

GEÇMİŐTEN GÜNÜMÜZE
GİRESUN'DA DİNİ VE KÜLTÜREL HAYAT
SEMPOZYUMU-I

(25-27 Ekim 2013)

BİLDİRİLER
I

(SALON-A/B)

EDİTÖR
MEHMET FATSA

GİRESUN İL ÖZEL İDARESİ KÜLTÜR SERİSİ-2



Eren ŞENOL*

GİRESUN'DA TURİZM VE SARAYBURNU CAMİİ

Giriş

Dağların kıyından itibaren başlaması ve eğimli-engebeli arazi varlığı nedeni ile ulaşım, sanayi ve ticaretin yeterince gelişemediği Doğu Karadeniz illerinde kalkınmada öncü sektör olarak genellikle turizm görülmektedir. Bölümün gerçektende turizme hizmet edebilecek doğal ve kültürel potansiyeli bulunmaktadır. Ancak mevcut potansiyel ve turist ilgisi dikkate alındığında, aslında arza göre talebin fazla olmadığı, dolayısı ile bölüm illerin hepsinin birden turizm ile kalkınamayacağı açıktır. Benzer doğal ve kültürel çekiciliklere sahip iller arasından sıyrılmak ve turizmden daha fazla kar sağlamak için ulaşım alanındaki yatırımlar ile erişilebilirlik artırılabilir; altyapı çalışmalarına ağırlık verilerek barınma, beslenme koşulları iyileştirilebilir; sektördeki girişimcilere ve çalışanlara eğitim verilerek hizmet kalitesi yükseltilebilir; mevcut doğal ve kültürel çekiciliklere yeni yapılar eklenebilir; gelişen reklam ve pazarlama teknikleri sahaya uyarlanabilir...

Turizm pastasından daha fazla pay almak için markalaşmak ta gerekmektedir. Sembol yapılar benzer doğal ve kültürel çekiciliklere sahip iller arasında fark edilme, markalaşma aracı olarak kullanılabilir. Sıradışı olma, heybetli olma, estetik olma, türünün ilk örneği olma gibi özellikleriyle yada yüklenen anlam nedeni ile günümüz insanları tarafından ziyaret edilen tarihi yapılar bulunmaktadır. Bunlar il ve hatta ülke genelinde sembolleşmekte, il ve hatta ülke turizmüne katkı sağlamaktadırlar. Luxor Tapınağı (Mısır), Köln Katedrali (Almanya), Himeji Şatosu (Japonya), Buckingham Sarayı (İngiltere), Pisa Kulesi (İtalya) vb. Dünya ölçeğinde; Sultan Ahmet Camii, Topkapı Sarayı, Kız Kulesi, Kaleiçi, Efes Harabeleri, Sümela Manastırı vb. Türkiye ölçeğinde sembolleşen, kenti hatta ülkeyi fark edilir hale getiren tarihi yapıları örnek olarak gösterilebilir. Bazı yerlerde ise tarihi geçmişi fazla olmayan yeni yapılar sembolleşebilmektedir. Eyfel kulesi(Fransa), Özgürlük heykeli (ABD), Kurtarıcı İsa heykeli (Brezilya), Opera binası (Avustralya), Cengiz Han heykeli (Moğolistan) vb. Dünya ölçeğinde; Miniatürk (İstanbul), Panorama müzesi (İstanbul), Atakule (Ankara), Şehitler Abidesi (Çanakkale), Kurtuluş yolu (Samsun) vb. ülke ölçeğinde sembolleşen, kenti hatta ülkeyi fark edilir hale getiren yeni yapıları örnek olarak gösterilebilir. Bunlar ilk olma, ilginç olma, heybetli olma, estetik olma gibi özellikleri, yüklenen anlam ve manzara-seyir imkanları ile ziyaretçileri kendine çekmekte, il ve hatta ülke turizmüne katkı sağlamaktadırlar.

Köklü tarihi geçmişe sahip olmakla birlikte, sembol haline gelebilecek tarihi yapı bakımından çok da zengin olmayan Giresun'da, 1987 yılında yapımına başlanan Sarayburnu Cami, en azından Doğu Karadeniz Bölümü için sembol haline gelebilecek, Giresun'un fark edilmesine, markalaşmasına katkı sağlayacak özelliklere sahiptir. "Sembol Yapı" tanımlamalarına kısmen uyan, onlarla kısmen örtüşen Sarayburnu Cami Giresun ilinde, Bulancak ilçe merkezinde, Doğu Karadeniz boyunca şehirlerarası ulaşımı sağlayan sahil yolu kenarında yer almaktadır (Harita,1)

* Yrd. Doç. Dr. / GiRÜ, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü

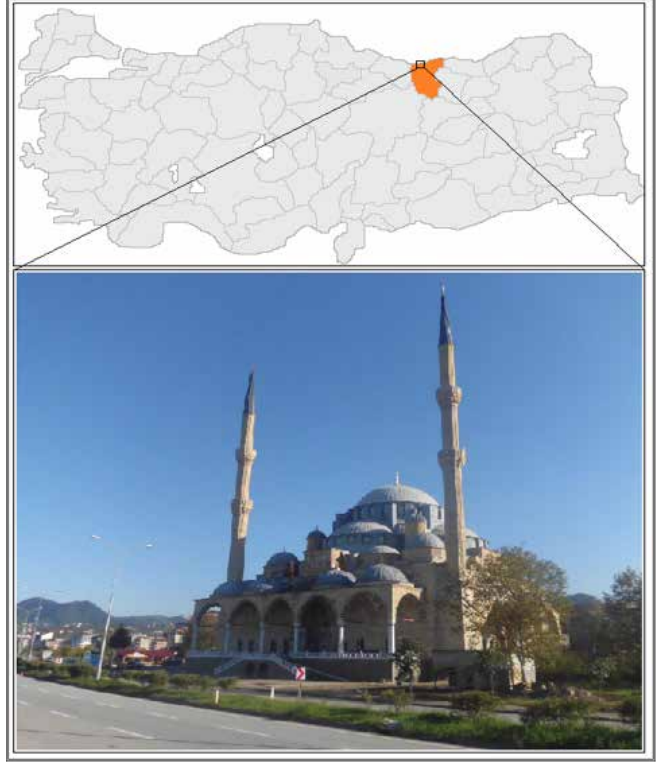
Amaç Ve Metot

Giresun ekonomisi daha çok fındığa ve fındığa bağlı olarak gelişen ticaret ile sanayiye dayalıdır. 1980 sonrasında nüfusun kentlerde yoğunlaşmasıyla birlikte fındık üreticiliğinin asıl iş yerine ek uğraş haline gelmesi; 2000'li yıllardan itibaren ise fındık taban fiyatlarında beklenen-arzulanan artışın olmaması il ekonomisini olumsuz etkilemiştir. Soruna çare arayanlar "turizmi" il ekonomisi için araçtan öte umut olarak görmektedirler. Nitekim il kanaat önderleri Nisan 2013'te düzenlenen kent forumunda ve Mayıs 2013'te düzenlenen Doğu Karadeniz İlleri Hizmet ve Kalkınma Birliği (DOKAP) eylem planı çalıştayların da bunu yüksek sesle dile getirmişlerdir.

Turizmin il ekonomisine katkı yapacağı muhakkaktır. Çoğaltıcı etkisi ile bir çok sektöre ivme kazandıracacağı da söylenebilir. Ancak Doğu Karadeniz Bölümünün doğal ve beşeri çevre koşulları düşünüldüğünde, bölüme yönelik turist ilgisi göz önüne alındığında ve Giresun, turistik çekicilikler bakımından aynı konumdaki diğer iller ile karşılaştırıldığında dezavantajlı konumdadır. Bu nedenle turizmin, mevcut haliyle il ekonomisi için önemli bir sektör olacağını söylemek güçtür.

Giresun'un turizm pastasından aldığı payı artırması için yapılması gerekenler vardır. Komşu iller içinde farklılaşmak, markalaşmak ta bunlardan birisidir. Bu düşünce yapısı içinde hazırlanan eldeki çalışmada il ekonomisini canlandırmak, geliştirmek için markalaşmanın önemine vurgu yapılmış; turizmi araç olarak görenlerin vizyonuna katkı sağlamak amaçlanmıştır. Sarayburnu Cami, sembol haline gelebilecek, ilin fark edilmesini sağlayacak, il turizmine katkıda bulunabilecek yapılardan biridir. Son iki yıldır yerel ve ulusal basında adından sıkça söz edilmesi ve seyahat acentelerinin camiye güzergahlarına dâhil etmeleri, devlet büyüklerinin Giresun'a geldiklerinde camiye ziyaret etmeleri, caminin göz ardı edilemeyecek düzeyde turizm potansiyeli olduğunu göstermektedir. Bu nedenle eldeki çalışmada Sarayburnu Camiyi tanıtmak ve caminin inanç turizmi açısından potansiyeline dikkat çekmek de amaçlanmıştır.

Çalışmanın fikir altyapısını kent forumu ve DOKAP eylem planı çalıştaylarında ileri sürülen görüşler oluşturmuştur. Tezi kuvvetlendirmek amacı ile kullanılan veriler ise Kültür ve Turizm Bakanlığından, Türkiye İstatistik Kurumundan (TÜİK), Türkiye İhracatçılar Meclisinden (TİM), Giresun Ticaret ve Sanayi Odasından temin edilmiş; arazi gözlemleri ve mülakatlar yoluyla sahadan toplanmıştır.



Harita 1, Sarayburnu Cami ve yeri

Bulgular

Giresun İli Ekonomisinin Genel Özellikleri

İnsanların gelir elde etmek amacı ile yaptıkları işlerin tamamına ekonomik faaliyet, bu faaliyetlerden doğan ilişkiler bütününe ekonomi denir (TDK, 2013). TÜİK'in "2011 Nüfus ve Konut Araştırması" verilerine göre Giresun'da çalışan nüfusun %46'sı tarım, %37'si hizmet, %17'si ise sanayi sektöründe istihdam edilmektedir (TÜİK, 2013a). Bu haliyle Giresun'da hakim ekonomik faaliyetin tarım olduğu söylenebilir. 2012 verilerine göre Giresun ilinin yaklaşık olarak 165.503 ha.'ı tarım alanı olarak kullanılmaktadır. İlin tarım alanı oranı (%23) doğal çevre şartlarının, özellikle de yerçekillerinin bir sonucu olarak ülke ortalamasının (%29) altındadır ve mevcut tarım alanlarının %71'i fındık tarımına ayrılmıştır (TÜİK, 2013b). İlde sanayi tesislerinde istihdam edilenlerin %28'i fındık işleme fabrikalarında çalışmaktadır (Giresun Sanayi ve Ticaret Odası Verileri, 2012). İlin ihracat gelirlerinin %87,5'ini fındık ve mamülleri oluşturmaktadır (TİM, 2012). Bu verilerden yola çıkarak Giresun ekonomisinin fındık tarımına dayalı olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Herhangi bir ülkenin veya ilin ekonomik açıdan tek sektöre hatta tek ürüne bağlı olması ciddi bir risktir. Çünkü doğal çevre koşullarına bağlı olarak üretimde meydana gelecek azalma, serbest piyasa koşullarının küresel ekonomiye hakim olduğu günümüzde fiyatlarda oluşabilecek ani düşüşler tamiri güç sorunlara, ekonomik darboğazlara, krizlere yol açabilir. Bu nedenle ülkelerin veya illerin ekonomik açıdan güvenli bir yer haline gelmesi için sektörel çeşitlilik sağlanması şiddetle tavsiye edilir. Konu bu açıdan değerlendirildiğinde Giresun ekonomisinin fındık tarımına dayalı olmasının ciddi bir risk olduğu söylenebilir. 2006'da açılan, 25000'e yakın öğrencisi ile hizmet sektörünün gelişmesine katkı sağlayan Giresun Üniversitesi, enerji yatırımları, kıyı ile iç kesimler arasındaki bağlantıyı kuvvetlendirmek adına başlatılan yol yapım çalışmaları, Giresun ekonomisi için olumlu gelişmelerdir. Ancak mevcut potansiyel göz önüne alındığında turizm de mutlaka değerlendirilmesi gereken sektörlerden biridir. Çünkü turizm, hem dışarıdan "taze para" girişini sağlayacak, hem istihdam yaratacak, hem de başta tarım, hayvancılık, ticaret, inşaat sektörleri olmak üzere diğer sektörlerin gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Giresun İlinin Turizm Potansiyeli

Turizm, en basit tanımıyla, "dinlenmek ve tatil geçirmek amacıyla yolculuğa çıkmaktır (Özgüç, 2007:13). Rekreasyon, tatil, spor, sağlık, inceleme, din, toplantı, akraba-arkadaş ziyareti vb. nedenlerle seyahat edenler ve gittikleri yerlerde bir gün ile bir yıl arasında zaman geçirenler ise turist veya ziyaretçi olarak tanımlanmaktadır (Özgüç, 2007:14). Turist farklı gerekçelerle seyahat eder. Her bir turistin aradığı özellikler farklı olsa da genel olarak erişilebilir doğal ve beşeri çekiciliklere sahip, güvenli, altyapısı gelişmiş, hizmet kalitesi yüksek, turizm kültürü olan alanların daha çok tercih edildiği bilinmektedir.

Giresun ili, yaklaşık olarak 125 km'lik kıyı şeridine sahiptir. Kıyıları, plaj varlığına rağmen iklim özellikleri (Yaz yağışları, Bulutluluk, 20 C'nin üzerinde sıcaklığa sahip gün sayısının azlığı vb.) nedeni ile kıyı turizmi için çok elverişli değildir (Doğaner,2001:7, Güçlü,2010:132). Var olan kısıtlı potansiyelde sahil yolu yapımı esnasında neredeyse yok edilmiştir (Uzun, 2000:65-67, Bekdemir, 2000:248). Kıyıda itibaren yükselmeye başlayan, gür bitki örtüsü ve yüksek debili akarsular ile bezenmiş dağlar, Giresun'un en önemli doğal çekicilikleridir. Kış turizmi, trekking, kaya tırmanışı vb. potansiyeli yüksek olan(Somuncu,1997:274) ancak henüz bu yönüyle değerlendirilmemiş olan bu dağlar, halihazırda yaylaları, yaylacılık faaliyetleri, yaylacılık-otçu göçü kültürü ile özellikle yerli turistleri kendine çekmektedir. Bektaş(Bekdemir vd.,2002, Çakır, 1988), Kümbet(Bayram, 2001, Aydınözü vd.:2003, Zaman:2007), Kulakkaya ve Sis Dağı yaylaları yerli turistlerin uğrak mekanlarıdır.

Köklü tarihi geçmişe sahip Giresun'da tarihi açıdan önem taşıyan çok sayıda eser bulunmaktadır (Doğu Karadeniz Turizm Master Planı, 471-473). Ancak Giresun Kalesi, Kale altındaki Kaya Kilisesi, Zeytinlik Evleri ve Şebinkarahisar'daki Meryem Ana manastırı bir kenara bırakılacak olursa, turist ilgisini çekebilecek marka eserlere ne yazık ki sahip değildir.

Turizmde en önemli özelliklerden birisi erişilebilirliktir. Turistlerin Giresun iline deniz yolu ile ulaşamıyor olması; havayolu ile gelmek için ise Trabzon veya Samsun havaalanlarından birini kullanmak mecburiyetinde olmaları Giresun'u bölümün diğer illerine göre dezavantajlı kılmaktadır. Ayrıca iç kesimlere, yaylalara ulaşan yolun niteliği ve sahil yolunun transit geçiş şeklinde tasarlanmış olması "erişilebilirlik" açısından Giresun ilinin bir diğer dezavantajdır. Giresun ilinde konaklama tesislerinin azlığı, varolanların niteliklerinin nispeten düşük olması ve bunların sadece geceleme ihtiyacı dikkate alınarak tasarlanmış olmaları il turizmi önündeki bir diğer engeldir.

Yukarıda da ifade edildiği gibi Giresun'un en önemli turizm potansiyeli, gümrük örtüsü ve yüksek debili akarsularla süslenmiş ancak henüz yeterince değerlendirilmemiş dağlarıdır. Bunlara ek olarak kültürel zenginlik, yöre halkının misafirperver oluşu ve güvenlik probleminin olmaması ilin diğer önemli avantajlarıdır. Merkezi yönetimin turizmi ülke geneline yayma, çeşitlendirme isteği, Karadeniz bölgesine artan turist ilgisi, kırsal alanların turistler tarafından tercih edilen alanlar haline gelmesi başka bir ifade ile turistik mekan algısının gelişmesi, Yunanistan ile ilişkilerin düzelmesi, SSCB sonrası kurulan ülkelerin dışa açılma politikaları, Ortadoğu kökenli turistlerin bölüme olan ilgisi (Gökçe, 2006:91), Batum'un(Gürcistan) küresel turizm merkezi haline dönüşüyor olması Giresun'da turizmi canlandırmak adına önemli fırsatlardır.

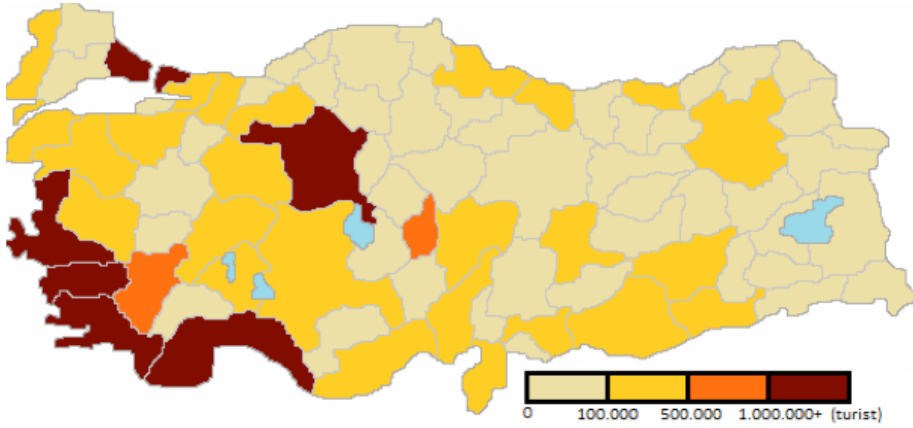
Giresun İli Ziyaretçileri

Turizm Bakanlığı işletme belgesine sahip tesislere ait veriler incelendiğinde ülkemizde turistlerin daha çok Antalya, İstanbul, Muğla, İzmir, Ankara, Aydın, Denizli ve Nevşehir illerini tercih ettikleri tespit edilmiştir (Tablo,1). Kıyıları, tarihi, kültürel ve siyasi açıdan önem taşıyan iller ve benzersiz yerçekillerine sahip alanlar en çok tercih edilen mekanlardır. Turistler tarafından ülkede en çok tercih edilen il Antalya'dır. Her üç turistten biri (%35,3) Antalya'yı tercih etmektedir. Ülkede konaklamanın (gecelemenin) yarısından çoğu (%56,2) Antalya'da yapılmaktadır. Giresun ili ise ülke turizm pastasından çok az pay almaktadır. Ülke geneline oranla Giresun'a gelenlerin oranı %0,2, geceleme sayısının oranı ise %0,1 civarındadır (Tablo, 1).

Tablo, 1: Türkiye'de turistlerin, tesislere geliş ve geceleme sürelerinin İllere Göre Dağılımı (2012)

İller	Gelen Sayısı				Geceleme Sayısı			
	Yerli	Yabancı	Toplam	%	Yerli	Yabancı	Toplam	%
Antalya	2603361	10183562	12786923	35,3	7664494	60373209	68037703	56,2
İstanbul	1740970	4416608	6157578	17,0	2989465	10940248	13929713	11,5
Muğla	827611	1661475	2489086	6,9	2415408	9698075	12113483	10,0
İzmir	1193403	683331	1876734	5,2	2046319	2213585	4259904	3,5
Ankara	1345672	423782	1769454	4,9	2049371	974060	3023431	2,5
Aydın	400228	677556	1077784	3,0	1206795	2441889	3468684	2,9
Denizli	263831	677490	941321	2,6	379408	710729	1090137	0,9
Nevşehir	264599	492758	757357	2,1	535112	1035497	1570609	1,3
Giresun	65979	3114	69093	0,2	113006	12296	125302	0,1
Diğer	6996277	1261632	8257999	22,8	10932754	2422457	13535211	11,2
Toplam	15701931	20481308	36183329	100	30332132	90822045	121154177	100

Kaynak:Turizm Bakanlığı, Turizm istatistikleri (<http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/TR,9857/isletme-belgeli-tesisler.html>)



Harita 2: Turistlerin İllere Göre Dağılışı(2012)

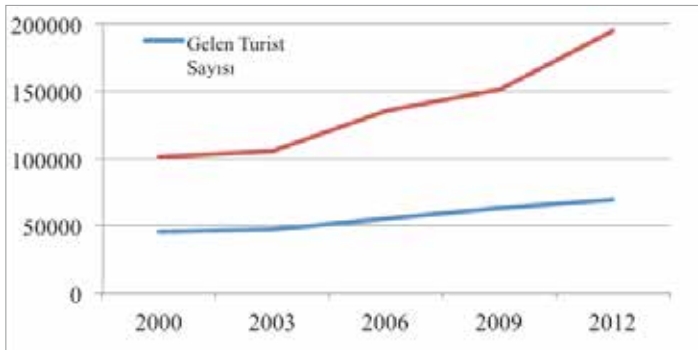
Giresun iline 2000 yılında 824'ü yabancı, toplam 45273 turist gelmiş; 55574 gece konaklamışlardır. 2012 yılında ise 3114'ü yabancı olmak üzere toplam 69093 turist gelmiş, 125302 gece konaklamışlardır (Tablo, 2). 2000 sonrasında turist ve geceleme sayısında görülen artış tanıtımlar, reklamlar, yatırımlar ve iç turizmin canlanması ile açıklanabilir.

Tablo, 2: Giresun İline Gelen Turistler ve Geceleme Sayıları (2000-2012)

Yıllar	Gelen Sayısı			Geceleme Sayısı		
	Yerli	Yabancı	Toplam	Yerli	Yabancı	Toplam
2000	44449	824	45273	54036	1538	55574
2003	47189	217	47406	57041	407	57448
2006	53832	895	54727	78801	1300	80101
2009	59894	3170	63064	84395	3698	88093
2012	65939	3114	69093	113006	12296	125302

Kaynak:Turizm Bakanlığı, Turizm istatistikleri (<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9857/isletme-belgeli-tesisler.html>)

Tablo, 2: Giresun İline Gelen Turistler ve Geceleme Sayıları (2000-2012)



Giresun'a gelen ziyaretçi sayısı artmakta ise de ilin ziyaretçi sayısı bakımından bölümün diğer illerine göre iyi bir konumda olduğunu söylemek güçtür (Tablo, 3). Bölümde turizm pastasından en büyük payı Trabzon almaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında markalaşmış Sümela Manastırı ve buna eklenen Altındere Milli Parkı, Uzungöl, Ayasofya Kilisesi, Atatürk Evi, Ortahisar Evleri gibi çekiciliklerin (Tablo, 4); yer yer korunmuş tarihi doku varlığının, hizmet sunabilme imkanını ve hizmet kalitesinin, liman ve havalanı varlığının, altyapı hizmetlerinin bölüm standartlarının üstünde oluşunun etkili olduğu söylenebilir.

Tablo, 3: Doğu Karadeniz Bölümü İllerine Gelen Turist Sayısı ve Geceleme Sayıları(2012)

İller	Gelen Sayısı			Geceleme Sayısı		
	Yerli	Yabancı	Toplam	Yerli	Yabancı	Toplam
Ordu	150346	4527	154873	205428	14931	220359
Giresun	65939	3114	69093	113006	12296	125302
Rize	55797	1535	57332	82209	6302	88511
Trabzon	250358	57313	307671	340471	113030	453501
Artvin	78110	7127	85837	104386	8853	113239
Gümüşhane	15019	165	15184	26754	446	27200

Kaynak: Turizm Bakanlığı, Turizm istatistikleri (<http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/TR,9857/isletme-belgeli-tesisler.html>)

Tablo, 4: Turizm Acentalarının Güzergahlarında Yer Alan Başlıca İstasyonlar.

	Ordu	Giresun	Trabzon	Rize	Artvin
Doğal Çekicilikler (Manzara)	Kurul Kayası*		Altındere Milli Parkı** Uzungöl** Akçaabat*	Kaçkar Dağları** Çamlı Hemşin*	Hatilla Milli Parkı* Karagöl-Sahara Milli Parkı* Camili, Görgit, biyosfer alanları*
Yaylalar	Çambaşı* Keyfalan*	Bektaş* Kümbet*	Hamsiköy* Hıdırnebi* Sultan Murad*	Ayder*	Kocabey* Şavşat*
Arkeolojik Eserler	Fatsa Kalesi* Yeşilgeçit kalesi* Faldaca kalesi* Arıkmusa Yerleşmesi* Ericök Tepesi* Kaleköy Kalesi* İkizce Kale*	Giresun Kalesi* Giresun Adası* Tirebolu Kalesi* Anduz kalesi* Bedrema kalesi* Espiyne Kalesi*	Sümela Manastırı** Aya Sofya** Boztepe** Atatürk Evi** Ortahisar Evleri**	Zil Kale* Bala Kalesi* Rize kalesi*	İshan /Barhal*
Kültürel Faaliyetler	Fındık Festivali*			Çay Kesimi*	Kafkasör festivali*
Spor/ Macera Alanları				Kaçkar Dağları** Fırtına Deresi** İkizdere*	Çoruh Nehri**
* Yerli tur rehberlerinde yer alan kaynaklar ** Yabancı tur rehberlerinde yer alan kaynaklar.					

Kaynak: DPT ve JICA (2000, 4-7).

Günümüz dünyasında ulaşım imkanlarının ve tasarrufların artması nedeni ile insanlar daha çok seyahat etmekte, bu seyahatlerden en fazla faydayı seyahat edilen ülke ve şehirler elde etmektedir (Zeren, 2011:196). Her bir yerleşmenin yöneticileri, ileri gelenleri, kanaat önderleri pastadan pay almak yada aldığı payı artırmak istemektedir. Rekabette avantaj yaratmak isteyen şehirlerin, kendilerine has, marka olmalarını sağlayacak özelliklerini belirleyip bunlardan faydalanmaları gerekmektedir (Cevher, 2012:106).

Markalaşma sürecinde şehrin tarihi, coğrafi, kültürel ve ekonomik özelliklerinden yararlanılabilir. Tarihi doku, eser ve yapılar; doğal güzellikler, tarihte yer edinmiş kent ünlüleri, üretilen ürünler, kültürel değerler, özgün yiyecekler vb. markalaşma elemanı olarak kullanılabilir (Eroğlu, 2007:67-68). Antalya için Yivli Minare, İstanbul için Sultan Ahmet Cami yada Kız Kulesi, sembol yapı olarak kabul edilebilir. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkındaki anıt ve abideler ilk olma ve Çanakkale ili ile özdeşleşmiş olma özellikleri ile şehir markalaşmasında etkili sembol yapılarıdır (Marangoz vd., 2010:695). Söz konusu Giresun olduğunda "Ada", "Kale" ve "Zeytinlik Mahallesi" fark yaratmak / markalaşmak için kullanılacak en önemli unsurlardır.

Markalaşmak için yakın çevrede olmayan beşeri tesislere de ağırlık verilebilir. Hayvanat bahçeleri, botanik parkları, dev akvaryumlar, kayak tesisleri, alışveriş merkezleri vb. gibi. Ne yazık ki Giresun, konu bu açıdan değerlendirildiğinde Trabzon, Rize ve Ordu'nun gerisindedir. Güçlü şehir markası oluşturmada rol oynayan kritik faktörlerden biride şehirlerin sahip oldukları sembol ve yapılarıdır (Ateşoğlu,2008:87). Söz konusu Giresun olduğunda "Sarayburnu Cami" özelde Bulancak şehri için genelde ise Giresun ili için bu misyonu üstlenebilecek, ilin markalaşmasına katkı sağlayacak yapılardan biridir.

Sarayburnu Cami ve Giresun Turizmine Muhtemel Etkileri

Hem Sivas Divriği'deki Ulu Camiden, hem Bursa'daki Ulu Camiden hem de İstanbul'daki Şehzadebaşı Camiden izler taşıyan, inşası halen devam eden Sarayburnu Caminin yapımına 1987'de başlanmıştır. Orjinalleri varken bu camiyi turistik açıdan değerli kılan başlıca özellikler şunlardır:

a- Konumu: Sarayburnu Cami, Kâbe (Mescid-i Haram) ve Mescid-i Nebevi (Ravza-i Mutahhara) ile aynı doğru üzerinde yer almaktadır. Dolayısı ile camide kibleye yönelen kişi aynı zamanda Mescit-i Nebevi'ye de yönelmiş olmaktadır (Harita, 3). Kıyıda olması şehir elemanları arasında kaybolmasını engellemekte; yol kenarında olması erişilebilir olmasını sağlamakta, merak/ilgi uyandırmakta, tanıtımını kolaylaştırmakta, tanınırlığını artırmaktadır .



Harita, 3. Sarayburnu Cami ve onunla aynı doğrultu üzerinde yer alan Kâbe ile Mescid-i Nebevi.

b- Erişilebilirlik: Doğu Karadeniz Bölümünün kıyı kesimlerini batıya bağlayan yol üzerindedir. Ordu-Giresun havaalanına 15 km. uzaklıktadır. Belki de sırf bu yönüyle bile, Ortadoğu kökenli turistlerin gidiş dönüş rotasını değiştirebilecek niteliktedir.

c- Anıtsal Özellikler Göstermesi: 8000 m²'lik bir avlu içinde 2250 m² 'lik alan kaplayan Sarayburnu camii yüksek (38 m.) ve geniş(19,10 m.) kubbesi uzun minareleri ile (70 m.) heybetli bir yapıdır.

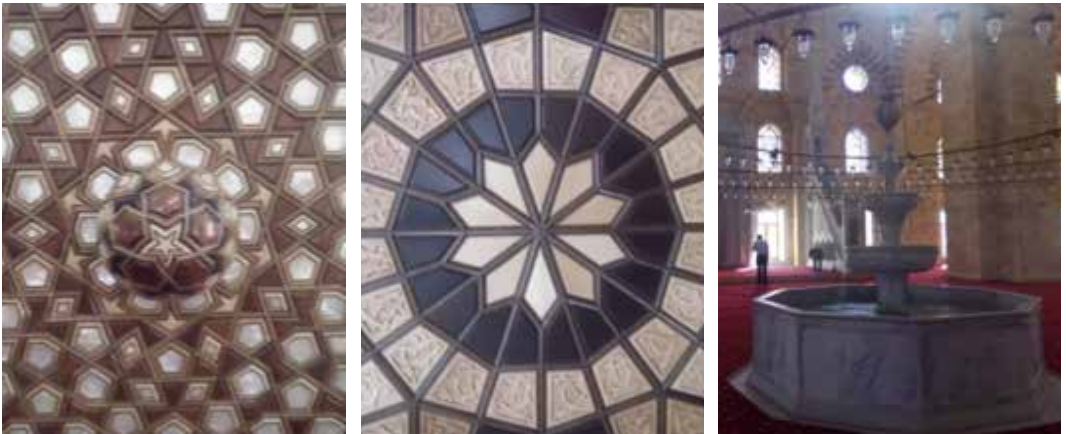
d- Estetik Olması: Görünümü ile etkileyici güzelliğindedir. Sahil yolunu kullananları selamlamaktadır.

e- Taş İşçiliği: Yakın dönemde yapılan camilerde taşıyıcı yapı malzemesi olarak demir, çelik ve beton, ara dolgu malzemesi olarak ise tuğla, briket, cam kullanılmaktadır. Sarayburnu Caminde ise taşıyıcı malzeme olarak demir ve beton kullanılmış, ancak ara dolgu malzemesi olarak taş tercih edilmiştir. Biçimli olarak kesilen taşlar üzerindeki oymalar, süslemeler geçmişi günümüze taşımakta, hayranlık uyandırmaktadır (Fotoğ. 2).



Fotoğraf, 1: Sarayburnu Caminin dış süslemelerinden görünüm.

f-Mimari Detayları: Sarayburnu Camii duvarlarındaki taş oymaları, mermer minberi, sedef kakmalı vaaz kürsüsü, kubbe süslemeleri, akustik düzeni, örümceklerin yuvalanmasını engelleyen devekuşu yumurtaları ve benzeri gibi geleneksel mimari detayları ile çağdaş olan eserlerden ayrılmaktadır (Fotoğraf, 3).



Fotoğraf, 2: Sarayburnu Caminin iç süslemelerinden görünüm.

g- Hikayesi:

Güneybatı Anadolu'da turistik açıdan cazip olan bir çok yer gerçekliği şüpheli efsanelerle tanıtılmaktadır. Çünkü efsane zihinde kalıcı olmakta tanıtım ve pazarlamayı kolaylaştırmaktadır. 1987 yılında yapımına başlanmış, ancak henüz tamamlanmamış olan Sarayburnu caminde ise üst üste konulan her bir taşın kaleme alınmamış, ama mutlaka yazılması gereken epik hikayeleri vardır.

Sonuç ve Öneriler

Giresun'da doğal çevre koşulları, özellikle de yerşekilleri tarihi süreçte il ekonomisini olumsuz etkilemiştir. İl ekonomisini canlandırmak için turizm araç olarak görülmektedir. Ancak sözkonusu turizm olduğunda Giresun rakipsiz değildir. Çünkü Giresun ile aynı özelliklere sahip diğer Doğu Karadeniz illeri de turizmden aldıkları payı artırmak istemektedirler. Ne yazık ki Giresun, halihazırda turizmde marka değeri bakımından bu illerin gerisindedir. Giresun'u ön plana çıkarmak için diğer Doğu Karadeniz illeri arasında fark edilmesini sağlayacak düzenlemelere ihtiyaç vardır. Sarayburnu cami yeri, görünümü, detay özellikleri, ile bu amaca hizmet edebilecek niteliktedir. Ama yetmeyecektir.

Hızlı yapılaşma sürecinin yaşandığı bu günlerde ile ve hatta özelde kente kimlik kazandıracak yapıların inşası teşvik edilmelidir. Kastedilen başka camiler yada benzer camiler yapılması değildir. Ordu'daki teleferik benzeri düzenlemelerde değildir. Yakın çevrede olmayan, yapıldığında ilgi uyandıracak olan yapılardır, tesislerdir. Doğu Karadeniz'in tek adası olan Giresun adasının turizme açılması gibi, ağaçlar üzerine inşa ekilecek konaklama tesisleri/tatil köyü gibi, deniz içi akvaryumları gibi, dağ rehabilitasyon merkezleri gibi, dağ gençlik kampları, dağ izci kampları, oryantring rotaları gibi, trekning rotaları gibi, balıkçılık, fındık müzeleri gibi...

Unutulmaması gerekenlerden biriside şudur. Yapılacak düzenlemelere rağmen, turizm bölüm ekonomisi için öncü sektör olmayacaktır. Çünkü arz, kitle turizmini kaldıracak düzeyde değildir. Ayrıca turizm, rotası her an değişebilecek hassas bir sektördür. Dolayısıyla nüfusu 500.000'e yaklaşan yöre insanını turizme mahkum etmek çok riskli bir tercih olacaktır. Bu nedenle yatırımlar yapılırken asıl hedef kitle, gelme ihtimali olan turistler değil, yörede yaşayanlar olmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ateşoğlu, İ., (2008). Şehir Markası Oluşturmada Sembol Yapıların Etkisi, Yerel Siyaset Dergisi, 17, 87-88.
- Aydınözü, D., Solmaz F., (2003). Doğu Karadeniz Bölümü Yaylacılık Faaliyetlerine Bir Örnek:Giresun Kümbet Yaylası, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 23-3, 55-69.
- Barlas İmar Planlama ve Limited Şirketi, (2010). Doğu Karadeniz Turizm Master Planı(Ordu, Giresun, Trabzon, Rize, Gümüşhane).
- Bayram, N., (2001). Turizm Coğrafyası Açısından Bir İnceleme :Kümbet Yaylası, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bekdemir, Ü., (2000). Giresun Kent Coğrafyası, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Bekdemir Ü., Özdemir Ü., (2002). Doğu Karadeniz Bölümünde Gelişmekte Olan Yayla Turizm Merkezlerine Bir Örnek: Bektaş Yaylası, Doğu Coğrafya Dergisi, 7,7-35.
- Cevher E.,(2012). Kentsel Markalaşma Süreci: Antalya Örneği, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 4, 1, 105-115
- Çakır, S., (1988). Doğu Karadeniz Bölgesinde Yaylacılık ve Bektaş Yaylası, Birinci Tarih Boyunca Karadeniz Kongresi, 13-17 Ekim 1986, Bildiri Kitabı, 311-323
- DPT ve JICA.,(2000). Doğu Karadeniz Bölgesel Kalkınma Planı (DOKAP): Nihai Rapor, Cilt:3, Ekonomik

Sektörler

- Doğaner, S., (1997). Türkiye'nin Dağlık Alanlarında Kış Turizmini Etkileyen Coğrafi Etmenler, Coğrafya Dergisi, İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Yayını, 5, 19-44.
- Doğaner, S., (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Doğu, A. F., Somuncu M., Çiçek İ., Tunçel H., Gürgen G., (1993). Kaçkar Dağlarında Buzul Şekilleri Yaylalar ve Turizm, AÜTCAUM Türkiye Coğrafyası Dergisi, 2, 157-184.
- Doğu, A. F., Gürgen G., Tunçel H., Somuncu M., (1996). Verçenik(ÜçDoruk) Dağında Buzul Şekilleri Yaylalar ve Turizm, AÜTCAUM Türkiye Coğrafyası Dergisi, 5, 29-52.
- Eroğlu, H., (2007). Şehirlerin Markalaşması, Yerel Siyaset Dergisi, 65-68, Kasım.
- Gökçe, F., (2006). Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde SWOT Analizi Tekniği: Giresun Örneği, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Güçlü, Y., (2010). Doğu Karadeniz Bölümü Kıyı Kuşağında İklim Konforu Şartlarının Kıyı Turizmi Yönünden İncelenmesi, Coğrafi Bilimler Dergisi, 8-2, 111-136.
- Marangoz, M. Önce G., Çelikhhan, H., (2010). Şehirlerin Markalaşması ve Şehir Markası Oluşturmada Sembol Yapılar:Çanakale Örneği., Uluslar arası II. Trakya Bölgesel Kalkınma –Girişimciik Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, 679-698.
- Özgüç, N., (2007). Turizm Coğrafyası, Özellikler ve Bölgeler, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Somuncu, M., (1994). Rize-Ayder Yaylasında Turizm, AÜTCAUM Türkiye Coğrafyası Dergisi, 3, 255-273.
- Somuncu, M., (1997). Doğu Karadeniz Bölümünde Yayla Dağ Turizminin Bugünkü Yapısı, Sorunları ve Geleceği, AÜTCAUM Türkiye Coğrafyası Dergisi, 6, 273-316.
- Somuncu M.,(2008). Doğu Karadeniz Bölümündeki Dağlık Alanların Kalkınmasında Kırsal Turizmin Yeri Ve Önemi: Giresun İli Örneği, Giresun ve Doğu Karadeniz Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildiriler Kitabı.
- Somuncu, M., Çabuk Kaya N., Akpınar N., Kurum E., Özelçi Eceral T., (2012). Doğu Karadeniz Bölgesi

Yaylalarında Çevresel Değişim, Ankara Üniversitesi, Çevre Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayın No:2, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.

Uzun, A., (2000).Karadeniz Sahil Yolunun Doğal Kıyıları Üzerindeki Etkileri ve Ulaşım Sorununa Coğrafi Bir Bakış, OMÜ, Fen Ed. Fak. Dergisi, Coğrafya Serisi, Sayı:1, Samsun, 59-80.

Yazıcı, Hakkı, Cin Mustafa, Uzungöl Turizm Merkezinde Coğrafi Gözlemler, Türk Coğrafya Dergisi, 32, 57-78.

Zaman, M., Şahin, İ. F., Bayram, N., (2007). Doğu Karadenizde Alternatif Bir Turizm Merkezi: Kümbet Yaylası, Doğu Coğrafya Dergisi, 12-17, 33-64.

Zaman, M.,(2010). Doğu Karadeniz Kıyı Dağlarında Dağ ve Yayla Turizmi, Atatürk Üniversitesi Yayınları No:960, Erzurum.

Zeren H. E., (2011). Stratejik Kent Yönetimi ve Kent Markası Oluşturma Süreci, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2, 175-200.

Giresun Sanayi ve Ticaret Odası. (2012), Yayınlanmamış veriler.

TDK (2013). Güncel Türkçe Sözcük, www.tdk.gov.tr., Erişim tarihi:20.09.2013.

TİM (2013). İhracat Rakamları, www.tim.org.tr, Erişim tarihi:20.09.2013

TÜİK, (2013a). 2011 Nüfus ve Konut Araştırması, www.tuik.gov.tr., Erişim tarihi:20.09.2013

TÜİK, (2013b).Bitkisel Üretim İstatistikleri, www.tuik.gov.tr., Erişim tarihi:20.09.2013

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2013). Turizm İstatistikleri, www.ktyatirimisletmeler.gov.tr, Erişim tarihi:20.09.2013