önemlidir. Bundan dolayı göstergebilimsel bir problemi anlamada bir temel sunmaktadır (Sassure, 1959).

Göstergebilim her türlü göstergenin daha da anlaşılabilir olmasını sağlayan dilbilim ve mantık biliminin ötesinde anlamları cevaplandıran bir uygulamadır. Bu önemli alan estetik, sosyal sorgulama gelenekleri, yorumbilim vb. alanlara dayanarak “toplum içinde bulunan işaretlerin yaşamı” çözümlemesini işlevsel hale getirmiştir. Çözümlemelerde ele alınan nesnelere bakılacak olunursa klasik sanat eserlerinden popüler kültüre, premodern toplumlardan modern kitle iletişim araçlarına kadar geniş bir yelpaze olduğu görülmektedir. Bu alanda yapılan bazı çalışmaların sosyal etkileşimi yönlendiren dünya görüşlerini ele alarak ortak bir kültüre vurgu yaptıkları da görülmüştür. Claude Lévi-Strauss'un 1963 yılında yayımlanan Yapısal Antropoloji kitabı bu çalışmalardan biri olarak örnek gösterilebilir (Klaus, 2015).

Göstergebilim metodolojisi olan bir okuma eylemidir. Fakat o sadece bu okumayı bilimsel bir bakış açısıyla ele almaz. Bunun yanında göstergelerin anlamlarına ve bu anlamları oluşturan yapıya da odaklanmaktadır. Göstergebilimciler insan eliyle yapılmış her şeyin bir anlam taşıdığını ve bunların kendi içinde ifade edildiğini

söylemektedirler. Göstergebilimsel yöntemler anlam yapısı oluşturan öğeleri birbirinden ayırıp tekrar birleştirerek yeniden yapılandırılmasını sağlarlar. Burada bir “üst dil (bir başka deyişle dil ötesi)” kavramı ortaya çıkmaktadır. Göstergebilimde üst dil bu süreci ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Bu üst dil yeniden yapılandırma için öğelerine ayrılan dilin içinde bulunan anlam ağlarının tekrar birleştirilmesiyle ortaya çıkan yeni bir dildir. Bu üst dil beraberinde kavramsallaştırma ve biçimselleştirme gerektirmektedir. Göstergebilimsel çözümleme yöntemleri üst dile dayalı bir okuma eylemi olduğundan, kullanılan meta dili ve uygulanan süreçleri anlamak belirli bir zaman ve deneyim gerektirmektedir. Buna karşılık birçok göstergebilimsel yöntem bulunmaktadır. Bu yöntemler kavramların ve bu alanın anlaşılmasını zorlaştırır. Göstergebilimde kullanılan meta dili anlamak, bu farklı görüşlerin temellerini, yöntemlerini, hedeflerini ve araştırma sınırlamalarını önceden bilmeyi gerektirmektedir (Batu, 2012).

1.2. Gösterge, Gösteren, Gösterilen

Sassure’a göre gösterge iki bileşenden oluşmaktadır. Bunlar gösteren (ses-görüntü) ve gösterilenden oluşan bileşenlerdir. Gösteren ve gösterilen arasında bir bağ bulunmaktadır. Bu bağda gösteren gösterilmiş olanı üzerinde taşımaktadır. Barthes ise gösteren ve onun göstergesinin objeler dünyası ile direk bağlantı halinde olduğunu söylemektedir. O gösteren ve gösterilenin dilin, objenin ya da herhangi bir anlamın bir parçası olduğunu ifade etmektedir (Ellisson, 2014). Daha basit bir dille söylemek gerekirse gösterge bir olgudur. Bu olgu kendisinde bir başka şeyi çağrıştırmaktadır. Aslında göstergeler çağrıştırdıkları şeyler değildir. Sadece o şey(leri) çağrıştırırlar (Gözdaşoğlu, 2000). Bir başka deyişle göstergeler, kendi dışındaki şeye gönderme yapan, bir başka şeyin yerini tutan her türlü nesne, varlık ya da olgudur. Dolayısıyla göstergeler bir durum ya da olgu hakkında dolaylı yoldan bilgi iletmetedirler (Ülger, 2013). Dinlediğimiz müzikler, yediğimiz yemekler, günlük kıyafetlerimiz, davranışlarımız vb. bilgi ilettiklerinden dolayı hepsi birer göstergedirler (Gözdaşoğlu, 2000).

Gösteren maddi bir form içinde olan, açıkça var olan ve insanların duyu organları tarafından algılanabilen şeyleri ifade etmektedir (Yakin ve Totu 2014). Sassure da

modelinde göstereni, göstergenin algıladığımız fiziksel şekli olarak tanımlamaktadır (Parsa, 1999). Gösteren bir kavramdır ve bu kavram temsil etme yeteneğine sahip olmalıdır. Bundan dolayı gösteren; yalnızca bir nesne ya da yapı değil bunların yanında yazı, sözcük, konuşma, tiyatro, sinema vb. de olabilir.

Gösterilen ise Güneş (2012) tarafından iletilmek istenen anlam ya da düşünce olarak tarif edilmektedir. Saussure’a göre gösterilenin, göstergeyi oluşturan iki olgudan biri olduğu daha önce de ifade edilmişti. Gösterilen ile ifade edilen aslında gönderme yapılan şeyin zihinde bir kavram oluşturmastır. Bundan dolayı gösterilen göstergenin anlattığı kadarı ile algılanabilir (Güneş, 2012). Saussure gösterilenin kendisini bir “konsept” olarak adlandırmıştır. Buna örnek olarak da öküz kelimesini ele alarak, öküz kelimesinin aslında hayvan olan öküz olmadığını, öküz kelimesinin sadece zihinlerde bir görüntü yarattığını söylemiştir (Barthes, 1967).

1.3. Düz Anlam ve Yan Anlam

Modern anlambilim (*semantics*) alanında çok fazla kullanılmamasına rağmen düz anlam ve yan anlam ayrımı anlambilim ve mantık alanında gelişmiştir. Fakat daha sonra modern anlambilim teorisi başka bir düz anlam ve yan anlam ayrımı üzerine çok da fazla gitmemiştir. Bunun yanında 1892 yılında Alman filozof Gottlob Frege yayımlanan “*Ober Sinn und Bedeutung (Anlam ve İma Üzerine)*” isimli makalesinde ilk defa anlam ve göndermesinden bahsettiği görülmektedir (Birch, 2003).

Modern göstergebilim dönemine gelindiğinde ise Louis Hjelmslev’in *Bir Dil Teorisi İçin Ön Tartışmalar* (1961) kitabında belirttiği düz ve yan anlam teorisi Algirdas Julien Greimas, Fransız göstergebilim öğrencileri ve özellikle Roland Barthes üzerinde çok etkili olmuştur. Onun oldukça geniş ve soyut doğası nedeniyle, Hjelmslev’in modeli yan anlam etiketi altında akıp giden olgu aralığının genişlemesini sonlandırmıştır. Daha sonra Hjelmslev’in modelini benimseyen bilim adamları tarafından yapılan yeni yorumlar bu alanı daha da genişletmiştir. Hjelmslev için düz anlam ve yan anlam arasındaki karşıtlık, anlam tipolojisi ile ilgili değildir. Aksine, bu karşıtlık dillerin tipolojisi (ya da daha genel olarak göstergebilimsel sistemler) ile ilgilenmeden ziyade daha kesin olarak göstergebilimsel işlevi gerçekleştirme

biçimleriyle ilgilidir. Hjemsley için çağrışımsal bir dil (*connotational language*) (ya da çağrışımsal göstergebilim); içerik ve ifade düzleminin ilişkili olması ve kendisi içinde ifade düzlemine sahip olmasıdır. Diğer taraftan bir ifade dili (*denotational language*) (ya da ifadesel göstergebilim); göstergebilimsel olarak daha fazla çözümlenemeyen ifade düzlemine sahip olan bir göstergebilim sistemidir. Düz anlam bir göstergenin içerik ve ifadesini bağlayan bir bağıntıdır. Yan anlam ise bir göstergeyi daha fazla içeriğin ifadesi olarak almaktadır (Rigotti ve Rocci, 2006).

Normal dil ve mecazi dil arasındaki fark, gösteren düzeyinde gerçekleşirken; düz anlam ve yan anlam arasındaki fark, gösterilen düzeyinde gerçekleşmektedir. Bir kelime kendisinin gerçek anlamı (düz anlamı) dışında birtakım başka çağrışımlara da sahip olabilir. Göstergebilimde düz anlam ve yan anlam gösteren ve onun gösterilenini tanımlayan terimlerdir ve gösterilenin iki çeşidi arasında analitik bir ayrım yapılmaktadır. Bu gösterilenler bir düz anlam ve bir yan anlam gösterilenidir (Chandler, 2007). Burada şunu da belirtmek gerekir ki düz anlam değişmeden kalabilirken, yan anlam terimi yeni nesneler ortaya çıktıkça değişebilir (Birch, 2003).

Bir göstergede anlamlandırma; gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkiyi yorumlamaktır. Rifat her gösterenin sadece bir gösterilen anlattığını ifade etmektedir. Bir gösteren duyu organlarımız tarafından algılandığında onun gösterileni zihnimizde oluşmaktadır. Bunu “su” (gösteren) kavramıyla örneklendirirsek; bir yerden “su” kelimesini duyduğumuzda zihnimizde bu kavramın görüntüsü (yani gösterileni) oluşmaktadır. Yani su ve suyun zihnimizde oluşturduğu kavram birleşerek suyun zihnimizde görüntüsel kavramını oluşturmaktadır (Kaptan, 2017). Burada dikkate edilmesi gereken zihnimizdeki “su” kavramının gerçek dünyadaki “su” ile eşit olmadığıdır. Yani kafamızda gerçek bir “su” yoktur “su” kavramı vardır (Erkman, 1987).

İnsanoğlu yaşamış olduğu dünyada birçok nesne ve olgu ile karşılaşmaktadır. Bu nesne ve olgular algılanır, sınıflandırılır ve ilişkilendirilir. Bu algılama, sınıflandırma ve ilişkilendirme sonucunda nesne ve olgular kavramlara dönüşür ve zihinlerde bu kavramları temsil eden göstergeler yaratılmaktadır. Fiske gösterilen kavramını; “Gösterilenler, gerçekliği anlayabileceğimiz biçimde sınıflandırmak için

kullandığımız zihinsel kavramlardır.” şeklinde ifade etmiştir. Bu sürece bakıldığında olgulardan kavramlara indirgenen bir süreç olduğu gözlemlenebilir (Kaptan, 2017).

Düz anlam bir göstergenin gerçek ya da açık anlamı olarak tanımlanmaktadır. Dilbilimsel gösterge olarak bakıldığında ise sözlüğün sağlamaya çalıştığı şey olarak ifade edilebilir. Sanat tarihçisi Erwin Panofsky görsel bir imgenin düz anlamını; herhangi bir kültürden herkesin aynı şekilde gördüğü ve herhangi bir zamanda bir tasvir olarak aynı hatırladığı görsel olarak tanımlamaktadır (Chandler, 2007). Düz anlamlar herkes tarafından aynı şekilde görüldüğü için yanlış anlaşılma gibi bir durumları yoktur ve herkes tarafından aynı şekilde çözümlenirler (Karaman, 2017). Barthes fotoğraflarda düz anlamın yan anlamdan ayırt edilebileceğini belirtmektedir. Onun realistik edebi metin çözümlemesinde düz anlamın ilk anlam olma taklidi yaptığını fakat bu yanılsamanın altında en sonunda yan anlamların sonu olduğunu belirtmektedir (Mambrol, 2016). Fiske düz anlam ve yan anlam arasındaki farkı şu örnekle açıklamaktadır. *“Bir sokak fotoğrafı o caddeyi gösterir; “sokak” kelimesi, binalarla kaplı kentsel bir yolu belirtir. Ama aynı sokağı çok farklı şekillerde fotoğraflayabilirim. Renkli bir film kullanabilir, bir gün solgun güneş ışığı seçebilir, yumuşak bir odak kullanabilir ve sokağın içinde oynayan çocuklar için mutlu, sıcak, insancıl bir topluluk olmasını sağlayabilirim ya da siyah-beyaz film, sert odak, güçlü kontrastlar kullanabilir ve aynı sokağın içinde oynayan çocuklar için soğuk, insanlık dışı, yaşanmaz ve yıkıcı bir ortam göstermesini sağlayabilirim. Bu iki fotoğraf, lensleri sadece santimetre aralıklarla tutulan kameralarla aynı anda çekilebilirdi. Onların düz anlamları aynı olurdu. Fakat ardaki fark onların yan anlamlarıdır”* (Fiske, 2002). Düz anlam, gösterenin gönderme yaptığı kavramı ifade etmektedir. Düz anlamın gerçek dünyayla ilişkisi doğrudan değildir. Çünkü bir gösterenin düz anlamı o nesnenin zihinde yarattığı yansımadır. Yan anlam ise kişisel düzeyde oluşmaktadır. Burada gösterge, kullanıcıların kültürel değerleri, eğitimi, sosyal çevresi, duyguları vb. etkenlerin toplamıyla ortaya çıkan bir etkileşimdir. Başka bir ifade ile düz anlam da anlamlandırılan şey, yan anlam da ise bu şeyin nasıl anlamlandırıldığı söz konusudur (Çelebi, 2009).

Göstergelere bakıldığında düz anlam karşımıza bir olgu ya da nesne olarak çıkmaktadır. Düz anlamların ortaya çıkması yan anlamların desteği ile gerçekleşir. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse düz anlamlar yan anlamların birleşmesi sonucu ortaya çıkmaktadır (Özgür, t.y.).

Yan anlam ise göstergelere yüklenen anlamlarda yaşın, eğitim durumunun, sosyo-kültürel etkinin, kişisel görüşün, cinsiyetin, etnik kimliğin vb. etkisini ifade eder. Bundan dolayı yan anlam bu etkenlere bağlıdır. İfade edilen bu etkenlerden dolayı aynı gösterge kişiler tarafından farklı şekillerde yorumlanabilirler (Chandler, 2007). Bir göstergenin yan anlamı onun düz anlamının üzerine kuruludur ve yan anlam düz anlamın üzerini ne kadar kapatırsa kapatsın düz anlamdan mutlaka bir şeyler kalmaktadır. Aksi takdirde söylem olanaksızlaşmış olur (Gözdaşoğlu, 2000). Yan anlamlar ancak düz anlamların bulunduğu yerlerde değer kazanabilirler. Örneğin “Politikacı” ve “Devlet Adamı” kelimelerini ele alırsak düz anlam açısından iki ifade de bizlere seçilerek yönetime gelmiş kişileri ifade ederler. Fakat yan anlam açısından Politikacı kişisel çıkarlarını ön planda tutan kişi, Devlet Adamı ise toplumsal sorunlarla ilgilenen bir kişiyi akıllara getirirler (Becer, 2011).

Bir kelimenin yan anlamı onun eş anlamı ya da alt anlamı olan diğer kelimelerle ilişkilerinden çıkarılabilir. Bu tür ilişkiler biçim ve anlam arasında ya da iki anlam arasında olabilir. Bundan dolayı anlambilim kelimelerin sahip olduğu yan anlam ve düz anlamları tanımlamak için kelimelerin düz anlamlarını vurgular. Bunun yanında Leech yan anlamın dilin ifade ettiği şey olduğunu açıklarken, düz anlamın sözlü iletişimde gerekli bir kısım olduğunu ifade etmektedir. Yani düz anlam iletişimde merkezi bir faktör ve temel bir parçadır (Al-Shraideh ve El-Sharif, 2019).

Düz anlamlar ve yan anlamlar kendi içlerinde bir dizgeye (öğeler bütünü) sahiptirler. Düz anlamlardaki dizgelerde ortak paydalar bulunurken yan anlamdaki dizgelerde kişisellik ön plandadır. Yan anlamlarda bireysellik ön planda olduğundan yorumlama esnasında birden çok yan anlam oluşabilir.

Düz anlam ve yan anlam kuramlarının öncüsü olan Barthes düz anlamı göstergenin neyi temsil ettiği, yan anlamı ise nasıl temsil ettiği olarak tanımlamaktadır. Bartes’a

göre bir gösterge temelde bir düz anlam içermektedir. Sassure'ın da dediği gibi bir gösterenin dolaysız bir şekilde nesneyi adlandırdığını ya da açıkça neyi anlattığını ifade etmektedir. Bunun yanında göstergelerin yan anlamları da bulunmaktadır. (Bircan, 2015a). Yan anlamlar kültüre ve topluma bağlı olarak farklılık gösterirler. Barthes görsel öğelerin ilişkileneğinde düz ve yan anlamların var olduğunu söylemektedir. Düz anlam ve yan anlam birer düzlemi temsil etmektedir. Birinci düzlem düz anlam (dizisel) boyuttur. Bu düzlemde nesnelerin seçili olduğu düzlemdir. İkinci düzlem ise yan anlam (dizimsel) boyuttur. Seçilen öğeleri anlamlandırma bu boyut kullanılmaktadır (Karaman, 2017).

1.4. Göstergebilimin Önemi

Sosyolojik önemin yüzeysel olmaktan çok daha fazla olduğu sistemlere geçtiğimiz an dille karşı karşıya kalınmaktadır. Nesneler, görüntüler ve davranış kalıpları bir dili büyük ölçüde ifade edebilirler. Ancak hiçbir zaman özerk değildirler. Her dilsel sistem bir dilsel karışıma sahiptir. Görsel bir öğenin olduğu yerde anlam bir dilsel mesajın içinde çoğaltılarak onaylanır. Bu durumlara örnek olarak sinema, reklam, çizgi romanlar vb. verilebilir. İletişimin yapısı açısından bakıldığında örnek olarak verilen görsel mesajların bir kısmı aslında dilsel sistem tarafından ele geçirilmiştir. Genel bir ifade ile açıklamak gerekirse görsel nesneleri bir dil olmadan açıklamak ya da anlamaya çalışmak çok kolay değildir. Bir maddenin ne anlama geldiğini algılamak kaçınılmaz olarak bir dilin bireyselleşmesine dayanmaktadır. Yani dil olmadan belirlenmiş bir anlamı yoktur ve o dilde ifade ettiğinden başka bir şey değildir. Bundan dolayı dilsel olmayan kavramlar, nesneler vb. üzerinde çalışıldığında bunları ifade etmek için göstergebilim gerekmektedir (Barthes, 1967).

Göstergebilimin öneminin yanında Chandler da çalışmasında göstergebilimin güçlü ve eleştirilen yanlarına değinmiştir. Bunlardan bazıları şu şekildedir;

Göstergebilimsel çözümlemenin eleştirilen yanları;

- Bazı yaklaşımlar göstergebilimi “emperyalist” olarak eleştirmektedir. Çünkü göstergebilim birçok bilim dalına uyarlanmaya çalışılmaktadır.

- Göstergebilimsel çözümlemede çözümleme için kullanılan tekniğin sınırları belli değildir. Örneğin, Sassure'un göstergebilim yaklaşımı dilbilimsel bir yaklaşıma dayanmaktadır. Ancak fotoğraflar ve filmlerde bu yaklaşımla yorumlanmaktadır.
- Bazı göstergebilimciler çözümlemelerini öznel olmasına rağmen nesnel olarak sunmaktadır. Bazı göstergebilimciler ise geniş bir göstergeyi çözümlemeye tabi tutmak yerine yapmak istedikleri noktaları çözümlemeye tabi tutmaktadır.
- Genellikle göstergebilim bireysel okumalardan oluşmaktadır. Bundan dolayı genel geçerliliği tartışmalıdır.
- Göstergebilim biçimci ve soyuttur (Chandler, 1994).

Göstergebilimsel çözümlemenin kuvvetli yanları;

- Göstergebilim duruş, kıyafet, yazı, konuşma, fotoğraf, film, televizyon ve radyo gibi birçok alanı yorumlamayı sağlayan bir dizi yöntem sunmaktadır.
- Sless (1986) *"Dil hakkında bilgi edinmek için dilbilimcilere, resimler hakkında bilgi edinmek için sanat tarihçilerine veya eleştirmenlere ve farklı toplumlardaki insanların jest, kıyafet veya dekorasyon yoluyla birbirlerine nasıl işaret ettiğini öğrenmek için antropologlara danışıyoruz. Ancak tüm bu farklı şeylerin ortak yönlerinin ne olduğunu bilmek istiyorsak, dünyamızı inceleyebileceğimiz bir bakış açısı olan semiyotik bakış açısına sahip birini bulmalıyız."* (Sless, 1986) diyerek göstergebilimin çok yönlülüğüne vurgu yapmıştır.
- Göstergebilim temsil süreciyle ilgilenmekte ve onu sorunsallaştırmaktadır.
- Göstergebilim çağrışımsal anlamları ortaya koymaktadır. Göstergebilim aynı metnin farklı okuyucular için nasıl farklı anlamlar oluşturabileceğini ortaya koymaktadır.
- Göstergebilim dünya temsilinde hafife alınan şeylerin farkına varılmasına yardımcı olmaktadır. Göstergebilim her zaman bizlere aracısız bir

objektif gerçeklikle değil anlam yapısına sahip olan göstergelerle uğraştığımızı hatırlatmaktadır (Chandler, 1994).

Yukarıda ifade edildiği gibi göstergebilim dilsel olmayan kavramları ifade etmekte önemli bir yöntemdir. Turizmde dilsel olmayan bir kavram olduğu için turizmde göstergebilimin kullanımı önem arz etmektedir. Örneğin turda bulunan turistler kavramı ele alınırsa Peirce'in işaret kavramı turistlerin turdayken çevreyi anlamasına açıklayıcı bir teori sunmaktadır. Turistler seyahat esnasında yorumlama yapmaktadır. Pierce'in bu kavramı turistlerin mekanları nasıl ayırt etdiklerini ve bu mekanları gezerken dikkatini verdikleri şeyi tanımlamaya yaramaktadır. Çünkü turist için her şey eşit derecede ilgi çekici değildir (Metro-Roland, 2009). Turizm tanıtımı kavramını ele alırsak turistler seçtikleri destinasyonlar yoluyla kendi kimlik ve sosyal rollerini gösterirler. Turizmde bu sembolizmin bir formunu temsil etmiş olur. Buradan yola çıkarak turizm destinasyonlarının belirli bir sembolik deneyimi temsil ettiği söylenebilir. Bu sembolik değerler uygun işaret sistemleri kullanılarak turizm tanıtım amacı haline dönüştürülebilir (Echtner, 1999).

1.5. Göstergebilim Kavramının Tarihsel Gelişimi

Göstergebilimin temelleri 19. yüzyılda atılmıştır. Fakat işaret ve iletişimin üzerine düşünülmesi milattan önceki yıllara kadar dayanmaktadır. “Gösterge” kelimesi milattan önce 5. yüzyılda Parmenides ve Hipokrates tarafından semptom, kanıt, belirti anlamını taşıyan “tekmerion” kelimesi ile eş anlamlı olarak kullanılmıştır (Ünal, 2016). Aristo da 4. yüzyılda batı felsefesinde işaret bilimini ve onun iletişimde ve temsilde fonksiyonlarını ilk geliştirenlerden biri olmuştur. O kelimeler hakkında şunları söylemiştir;

“Ağızdan çıkan kelimeler zihinsel deneyimin sembolleridir. Yazılan kelimeler ise ağızdan çıkan kelimelerin sembolleridir. Herkes aynı şeyi yazmadığı gibi aynı ses tonuna da sahip değildir. Fakat görsel olarak deneyimlediğimiz şeyler gibi doğrudan simgelenen zihinsel deneyimler herkes için aynıdır.”

Aristo hem klasik hem de modern olan birçok bilgi teorisinin minimal unsurlarını tanımlamıştır. Bu unsurlar; Dünya da ki şeyler, zihinsel izlenimler ve yazılı-sözlü

ifadelerdir. Aristo'ya göre bu unsurların bir statüsü ve karşılıklı ilişkisi vardı ve aslında mesele paylaşılan bir gerçekliğin varlığı, insan deneyiminin tarihsel ve kültürel değişkenliği, özne-özne ve özne-nesne arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilere işaretlerin aracılık etmesidir (Klaus, 2015).

Bu dönemde Aristo zihinsel izlenimler ve yazılı-sözlü ifadeler olacak şekilde iki ana duyudan bahsetmiştir. Zihinsel izlenimler klasik bir işaret anlayışını hatırlatmaktadır. Bunlar görsel ya da kelimeler olarak karşımıza çıkmazlar. Fakat bir şeyin kanıt olarak meydana gelmesinden kaynaklanmaktadırlar. Örneğin; bir kişinin ateşinin yükselmesinin hastalık belirtisi olabileceği ya da bulutlu bir havanın yağmurun belirtisi olabilmesi. Yazılı ve sözlü ifadeler (iletişim araçları) ise geleneksel işaretler, sözel olarak kullanılan dil ve matematik işaretleri, doğal işaretler ve duyu verileri arasında modern bilimleri aydınlatmak için var olan ayrımı göstermektedir (Klaus, 2015).

Bunların yanında *“Prodicus, kelimelerin, etkili iletişimin temeli olduğunu; Plato, obje ve objenin ismini ayırmayı önererek isim verilen bir objenin ismi değiştirilip yeni isim konulursa yeni isminin de eskisi kadar doğru olacağını; Augustine of Hippas, dilin bilginin temeli olduğunu ve nesnelerin sembollerle öğrenildiğini belirtmişlerdir.”* (Mitcham'dan aktaran; Kayhan, 2015).

Yine bu dönemde Stoacılar da gösterge kavramı ile ilgilenmişlerdir. Stoacılar gösterge kavramına mantık ve dil açısından bakmışlar. Ayrıca gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiyi karşıtlık bağıntısı olarak ele almışlardır. Saussure göstergebilim için Fransızca *semiologie*'nin, Yunanca *semeion* kelimesinden geldiğini söylemiştir. Umberto Eco ise *semeion* kavramının Yunanlılar tarafından bir gösterge olarak kullanıldığını ifade etmiştir (Ünal 2016). Buradaki gösterge kavramı kendisi dışında herhangi başka bir nesnenin veya şeklin yerine geçmekte ve onu simgelemektedir. Yine Eco, Stoacıların gösterge kavramını genişlettiklerini ifade etmiştir. Bunların yanında Orta Çağda Moduşçular olarak anılan ve dil bilgisi ile uğraşan kişiler de dilin dünyayı yansıttığını söylenişler, anlam ve biçim arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışmışlardır. Antik çağda işaretler hakkındaki en dikkate değer tartışmanın Stoacılar ve Epikürcüler arasında olduğu görülmektedir. Konu doğal işaretler (doğal yollarla

ortaya çıkmış) ve geleneksel (iletişim amaçlı oluşturulmuş) işaretler arasındaki fark ile ilgiliydi (Karaman, 2017). Stoacılar için işaretin özü bizim semptom olarak bildiğimiz şeydi ve gösteren ve gösterilen arasındaki karşılık bulunmaktaydı (Rifat, 2009). Epikürcüler ise göstergelerin mantıklı bir özellik olduklarını, bir ifadeden ziyade doğrudan gözlemlenen bir obje olduklarını ifade etmişlerdir. Örneğin, ateşin bir işareti olan gözlemlenen dumandır. “Orada bir duman var” cümlesi ile ifade edilen ateşin işareti değildir. Epikürcüler işaretlerin işaret ettikleri şey olması gerektiğini ileri sürmüşlerdir. Sözlerin ve yazıların “ifadeleri” işaret ederken, entelektüel fikir olan ifadelerin kendilerini işaret etmediklerini ileri sürmüşlerdir. Bundan dolayı ifadeler kendilerini doğrudan ifade etmedikleri sürece bir işaret olmayacaktır. Ayrıca okuma yazma bilmeyen ve normal hayvanlara kıyasla daha basit hayvanların “önerme mantığı (modus ponens)” ile muhakemede yeteneklerinin olmadığını fakat yorumlama yeteneklerinin olduğunu iddia etmişlerdir (Clarke, 1987).

Batılı anlamda göstergeler üzerinde çalışmalar Aziz Augustine’nin yaptığı çalışmalarla Orta Çağa kadar uzanmaktadır. Augustine kendi teorisi olan “geleneksel işaretler” teorisini geliştirmiştir. O klasik yorumcuların aksine “felsefi incelemeye uygun olan nesneler olarak işaretler” görüşünü desteklemiştir. Bu görüşü Hristiyan anlayışını merkezine alan bir yaklaşımı ifade etmektedir (Cobley, 2014).

Bilginin sadece dış dünyada elde edilen deneyimle elde edildiğini söyleyen ampirist görüş 18. yüzyılda bilimin temelini deney, çıkarım ve gözleme dayalı olduğunu söyleyen bir bilgi felsefesi geliştirmiştir ve bu şekilde elde edilen bilginin dış dünyada faydalı olduğunu savunmuştur. 17. Yüzyılın önemli ampiristi John Locke ise deneyimden bağımsız zihin ve düşünce yasalarının var olduğunu iddia etmiş ve İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Deneme adlı eserinde göstergebilime özel bir yer ayırmıştır. Bunun nedenini ise zihnin “şeyleri” anlaması veya insanın bildiklerini karşı tarafa aktarmada çeşitli göstergeler kullanmasından dolayı olduğunu ifade etmiştir (Ünal, 2016). Fransız matematikçi J.H. Lambert de Locke’un bu eserinden etkilenmiş ve daha sonra Yeni Organon isimli bir eser kaleme almıştır. Eserindeki “Semiyotik” bölümünde düşünceler ve nesneler üzerinde bir teori oluşturmuştur. Bu teori düşüncelerin ve nesnelerin nasıl adlandırıldığı ve belirtildiği ile ilgilidir. Bunların

yanından E. Husserl, B. Bolzano, Hoene-Wronski, gibi araştırmacılar ve filozoflar da göstergeler üzerinde çalışmalar yapmışlardır. Göstergebilimin ilk dönemi olarak adlandırabileceğimiz bu ilk dönemlerde daha çok dil felsefesi üzerine çalışılmıştır. Bu dönem çağdaş göstergebilimin temellerinin atıldığı dönem olarak karşımıza çıkmaktadır (Dervişcemoğlu, 2008).

İkinci Dünya Savaşından sonraki yıllarda insan bilimlerine olan ilgi artmıştır. Bunun sonucu göstergebilime de yansımış ve bu alanında yapılan çalışmalarda hız kazanmıştır. Bu dönemde kimi bilim insanları sadece tek bir bilim dalı ile ilgilenirken, kimileri ise birkaç bilim dalını birleştirerek yeni yaklaşımlar ortaya koymuştur. Bu yaklaşım göstergebilim alanına da yansımış ve diğer bilim dallarıyla birlikte ele alınan göstergebilimin alanı genişlemiştir. Bu dönemde yazınsal yorum, bilim metin çözümleme, eleştiri, söz bilim, alımlama estetiği, yazınbilim, okumanın yazınbilimi, biçembilim, anlatıbilim, metin dilbilim, yazın toplumbilimi, yapı bozucu eleştiri gibi bilimsel alanlarla birlikte ele alınan göstergebilim giderek gelişme göstermiştir (Rifat, 1998).

Modern göstergebilimin gelişimine bakıldığında bir dil bilimci olan Ferdinand de Saussure (1857-1913)' un ve bir filozof olan Charles Sanders Peirce (1839-1914)' ın bu alana çok fazla katkı yaptıkları görülmektedir (Yakin ve Totu, 2014).

Peirce göstergebilime bilgi felsefesi açısından bakan ilk filozof olmuştur. Göstergebilimin edebiyat ve dilbilimin dışındaki alanlarda da uygulanabileceği fikrini de ilk defa kendisi ortaya atmıştır (Karaman, 2017).

Charles Sanders Pierce'in göstergebilim anlayışı mantığa dayanmaktadır. Pierce'in bakış açısında mantık ve göstergebilim ilişkisi, simgeleme ve soyutlama eylemlerini araştırır (Parsa ve Parsa, 2012) ve onun için en önemli şeylerden biri göstergenin mantıksal işlevidir (Erkman, 1987). Pierce göre yorumlama süreci gösterge, yorumlayan ve nesneden oluşmaktadır. Bu süreç yorumlayıcının nesneyi algılaması daha sonra algılanan nesneyle ilgili zihinde bir gösterge belirmesi ve göstergenin zihinde yer tutma sürecidir (Özmkas, 2009).

Çağdaş göstergebilimin bir diğer önemli ismi olan Ferdinand de Saussure ise 1916 yılında yayımlanan ilk kitabında dilbiliminin ilk bölümünü oluşturan işaretlerle ilgili olarak genel bir bilimin varlığının ilk bölümünü ortaya koymuştur. Saussure' a göre dil ve dil dışında kullanılan iletişim dizeleri göstergelerden oluşmaktadır. (Yalçın, 1997). Bu nedenle göstergebilim, özü ve sınırları ne olursa olsun herhangi bir işaret sistemine girmeyi amaçlar. Bunlar; bir ritüel, kongre veya halk eğlencesinin içeriğini oluşturan imgeler, jestler, müziksel sesler, nesneler ve bunların karmaşık birliktelikleri olabilirler. Örneklerden de anlaşılacağı gibi göstergebilimin inceleme alanı sadece dil değildir, anlamlandırma sistemleri de göstergebilimin inceleme alanına girmektedirler (Barthes, 1967).

Saussure, ölümünden sonra öğrencileri tarafından kitap haline getirilen Course in General Linguistics (Genel Dilbilim Dersleri) de Göstergebilim adı altında tasarladığı bilimin tanımını şöyle yapar:

“Toplumda göstergelerin yaşamını inceleyen bir bilim düşünülebilir. Genel psikolojinin bir sonucu olarak sosyal psikolojinin bir bölümü olacaktır. Ben bunu göstergebilim olarak isimlendireceğim (Yunanca ‘semeion’ (gösterge) kelimesinden esinlenerek). Göstergebilim neyin göstergeleri oluşturduğunu, hangi kuralların göstergeleri yönettiğini gösterecektir. Böyle bir bilim henüz var olmadığından bunun ne olacağını kimse söyleyemez. Fakat o var olma hakkına ve önceden belirlenmiş bir yere sahiptir. Dilbilim, genel göstergebilimin yalnızca bir parçasıdır ve göstergebilim tarafından keşfedilen yasalar dilbilim için geçerli olacaktır. Ayrıca Göstergebilim antropolojik gerçekler yığını içinde iyi tanımlanmış bir alanı sınırlayacaktır.” (Saussure, 1959).

Buradan da anlaşılacağı gibi Saussure göstergebilimin toplumsal yanıyla ilgilenirken, Pierce göstergebilimin mantıksal yanı ile ilgilenmiştir (Güneş, 2013b).

Saussure göstergebilimin ileride her türlü iletişim bilimini inceleyen bir bilim dalı olacağını iddia etmiştir. Bu alanda yaptığı çalışmalar göstergebilime yol gösterici olmuştur. O ayrıca göstergebilimi en kapsamlı toplum bilimi olarak tasarlamış ve Roland Barthes' in aksine dilbilimin göstergebilimin bir dalı olduğunu ifade etmiştir.

Barthes ise ilerleyen yıllarda çeşitli kültürel dizgeleri incelemiş, dilbilimin göstergebilimden bağımsız olduğunu savunmuştur. Barthes'ın bu yaklaşımı göstergebiliminin bağımsız bir bilim dalı olmasında çok etkili olmuştur (Erkman, 1987). Barthes, göstergebilimsel çözümlemelerinde moda, mutfak, reklam vb. birçok dizgeyi ele almıştır. Barthes bu dizgeleri incelerken anlamlama kavramı kullanmıştır. Anlamlama kavramı; göstergeler ile onun yan anlamları arasındaki bağlantıyı ifade etmektedir (Ataş, 2018).

İtalyan göstergebilimci Umberto Eco; Saussure, Peirce ve Jacobson'un görüşlerinden etkilenmiş ve kendine özgü bir alımlama göstergebilimi geliştirmiştir. Eco yapıtlarında görsel nitelikli dizgeler üzerine çalışmış ve bu göstergeleri çözümlemiştir. Bunların yanında dil felsefesi ve göstergebilim arasındaki ilişkiyi araştırmış ve okuma eyleminin göstergebilimsel bir modelini ortaya koymuştur (Güneş, 2013b).

Viggo Bröndal ve Louis Hjelmslev önderliğinde 1931 yılında kurulan Kopenhag dilbilim okulu Saussure'un görüşlerinden etkilenmiş ve onun görüşlerini geliştirmişlerdir. Hjelmslev kendine özgü göstermek için dilbilim yerine *glosematik* terimini kullanmış ve doğal dillerin yanında bütün dillere de uygulanabilecek soyut, mantıksal ve tümdengelimli bir dilsel mantık tasarlamıştır (Vardar, 1982).

1960' lı yıllardan başlayarak göstergebilimin çeşitli alanların ilgi alanına girdiği görülmektedir. Dilbilimci Emile Benveniste, Saussure'un "göstergenin öz niteliği" konusundaki düşüncesine karşı çıkmıştır. O gösteren ve gösterilen arasındaki bağıntının nedensiz değil zorunlu olduğunu ifade etmiştir (Güneş, 2013b).

Göstergebilimin yazınsal olarak gelişmesine bakıldığında Rus Biçimcilerin katkısı önemli bir şekilde görülmektedir. Rus Biçimcileri yazını toplumsal etkilerden uzak, tamamen bağımsız ilkelerle ele almak istemişlerdir. Onların belki de bu konudaki en önemlisi Vladimir Propp dur. Propp masallar hakkında; masalların görünürde çok çeşitli ve renkli olduğunu fakat temelde tek bir biçime sahip olduklarını ifade etmiştir. Propp' un amacı bu çeşitlik altındaki temel düzeni bulup bu düzeni sağlayan işlevi ortaya çıkarmaktır. Ona göre masallarda temel işlevi kişilerin eylemleri oluşturmaktadır.

Eğer bu eylemleri her masalda değişiklik gösteren kişilerin niteliklerinden soyutlarsak bu düzeni sağlayan 31 işlev buluruz. Bu işlevleri; yasaklama, uzaklaşma, suça katılma, bilgi toplama, soruşturma, aldatma, çiğneme, kötülük (eksiklik), karşıt eylemin başlangıcı, aracılık (geçiş anı), gidiş, kahramanın tepkisi, bağışçının ilk işlevi, büyülü nesnenin alınması, özel işaret, iki krallık arasında yolculuk, çatışma, zafer, giderme, geri dönüş, yardım, izleme, kimliğini gizleyerek gelme, güç iş, güç işi yerine getirme, tanıma, evlendirme, ortaya çıkarma, biçim değiştirme, asılsız savlar, cezalandırma, olarak tanımlamıştır (Burunsuz, 2007).

1950’li ve 1960’lı yıllardan sonra göstergebilim Fransa’da da gelişen bir bilim dalı olmuştur. Greimas’ ın yaptığı çalışmalar göstergebilimin kendi kendisine yeten bir bilim dalı olmasını sağlamıştır. Greimas yazınsal (şiir, tiyatro) ve yazınsal olmayan (dinsel söylem, hukuk, bilim, siyaset) öğelere ve görsel sanatlara uygulanan bir göstergebilim geliştirmiştir. Bu çalışmalarıyla anlam taşıyan her ögenin hem evrensel (kişiden kişiye değişmeyen) hem de kişiden kişiye, topludan topluma göre değişen anlamlarını ortaya koymuştur. 1960 ve 1980 yılları arasında açılan Paris Göstergebilim Okulu ise uygulama olarak daha çok yazını seçmiştir. Bunun yanında masalları da göstergebilimin bir ögesi olarak kullanmışlardır. Bu çalışmalarında yazınsal metinleri derinlemesine araştırmışlardır (Çelebi, 2009).

Modern göstergebilimin gelişmesinde bu isim ve kuruluşların yanında Roman Jakobson, Mihail Bahtin, Julia Kristeva ve Tzvetan Todorov da etkili olmuştur. Jakobson Rus Biçimcileri arasında yer almış ve Prag Dilbilim Çevresinin kurulmasında etkili olmuştur. O göstergebilime edebiyat bilimi açısından yaklaşmış ve edebiyatın ayrı bir inceleme alanı olması gerektiğini savunmuştur. Jakobson edebiyatı bir dil olayı olarak görmüştür. Ona göre edebiyat kendi bilimsel kavram ve ilkelerini içermelidir (Dervişcemoğlu, 2008).

Mihail Bahtin ise “diyalojizm” kavramıyla dikkatleri üzerine çekmiştir. Diyalojizm, 1960’ lı yıllarda Julia Kristeva’nın etkisiyle “metinler arası ilişkiler” kavramıyla ilişkilendirilmiştir. Buna göre insanlar arasında bir etkileşim ve söyleşim olgusu bulunmaktadır. Bahtin, metinlerin kültürel, tarihsel, toplumsal ve çevreleriyle ele alınması gerektiğini savunmuştur. Böylece metinler hem onu okuyan ve

dinleyenlerle hem de ondan önceki metinlerle bir ilişki oluşturur. Son olarak Todorov da Bahtin'in edebiyat kavramından etkilenmiş ve metinleri çözümlemede bir anlatı çözümleme modeli geliştirmiştir (Dervişcemoğlu, 2008).

Bugün göstergebilim medya kurumları tarafından en önemli yaklaşımlardan biri olarak algılanmaktadır. Şöyle bir bakıldığında göstergebilimin televizyona, tıp alanına, mimariye, tiyatroya, edebiyata, söylemlere, iletişime vb. birçok alana uygulandığı görülmektedir. Yoruma dayalı olan göstergebilim her şeyin anlamını açan bir bilim dalı olarak görülmekte ve birçok alanda çeşitli yöntemlerle kullanılmaktadır (Çelebi, 2009).

1.6. Günümüz Göstergebilim Kuramcıları

1.6.1. Ferdinand de Sassure

Ferdinand de Sassure genel dilbilim kuramının temelini atan bir dil bilimcidir ve modern dil bilimin kurucusu olarak tanınmaktadır (Demir, 2009). Sassure 'un göstergebilim teorisinde gösterge; gösteren (işitim imgesi) ve gösterilen (kavram) adında iki bileşenden oluşmaktadır. İki bileşen arasındaki bağ rastlantısalıdır. O dilbilim alanındaki işaret teorisini, dilbilimsel işaretler teorisinin daha temel bir zeminde olması gerektiğini düşündüğünde ortaya çıkarmıştır (Yakin ve Totu, 2014). Bu düşünceden yola çıkarak 1907 ve 1911 yıllar arasında öğrencileri tarafından toplanan notlarından onun “semiology – göstergebilim” terimini ileri sürdüğü görülmektedir. Bu notlar “Genel Dilbilim Dersleri” adıyla bir kitap olarak yayımlanmıştır (Sınırdere, 2015). Bu çalışmalar yapısalılık olarak da bilinen dilbilim kuramının etkili bir kaynağı olmuştur. Saussure'un teorisinin özü ve birincil odağı, dili bir işaret sistemi olarak vurgulayan ilkedir ve dil diğer dizgelerin kolay anlaşılmasını sağlamaktadır (Demir, 2009). Ona göre dilbilimsel işaretler veya dil sistemi, gerçek dünyada var olan diğer işaret sistemlerine kıyasla en üstün işaret sistemidir, çünkü gerçekliği inşa etmede önemli bir rol oynamaktadır. Sassure dilin kullanımından ziyade dilin altında yatan sisteme odaklanmaktadır (Tüccar, 2015).

Saussure' a göre göstergeye ait birtakım özellikler vardır. Bunlardan biri, nedensizlik ilkesidir. Bu ilkeye göre gösteren ve gösterilen arasındaki bağ nedensizdir.

Bunu bir örnekle açıklamak gerekirse “kardeş” kavramının kendisine gösterenlik yapan k-a-r-d-e-ş dizgesi ile hiçbir ilişkisi bulunmamaktadır. Başka herhangi bir kavramda kardeş kelimesini temsil edebilirdi. Diller arasındaki farklılıklarda bu görüşü doğrulamaktadır. Örneğin; İngilizce “sibling” kelimesi de kardeş kavramına gösterenlik yapmaktadır. Bu durum topluluklarda istem dışı oluşmakta ve herkes tarafından kabul edilen bir toplumsal sözleşme gibidir (Sassure, 1998).

Göstergelerin diğer özelliği de çağrışım ilişkisidir. Saussure’ a göre gösteren ile gösterilen arasında bir çağrışım ilişkisi bulunmaktadır. Bu durum şu şekilde gerçekleşmektedir. Örneğin “gözlük” nesnesini ele alalım. “Gözlük” kelimesini duyunca zihninizde “gözlükçü” kelimesi canlanabilir; anlam yakınlığı bakımından da “lens” kelimesini düşünebiliriz; biçim yönünden “önlük” ve ses bakımından da “sözlük” kelimelerini çağrıştırmaları da mümkün olabilir (Dinçer, 2006).

Sassure’ a göre göstergelerin bir diğer özelliği değişmezlik ve değişebilirlik ilkesidir. Ona göre dil değişmezdir. O bu durumu dört başlık altında açıklamıştır. Birincisi, göstergelerin oluşturulmasında hiçbir akılcı unsur bulunmamasıdır. Mevcut bulunan göstergeler daha önce de belirtildiği gibi nedensiz bir şekilde ortaya çıkmıştır. Nedeniz bir şekilde ortaya çıkan dilde bulunan göstergeleri de değiştirmek için herhangi bir akılcı neden üretemeyiz. İkincisi, dildeki göstergelerin sayıca sınırsız olmasından kaynaklanmaktadır. Sınırlı sayıda gösterge olsaydı belki değişim mümkün olurdu ancak dilde sonsuz sayıda gösterge vardır ve bunları değiştirmek mümkün değildir. Üçüncüsü, dilin çok karışık bir dizgeye sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Sassure bu karmaşıklığın ancak mantıkçılar ve dilbilimciler tarafından çözümlenebileceğini fakat onların bile bunu başaramadıklarını ifade etmektedir. Dördüncüsü ise dile her an herkesin katılmasıyla ilgilidir. Dil onu kullanan herkesin etkisi altındadır. Bundan dolayı dilde köklü bir değişiklik yapılamaz (Badem, 2019).

Birbirine zıt görülse de Sassure aynı zamanda göstergelerin değişebilir olduğunu da ifade etmiştir. Örneğin; feylesof kelimesi günümüz Türkçesinde filozof olarak kullanılmaktadır. Burada iki gösterge de ses yönünden ve dilbilgisi yönünden değişime uğramış olsa da kavram olarak aynı şeyi ifade etmektedirler. Sassure bu iki birbirine zıt ifade ile aslında şunu demektedir: “Dil değişir ancak bireyler tek başlarına onu

değiştiremez, dil dokunulmazdır ama bu dilin bozulmayacağı anlamına gelmez” (Badem, 2019).

Göstergelerin bir başka özelliği çizgiselliktir. Göstergelerin çizgiselliği göstergeyi oluşturan birimlerin art arda sıralanması demektir. Göstergelerde birbirini izleyen iki ögenin aynı anda söylenemediği görülmektedir. İşte bu birleşimi Sassure *dizim* olarak ifade etmektedir. Dizimdeki ögeler değerlerini dizimde bulunan diğer ögeler olan ilişkisinden almaktadır. Bu ilişki dışında aralarında ortak yön bulunan sözcüklerde çağrışım yoluyla hafızlarda birbirleriyle bağıntı kurmaktadır (Bircan, 2015b).

Saussure, göstergelerin diğer göstergelerle ilişkisi üzerinde durmuştur ve aradaki bu ilişkinin anlamı inşa ettiğini düşünmüştür. Örneğin; bıçak göstergesinin anlamı, kendisi ile aynı kategorideki nesnelere bakılarak ortaya çıkmıştır. Çünkü bıçak başka bir nesne değildir. Bıçağın yaptığı iş diğer bıçaklarla aynıdır. Bundan dolayı da diğer nesnelerden ayrılır ve sahip olduğu anlamını bu şekilde kazanmıştır (Dinçer, 2006).

Saussure ‘un işaret teorisi, düşünceyi anlama sürecine, insanın çevresini saran somut ve soyut yapılarıdaki insanın düşünce aktivitesine, insanların birbiriyle iletişim kurmasını sağlayan dil sistemindeki dilsel işaretlerin yapısına ve tüm bunların arasındaki iç yapıya vurgu yapmaktadır. Saussure'un teorisi, “dil gerçeği yansıtmaz, aksine onu inşa eder” düşüncesinin savunucusu olarak kabul edilir. Çünkü dil sadece dünyada var olan şeyler için değil var olmayan şeyler içinde kullanılmaktadır (Yakin ve Totu, 2014). Örneğin; güneş ışınlarını bir prizmadan geçirirsek güneş tayfını (spektrumu) elde ederiz. Burada Güneş ışınlarının içinde bulunan renkleri görürüz. Bu renkleri turuncu kırmızı, mavi sarı, yeşil, mor ve lacivert olarak ayrılmaktadır. Oysa doğada böyle bir ayırım yoktur. Buradan anlaşılıyor ki renkler dil vasıtası ile ayrılmaktadır ve doğada böyle bir ayırım yoktur (Moran, 1999). Daha önce de belirtildiği gibi Sassure ‘un bu ilkesi “yapısalcılık” olarak da bilinmektedir ve onun bu yaklaşımı diğer bilim dallarıyla ilgilenen bilim insanlarına da ilham olmuştur (Cossu, 2015).

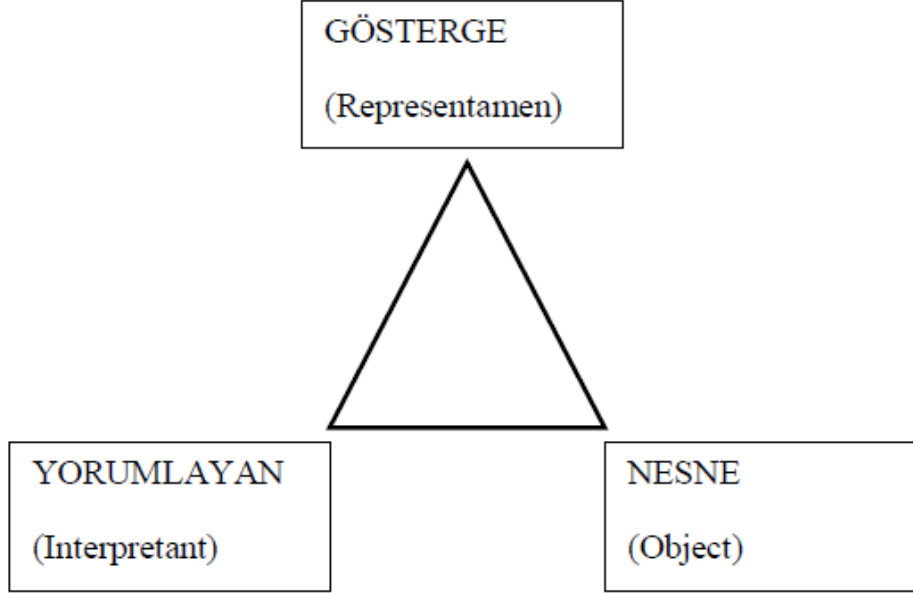
1.6.2. Charles Sanders Pierce

Göstergebilimin bağımsız bir bilim dalına dönüşmesini sağlayan kişilerden biri de mantıkçı, matematikçi ve felsefeci C.S. Pierce dir. Onun yaklaşımında göstergebilim hem dilsel hem de dil dışıdır. Pierce göstergebilimin her çeşit olguyu inceleyebileceğini düşünmüştür. Pierce'in göstergebilim kuramına bakıldığında onu yalnız dilbilgisi, gerçek anlamıyla mantık ve yalnız söz bilim olarak üç bölüme ayırmıştır (Rifat, 2009).

Pierce'in yaklaşımında göstergelerin eksiksiz bir şekilde sınıflandırdığı görülür. O göstergeleri üçlüklere ayırarak ele almıştır. Bundan dolayı çalışmalarının son aşamasına bakılacak olursa 10 üçlük ve 66 sınıf içeren bir göstergeler dizesi tasarladığı görülmektedir (Rifat, 2009).

Pierce gösterge tanımını şu şekilde yapmaktadır: “Bir **gösterge** [İng. sign] ya da *representamen*, bir kişi için, herhangi bir şeyin yerini, herhangi bir bakımdan ya da herhangi bir sıfatla tutan bir şeydir. Birine yöneliktir, bir başka deyişle bu kişinin zihninde eşdeğerli bir gösterge ya da belki daha gelişmiş bir gösterge yaratır. Yarattığı bu göstergeyi ben birinci göstergenin **yorumlayanı** (İng. *interpretant*) olarak adlandırıyorum. Bu gösterge bir şeyin yerini tutar, yani **nesnesinin** [İng. object] yerini. Burada görüldüğü gibi gösterge (*representamen*), yorumlayan (*interpretant*) ve nesne kavramları Pierce'in en önemli üçlü ayrımlarından biridir” (Rifat, 1998). Bu durumu daha iyi açıklamak için şu örneği verebiliriz; elimizde bir x **göstergesi** olsun buradaki x, bir y **nesnesini** ya da olgusunu, bir z **yorumlayanı** için göstermektedir. Yani x göstergesi tek başına bir anlam ifade etmez, her zaman y **nesnesi** ya da olgusu ve z yorumlayanı ile birlikte, üç yönü bulunmaktadır (Demir, 2009). Başka bir örnek ise; **göstergesi** bir belirteç olarak düşünebiliriz. Örneğin bir ateşin var olduğunu belirten duman, **nesne** ise burada ateş olmaktadır. *Interpretant* (yorumcu) ise **gösterge** ve **nesnenin** bizim anladığımız ilişkisidir. Pierce için *Interpretantın* (yorumcu) önemi, anlamın gösterge ve nesne arasındaki basit bir ikili ilişki olmamasıdır. Bu bakış açısı *Interpretantı* (yorumcu) işaretin içeriği konusunda merkez kılar. Böylece bir göstergenin anlamı göstergenin kullanıcılarında oluşturduğu yorumda kendini gösterir (plato.stanford.edu).

Şekil 1: Pierce'in Gösterge Şeması



Kaynak: Reşber, 2013

Pierce'in göstergelerin sınıflandırılması için yaptığı bir diğer üçleme ise **görüntüsel gösterge** (icon), **belirti** (index) ve **simge** (symbol) üçlemesidir.

- **Görüntüsel Gösterge (Icon);** Belirttiği şeyi doğrudan doğruya temsil eden işarettir (Rifat, 2009). Görüntüsel göstergede icon ile nesne arasındaki benzerlik ilişkisi üzerinde durulmaktadır. Bir şeyin görüntüsel gösterge olduğundan söz etmek için o şeyin var olması ve görüntüsel göstergesiyle arasında bir benzerlik olması gerekmektedir. Bir kedinin fotoğrafını ele alırsak ve fotoğrafa biçimsel, renksel ve orantısal boyuttan bakıldığında göndergesinin birçok özelliğini taşıdığı görülebilir. Bu fotoğraf kediyi temsil edebilir fakat yerine geçemez (Başoğlu, 2019). Yani görüntüsel göstergeler nesnesinin sahip olduğu benzerliklerinden dolayı nesnesine gönderme yaparlar.

- **Belirti (Index);** Nesnesi ortadan kalktığında gösterge olma özelliğini kaybeden göstergedir. Burada gösteren ve gösterilen arasında fiziksel ya da nedensel olarak bağlantı söz konusudur. Yani arada neden-sonuç ilişkisi bulunmaktadır. Buna örnek olarak duman-ateş örneği verilebilir. Duman görüldüğünde bir yerde ateş olduğu

anlaşılabilir ya da yanık kokusu alındığında bir yerlerde bir şeylerin yandığı (örneğin; yemek) anlaşılabilir (Başoğlu, 2019).

- **Sembol (Symbol);** Yorumlayıcı olmaması durumunda gösterge olma özelliğini kaybeden göstergedir. Simgeler, insanlar arasındaki ilişkiler sonucu ortaya çıkmışlardır. Örneğin sözcükler, çünkü bir dildeki sözcüklere verdiğimiz anlamlar sonucu ortaya çıkmışlardır. Sözcükler uzlaşmaya dayalıdır. Yani göstereni ile gösterileni arasında toplumsal uzlaşma bulunan göstergeler **simge** olurlar. Trafik ışıkları, bayraklar vb. de simgelere örnek olarak gösterilebilir. Trafik ışıklarının ve bayrakların ne ifade ettiklerini hepimiz biliriz. Bu durum aslında bir toplumsal uzlaşma ya da kurallar vasıtası ile ortaya çıkmıştır (Başoğlu, 2019).

1.6.3. Roland Barthes

Çağdaş göstergebilimin bir diğer önemli ismi de Roland Barthes'dır. Barthes'ın yaklaşımına bakıldığında kendine has olduğu görülmektedir. O bu yaklaşımıyla daha çok popüler kültür çözümlemeleri üzerinde çalışmıştır. Geliştirdiği yapısal çözümleme yöntemi anlam taşıyan olguları (giyim, mobilya, mimari vb.) içermektedir. Barthes bu olguları anlamlama (signification) kavramı aracılığı ile göstergebilime bağlamaktadır (Karaman, 2017). Anamlama gösteren ve gösterileni birleştiren ve ürünü gösterge olan bir süreçtir. Barthes gösteren ve gösterilenin birleşiminin anlamı tam olarak ortaya çıkarmadığını belirtmektedir. Çünkü anlamlama sürecinin tamamlanması için ortaya bir gösterge çıkmalıdır. Barthes'a göre göstergeler sadece gösteren ve gösterilenin birleşiminden oluşmazlar, onları çevreleyen bir çevre bulunmaktadır. Yani gösterge kendi etrafından değer üretir. Bu değer zihnin tek başına üretemeyeceği bir değerdir (Barthes, 1967).

Roland Barthes'ın göstergebilime katkılarını daha iyi anlayabilmek için onun *Göstergebilimin İlkeleri* kitabındaki kavramları irdelememiz gerekmektedir.

- **Dil (Langue);** Sosyal bir kurum ve değerler sistemidir. Sosyal bir kurum olarak, dil önceden tasarlanmamış ve bir eylem değildir. Bireyler dili kendi başına yaratamaz ya da değiştiremez; iletişim kurmak istenildiği zaman kabul edilmesi gereken toplumsal bir sözleşmedir. Dahası bu sosyal ürün, kendi kurallarına sahip bir oyun gibi özerktir, çünkü sadece bir öğrenme süresinden sonra kullanılabilir. Değerler

sistemi olarak, bir dil çeşitli sayıdaki elementlerden oluşmaktadır. Bu elementlerin her biri aynı zamanda olur, belirli bir sayıdaki şeye eşdeğerdir, büyük bir faaliyet döneminde olur ve koşullara göre farklılık gösteren bir düzende bulunur (Barthes, 1967).

- **Söz (Speech);** Hem kurum hem de sistem olan dilin aksine, konuşma aslında bireysel bir seçim ve gerçekleştirme eylemdir. Konuşma aslında, kişilerin konuşma konusuna neden olan kombinasyonu ifade etmek için dilin kodunu kullandığı ilk yerde yapılmaktadır. İkinci olarak konuşma, kişilerin bu kombinasyonlarını dışarı aktarmasına izin veren sosyo-fiziksel mekanizma ile gerçekleşmektedir. Bir konuşma aynı göstergelerin tekrarından oluşmaktadır. Yani göstergeler, her bir göstergesi bir dilin elementi olan aynı konuşmanın içinde birbirini takip eden söylevlerdir. Ayrıca konuşma, aslında saf bir yaratım değil, bireysel bir eyleme karşılık gelen birleştirici bir faaliyettir (Barthes, 1967).

- **Gösterge (Sign);** Bir gösterge, gösteren ve gösterilenin birleşmesinden oluşmaktadır. Gösteren düzlemi anlatım düzlemini; gösterilen düzlemi ise içerik düzlemini ifade etmektedir. Hjelmslev her düzlemin iki katman içerdiğini söyleyerek bu iki düzlemin her birine yeni bir ayrım getirmiştir. Bunlar *biçim(form)* ve *töz(substance)* dür. Biçim, dilbilim tarafından herhangi bir ekstra dilbilimsel teoriye başvurulmadan kapsamlı, basit ve tutarlı bir şekilde tarif edilebilir. Töz ise dilbilimsel olaylara başvurmadan tarif edilemeyen dilbilimsel olayların bütün yönleridir (Barthes, 1967).

- **Gösterilen (Signified);** Gösterilen, bir şeyin zihinde oluşturduğu yansımayı ifade etmektedir. Bu yansıma gösterge ve sembolün karakteristiği ile yakından ilişkilidir. Örneğin boğa kelimesinin gösterileni hayvan olan boğa değil, zihinsel görüntüsüdür (Barthes, 1967).

- **Gösteren (Signifier);** Gösterenin doğası gösterilenin doğası ile kabaca aynıdır. Bu salt bir ilişkidir ki tanım ile gösteren gösterilenden ayırt edilemez. Tek fark gösterenin bir aracı olmasıdır. Yani gösterenin yapısı fiziksel (ör: ses, resim, obje) olmalıdır. Gösterenin bu fiziksel yanının yine aynı gösterenin fiziksel olmayan yanından ayılması gerekmektedir. Ancak bu şekilde gösteren ortaya çıkabilir (Barthes, 1967).

- **Anlamlama (Signification);** Gösterge iki yönlü ses, görsellik vb. dilimidir. Anlamlama ise bir gösteren ve gösterileni birbirine bağlayan ve ürünü gösterge olan bir süreçtir. Değerini çevresinden alan gösterge için gösteren ve gösterilenin birleşmesi anlamsal hareketi tüketmez. Çünkü zihin anlamsal süreçte birleştirerek değil bölümlleme yaparak işlem yapar (Barthes, 1967).

- **Değer (Value);** Göstergeyi birleşimi açısından değil çevresi açısından ele almayı ifade etmektedir. Değer dil kavramı ile sıkı bir ilişki içindedir. Dil ise söz kavramıyla karşıttır. Değere dilbilim-ruhbilim açısından bakıldığında dilbilime yakındır (Barthes, 1979).

- **Dizim (Syntagm);** Dizim, aynı anda bir arada bulunan öğeleridir. Başka bir ifade ile bir çözümlemeye tabi tutulacak gösterenlerin düzenli birleşimidir (Atabek ve Atabek, 2007). Örneğin; *renklerin kesintisiz tayfi* cümlesinde sözcükler-dizimler cümle vasıtası ile daha anlaşılır hale gelmiştir. Dizim bir zincirdir. O hem bir zincirin kesintisizliğidir hem de bu zincirler birbirine bağlı olduğundan eklemcilik özelliği taşımaktadır. Burada zincirin her bir halkası bir göstergedir yani dizimdir. Dizimsel birimler dizgeler için belirlenmiştir ve dizin zinciri içerisinde ortaya çıkarılan birimlerin bu zinciri nasıl oluşturduğuna dair ilkeler taşımaktadır (Bircan, 2015a). Dizimsel çözümleme ise metnin görünen anlamını ele almaktır. Örneğin, dizimsel çözümleme ile *renklerin kesintisiz tayfi* cümlesinin yapısı ve onu oluşturan parçaların arasındaki ilişkiler ele alınmış olur (Atabek ve Atabek, 2007).

- **Dizge (System);** Dizge, “dizimsel düzlemin tersine aynı anda bir arada bulunmayan öğelerin zihinsel çağrışımlar yoluyla birbirine bağlanmasıdır” (Bircan, 2015a). Bu çağrışımların bir kısmı söz bir kısmı da anlam benzerliğinden oluşmaktadır (Barthes, 1979).

Tablo 1: Dizim-Dizge Farkı

	Dizim	Dizge
Giysi	Bedenin aynı noktasında, aynı anda bulunamayacak olan ve değişimi giyimse! bir anlam değişmesine yol	Aynı kıyafette değişik öğelerin yan yana bulunması: <i>Etek, bluz, ceket.</i>

	açan parçalar, ek parçalar ya da ayrıntılar öbeği: <i>Takke / bere/ şapka</i> , vb.	
Besin	Bir yemeğin, belli bir anlamla ilişkili olarak seçildiği, benzerlik ve ayrılıklar sunan yiyecekler öbeği: Giriş yemeği, kızartma ya da soğukluk türleri.	Yemek boyunca seçilen yemeklerin gerçek zincirlenişi: Bu mönüdür.
Mobilya	Aynı mobilyanın (bir yatak) üslup değişikliklerinin oluşturduğu öbek.	Değişik mobilyaların aynı uzamda yan yana getirilmesi (yatak, dolap, masa, vb.)
Mimarlık	Bir yapıdaki öğelerden birinin üslup bakımından gösterdiği çeşitlilik, değişik dam, balkon, giriş, vb. biçimleri.	Yapının bütünü içinde ayrıntıların birbirine bağlanması

Kaynak: (Barthes, 1993)

- **Düz Anlam (*Denotation*) ve Yan Anlam (*Connotation*);** Barthes düz anlamı, anlamlandırmanın birinci düzeyi olarak ifade etmektedir. Düz anlam açık bir şekilde anlama gönderme yapmaktadır. Yan anlam da ise düz anlamla birlikte, kişilerin duyguları, sosyo-ekonomik yapı, kültürel değerler vb. ön plana çıkmaktadır. Burada öznel bir yapısı söz konusudur ve ayrıca ideolojik düşüncelerde söz konusudur (Yengin, 2012).

1.6.4. Umberto Eco

Umberto Eco, Charles S. Peirce ve Ferdinand de Saussure dan sonra göstergebilimsel alandaki çalışmalara katkı sağlayan önemli isimlerden biridir. O Roland Barthes, Algirdas J. Greimas, Louis Hjelmslev, Roman Jakobson ve Yuri

Lotman gibi önemli göstergebilimcilerle birlikte temel amacı anlamın mekanizmasını açıklama olan genel bir teori inşa etme çalışmalarına katılmıştır. Bu bağlamda, Eco'nun göstergebilimi, iletişim faaliyetleri içinde işaretlerin anlamını, yorumlama ve üretim biçimlerini çözümlemektedir. Eco'ya göre göstergelerin anlamı bireysel ya da psikolojik bir olgu değildir. O paylaşılan bilginin aracılık ettiği bir sürecin sonucudur. Göstergelerin anlam ve üretimi, yorumcu ve üreticilerin iletişimsel uygulamada paylaştıkları ve yeniledikleri çok boyutlu bir bilgi sistemine ait olan çok sayıda bilgi ve kural içermektedir (Desogus, 2012).

Eco alımlama göstergebilimi üzerine çalışmıştır. Bir Göstergebilimin Teorisi (1976) isimli eserinde Sassure ve Pierce' in görüşlerinden hareketle kendine özgü bir alımlama göstergebilimi geliştirmiştir. Eco'ya göre sanat yapıtları hakkında sonsuz sayıda yorum yapılabilir. Bir sanat yapıtının tamamlanmış olması onu yorumlamaya kapatmaz, onun hakkında yapılan mevcut yorumlarda onun özgünlüğünü ve farklılığını değiştiremez. Eco metni de “tembel bir makinaya” benzetmektedir. Ona göre metnin “gerçekleşme” si okurun ona yorumsal açıdan katkı sağlamasıyla mümkün olmaktadır (Çağlar, 2012).

Eco, dildeki anlam sürecinin (*semiosis*) altında yatan kültürel prosedürleri incelemek için kod (*code*) ve gösterge-işlev (*sign-function*) kavramlarını geliştirdi. Kod göstergenin iki taraflı ilişkisini yani ifade (*expression*) ve içeriğin (*content*) oluşturduğu gösterge-işlevi yöneten yorumsal, sosyal ve kültürel anahtardır. Bu çerçevede semiosis birisinin kültürel kod temelinde bir ifadeye içerik atadığı somut süreçtir. Semiosis, iletişimsel süreçler içinde sosyal ve kültürel yaşama egemen olan bir faaliyet biçimidir. Trafik düzenlemesi gereğince kırmızı ışığa “dur” ifadesini yüklememizde de semiosis vardır. Bu arka planla, gösterge bir kod aracılığıyla ifade ve içerik arasındaki bağıntı sürecini doğurduğundan semiosisin bir unsurudur (Eco' ya göre, ifade ise “mantıklı” ve doğanın alanına ait olanla karıştırılmamalıdır. İfade yorumlayıcının maddi süreklilik içinde tanıdığı ve kodlanmış bir türle ilişkilendirdiği bir işaret olan göstergebilimsel bir yapıdır (Desogus, 2012).

1.7. Göstergebilimin Diğer Bilim Dalları İle İlişkisi

1.7.1. Göstergebilim ve Dilbilim İlişkisi

Göstergebilim kendiliğinden ortaya çıkmış bir bilim dalı değildir. 20. yüzyılda gelişen ve anlam sorununu çözmeye çalışan dilbilim, kültürel antropoloji ve toplum bilimden kaynaklanarak ortaya çıkmıştır (Kıran, 1990). Genel Dilbilimin İlkeleri (1995) kitabında Saussure ilerde göstergebilim adında bir bilim dalının kurulacağını ifade etmiştir. Saussure' un bu ifadesinden beri dilbilim ve göstergebilim arasından özel bir ilişki olduğu söylenebilir. Çünkü diller göstergelerden oluşmuş dizgeler olarak görülmektedir (Çiçek, 2014).

Dilbilim ortaya çıkan ilk toplumbilimdir ve konusu dildir. Bu amaçla dilin sınırlarını çizmeye çalışmıştır. Saussure dil sorunu içinde anlam sorununu da ele alan ilk isim olmuştur. O dillerin gösteren ve gösterilen olarak iki yanlı olduğunu ortaya koyarak biçim ve anlam farkından bahsetmiştir (Kıran, 1990). Saussure dil dışında da gösterge dizgeleri olmasına rağmen dil bu anlamda en önemli ve kapsamlı dizgedir ifadesini kullanmıştır. Çünkü dil daha geniş, kıvrak, güçlü bir anlatma ve anlamlandırma olanağı sunmaktadır (Çiçek, 2014).

Modern göstergebilim 1960'lı yıllarda henüz ortaya çıkmışken dilbilim gelişimini hemen hemen tanımlamış durumdadır. Göstergebilimin ortaya çıkmasıyla onun anlamlı bütünler üzerinde uygulanması da başlamıştır. Göstergebilimin anlamlı bütünler üzerinde uygulanmaya başlaması dilbilimin anlamlandırmada tek yöntem olmadığını da ortaya çıkmıştır. Dilbilimcilerin önündeki anlamlı bütünleri dilbilimsel yöntemlerle tam olarak çözemiyordu. Dilbilim bir dil dizgesini çözümlerken, görsel, işitsel ve sanatsal kullanımlardaki iletişim dizelerini çözümleme ve açıklamada yetersiz kalmaktaydı. Oysa göstergebilimle kullanılan yöntem ne olursa olsun anlamlı dizgeler çözümlenebiliyordu (Kıran, 1990).

Göstergebilimin en önemli özelliği diğer bilim dalları ile birliktelik kurabilmesidir. Fakat şu bir gerçektir ki en çok dilbilimle ve Barthes' ın dediği gibi yazınsal çözümlemelerde kullanılmıştır (Kıran, 1990).

1.7.2. Göstergebilim ve Turizm İlişkisi

Göstergebilimin turizm araştırmalarında içerik çözümlemesi olarak kullanılması son yirmi yılda yaygınlaşmıştır. Bunun nedeni ise yeni bir şeyler görme arzusuna dayanmaktadır. Gidilecek yerler önceden var olan resimlere ya da başka kaynaklara bakılarak seçilmektedir. Turistler işaret ve sembollerle gördükleri bu şeyleri kendileri için anlamlı yapmaya çalışırlar. Bu şekilde esasen soyut olan bir deneyim için anlam ve somutluk üretmiş olurlar. Bundan dolayı göstergebilimsel çözümleme turizm ve turizmin temsili çalışmalarında kullanışlı bir araç olmuştur (Ribeiro, 2009).

MacCannell “turistik çekicilikler göstergelerdir” görüşüyle, turistik manzaranın gösterilenle eşit olduğunu ifade etmektedir. MacCannell göstereni “işaret” olarak ifade etmiştir ve işareti “*bir görsel hakkındaki isim, resim, plan veya harita ya da seyahat kitaplarında veya müze rehberlerinde bulunan herhangi bir bilgi*” olarak tanımlamaktadır. Yani onun bakışıyla gösteren gösterileni (yani görüntüyü) açıklamaktadır. MacCannell “*spesifik bir görüntünün görülmeye ne kadar değer olduğu ancak onunla ilgili gösterenin(işaretin) ya da bilgini bu yeri görülmeye değer yapmasıyla*” demiştir. Bunu Rus Çarına suikast sırasında vurulan ağaç örneğini vererek açıklamaktadır. Burada işaretin (görüntü hakkındaki bilgi) turistik cazibenin objesi olduğu görülmektedir. Yani işaret gösterendir (Lau, 2011).

Urry tipik turistik deneyimi içinde duyguyu organize etmenin görsel olduğu, turist bakışlarının göstergeler tarafından inşa edildiğini ve turizmin göstergeler koleksiyonu olduğunu söylemektedir. Urry, Culler (1981) ın “*Dünyanın her yerindeki turistler göstergebilim projelerini, şehirleri, manzaraları ve kültürleri göstergebilimsel olarak okumakla meşguldürler.*” sözüne atıf yapmaktadır (Culler, 1981). Her iki yazar da göstergeleri oluşturan görüntüleri oldukça yaygın bir olgu olarak görmektedir. Aslında bu görüşleri MacCannell (1976) a dayanmaktadır (Lau, 2011).

Raymond (2011) turistlerin görmeye gittikleri manzaraların(görüntüler) göstergebilimsel olarak kavramsallaştırılabilir olduğunu söylemiştir. Ona göre gösteren görüntünün kendisinden oluşmaktadır, tarihi olay hakkındaki bilgiden değil. Gösterilen ise tarihi olayın kendisidir. Bilgi turistlere gösteren ve gösterilen hakkında bir şey söyler. Turistler sadece görüntü için gelmezler, onlar görüntünün belirttiği şey

için de gelmektedirler. Buna müzede bulunan “aydan getirilen bir kaya parçası” ile örnek veren Raymond şöyle devam eder. *“Kaya gösterenin kendisidir. Gösterilen ise bir Amerikan olayı olabilir (Amerikalı turistler için) ya da insanlığın Ay’a ayak basması veya Amerikan teknolojinin ulaştığı nokta ya da insanlığın teknolojiye ulaştığı nokta olabilir. Yani turistler kayanın kendisiyle çok fazla ilgilenmezler onun anlattığı ile ilgilenmektedirler.”* (Lau, 2011).

Gösterenlerin ve gösterilenlerin birbirlerinin yerine geçmesi turizmin göstergebilimle ilgilenmesinin nedenlerinden biridir. MacCannell, ahlaki fikir birliğinin azalması, üzerinde anlaşmaya varılmış bir kişiler arası değerler sisteminin eksikliğinden dolayı turistik kodun batı toplumunda güçlü ve yaygın modern fikir birliği ve büyük bir istikrar gücü olduğunu savunmaktadır. Turistik kod, bir kişinin neyi görmesi gerektiği, neyi kaçırmaması gerektiğinin anlamıdır; yaygın olarak kabul görülen bir dizi ahlaki unsurların birleştiği dünyanın sistematik bir bilgisidir. (Culler, 1981).

MacCannell, dünyayı anlamlı yapabilmenin tek yolunun bir dizi turistik bakış olduğunu savunmaktadır. MacCannell şöyle devam etmektedir; *“Turizm toplumun farklılıklarına yapılan bir ritüeldir. Ayrıca turizm fonksiyonel olmayan görsel kodların tedavisiyle; dünyanın her toplumunun kendi karakteristik anıtlarıyla, yaşam tarzlarıyla, kültürel pratikleriyle, manzaralarıyla açıkça söylediği parçalanmanın üstesinden gelme girişimidir. Dünya’yı görmek, her kültürü bir dizi kendine işaret olarak kavramaktır. Dünyayı bir dizi kültürel bakış olarak görmekten başka yol yok. Bu nedenler turist genel olarak modern insan için bir model olarak hizmet edebilir.”* (Culler, 1981).

1.7.3. Göstergebilim ve Mimarlık İlişkisi

Saussure ve Pierce’ in göstergebilimin kurucularının olduğundan daha önce bahsedilmişti. Saussure’ un modeli genellikle dil ve metinlere uygulanırken, Peirce’ in modeli görsel sanatlar ve medya da dahil olmak üzere geniş bir uygulama alanına sahiptir. Roland Barthes, Algirdas Greimas ve Umberto Eco ise mimari çalışmalara da dahil olmak üzere bu fikirleri genişletmişlerdir (Ramzy, 2013).

Mimari bir kültürün parçası olarak her yapı şekli vasıtasıyla zihinsel bir simgeyi görselleştirmektedir. İnsanlar mekanlarda yaşarlar ve mekanları oluşturan bileşenleri kendileri için bazı anlamlı işaretlere dönüştürürler ya da dışarıdan başka işaretler ekleyerek mekanlarla aralarında devam eden bir interaktif ilişki kurarlar. Tüm nesneler ve aktiviteler, yeni bir bakış açısıyla çözümlenebilecek bir işaret sistemi içeren bir metin gibidirler. Amos Rapoport yer, zaman, anlam ve ilişkinin insan yapımı ortamları oluşturan dört temel unsur olduğunu söylemiştir. (Parsaee, Parva ve Karimi, 2015). Anlam iletişimsel katılıma dayalı olarak oluşmaktadır. Anlamın mevcut bölümleri ya çevresel enstrümanların kullanımıyla ya da bir çevre izleyicisi ya da kullanıcısı tarafından algılanan duygusal niteliklerle ilişkilidir. Mimari göstergebilim dilbilimsel kalıbı, yapıyı bir dil olarak düşünüp kullanmaktadır. Sosyal-göstergebilim yaklaşımı, göstergebilimi toplumsal süreçler aracılığıyla belirli bir bağlamla ilişkilendirme girişimidir. Bundan dolayı mimari yapılar sadece ölçüm sonuçlarının değil bir dizi sosyo-kültürel faktörün sonucudur (Juodinytė-Kuznetsova, 2011; Parsaee, Parva ve Karimi, 2015). Yani mimari yapılar ve mekanlar insanların ütöpik yaşamları hakkındaki inançlarının tanımıdır (Parsaee, Parva ve Karimi, 2015).

Barthes Eiffel kulesini ele aldığı *Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi* kitabında Paris’te birçok tarihi açıdan ve simgesel mimari olmasına rağmen Eiffel Kulesi’nin yüksekliğinden dolayı simgeleştiğini şu cümlelerle belirtmiştir; “*Bakış ve nesne olarak Eiffel Kulesi -onun belki de en yoğun yaşamı buradadır- aynı zamanda bir simgedir ve bu rol hiç umulmadık bir gelişme göstermiştir. Kuşkusuz, başından beri Kule, Devrimi (devrimin yüzüncü yılıydı) ve Sanayi’yi (sanayinin Büyük Sergisi’nin yılıydı) simgelemeliydi. Ne var ki bu simgeler varlıklarını hiç korumadı ve başka simgeler gelip onların yerini aldı. Toplumsal simge, demokrasiye ait değil de Paris’e ait oldu*” (Barthes’dan aktaran Bircan, 2015a). Burada görülmektedir ki kule mecazi bir şekilde Paris’in kendisi olmuştur (Bircan, 2015a).

1.8. Mimarlıkta Göstergebilim Çözümleme İlkeleri

Mimari yapılar hangi amaçla tasarlanırsa tasarlansın Morris’in göstergebilime kazandırdığı sentaktik boyut, semantik boyut, pragmatik boyut ilkeleriyle yapı okumaları ile gerçekleşmektedir (Okuyucu, 2011).

1.8.1. Sentaktik (Biçimsel) Boyutu

Sentaktik (biçimsel) boyutta amaç göstergelerin biçimsel ilişkilerini çözümlemektir. Tasarımcı bir biçim amaçladığında yeni bir düzen yaratmak zorundadır. Bunu yaparken formun anlamsal ve yararsal niteliklerini bir kenara bırakarak mantıksal bir düzen ve geometri kurması gerekmektedir. Tasarımcı bunu yaparken gerek iç mekân gerekse dış görünüşün şekil ve unsurlarını belirleme özgürlüğüne sahip görülmektedir. Fakat aslına bakılacak olursa bu özgürlüğün kaynağı tasarımcı değil geometridir. Sentaktik yaklaşımda form-grid (çerçeve), oran ve ölçüt baz alınarak oluşmaktadır. Biçimsel estetik uyarıcı kaynakların görsel değerlendirilmesi yoluyla oluşmaktadır. Herhangi bir mimari yapıttaki biçimsel özellikler ritim, düzen, oran, denge, bütünlük, zıtlık, uyum, simetri gibi temel tasarım ilkelerinin değerlendirme ölçütlerine göre ortaya çıkan duygular ile ilgilidir (Okuyucu, 2011). Bu ilkelerin yanı sıra Gestalt tarafından belirtilen ilkeler de bulunmaktadır. Mimari yapıların göstergebilimsel çözümlemesi bu ilkelerin sentezlenmesiyle yapılmaktadır. Gestalt ilkeleri karmaşık ya da basit olarak bir araya gelen öğelerin çözümlenmesi için kullanılan ilkelerdir. Gestalt' a göre bir bütüne anlam varan şey onu oluşturan parçalar değil, parçaların ne şekilde bir araya getirildiğidir. Burada bütünü oluşturan biçim, çizgi, doku, renk, görsel öğeler ve bunların bir arada algılanması ve öğeler arasındaki dinamik ve kuvvetli bağ söz konusudur (Okuyucu, 2018).

Tablo 2: Gestalt İlkeleri

Gestalt İlkeleri		
Yakınlık	Benzerlik	Kapanmışlık
Pragnanz-Basit-Açık Strüktürlenmiş Eleman		Değişmezlik
Şekil- Zemin İlişkisi	Tecrübe Kuralı	Devamlılık

Kaynak: (Okuyucu, 2018)

1.8.2. Semantik (Anlamsal) Boyutu

Semantik (anlamsal) boyutla gösterge ile belirttiği şey arasındaki ilişki ifade edilmektedir. Başka bir ifade ile burada söz konusu olan göstergelerin anlamıdır

(Yazar ve Geçen, 2019). Anlam gösterge, nesne ve yorumlayıcı arasındaki ilişki sonucu ortaya çıkan bir olgudur.

Pierce ve Saussure' da anlam üzerine çalışmalar yapmışlardır. Saussure göstergelerin diğer göstergelerle ilişkisi üzerine durmuştur ve bu ilişkiye “değer” adını vermiştir. Bunun sonucundan da göstergelere anlam veren şeyin değer olduğunu ifade etmiştir. Pierce ise deneyimlerimizi bizi saran dünya ile anlama üzerinde durmuştur. Göstergebilimsel çözümlemelerde anlama bakıldığında ise anlamın yüzeysel değil, derinden yüzeye uzanan katmanlarda yapılan çözümlemelerle ortaya çıktığı görülmektedir (Yeşilyurt, 2018).

1.8.3. Pragmatik (Yararsal) Boyutu

Charles Peirce (1839-1914), William James (1842-1910) ve John Dewey (1859-1952) tarafından oluşturulan klasik pragmatizm, bir Amerikan felsefe düşünce okuludur. Pragmatizm kişinin çevreyle mücadelesi sonucu elde ettiği bilgi ile ilgilidir. Bu bilgi eğitim, öğretim, denemeler, uygulama gibi sistematik ve sistematik olmayan bilgi ve etraftaki şeylerin bireyler için kullanışlı ve anlamlı olmasına yol açan sosyal etkileşim yoluyla olmaktadır. Bu nedenle, pragmatistler, bireylerin anlam üretme ve anlama biçimleriyle ilgilenirler. Böylece elde edilen bilgi, çevrenin yarattığı zorluklarla başa çıkmak için faydalı hale gelmiş olur (Huang, 2006). Göstergebilim açısından ifade edecek pragmatik boyut olursak göstergeler ile bunları kullananlar arasındaki ilişkinin incelenmesini ifade etmektedir (Yelişyurt, 2018).

1.9. Mimarlıkta Gösterge

Facilla' ya göre mimarlık göstergeleri bildiri taşıyan ve bundan dolayı belirli bir davranışın mesajını taşıyan uzamlardır. Jencks de mimarlığı, gösterenlerin (kapalılıklar, malzemeler) belirli birtakım araçları (ekonomik, yapısal, mekanik, teknik) kullanarak gösterilenleri düzenlemesi olarak ifade etmiştir (Göldeli, 1983).

Bir işaret sistemi olarak mimarlık, bir edebiyat eserini inceler gibi çözümlenebilmektedir. Sözdizimsel olarak düzenlenmiş bir grup kelime bütünleşmiş bir anlam oluşturabilirken, bir binadaki unsurlar da anlamlı bir mimari eser oluşturmak

için sistematik olarak yapılandırılabilir. Kelimeler gibi mimari unsurlar da bir mimari eserde anlamı temsil eden sembollerdir. Bu nedenle, bir göstergeler sistemi olarak mimari, ilgili ve bağlamsal anlamı ileten bir araç olarak hizmet etmektedir (Trisno, Hanli, Kasimun ve Fermanto, 2019).

1.10. Mimarlıkta Dil ve Anlatım

Mimarlıkta dil 18. yüzyıldan günümüze kadar kullanılan bir kaynak olmuştur. Mimarlık üretimi, temsil etme-edilme ve tasarlama olgusu ile beraberlik içindedir. Mekanlar, yapılar ve şehirler toplumu; zevki, kültürü, iktidarı, ekonomiyi vb. birçok unsuru ifade etmektedirler. Mimarlığın kendisi de kendi fiziksel görünümü dışında ayrıca mesaj iletmekte ve açıklayıcı olmaktadır (Ülger, 2013).

Robert venturi ve Aldo Rossi mimarlığın temel ilkelerine karşı farklı bakış açıları getirmişlerdir. Bu bakış açılarının özünde insanın birey olarak ve toplum olarak hafızasına işlemiş mesajların anlamı yatmaktadır. venturi' ye göre insanların alıştığı ve sevdiği şeylerin görselleştirilmesine (sandviç şeklinde sandviççi gibi) ve insanların kendi kültüründen görsel yolla oluşturulan mesajlara ihtiyacı vardır. Rossi ise gizli mesajlar, tarihin etkisini içeren, soyut bir yorum, mesaj ve anlam unsurları ileten bir arayış şeklinde olduğunu ifade etmiştir. Rossi ve venturi' nin görüşleri mesaj, dil ve anlam kavramlarını mimarlıkta önemli bir hale getirmiştir. Mimarlıktaki bu yaklaşım alt yapısını dilin oluşturduğu göstergebilim ve dilbilimden almıştır (Ülger, 2013).

İKİNCİ BÖLÜM

GÖSTERGEBİLİM AÇISINDAN TURİSTİK YAPILARIN MİMARİ YAPISININ, KİMLİK, ANLAM VE DENEYİM İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

2.1. Mimarlık ve Turizm

Turizm gün geçtikçe daha büyük bir endüstri halini almaktadır ve bu gelişme turizm ve mimarlık ilişkisine de yansımıştır. Geçmiş iki yüzyıla bakıldığında zaman turistik alanların giderek nesneleştirildiği görülmektedir. Tarihi anıtlardan egzotik tatil yerlerine kadar birçok yer çeşitli kitle iletişim araçları, popüler efsaneler vb. aracılığıyla toplu tüketim için yeniden tasarlanmaktadır. Bunun sonuç olarak belirli yapılar ve alanlar yeniden tasarlanmışken diğerleri çürümeye bırakılmıştır (Lasansky, 2004). Turizm yapılarında mimari tasarımlar; tarihsel süreç, fiziksel çevre ve toplumsal değerlerle oluşan gösterilenlerin ve gelişen olayların arasındaki ilişkinin bir ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Turistik binaların tüketiminde kullanıcı istekleri ve anlamlamada yaşanan değişiklikler göze çarpmaktadır. Turistik binalarda bulunan göstergeler de bu değişime maruz kalmış ve bireysel yorumu aşır toplumsal düzeyde kalıcı olmuştur (Ferah, 2011).

Mimarlık, turistik tüketimin ve somutlaştırılmış kültürel sermayenin bir ürünüdür. Bir yerin turistik çekiciliğinin oluşması o yerin kültürünün, mimarisinin, insanların ve yemeklerinin özellikleri ile alakalıdır. Yapının fiziksel formu ve estetiği, ziyaretçileri o yere çeken özel bir his olmasının yanı sıra ziyaretçi ilgi ve deneyimi için bir odak noktası sağlamaktadır. Bazı çalışmalar mekânsal yapıların ve mekânsal davranışların birbirlerine bağlı olduğunu göstermektedir. (Scerri, Edwards ve Foley, 2016).

Mimarlık ve turizmin ilişkisini daha iyi anlayabilmek için mimari turizm kavramından da bahsetmemiz gerekmektedir. Mimari turizm; geleneksel yapıları ya da antik evleri görmek ve ziyaret esnasında bu yapıların tadını çıkarmak için yapılan bir çeşit popüler aktivitedir (Lee, Kuo ve Muhos, 2015). Mimari turizme ilgi Bilbao'daki Guggenheim Müzesi'nin başarısı ile harekete geçmiştir. Yapının mimarisi turistlerin ve medyanın ilgisini çekmiş ve bu şekilde kentin imajına ve ekonomisine

katkı sağlamıştır. O günden bugüne bakıldığında ise mimari turizm alanları, eşsizlikleri ve insan-mekân birlikteliğine ilham olması açısından önemlidir (Chang, 2010).

Greenwood 'a göre binalarla ilişki içinde bulunan mimarlar, inşaat mühendisleri ve şehir planlamacıları turizmdeki değişimlerden habersiz olamazlar. Mimarlar turist davranışlarındaki karmaşıklığı ve özellikle turistlerin gittikleri destinasyonlardan resimler ve özel deneyimler toplamalarının nedenini anlamalıdır. Çünkü mimarlık sayesinde çok çeşitli sayıda kişisel his eğitilebilir (Mahdayinejad ve Vafadar, 2014).

Artan teknoloji ile insanların gitmek istedikleri yerlere “ön izleme” yapması turistlerin destinasyonlar hakkında sahip oldukları algıyı değiştirmektedir. Bu açıdan bakıldığında mimarlık ve turizm arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Turizmin modern uygulaması ve yapılı çevre arasındaki ilişkiyi tekrar düşünürsek daha önce de bahsettiğimiz gibi tarihi anıtlardan egzotik tatil destinasyonlarına kadar her şeyin turizm için düzenlendiği görülmektedir. Burada görüldüğü gibi insanların “ön izleme” yolu ile turistik yerler hakkında fikirler oluşturmaları mevcut tarihi anıtlarda ve egzotik çevrelerde değişikliği zorunlu kılmaktadır. Bu değişiklikler sonucu da turistler ziyaret ettikleri bu yerlerin iç-dış ve mekân-atmosfer ilişkisini tekrar tanımlamaktadır (Tulban, 2011).

Mimari turizm aslında turistlerin beklentilerini karşılama da dahil turizmi geliştirmek için bir yoldur. Bunu açmak gerekirse mimari; insanlığın kimliğini çevreye yaymanın bir yoludur. Bu şekilde turistler için uzun süreli etki yaratılmış olur. Bunun yanında mimari turizm bölgesel mimarların kentin özelliklerini karakterize eden ve bir turizm destinasyonu olarak özel kimliğini başarıyla sürdüren yeni binalar yapmasını savunmaktadır. Ayrıca mimari turizm, kültürel yapılar ve turizm arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Katma değer ve kültürel varlıkların deneyimsel unsuru bir yapının değer ve kimliğini etkileyebilir. Çünkü bu yapılar genellikle turistler için birer simge olurlar. 2004 yılında İngiltere’de yapılan bir araştırmada insanların çoğunun kültürel yapıları modern yapılara tercih ettiği görülmüştür. Kültürle beraber alınan hazın artması da mimari turizmin, turizm açısından daha hızlı bir şekilde önemini arttırmıştır (Mahdayinejad ve Vafadar, 2014).

2.2. Turistik Yapılarda Dil ve Kimlik

Turizm daha çok endüstri olarak düşünüldüğü ve ekonomik açıdan önemli olduğu için ilk bakışta kimlik kavramıyla pek ilişkisi olmadığı düşünülebilir. Fakat turizmi sosyolojik ve kültürel açıdan ele alan çalışmalara bakıldığında turizmin çeşitli ölçeklerde kimliklerin inşası ve çoğaltılmasında güçlü bir şekilde rol oynadığı görülmektedir. (Light, 2001). Turistik yapılar turizmin içindeki tüketim araçlarından biri olduğu için turistik yapılarda kimlik ve dil (anlamı) arasında bir ilişki bulunmaktadır (Beyhan ve Ünügür, 2005).

Turizm, ulusal düzeyde kimlik oluşturma'nın bir bileşenidir. Ulusal kimlikler birden oluşmadıkları gibi bir inşa sürecini içermektedirler. Dolayısıyla ulusal kimlikler akışkan, durumsal ve tartışmalıdır. Bir ulus, kültürel münhasırlığını vurgulayan tarih ve mekân okumaları yoluyla hem kolektif kimliğini tanımlayacak hem de kendisini diğer uluslardan ayıracaktır. Bu nedenle ulusal bir geçmiş ve ulusal bir bölge, ulusal kimliklerin inşası için temeldir (Light, 2001).

Turistik-kültürel yapılar yeniden tasarlanarak yeni kullanımlara hazır olurlar. Bunun sonucu olarak turistik yapılar geçmişten günümüze kadar bütün maddi ve manevi değerlerimizi yansıtır. Yani turistik yapılar toplumsal belleği yansıtan fiziksel yapılardır (Tapkı, 2018). Turistik-kültürel yapılar geçmişi günümüze yansıttıkları için önemli yapılardır. Bu yapılar insanların ve toplumun hayat tarzlarını yansıttıkları için korunması gerekmektedir. Kültürel yapıların bölgelerine, boyutlarına ve potansiyellerine göre yeniden işlevlendirilmesi gelecek nesillerin nereden geldiklerini görmelerini sağlayacaktır (Mısırlısoy ve Günçe, 2016).

Kültürel binaların ömrü daha uzun süre işlevini sürdürecektir ise yeni bir işlevle tekrar uyarlanması kaçınılmazdır. Bu yeni kullanım sürecinde yapının tarihi dokusu kültürel önemini korumak açısından sürdürülebilir olmalıdır. Turizm amaçlı kullanılacak bu binalar farklı işlevlere uyarlandığında yeni kullanım ve müdahalelerle yanlış veya eksik bilgi vermemek için binanın özgünlüğü ve mimari karakteri korunmalıdır (Mısırlısoy ve Günçe, 2016).

Yine kimlikle alakalı olan mimaride dil (anlam) konusu da uzun zamandır ilgilenilen bir konudur. Eero Saarinen mimarinin iletişim fonksiyonu hakkında: *“Bir kez bir yapı konseptine başlandığı zaman bu konsept binanın içinin her parçasında tekrarlanmalı ve bundan dolayı yapının her neresinde olursanız olun yapı aynı mesajı vermelidir.”* demiştir. Romaldo Giurgola da mimaride anlamı *“Anlama ulaşmak mimarinin kendine özgü bir görevidir: insan yaşam alanı nesneler etrafında değil anlamlar etrafında dönmektedir”* şeklinde ifade etmiştir (Hershberger, 1970).

Turizmde mekânsal anlam yaratmak gerçekten seçici ve tartışmalıdır (Chen ve Chen, 2017). Davis (2005) mekanların iktidar rejimlerinin ve bazılarının bir yerin bir hayalini başkalarına meşrulaştırma yeteneğinin sonucu olduğunu ifade etmiştir (Davis, 2005). Bundan dolayı turistik yerler hiçbir zaman tam anlamıyla detaylandırılmaz ancak kısmen gösterilir, bazı özellikler güçlü bir şekilde vurgulanırken bazıları gizlenmektedir. Yaygın turizm söylemlerinde ise turistik yerler onları çekici kılmak için genellikle kendine özgü ve olağanüstü olarak temsil edilir. Uluslararası turizmde bakıldığında da birçok mekânın ve yöre halkının egzotik olduğu ve diğer yerlerden farklı olduğu gösterilir. Turistik yerlerde anlam üretimi sıklıkla o yeri farklılaştıran efsane üretimi ile yapılmaktadır (Chen ve Chen, 2017).

Turistik binaların üzerinde yapılan çalışmalarda bu binaların (eğer tarihi bir eserse) tarihi dokusunun korunmaya çalışıldığı, binalarda yöreye özgü bir imaj yaratılmaya çalışıldığı, çevreyle uyum içinde bir mesaj verildiği, geleneklerin yansıtıldığı ve ayrıca sömürgecilik ve modernizm gibi kavramların kullanıldığı gözlemlenmiştir (Siti, Mohd ve Sufian, 2009; Kancıoğlu, 2005).

Yeni bir yeri ziyaret ederken insanlar bazen bir yerin fiziksel veya duyuşsal özelliklerinin ötesine geçen bir şey yaşarlar. Bu genellikle “yer hissi” olarak adlandırılır. İnsanlar belirli nitelikleri içerdiği düşünülen alanlarda kendilerini daha iyi hissettiklerini belirtmektedir. Bu bağlamda algı da mekânın nesnel ve maddi doğası ile ilgili bir dizi çevresel uyarandan gelişir. Algılamada görme, bilgiyi sağlayan duyudur. Alanı “yer” olarak algılamak sadece çevresel uyaranlarla ilgili değildir (Ebejer, 2014). Oers (2015) mekân duygusunu, insanlar tarafından tüm fiziksel ve sembolik değerlerin toplamı olarak anlaşılan bir yerin hissini temsil ettiğini söylemiştir (Oers, 2015).

Hannabus turistlerin sadece günlük yaşamlarından farklı olanları aramakla kalmayıp, aynı zamanda gerçek veya otantik tatil için “anlam” arayışında olduklarını savunmuştur. Bu nedenle turist deneyimini tartışırken kentsel alanların ve inşa edilmiş mirasın anlamının önemini küçümsememek gerekir. Bu bize boş zamanın sadece bir zevk arayışı olmadığını aynı zamanda bir anlam arayışı olduğunu da göstermektedir (Ebejer, 2014).

2.3. Turistik Yapılarda Turist Deneyimi

Deneyim, bireylerin hissettiği öznel zihinsel durum olarak görülebilir. Aslında hisler, duyular ve tüketici düşünceleri de dahil olmak üzere turizmin deneyim unsurları önemli bir araştırma konusu olarak düşünülmektedir. Genel olarak turizm deneyimleri sadece sağlam mal ve hizmetlere eklenen bir değer olmaktan çıkıp kendi değerlerine değer katan hale gelmişlerdir. Dahası deneyimsel turizm turistik bir bakıştan daha da fazladır. Çünkü turistler sadece ziyaret edilen yerlerde olmakla kalmaz ayrıca bu yerleri deneyimleyip öğrenirler (Willson ve McIntosh, 2007).

Mimarlık post-turistin tüketimine ve onların mimari içeriği yeniden yorumlamasına uyan kültürel sermayenin bir formudur (Ye ve Tussyadiah, 2010). Ockman ve Frausto mimarlık turizmine teşvik eden faktörleri; otantik (*authentic*), egzotik (*exotic*), gerçekten kaçma (*escapist*) ve olağanüstü manzara (*spectacular*) şeklinde sıralamışlardır (Hee, 2006).

Otantik konsepti hala tartışma konusu olmakla beraber bir şeyin değişmemesi ve gerçek formu içinde kalması olarak ifade edilmektedir. Vannini ve Burgess de otantikliği gerçekliğin kalitesi ya da durumu olarak ifade etmişlerdir. Egzotik konsepti de tartışma konusu olmakla beraber bizi evimizden uzaklaştıran bir şey olarak ifade edilmektedir. Başka bir tanımda egzotik; bize tanıdık gelen şeyden farklı olduğunu düşündüğümüz bir şey olarak tanımlanmıştır. Gerçekten kaçma terimi de genellikle kaçınma anlamında kullanılmaktadır. Bu kaçınma dönüşüm fırsatı, mevcut durumdan rahatsızlık ve bir çeşit üstünlük olarak ifade edilebilir. Özetle mevcut durumdan kaçma olarak ifade edebiliriz. Bir motive edici unsuru olarak olağanüstü manzara konsepti ise etkileyici ya da çarpıcı bir şey olarak ifade edilebilir. Yukarıda belirtilen bu dört

konsept turistleri popüler mimari yapıları ziyarete motive eden unsurlar olarak ifade edilmektedir (Vukadinovic, 2011).

Poria, Reichel ve Biran (2006) tarafından tarihi alanları ziyaret eden turistleri motive eden faktörlerle ilgili yapılan bir çalışmada tarihi bir alan ziyaret edilmeden önce turistlerin algıları ve ziyaret motivasyonları arasındaki bağlantı araştırılmıştır. Bulgular arasında ziyaretçilerin ziyaret ettikleri yeri ne kadar çok sahipleniyorlarsa ziyaretle o kadar ilgilendikleri görülmüştür. Bunu yanında öncelikle turistlerin tarihi mekanları farklı nedenlerle ziyaret etmekte oldukları belirtilerek ziyaret motivasyonları; sunulan tarihe bağlı hissetme isteği, öğrenme isteği ve tarihi özelliklerle bağlantılı olmayan motivasyonlar şeklinde üç kategoriye ayrılmıştır (Poria, Reichel ve Biran, 2006).

2.4. Turist Deneyimi

Turist deneyimi hakkında pek çok tarif olduğu gibi bunların bazıları: *“seyahat sırasında bireyler tarafından hissedilen duygusal, entelektüel ve ruhsal izlenimler; turistin evinden uzakta bir destinasyonu ziyaret etmesi, özelliklerini öğrenmesi ve faaliyetlerinden zevk almak yoluyla bir turizm deneyimi üretmesi; turistlerin seyahatten önce, seyahat sırasında ve seyahatten sonra başında geçimleri değerlendirmesi.”* şeklindedir (Chen ve Rahman, 2018).

Turistler bir destinasyonu deneyimleriyle ilgili ihtiyaç ve isteklerini yerine getirmek için ziyaret ederler. Destinasyonlar da tüketiciye entegre edilmiş bir deneyim sunan turizm ürünlerinin karışımıdır (Prebensen, Woo, Chen ve Uysal, 2013). Talep bileşenlerinin bir arada toplanmasıyla turist deneyimi ortaya çıkmış olur. Turistler destinasyonları sağlayıcılar ve hizmetlerin birleşimiyle ortaya çıkan birer marka olarak düşünürler. Bununla birlikte destinasyonlar ziyaret edildikleri süre boyunca kapsamlı bir deneyim olarak da tüketilmektedirler (Zouni ve Kouremenos, 2008).

Deneyim kalitesi sadece bir sağlayıcı tarafından sağlanan şeyleri değil ayrıca bir rekreasyoncu ya da ziyaretçi tarafından ortaya çıkarılan şeyleri de kapsamaktadır. Deneyim kalitesi psikolojik çıktı ya da duygusal bir cevaptır. Toplam turist deneyimi taksi sürücüsü, otel çalışanları, yerel etkinlik unsurları, müzeler, tiyatrolar, kumsallar

vb. unsurların birleşmesi ile ortaya çıkmaktadır. Tüm bu deneyimlerin sonucunda destinasyon imajı ortaya çıkmış olur (Zouni ve Kouremenos, 2008). Bundan dolayı destinasyonlar turistlerin ihtiyaçlarını sağlamalı ve değerli deneyimler yaratmalıdır. Bu şunu göstermektedir ki destinasyonlar turistlerin ihtiyaç duydukları çeşitli mal ve hizmetlerin karışımı olduğu için önemlidir ve insanları turizm faaliyetine itmek için önemli bir faktördür (Prebensen, Woo, Chen ve Uysal, 2013).

Bireylerin destinasyon deneyimleri onların destinasyon hakkındaki ilk izlenimlerini değiştirebilir, etkileyebilir ve ileride yapacakları tatil planlarında destinasyon seçimlerine etki edebilir. Bundan dolayı ziyaretçilerin geçmişte destinasyon hakkında maruz kaldığı şeyleri olumlu etkenlere dönüştürmek için destinasyonların özelliklerini belirlemek gereklidir. Şahin ve Güzel (2017) destinasyonların deneyimsel bileşenlerini tespit etmek için yaptıkları çalışma sonucunda yerel kültür, aktiviteler, misafirperverlik, altyapı, yenilik fırsatları, hizmet kalitesi, üstyapı estetiği, gastronomi, fiyat ve değer, duygular, fiziki coğrafya ve ulaşım faktörlerini deneyim bileşenleri olarak bulmuşlardır. Bu çalışma İstanbul ve Ankara bazında yapılmış olup iki şehir için öne çıkan faktörlerin farklı olduğu görülmüştür (Şahin ve Güzel, 2018). Burada turizm profesyonellerinin bireylerin ürün ve hizmetlere ilişkin sahip oldukları imajı anlamaları gerektiği görülmektedir (Kim, Hallab ve Kim, 2012). Zabkar, Brencic ve Dimitrovic (2010) ise destinasyon özelliklerinin destinasyonun sunduğu algılanan kaliteyi belirlediğini ve dış faktörler (ilkim koşulları, doğal cazibe merkezler vb.) dışında destinasyon kalitesinde ziyaretçi algısını oluşturan faktörlerin büyük çoğunluğunun kontrol edilebileceğini ve yönetilebileceğini ifade etmişlerdir (Zabkar, Brencic ve Dimitrovic, 2010).

Olaya bir de kültürel (miras) alanlarında turist deneyimi açısından bakılacak olunursa. Somut ve soyut kültürü oluşturan geleneksel davranışlar, folklor, dans, müzik, din, mutfak kültürü, festivaller, sanatsal gelenekler, tarihi binalar, anıtlar, kaleler, çiftlikler, müzeler, katedraller, evler ve kalıntılar kültür turizminin başlıca cazibe merkezlerini oluşturmaktadırlar (Piramanayagam, Rathore ve Seal, 2020).

Kempiak, Hollywood, Bolan ve McMahon-Beattie (2017) kültürel bir alanı ziyaret; bireyin karakteri, motivasyonlar, ilgi alanları, deneyimi, davranış çeşitliliği,

kültürel alanın görüntüsü, atmosfer vb. bileşenler ve bu bileşenlerin etkileşimi içerdiğinden bahsetmişlerdir. Buna ek olarak deneyimin dört boyutunu; eğlence, estetik, eğitim ve kaçış olarak ifade etmişlerdir. (Kempiak, Hollywood, Bolan ve McMahon-Beattie, 2017).

Ung ve Vong (2010) un Macau kültürel alanını ziyaret eden turistler üzerinde yaptığı çalışmada turist deneyimini ve Macau kültürünün memnuniyetini etkileyen; tarih ve kültür, kültürel alanlarındaki tesisler ve hizmetler, kültürün yorumlanması ve kültürün çekiciliği olarak dört faktör bulmuşlardır (Ung ve Vong, 2010). Poria, Reichel ve Cohen (2013) de dünyadaki kültürel alanlarda turistlerin algıları ile ilgili yaptıkları çalışma da ziyaretçilerin destinasyonun nesnel özelliğinden ziyade anlamlarına yöneldiklerini görmüşlerdir (Poria, Reichel ve Cohen, 2013).

2.5. Turist Bakışı

Turistik bakış söylemi ilk olarak 1990 lı yıllarda Urry tarafından tanımlanmıştır (Urry, 1990). Foucault'un "tıbbi bakış" analizine dayanarak Urry turizmin tarihsel gelişimini analiz etmiş ve tek bir bakış olmadığını ileri sürmüştür. Urry bakışın sosyal gruplar arasında ve zamanla değişmekte olduğunu ve bakış konseptinin turist deneyimini kapsadığını öne sürmüştür. Ayrıca ona göre bakış turistlerin seyahatleri sırasında gördükleri şeylerin yorumudur (Perkins ve Thorns, 2001).

Turistik bakış görmenin ya da görsel algının rolü hakkında bilgiler vermektedir (Pagenstecher, 2003). Urry ve Larsen çeşitli mekanlara, manzaralara ve şehirlere yapılan seyahatlerin en az bir bölümünü "bakış" deneyimi olarak tanımlar. İnsanlar dünyaya fikirler, yetenekler, arzular ve beklentiler perspektifi ile bakarlar ve sosyal sınıf, yaş, eğitim ve millet gibi faktörlerin (Nursanty, Suprapti ve Syahbana, 2017) etkisi ile bu gördüklerini çerçevelerler. Yani özetle bakma eylemi dünyayı yansıtmaya değil sınıflandırma, düzenleme ve şekillendirme eylemidir (Urry ve Larsen, 2011). Benzer şekilde seyahat görüntülerinin yapımı, neyin çekilip neyin çekilmeyeceğini seçme sürecini gerektirir, bu nedenle bu bir yerin sunumu değil o yerin temsilidir (Stone ve Nyaupane, 2020).

“Bakış” en önemli turist aktivitesi olarak yorumlanabilir. Çünkü diğer tüm hizmetler “bakışın” yakalamış olduğu zihinsel tüketim sürecinin çevresidir (Pagenstecher, 2003). Turistik bakış söylemi turistlerin bir destinasyonda etrafını çevreleyen zihinsel görsellerini baz alarak turistlerin o destinasyondaki deneyimlerini açıklamaktadır. Böylece turistik bakış, turistler coşku ve merakla dolu bir şekilde çevreye baktığında ortaya çıkmış olur (Samarathunga, Cheng ve Weerathunga, 2020). Kollektif, spektatoriyal, çevresel, romantik ve antropolojik gibi farklı bakış türleri bulunmaktadır (Urry, 1992). Bu bakış türleri dışında yapılan çalışmalar göstermektedir ki bakış kavramı değişmektedir. Bundan dolayı Urry ve Larsen farklı turistik bakış türleri tanımlamışlardır. Turistik bakış her zaman otantik olmayabilir. Çünkü turistler yerlilerden, acentelerden ve rehberlerden etkilenirler. Bu da turistleri rehberin gözü ile görme eğilimine itmektedir. Bunun yanında otoritelerin kısıtlamalarından ötürü de turistik bakış kısıtlanabilir (Samarathunga, Cheng ve Weerathunga, 2020). Örneğin; Hac ibadeti için Mekke’ye sadece Müslümanlar kabul edilmektedir. Bundan dolayı Mekke’yi turistik bakış olarak sadece Müslümanlar görmektedirler. Bu genellikle turistlerin bakışlarının olumsuz etkilerini en aza indirir ve yalnızca yerli turistleri dini alanı ziyaret etmeye teşvik eder (Woodside, 2015).

Nursanty, Suprapti ve Syahbana (2017) turist bakışı teorisinin eğlenme, günlük hayattan sıyrılma ve seyahate çıkma isteklerinden kaynaklandığını ifade etmişlerdir. İnsanlar tatil esnasındaki ihtiyaç duydukları mal ve hizmetlerde gündelik hayatlarındakinden farklıdırlar. Yine bu insanlar günlük hayattaki deneyimlerinden farklı bir şekilde mutlu olmak için bu mal ve hizmetlere para ödemektedirler. Bu tür deneyimler insanların günlük hayatlarında yaşamadıkları farklı manzaraları görme ve atmosferleri yaşama deneyimi sunar. Yeni bir yer ziyaret edildiğinde insanlar bu yerlere heyecanla bakarlar. Bu da ziyaret edilecek bir yeri takdir etme veya en azından değerlendirme şeklini açıklamaktadır (Nursanty, Suprapti ve Syahbana, 2017).

Janes (2008) de bakış kavramını çevreye sadece pasif bir bakışın değil bakan kişinin anlam yüklemesi olarak ifade etmiştir. Turistler keyif almak için seyahat ederler. Bu yüzden dünya ya hazcı, kültürel bir mercek gözüyle ve ayrıca boş zaman ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılama gözüyle bakarlar. Diğer taraftan bilimsel bir

bakış açısı dünyayı mevcut gerçekliği şeklinde inşa etmeyi amaçlar. Oysa normal bir izleyici dünyayı kendi kolayına ve zevkine uygun istemektedir (Janes, 2008).

2.6. Turizm Estetiği, Otantikliği ve Değerleri

Dünya genelinde turizmin değerleri fazla vurgulanmamaktadır. Buna rağmen turizmin değerleri olarak özellikle gelişmekte olan ülkeler arasında turizmin gelişmesinin potansiyel faydaları arasında eğitime, istihdama, gelire, sağlık hizmetlerine ve ulaşımına olan pozitif etkileri sıralanabilir. Desmon Omotayo Brown 'a göre turizm, eğitim standardını yükseltebilir ve bölge insanının kültürel mirasını korurken kültür hayatına da yenilik getirebilir. Bu düşünceler ışığında turizmin vardığı yerlerde eğitimsel, ekonomik ve kültürel olarak gelişmelerin olacağını söyleyebiliriz (Obasi, 2015).

Bunun yanında turizmin değerleri arasında uluslararası rekabetin artmasından dolayı turistleri ülkelere çekmek için yaratılması gereken (ülkelerin ya da şehirlerin) kalite ve marka değerlerinden de söz edilmektedir (Murphy, Pritchard ve Smith, 2000; Hankinson, 2001; Chi, Huang ve Nguyen, 2020). Çünkü potansiyel bir turist dost canlısı insanlar, muhteşem manzaralar, modern turist altyapısı, rahat ulaşım ve çeşitli fiyatlarda konaklama gibi benzer ürün ve hizmetler sunan birçok destinasyon arasından seçim yapmakla karşı karşıya kalmaktadır. Bundan dolayı destinasyon imajı yaratmak ülkeler ya da şehirler için turizmin gelişmesini ve rekabet avantajı sağlamada önemlidir. (Ashton, 2015).

Turistik değere farklı bir bakış açısı da turistik tüketim ve değer arasındaki ilişkiyle alakalıdır. Lin ve Fu (2017) seyahat deneyiminin turistik değer memnuniyetini etkilediğini belirtmişlerdir (Lin ve Fu, 2017). Presbensen ve Xie (2017) de öğrenmenin (*mastering*) ve birlikte oluşturma (*co-creation*) (birlikte oluşturma olarak çevirdiğimiz "*co-creation*" kavramı fiziksel ve zihinsel katılımın birleşimidir. Öğrenme (*mastering*) ise tüketicilerin deneyimsel faaliyetlere katılma sonucu kendi algıladıkları bilgi ve becerilerini temsil eder) turistlerin algıladıkları değerleri ve turistik tatminini etkilediklerini ifade etmişlerdir (Presbensen ve Xie, 2017).

Otantiklik (özgünlük) kavramı klasik Greco-Roman kökenli bir kelimedir. Kelime en basit haliyle hakiki, katıksız, gerçek şeye atıfta bulunmayı ifade etmektedir (Heitmann, 2011). Başka bir deyişle otantiklik geleneksel kültürü ve kökeni, bir anlamda gerçekliği ifade eder (Wang, 1999). Turizmde otantiklik ise genellikle turizm nesneleri, turistik alanlar, turistik çekim noktaları ve turist deneyimleri ile ilişkilidir. MacCannel otantikliği, turistlerin tarihi-kültürel alanlarda edindikleri deneyimleri anlama girişimi olarak ifade etmiştir (Park, Leong ve Lee, 2019). Buradan da anlaşılacağı üzere otantiklik kavramı kültür ve mirasla ilgilidir ki burada kültür ve mirasın en üst seviyede sürdürme şekli söz konusudur (Leong, 2016). Otantiklik ve turizm; bir kalite ölçüsü, kültürel algı, motivasyon, beklenti, deneyim ve kişisel algı politikaları gibi faktörlerle iletişim kurmanın bir yoludur (Rickly ve Vidon, 2018).

Turistler seyahatlerinde otantiklik aramaktadır. Bundan dolayı bu konuda çeşitli araştırmalar yapılmıştır ve otantiklik öznel ve varoluşsal olarak ikiye ayrılmıştır. Öznel otantiklik; insanların karşılaştıkları şeyi nasıl gördüklerinin ve yorumladıklarının sonucudur. Bu nedenle, kavram görecelidir, tartışılabilir ve sosyal olarak yapılandırılmıştır. Öznel otantiklik yapıcı otantiklik olarak da ifade edilmiştir. Varoluşsal otantiklik ise turizmin insanları günlük yaşamdan uzak tutan daha basit, daha özgür ve daha doğal bir yaşam şekli olarak ifade edilmiştir (Yu, Li ve Xiao, 2020). Başka bir ifade ile varoluşsal otantiklik bireylerin kendisini başka bir yerde hissetme duygusunu ifade etmektedir (Sang, 2020).

Miras söyleminde estetik değerler kültürel alanların değerini belirlemede önemli bir yer tutmaktadır. Miras alanları sadece bu yerlerin estetik değerlerini korumakla kalmaz ayrıca bu yerlere turistlerin gelmesine de vesile olur (Staiff, 2012).

Kirillova ve Lehto (2015) turizm deneyiminde bir destinasyonun estetik niteliklerinin önemine vurgu yapmışlardır (Kirillova ve Lehto, 2015). Estetik deneyim, aktif ve katılımcı değerlendirme biçimleri üzerine kuruludur. Böyle bir estetik süreçte beş duyu organının tamamının uyarılması gerektirdiğinden doğası gereği deneyimseldir. Turizm estetiği bu anlamda benzersizdir. Çünkü turizm eyleminde seyahat edilen destinasyona varmak için belli bir mesafe kat edilir. Seyahat sonucu varılan turistik çevre genellikle turistler için yenidir ya da yaşadıkları ev ortamlarına

kıyasla daha az tanındıktır. Yenilik izlenimi ile güçlendirilen bu koşullar altında estetik değerlendirme tarzları potansiyel olarak daha karmaşıktır (Staiff, 2012).

2.7. Turizmin Dili

Turizm dili potansiyel turistleri ikna ederek, cesaretlendirerek ve cezbederek aktif turist yapmak için potansiyel turizm destinasyonlarının detaylı tasvirini verir. Böylece turizm bir söylem nesnesi olur (Salim, Ibrahim ve Hassan, 2012). Ziyaretçileri turizme çekmek için oluşturulan bu söylemler ikna edici bir şekilde kurgulanır (Mocini, 2005). Thurlow ve Jaworski turizmin dili için *“dil ve diller; turist deneyiminin, temsiline, idrakinin, kültürler etkileşiminin tam merkezinde yer alır.”* ifadesini kullanması turizm dilinin etkisini vurgulamaktadır (Hall-Lew ve Lew, 2014).

Turizme teşviki arttırmak için çeşitli medya platformlarında yayımlanan yayınlara bakıldığında da ikna edici ve cezbedici bir dilin ortaklığı görülmektedir (Salim, Ibrahim ve Hassan, 2012). Ayrıca turizm dili farklı uzmanlıktaki diller ile iç içe geçmiş ve etkilenmiş faydacı, biçimsel ve sözcüksel özelliklerden oluşan uzmanlaşmış özel bir dili temsil etmektedir (Gandin, 2013).

Bütün dil bilimsel değişiklikler aslında ekonomik değişiklikleri de beraberinde getirir. Fakat günümüzün ekonomik koşulları altında var olan dil biçimleri ve yapılandırmaları yeni kullanımlara sunulur, yeni değerler kazanır ve yoğun incelenen objeler olurlar. Bunun yanı sıra bu diller ideolojik mücadele, tartışma, meşrulaştırma, ulusal ve etnik kimlik doğrulamasında da araç olarak kullanılmaktadırlar. Bu durum belli etnik kökenlere ait hikayelerin, tarihin ve günlük yaşamın tekrar düzenlenerek sunulmasında görülmektedir (Thurlow ve Jaworski, 2011).

Dilsel çeşitlilikler, kültürel kimliğin ve yer imajının temel bileşenleri ve paylaşılan bir kimliğin simgesidir. Nitekim dil, kültür için çeşitli biçimleriyle esastır (Hall-Lew ve Lew, 2014). UNESCO dilin önemini şu şekilde ifade etmektedir; *“Yaşayan mirasın ifade edilmesi ve aktarılmasında dil hayati bir öneme sahiptir. Evren hakkındaki bilgilerden ritüellere, sahne sanatlarından el sanatlarına kadar tüm somut olmayan kültürel miras alanları, günlük uygulamaları ve nesiller arası aktarımı için dil*

hayatidir. Sözlü gelenekler ve ifadeler alanında dil yalnızca somut olmayan mirasın bir aracı değil aynı zamanda onların özünü oluşturmaktadır” (UNESCO, 2003).

Uluslararası turizm çevreleri, çok dilliliği ve kozmopolitliği ekonomik değerlere dönüştürebildikleri gibi bir pazardaki yerliler de dil sermayelerini mali sermayeye dönüştürebilirler. Turizmin büyük bir kısmı (muhtemelen) kültürlerarası sınırlara duyulan arzudan kaynaklanmaktadır. Kültürlerarası turizm ortamlarında dili ve kullanımının rolünü anlamak destinasyonların kendilerini nasıl pazarladığını ve ev sahiplerinin ve misafirlerin turistik yerleri ve deneyimleri nasıl yarattıklarını ortaya çıkarmak için çok önemlidir (Hall-Lew ve Lew, 2014).

Turizm literatürüne bakıldığında turizmin dili açısından üç teorik duruş görülmektedir. Bunlar özgünlük perspektifi (*the authenticity perspective*), yabancılık perspektifi (*the strangerhood perspective*) ve çatışma perspektifi (*the conflict perspective*) dir. Bu üç perspektif duruş turizm dilinin önemini anlamada önemlidir. Bu perspektifler 1970 yılında literatüre girmiştir ve turizm araştırmacıları ve akademisyenleri arasında yıllardır büyük ilgi görüp tartışılmaktadır (Jorgensen, 2004).

Özgünlük bakış açısı McCannel’in çalışmasıyla bağlantılıdır. McCannel turist motivasyonunun ana amacının özgünlük aramak olduğunu söylemiştir. Turizm uğruna başkalarının hayatları büyük oranda manipüle edilmekte ve ticarileştirilmektedir. Bunun sonucu olarak destinasyonlar görsel bir yapıya atfedilen birkaç cazibe merkezinden oluşan noktalara dönüşmektedir. Bunu açmak gerekirse örneğin San Francisco’yu ziyaret eden bir kişi şehri ziyaret etmeden önce yaptığı araştırmalarda şehri öne çıkaran en önemli görsellere maruz kalır (Orada Golden Bridge köprüsünü ziyaret ettiğini varsayalım). Golden Bridge köprüsünün canlı olarak gördüğünde ise zaten özgünlük bakış açısı gitmiştir. Çünkü öncekilerin görüş dışı deneyimlerine maruz kalmıştır (Rázusová, 2009).

Yabancılık paradigmasının sahibi Cohen daha önce inanılanın aksine tüm turistlerin birbirinden farklı olduğunu söylemiştir. Çünkü bireyler farklı şekillerde daha az ya da daha çok derecede aşinalıklar yaşamaya motive olurlar ve iki kutuplu (birbirine karşıt) olarak temsil edilirler. Örneğin çeşitli yerleri ziyaret ederek

farklılıklara kucak açan ve otelin çevresinde evden eve deneyimlerle oldukça mutlu olan organize bir kitle turisti arasında kesin bir fark bulunmaktadır (Dann, 2000).

Son bakış açısı, destinasyonların tanıtım malzemelerinde nasıl resmedildiği ve turizm imgesinin bir parçasını oluşturan güç ilişkilerine odaklanılan çatışma perspektifidir. Bu bakış açısı ilk defa Edward Said tarafından “*Orientalism*” kitabında ele alınmıştır. Said Oryantalizm de Batı'nın Doğu'ya yönelik tutumunun tarihini ve doğasını inceler ve Batı tarafından Doğu'ya hükmedildiğini ifade eder. Said reklamlarda, seyahat kitaplarında vb. yerlerde bulunan turizm dilinin Batı'nın Doğu'nun üstündeki hakimiyet ve üstünlüğünü yansıttığını savunmaktadır (Jorgensen, 2004).

2.8. Turizm ve Tarihi Yapılar

1975 yılında yürürlüğe giren Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması sözleşmesinde kültürel miras, “*Anıtlar: mimari yapıtlar, anıtsal heykel ve resimler, arkeolojik özellikteki yapılar, yazıtlar, mağara resimleri; Bina grupları: mimari özellikleri ve tarihi, sanatsal, bilimsel açıdan evrensel değeri olan ayrı veya birleşik binalar ve Sitler: insan veya doğa ile insanın birlikte yarattığı eserler, arkeolojik alanlar*” olarak sınıflandırılmıştır (Dinçer ve Ertuğrul, 2000).

Kültürel miras varlıkları kültür turizmi için yapı taşlarını oluşturmaktadır. Miras; koleksiyonlar, geçmişin ve bugünün devam eden kültürel uygulamaları ve yaşam deneyimleri gibi soyut varlıkların yanı sıra doğal çevre, kültürel çevre ve tarihi yerler gibi somut varlıkları da içeren geniş bir konsept olarak tanımlanmaktadır (McKrecher, Ho ve Du Cros, 2005).

Kültürel değerler bir destinasyon için turistik bir kaynaktır. Çünkü turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlardaki çekiciliklerden birini de o şehrin kültürel kaynakları oluşturur. Turistler gittikleri şehirleri o şehrin giyim tarzından, kullandıkları dilden, inançlarından, doğal zenginlikleri vb. den dolayı ziyaret etmektedir. Bunların yanında kültürel değerler açısından bakıldığında bir başka değer de tarihi yapılarıdır ve bu yapılar turistik ziyaretlerde önemli turistik çekim noktalarından birini oluşturur (Güzel, Barakazı ve Çakır, 2019).

Tarihi yapıların kültür açısından önemi İkinci Dünya Savaşından sonra anlaşılmıştır (Dinçer, 2012). Dünyanın çeşitli yerlerinde bugün de hala devam eden bir yaklaşımla tarihi yapıların yenilenmesi başlamıştır. Klasik tatil anlayışının değişmesiyle birlikte şehir turizminin önemi artmış, insanlar yapıları sadece görmek için değil ayrıca hissetmek içinde seyahat etmeye başlamışlardır (Craggs, Geoghegan ve Neate, 2013). Anıt yapıların turizm açısından önemimin artması ile hem kültürel miras olmaları hem de ekonomik getiri sağlamalarından dolayı bu yapıların korunması ve yenilenmesi faaliyetleri de önem kazanmıştır (Güzel, Barakazı ve Çakır, 2019).

Kültürel yapılar insanların kimliklerini ya da ait oldukları kökenlerini veya paylaştıkları kökenleri temsil eden yapılar olarak tanımlanabilir. Bu yapılar ulusal veya bölgesel bir tarih için anlamlı kabul edilmektedir (McKercher, Ho ve Du Cros, 2005). Bu yapılar şehir manzaralarını duygusal, ilgi çekici ve kişisel olarak önem taşıyan dolu bir deneyim alanı haline getirirler. Böylece turistler bu yapıları görerek ve ziyaret ederek hayal güçlerini kullanabilir ve kendi deneyimlerini yaratabilirler (Willson ve McIntosh, 2007).

Ülkeler sahip oldukları kültürel ve tarihi eserlerle ekonomik olarak gelişmelerine önemli bir şekilde etki ederler ve kar sağlarlar. Çünkü tarihi ve kültürel yapılar ekonomideki mevsimsel dalgalanmaların etkisini azaltırken ilave çalışma yerlerinin oluşmasına katkı sağlamaktadırlar. İnsanlar tarih boyunca sanat, ticaret ve göçler yoluyla kültürel deneyim, fikir, değer ve mal alışverişinde bulunmaktadır. İnsanların kültürel olarak kendini ifade etmesi her zaman ilgiye neden olmuştur. Bir turistin dünyanın çeşitli köşelerine ilişkin doğal merakı turistleri harekete geçiren en önemli etkenlerden birini oluşturmaktadır. Turistler kültürel yapıları ziyaret ederek hem ruhsal zenginliklerini hem de bakış açılarını genişletmektedirler (Ismagilova, Safiullin ve Gafurov, 2015).

“Miras İnşası” teriminin anlamı karışık olmakla beraber terim uzun zamandır tarihi ve anıtsal yapıların korunması ile alakalı olarak kullanılmaktadır. Bu terim ile ayrıca tarihi binaları ve yapıları da ifade etmektedir. Bundan dolayı bu yapılar genellikle Anıt Kanunları, Arkeolojik Alanlar Kanunu gibi yasalarla korunmaktadır. Tarihi binaların ve yapıların yasal olarak tanınması genellikle korumaya layık önemlere veya mimari

değerlere sahip oldukları için ortaya çıkar. Bu yasalar kültürel yapılarla ilgili bilinci arttırmakta ve onları korumaya teşvik etmektedir (Nuryanti, 1996).

2.9. Mimarlıkta Göstergebilimin Bir Araç Olarak Kullanılması

Mimari bir eseri göstergebilimsel olarak yorumlamak için göstergelerden oluşmuş bir dizge gerekmektedir. Yani ortada biçimsel bir görüntünün olması ve bu göstergelerden oluşan biçimsel yapıya anlam verilmiş olması gerekmektedir (Yalçın, 1997). İnşa edilen mimari eserlerde mimarın niyeti görünür olabilir. Fakat tasarımcı tarafından oluşturulan anlamlar da izleyici tarafından alınamayabilir. Burada bina saptanabilir kodlara, bu kodların oluşturduğu düzene ve binanın anlamına gönderme yapan alt kodlara sahiptir. Kodlar eş zamanlı bir yorumlama için bir temel oluşturmaktadır (Lindsey ve Sakellaridou, 1983).

Mimari formlar kısıtlı girişimlerle de olsa göstergebilimsel araştırmalara konu olmaktadır (Ramzy, 2013). Bu konuda çeşitli çalışmalar yapılmakla birlikte hiç şüphesiz en önemlilerinden biri Roland Barthes tarafından yapılan Eiffel Kulesi ve Diğer Mitolojiler (*The Eiffel Tower and Other Mythologies*) çalışmasıdır. Barthes (1997) burada Eiffel Kulesini bir gösterge olarak nitelemekte ve Paris ile özdeşleşmiş olduğunu ifade etmektedir. Ona göre bu göstergeden kaçmak imkansızdır. Çünkü kule her şeyi söylemek istemektedir. Barthes'a göre kule bir paratoner gibidir. Paratoner nasıl ki yıldırımı üstüne çekmekteyse kule de tüm anlamı üstüne çekmektedir (Barthes, 1997). Mimarlık göstergebiliminde bir diğer önemli isim de Umberto Eco dur. Eco uyarım sürecini anlama sürecinden ayırmaktadır. O bu durumu şöyle açıklar. *“Örneğin; bir merdiven birkaç yapı malzemesinin eklenmesi ile oluşur ki bu malzemelerin birleşmesi “yükselmek için bir makine” olarak bilinmektedir. Merdiven böyle algılanırsa kullanılır. Kullanılmadan da tanınabilir ve hatta gerçekte kullanılsada “yükseltme” işlevini iletebilir. Bu mimaride iletişimsel yönün işlevsel yönden üstün olduğu ve ondan önce geldiği anlamına gelir.”* Ona göre mimari bir obje anlam bağışında bulunan bir gösterge (araç) tır. Yine Eco ya göre fonksiyonlar birincil ve ikincil olacak şekilde iki çeşittir. Birincil fonksiyonlar kelimenin gerçek anlamıyla kabul edilmesini ifade etmektedir. İkincil fonksiyonlar ise “mimarinin sembolik değerleri” olarak ifade edilen fonksiyonlardır. Yani birincil fonksiyonlar düz

anlamı, ikincil fonksiyonlar yan anlamı ifade etmektedir. Doğal olarak birçok mimari nesne için ikincil fonksiyonların iletişimi birincil fonksiyonların iletişiminden daha önemlidir (Eco, 1972).

Madway ve Clarke (2003) bir binayı yorumladığımızda gerçek ve mecazi ya da sunulan ve mevcut bina arasındaki hakkında konuşmamız gerektiğini savunurlar. Burada önemli olan temsil edilen şey ve gerçekte olan şeydir. Onlar özellikle metafor (mecaz) üzerinde durmaktadırlar. Örneğin; “tekne” olan bir metaforumuz olsun. Onu bir görüntü ya da düşünce içinde yorumlayabiliriz. Eğer onu görsel şekilde yorumlarsak, belli bir topluma ya da kültüre ait bir tekne olarak yorumlayabiliriz. Eğer dil aracılığıyla yorumlarsak şu şekillerde yorumlanabilir; tekne terimi, tekne örnekleri-feribotlar, gemiler, kürekli tekneler, vb.-ve teknelerin özellikleri- baş ve kık, gemi direği, güverte, demir. Burada önemli olan tasarım düşüncesinde mecaz ve gerçek arasında nasıl düşündüğümüzdür. Yine onlara göre mimari söylem metaforlarla kaplıdır. Aslında mimari söylem olarak “binanın lehçesi”, “binanın kelime haznesi”, “ifade oluşturan binalar” ve “binayı okuma” hakkında konuşulmaktadır (Medway ve Clark, 2003).

Bir diğer önemli çalışmada Guirguis, Dewidar, Kamel ve Iscandar (2018) tarafından Virgin Mary ve Saint John The Baptist Kilisesini ele alındıkları çalışmadır. Binaların göstergebilimsel çözümlenmesi sonucunda aşağıdaki şu sonuçlara varmışlardır;

- Anlamlandırma sistemleri birbiriyle ilişkili olan söz dizimlerinden oluşmaktadır.
- Binanın iç kısmının mimari özellikleri onu geleneksel bir çağdaş Kıpti Ortodoks kilisesi olarak kolayca tanınabilir kılmaktadır.
- Binanın hem dışı hem de içi göstergebilimsel olarak okunabilen, çözümlenebilen ve yorumlanabilen bir işaretler sistemi aracılığıyla mesajlar iletmektedir.
- Yapının içinde ve dışında bulunan mesaj ve anlamlara bakıldığında yapı yeni olmasına rağmen mesajların birçoğu geleneksel Kıpti mirastan gelmektedir.

- Yapı geçmişteki diğer kiliselerde olduğu gibi bugün de kilisenin ilahî temasıyla tanrının evi olduğunu, dünyadaki cennet olduğu ve kurtuluşun anlamı olduğunu ifade etmektedir. Bunların yanında öğretici bir yapı olarak kilisenin rolü İncil’e ait işaret ve sembollerle ifade edilmiştir.
- Binanın dış görünüşü İncil’den ayetler yoluyla yoldan gelip geçenlere mesajlar iletmektedir (Guirguis, Dewidar, Kamel ve Iscandar, 2018).

Ramzy (2013) mimari göstergebilim ile ilgili şu ifadelerle yer vermektedir: “*Orta Çağda yaşayan bir insan tarafından kolayca çözümlenebilen bir mesaj büyük olasılıkla modern insan tarafından da anlaşılabilir. Çünkü bütün tarihi anıtların arkasında belli bir mesajın kaldığını söyleyebiliriz. Belirli sözel dillerin öldüğü gibi mimari dillerde ölebilir. Bundan dolayı göstergebilim senkronik (eşzamanlı) çözümlemeden ziyade diyakronik (tarihsel) çözümlemeye odaklanmaktadır. Göstergebilimin bu yaklaşımı geçmişte belli mimari çalışmalarda ima edilmiş somut ifadeleri anlamaya yardımcı olmaktadır.*” (Ramzy, 2013).

Güneş (2013) de Divriği Ulucami ve Şifahanesini ele aldığı çalışmasında yapının düz anlamsal olarak sadece bir yapı olduğunu fakat yan anlamına inildiğinde yaratan ve yaratılan arasında bir köprü görevi gördüğünü söylemiştir. Yapının kapılarının taşıdığı yan anlam ise ilgi çekicidir. Hiç şüphesiz bir binanın sahip olduğu kapılar ilk bakıldığında herkes için yapıya girip çıkmaya yarayan bir yapı bölümü olarak görülür. Fakat Divriği Cami kapısının üzerindeki motiflerin hepsi birbirinden farklıdır. Güneş (2013) burada baş mimarın “Allah birdir.” inancından etkilendiğini söylemiştir (Güneş, 2013a).

Tauren (2008) mimari göstergebilimi anlam ve bağlam terimleriyle özetlemektedir. Bu terimler dilsel göstergebilim doğrultusunda klasik ve pragmatik (bağlamsal) arasındaki ayrıma karşılık gelir. İlk yaklaşım, temel mimari ifade olarak bina ile ilgilidir, diğer ifade ise binanın anlamının tanımlanmasındaki rollerle alakalıdır. Mimari göstergebilimdeki binanın rolü ile dilsel göstergebilimdeki cümlelerin rolü aynıdır. Bir bina daha küçük anlamlı mimari ifadeler içinde daha ayrıntılı çözümlenebilir. Ayrılmış yapı unsurları eksik ifadelerdir. Yani yapıyı

oluşturan elementler ancak yapı bağlamı (bütün yapı) içinde anlaşılabilir olmaktadır (Taurens, 2008).

2.10. Turizmde Görsellik

Berger (1972) Görmenin Yolları (Ways of Seeing) adlı çalışmasında görmenin konuşmadan önce gerçekleştiğini hatta çocukların konuşmadan önce görme eyleminde bulundukları söyleyerek görmenin önemini vurgulamıştır (Berger, 1972). Feighey (2003) de dünyayı anlamada görmenin önemini vurgulamaktadır. Ona göre görmek, resmetmek ve tasvir etmek insanlar dünyayı tanımaya başladığında olan eylemlerdir ve modern çağın ana duygusu olarak görme eylemi her yerde karşımıza çıkmaktadır (Feighey, 2003).

Turizm doğası gereği soyuttur. Bundan dolayı destinasyonları tanıtmada görsel pratikler kullanılmaktadır. Bu görsel pratikler kültürü, insanı ve sosyal bir söylemi tanımlayan öğeler ve somutlaştırmalar içermektedir (Yan ve Santos, 2009). Turizmde görselliğin ve görsel medyanın rolü, turistler ve imgeler arasındaki ilişki, görselleştirme ve turizmin görselleştirilmesi arasındaki bağlantılar turizmde görselliğin önemini göstermektedir. Görsel kültürün gücü dünyayı yazı ve kelimelerdense çeşitli görsellerle vurgulandığında daha iyi anlaşılabilir (Park ve Kim, 2018).

MacKay ve Fesenmaier (1997) destinasyon görüntüsünün seyahat ile ilgili karar verme sürecinde önemli bir faktör olduğunu, bunun yanında demografi, kültür, benzerlik gibi kişisel değişkenlerin yanı sıra fiziksel özellikler gibi görsel niteliklerin de görüntü değerlendirmesiyle ilgili olduğunu söylemişlerdir. Bundan dolayı fotoğrafların bir destinasyonun görüntüsünü başarılı bir şekilde oluşturmak ve iletmekte çok önemli olduğu söylenebilir. Fotoğrafların yanında reklamlar da herhangi bir turizm destinasyonun tanıtılmasında önemli rol oynarlar. Çünkü belirli türdeki deneyimler ve resimlerin birleşmesi yoluyla reklamların görsel içeriği tatil deneyim algısını etkilemektedir (MacKay ve Fesenmaier, 1997). Ayrıca şunu da ifade etmek gerekir ki destinasyon değerlendirmesinin ilk aşamalarında tanıtım için kullanılan görseller turistin deneyimi ve/veya katılım düzeyi düşük olduğunda dikkat çekicidir (Feighey, 2003).

Fotoğraflar turizm pazarlamasında yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Eski bir ata sözünde bir resmin binlerce kelimeye eş değer olduğu söylenmiştir. Basit bir görüntü karışık ve çok sayıdaki bilgiyi karşıya hızlı bir şekilde iletebilmektedir. Turizm deneyiminin önceden deneyimlenemeyen özellikleri göz önüne alındığında da fotoğraflar bir destinasyonun görsel bir deneyimini sağlamada ve destinasyona teşvik etmede önemli araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmalar fotoğrafların görsel işaretler olarak turistlerin dikkatini çekebildiğini, destinasyon imajı yarattığını ve satın alma kararını etkilediğini göstermektedir (Li, Huang ve Christianson, 2016).

Seyahat fotoğraflarının paylaşımı imaj oluşturmada ya da yeniden bir imaj oluşturmada hayati bir önem olabilmekte ve fotoğraflar aracılığıyla kişiler öz sunumlarını yapabilmektedirler. Lo, McKrecher, Lo, Cheung ve Law (2011) yaptıkları çalışmada, seyahatlerle ilgili çevrimiçi fotoğraf paylaşımının artan popüleritesinin genç kullanıcılar arasında güçlü bir öz sunum yönetim aracına dönüşebildiğini ifade etmişlerdir. Öte yandan yaşlı bireylerde öz imaj oluşturma veya öz imaj değiştirme endişesi gençlere kıyasla daha az olduğunu ve bu nedenle seyahat fotoğraflarını paylaşmadaki amaçlarının geleneksel bir fotoğraf albümü kullanımıyla aynı olduğunu bulmuşlardır (Lo, McKercher, Lo, Cheung ve Law, 2011).

Haldrup ve Larssen (2003) turistler tarafından çekilen fotoğrafları toplayarak yaptıkları incelemede tatil fotoğraflarının ev ile dışarı arasındaki boşluğu kapattığını ve turist fotoğraflarının sosyal ilişkileri sahnelemekle ve mekanları mutlu aile hayatını gösteren yerlere dönüştürmekle yakından bağlantılı olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca bu fotoğrafların yaradan fazlasında sosyal hayat ve cazibe merkezlerinde bulunan aile üyeleri ve arkadaşların samimiyetleri görülmektedir. Birçok turist için mekân “sevilen birileri” ve “aile neşesi” kadraja girdiğinde fotoğraf çekilmesi için uygun olmaktadır. Bunun sonucu olarak fotoğraf ve turizmin modern insanların kendilerine ve sosyal ilişkilerine anlam kazandıran hikâyeli biyografiler ve anılar ürettikleri başlıca sosyal bir uygulama olduğu sonucuna varılmıştır (Haldrup ve Larsen, 2003).

Tussyadiah ve Fesenmaier (2009) internete yüklenen videoların büyük ölçüde turistik deneyimi etkilediğini ifade etmişlerdir. New York hakkında yüklenen videoları

incelediklerinde bu videoların insanların hayallerini gerçekleştirmesi, New York'u ziyaret etme fantezileri ve şehre yapılan geçmiş gezileri deneyimleme hayalleri yoluyla zihinsel mutluluk üretilmesine neden olduğunu görmüşlerdir (Tussyadiah ve Fesenmaier, 2009).

Mekanlar, film ve televizyonlar gibi turistik olmayan çeşitli aktiviteler yoluyla yaratılan merak duygusundan dolayı insanların ilgisini çekmektedir. Birleşik Krallıkta yapılan bir araştırmada on Britanyalının sekizinin tatil destinasyonları ile ilgili kararlarını filmlerden aldığı görülmüştür. Aynı araştırma her beş kişiden birinin seyahatlerini favori filmlerinin bulunduğu yere yapmakta olduğunu göstermiştir. (Hudson ve Ritchie, 2006a).

Hudson ve Ritchie (2006) film turizmindeki beş faktörü; destinasyon pazarlama faaliyetleri, destinasyon özellikleri, filme özgü faktörler, film komisyonu, hükümet çabaları ve konum fizibilitesi olarak sınıflandırmışlardır. Film turizmi sayesinde bazı destinasyonların görünürlüğü artmakta ve filmin gösterime girmesini takiben ilgili destinasyona giden ziyaretçi sayısında artış görülmektedir. Film turizmi destinasyon pazarlamasında öyle etkilidir ki Destinasyon Yönetim ofisleri (*DMO*) filmlerin gösterimi öncesi ve sonrası için özel pazarlama aktiviteleri düzenlemektedir. Bunların yanında ürün yerleştirme de filmlerde ya da televizyon programlarında uygulanan planlanmış ürün girdileri olarak tanımlanmaktadır. Ürün yerleştirmeleri vasıtasıyla insanların turistik ürün ya da destinasyonlara karşı tutum ve davranışları etkilenebilmektedir (Hudson ve Ritchie, 2006b).

2.11. Tarihi Yapılar ve Turizm Odaklı Kullanımları

Binaların uyarlanabilir yeniden kullanımı tarihi alanların geliştirilmesine yönelik bir yaklaşımdır ve tarihsel kalıpların ömrünü uzatır (Yıldırım ve Turan, 2012). Tarihi yapıların hala ayakta durması fakat eskisi gibi kullanılamaması bu yapıların yeniden işlevlendirilerek kullanılmasının önünü açmıştır (Aydın ve Yıldız, 2010). Bir binanın yeniden kullanılması mevcut bina için yeni bir kullanım amacı bulma eylemini ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle ekonomik açıdan uygun yeni kullanımlar için yapısal olarak sağlam olan eski binaların geliştirilmesi sürecidir (Cantell, 2005).

Kültürel miras projeleri bağlamında karar verme süreçleri çeşitli faktörlerden etkilanmektedir. Bu faktörlerden birincisi, kültürel miras projeleri; tarihi ve sanatsal değeri, ekonomik koşulları, çevresel etkileri vb. göz önünde bulundurularak çözümlenmeye dahil edilecek birçok boyutu olan “karmaşık karar problemleri” olarak tanımlanabilir. İkinci olarak, kamu yönetimi temsilcileri, mimarlar, mimarlık tarihçileri, geliştiriciler ve mülk sahipleri gibi farklı ve tartışmacı bakış açısına sahip birçok fikir sahibinin karar masasında bulunmasıdır. Üçüncü olarak, tarihi binanın bozulması ve insanların bu riski kabul etmesidir. Son olarak, değerlendirme araçlarının karar sürecinin şeffaflığını garanti edebilmesidir (Ferretti, Bottero ve Mondini, 2004).

Tarihi bir binanın adaptasyonu için planlama çalışmaları kapsamlıdır ve inşaatın başlaması aylar sürebilir. Bunun yanında bu tarihi binaları kabuğundan inşa etmek, yıkıp sıfırdan inşa etmekten daha maliyetli olabilir. Örneğin; Bir zamanlar bir tren istasyonu olarak hizmet veren Paris de ki Orsay Tren İstasyonunun Orsay Müzesine dönüştürülmesi bu tür nedenlerden dolayı ancak 1986 yılında tamamlanmıştır. Bu yeniden kullanıma hazırlama sürecinde; hava sızdırmasının önüne geçmek, Paris metro istasyonunun çalışmalarından doğan titreşimleri ortadan kaldırmak, büyük hacimli bir klima sistemi kurmak, sesleri, ışığı ve gürültüleri uyumlu bir şekilde emmek ve binayı tamamen onarmak ve eski orijinallliğini sağlamak gibi zorluklarla karşılaşmıştır. Ancak önemli çabalar sonucunda yüz yıllık bir tren istasyonu müze olarak tekrar kullanıma kazandırılmıştır. Bir diğer önemli örnekte Londra da ki Tate Modern Müzesidir. Bu bina bir zamanlar Londra için önemli bir güç kaynağı görevi görmüştür. Dönüşüm için yapının içindeki tüm makineler çıkarıldığı zaman geriye sadece çelik yapı bir tuğla bina kalmıştır. Fakat 2000 yılında ise Tate Modern Müzesi'ne dönüştürülmeden önce yeni temel ve çatı eklenmiş ve ayrıca iç mekânda büyük bir yeniden yapılanma olmuştur. Günümüzde müze olarak kullanılan bu iki bina bulundukları şehirler için önemli yapılardır ve her yıl kalabalık turist gruplarını kendilerine çekmektedirler (Hein ve Houck, 2008).

Tarihi binaların yeniden kullanımının değerlerine odaklanacak olunursa bununla ilgili çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin; Teo ve Huang (1995) tarafından yapılan çalışma Singapur da ki tarihi binaların turistleri cezbedtiğini göstermektedir. Ancak

bunu yapmak için kültürel varlıkları korumaktan sorumlu birimler, kültürel mirası müze haline getirdiklerinde yerel sakinlerin faaliyetlerini ve yaşam tarzlarını etkileyerek elitist hale getirdikleri ortaya çıkmıştır (Teo ve Huang,1995). Wang (2009) tarafından yapılan çalışma da Şangay da ki Kızıl Kasabanın endüstriyel mirasının yeniden kullanarak ekonomik kalkınmaya katkı sağlanmaya çalışıldığında, beklenmedik sosyal sorunların ortaya çıktığını ortaya koymuştur (Wang, 2009). Bu çalışmalar kültürel varlıkların tarihi değerlerini korumakla görevli karar verici birimler ve bölge halkının sosyal ve ekonomik değerleri arasında ortaya çıkan çatışmaları göstermektedir. Ancak bunun aksini gösteren çalışmalar da mevcuttur. Amit-Cohen (2005) e göre tarihi değerler tipik olarak hızlı bir şekilde gelişmekte olan şehirlere ekonomik olarak olumlu etki etmekte ve planlama vasıtası ile kırsal kalkınmaya fayda sağlayabilmektedirler (Amit-Cohen, 2005). Morri de tarihi kaynakların korunmasının faydalarını; iş imkânı yaratma, mülk değerinin artması, istikrar sağlamak ve kültür turizmine olumlu etki olarak sıralamıştır. Bu ifadeler tarihi binaların turistik amaçlı kullanımlarındaki faydaların güçlü bir geri bildirimini ifade etmektedir. Morri ayrıca ekonomik faydayı en üst düzeye çıkarmak için yetkililerin tarihi koruma faaliyetlerini tam olarak desteklemesi gerektiğini savunmaktadır (Chen, Chiu ve Tsai, 2018).

2.12. İslam Mimarisi

Mimarlık İslam sanatının en büyük biçimleri arasındadır. İslam mimarisi hem laik hem de dini mimari tasarımların bir bileşimidir ki İslam inancının ortaya çıkmasından bu yana geliştirilmekte ve Müslüman kültürlerindeki mimari çalışmaları da etkilemektedir. İslam mimarisi, Müslümanların tarih boyunca inançlarına ve uygulamalarına bir bakış açısı sağlamaktadır (Ghasemzadeh, Fathebaghalı ve Tarvirdinassab, 2013).

Omer (2008) İslami mimarinin en uygun anlayışı nedir? sorusunu sorarak şu şekilde cevap vermiştir; *“İslam mimarisi fonksiyonları ve biçimleri temel olarak İslam’dan etkilenmiş bir mimaridir. Fakat biçimler fonksiyonlara göre İslam’dan daha az etkilenmiştir. İslam mimarisi İslam’ın uygulanması için bir çerçevedir. O, Müslümanların ibadet faaliyetlerini kolaylaştırır, teşvik eder ve canlandırır. İslam mimarisi ancak Allah, insan, doğa, hayat, ölüm ve ahiret hakkındaki İslami*

anlayışların himayesinde var olabilir. İslam mimarisi binaların kutsal bir yere konulmasını sağlar ve aynı zamanda İslam mesajının gerçekleştiği fiziksel bir yerdir. Pratik olarak bakılırsa İslam mimarisi, İslam dininin Müslümanların ellerinde gerçekliğe dönüştürülmesini temsil etmektedir. O ayrıca İslam kültürünü ve uygarlık kimliğini de temsil etmektedir.” (Omer, 2008).

İslam’ın kutsal mimarisi hem mimari hem de yaratılışın dayandığı bilim vasıtası ile Allah'ın yaratma gerçekliğini yansıtmaktadır. İslam'da kutsal mimari ile doğa arasındaki örtüşmeyi mümkün kılan bu mimari, Kuran vahyinden gelen lütuf veya berekete dayanmaktadır. İslam mimarisinin manevi önemi hem doğal düzenin hem de insanın “doğaüstü” karakterini ortaya çıkaran Kuran vahyinin doğasında ve ayrıca Peygamber Muhammed’in iç doğasında aranmalıdır (Nasr, 1990).

İslam mimarisinin merkezinde maddi, manevi ve zihinsel boyutları olan bir fonksiyon vardır. Bunların yanında İslam mimarisine biçim açısından bakılırsa işlevi olmayan bir biçim önemsizdir. Biçimin İslam mimarisindeki önemi tamamlayıcı ve zenginleştirici olmasıdır. Biçim önemlidir, ancak değer ve özden sonra gelir. Binaların biçimini destekleyen fikirler ile binaların fonksiyonlarını destekleyen fikirler birbirine çok yakın olmalı ve aynı zamanda binayı kullananlar açısından da kullanıcı rahatlığına uygun olmalıdır. Binanın formu ve işlevi arasındaki bir çatışma binanın kullanıcılarında psikolojik açıdan bir çatışmaya yol açabilir. Bu nedenle formun ve işlevin rolleri eşdeğer olmalıdır (Omer, 2010).

İslam mimarisinin yaratıcı ve eşsiz olduğu düşünülmektedir. İslam mimarları kendi inanç sistemleriyle bağlantılı soyut biçimler kullanarak yaratıcılıklarını ortaya çıkarmaktadır. Bu sanatçılar eşsiz eserler yaratmak için İslam sanatını kullanan alternatif mimari tarzlar geliştirmişlerdir. İslam sanatçıları ve mimarları için sanat eserlerinin temel amacı, İslami mesajlar iletmek ve göze estetik bir tatmin sunmaktır (Ghasemzadeh, Fathebaghalı ve Tarvirdinassab, 2013).

Günümüzün mimarları, eleştirmenleri ve teologları camileri anlamlandırma yaparlarken şu öğelere dikkat etmişlerdir. 1) Caminin içine girildiği zaman Allah’ı hatırlatan bir atmosfere sahip olması. 2) Camilerde dini bağlamın önemli olması.

Bundan dolayı cami mimarilerinin ve dekorasyonlarının bu bağlamı yansıtmaması. 3) Camilerde anıtsallık ve süslemenin önemli olması (Longhurst, 2012). Bu yapılırken de tasarımda ve mimaride sadelik yolu izlenerek Allah'ın yüceliği ve kullarının tevazuusu vurgulanmaya çalışılmalıdır (Cansever, 1996). Bu konuda Çam (1994) “(Ey Muhammed) Rabbinin, (Hud'un kavmi) Ad'e, şehirler içinde benzeri kurulmamış olan, sütunlarla dolu İrem'e, vadide kayaları oyan (Salih'in kavmi) Semud'a, kazıklar sahibi Firavun'a ne yaptığını görmedin mi? Bunlar şehirlerde azgınlık eden ve oralarda pek çok bozgunculuk yapan kimselerdi” Fecir; 6-12 ve “Siz her yüksek yere bir alamet bina yapıp boş şeylerle mi eğleniyor musunuz? İçinde ebedi yaşama ümidiyle sağlam yapılar mı ediniyorsunuz?” Şuara; 128-129 ayetlerini vererek insanların gösteriş, övünme veya Allah'ı unutup sırf eğlence olsun diye binalar yapmasını Allah'ın hoş karşılamadığını, İslam'da esas olan (haramlar dışında) eşyanın kendisi olduğunu ve bundan dolayı Allah'ın binaya karşı olmadığını fakat binada israf ve gösterişe karşı olduğunu ifade etmiştir (Çam, 1994).

Yetkin (1965) dünyanın hangi ülkesine, bölgesine ve hangi milletine ait olursa olsun ortaya çıkarılmış İslam mimarisi eserlerinin birbirine benzer olduğunu ifade etmiştir. Ona göre zaman ve mekân fark etmeksizin İslami eserlerinin birbirine benzemesinin nedeni İslam dininin kurallarıdır ve İslam mimarisi İslam dininden etkilenen dini bir sanattır. Bu sanatın ağırlıklı merkezi camidir ve cami planlama ilkelerini toplu olarak namaz kılma gerekliliğinden almıştır (Yetkin, 1965).

Taib ve Rasdi (2012) ye göre cami mimarisini anlamak için Peygamber Muhammed zamanındaki caminin rolünü ve tanımını kavramak gerekmektedir. Onlara göre bu dönemde cami yapmak hem siyasi hem de dini bir hareketti. Erken cami formu birkaç sıra sütun ile desteklenen bir yapıya sahipti. Taib ve Rasdi (2012) ye göre caminin kutsallık kazanması onun belirli tarzdaki tasarımından değil, inanan insanlar için yerine getirdiği işlevler sayesinde. Creswell de Peygamber Muhammed döneminde yapılan cami için “Medine'deki cemaat liderinin evi buydu. Muhammed de bu koşulları değiştirmek istemedi; o tamamen mimari tutkulardan yoksundu.” demiştir (Taib ve Rasdi, 2012).

İslam mimarisi hem bir kavram hem de bir duysal gerçekliktir. İslam, kapsamlı bir dünya görüşü ve varoluşun hiçbir parçasını ihmal etmeyen bir yaşam biçimidir. Mimari konusu da bunun dışında değildir (Omer, 2008). Bundan dolayı Müslümanların binalarını İslam inançları şekillendirmiştir (Cansever, 1996).

2.13. Hristiyan Mimarisi

2.13.1. Erken Hristiyan Mimarisi (Roma Dönemi)

Erken Hristiyan sanatının başlangıcı, imparator Konstantin'in Hristiyanlığı kabul etmesiyle başlamıştır (Kleinbauer, 1968). İmparatorluğun bu kabul toplumda da karşılık bulmuş ve insanlar Hristiyanlığa geçmeye başlamıştır (britannica.com, 1992). Hristiyanlığın kabulünden önce Hristiyan tebaa ibadetlerini gizlice gerçekleştirirken bu kabul ile Hristiyanlar ibadetlerini rahatça yapabilmışlerdir. Konstantin'in Hristiyanlığı kabul ile kutsal bina yapımının n de açılmıştır. Konstantin Roma ve Kudüs'te kiliseler inşa ederek ve Konstantinopolis olacak olan Bizans'ın temelleri üzerine yeni bir Hristiyan şehri planlayarak bu konuda başı çekmiştir (Loosly, 2012).

Bu döneminin ilk üç yüz yılı boyunca Hristiyan yapılarında çeşitlilik ve değişim görülmektedir. Bu dönemde Antakya'dan Roma'ya, Filistin'den Kuzey Afrika'ya kadar Akdeniz bölgesinde onlarca Hristiyan grup örgütlenmiş ve ibadet uygulamaları çeşitli kültürel bağlamlara göre çeşitlilik göstermiştir. Bu eşitlilik bize tek bir Hristiyan mimarisinin olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte ilk Hristiyanların toplandıkları mekanlara bakıldığında onların yaşamları, bu yeni dinin kavramı ve inanç uygulamalarında İsa Mesih'e olan derin inancın izlerini göstermektedir (Kilde, 2008).

Bu dönemin sanatının kökleri klasik Roma stiline dayanıyordu, ancak bu stil daha soyut ve basitleştirilmiş bir sanatsal ifadeye dönüştürülmüştü. Buradaki stil “ideal” fiziksel güzellik değil ruhsal duyguydu. İnsan fiğrleri böylece bireylerden çok tip haline gelmişti. Bu insan fiğrleri genellikle büyük ve dikkatli bakan gözlere ve bir ruha sahipti. Ana fikre konsantre olmak ve net bir şekilde görselleştirmek için semboller sıklıkla kullanılmıştı. Kompozisyonlar ise düz ve hiyeratik (ruhban sınıfına

ait)ti. Dönemin sanatı kasıtlı olarak daha önceki natüralizmden ayrılrsa da bazen büyük bir güce ve yakınlığa sahipti (britannica.com, 1992).

Bu dönemde önceki dönem Yunan ve Roma Pagan tapınakları değiştirilerek bazilika olarak kullanılmıştır (Grant, 1995). Bu bazilikalar yeni dini amaç için şekillerinde bazı değişiklikler yapılarak kullanılmaya başlanmıştı ve sahip oldukları dekoratif unsurlar gelenekseldi (Brenk, 1987). Normal sivil bazilikalar tek girişe sahipken bu durum bir iç yönlendirme ile değiştirilmişti. Erken dönem Hristiyan bazilikasının en iyi örneklerinden birisi Roma'daki Aziz Peter kilisesidir. Yapımına İmparator Konstantin zamanında başlanmıştır. Genel yerleşim planı katılımcıların kilisenin gövdesine girmek için geçtikleri geniş açık avlu olan bir atriyumdan oluşmaktaydı. Ana toplantı salonu sivil bazilikanın genel planını takip etse de atriyumun eklenmesi başlangıçta ibadet için kullanılan özel evlerin şeklini hatırlatmaktadır. Aziz Peter kilisesi nef olarak bilinen büyük bir orta koridor ve buna paralel iki yan koridordan oluşmaktaydı. Yalnızca en büyük kiliselerin beş koridoru bulunmaktaydı. Bu dönemde kiliselerin iki yan koridoru ve büyük bir orta nefe sahip olması daha tipik bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yapılarda dini ritüelin odak noktası, bugün bile çoğu Hristiyan kilisesinde olduğu gibi girişin en ucundaki sunaktı. Dış ve iç duvarlar ve sütunlar taşken, nef ve yan koridorların üzerindeki çatı ahşaptı. İlk Aziz Peter kilisesinin oluşturduğu modelin daha sonraki birçok erken kilise yapımında da takip edildiği görülmektedir (encyclopedia.com, 2021).

2.13.2. Bizans Dönemi Mimarisi

Bizans medeniyeti Roma kültürünün mirası ve Hristiyan inancının kaynaşması sonucu ortaya çıkan, bunların yanında bulunduğu Doğu Akdeniz bölgesi itibariyle de Eski Yunan kültüründen de etkilenen bir medeniyettir (Eyice,1998). Bundan dolayı Bizans sanatı Yunan ve Roma sanatlarından etkilenmekle birlikte var olduğu topraklardaki eski sanat geleneklerinden de etkilenmiştir. Tüm bunlara rağmen en büyük esin kaynağı Anadolu insanının yaratıcılığı olmuştur. Bunun yanında bulunduğu konum itibariyle Doğu ve Batıdaki sanat akımlarından da etkilendiği görülmektedir (Helvacı, 2013).

Bizans dönemindeki dini yapılar üç tiptedir. Bunlar; bazilika, merkezi planlı ve kubbeli kiliseler ve beş kubbeli haç tipi kilisedir. Bu yapılar Hristiyanlık öncesi dönemin mistik havasını yansıtmak için tasarlanmıştır. Batıda bazilikalar baskın görülürken, Doğuda kare şeklinde üstünde haç olan kubbeler, dikdörtgen biçimli planlara dahil edilerek merkezileşmeye doğru bir eğilim görülmektedir. Yeni merkezleşmiş yapı projeleri törenler için bir yer olan nef üzerine odaklanmıştır. Bu yapılarda törenlerin izlenebilmesi için ayrıca balkon, yan koridorlar ve narteksler bulunmaktadır. Ayrıca Romalılar sadece dairesel mekanlar üzerine kubbeler inşa edebilirken, Bizanslıların kare şeklindeki planların üzerine de kubbe inşa edebildikleri de bilinmektedir (Berkin, 2018).

2.13.3. Rönesans Döneminde Hristiyan Mimarisi

Rönesans mimarisi XV. ve XVI. yüzyılında İtalya da ortaya çıkmış bir mimari klasizm anlayışıdır. Bu mimari anlayışın Floransa'daki Filippo Brunelleschi'nin çalışmasıyla başlayıp Venedik'teki Andrea Palladio'nun binalarında doruğa ulaştığı ifade edilmektedir. Ayrıca Rönesans mimari anlayışı antik Roma mimarisine artan ilgiyle de ilişkilendirilmiştir (Anderson, 2013).

Betts (1993) bu dönemdeki büyük Rönesans kiliselerinin karakteristik biçimlerini teoride ve pratikte yenilikçi ürünler olarak ifade etmiştir (Betts, 1993). Bu dönemde Tanrı temelli bir Batı hümanizmi kavramı ortaya çıkmış (Zhang, 2017) ve Orta çağdaki kiliseler tarafından da tanıtılan bu hümanizm kavramı kilise mimarisi ve mekân kavramlarını etkilemiştir. Bu dönemde en önemli değişiklikler ayin alanlarında ve ruhban sınıfı ve halk arasındaki mekânsal boşluklarda yaşanmıştır. Bu yeni düzenle herkesin tek bir alanda bir araya gelebildiği görülmektedir. İbadetteki bu yeni anlayış reform döneminde de görülmüş ve ibadet edenler için ayrılan mekanlarda radikal değişikliğe gidilmiştir (Kilde, 2008).

Bu radikal değişiklikler ön önemlileri hümanizme doğru eğrilen (Kaya, 2010) entelektüel ve felsefi etken olmak üzere birçok etken tarafından oluşturulmuştur. Bunların yanında XV. yüzyılda ticarete, ulaşımda, bilimde, felsefede ve sanatta gelişmeler yaşanması insan yeteneğini ve mantığını etkilemiş bu da mimariye

yansımıştır. Bu yeni hümanist anlayış kilise mimarisini sonsuza kadar değiştirmiştir (Kilde, 2008).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AYASOFYA-İ KEBİR VE SULTANAHMET CAMİ'NİN GÖSTERGEBİLİM KAPSAMINDA İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırma Sorunsalı

Mimarların görevleri insanların yaşadıkları toplumda yeni yapılar yapmasıdır. Bunu yaparken oluşturdukları eserlerini teknolojik imkanlar, yaşadıkları kültür, dini inançları, yapının yapılış amacı vb. pek çok faktör etkilemektedir. Bunların yanında inşa edilen bu yapılar dönemin kimliğini de yansıtmaktadır. Konuya turizm açısından bakıldığında sorulması gereken soru şudur “*Bu yapıları ziyaret eden (her çağın) turistlerinin algıladığı mesajla yapının inşa edildiğinde verilen mesajı aynı mıdır?*”. Daha önce de belirtildiği gibi mimarların verdiği mesajlar yapıyı dışardan görenler ya da yapıyı ziyaret edenler tarafından her zaman algılanamayabilir. Bu çalışmayla amaç Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin verdiği mesajları ortaya çıkarmaktır. Ayrıca turist rehberleri turistlere ziyaret etikleri yapılarda eşlik ederler ve yapıların anlamlandırılmasında onlara yardımcı olurlar. Bu çalışma Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerindeki anlamları gün yüzüne çıkarmaktadır.

Bunun için aşağıdaki şu sorular sorulmuştur;

- Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin dili nedir?
- Turistler Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin dilini anlayabiliyorlar mı?
- Turist rehberleri Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin dilini biliyorlar mı?
- Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri hangi düz ve yan anlamları içermektedir?

Çalışmayla bu sorulara yanıt aranmıştır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bilindiği üzere ülkelerin birçok turistik değerleri bulunabilmektedir. Bu değerlerden en önemlileri arasında kültürel değerlerin olduğunu söylenebilir. Turistik-kültürel değerlerle ilgili çeşitli çalışmalar bulunmakla beraber bunların göstergebilimsel bir yaklaşımla yorumlanması çok yaygın değildir.

Turizm Bakanlığının 2018, 2019 ve 2020 (Ocak-Mart) dönemi istatistikleri ayrı ayrı incelendiğinde İstanbul'un Türkiye de en çok konaklama yapılan ilk iki şehir arasında olduğu görülmektedir. Bu ayrıca İstanbul'un Türkiye de en çok ziyaret edilen şehirlerden biri olduğu anlamına da gelmektedir. Hiç şüphesiz ki İstanbul'u ziyaret eden turistlerin en çok ziyaret ettikleri yapılar Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileridir. Bundan dolayı bu yapıların göstergebilimsel bir bakış açısıyla ele alınması önem arz etmektedir.

Kültürel değerler ülkelere turist çekmek için önemli bir turizm faktörüdür. Tarihi yapılar özellikleri itibariyle de bu kültürel değerleri somut bir şekilde gözler önüne sermektedir. Çalışmanın amacı turistler tarafından Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri ziyaret edildiğinde bu yapıları daha da anlamlı hale getirmektir. Bunu yapmak için gezilip görülen bu yapıların taşıdıkları düz ve yan anlamların anlaşılması gerekir. Yapılan çalışmalar turistlerin kültürel yapıları ziyaretlerinde anlamlı anılar elde etmek ve bu yerlerin kültürü hakkında öğrenmek istediğini göstermektedir (Willson ve McIntosh, 2007; Ch'ng, 2011; Poria, Reichel ve Biran, 2006). Ayrıca turistler tarihi bir yapıyı ziyaret ettiklerinde o yapıyı anlamak ve keşfetmek istemektedirler (Craggs, Geoghegan ve Neate, 2013). Çalışma ile Sultanahmet ve Ayasofya-i Kebir Camilerinde bulunan anlamlar ortaya çıkarılıp bu yapıların anlaşılması ve keşfedilmesi sağlanmaya çalışılmıştır.

Bunun yanında turist rehberleri turistlerin gezip gördükleri yerlere anlam vermelerinde ve anlam yaratmalarında önemli bir etken konumundadır (Çınar ve Toksöz, 2020). Bu çalışma ile turist rehberleri, Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerini ziyaret eden turistler tarafından en çok dikkat çeken göstergelerdeki düz ve yan anlamlara ulaşabilirler ve bunun sonucu olarak turistlerin anlam yaratmasına ve

anlam vermesine yardımcı olabilirler. Bu da turistlerin Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri ziyaretlerinin daha kalıcı olmasına neden olacaktır.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Araştırma kapsamında Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin göstergebilimsel çözümlemesi yapılmıştır. Bu kapsamda ve Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin formu içlerinde barındırdıkları göstergelerin ilettikleri düz ve yan anlamları Roland Barthes'ın göstergeleri çözümleme yöntemi kullanılarak ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında tripadvisor.com.tr sitesine turistler tarafından yüklenen binlerce Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Cami fotoğrafının hepsi incelenemeyeceğinden ve ayrıca Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin birçok gösterge barındırmasından dolayı seçilen göstergeler turistler tarafından en çok ilgi gösterilen göstergelerden amaca uygun seçilerek araştırma kısıtlandırılmıştır. Ayrıca bazı göstergeleri daha iyi ifade edebilmek adına diğer online platformlarda Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileriyle ilgili yapılan görsel paylaşımlarından yararlanılmıştır.

3.4. Araştırma Yöntemi

3.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın araştırma evreni ve paradigması Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin barındırdıkları ve turistler tarafında çekilerek tripadvisor.com.tr sitesine yüklenen fotoğraflardır. Araştırmanın örnekleme ve görsel dizilimi ise Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerini ziyaret eden turistler tarafından çekilen fotoğrafların amaca uygun olarak seçilmesiyle elde edilen fotoğraflardır. Bunun yanında bazı göstergeleri ayrıntılı bir şekilde ifade edebilmek için diğer internet sitelerinden de fotoğraflar da kullanılmıştır.

3.4.1.1. Ayasofya Hakkında Genel Bilgi

Ayasofya (*Latince: Sancta Sophia*) aynı zamanda Kutsal Bilgelik kilisesi veya İlahi Bilgelik kilisesi olarak adlandırılan katedral, milattan sonra VI. yüzyılda

Constantinople de (bugün İstanbul, Türkiye) imparator I. Justinian'ın emri ile Bizans döneminde inşa edilmiştir (532-537) (britannica.com, 1998).

Ayasofya ilk olarak IV. yüzyılda İstanbul da birinci tepe üzerinde yapılmıştır. Bu yapının I. Konstantin tarafından yapıldığına inanılsa da yapı ancak Konstantin'in oğlu Konstantinus zamanında 15 Şubat 360 yılında açılmıştır. Fakat 404 yılında patrik İoannes Khyrosostomos' un sürgüne gönderilmesi üzerine çıkan ayaklanmada yapı harap olmuştur. Bunu üzerine II. Thodosius kiliseyi tekrar yaptırıp 415 yılında açtırmıştır (Eyice, 1991).

Ayasofya'nın tarihine bakıldığında yapının mimari yapısına üç farklı dini bakışın dört farklı boyut eklediği görülmektedir. Bunların ilki Justinian'ın 537 yılında yapıyı inşa ettirmesiyledir ki yapı yaklaşık 700 yıl boyunca Ortodoks ayinlerine hizmet etmiştir. İkinci olarak 1204 yılında Latin işgali olarak ortaya çıkmıştır. Yapı yaklaşık 57 yıl boyunca Roma Katolik katedrali olarak hizmet vermiştir. 1260 yılında Greklerin tekrar işgali ile yapı 200 yıl boyunca Greklere hizmet etmiş ve son olarak 1453 yılında Osmanlı İmparatorluğunun İstanbul'u fethi ile yapı 1935 yılında müze olmasına karar verilene kadar cami olarak kullanılmıştır (Emerson ve Nice, 1951). Son olarak Danıştay 10. Dairesinin 24 Kasım 1934 tarihli Bakanlar Kurulu kararını bozmasıyla yapının tekrar cami olmasına karar verilmiştir (Honguç, 2020).

Ayasofya Sevilla Katedrali yapılarına kadar Dünyanın en büyük kilisesiydi ki bu unvanı altı yıldan daha kısa bir süre içerisinde inşa edilerek almıştır. Ayasofya'nın tarihine bakıldığında yapı üç büyük deprem ve bunun dışında on bir farklı daha küçük ölçekli deprem görmüştür. Buna rağmen Emerson ve Nice (1951) *Hagia Sophia: Collapse of The First Dome* (Ayasofya: İlk Kubbenin Çöküşü) adlı çalışmasında yapının orijinal dekorasyonunun çoğu ve sesi ile bizlere ulaştığını ifade etmişlerdir (Emerson ve Nice, 1951).

Ayasofya'nın yapılış amacı ile ilgili olarak 532 yılında Justinian'a karşı yapılan bazı ayaklanmalardan dolayı Justinian'ın mevcut bölgeyi elde tutmak için *Kutsal Bilgeliğe* adamak adına yapıyı inşa ettirdiği rivayet edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında yapı *Kutsal Bilgeliğe* adanan üçüncü kilisedir (Emerson ve Nice, 1951).

Yapının ilk mimarları Trales'li Anteus ve Miletus'lu İsedor dur. Procopius, Paul Silentiary, Evagrius ve Agathias 'ın kayıtlarında yapının 553 yılının ağustos ayında şiddetli bir depremle sallandığı görülmektedir. Bir diğer deprem ise 557 yılının aralık ayında yaşanmış ve kubbeyi taşıyan doğu kemeri bu sarsıntıyla hasar görmüştür. Bu depremden altı ay sonra doğu kemerinin bir parçası çökmüştür. Bunun üzerine Justinyan yapının ilk mimarlarından birisinin oğlu olan genç İsidorus'a yapıyı onartmıştır. Genç İsidorus ilk halinden daha yüksek olan yaklaşık 6,25 metrelik bir taç ile tamamen yeni bir kubbe inşa etmiştir. Bu ikinci kubbe günümüzde hala durmaktadır (Van Nice, 1948). Yapıda bulunan minareler ise Osmanlı döneminde eklenmiştir. Yine Osmanlı döneminin yanında Bizans döneminde de binanın yanına çeşitli yardımcı yapılar yapılmıştır (Eyice, 1991).

Ayasofya hiç şüphesiz yapıldığı yıldan beri Dünya'nın en etkileyici yapılarından biri olmuştur. Buna örnek olarak şu olay verilebilir; IX. yüzyılda o zaman pagan inancına sahip olan Rus Çarı Vladimir bir dini arayış için komşu ülkelere elçiler göndermiştir. Konstantinapol'e gelen iki elçi Ayasofya'dan etkilenerek “Şüphesiz ki burası Tanrının Evidir” şeklinde Çar Vladimir'e rapor vermişlerdir. Bundan etkilenen Çar, Ortodoks inancını kabul etmiştir (Emerson ve Nice, 1951). Etkileyiciliğinin yanında sembol bir yapı olması da Müslüman ve Hristiyan dünyası için tartışılmaz bir gerçektir. İnalçık (1995) Sultan'ın fethin ikinci gününde Ayasofya' ya gittiğini, kiliseyi camiye çevirdiğini ve şehrin bir İslam şehri olmasını temsilen dua ettiğini ifade etmiştir (İnalçık, 1995). Brockett (2014) da Osmanlı tarihçisi Dursun Beyin, Fatih'in dindarlığından bahsettiğini, padişahın şehre ilk girdikten sonra sadece Ayasofya'yı ziyaret etmediğini, daha sonra bir zamanlar güçlü Roma İmparatorluğu'nun simgesi olan Ayasofya'nın kubbesine çıktığını ve ayrıca Fatih'in Ayasofya'nın camiye çevrilmesi gerektiğine karar verdiğini yazar. Bu, kiliseleri camiye dönüştürme, Konstantinapolis'i bir İslam şehrine çevirme ve hatta İslam'ın bol olduğunu ifade eden “İslam-bol” şehri olarak bilinmesi planının bir parçasıdır (Brockett, 2014).

3.4.1.2. Sultan Ahmet Cami Hakkında Genel Bilgi

Sultan Ahmet Cami İstanbul'da XVII. yüzyılda inşa edilen bir camidir (Çobanoğlu, 2009). Caminin yapılış amacı olarak Sultan I. Ahmet' in henüz ön dört yaşında tahta

çıkılmış ve dindar bir kişiliğe sahip olması. Bundan dolayı sultanın en büyük arzusunun Ayasofya'yı geride bırakacak bir cami inşa ettirmek istemesi olarak rivayet edilmektedir (Şehsuvaroğlu, 1954).

Sultan bu arzusunı gerçekleştirmek için uzun bir süre yer araştırması yapmıştır. Gelen tavsiyeleri de dikkate alan Sultan I. Ahmet en sonunda sarayın bugünkü yerini uygun bulmuştur. Yer saraya, denize ve şehre yakın bir yerdir (Şehsuvaroğlu, 1954). Daha sonra caminin yapımı için musikinin yanında sedefçilikte de üstat olan Mimar Sinan'ın öğrencisi Mehmet Ağa seçilmiştir (Evren ve diğerleri, 2012).

Caminin temeli 1609 yılında atılmıştır. O gün temel atma töreninde kullanılan kazmanın sapı güvez kadife kaplı olup üzeri gümüş motiflerle süslüdür (Öz, 1938). Sultan Ahmet Caminin inşası 1609 yılından 1616 yılına kadar yedi yıl devam etmiştir. Caminin yanında bir kasır, mektep, sebilhane ve dükkanlar da yapılmıştır. Mimar Mehmed Ağanın ortaya çıkardığı eserin Sultan I. Ahmet'in isteğiyle uyduğu ve hatta tesir bakımından da Ayasofya' yı geçtiği kabul edilmektedir (Şehsuvaroğlu, 1954).

Sultan Ahmet Cami mimari açıdan cami mimarisine yenikler getirmiştir. Süleymaniye'nin kubbesini tutan meşhur pilpayelerin aksine Sultan Ahmet'in kubbeleri yuvarlak ve iri sütunlar tarafından tutulmaktadır. Bunların yanında yapılan ışık hesapları ve bu ışınların çinilere vurması camiye hoş bir hava katmaktadır. Sultan Ahmet Cami'nin kubbesinin Ayasofya'ya kıyasla 2,60 metre daha yüksek olduğu ifade edilmiştir. Yapıda ayrıca altı minare ve ön dört şerefe bulunmaktadır (Şehsuvaroğlu, 1954).

Caminin yazıları ise Ametli Kasım Gubari'ye yazdırılmıştır. Ametli Kasım Gubari, lakabını pirinç taneleri üzerine Fatiha Suresini yazacak kadar yetenekli olmasından almıştır. Çiniler ise camide konulacağı yerler dikkate alınarak bir nakkaş heyetine çizdirilmiş ve daha sonra İznik ve Kütahya'daki çini fabrikalarına sipariş verilmiştir (Öz, 1938).

Bugün camini kuzeydoğu köşesinde Sultan I. Ahmet'in, eşi Kösem Sultan'ın, oğulları Sultan II. Osman ve Sultan IV. Murat'ın kabirleri bulunmaktadır (Menekşe, 2010).

3.4.2. Veri Toplama Tekniği

Bilindiği üzere tripadvisor.com.tr turistler tarafından sıkça kullanılan ve dünyadaki en popüler turistik fotoğrafların paylaşıldığı platformlardan biridir. Bu web sitesi incelendiğinde Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerine ait binlerce fotoğrafın platforma yüklendiği görölmektedir. Burada binlerce fotoğraf olmasından ve aynı görselin farklı turistler tarafından defalarca kez çekilmesi durumundan dolayı veri olarak kullanılan fotoğraflar seçilirken toplam 42 adet fotoğraf gösterge olarak kullanılmak amacıyla amaca uygun veri seçimi yöntemiyle seçilmiştir. Bu göstergeler seçilirken turistler tarafından defalarca çekilmiş başka bir ifade ile turistlerin yoğun ilgisine maruz kalmış olmasına dikkat edilmiştir.

3.4.3. Seçilen Göstergelerin Çözömlenmesi

Çözömleme sürecinde öncelikle seçilen göstergeler çözömlenirken birimlerine ayrılmıştır. Buradaki amaç seçilen göstergelerin büyük yapısının anlamlar çıkara bilecek daha küçük parçalara bölmektir. İkinci olarak bu birimlerde var olan düz anlamlar ve yan anlamlara odaklanılmıştır. Burada yan anlamlar ortaya çıkarılırken birimlere yüklenen anlamlar daha önce yapılan çalışmalardan faydalanılarak ortaya konmuştur. Üçüncü olarak (var olanlarında) göstergelerin dayandığı olaylar ve birimler bir bütün olarak değeriendirilerek anlamlar ortaya çıkarılmıştır. Son olarak yapılarıdaki göstergeler bir bütün olarak değeriendirilerek verilen anlamlar tekrar ortaya konulmuştur. Başka bir ifade ile göstergelerin hem kendi içindeki anlamları hem de bütün içindeki anlamları çözömlenip ortaya konulmuştur.

3.4.4. Araştırmanın Güvenirlik ve Geçerliliği

Araştırma esnasında elde edilen çözömleme sonuçlarının güvenli olması için belirlenen göstergelerdeki göstergeyi oluşturan öğeler hakkında daha önce yapılmış olan çalışmalar esas alınmıştır. Göstergeler bu çalışmalara dayandırılarak çözömlemeye tabi tutulmuştur. Ayrıca göstergeler çözömlendikten sonra göstergebilim alanında uzman bir öğretim üyesine danışılarak kendisinden onay alınmıştır.

3.5. Araştırma verilerinin Çözümlemesi

3.5.1. Ayasofya-i Kebir ve Sultanahmet Camileri'nin Göstergebilimsel Çözümlemesi

3.5.1.1. Ayasofya'nın Göstergebilimsel Çözümlemesi

Ayasofya hiç şüphesiz hem politik hem de siyasi açıdan dünyanın en önemli yapılarından biridir. Bundan dolayı turistik değeri çok yüksek olup her yıl binlerce kişi tarafından ziyaret edilmektedir. Burada da Sultan Ahmet Caminde yapıldığı gibi önce yapının dışı daha sonra da içindeki göstergeler çözümlemeye tabi tutulmuştur.

Fotoğraf 1: Ayasofya-i Kebir Cami Genel Görünümü



Kaynak: Osama, 2019

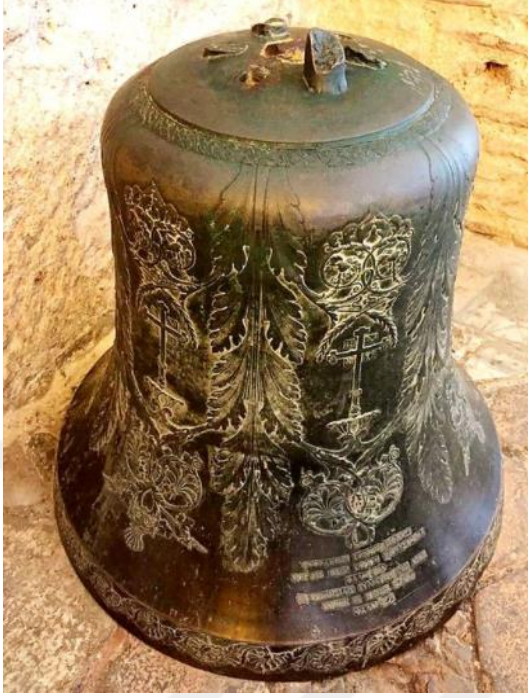
GÖSTERGE
GÖSTEREN: Ayasofya Dış Görünümü
GÖSTERİLEN: Yapının kubbesine bakacak olursak kubbenin kutsal bir yolculuğu, Hazreti İsa'nın ölüm ve dirilişini simgelediği söylenmektedir. Ayrıca kubbedeki geometrik şeklin kökenleri Pisagor ve Platona dayanan bir mistisizme de

dayandırılmaktadır. Grupico (2011) başlangıcı ve sonu olmayan çemberin mükemmelliği, ebediliği ve ayrıca gökleri yansıttığını, kare tabanın dört yönü olmasından dolayı dünyayı ifade ettiğini, kare taban üzerindeki dairesel kubbenin mimari formunun insan alemi ve ilahi alem arasındaki ilişkiyi fiziksel olarak gösterdiğini ifade etmiştir (Grupico, 2011).

Ayasofya'ya bakıldığında gücünü ve kutsallığını daha iyi anlamak için tarihe göz atmak gerekir. Ayasofya Justinianus tarafından Hazreti Süleyman tarafından inşa edilen Kudüs Tapınağına rakip olarak yapılmıştır. Kudüs Tapınağının önemi ise bütün ilahi dinler için kutsal olmasından gelmektedir. Justinianus Ayasofya'yı yaparken Konstantin'i de kutsal yapmak istemiştir (kutsalkitap.org). Çünkü kutsal yerlerde bulunan ilahi yapılar için yapıların bu kutsal yerlerde yapılması bu yapıların kutsallığına ve gücüne daha fazla kutsallık ve güç katacağı söylenebilir.

Atıcı ve İncoğlu (2019) tarafından yapılan ve Ayasofya'nın dilini ortaya çıkarmaya çalışan çalışmada 70 kişiye anket uygulanmıştır. Bu uygulamanın sonucunda Ayasofya'yı deneyimleyen turistlerin kutsallık, güç, çok büyük, gösteriş, acizlik, kasvet ve merak gibi anlamlar çıkardığı görülmüştür. Buradan Ayasofya'nın yapı olarak kutsallığı, gücü, acizliği, merakı, kasveti ve gücü ifade ettiğini söyleyebiliriz. (Atıcı ve İncoğlu, 2009).

Fotoğraf 2: Çanın Genel Görüntüsü



Kaynak: Viva, 2019

Fotoğraf 3: Mezmurlar 67:27 ve 121:1



Kaynak: Haghiasophiatr, 2019.

Fotoğraf 4: Haç İşareti



Kaynak: Karabacak, 2020

Fotoğraf 5: Aziz George'un Ejderhayı Öldürmesi



Kaynak: Karabacak, 2020

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Çanın Genel Görüntüsü, Aziz George'un Ejderhayı Öldürmesi, Mezmurlar 67:27 ve 121:1, Haç İşareti.

GÖSTERİLEN: Aziz George'un Ejderhayı Öldürmesi; Fraser (2017) Aziz George'un bedeninin Hristiyan inancının ahlaki korumasını ve üstünlüğünü; Prensesin bedeninin kenti, kırılganlığı, saflığı ve erkeklere boyun eğen kadınların güçsüzlüğünü ve günahın cazibesini; Ejderhanın ise çirkinliği, ırkçılığı ve Hristiyanlar dışındaki herkesi temsil ettiğini ifade etmektedir (Fraser, 2017).

Bu göstergenin yan anlamını ortaya çıkarmak için göstergenin dayandığı efsaneye göz atmak da faydalı olabilir. Efsaneye göre zamanında bir şehir (günümüzde Silena, Libya) bir ejderha tarafından saldırıya uğramış ve şehirdeki insanlar ejderha ile mücadele etmelerine rağmen onu yenememişler. Bunu üzerine şehir halkı ejderhayı yatıştırmak için onu günde iki koyun vererek yatıştırmayı denemişler. Fakat şehirdeki koyunlar bitmeye başlayınca bu sefer ejderhaya yem olması için insanları da kurban etmeye başlanmışlar. Sıra kralın kızına geldiğinde istemeyerek de olsa kral kızını ejderhaya doğru göndermiş. O esnada olay yerinden geçen Aziz George kralın kızından olayı öğrenmiş ve onlara Hristiyanlığı kabul etmeleri halinde yardım edeceğini söylemiş. Bunun üzerine şehir halkı Hristiyanlığı kabul etmiş ve Aziz de ejderha ile savaşıp onu yenmiş (Morgan, 2006).

Haç; Haç çeşitlerine bakıldığında birçok haç çeşidi bulunduğu görülmektedir. Buradaki haçın tam olarak hangi haç olduğunu bulanamamakla beraber Latin Haçı olarak adlandırılan haç olduğu söylenebilir. Hazreti İsa'nın çarmıha gerildiğine inanılan haç bu haçtır (Gül, 2018). Haçın etrafında görülen harfler "Ιησους Χριστος Νικα"nın kısaltmasıdır ve "Yüce İsa muzafferdir" anlamına gelmektedir. Jobes (1961) Hristiyanlıkta haçın; şahadeti, kulluğu, insanoğlunun kurtuluşunu, aşkı, tanrının bilgelliğini, Paskalyayı, imanı, zaferi, sorumluluğu ve trajediyi gösterdiğini ifade etmektedir (Jobes, 1961).

Çan; Dini seremonin başlangıcını veya ibadete çağrısı sembolize ettiği ifade edilmektedir (Kovacic, 2006).

Mezmurlar 67:27 ve 121:1; Çan üzerinde görülen iki mısra Mezmurlar'a (Zebur) aittir. Mezmur ilahi anlamına gelmektedir.

121:1 ΕΥΦΡΑΝΘΗΝ ἐπὶ τοῖς εἰρηκόσι μοι· εἰς οἶκον Κυρίου πορευσόμεθα.
(*Gözlerimi dağlara kaldırıyorum. Yardım nereden gelecek?*) (imks.gr). Mısranın devamı (*Yeri göğü yaratan RAB' den gelecek yardım*) şeklindedir (kutsalkitap.info.tr).

67:27 ἐν ἐκκλησίαις εὐλογεῖτε τὸν Θεόν, Κύριον ἐκ πηγῶν Ἰσραήλ. (*Ey sizler, İsrail soyundan gelenler, Toplantılarınızda Tanrı'ya, RAB' be övgüler sunun!*) (imks.gr).

Bu iki mısraya bakıldığında insanların bir kurtuluşa ihtiyaç duyduğu ve bunu sağlayacak olanın RAB olduğu görülmektedir. Bu mısralarla aslında insanların kurtuluşa yani RAB' e ve kiliseye çağrıldığını söyleyebiliriz. Daha önce belirtildiği gibi çan ibadete çağrının bir aracı (sembolü) olduğu için bu mısraların özellikle çan üzerine işlendiğini tahmin etmekteyiz. Yani çanın çağrı görevi ile ayetlerdeki çağrı mesajının örtüştürüldüğünü tahmin etmekteyiz. Bu çağrı RAB'e çağrıdır.

Fotoğraf 6: Deisis Mozaïği



Kaynak: Natalia, 2018

GÖSTERGE
GÖSTEREN: Deisis Mozaïği (Hazreti Meryem, Hazreti İsa ve Aziz John Baptist Figürü)
GÖSTERİLEN: Mozaik Hazreti Meryem ve Aziz John'un Hazreti İsa'ya hatalı insanların bağışlanması için yaptıkları yalvarışı göstermektedir (Morey, 1944). Hazreti İsa dinginliğin, haysiyetin ve kederin sembolüdür. Ayrıca sağ elinin hava olması kutsamayı ifade etmektedir. Sol elinde ise İncili tutmaktadır (Sill, 1976). Hazreti Meryem birliğin sembolüdür. Curcio-Nagy (1996) Hazreti Meryem görselinin çeşitli grupları tek bir varlık altında kolayca birleştireceğini ifade etmiştir (Curcio-Nagy, 1996). Bunun yanında mozaikte Hazreti Meryem ile

Konstantinopolis'in koruyucusu, acı çeken insanlık ve Hazreti İsa arasındaki arabuluculuk sembolize edilmiştir (Şen, 2017).

Mozikte kafaların üzerinde soldan sağa doğru "Tanrı'nın Annesi" (Hazreti Meryem için), "Yüce İsa" ve "Ioannes Prodromos" (Aziz Jonh için) yazmaktadır.

Aziz John Hazreti İsa'yı vaftiz eden kişidir (Corrigan, 1988). Ayrıca o kıyamet gününe hazırlamak için insanları tövbeye davet eden ve vaftiz olmaya çağıran kişidir. Burada vaftize manevi kirlerden arındırma ve Tanrı'nın affına vesile olma gibi sembolik anlamlar yüklenmiştir. Ayrıca Aziz John Kur'an-ı Kerim de bahsedilen İsrail oğullarına gönderilen Hazreti Yahya peygamberdir (Aydın, 2013).

İkonaya bakıldığında arka planın altın sarısı olduğu görülmektedir. Altın cennetin ışıltısını yansıtmaktadır (Şen, 2017). Son olarak Hazreti Meryem, Hazreti İsa ve Aziz John' un başlarının arkasında görülen dairesel şekil "hale" olarak adlandırılmaktadır. Bu o kişilerin büyük bir şahsiyete sahip olduğunu göstermektedir (Ferguson, 1961).

Burada gösterge olarak ele alınan mozaikğin genel olarak insanların kurtuluşu için Hazreti Meryem'e, Hazreti İsa'ya ve Aziz John'a ihtiyacı olduğu söylenebilir. Bu kurtuluşun Hazreti Meryem ve Aziz John'un aracılığı ile Hazreti İsa tarafından yapılacağı ifade edilebilir.

Fotoğraf 7: Hazreti Muhammed ve Allah Levhaları



Kaynak: Patriciaa948, 2019

Fotoğraf 8: Hazreti Ebu Bekir Levhası



Kaynak: Kaptanoglu, 2020

Fotoğraf 9: Hazreti Ömer Levhası



Kaynak: Şehrin Tavsiyesi, 2019

Fotoğraf 10: Hazreti Osman Levhası



Kaynak: Sarahtheblue, 2018

Fotoğraf 11: Hazreti Ali Levhası



Kaynak: Mbsert01, 2019

Fotoğraf 12: Hazreti Hasan ve Hazreti Hüseyin Levhaları



Kaynak: Mike X, 2020

Fotoğraf 13: Melek Figürü



Kaynak: Önder, 2021

Fotoğraf 14: Nur Suresi 35. Ayeti



Kaynak: Hansotia, 2019

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Allah, Hazreti Muhammed, Hazreti Ebubekir, Hazreti Ömer, Hazreti Osman, Hazreti Ali, Hazreti Hasan ve Hazreti Hüseyin Levhaları, Nur Suresi 35. Ayeti ve Melek Tasvirleri.

GÖSTERİLEN: Allah (الله) ismi hadislerden de bilindiği gibi Allah'ın tek ismi değildir. Hazreti Peygamber Allah'ın doksan dokuz isme sahip olduğunu söylemiştir. Bundan dolayı camilerdeki Allah levhalarının aslında bu doksan dokuz ismi sembolize ettiği söylenebilir. Bu isimler şu şekildedir; Rahman (esirgeyen), Rahim (bağışlayan), Melik (buyrukları tutulan), Kuddus (noksanlıklardan arınmış), Selam (yarattıklarını selamette kılan), Mü'min (inananları güvenlikte kılan), Müheymin (hükmü altına alan), Aziz (ulu, galip), Cebbar (dilediğini zorla yaptırma gücüne sahip olan), Mütekebbir (yegane büyük), Halik (yaratıcı), Bari (eksiksiz yaratan), Musavvir (her şeye şekil veren), Gaffar (günahları örtücü, mağfireti bol), Kahhar (isyankarları kahreden), Vehhab (karşılıksız veren), Rezzak (rıзыкlandırıcı), Fettah (hayır kapılarını açan), Âlim (her şeyi bilen), Kabız (daraltma gücüne sahip, ruhları kabzeden, can alan), Basit (rıзык genişleten, ömürleri uzatan), Hafid (kafirleri alçaltan), Rafi` (müminleri yükselten), Muizz (yücelten, aziz kılan), Müzill (değersiz kılan), Semi` (işiten), Basir (gören), Hakem (hükmedici, iyiyi kötüden ayırt edici), Adl (adaletli), Latif (kullarına lütfeden), Habir (her şeyden haberdar), Halim (yumuşaklık sahibi), Azim (azametli olan), Gafur (çok affedici), Şekur (az amele bile çok sevap veren), Ali (yüce, yüceltici), Kebir (büyük), Hafız (koruyucu), Mugît (bedenlerin ve ruhların gıdasını yaratıp veren), Hasib (hesaba çeken), Celil (yücelik sıfatları bulunan), Kerim (çok cömert), Rakib (gözetken), Mücib (duaları kabul eden), Vasi` (ilmi ve rahmeti geniş), Hâkim (hikmet sahibi), Vedud (müminleri seven), Mecid (şerefi yüksek), Bais (öldükten sonra diriltten ve peygamber gönderen), Şehid (her şeye şahit olan), Hak (hakkın kendisi), Vekil (kulların işlerini yerine getiren), Kavi (güçlü, kuvvetli), Metin (güçlü, kudretli), Veli (müminlere dost ve yardımcı), Hamid (övgüye layık), Muhsi (her şeyi sayan, bilen), Mübdi` (her şeyi yokluktan çıkaran), Muid (öldürüp yeniden diriltten), Muhyi (hayat veren, diriltten), Mümit (öldüren), Hayy (diri), Kayyum (her şeyi ayakta

tutan), Vacid (istediğini istediği anda bulan), Macid (şanı yüce ve keremi çok), Vahid (bir), Samed (muhtaç olmayan), Kadir (kudret sahibi), Muktedir (her şeye gücü yeten), Mukaddim (istediğini öne alan), Muahhir (geri bırakan), Evvel (başlangıcı olmayan), Ahir (sonu olmayan), Zahir (varlığı açık olan), Batın (zat ve mahiyeti gizli olan), Vali (sahip), Müteali (noksanlıklardan yüce), Berr (iyiliği çok), Tevvab (tövbeleri kabul edici), Müntakim (asilerden intikam alan), Afüvv (affedici), Rauf (şefkati çok), Malikü'l-mülk (mülkün gerçek sahibi), Zü'l-celali ve'l-ikram (ululuk ve ikram sahibi), Muksit (adaletli), Cami' (birbirine zıt şeyleri bir araya getirebilen), Gani (zengin, kimseye muhtaç olmayan), Muğni (dilediğini muhtaç olmaktan kurtaran), Mani' (istediği şeylere engel olan), Darr (dilediğini zarara sokan), Nafi' (dilediğine fayda veren), Nur (aydınlatan), Hadi (hidayete erdiren), Bedi' (çok güzel yaratan), Baki (varlığı sürekli olan), Varis (mülkün gerçek sahibi), Reşid (yol gösterici), Sabur (çok sabırlı) (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2018).

Şüphesiz ki Hazreti Muhammed (ﷺ)'i tanıtan en iyi kitap Kur'an-ı Kerimdir. Bundan dolayı Hazreti Muhammed levhasının yan anlamlarına ulaşmak için Kur'an-ı Kerim'e başvurmamız gerekmektedir. Kur'an'a göre Hazreti Muhammed güzel ahlâklı, âlemlere rahmet olarak gönderilmiş, vahiy alan birisi ve son peygamber, Allah'tan bir lütuf, ilâhî emir ve yasakları insanlara anlatan, toplumları arındıran, onlara kitap ve hikmeti öğreten, İslam dinini yaşayacak bir olgunluğa ulaştırmakla görevli bir insan olarak tanıtılmaktadır (Mert, 2018). Yani Ayasofya ve diğer camilerdeki Hazreti Muhammed levhaları (ya da Hat'ları) için özetle rahmeti, ilahi lütfu, peygamberliği, insanlara yol göstericiliği sembolize ettiğini söyleyebiliriz.

Hazreti Ebu Bekir (أبو بكر)'e Hazreti Muhammed tarafından Allah tarafından cehennemden azat edildiği için “*Atik (azat edilmiş)*” denilmiştir. Ayrıca servetini Allah yolunda harcayıp tutumlu yaşadığı ve eski elbiseler giymesinden dolayı “*Zü'l-hilal*”, çok merhametli olduğu “*Evvah*” ve Hazreti Muhammed'e çok sadık olmasında dolayı “*Siddık*” lakapları ile anılmıştır (Fayda, 1994). Buradan Hazreti

Ebubekir levhalarındaki gösterilenlerin merhametli, sadık, cehennemden azat edilmiş oldukları düşünülebilir.

Hazreti Muhammed'in eşi Hazreti Aişe “*Ömer anılınca adalet anılmış olur, adalet anılınca Allah anılmış olur, Allah anılınca da rahmet iner.*” demiştir (Yiğit, 2007). Buradan hareketle Hazreti Ömer (عمر) levhasının bir yan anlam olarak adaleti sembolize ettiğini söyleyebiliriz.

Hazreti Muhammed, Hazreti Osman (عثمان) hakkında “*Kendisinden meleklerin hayâ ettiği bir kimseden ben hayâ etmeyeyim mi?*” demiştir (Yiğit, 2007). Bundan dolayı Hazreti Osman levhasının hayâyı (utanma duygusu) temsil ettiğini söyleyebiliriz.

Hazreti Ali (علي) Kur'an ve Hadis konusunda derin ilim sahibi birisiydi. İnanılan bir rivayete göre Hazreti Peygamber'in onun için “*Ben ilim şehriyim. Ali de onun kapısıdır. İlim isteyen kapıya gelsin.*” dediği iddia edilmektedir. Bu hadisin doğruluğu her ne kadar tartışmalı ise de Kur'an ve Hadisler konusundaki derin bilgisi Hazreti Ali'nin ilimle anılmasını sağlamaktadır (Kandemir, 1989). Bundan dolayı Hazreti Ali levhasının ilmi sembolize ettiği sonucuna varılabilir.

Hazreti Hasan (الحسن)'in halifelik dönemi çok kısa ve zor bir dönem olarak sürmüştür. Fakat bu karmaşık dönemde aldığı bir karar ile hilafet hakkını Muaviye'ye devrederek ortama barış sağlamıştır (Demircan, 1995). Bu tavrı Hazreti Hasan'ın hep barışla anılmasına vesile olmuştur. Bundan dolayı Hazreti Hasan levhasının da ki gösterilenin barış olduğunu söyleyebiliriz. Hazreti Hüseyin (الحسين) ise çok fazla ibadet etmesi ve Kerbela da şehit edilmesiyle bilinir. Bundan dolayı şehitliği ve abitliği (kendisini ibadete veren) temsil ettiği ifade edilebilir (Fırlı, 1984).

Buraya kadarki gösterge olarak ele alınana levhaların genel olarak barındırdıkları anlamlara bakıldığında İslam inancında var olan birtakım değerlerin ifade edilmek istendiği sonucuna varılabilir. Bunlar Allah'ın yukarıda sayılan sıfatlarının yanında, Hazreti Muhammed'in peygamber ve tüm insanlığa rehber olduğu, barış, ilim, adalet, utanma duygusu ve Allah ve Peygambere sadakat şeklinde sıralanabilir.

Ayasofya da pendentiflerin üzerinde görülen melek resimleri “seraf” olarak adlandırılmaktadır. Seraflar dan İncil’de şu şekilde söz edilmektedir; *“Kral Uzziya’nın öldüğü yıl yüce ve görkemli Rab’bi gördüm; tahtta oturuyordu, giysisinin etekleri tapınağı dolduruyordu. Üzerinde Seraflar duruyordu; her birinin altı kanadı vardı. İkiisiyle yüzlerini, ikisiyle ayaklarını örtüyor, öbür ikisiyle de uçuyorlardı.”* (Yesaya 6:1). Serafların Tanrı’nın tahtını koruduğuna inanılmaktadır (Villano, 2012). Burada da buna bir gönderme olduğu sonucuna varılabilir.

Son olarak Ayasofya’nın ana kubbesinde de Sultan Ahmet Caminde olduğu gibi Nur Suresinin 35.ayeti bulunmaktadır. Sultan Ahmet Cami çözümlenirken Nur Suresinin 35. Ayetinin sembolik anlamından bahsedilmiştir. Bundan dolayı burada üzerinde tekrar durulmamıştır.

Fotoğraf 15: Zeo Mozaïği



Kaynak: Евгений, 2020

Fotoğraf 16: Komnenos Mozaïği



Kaynak: Thiago L, 2019

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Zoe Mozaïği (Konstantin Monomakhos, Hazreti İsa ve İmparatoriçe Zoe) ve Komnenos Mozaïği (İmparator Komnenos, Kuçağında Hazreti İsa ile Hazreti Meryem, İmparatoriçe Eirene ve Oğulları Alexius)

GÖSTERİLEN: Zoe Mozaïğinde Kırılın başının üzerinde “*Tanrı İsa adına Hükümdar Konstantinos Monomakhos, Romalılar’ın sadık hükümdarı*” yazarken, Zoe’nin başının üzerinde “*En dindar imparatoriçe Zoe*” yazmaktadır.

Komnenos Mozaïğinde solda “*Romalıların Hükümdarı Porphyrogennetos Komnenos*” sağda ise “*Dindar Augusta Eirene*” yazmaktadır.

Araştırmacılar her iki mozaikte de Bizans imparatorlarının Ayasofya’ya yaptıkları bağışların konu yapıldığı görüşündedir (Erdihan, 2015; Oikonomides, 1978). Ayrıca mozaiklerde dünyevi yöneticiler birer bağışçı olarak temsil edilmiştir. Buradaki bağış kutsallığa yöneliktir. Muhtemelen burada Kiliseye bir

ayrıcalık tanınmakta ya da bir miktar para yardımı yapılmaktadır (Oikonomides, 1978). Mozaiklerde Bizans imparatorlarının Hristiyanlığın koruyucusu olduğu ve imparatorların ve imparatoriçelerin dindarlığı sembolize edildiği ifade edilebilir.

Fotoğraf 17: Mermer Kapı



Kaynak: Meymey, 2019

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Mermer Kapı

GÖSTERİLEN: Turistler tarafından dikkat çeken bir diğer gösterge de Mermer kapıdır. Bu kapı ayrıca “*Cennet ve Cehennem Kapısı*” olarak da bilinmektedir. Bu

kapının bir tarafının cenneti diğer tarafının ise cehennemi temsil ettiği söylenmektedir (Demirarslan, 2020).

Fotoğraf 18: VI. Loe Mozaïği



Kaynak: Joo, 2020

GÖSTERGE

GÖSTEREN: VI. Loe Mozaïği (İmparator VI. Loe, Hazreti İsa, Hazreti Meryem ve Melek Madalyonu)

GÖSTERİLEN: Mozaikte taht üzerinde oturan kişi Hazreti İsa'dır. Sağ elini kutsamak için kaldırmıştır. Sol elinde ise bir kitap bulunmaktadır. Kitabın üzerinde "*Bariş size, Ben Dünya'nın ışığıyım.*" yazmaktadır. Sağ elinin altında görülen imparator Hazreti İsa'nın ayağına kapanmış bir haldedir ve Hazreti İsa'ya yalvarma şeklinde elini uzatmıştır (Oikonomides, 1976).

Tabloda ayrıca iki farklı madalyon görülmektedir. İmparatorun üzerindeki madalyonun içerisinde Hazreti Meryem resmedilmiştir. Ellerini "Kurtarıcı" ya

uzatmaktadır. Hazreti Meryem madalyonun karşısında ise içinde melek resmi bulunan bir madalyon daha bulunmaktadır. Mozağin konusu tartışmalıdır. Fakat Whitemore buradaki imparatoru VI. Leo olarak düşünmüş ve imparatorun, Hazreti Meryem'in ve baş meleğin sonuna kadar koruyucusu olduğu temasını öne sürmüştür. Buradaki meleğin kilisenin koruyucu olduğu da söylenmiştir. Bunun yanında mozaikteki imparatora da kilisenin koruyucusu olduğu anlamı yüklenmiştir (Oikonomides, 1976). Bu mozaikte de Zoe ve Komnenos mozaiklerinde olduğu gibi imparatorun kilisenin koruyucusu ve yardımcısı olduğu sembolize edildiğini ifade edebiliriz.

Fotoğraf 19: Hazreti Meryem'in kucağında Hazreti İsa İkonası



Kaynak: Thomas, 2020

GÖSTERGE
GÖSTEREN: Hazreti Meryem'in kucağında Hazreti İsa İkonası
GÖSTERİLEN: Bu göstergede Ayasofya da çözümlemesini yaptığımız diğer göstergelerin aksine Hazreti İsa ve Hazreti Meryem yanlarında kimse olamadan resmedilmiştir. Diğer tüm ikonlarda olduğu gibi burada da Hazreti İsa'nın ve Hazreti Meryem'in başlarının etrafı hale ile kaplıdır. Daha önce dediğimiz gibi burada da Hazreti İsa'nın ve Hazreti Musa'nın önemli kişiler olduğu hale ile sembolize edilmiştir. Skhirtladze (2014) Ayasofya'nın yarım kubbesi (apsisi) üzerinde bulunan bu resim ile ilgili yaptığı çalışmada Trahoulia'nın şu yoruma yer vermiştir “<i>Bakirenin ortak görüntüsü</i>’ ve <i>‘özel bir ikon tipi olarak vurgulanmaması’ izleyiciye bu resmin bir ikon değil, Bakire’nin tamamen kendisi olduğunu vurgulamaktadır.</i>” (Skhirtladze, 2014). Burada yorumu daha iyi anlamak için ikon (icon) kelimesinin anlamına bakılması gerekmektedir. İkon kelimesinin bir diğer anlamı da Ortodoks Kiliselerinde kutsal kişilerin resimlerine verilen bir isim olmasıdır (oxfordlearnersdictionaries.com). Yani bu yoruma göre Ayasofya da ki bu göstergede “<i>Bu bir ikon değil Hazreti Meryem’in ta kendisi</i>” mesajı vardır. Aynı zamanda göstergede Hazreti Meryem'in Hazreti İsa'nın annesi olduğu da sembolize edilmektedir. Nitekim Hazreti Meryem'in kucağında Hazreti İsa resimleri İslam da ki inanın aksine Tanrının Annesi (<i>Mother of God</i>) olarak isimlendirilmiştir (Skhirtladze, 2014). Yeri gelmişken ifade edilmesi gerekir ki Komnenos Mozağın de de bulunan “<i>MP ΘV</i>” yazısı Tanrının Annesi anlamına gelmektedir (Ceren, 2006).

Fotoğraf 20: Vestibül Mozaïği



Kaynak: Vargascr,2020

GÖSTERGE
GÖSTEREN: Vestibül Mozaïği (I. Justinian, Hazreti İsa, Hazreti Meryem ve Konstantin)
GÖSTERİLEN: Mozaikte solda elinde Aya Sofya'nın bir modelini Hazreti İsa ve Hazreti Meryem'e sunan I. Justinian'dır. Sağda ise Konstantin, Konstantinopolis'in bir modelini Hazreti İsa ve Hazreti Meryem'e sunmaktadır. Mozaik yöneticilerin kutsal olana hediyeler sunmasını resmetmektedir. Demos (201) mozaikte Justinian ve Konstantin ile imparatorluk gücünü, dindarlığı, Tanrı ile yaşayarak kurtuluşu, Justinian ve Konstantin arasındaki politik ve dini uyumun sembolize edildiğini ifade etmiştir (Demos, 2013).

3.5.1.2. Sultanahmet'in Göstergebilimsel İncelenmesi

Sultan Ahmet Caminin iç çözümlemesine geçmeden önce dış görünüşüyle ne anlatmak istediğine bakmamız gerekmektedir. Bundan dolayı caminin ilk önce dış görünüşü daha sonra da içinde bulunan göstergeler göstergebilimsel bir çözümlemeye tabi tutulacaktır.

Fotoğraf 21: Sultan Ahmet Cami Genel Görümü



Kaynak: İgone75, 2010

GÖSTERGE
GÖSTEREN: Sultan Ahmet Cami Genel Görünümü.
GÖSTERİLEN: Sultan Ahmet Cami bir “külliye” dir. Yani bünyesinde cami dışında sıbyan mektebi, hünkâr kasrı, dükkânlar, dârüşşifâ (mescid ve hamamı ile), türbe, medrese, arasta, han, hamam, imâret-i âmire (mutfak, fırın, kiler, yemekhane), tabhâneler, çeşmeler, dârülkurrâ, sebiller, mahzenler, odalar, evlerden ve kahvehaneden oluşmaktadır (Çobanoğlu, 2009). Burada İslam'ın sadece insanların manevi hayatlarını değil dünyevi hayatlarını da düzenlediği sonucuna varılabilir.

Minare “sözlükte ışıık saçıan/görünen yer” anlamında kullanılmaktadır. Peygamber Muhammed zamanının ilk başlarında minare yokken daha sonra Yahudilerden farklı şekilde insanları ibadete çağırarak için Sahabe Bilal’in üzerine çıktığı bir yer olarak Mescid-i Nebevi’ye eklenmiştir (Yurttaş ve Gökler, 2020). Burada minarelerle Müslüman olmayanlardan farklı olma ve ibadete çağrı mesajları verildiğı söylenebilir. Ayrıca minareler bakanlar için İslam’ı çağrıştıran bir semboldür. Kubbeler ise semavatı (gökleri) temsil etmektedir (Kodaman, 2018). Namiri (2017) ise ana kubbenin altında merkezileşmenin tevhit inancını sembolize ettiğini ifade etmektedir (Namiri, 2017).

Osmanlı döneminde önemli camiler şehirlerin merkezine yapılmıştır. Özçakı (2018) Bu İslam’ın insan hayatının merkezinde olduğunu, camilerin şehrin merkezinde bulunması dışardan bakanlar için sürekli Allah’ı hatırlatan birer uyarıcı görevini üstlendiğini, camilerde herkesin yan yana ibadet ettiğini ve bunun Allah katında herkesin eşit olduğunu gösteren bir anlam barındırdığını ifade etmiştir (Özçakı, 2018).

Sultan Ahmet Cami özelinde bakılacak olursa cami bir üstünlük girişimini de ifade ettiğı söylenebilir. Çünkü Sultan I. Ahmet tahta çıktığı zaman Ayasofya’yı geride bırakacak bir cami yaptırmak istemiştir (Şehsuvaroğlu, 1954).

Fotoğraf 22: Sultan Ahmet Cami İç Avlusu



Kaynak: Liefhebber, 2020

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Sultan Ahmet Camisi İç Avlusu

GÖSTERİLEN: Papila (2011) İslam cami mimarisi geleneğinde avluların cennetin ırmaklarını başka bir deyişle cennet bahçelerini simgelediğini söylemiştir. Ona göre avlular her şeyin geçici olduğu durumuna vurgu yapmaktadır (Papila, 2011).

Hazreti Peygamber zamanında İslam'ın ilk camisi olarak yapılan Mescid-i Nebevi sadece ibadet edilen bir yer değil ayrıca ilim ve kültür merkezi olarak da hizmet vermiştir. Mescidin içinde ve avlusunda yapılan derslerde Hazreti Peygamber'in ilmi ve kültürel dersler verdiği bilinmektedir. Yine Mescid-i Nebevi'nin avlusunda insanların buluşup sosyalleştiği bilinmektedir. Bundan dolayı avlularla ilim ve kültür öğrenmenin öneminin vurguladığı ve sosyalleşme, birliktelik gibi anlamların ifade edildiği söylenebilir (Demirel ve Pilehvarian, 2018).

Fotoğraf 23: Sultan Ahmet Cami'nin İç Görünümü



Kaynak: Gezer, 2019

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Sultan Ahmet Cami'nin İç Görünümü

GÖSTERİLEN: Fotoğrafa bakıldığında çinilerde kullanılan mavinin yoğunluğu göze çarpmaktadır. Cami bulunduğu konum itibari ile denize de yakındır. Bu açıdan bakıldığında bazı çalışmalar mavinin denizi çağrıştırdığını göstermektedir. Halse de mavinin inancı arttırdığını bundan dolayı Cami ve Kiliselerde mavi renginin kullanıldığını ifade etmiştir (Mazlum, 2011). Mavinin ayrıca İslam kültüründe kutsal bir renk olduğu söylenmektedir. Çünkü gökyüzünün rengidir. Melekler ve saf renkler de gökyüzünde bulunmaktadır (Nejad, Zarghami ve Abad, 2016).

Fotoğraf 24: Bakara Suresi 238. Ayeti



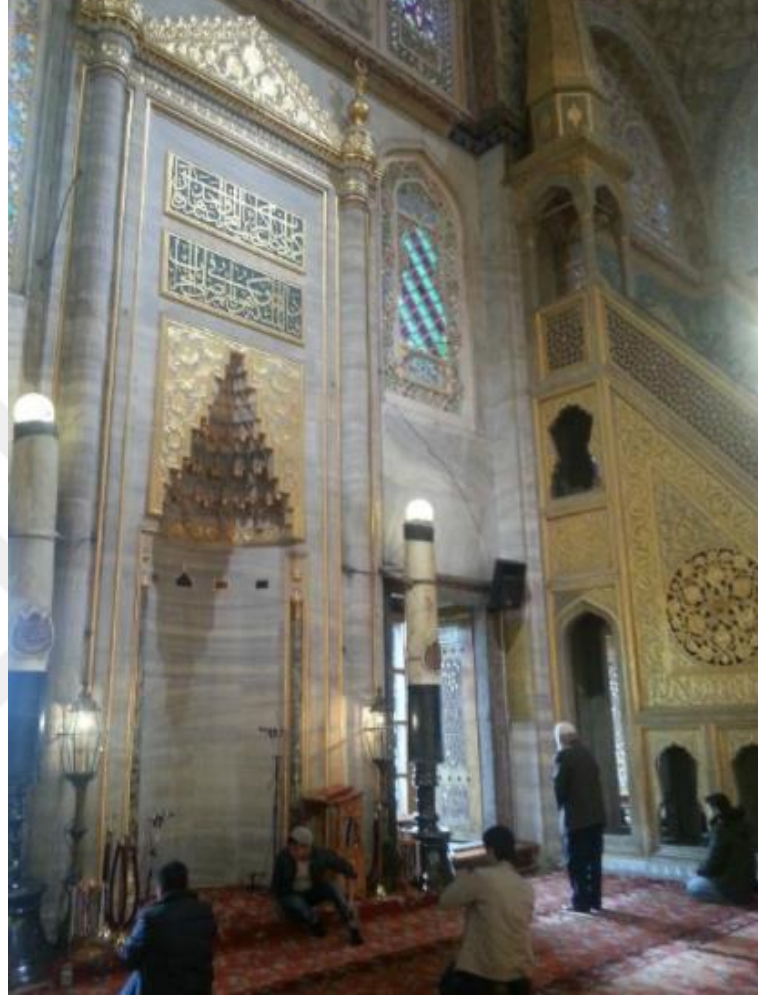
Kaynak: Chinorafo, 2019

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Bakara Suresi 238. Ayeti

GÖSTERİLEN: Ayet’ te mealen “*Namazlara ve orta namaza devam edin. Allah'a gönülden boyun eğerek namaza durun.*” yazmaktadır (Bakara suresi, 238 ayet). Burada namazın önemini vurgulayan bir mesaj bulunmaktadır. Bunu yaparken de ikinci cümlede “huşu” içinde namaz kılma mesajı verilmiştir. Huşu ile verilmek istenen mesaj Allah’a karşı saygı duymak, kulluk bilincinde olmak ve kendini tamamen O’na vermektir (Karaman, Çağrıcı, Dönmez ve Gümüş, 2013).

Fotoğraf 25: Ali İmran Suresi 37. ve 39. Ayetleri, Mihrap, Servi Motifleri



Kaynak: Öztemur, 2015

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Ali İmran Suresi 37. ve 39. Ayetleri, Mihrap, Servi Motifleri

GÖSTERİLEN: Servi ağaçlarının uzun yıllar yaşadığı bilinmektedir. Burada servi ağacı motifi kullanımı ile ebedi hayatı bir başka ifade ile dünyanın faniliği ifade edilmektedir (Eryılmaz, 2017).

Mihrap camilerde imamın cemaate namaz kıldırıldığı yer olarak bilinmektedir. Fakat mihrabın bir başka anlamının da “harp” olduğu iddia edilmektedir. Bu açıdan

bakıldığında mihrap ile “şeytani ve dünyevi zevklere karşı savaş açılan yer” anlamında bir bağlantı kurulduğu söylenebilir (Khoury, 1998).

Ali İmran suresinin 37. ayeti mealen “*Bunun üzerine Rabbi ona hüsnükabul gösterdi ve onu güzel bir şekilde yetiştirdi. Zekeriya’yı da onun bakımı ile görevlendirdi. Zekeriyyâ onun bulunduğu yere, mâbeddeki odaya her girdiğinde yanında (yeni) bir rızık bulur, ‘Ey Meryem! Bu sana nereden geldi’ diye sorar, o da ‘Allah tarafından’ cevabını verirdi. Kuşkusuz Allah dilediğine sayısız rızık verir.*” şeklindedir. Bu ayetin mihrap üzerinde kullanımı Nuruosmaniye Caminde de görülmektedir (Özsayner, 2012). “*Mihrap kelimesinin Kur’ân-ı Kerîm’deki kullanımları (Âl-i İmrân 3/37, 39; Meryem 19/11; Sâd 38/21) ve konuya ilişkin tarihi bilgiler göz önüne alındığında, ayette geçen “mihrâb” kelimesiyle Beytülmakdis’te yüksekçe yapılmış özel bir odanın kastedildiği anlaşılmaktadır*” (Karaman, Çağrııcı, Dönmez ve Gümüş, 2013). Burada da bu ayetin mihrap üzerinde kullanılmasıyla Beytülmakdis de ki özel odaya atıf yapıldığını söyleyebiliriz.

Ali İmran Suresi 39. ayeti ise mealen; “*Zekeriya mabedde namaz kılarken melekler ona, ‘Allah sana, kendisinden gelen bir kelimeyi (İsa’yı) doğrulayıcı, efendi, nefisine hâkim ve salihlerden bir peygamber olarak Yahya’yı müjdeler’ diye seslendiler.*” şeklindedir.

Her iki ayetteki ifade akışı dikkate alındığında İlâhî nimetler arasında bağ kurulduğu görülmektedir. 37. ayette Allah’ın vasıtasız olarak yiyecek veriş i ifade edilirken 39. ayette ise Hazreti Zekeriya’nın eşinin yaşlı ve kısır olmasına rağmen Allah’ın Hazreti Zekeriya’yı bir çocuk ile müjdelemesi ifade edilmiştir (Karaman, Çağrııcı, Dönmez ve Gümüş, 2013). Burada Allah’ın hiçbir nedene ihtiyaç duymadan istediği herkese her şeyi verebileceği yan anlamı bulunduğu çıkarımı yapılabilir. Tüm bunların yanında Ali İmran suresinin 39. Ayetinde nefse hâkim olmak ile mihraptaki nefis ile savaş halinde olmak arasında da bir bağlantı olduğundan söz edilebilir. Servi motifleriyle edebi hayatın vurgulandığını da ele alırsak insanların nefislerine uymayarak, ebedi hayatı düşünerek yaşaması gerektiğine dair bir anlamın olduğu söz konusu olabilir.

Fotoğraf 26: Minber



Kaynak: Öztemur, 2015

GÖSTERGE
GÖSTEREN: Minber
GÖSTERİLEN: Minber terimi “genelde mescit veya camilerde Cuma ve Bayram hutbesini okumak için kullanılan mimarî elemanı ifade etmektedir. Bunun yanında minber sözcüğü kürsü, koltuk, taht gibi anlamlara da gelmektedir.” (Yılmaz, 2008). Minberin kullanımı Hazreti Muhammed zamanına kadar gitmektedir. Minber Hazreti Muhammed’in sadece vaaz verdiği yer değil aynı zamanda bir taht ve yargı

yeriydi ve bu durum halifeler zamanında da geçerliliğini korumuştur (Rashid ve Ahmad, 2008). Sağlam (2020) mihrabın ilk imamının Hazreti Muhammed olduğu için minberin O'nun mekanını sembolize ettiğini ifade etmektedir (Sağlam, 2020). Can (2019) da Emevilerin kurucusu Muaviye b. Ebi Süfyan'ın iktidarını meşrulaştırmak için minberi kullandığı bilinmektedir. Bundan dolayı minberler siyasi iktidarların sembolleri olduğunu söylemiştir (Can, 2019). Sağlam ise (2020) minberin ilahi mesajın verildiği yer olması ile kutsallığı, siyasi mesajların verildiği yer olması ile de dünyeviliği sembolize ettiğini iddia etmektedir (Sağlam, 2020).

Fotoğraf 27: Sultan Ahmet Cami Ana Kubbe Ayetleri



Kaynak: Anna, 2019

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Fatır Suresi 41. Ayeti (Ana Kubbe İç Kısım) ve Nur Suresi 35. Ayeti (Ana Kubbe Geniş Kısım)

GÖSTERİLEN: Fatır Suresi 41. ayeti mealen “Gerçek şu ki Allah, koyduğu düzenden sapmamaları için gökleri ve yeri tutmaktadır. Şayet sapacak olsalar artık

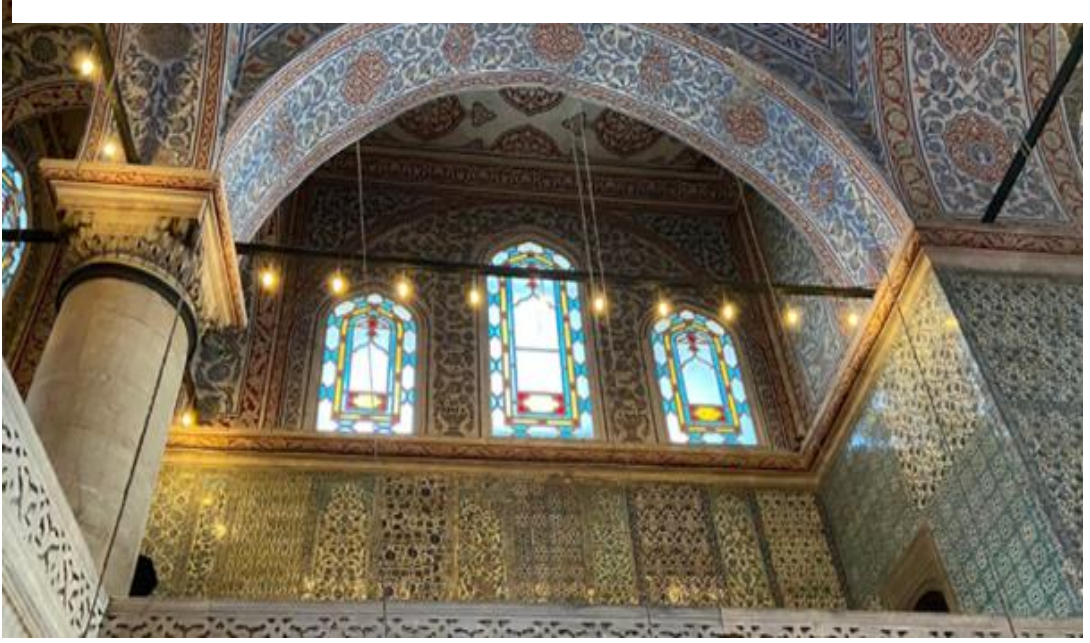
O’ndan başka hiç kimse onları tutamaz. Şüphesiz O halîmdir, çok bağışlayıcıdır.” şeklindedir. Ayette ilahi yasaların düzenine, bu düzenin yaratıcısı ve koruyucusu olan Allah’a vurgu yapılmaktadır. Ayrıca bu düzen gökyüzü örnek verilerek anlatılmıştır.

Cami de mavi renginin yoğunluğuyla gökyüzüne vurgu yapmaktadır. Burada Cami’nin ana kubbesine bakıldığında hissedilen “büyüleyicilik” ve ayetin vurgu yaptığı “ilahi düzenin büyüleyiciliği” mesajı aynı anda verildiği söylenebilir.

Nur Suresi 35. ayeti meali ise *“Allah göklerin ve yerin nûrudur. Onun nûrunun misali, içinde kandil bulunan bir kandilliktir. Kandil bir cam içindedir, cam inciye andıran bir yıldızdır; (bu kandil) doğuya da batıya da ait olmayan, yağı neredeyse ateş dokunmasa bile ışık veren mübarek bir zeytin ağacından yakılır. Nûr üstüne nûr. Allah nûruna dilediğini kavuşturur. Allah insanlar için misaller veriyor, Allah her şeyi hakkıyla bilmektedir.”* şeklindedir. Burada nur kelimesi görülmeyen şeyleri gösteren ışık anlamına vurgu yapılarak akıl yoluyla görmenin önemine ve bu kudretin Allah’ta olduğuna ve yine istediğine bu “aklı” verebileceğine vurgu yapılmıştır. Zira hayvanlar da insanlar gibi görür fakat “şeylerin” gerçek anlamına vakıf olmazlar (Karaman, Çağrıcı, Dönmez ve Gümüş, 2013). Bu iki ayetin kubbede kullanılması ile gökyüzünün ve ışık olması için kullanılan nesnelerin tavanda olmasına da gönderme yapıldığı söylenebilir. Burada şu da görülmektedir ki aydınlığın kaynağı gökyüzüdür ve bu vasıta ile insanların görmesi mümkün olur. Yani burada hem zahiri anlamda bir görmenin hem de batını anlamda görme eylemlerinin asıl sebebinin Allah olduğu vurgulandığı da söylenebilir.

Sultan Ahmet Camisindeki çiniler 70 kadar farklı bir kompozisyona sahiptir (Satır, 2008). Bütün bu kompozisyonların göstergebilimsel incelenmesinin yapılması mümkün olmadığından dolayı bu kısımda çinilerde en çok görülen motiflerin ve renklerin genel bir göstergebilimsel çözümlemesi yapılacaktır.

Fotoğraf 28: Sultan Ahmet Cami İçi Genel Görünümü



Kaynak: LauraJ112, 2020

Fotoğraf 29: Sultan Ahmet Cami Alçılı Vitrayları



Kaynak: Öztemur, 2015

Fotoğraf 30: Sultan Ahmet Cami Çini Desenleri



Kaynak: Klasik Türk Sanatları Vakfı, 2010

Fotoğraf 31: Sultan Ahmet Cami Çini Desenleri



Kaynak: Klasik Türk Sanatları Vakfı, 2010

Fotoğraf 32: Sultan Ahmet Cami Çini Desenleri



Kaynak: Klasik Türk Sanatları Vakfı, 2010

Fotoğraf 33: Sultan Ahmet Cami Çini Desenleri



Kaynak: Klasik Türk Sanatları Vakfı, 2010

Fotoğraf 34: Sultan Ahmet Cami Çini Desenleri



Kaynak: Klasik Türk Sanatları Vakfı, 2010

Fotoğraf 35: Sultan Ahmet Cami Çini Desenleri



Kaynak: Klasik Türk Sanatları Vakfı, 2010

GÖSTERGE

GÖSTEREN:

- Lale, Karanfil, Gül, Zambak, Sümbül, Süsen, Menekşe, Selvi, Söğüt, Nar, Elma, Üzüm, Kiraz, Bahar Ağacı, Hayat Ağacı.
- Geometrik Yıldız Süslemesi.
- Firuze, Kahverengi, Kırmızı, Mavi, Siyah, Yeşil.

GÖSTERİLEN: Gence (1997) Osmanlı Döneminde çinilerde görülen sembollerin aynı zamanda alçılı vitraylarda (pencereler) da görüldüğünü ifade etmiştir (Gence, 1997). Bundan dolayı buradaki çözümlemelerde alçılı vitray ve çini ayrımına

ğFotoğraf 34: Sultan Ahmet Cami Çini Desenleri

ümledenmiştir.

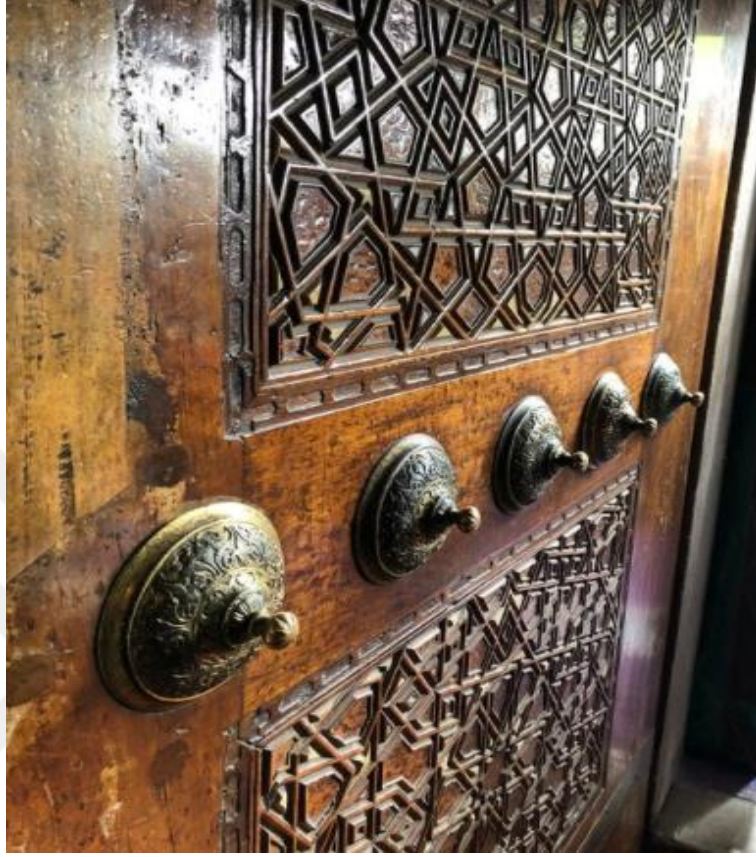
Kaynak: Klasik Türk Sanatları Vakfı, 2010

mektedir. Ayrıca dört yapraklı gülün ilk dört halifeyi ifade ettiği söylenmektedir (Karaca, 2020).

- **Hayat Ağacı;** Gövdesi dünyanın merkezinde, kökleri yerin altındadır. Dalları ise bütün dünyayı sarmaktadır. Ebedi canlılığı sembolize ettiği söylenmektedir (Çaycı, 2017).
- **Nar;** Doğumu, çoğalmayı ve bereketi sembolize etmektedir. Tasavvufi anlamda narın içindeki her bir tanenin insanlığı temsil ettiği düşünülmektedir. Bunun yanında, Kur'an-ı Kerim, Tevrat ve İncil de yaratıcının kullarına sunduğu meyveler arasında nar da sayılmaktadır (Gültekin, 2008).
- **Bahar Ağacı;** Baharın bir taraftan cenneti simgelerken diğer taraftan da olacak meyveleri, bolluğu ve bereketi simgelediği söylenmektedir (Kara, 2019).
- **Lale;** Lalenin tek soğandan oluşması ve Allah ismindeki harflerle laledeki harflerin benzer olması bu çiçekle Allah'ı hatırlatmaya neden olmuştur (Aman, 2020).
- **Karanfil;** Dervişleri, inananların ve müminleri sembolize etmektedir. Bunun yanında huzur, mutluluk ve sadakati de ifade ettiğine inanılmaktadır (Karaca, 2020).
- **Zambak;** Mutluluğu sembolize ettiğine inanılmaktadır (Karaca, 2020).
- **Sümbül;** Nergis ve sümbül çiçekleri ince ve zarif görünümlerinden dolayı özellikle divan şairlerince insan uzuvlarıyla ilişkilendirilmiş sevgilinin gözü ve müjdecisi olarak kullanılmıştır (Nas ve Doğan, 2018).
- **Süsen;** Süsen çiçeği ile kılıç, hançer ve şemşir gibi keskin eşyalar ve dil (zeban), asker gibi öğelerin sembolize edildiğine inanılmaktadır (Berat, 2015).
- **Menekşe;** Klasik Türk şiirinde sevgilinin uzuvlarını, başörtüsünü ve Kâbe örtüsünü sembolize etmektedir (Çelebioğlu, 2016).
- **Selvi;** Sonsuz yaşamı sembolize ettiğine inanılır. Tabutların Selvi ağacından yapılması da ebedilikle ilişkilendirilmiştir (Gümüştekin, 2011).
- **Söğüt;** Evi ya da obayı, bereket ve mutluluğu temsil ettiğine inanılmaktadır (Büyükkol, 2020).
- **Elma;** Cenneti ve bolluğu simgelediği söylenmiştir (Ölmez, 2012).

- **Üzüm;** Bereket, bolluk ve zenginliği sembolize ettiğine inanılmaktadır. Üzüm ayrıca cennette takva sahiplerine verilecek bir nimettir (Erdal, 2015).
- **Kiraz;** Cennette müminlere verilecek meyvelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Bebek, 2005).
- **Geometrik Yıldız Süslemesi;** Yıldız, güneş, ay ve burçları temsil ettiğine inanılmaktadır (Bozyokuş, 2018).
- **Firuze ve Kahverengi;** Sema ve arzı sembolize ettiğine inanılmaktadır (Yelen, 2017).
- **Kırmızı;** Varlık alemini, canlılığı, mutluluğu ve isteği ifade ettiği söylenmektedir (Okçu, 2007,).
- **Mavi;** Mavi renk ile memnuniyet, sakinlik, maneviyat ve inancın sembolize edildiğine inanılmaktadır. Ayrıca gök mavisinin gök yüzünün genişliğini ve ölümsüzlüğü simgelediği de söylenmektedir (Namiri ve Sani, 2017).
- **Siyah;** Küfrü, azabı, şerri, öfkeyi, matemî ve hüznü temsil etmekte ve kâfirlerin rengini temsil ettiği söylenmektedir (Okçu, 2007).
- **Yeşil;** Tabiatın rengini, süsü, canlılığı, ahengi, güzelliği ve hayatı sembolize ettiğine inanılır. Bunların yanında Kur'an da yeşil elbiseler giyecek olan cennetlik insanlardan bahsedilmektedir (Okçu, 2007).

Fotoğraf 36: Kendini Tekrarlayan Geometrik Desenler



Kaynak: Flywithlola, 2020

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Kendini Tekrarlayan Geometrik Desenler

GÖSTERİLEN: Geometrik motifler İslam düşünce sisteminde tanrı ve insan birliğinden kaynaklanan sonsuzluğu, kâinatın düzenini, ahengini ve dengesini ifade eden kompozisyon olarak nitelendirilmektedir (Çelikbaş, 2018). Bunun yanında bu geometrik şekillerle “ilahi varlık” vurgusu yapıldığı (Özgür, 2007) ve kozmosa da (Dabbour, 2012) gönderme yapıldığı söylenmektedir.

Fotoğraf 37: Ahzab Suresi 45. Ayeti



Kaynak: Mehmet, 2020

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Ahzab Suresi 45. Ayeti

GÖSTERİLEN: Ayet mealen “*Ey peygamber! Biz seni hem bir şahit hem bir müjdeci hem bir uyarıcı olarak gönderdik*” şeklindedir. Buradaki gösterilen (yan anlam) Allah’ın huzuruna çıkıldığında insanların “uyarılmadık” iddialarına karşı Allah’ın bir tanık göstermesidir. Ayrıca Hazreti Peygamberin Allah katındaki değeri de vurgulanmaktadır (Karaman, Çağrıcı, Dönmez ve Gümüş, 2013).

Fotoğraf 38: Nisa Suresi 103. Ayeti



Kaynak: Mehmet, 2020

GÖSTERGE
GÖSTEREN: Nisa Suresi 103. Ayeti
GÖSTERİLEN: Ayetin tam meali şöyledir “ <i>Namazı bitirince de ayakta iken, otururken ve yatarken Allah’ı anın. Güvenlik içinde olduğunuzda namazı gerektiği gibi kılın. Şüphe yok ki namaz, müminler üzerine vakitleri belli olarak yazılmış bir ödevdir.</i> ” Fakat burada ayetin “ <i>Şüphe yok ki namaz, müminler üzerine vakitleri belli olarak yazılmış bir ödevdir</i> ” kısmına vurgu yapılmıştır. Bu ayetteki mesaj Müslümanlara yöneliktir. Burada namazın Müslümanlara farz oluşu vurgulanmaktadır. Yapının giriş kapısında olan bu ayetin Müslümanlara bu farzı hatırlatmak için kullanıldığını düşündürmektedir.

Sultan Ahmet Caminde kible yönündeki, kuzey yönündeki, güney yönündeki ve cümle kapı yönündeki kubbelerde toplam on bir ayet bulunmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde bu ayetlerin göstergebilimsel çözümlemesi yapılmıştır.

Fotoğraf 39: Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti Örneği



Kaynak: Kozich, 2020

Fotoğraf 40: Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti Örneği



Kaynak: Alex, 2020

Fotoğraf 41: Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti Örneği



Kaynak: S4z3d4, 2020

Fotoğraf 42: Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti Örneği



Kaynak: S4z3d4, 2020

GÖSTERGE

GÖSTEREN: Kible Yönü Yarım Kubbe ve Çeyrek Kubbelerin İçindeki Ayetler (Orta Yarım Kubbe: En'am Suresi 79. Ayet; Sağ Çeyrek Kubbe: Ahzab Suresi 56. Ayet (1. Bölüm); Sol Çeyrek Kubbe: Ahzab Suresi 56. Ayet (2.Bölüm)) (sultanahmetcami.org).

Kuzey Yönünde (İmam-Hatip Odası Yönü) Bulunan Orta Yarım Kubbe ve Çeyrek Kubbelerin İçindeki Ayetler (Orta Yarım Kubbe: Bakara 277; Sağ Çeyrek Kubbe: Bakara 43; Orta Çeyrek Kubbe: Bakara 115; Sol Çeyrek Kubbe: Araf 29)) (sultanahmetcami.org).

Cümle Kapısı Yönünde Bulunan Orta Yarım Kubbe ve Çeyrek Kubbelerin İçindeki Ayetler (Orta Yarım Kubbe: Lokman 22; Sağ Çeyrek Kubbe: İsra 78 (1.Bölüm); Orta Çeyrek Kubbe: İsra 78 (2.Bölüm); Sol Çeyrek Kubbe: İsra 79)) (sultanahmetcami.org).

Güney Yönünde (Müezzin Odası Yönü) Bulunan Orta Yarım Kubbe ve Çeyrek Kubbelerin İçindeki Ayetler (Orta Yarım Kubbe: Hac 77; Sağ Çeyrek Kubbe: Ankebut 45 (1.Bölüm); Orta Çeyrek Kubbe: Ankebut 45 (2.Bölüm); Sol Çeyrek Kubbe Ankebut 45 (3.Bölüm)) (sultanahmetcami.org).

GÖSTERİLEN:

Kible Yönü Ayetleri;

Orta Yarım Kubbe: *“Ben, hakka yönelen birisi olarak yüzümü, gökleri ve yeri yaratana döndürdüm. Ben, Allah’a ortak koşanlardan değilim.”* En’am: 79.

Çeyrek Kubbe (Sağ): *“Allah ve melekleri, Peygamber’e çok salevât getirirler.”* Ahzab: 56 (1.Bölüm).

Çeyrek Kubbe (Sol): *“Ey müminler! Siz de ona salevât getirin ve tam bir teslimiyetle selam verin.”* Ahzab: 56 (2.Bölüm).

Kuzey Yönü (İmam-Hatip Odası Yönü) Ayetleri;

Orta Yarım Kubbe: *“(Ey Muhammed!) Biz senin çok defa yüzünü göğe doğru çevirip durduğunu (vahiy beklediğini) görüyoruz. (Merak etme) elbette seni, hoşnut olacağın kibleye çevireceğiz. (Bundan böyle), yüzünü Mescid-i Haram yönüne çevir. (Ey Müslümanlar!) Siz de nerede olursanız olun, (namazda) yüzünüzü hep onun yönüne çevirin. Şüphesiz kendilerine kitap verilenler, bunun Rabblerinden (gelen) bir gerçek olduğunu elbette bilirler. Allah, onların yaptıklarından habersiz değildir.”* Bakara: 277.

Çeyrek Kubbe (Sağ): *“Namazı kılın, zekâtı verin. Rükû edenlerle birlikte siz de rükû edin.”* Bakara: 43.

Çeyrek Kubbe (Orta): *“Doğuda, Batı da (tüm yeryüzü) Allah’ındır. Nereye dönerseniz Allah’ın yüzü işte oradadır. Şüphesiz Allah, lütfu geniş olandır, hakkıyla bilendir.”* Bakara: 115.

Çeyrek Kubbe (Sol): *“De ki: Rabbim adaleti emretti. Her secde yerinde yüzlerinizi (O’na) doğrultun. Dini Allah’a has kılarak O’na ibadet edin. Sizi başlangıçta yarattığı gibi (yine O’na) döneceksiniz.”* Araf: 29.

Cümle Kapısı Yönü Ayetleri;

Orta Yarım Kubbe *“Kim iyilik yaparak kendini Allah’a teslim ederse, şüphesiz en sağlam kulpa tutunmuştur. İşlerin sonu ancak Allah’a varır.”* Lokman: 22.

Cümle Kapısı Yönü Çeyrek Kubbe (Sağ): *“Güneşin zevalinden (öğle vaktinde Batı’ya kaymasından) gecenin karanlığına kadar (belli vakitlerde) namazı kıl.”* İsra: 78 (1.Bölüm)

Çeyrek Kubbe (Orta): *“Bir de sabah namazını kıl. Çünkü sabah namazı şahitlidir.”* İsra: 78 (2.Bölüm)

Çeyrek Kubbe (Sol): *“Gecenin bir kısmında da uyanarak sana mahsus fazla bir ibadet olmak üzere teheccüd namazı kıl ki, Rabbin seni Makam-ı Mahmud’a ulaştırsın.”* İsra: 79.

Güney Yönü (Müezzin Odası Yönü) Ayetleri;

Orta Yarım Kubbe: *“Ey iman edenler, rükû edin, secde edin, Rabbinize kulluk edin ve hayır işleyin ki kurtuluşa eresiniz.”* Hacc: 77.

Çeyrek Kubbe (Sağ): *“(Ey Muhammed!) Kitaptan sana vahyolunanı oku, namazı da dosdoğru kıl.”* Ankebut: 45 (1.Bölüm).

Çeyrek Kubbe (Orta): *“Çünkü namaz, insanı hayâsızlıktan ve kötülükten alıkor.”* Ankebut 45 (2.Bölüm)

Çeyrek Kubbe (Sol): *“Allah’ı anmak (olan namaz) elbette en büyük ibadettir. Allah, yaptıklarınızı biliyor.”* Ankebut: 45 (3.Bölüm). (sultanahmetcami.org)

Sultan Ahmet Camisinin ana kubbesini dışındaki kubbelere bakıldığında, buralara yazılmak üzere seçilen ayetlerdeki ana mesajın namaz olduğu görülmektedir. Camilerin ana amacının namaz kılınan yerler olduğu da göz önüne alındığında bu ayetlerin rastgele seçilmeyerek insanlara namazın önemini vurgulamak amacıyla seçildiği düşünülebilir.

Bu ana mesajın yanında namaz esnasında kıbleye dönme, Hazreti Peygambere salavat getirme, cemaat olma, Allah’ı anma ve Allah’a yönelme gibi namazın olmazsa olmazlarını ve sevabını arttıracak noktalarını ayetler vasıtasıyla insanlara bildirme de amaçlandığı tahmin edilmektedir. Son olarak namazın özelliklerinden olan namazın insanı kötülük işlemekten alıkoyması ve en büyük ibadet olması

özelliği insanlara hatırlatılarak namazın bu dünyada ve öteki dünyada nelere vesile olacağı Sultan Ahmet Camine gelenlere anlatılmak istendiği görölmektedir.



SONUÇ

Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin inşa tarihlerine bakıldığında aralarında yaklaşık on bir yüzyıllık fark görülmektedir. Yapıların birinin kilise diğzerinin cami olarak inşa edilmesi ilk bakışta birbirinden farklı anlamlar taşıyacaklarını düşündürse de bu durum iki yapının da verdiği mesajlarda benzerlik olmasını engellememiştir. Turizm açısından bakıldığında turistlerin her iki yapıyı ziyaret ettiklerinde yapıların ilham kaynaklarının farklı olmasına rağmen benzer düz ve yan anlamları göreceği ve rehberlerin de her iki yapı hakkında bilgi verdiklerinde benzer düz ve yan anlamları aktaracağı görülmektedir.

Göstergebilimsel çözümleme sonucu her iki yapının verdiği düz ve yan anlamlara bakıldığında yapıların benzer mesajlarında artışın İstanbul'un fethedilmesi sonucu Ayasofya'nın camiye çevrilmesiyle olduğu görülmektedir. Çünkü bu fetihle beraber Ayasofya'ya minareler, mihrap, minber, ana yapı yanında yardımcı yapılar (burada şunu belirtmek gerekir ki yardımcı yapılar Bizans döneminde de mevcuttu), Allah, Muhammed ve bazı sahabelerin isimlerini gösteren levhalar ve Nur Suresi 35. ayeti eklenmiştir. Bu eklemeler aynı anlamların bu iki yapıda daha fazla ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Ayasofya'nın cami olmasına kadar ki süreç için en çok kullanılan göstergelerin Hazreti Meryem ve Hazreti İsa olduğu gözlemlenmiştir. Burada Hazreti Meryem ve Hazreti İsa'nın kutsallıkları en çok vurgulanan yan anlamlardır. Bunların yanında imparator ve imparatoriçelerin de dindarlığı, Hristiyanlığa, Hazreti Meryem ve Hazreti İsa'ya kendini adanmaları da sıkça verilen yan anlamlardır.

Sultan Ahmet için en çok kullanılan göstergeler ise çinilerin üzerine işlenen bitki motifleri olduğu gözlemlenmiştir. Bunların yanında Kur an ayetleri de en çok kullanılan göstergelerdendir. Burada şunu belirtmek gerekir ki çini üzerindeki bitkilerin sahip olduğu yan anlamlarda bir kompozisyon bütünlüğü olduğu gözlemlenmemiştir. Buna karşılık Kur an ayetleriyle verilmek istenen yan anlamlarda Allah'a kulluk, Hazreti Muhammed'in bir peygamber oluşu ve namazın önemi vurgulanmak istenen yan anlamlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

İki yapının yapıldıkları zamanki benzer anlamlarına bakıldığında her iki yapının da bir üstünlük girişimi olduğu, inancın günlük yaşamda ve imparatorluk yönetimlerinde ne denli etkili olduğu, kutsallığı, dine hizmeti ve her iki yapıdaki kubbenin gökyüzünü temsil ettiği görülmektedir. Ayrıca her iki yapıda da o dine ait bazı inanılan kutsal mesajların yapıyı ziyaret edenlere iletildiği görülmektedir. Buradaki farklılık bu mesajları iletmedeki yöntem farklılığıdır. Ayasofya-i Kebir Caminde bu iletim insan tasvirleriyle yapılmışken Sultan Ahmet Caminde ayetlerin yapı içine işlenmesi, bitkisel motiflere ve geometrik şekillere ilahi mesajların yüklenmesi ve hat sanatı vasıtasıyla olmuştur. İslam dininde canlı resmi çizmek yasak olduğu (Ramzy, 2013) için iki yapıda da ilahi mesajları iletmede farklılıkların oluşmasına neden olduğunu ifade edebiliriz.

Çalışmada çözümlemeye tabi tutulan göstergelerden yola çıkılarak bakıldığında yapılardaki farklı mesajlardan biri Ayasofya-i Kebir Caminde farklı İmparatorlar ve İmparatoriçelerin mozaiklerde kendilerini Hristiyan dininin birer hizmetçisi olarak gösterirken (bakınız: fotoğraf 15, fotoğraf 16, fotoğraf 18, fotoğraf 20) Sultan Ahmet Cami içinde böyle bir yaklaşımın olmadığı görülmektedir. Oysa Sultan Ahmet Cami dışında bulunan bir şiirde yapının mimarına ve Sultan Ahmet Han'a benzer bir yaklaşımın sergilendiği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında Sultan Ahmet ve Ayasofya-ı Kebir Camilerindeki göstergeler daha detaylı bir şekilde ele alınıp göstergebilimsel incelmeye tabi tutulabilir. Bir diğeri ise Ayasofya kilise iken ilahi mesajları iletmede İncil'den ayetlerin kullanımına yer verilmemiş olmasıdır.

Seçilen göstergelerin çözümlenmesi sonucunda elde edilen yan anlamların Guirguis, Dewidar, Kamel ve Iscandar tarafından çözümlenen Virgin Mary ve Saint John The Baptist Kilisesinin ve Güneş tarafında çözümlenen Divriği Ulucami ve Şifahanesinin çözümlemeleri sonucu elde edilen bazı bulgularla da örtüştüğü görülmüştür (Guirguis, Dewidar, Kamel ve Iscandar, 2018; Güneş, 2013a). Buradan Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin düz ve yan anlamlarına sahip olan turist ve turist rehberlerinin bu bilgilerini diğer Ortodoks kiliseleri ve camiler içinde kullanabileceği sonucuna varabiliriz.

İki yapıdaki turistler tarafından ilgi gösterilen göstergelere dayanarak mesajların zenginlikleri karşılaştırıldığında Sultan Ahmet Cami'nin daha çok anlam ilettiğini söyleyebiliriz. Çünkü Ayasofya-i Kebir Camisindeki göstergeler daha çok Hazreti İsa, Hazreti Meryem, İmparatorlar ve kısmen İmparatoriçeler, bunun yanında kubbe altında bulunan melek tasvirleri, kubbedeki ayetle ve levhalarla sağlanmıştır. Fakat Sultan Ahmet Cami'nin sadece kubbelerinde yirmi adet ayet bulunmaktadır. Ayrıca yapının dışı da dâhil olmak üzere da pek çok yerinde ayetler, levhalar ve kuşaklar yoluyla ziyaretçilere çeşitli mesajlar iletilmiştir. Bunun yanında pek çok meyve, bitki ve geometrik motif kullanılarak da ziyaretçilere mesajlar iletilmiştir.

Turizm ve çalışmanın amaçları açısından bakıldığında bu yapıları ziyaret eden turistlerin aradıkları anlamlara ulaşması için onlara bu anlamları aktaracak rehberlere ihtiyaç duyacaklardır. Çalışma bu açıdan turist rehberlerine yardımcı olacak niteliktedir. Ayrıca çözümlemeye tabi tutulan göstergeler ve çözümleme sonuçları Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri ile ilgili yapılacak turistik broşür ve faaliyetlerde kullanılabilir. Yine bu çalışmada ele alınan göstergeler Ayasofya-ı Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinde ileride oluşabilecek bir tahribatta ve restorasyon çalışmalarında da kullanılabilir.

Çalışmada elde edilen bulgular turist rehberlerinin eğitiminde kullanılacağı gibi Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camilerinin yanlış anlaşılmasının önüne de geçecektir. Ayrıca gösterge çözümlemesi için kullanılan Roland Barthes'ın göstergeleri çözümleme yöntemi diğer turistik yapıların düz ve yan anlamlarının ortaya çıkarılması için de kullanılabilir.

Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri gösterge açısından çok zengin yapılardır. Fakat tripadvisor.com.tr sitesi incelendiğinde turistlerin bu göstergelerin bazılarına daha fazla ilgi gösterdiği görülmektedir. Çalışmada bu bağlamda sınırlamaya gidilerek turistler tarafından en çok ilgi gösterilen göstergeler ele alınarak çözümlemeye tabi tutulmuştur. Ayrıca daha önce de ifade edildiği gibi Ayasofya-i Kebir ve Sultan Ahmet Camileri Allah, Hazreti Muhammed, Hazreti Ebu Bekir, Hazreti Ömer, Hazreti Osman, Hazreti Ali, Hazreti Hasan, Hazreti Hüseyin, Nur Suresi 35. ayeti, minber, mihrap ve kubbe gibi benzer göstergelere sahiptir.

Çözümleme esnasında aynı şeyleri tekrarlamaktan kaçınmak için Sultan Ahmet Camisinin göstergelerinin çözümlenmesi esnasında bu göstergelerden Nur Suresi 35. ayeti dışındaki göstergeler çözümlenmeyerek Sultan Ahmet Camisinin çözümlenmesinde sınırlamaya gidilmiştir. Bu açıdan bakıldığında Sultan Ahmet ve Ayasofya-i Kebir Camilerindeki göstergelerin başka bir çalışmada sadece Ayasofya-i Kebir ya da sadece Sultan Ahmet Camisi olarak tümüyle ele alınıp incelenmesi daha iyi olacaktır.

Çalışmada göstergeler çözümlemeye tabi tutulurken turist deneyimleri göz ardı edilmiştir. Gelecekte yapılacak bir çalışmayla hem yapıların göstergebilimsel incelenmesinin sonucu hem de turistlerin yapılardaki göstergelerden çıkardıkları anlamlar karşılaştırılarak farklılıklar ve benzerlikler ortaya konulabilir.

Çalışmada çözümlenilen göstergeler özel bir anket çalışmasıyla turistlerin onlara verdikleri anlamlar ve göstergebilimsel çözümleme ile elde edilen anlamlar açısından incelenmediğinden çalışma sonucunda turizm ve göstergebilim arasındaki ilişkinin zayıf olduğu söylenebilir.

Bir turizmci gözüyle, anlamlandırılan göstergelerdeki düz ve yan anlamları ortaya çıkarmak için ilgili çalışmalar incelendiğinde literatürdeki bilgilerin yoğunluğu göze çarpmaktadır. Turistik ziyaretler kısıtlı zamanda gerçekleşen eylemlerdir. Bundan dolayı bu kısıtlı zaman diliminde göstergeler ilgili tüm bilgilerin verilmesi mümkün değildir. Ayrıca çok yoğun bilgiye maruz kalan turist bu bilgileri aklında tutamayacak ve anlatan rehber için de zor olacaktır. Tüm bu nedenlerden dolayı elde edilen anlamlar süzülerek çalışmada verilmiştir. Bundan dolayı elde edilen düz ve yan anlamlar için turisti ve anlatan rehberi sıkmadan alınacak ve aktarılacak nitelikte olduğu söylenebilir.

Kısım 2
Kısım 3
Kısım 4
Kısım 5 KAYNAKÇA

- Al-Shraideh, M. ve El-Sharif, A.: 2019 A Semiotic Perspective On The Denotation and Connotation of Colours İn The Quran. International Journal of Applied Linguistics and English Literature, 8(1), 18-33.
- Aman, F.: 2020 Sembolün Toplumsal Yansıması: İslam Bahçesi Örneği. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 8, Sayı: 107, Ağustos, 141-152.
- Amit-Cohen, I.: 2005 Synergy Between Urban Planning, Conservation of The Cultural Built Heritage and Functional Changes İn The Old Urban Center-The Case of Tel Aviv. Land Use Policy, 22(4), 291-300.
- Anderson, C.: 2013 Renaissance Architecture. Oxford: OUP Oxford.
- Ashton, A. S.: 2015 Developing A Tourist Destination Brand Value: The Stakeholders' Perspective. Tourism Planning & Development, 12(4), 398-411.
- Atabek, G. ve Atabek Ü.: 2007 Medya Metinlerini Çözümlemek. İçerik, Göstergebilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ataş, S.: 2018 İç Mimarlık ve Çevre Tasarımında, Geleneksel Mimarının Çağdaş Yansımaları “Bodrum Konutları Üzerine Göstergesel Bir İnceleme”. İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.

- Ateljevic, I.ve Doorne, S.: 2002 Representing New Zealand: Tourism Imagery and İdeology. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 648-667.
- Atıcı, E.ve İnceoğlu, M.: 2009 Yapıların Algılanmasında Mimari Üslup Rolünün Kilise ve Külliye Üzerinden İncelenmesi. *International Journal of Interdisiplinary and Intercultural Art*, 4 (9), Kasım-Aralık, 109-123
- Aydın M.: 2013 Yahya. TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt 43, 232-234.
- Aydın, D. ve Yıldız, E.: 2010 Yeniden Kullanıma Adaptasyonda Bina Performansının Kullanıcılar Üzerinden Değerlendirilmesi. *Metu Journal of The Faculty of Architecture*, 27(1).
- Badem, K. K.: 2019 Dil Felsefesinde Yapısalcı ve Postyapısalcı Yaklaşımlar. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Bahar, E. ve Dinçer, F.: 2019 Ziyaretçi Sayılarının Analizi ile İstanbul'un Turizm Pazarlarının Değerlendirilmesi. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8 (1), 20-41.
- Barthes, R.: 1967 *Elements of Semiology*, (Trans. Annette Lavers and Colin Smith). New York: Hill and Wang.
- Barthes, R.: 1979 Göstergebilim İlkeleri, (Çev. B. Vardar ve M. Rifat). 1.Baskı, Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Barthes, R.:1993 Göstergebilimsel Serüven, (Çev. Mehmet Rifat ve Sema Rifat). 1. Baskı İstanbul: Yapı Kredi.
- Barthes, R.:1997 *The Eiffel Tower and Other Mythologies* Translated By Richard Howard. California: Universty of California Press.

- Başoğlu, N.: 2019 Reklam Afişlerinde Peirce' Ün Görüntüsel Gösterge, Belirti ve Simge Kavramlarının Kullanılması. Journal of International Social Research, 12(63), 434-440.
- Batu, B.: 2012 An Overview of The Field of Semiotics. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 51, 464-469.
- Bebek, A.: 2005 Cennet Meyveleri Örneğinde Ahiret Hayatına Kelami Bir Bakış. Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 10 (2), 1-18.
- Becer, E.: 2011 İletişim ve Grafik Tasarım. 8. Baskı Ankara: Dost Yayınevi.
- Berat, A.: 2015 Klasik Türk Şiirinde Estetik Bir Unsur Olarak Çiçekler. FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi, (5), 1-28.
- Berger, J.: 1972 Ways of Seeing. London: Penguin Classics
- Berkin, G.: 2018 Bizans Mirası Mimarlık ve Sanat. International Journal of Social and Humanities Sciences, 2 (2), 53-64.
- Betts, R. J.: 1993 Structural İnnovation and Structural Design İn Renaissance Architecture. The Journal of The Society of Architectural Historians, 52(1), 5-25.
- Beyhan, Ş. G. ve Ünügür, S. M.: 2005 Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli. İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık-Planlama-Tasarım Dergisi, 4(2), 79-87.
- Bircan, U.: 2015a Roland Barthes ve Göstergebilim. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 13(26), 17-41.

- Bircan, U.: 2015b Saussure' De Dil, Dilbilim ve Göstergebilim. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 13(25), 43-66.
- Birch, C.: 2003 The Connotation/Denotation Distinction İn Constitutional İnterpretation. The Journal of Appellate Practice and Process, Vol.5, No.2, Fall.
- Bozyokuş, H.: 2018 İznik Yeşil Cami Çinilerine Geometrik Bakış.Uluslararası İnsan ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 1(1), 55-66.
- Brenk, B.: 1987 Spolia From Constantine To Charlemagne: Aesthetics versus İdeology. Dumbarton Oaks Papers, 41, 103-109.
- Brockett, G. D.: 2014 When Ottomans Become Turks: Commemorating The Conquest of Constantinople and İts Contribution To World History. The American Historical Review, 119(2), 399-433.
- Burunsuz, M.: 2007 Semiyolojik Açıdan Soyut Resimde İmge. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Büyükkol, S.: 2020 Türk Mitolojisindeki Nar Sembolünün Çağdaş Türk Resim Sanatına Yansımaları. Ulakbilge, 44, Ocak, 109-121.
- Can, M.: 2019 Tarihte Minbere Yüklenen Sembolik ve Terminolojik Anlamlar Üzerine Bazı Tespitler. Bilimname, 39, 413-445.
- Cansever, T.: 1996 İslâm Mimarîsi Üzerine Düşünceler. Dîvân: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi, (1), 119-146.

- Cantell, S. F.: 2005 The Adaptive Reuse of Historic Industrial Buildings: Regulation Barriers, Best Practices and Case Studies. Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Ceren, Ü.: 2006 III. Romanos Argyros Adına Basılan Gümüş Sikke Birimi Miliarsion Örneğinde Meryem Hodegetria Tasviri. Sanat Tarihi Dergisi, 15(2), 73-87.
- Ch'ng, E.: 2011 Digital Heritage Tourism: Reconfiguring The Visitor Experience İn Heritage Sites, Museums and Architecture İn The Era of Pervasive Computing. In Percorsi Creative Di Turismo Urbano (Creative Paths of Urban Tourism) Conference, Catania, September 22-24.
- Chandler D.: 2007 Semiotics: The Basics Second Edition, New York: Routledge.
- Chandler, D.: 1994 Criticisms of Semiotic Analysis. 14 Nisan 2021 tarihinde <http://www.visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/sem11.html> adresinden erişildi.
- Chandler, D.: 1994 Strengths of Semiotic Analysis. 14 Nisan 2021 tarihinde <http://www.visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/sem10.html> adresinden erişildi.
- Chang, T. C.: 2010 Bungalows, Mansions and Shophouses: Encounters İn Architourism. Geoforum, 41(6), 963-971.
- Chen, C. S. Chiu, Y. H. ve Tsai, L.: 2018 Evaluating The Adaptive Reuse of Historic Buildings Through Multicriteria Decision-Making. Habitat International, 81, 12-23.

- Chen, H. ve Rahman, I.: 2018 Cultural Tourism: An Analysis of Engagement, Cultural Contact, Memorable Tourism Experience and Destination Loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26, 153-163.
- Chen, J. ve Chen N.: 2017 Beyond The Everyday? Rethinking Place Meanings In Tourism. *Tourism Geographies*, 19(1), 9-26.
- Chi, H. K. Huang, K. C. ve Nguyen, H. M.: 2020. Elements of Destination Brand Equity and Destination Familiarity Regarding Travel Intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 1-10.
- Clarke D. S.: 1987 Principles of Semiotic. New York: Routledge.
- Cobley P.: 2014 Introducing Semiotics: A Graphic Guide. London: Icon Books Ltd.
- Corrigan, K.: 1988 The Witness of John The Baptist On An Early Byzantine Icon In Kiev. *Dumbarton Oaks Papers*, 42, 1-11.
- Cossu, A. (2015). Saussure, Ferdinand De (1857–1913). *International Encyclopedia of The Social & Behavioral Sciences* (Second Edition), 921-925.
- Craggs, R. Geoghegan, H. ve Neate, H.: 2013 Architectural Enthusiasm: Visiting Buildings With The Twentieth Century Society. *Environment and Planning D: Society and Space*, 31(5), 879-896.
- Culler, J.: 1981 Semiotics of Tourism. *American Journal of Semiotics*, 1(1-2), 127-140.
- Curcio-Nagy, L.: 1996 Native Icon To City Protectress To Royal Patroness: Ritual, Political Symbolism and The Virgin of Remedies. *The Americas*, 52(3), 367-391.

- Curtin, B.: 2017 Semiotics and Visual Representation. International Program In Design and Architecture, 51-62.
- Çağlar, B.: 2012 Bir İletişim Biçimi Olarak Göstergebilim. LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2), 22-34.
- Çam, N.:1994 İslam'ın Sanata ve Mimariye Bakışı. <http://acikerisim.fsm.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11352/436/%C7am.pdf?sequence=1> adresinden 24.05.2021 tarihinde erişildi
- Çaycı, A.: 2017 Kavramlar ve Tanımlar. Duran R, (Ed.). Mitoloji ve Din, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 2-17.
- Çelebi, T.: 2009 Reha Erdem Sinemasına Göstergebilim Açısından Bakış: Beş Vakit Filminin Göstergebilimsel Bağlamda İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Çelebioğlu, A.: 2016 Klasik Türk Şiirinde Menekşe. Ankara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, (37), 161-182.
- Çelikbaş, E. Ö.: 2018 Türk Sanatında Mistik Bağlamda Geometrik Sembolizme Genel Bakış. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(1), 55-66.
- Çınar, B. ve Toksöz, D.: 2020 Turist Rehberliğinde Hikayeleştirme ve Mekanların Tüketimi. Turist Rehberliği Dergisi (TURED), 3 (1), 1-17.
- Çiçek, M.: 2014 Dilbilimsel İlkeler Görsel Göstergelere Uygulanabilir Mi? Journal of International Social Research, 7(32), 38-51.

- Çobanoğlu, A. V.: 2009 Sultan Ahmed Camii ve Külliyesi. TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt 37, 497-503.
- Dabbour, L. M.: 2012 Geometric Proportions: The Underlying Structure of Design Process For İslamic Geometric Patterns. *Frontiers of Architectural Research*, 1(4), 380-391.
- Dann, G. M.: 2000 Differentiating Destinations İn The Language of Tourism: Harmless Hype Or Promotional İrresponsibility? *Tourism Recreation Research*, 25(2), 63-75.
- Davis, J. S.: 2005 Representing Place: “Deserted İsles” and The Reproduction of Bikini Atoll. *Annals of The Association of American Geographers*, 95(3), 607-625.
- Demir, S.: 2009. Göstergebilim, Umberto Eco ve Yapıtları Bağlamında Göstergebilime Katkıları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Demirarslan, D.: 2020 Geçmişten Geleceğe Doğru Bir Geçiş: Kapılar. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(53), 1219-1243.
- Demircan, A.: 1995 Hazreti Hasan ve Halifeliği. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 81-109.
- Demirel, B. N. G. ve Osmanlı Sultan Camilerinde ‘Avlu’. *Yakın Mimarlık Pilehvarian, N. K.: Dergisi*, Nisan, 1(2), 11-33.
- 2018
- Demos, L.: 2013 Seeing Salvation: The Mosaic İn The Southwest vestibule of Hagia Sophia, Istanbul. The Florida State University College of Visual Arts, Theatre & Dance.

- Dervişcemoğlu, B.: Göstergebilim. 29 Mart 2020 tarihinde <http://www.ege-edebiyat.org/docs/493.pdf> adresinden erişildi 2008
- Desogus, P.: 2012 The Encyclopedia In Umberto Eco's Semiotics, Semiotica, 2012(192), 501-521.
- Dinçer, İ.: 2012 Türkiye'de Kültürel Miras Politikaları ve Uygulama Araçlar. Aksoy, A. ve Ünsal, D. (Ed.), Kültürel Miras Yönetimi, Anadolu Üniversitesi, 2.Baskı, Eskişehir, 66-90.
- Dinçer, A.: 2006 Siyaset Dili, 3 Kasım 2002 Genel Seçimlerdeki Gazete Siyasî Reklâmlarının Göstergebilimsel Açıdan Çözümlemesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.
- Dinçer, F. İ. ve Ertuğrul, S. M.: 2000 Kültürel Mirasın Korunması ve İstanbul İlindeki Tarihi Yapıların Turizm Amaçlı Kullanımı Üzerine Bir Deneme. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 11(2), 69-78.
- Diyanet İşleri Başkanlığı (2018). Allah'ın 99 İsmi Hakkında Bilgi verir Misiniz? 22 Şubat 2021 tarihinde <https://kurul.diyamet.gov.tr/Cevap-Ara/2/allah-in-99-ismi-hakkinda-bilgi-verir-misiniz-internet-sitesinden-erisildi>.
- Dumont, E. Asensio, M. ve Mortari M.: 2010 Image, Construction and Representation In Tourism Promotion and Heritage Management. Burns PM, Palmer C, & Lester JA (Ed.), Tourism and Visual Culture: Theories and Concepts (Vol. 1). Wallingford: CABI, 124-128.

- Ebejer, J.: 2014 Meaning of Place and The Tourist Experience. Tourism Research Symposium: Tourism, Malta and The Mediterranean, Floriana: Universty of Malta, July 16-17 <https://www.um.edu.mt/library/oar//handle/123456789/16638>
- Echtner, C. M.: 1999 The Semiotic Paradigm: İmplications For Tourism Research. Tourism Management, 20(1), 47-57.
- Eco, U.: 1972 A Componential Analysis of The Architectural Sign/Column. Semiotica, 5(2), 97-117.
- Ellison, K.L.: 2014 Age Transcended: A Semiotic and Rhetorical Analysis of The Discourse of Agelessness İn North American Anti-Aging Skin Care Advertisements. Journal of Aging Studies, 20-31.
- Emerson, W. ve Van Hagia Sophia: The Collapse of The First Dome. Nice, R.: 1951 Archaeology, 4(2), 94-103.
- Erdal, G.: 2015 İstanbul II. Bâyezıd Cami Haziresi Mezar Taşlarında Meyve Motifleri. International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish Or Turkic Volume 10/2 Winter 2015, 351-366.
- Erdihan, Y.: 2015 Ayasofya’da Zoe ve Komnenos Mozaikleri: Resimsel Düzenleme ve Konu Üzerine. Art-Sanat Dergisi, (4), 15-37.
- Erkman F.: 1987 Göstergebilime Giriş. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Eryılmaz, H. İ.: 2017 Demirci Halı Seccadeleri. I. Uluslararası Demirci Sempozyumu, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Ekim, 28-45.

- Evren, E. Çakır, Z. Sultan Ahmet Camii'nde Arkeojeofizik Çalışmalar. Minraş. H. Ceylan, Restorasyon Yıllığı Dergisi, (4), 99-112
H.M. Sav, M. Tuzer, M. ve Dara. M.: 2012
- Eyice, S.: 1988. Bizans Mimarisi. 04 Kasım 2020 tarihinde <http://acikerisim.fsm.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11352/1727/Eyice.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden erişildi.
- Eyice, S.: 1991 Ayasofya. TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt 4, 206-210.
- Fayda, M.: 1994 Ebu Bekir. TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt 10, 101-108.
- Feighey, W.: 2003 Negative İmage? Developing The Visual İn Tourism Research. Current İssues İn Tourism, 6(1), 76-85.
- Feray, Ü.: 2011 Günümüz Turizm Yapılarında Simgesel Biçimlenmeler. Sanat-Tasarım Dergisi, 1(2), 25-30.
- Ferguson G.: 1961 Signs & Symbols İn Christian Art. London: Oxford Universty Press
- Ferretti, V. Bottero, M. Decision Making and Cultural Heritage: An Application of The Multi-Attribute Value Theory For The Reuse of Historical Buildings. Journal of Cultural Heritage, 15(6), 644-655.
- Fığlalı, E.: 1984 İslam: Tarihinde Hazreti Hasan ve Hazreti Hüseyin Dönemleri (Mezhepler Tarihi Açısından Bir Tedkik). Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 26 (1), 353-370.

- Fiske J.: 2002 Introduction To Communication Studies (3rd Edition). Florance: Routledge
- Fraser, L.: 2017 Saint George and The Dragon: Saintly and Othered Bodies. The Corvette, 4(1), 85-97.
- Gandin, S.: 2013 Translating The Language of Tourism. A Corpus Based Study On The Translational Tourism English Corpus (T-Tourec). Procedia-Social and Behavioral Sciences, 95, 325-335.
- Gence, C.: 1997 Osmanlılardan Günümüze Alçı Vitray Sanatı, Türkiye İş Bankası Kültür ve Sanat Dergisi, 33, 42-44.
- Ghasemzadeh, B. Symbols and Signs İn İslamic Architecture. Eras: Fathebaghalı, A. ve European Review of Artistic Studies, 4(3), 62-78. Tarvirdinassab, A.: 2013
- Göldeli, Ğ.: 1983 Mimarlık Göstergesi, Mimarlık Göstergesinde Düzanlam ve Yananlam. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon
- Gözdaşoğlu, E.: 2000 Çağdaş Türk Mimarisindeki Popüler Kültür Yansımaları Üzerine Bir İnceleme. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Grant, M.: 1995 Art İn The Roman Empire. London: Routledge
- Grupico, T.: 2011 The Dome İn Christian and İslamic Sacred Architecture. Forum On Public Policy: A Journal of The Oxford Round Table.
- Guirguis, M. N. Semiotic Analysis of Contemporary Coptic Orthodox Dewidar, K. M. Kamel, Church Architecture; A Case Study of Virgin Mary and

- S. M. ve Iscandar, M. Saint John The Baptist Church İn Bab El Louk, Cairo, F.: 2018 Egypt. Ain Shams Engineering Journal, 9(4), 3093-3101.
- Gül, A.: 2018 Haçın Hıristiyan Teolojisindeki Yeri ve Önemi. Şırnak Üniversitesi Yayınları, No:19, Akademik Serisi:13.
- Gültekin, R. E.: 2008 Türklerde Bereket Sembolü Olarak Kullanılan Meyve Motifleri ve Mimaride Değerlendirilmesi. Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish Or Turkic, 3(5), 9-31.
- Gümüştekin, N.: 2011 Anadolu ve Diğer Kültürlerde İşaret ve Simgelerde Anlam. Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute, 14(26), 103-118.
- Güneş, A.: 2012 Çağdaş Bir Çözümleme Yöntemi: Göstergebilim. Humanities Sciences, 7(2), 31-43.
- Güneş, A.: 2013a Bir Eserin Mimarisini Göstergebilimsel Bir Yaklaşımla Okuma Ya Da Mimari Göstergebilim: Divriği Ulucamii ve Darüşşifası. Erciyes İletişim Dergisi, 3 (2), 74-86.
- Güneş, A.: 2013b Göstergebilim Tarihi. Humanities Sciences, 8(4), 332-348.
- Güzel, M. O. Barakazı, M. ve Çakır, P. G.: 2019 Şehir Turizmine Hizmet verebilecek Tarihi Yapılarda Restorasyon (Yenileme): Şanlıurfa Konukevleri Örneği. Journal of Socialand Humanities Sciences Research, 6(44),3666-3675.
- Haldrup, M.ve Larsen, J. 2003 The Family Gaze. Tourist Studies, 3(1), 23-46.

- Hall-Lew L.A. ve Lew A.A.: 2014 Speaking Heritage. Lew AA, Hall CM, & Williams AM (Ed.), The Wiley Blackwell Companion To Tourism, Oxford: Wiley Blackwell, 336-348.
- Hankinson, G.: 2001 Location Branding: A Study of The Branding Practices of 12 English Cities. Journal of Brand Management, 9(2), 127-142.
- Hee, L.: 2006 Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular Edited By Joan Ockman and Salomon Frausto. Journal of Architectural Education, (60)1,71-72
- Hein, M. F. ve Houck, K. D.: 2008 Construction Challenges of Adaptive Reuse of Historical Buildings İn Europe. International Journal of Construction Education and Research, 4(2), 115-131.
- Heitmann, S.: 2011 Authenticity İn Tourism. Robinson P, Heitmann S, Dieke PUC, & Dieke, P (Ed.). Research Themes For Tourism, Wolverhampton: CABI, 45-58.
- Helvacı, F.: 2013 Anadolu'da Erken Dönem Bizans Mimarisi. Aksaray Üniversitesi, Aksaray.
- Hershberger, R.: 1970 Architecture and Meaning. Journal of Aesthetic Education, 4(4), 37-55.
- Honguç, A.: 2020 Ayasofya-İ Kebir Cami-İ Şerifi, 86 Yıl Sonra Yeniden İbadete Açılıyor. 8 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/ayasofya-camii/ayasofya-i-kebir-cami-i-serifi-86-yil-sonra-yeniden-ibadete-aciliyor-/1920694> adresinden erişildi.
- Huang, S. C.: 2006 A Semiotic View of İnformation: Semiotics As A Foundation of Lıs Research İn İnformation Behavior.

- Proceedings of The American Society For Information Science and Technology, 43(1), 1-17.
- Hudson, S. ve Ritchie, J. B.: 2006a Film Tourism and Destination Marketing: The Case of Captain Corelli's Mandolin. Journal of Vacation Marketing, 12(3), 256-268.
- Hudson, S. ve Ritchie, J. B.:2006b Promoting Destinations Via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. Journal of Travel Research, 44(4), 387-396.
- Ismagilova, G. Safiullin, L. ve Gafurov, I.: 2015 Using Historical Heritage As A Factor In Tourism Development. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 188, 157-162.
- İnalçık, H.: 1995 İstanbul: Bir İslam Şehri. İslam Tetkikleri Dergisi, 9, 221-242.
- İnceoğlu, A. A.: 1999. Evin Anlamı ve Kentleşme Süreçleri. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Janes, D.: 2008 Beyond The Tourist Gaze? Cultural Learning On An American's semester Abroad'programme In London. Journal of Research In International Education, 7(1), 21-35
- Jobes, G.: 1962 Dictionary of Mythology, Folklore and Symbols, Part 1. New York: Scarecrow Press
- Jorgensen, L. G.: 2004 An Analysis of A Destination's İmage and The Language of Tourism. The Aarhus School of Business, Denmark.

- Juodinytė-Kuznetsova, K.: 2011 Architectural Space and Greimassian Semiotics. Societal Studies, 3(4), 1269-1280.
- Ka Leong, D. C.: 2016 Heritage Or Hesitate? Preserving Authenticity İn Hong Kong Tourism. International Journal of Tourism Sciences, 16(4), 191-202.
- Kancıoğlu, M.: 2005 Çevresel İmaj, Kimlik ve Anlam Kapsamında Turizm Binalarına İlişkin Kullanıcı Değerlendirmeleri. Uludağ University Journal of The Faculty of Engineering, 10 (2), 49-62.
- Kandemir M. Y.: 1989 Ali, TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt 2, 375-378.
- Kaptan, S.: 2017. İletinin Görsel Tasarımlara Dönüştürülmesinde Göstergebilimsel Düşünme Süreçleri E Cso İçin Afiş Uygulamaları. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Kara, Y. A.: 2019 İstanbul'daki Osmanlı Çinilerinde Ağaç Motifleri. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, İstanbul
- Karaca, N.: 2020 Bazı Çini Desenlerine Atfedilen Simgesel Yorumlar. Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 10(21), 9-16.
- Karaman, E.: 2017 Roland Barthes ve Charles Sanders Peirce' İn Göstergebilimsel Yaklaşımlarının Karşılaştırılması. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 34, 25-36
- Karaman, H., Çağrııcı, M., Dönmez, İ. K. ve Gümüş, S.: 2013 Ahzâb Sûresi. Kuran Yolu Türkçe Meal ve Tefsir. Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Cilt 4, 2681-2724.

- Karaman, H. Çağrııcı, Âl-İ İmrân Sûresi. Kuran Yolu Türkçe Meal ve Tefsir. M. Dönmez, İ. K. ve Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Cilt 1, 448-760. Gümüş, S.: 2013
- Karaman, H. Çağrııcı, Bakara Sûresi. Kuran Yolu Türkçe Meal ve Tefsir. M. Dönmez, İ. K. ve Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Cilt 1, 37-447. Gümüş, S.: 2013
- Karaman, H. Çağrııcı, Nur Sûresi. Kuran Yolu Türkçe Meal ve Tefsir. Diyanet M. Dönmez, İ. K. ve İşleri Başkanlığı Yayınları, Cilt 4, 63-64. Gümüş, S.: 2013
- Kaya, N. K.: 2010 Avrupa’da gotik, rönesans ve barok mimarilerin çatı ve cephe sistemleri açısından karşılaştırılması. 5. Ulusal Çatı & Cephe Sempozyumu. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Nisan 15-16. <https://docplayer.biz.tr/18950855-Avrupa-da-gotik-ronesans-ve-barok-mimarilerin-cati-ve-cephe-sistemleri-acisindan-karsilastirilmesi.html>
- Kayhan, P.: 2015 Simge Yapıların Tasarımcı–Kullanıcı Bağlamında İmgesel Analizi. İstanbul Teknik Üniversitesi. İstanbul.
- Kempiak, J. The Heritage Tourist: An Understanding of The Visitor Hollywood, L. Bolan, Experience At Heritage Attractions. International Journal P. ve McMahon- of Heritage Studies, 23(4), 375-392. Beattie, U.: 2017
- Khoury, N. N. N.: 1998 The Mihrab: From Text To Form. International Journal of Middle East Studies, 30(1), 1-27.
- Kıran, A. E.: 1990 Dilbilim-Göstergebilim İlişkileri. Dilbilim Araştırmaları Dergisi, 1, 51-62.

- Kilde, J.H.: 2008 Sacred Power, Sacred Space: An Introduction To Christian Architecture and Worship. New York: Oxford University Press.
- Kim, K. Hallab, Z. ve Kim, J. N.: 2012 The Moderating Effect of Travel Experience İn A Destination On The Relationship Between The Destination İmage and The Intention To Revisit. Journal of Hospitality Marketing & Management, 21(5), 486-505.
- Kirillova, K. ve Lehto X.: 2015 Destination Aesthetics and Aesthetic Distance İn Tourism Experience, Journal of Travel & Tourism Marketing, 32(8), 1051-1068.
- Klaus, B., J.:2015 Semiotics, International Encyclopedia of The Social & Behavioral Sciences, (2)21, 592-597.
- Kleinbauer, W. E.:1968 Toward A Dating of San Lorenzo İn Milan: Masonry and Building Methods of Milanese Roman and Early Christian Architecture. Arte Lombarda, 13(2), 1-22.
- Kodaman, M. D.: 2018 Süleymaniye Camii Süslemelerinde Türk-İslam Estetiğinin Sınırları. Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(17), Haziran, 345-357.
- Kolcun, M. Kot, S. ve Grabara, J.: 2014 Use of Elements of Semiotic Language İn Tourism Marketing. International Letters of Social and Humanistic Sciences, 15(1), 1-6
- Kovačič, M.: 2006 The Bell and İts Symbolic Role İn Slovenia. Tautosakos Darbai 32, 105-116.

- Lasansky, D. M.: 2004 Introduction. Lasansky DM, & McLaren B (Ed.). Architecture and Tourism: Perception, Performance and Place, Oxford: Berg.
- Lau, R. W.: 2011 Tourist Sights As Semiotic Signs: A Critical Commentary. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 711-714.
- Lee, T. R. Kuo, Y. H. ve Muhos, M.: 2015 Applying Interpretive Structural Modeling To The Planning of A Sequence of Marketing Strategies: A Case Study of The Architectural Tourism In Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(10), 1132-1150.
- Li, Q. Huang, Z. J. ve Christianson, K.: 2016 Visual Attention Toward Tourism Photographs With Text: An Eye-Tracking Study. *Tourism Management*, 54, 243-258.
- Light, D.: 2001 "Facing The Future": Tourism and Identity-Building In Post-Socialist Romania. *Political Geography*, 20(8), 1053-1074.
- Lin, C. F. ve Fu, C. S.: 2017 Changes In Tourist Personal Values: Impact of Experiencing Tourism Products and Services. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(2), 173-186.
- Lindsey S. ve Sakellariadou I.: 1983 Architectural Semiotic Analysis: A Demonstration. Deely JN, & Lenhart MD (Ed.) *Semiotics* 1981. Boston: Springer.
- Lo, I. S., McKercher, B., Lo, A., Cheung, C., & Law, R.: 2011 Tourism and Online Photography. *Tourism Management*, 32(4), 725-731.

- Longhurst, C. E.: 2012 Theology of A Mosque: The Sacred Inspiring Form, Function and Design İn Islamic Architecture. Lonaard Journal, 2(8), 3-13.
- Loosley, E.: 2012 The Architecture and Liturgy of The Bema İn Fourth-To-Sixth-Century Syrian Churches (Vol. 1). London: Brill.
- MacKay, K. J. ve Fesenmaier, D. R.: 1997 Pictorial Element of Destination İn Image Formation. Annals of Tourism Research, 24(3), 537-565.
- Mahdavinejad, M. ve Vafadar, M.: 2014 Architourism: Sustainable Rural Heritage and Better Tourism in Case of Iran, VII International Tourism Congress, The Image and Susainability of Tourist Destinations. Muscat: Sultan Qaboos Universty, December 2-4. <https://doi.org/10.1080/13032917.2014.1002064>
- Mambrol, N.: 2016 Connotation and Denotation. 30 Mayıs 2021 tarihinde <https://literariness.org/2016/03/18/connotation-and-denotation/> adresinden erişilmiştir
- Mazlum, Ö.: 2011 Rengin Kültürel Çağrışımları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31, 125-138.
- McKercher, B. Ho, P. S. ve Du Cros, H.: 2005 Relationship Between Tourism and Cultural Heritage Management: Evidence From Hong Kong. Tourism Management, 26(4), 539-548
- Medway, P. ve Clark, B.: 2003 Imagining The Building: Architectural Design As Semiotic Construction. Design Studies, 24(3), 255-273.
- Menekşe Ö.: 2010 İstanbul'da Camiler. ASBOOK.

- Mert, M.: 2018 Sözlü ve Yazılı Edebiyatla Hazreti Muhammed'i (S.A.V) Çocuklara Anlatırken Dikkate Alınması Gerekenler, Hazreti Peygamberi Sanatla Anlatmak Sempozyumu, Sakarya Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı Sakarya Kitaplığı, Yayın No: 42, 255-273.
<https://sakarya.bel.tr/uploads/files/hzpeygamberisanatlaanlamak.pdf>
- Mısırlısoy, D. ve Güne, K.: 2016 Adaptive Reuse Strategies For Heritage Buildings: A Holistic Approach. Sustainable Cities and Society, 26, 91-98.
- Metro-Roland, M.: 2009 Interpreting Meaning: An Application of Peircean Semiotics To Tourism. Tourism Geographies, 11(2), 270-279.
- Mick, D. G.: 1986 Consumer Research and Semiotics: Exploring The Morphology of Signs, Symbols, and Significance. Journal of Consumer Research, 13(2), 196-213
- Mocini, R.: 2005 The verbal Discourse of Tourist Brochures. Annals, 5, 153-162.
- Moran B.: 1999 Edebiyat Kuramları ve Eleştiri. İstanbul: İletişim Yayınları
- Morey, C.: 1944 The Mosaics of Hagia Sophia. Metropolitan Museum of Art Bulletin, 2, 201-210.
- Morgan G.: 2006 St George, Harpenden: Pocket Essentials.

- Murphy, P. Pritchard, The Destination Product and Its Impact On Traveller
M. P. ve Smith, B.: Perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43-52.
2000
- Namiri, M. E.: 2017 Symbolic Meaning of Colors İn Traditional Mosques.
Eastern Mediterranean Universty, Gazimağusa.
- Namiri, M. E. ve Sani, R. M.: 2017 Symbolic Meaning of Colours İn Safavid and Ottoman
Mosques. *Journal of Shi'a Islamic Studies*, 10(1), 91-123.
- Nas, E. ve Doğan, Ş. 2018 Konya Müzelerindeki Keçe Seccadelerde Görülen
İnteryör Tasvirler Üzerine. *Turkish Studies*, 13(26).
- Nasr, S.H.: 1990 Islamic Art and Spirituality. Albany: State Universty of
New York Press.
- Navajas-Romero, V. Hernández-Rojas, R. D. 2020 Tourist Loyalty and Mosque Tourism: The Case of The
Mosque-Cathedral İn Córdoba (Spain). *PLOS ONE*,
15(12), E0242866.
ve Jimber Del Rio, J.
A.: 2020
- Nejad, J. M. Zarghami, E. ve Abad, A. S. H.: 2016 A Study On The Concepts and Themes of Color and Light
İn The Exquisite İslamic Architecture. *Journal of
Fundamental and Applied Sciences*, 8(3), 1077-1096.
- Nursanty, E. Suprapti, A. ve Syahbana, J. A.: 2017 The Application of Tourist Gaze Theory To Support City
Branding İn The Planning of The Historic City Surakarta,
Indonesia. *Place Branding and Public Diplomacy*, 13(3),
223-241.
- Nuryanti, W.: 1996 Heritage and Postmodern Tourism. *Annals of Tourism
Research*, 23(2), 249-260.

- Obasi, N. T.: 2015 Tourism Aesthetics and Values. *Journal of Tourism and Heritage Studies*, 4(1&2), 48-56.
- Oers, R. V.: 2015 The Way Forward: An Agenda For Reconnecting The City. Cody J, & Siravo F (Ed.). *Historic Cities: Issues In Urban Conservation*. Los Angles: The Getty Conservation Institute, 564-659.
- Oikonomides, N.: 1976 Leo VI and The Narthex Mosaic of Saint Sophia. *Dumbarton Oaks Papers*, 30, 151-172.
- Oikonomides, N.: 1978 The Mosaic Panel of Constantine IX and Zoe In Saint Sophia. *Revue Des Etudes Byzantines*, 36(1), 219-232.
- Okçu, A.: 2007 Kur'an'da Renkler. *Atatürk Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi*, (28), 127-163
- Okuyucu, Ş. E.: 2011 Çağdaş Eğitim Yapılarında Avlunun Göstergebilimsel Açıdan Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi, Konya*.
- Okuyucu, Ş. E.: 2018 Avlunun Göstergebilimsel Yöntemle Analizi; Denizli Erbakır Fen Lisesi Avlusu. *Online Journal of Art and Design*, 6(3), 37-60.
- Omer, S.: 2008 Towards Understanding İslamic Architecture. *Islamic Studies*, 483-510.
- Omer, S. 2010 Some Lessons From Prophet Muhammad (Saw) In Architecture: The Prophet's Mosque In Madinah. *Intellectual Discourse*, 18(1), 115-140.
- Oruç, C. O. C. ve Türkay, O.: 2018 Türkiye Tanıtım Afişlerinin Göstergebilimsel Bir Analizi: Home of Turkey Afişleri Örneği. *The Turkish*

- Online Journal of Design Art and Communication, 8(2), 312-328.
- Ölmez, F. N.: 2012 Meyve ve Türk Sanatları Bağlamında Elma. Art-E, 5(10), 77-102.
- Öz, T.: 1938 Sultan Ahmed Camii. Vakıflar Dergisi, 1, 25-28.
- Özçakı, M.: 2018 Yorumlanan Cami Mimarisi. Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi, 6(23), 459-483.
- Özgür, A.: T.Y Göstergebilim. 19 Ocak 2020 tarihinde <https://www.academia.edu/2345316/G%C3%96STERGEB%C4%B0L%C4%B0M> adresinden erişildi.
- Özgür, Ş.: 2007 Oleg Grabar ve İslam Sanatı Yorumu. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İzmir
- Özmkas, U.: 2009 Charles Sanders Peirce'in Gösterge Kavramı, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1), 32-45
- Özsayiner, Z. C.: 2012 Nuruosmaniye Camii'nin Hat Düzeni. Restorasyon Yıllığı Dergisi, 5, 115-126.
- Pagenstecher, C.: 2003 The Construction of The Tourist Gaze. How İndustrial Was Post-War German Tourism? İn: Tissot, Laurent (Hrsg.), Construction D'une Industrie Touristique Au 19e Et 20e Siècles. Perspectives Internationales. Development of A Tourist Industry İn The 19th and 20th Centuries. International Perspectives, 373-389.
- Papila, A.: 2011 Osmanlı'da Kamusal Alan-Osmanlı Külliyesi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(1), 63-82.

- Park, E. ve Kim, S.: 2018 Are We Doing Enough For Visual Research İn Tourism? The Past, Present, and Future of Tourism Studies Using Photographic Images. *International Journal of Tourism Research*, 20(4), 433-441.
- Park, E. Choi, B. K. ve Lee, T. J.: 2019 The Role and Dimensions of Authenticity İn Heritage Tourism. *Tourism Management*, 74, 99-109.
- Parsa, S ve Parsa A. F.: 2004 Göstergebilim Çözümlemeleri, İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Parsa, S. (1999). Televizyon Göstergebilimi. *Kurgu Dergisi*, 16, 15-28.
- Parsaee, M. Parva, M. ve Karimi, B.: 2015 Space and Place Concepts Analysis Based On Semiology Approach İn Residential Architecture. *Hbrc Journal*, 11(3), 368-383.
- Perkins, H. C. ve Thorns, D. C.: 2001 Gazing Or Performing? Reflections On Urry's Tourist Gaze İn The Context of Contemporary Experience İn The Antipodes. *International Sociology*, 16(2), 185-204.
- Piramanayagam, S. Rathore, S. ve Seal, P. P. (2020). Destination Image, Visitor Experience, and Behavioural İntention At Heritage Centre. *Anatolia*, 31(2), 211-228.
- Poria, Y. Reichel, A. ve Biran, A.: 2006 Heritage Site Management: Motivations and Expectations. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 162-178.
- Poria, Y. Reichel, A. ve Cohen, R.: 2013 Tourists Perceptions of World Heritage Site and İts Designation. *Tourism Management*, 35, 272-274.

- Prebensen, N. K. ve Xie, J.: 2017 Efficacy of Co-Creation and Mastering On Perceived Value and Satisfaction İn Tourists' Consumption. *Tourism Management*, 60, 166-176.
- Prebensen, N. K. Woo, E., Chen, J. S. ve Uysal, M.: 2013. Motivation and İnvolvement As Antecedents of The Perceived Value of The Destination Experience. *Journal of Travel Research*, 52(2), 253-264.
- Ramzy, N. S.: 2013 Visual Language İn Mamluk Architecture: A Semiotic Analysis of The Funerary Complex of Sultan Qaitbay İn Cairo. *Frontiers of Architectural Research*, 2(3), 338-353.
- Rashid, S. ve Ahmad, A.: 2008 The Form and Symbolism of Minbar Architecture İn The Malay World. *International Forum On Islamic Architecture & Design*, Sharjah: University of Sharjah, April 8-10. https://www.academia.edu/8677856/the_form_and_symbolism_of_minbar_design_in_the_malay_world
- Rázusová, M.: 2009 The Language of Tourism. In *International Conference Language, Literature and Culture İn A Changing Transatlantic World*. <https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/fere ncik2/subor/27.pdf>
- Reşber, Z.: 2013 Gerilla Pazarlamanın Temel Unsurlarından Gerilla Reklamcılık ve Göstergebilim Reklam İlişkisi: Türkiye'deki Gerilla Reklamcılık Uygulamalarının Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi, Konya

- Ribeiro, N. F.: 2009 Tourism Representation and Semiotics–Directions For Future Research. Cogitur, Journal of Tourism Studies, 2(2), 7-13.
- Rickly, J. M. ve Vidon, E. S.: 2018 Authenticity and Tourism: Materialities, Perceptions, Experiences. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Rifat, M.: 1992 Göstergebilimin Abc'si. İstanbul: Simavi Yayınları.
- Rifat, M.: 2009 Göstergebilimin Abc'si. İstanbul: Say Yayınları.
- Rifat, M.:1998 XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları: 1. Tarihçe ve Eleştirel Düşünceler. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Rigotti, E. ve Rocci, A.: 2006 Denotation versus Connotation. Encyclopedia of Language & Linguistics (Second Edition), 436-444.
- Sağlam, T.: 2020 İslam Mimarisinin Sembolik Anlatıları Üzerine Bir Deneme. International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art, 5(10), Haziran-Temmuz, 251-279.
- Salim, M. A. B. Language For Tourism: A Review of Literature. Ibrahim, N. A. B. ve Hassan, H.:2012 Procedia-Social and Behavioral Sciences, 66, 136-143.
- Samarathunga, W. H. Transitional Domestic Tourist Gaze İn A Post-War M. S., Cheng, L., ve Weerathunga, P. R. Destination: A Case Study of Jaffna, Sri Lanka. Tourism Management Perspectives, 35, 100693, 1-13. 2020
- Sang, S.: 2020 A Study On Tourists' Perceived Authenticity İn Gala Village, Nyingchi Prefecture. Journal of Tourism and Cultural Change, 18(2), 150-163.

- Satır, S.: 2008 Türk Kültüründe İznik Çinilerinin Önemi ve Güncel Değerlendirilmesi. ICANAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi) Bildiri Kitabı, Ankara: Atatürk Kültür, Dil, Tarih ve Yüksek Kurumu, Eylül 10-15. <https://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/MADD%c4%b0-K%c3%9cLT%c3%9cR-1.-C%c4%b0LT.pdf>
- Saussure, F. D.: 1959 Course In General Linguistics (W. Baskin, Trans.). New York: Philosophical Library.
- Saussure, F. D.: 1998 Genel Dilbilim Dersleri (Çev. Berke Vardar). İstanbul: Multilingual
- Scerri, M. Edwards, D. ve Foley, C.:2016 The Value of Architecture To Tourism. In Proceedings of 26th Annual CAUTHE Conference. <https://www.researchgate.net/publication/298952575>
- Sel, Z. Lale, C. ve Aktaş, G.: 2017 Karikatüristler Gözüyle Deniz Turizmi: Turizm Karikatürlerinin Göstergebilim Yaklaşımı ile İncelenmesi. Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 65-88.
- Sınırdere, D.: 2015 Hava Yolu Firmalarının Sosyal Medya Mecrasında Yayınladıkları Reklamların Göstergebilimsel Açından İncelenmesi. Doğu Üniversitesi, İstanbul.
- Sill, G. G.: 1976 A Handbook of Symbols In Christian Art. London: Cassell & Company Ltd.
- Siti, R. Y. Mohd, S. ve Sufian, C. A.: 2009 The Architectural Language of Resort Design: A Critical Overview of The Tourism Industry In Malaysia. In Proceedings of 2nd National Symposium On Tourism

- Research, Penang: Universiti Teknologi MARA, July 18.
<https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20113078901>
- Skhirtladze, Z.: 2014 The Image of The Virgin On The Sinai Hexptych and The Apse Mosaic of Hagia Sophia, Constantinople. *Dumbarton Oaks Papers*, 68, 369-386.
- Sless, D.:1986 In Search of Semiotics. London: Croom Helm
- Smith, S. J.: 2016 The Semiotics of Heritage Tourism. *Annals of Leisure Research*, 19(1), 137–139.
- Staiff, R.: 2012 The Somatic and The Aesthetic: Embodied Heritage Tourism Experiences İn Luang Prabang, Laos. Smith, L., Waterton, E., & Watson, S. (2012). *The Cultural Moment İn Tourism* (Vol. 26). Routledge,38-55.
- Stone, L. S. ve Nyaupane, G. P.: 2020 Local Residents'pride, Tourists'playground: The Misrepresentation and Exclusion of Local Residents İn Tourism, *Current Issues İn Tourism*, 23(11), 1426-1442.
- Şahin, İ. ve Güzel, F. Ö.: 2018 Destinasyon Deneyimi Bileşenleri: Antalya ve İstanbul Destinasyonları Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(1), 1-13.
- Şehsuvaroğlu, H. Y. İstanbul Camileri: Sultanahmed Camii. 01 Temmuz 2020 tarihinde <https://www.cumhuriyetarsivi.com/katalog/192/yazar/15188HALUK+Y.+%20EHSUVARO%20LU/1954/5/21.xhtml> adresinden erişildi.
- Şen, V. I.: 2017 Bizans İkonalarından Günümüze Sanatta Meryem ve Çocuk Motifi. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 6(32), 1359-1383

- Taib, M. Z. M. ve Rasdi, M. T.: 2012 İslamic Architecture Evolution: Perception and Behaviour. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 49, 293-303.
- Tapkı, S.: 2018 Tarihi Konut Yapılarının Turizm İşlevine Dönüşümünde Kimliğin Bilimsel Açıdan İzlenimi. *Tarih Okulu Dergisi*, 34, 1109-1131.
- Taurens, J.: 2008 “Meaning” and “Context” In The Language of Architecture. 07 Mayıs 2021 tarihinde http://www.eki.ee/km/place/pdf/kp6_05_taurens.pdf adresinden erişilmiştir.
- Teo, P. ve Huang, S.: 1995 Tourism and Heritage Conservation In Singapore. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 589-615.
- Thurlow, C. ve Jaworski, A.: 2011 Tourism Discourse: Languages and Banal Globalization. *Applied Linguistics Review*, 2, 285-312.
- Trisno, R. Hanli, H. Kasimun, P. R. ve Lianto, P.: 2019 The Meaning of Means: Semiology In Architecture Case Study: Villa Savoye. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 10(02), 653–660.
- Tulban, N.: 2011 Architecture and Tourism. *Journal of Ecoagritourism*, 7(2), 67-71.
- Tussyadiah, I. P., ve Fesenmaier, D. R.: 2009 Mediating Tourist Experiences: Access To Places Via Shared Videos. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 24-40.
- Tüccar, S.: 2015 “Bu Gurur Hepimizin”, “Kobe Vs. Messi The Selfie Shootout” Reklam Filmlerinin Göstergebilimsel Çözümlemesi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.

- Türkiye Seyahat TüRSAB İnanç Turizmi Raporu. İstanbul: TüRSAB. Acentaları Birliği: 2014
- Uluğ, E.: 2020 An Investigation Into The Connotations of Iconic Buildings By Using A Semiotic Model of Architecture. Social Semiotics, 1-22.
- UNESCO: 2003 2003 Convention For The Safeguarding of The İntangible Cultural Heritage. <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/endangered-languages/linguistic-diversity-in-unesco-normative-texts/#:~:text=The%202003%20Convention%20recognizes%20the,practice%20and%20inter%2Dgenerational%20transmission.>
- Ung, A. ve Vong, T. N.: 2010 Tourist Experience of Heritage Tourism İn Macau Sar, China. Journal of Heritage Tourism, 5(2), 157-168.
- Urry, J. ve Larsen, J.: 2011 The Tourist Gaze 3.0. Los Angles: Sage.
- Urry, J.: 1990 The Tourist Gaze: Leisure and Travel İn Contemporary Societies. London: Sage.
- Urry, J.: 1992 The Tourist Gaze “Revisited”. American Behavioral Scientist, 36(2), 172-186.
- Ülger, G.: 2013 Tapınma Ritüeli ile İbadet Mekânı Arasındaki İlişkinin Göstergebilimsel Bağlamda Okunması: Cemevi Yapıları. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Ünal, M. F.: 2016 Göstergebilimin Serüveni. Mütefekkir, 3(6), 379-398.

- Van Nice, R. L.: 1948 Hagia Sophia: New Types of Structural Evidence. The Journal of The Society of Architectural Historians, 7(3-4), 5-9.
- Vardar, B.: 1982 Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri (No. 492). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Villano, V. M.:2012 A Spectacle of Great Beauty: The Changing Faces of Hagia Sophia. Universty of Conneticut Graduate School, Connecticut.
- Vukadinovic, I.: 2011. Architecture In Tourism -Case of Copenhagen- Visitors Perspective. Lund Universty, Lund
- Yakin, H. S. M. ve Totu, A.: 2014 The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 155, 4-8.
- Yalçın, M.: 1997 Mimarlık ve Göstergebilim, Ege Mimarlık Dergisi, (2)23, 37-39.
- Yan, G. ve Santos, C. A.: 2009 “China, Forever”: Tourism Discourse and Self-Orientalism. Annals of Tourism Research, 36(2), 295-315.
- Yazar, T. ve Geçen, F.: 2019 Göstergebilim ve Anlam Olgusu: Düşünceyi Görselleştiren Selçuk Demirel’in Metis Defterlerine Yaptığı Resimlere Anlam Olgusu Penceresinden Bakış. 4 Th International Symposium On Innovative Approaches In Architecture, Planning and Design, 4 (7), Samsun, Kasım 22-24. <https://doi.org/10.36287/setsoci.4.7.053>

- Ye, H. ve Tussyadiah, I. P.: 2010 Tourists' Transformation Experience: From Destination Architecture To Identity Formation. Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally, Texas: TTRA International Conference, June 20-22.
<https://scholarworks.umass.edu/ttra/2010/Visual/20>
- Yelen, R.: 2017 İslam Sanatında Süsleme Sembolizmi Üzerine Yeni Yorumlar. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1, 470-492.
- Yengin, D. A.: 2012 Mekanikleşen Birey: Arçelik Örneğinin R. Barthes'a Göre Çözümlemesi. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 2(1), 13-21.
- Yeşilyurt, Ş.: 2018 Tiyatro Afişlerinin Göstergebilimsel Açidan İncelenmesi ve Oyun Atölyesi Tiyatrosu İçin Afiş Tasarımları. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Yetkin, S. K.:1965 İslâm Mimarisi: Değiştirilmiş ve Yeniden Gözden Geçirilmiş Üçüncü Baskı (No. 61). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Yıldırım, M. ve Turan, G.: 2012 Sustainable Development İn Historic Areas: Adaptive Re-Use Challenges İn Traditional Houses İn Sanliurfa, Turkey. Habitat International, 36(4), 493-503.
- Yılmaz, C.: 2008 Minberin Cami Mimarisine Katılımı. Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi, 8(2), 9-30.
- Yiğit, İ.:2007 Osman, TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt 33, 438-443.
- Yu, J. Li, H. ve Xiao, H.: 2020 Are Authentic Tourists Happier? Examining Structural Relationships Amongst Perceived Cultural Distance,

- Existential Authenticity, and Wellbeing. *International Journal of Tourism Research*, 22(1), 144-154.
- Yurttaş, H., ve Gökler, B.: 2020 Bir Minare İki Usta. *Doğu Esintileri*, 13, 117-158
- Zabkar, V. Brencic, M. M. ve Dmitrovic, T.: 2010 Modelling Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Behavioural Intentions At The Destination Level. *Tourism Management*, 31(4), 537-546.
- Zhang, V. X.: 2017 Space, Architecture and Meaning In The Italian Renaissance and Chinese Song Dynasty. *International Communication of Chinese Culture*, 4(3), 339-351.
- Zouni, G. ve Kouremenos, A.: 2008 Do Tourism Providers Know Their Visitors? An Investigation of Tourism Experience At A Destination. *Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 282-297.
- Wang, J.: 2009 'Art In Capital': Shaping Distinctiveness In A Culture-Led Urban Regeneration Project In Red Town, Shanghai. *Cities*, 26(6), 318-330.
- Wang, N.: 1999 Rethinking Authenticity In Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
- Willson, G. B. ve McIntosh, A. J.: 2007 Heritage Buildings and Tourism: An Experiential View. *Journal of Heritage Tourism*, 2(2), 75-93.
- Waterton, E.: 2015 Visuality and Its Affects: Some New Directions For Australian Heritage Tourism. *History Compass*, 13(2), 51-63
- Woodside, A.G.: 2015 Advancing Tourist Gaze Research and Authenticating The Native-Visitor: Introduction To A Special Issue Honoring Work By John Urry. *International Journal of*

Culture, Tourism and Hospitality Research, 9(4), 373-378.

Elektronik Kaynaklar

Early Christian and Byzantine Architecture. (2021, 16 March). Encyclopedia. 23 Şubat 2021 tarihinde <https://www.encyclopedia.com/humanities/culture-magazines/early-christian-and-byzantine-architecture> adresinden erişildi.

Early Christian Art (1992, 27 May). Britannica. 18 Şubat 2021 tarihinde <https://www.britannica.com/art/Early-Christian-art> adresinden erişildi.

Hagia Sophia (1998, 20 Jul). Britannica. 18 Şubat 2021 tarihinde <https://www.britannica.com/topic/Hagia-Sophia> adresinden erişildi

http://www.imks.gr/images/pdf/Iera_Keimena/agia_grafi.pdf Erişim Tarihi:07.05.2021

<https://kutsalkitap.info.tr/?q=mez%20121> Erişim Tarihi:06.05.2021

<https://sultanahmetcami.org/resimler/files/Sultanahmet%20Camii%20Kitabe%20Kusak%20Levha%20Yazilari.pdf> Erişim Tarihi: 08.05.2021

<https://www.kutsalkitap.org/ayasofya/> Erişim Tarihi: 22.02.2021

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/icon?q=icon> Erişim Tarihi: 03.11.19

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/naturalism?q=naturalism> Erişim Tarihi: 03.11.19

Peirce's Theory of Signs (2006, 13 October). Stanford Encyclopedia of Philosophy 28 Nisan 2020 tarihinde <https://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/> adresinden erişildi.

Fotoğraf Kaynakları

Alex, (2020) Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti Örneği
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=468223478
Erişim Tarihi: 03.05.2021

Anna, (2019). Sultan Ahmet Cami Ana Kubbe Ayetleri
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=389215740
Erişim Tarihi: 03.05.2021

Chinorafo, (2019). Bakara Suresi 238. Ayeti
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=376312819
Erişim Tarihi: 03.05.2021

Flywithlola, (2020). Kendini Tekrarlayan Geometrik Desenler
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=457262776
Erişim Tarihi: 03.05.2021

Gezer, Ö. (2019). Sultan Ahmet Cami'nin İç Görünümü
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=417596681
Erişim Tarihi: 03.05.2021

Haghasophiatr, (2019). Mezmurlar: 67; 27 ve 121; 1
<https://haghasophiatrurkey.com/narthexes/#group-17> Erişim Tarihi: 28.04.2021

Hansotia, V. (2019). Nur Suresi 35. Ayeti
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=436612439
Erişim Tarihi: 02.05.2021

İgone75, (2010). Sultan Ahmet Cami Genel Görünümü
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=27559220
Erişim Tarihi: 02.05.2021

Joo, H. (2020). VI Leo Mozaigi https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=446126201
Erişim Tarihi: 02.05.2021

Kaptanoglu, G. (2020). Hazreti Ebu Bekir Levhası.
https://www.tripadvisor.com.tr/ShowUserReviews-g293974-d294497-r775481740-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=470979137
Erişim Tarihi: 28.04.2021

Karabacak, Y., (2020). Haç İşareti.
<https://www.youtube.com/watch?v=VYOJZIJZgIk&pbjreload=101> Erişim Tarihi: 28.04.2021

Kozich, O. (2020) Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti Örneği
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=464148135
Erişim Tarihi: 03.05.2020

LauraJ112, (2020). Sultan Ahmet Cami İçi Çinileri Genel Görünümü
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-

Blue_Mosque-

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=473992101

Erişim Tarihi: 03.05.2021

Liefhebber, (2020). Sultan Ahmet Cami İç Avlusu

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=458882849)

Blue_Mosque-

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=458882849

Erişim Tarihi: 03.05.2021

Mbsert01, (2019). Hazreti Ali Levhası.

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=438286605)

Hagia_Sophia-

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=438286605

Erişim Tarihi: 02.05.2021

Mehmet, (2020). Ahzab Suresi 45. Ayeti

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=470499246)

Blue_Mosque-

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=470499246

Erişim Tarihi: 03.05.2021

Mehmet, (2020). Nisa Suresi 103. Ayeti

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=470499203)

Blue_Mosque-

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=470499203

Erişim Tarihi: 03.05.2021

Meymey, (2019). Mermer Kapı [https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=438210780)

[g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=438210780)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=438210780

Erişim Tarihi: 02.05.2021

Mike, X. (2020) Hazreti Hasan ve Hazreti Hüseyin Levhaları.

https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-

Hagia_Sophia-

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=474384505

Erişim Tarihi: 30.04.2021

Natalia, (2018). Deisis Mozağı. [https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=360565208)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=360565208

Erişim Tarihi: 28.04.2021

Osama, (2019). Ayasofya-i Kebir Cami Genel Görünümü.

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=370938043)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=370938043

Erişim Tarihi: 28.04.2021

Önder, (2021). Melek Figürü [https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=484499342)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=484499342

Erişim Tarihi: 02.05.2021

Öztemur, A. O., (2015). Sultan Ahmet Cami Alçılı Vitrayları

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=124503087)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=124503087

Erişim Tarihi: 03.05.2021

Öztemur, A., O. (2015). Ali İmran Suresi 37. ve 39. Ayetleri, Mihrap, Servi Motifleri

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=124503129)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=124503129

Erişim Tarihi: 03.05.2021

Öztemur, A., O. (2015). Minber [https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=124503129)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=124503117

Erişim Tarihi: 03.05.2021

Patriciaa948, (2019). Hazreti Muhammed ve Allah Levhaları.

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=382002754)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=382002754

Erişim Tarihi: 28.04.2021

S4z3d4, (2020) Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti Örneği

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=465314609)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=465314609

Erişim Tarihi: 03.05.2021

S4z3d4, (2020). Sultan Ahmet Cami Kubbe Ayeti Örneği

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294495-Reviews-Blue_Mosque-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=465314610)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=465314610

Erişim Tarihi: 03.05.2021

Sarahtheblue, (2018). Hazreti Osman Levhası.

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=358121165)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=358121165

Erişim Tarihi: 29.04.2021

şehrin Tavsiyesi, (2019). Hazreti Ömer Levhası,

[https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=416792485)

Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=416792485

Erişim Tarihi: 29.04.2021

Tezcan, N. (2010). Sultan Ahmet Cami Çini Desenleri (Fotoğraf: 30, 31, 32, 33, 34,

35). <http://www.ktsv.com.tr/79-sultanahmet-masal-ulkesi> Erişim Tarihi: 03.05.2021

Thiago L. (2019). Komnenos Mozaïği
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=435750499
Erişim Tarihi: 02.05.2021

Thomas, (2020). Hazreti Meryem'in kucağında Hazreti İsa İkonası
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=468278629
Erişim Tarihi: 02.05.2021

Vargasr, (2020). vestibül Mozaïği
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=444869494
Erişim Tarihi: 02.05.2021

Viva, (2019). Çanın Genel Görütüsü.
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=393063410
Erişim Tarihi: 28.04.2021

Евгений Ч, (2020). Zeo Mozaïği https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294497-Reviews-Hagia_Sophia-Istanbul.html#photos;aggregationId=101&albumid=101&filter=7&ff=456646187
Erişim Tarihi: 02.05.2021