

TARİHSEL SÜREÇLERİN KÜLTÜR VE TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: ERTUĞRUL FIRKATEYİNİ

Mücahit YILDIRIM¹

Atıf/©: Yıldırım, M. (2019). Tarihsel süreçlerin kültür ve turizm açısından değerlendirilmesi: Ertuğrul Fırkateyni. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 498-520. doi: 10.17218/hititsos bil.616088

Özet: İnsanlığın varoluşundan günümüze kadar birçok toplumsal olay yaşanmıştır. Bunların bir kısmı sadece yaşandığı dönemde ses getirmiş ve o dönemin ötesine geçememiştir. Bazı olaylar ise hem yaşadığı dönemde büyük ses getirirken hem de sınırlarını ve zamanını aşarak yüzlerce hatta binlerce yıl ötesine bile ruhunu yansıtabilmeyi başarmıştır. Bu olaylar kimi zaman milletlerin arasını açıp savaşlara sebep olmakta kimi zaman da tam tersi olarak milletleri birbirine yakınlaştırmada önemli bir rol oynamaktadır. 20. Yüzyılın en önemli hadiselerinden biri olan ve yaşandıktan sonra Türk ve Japon halkını birbirine bağlayarak iki ülke arasında dostluk tohumları eken iyi niyet elçisi Ertuğrul Fırkateyni, bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada, Tarihi ve Kültürel Coğrafya açısından Ertuğrul Fırkateyninin hatırası üzerine ortaya çıkan Türk-Japon dostluğu incelenmeye çalışılmakta ve bu yakınlaşmanın Türkiye'ye kültür ve turizm ölçeğinde neler kazandırabileceği Samsun ili Yakakent ilçesi özelinde incelenmeye çalışılmaktadır. Yapılan çalışmanın sonucunda Ertuğrul Fırkateyninin kaza yaptığı yer olan Japonya'nın Kushimoto kenti ile kardeş kent olan Yakakent ilçesinde bir müze ve şehitlik yapılmasının özellikle kültür turizmine çok önem veren Japon turistleri Yakakent'e çekeceği düşünülmektedir. Dolayısıyla Yakakent'in ve Samsun'un turizm gelirlerinde büyük oranda artış sağlanacağı, şehrin hem yerli hem yabancı turist çekmesi bakımından önemli bir kültürel turizm alternatif bölgesi olacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ertuğrul Fırkateyni Müzesi, Samsun, Yakakent, Japonya, Kushimoto.

Evaluation of Historical Processes in Terms of Culture and Tourism: Frigate Ertugrul

Citation/©: Yıldırım, M. (2019). Evaluation of historical processes in terms of culture and tourism: Frigate Ertugrul. *Hitit University Journal of Social Sciences Institute*, 12(2), 498-520. doi: 10.17218/hititsos bil.616088

Abstract: There have been many sociological events since the existence of humanity. Some of them only made a sound in the period and could not go beyond that period. Some events have made a great impression both in their lives and have been able to reflect their soul beyond hundreds of thousands of years beyond their limits and time. These events sometimes lead to wars between nations, and sometimes they play an important role in bringing nations closer together. One of the most important events of the 20th century, Ertugrul Frigate, a goodwill ambassador who, after it happened, tied the Turkish and Japanese people together and sowed the seeds of friendship, is the subject of this study. In the study, terms of historical and cultural geography tries to examine Turkish-Japanese friendship emerged on the memory of Ertugrul Frigate and this rapprochement Samsun province can do for Turkey in culture and tourism scale Yakakent district will be studied in particular. As a result of the study, it is understood that the construction of a museum and martyrdom in the town of Yakakent, where the frigate Ertugrul crashed and the sister city, will attract Japanese tourists who

attach great importance to cultural tourism. Therefore, it is believed that the tourism revenues of Yakakent and Samsun will be increased and the city will gain an important cultural tourism alternative region in terms of attracting both domestic and foreign tourists.

Keywords: *Ertugrul Frigate Museum, Samsun, Yakakent, Japan, Kushimoto.*

1.GİRİŞ

Coğrafya, insanla mekân arasındaki ilişkiyi inceleyen bilimdir. Mekânın insan yaşamı üzerindeki etkisi, yerleşmeden ekonomik faaliyetlere, kültürden edebiyata kadar kendini göstermektedir. İnsanların hayatlarının her alanında yaşadıkları doğal çevrenin özelliklerinden, beşeri ve ekonomik faaliyetlerinden etkilendikleri bilinmektedir.

Coğrafya bilimi için, araştırılan mekân ve konunun geçmişteki durumunu ortaya çıkararak derinlemesine ihtisaslaşmaya imkân veren tarihi coğrafya, tarih bilimi için de mekânsal açıdan bakmayı sağladığından, son derece önemli ve gereklidir. Bu pencereden bakıldığında, tarihi coğrafyanın amaçları içinde sayılabilecek önemli bir husus, dünyada son yıllarda önemi artan turizm ve özellikle kültürel miras üzerine odaklanan kültür turizmi ile yakından ilgilidir. Mekân ve kültürün bu denli iç içe geçmesi, mekân araştırmasını odağına koyan coğrafya disiplini için kültürün önemini bir kat daha arttırmaktadır. Zira kültür, belirtilen anlamıyla insanın doğal ortama katmış olduğu tüm katkılarına karşılık gelmekte, insanın yaşadığı her yerde, tabiatla insanın karşılıklı bir şekilde bıraktığı tüm izleri araştıran coğrafya disiplini için, araştırılacak kültürel peyzaj ya da “kültürel coğrafi görünüm” lerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Gümüşçü, 2018, s. 105).

Kültürel turizm ile ilgili çalışmalarda, kültür turizmi, kültürel turizm, tarihi turizm, miras turizmi şeklinde çeşitli kavramların kullanıldığı bilinmektedir. Esasen hepsi birbirinin içinde olan bu kavramlar arasında sınır çizmek güçtür. Doğal ve kültürel miras, tarih öncesi ve tarihi devirlere ait bilim, kültür, din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan yerüstü, yeraltı veya su altındaki tüm taşınır taşınmaz varlıklar olarak tanımlanmaktadır. Miras ve tarihsel kaynaklar kültürel turizmi doğurur, geliştirir (Doğaner, 2001, s. 135).

Günümüzde maddi ve manevi değerlerden oluşan kültürel miras üzerindeki çalışmalar ve koruma yönündeki antlaşmalar-sözleşmeler giderek önem kazanmaktadır. Kültür ve tabiat varlıklarından, tarihi, arkeolojik, kentsel ve doğal sitler, anıt, ören yeri, höyük, tümülüs, külliye, cami, kilise gibi maddesel kültür kalıntıları, kültürel mirası oluşturan unsurlardır ve bu unsurlar yasalarda korunması gereken yerler olarak belirtilmektedir. Ayrıca, soyut ya da manevi kültür değerleri olarak ele alınan gelenek-görenekler, folklorik değerler, dini inanış ve ibadetler, müzik, dans, yeme-içme alışkanlıkları da kültürü oluşturan diğer öğeler arasında bulunmakta ve kültürel turizmi tamamlayan unsurlar olarak ilgi çekmektedir (Emekli 2006, s. 56).

Ülkelerin tarihi süreçlerinde yaşamış oldukları olaylar ve unutulmaması için çaba sarf ettikleri çeşitli başarı veya başarısızlıkla sonuçlanan tarihi eylemler de kültürel miras içerisinde kabul edilmekte ve kültürel turizme kazandırılmaya çalışılmaktadır. Kültürel turizm unsurları içerisinde sayılan tarihi olaylar günümüzde turizm açısından değerlendirilmekte ve şehir ve ülkelerin turizm gelirleri içerisinde büyük bir yer tutmaktadır.

Osmanlı Devleti'nin son dönemlerine rastlayan ve hazin bir şekilde sonuçlanan Ertuğrul Fırkateyninin Japonya ziyareti sırasında olumsuz hava koşulları nedeniyle Kushimoto kenti açıklarında batması ve 527 Türk askerinin şehit olması da kültürel miras olarak

değerlendirilmesi ve kültürel turizme kazandırılması gereken bir tarihi olay olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. AMAÇ, MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Türk Tarihinde Osmanlının son döneminde yaşanan Ertuğrul Fırkateyni faciasının anısını yaşatmak ve kültür turizminin canlanması adına Yakakent'te yapılacak Ertuğrul Fırkateyni Müzesi ve Şehitliğinin turizm potansiyelini ortaya çıkarmaktır.

Bu amaçla öncelikle kültürel turizmin önemi ve tarihi olayların turizm üzerindeki etkisi anlatılmaya çalışılmıştır. Ardından Türkiye İstatistik Kurumu ve Samsun Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'nden alınan veriler ışığında Türkiye'ye ve Samsun'a gelen yerli ve yabancı turist sayılarının yıllara göre değişimi ve özellikle Japon turistlerin bu verilerdeki nitelik ve niceliksel yeri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Son olarak da Yakakent'te yapılacak olan Ertuğrul Fırkateyni Müzesi ve Şehitliğinin ilçeye ve Samsun'a katkısı sayısal verilerle ifade edilmeye çalışılmıştır. Yapılacak müzenin lokasyonu için en uygun yer belirlenmeye çalışılmış, müzenin muhteviyatı ve şekli konusunda önerilerde bulunulmuştur. Ayrıca Kushimoto kentinde yapılan şehitlik görselleri ışığında şehitlik ve anıt planlaması yapılarak müze alanı ile bağlantısı kurulmaya çalışılmıştır. Yine Samsun'daki müzelerin ziyaretçi sayılarından yola çıkılarak şehirdeki müze ziyareti potansiyeli ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

3. ÇALIŞMANIN YERİ VE SINIRLARI

Bu çalışmanın sahası Ertuğrul Fırkateyninin battığı yer olan Japonya'nın Kushimoto kenti ile kardeş şehir olmasından dolayı Samsun ilinin Yakakent ilçesidir. Araştırma sahası, Samsun ilinin Sinop ili sınırındaki en son ilçesidir (Şekil: 1). Samsun'un denize en yakın ilçe merkezi konumunda olan araştırma sahası, 204 km²'lik alana ve 14 km'lik bir sahil şeridinde sahiptir. Sahanın doğusunda Samsun'un Alaçam ilçesi, güneyinde Sinop'un Dikmen ilçesi, batısında yine Sinop'un Gerze ilçesi ve kuzeyinde de Karadeniz bulunmaktadır. Eşsiz doğa güzelliklerine sahip olan araştırma sahası önemli bir turizm potansiyeline sahiptir.



Şekil 1. Araştırma Sahasının Yeri

4. BULGULAR

4.1. Çalışma Sahasının Coğrafi Özellikleri

Araştırma sahası, Samsun ilinin sahile sıfır konumdaki tek ilçe merkezi konumundadır. Yüzey şekilleri kıydan güneye doğru doğru gidildikçe sırasıyla delta alanları, 120 ila 130 m. yükseklikteki “kıyı yakını aşınım düzlükleri”, “yüksek aşınım düzlükleri” ve en yüksek noktası 1300 m. 'ye kadar çıkabilen dağlık alanlar şeklinde şekillenmektedir (Uzun, 1995, 46). İlçe merkezi hemen kıyıda kumsal ile kıyı yakını aşınım düzlükleri arasında kurulmuştur. İlçenin batısında Yakakent Balıkçı Barınağı ve Limanı, doğusunda ise Bafra delta ovasının uzantısı yer almaktadır.

Saha, Akdeniz iklimi makroklima alanı içerisinde Karadeniz Bölgesi bölgesel iklim koşullarını yansıtmaktadır. Bununla birlikte Samsun yöresine ait bir iklim özelliği göstermektedir. Sıcaklık ve yağış şartlarındaki sayısal veriler ile bitki örtüsü bakımından gösterdiği özellikler bu tasnifin yapılmasında etkili olmuştur. Karadeniz Bölgesi'nde rasat verileri incelendiğinde, üç büyük yöre iklim kuşağından bahsedilmektedir. Bunlar kuzeyde kıyı kuşağı, kıyı ardı geçiş kuşağı ve iç kısımların yüksek ova ve plato düzlükleridir (Nişancı, 1989, s. 70). Yakakent'te genel itibariyle kıyıda yer alması nedeniyle kıyı kuşağı iklim şartları gözlenmekle birlikte, yüksek kesimlerinde kıyı ardı geçiş kuşağı şartlarını yansıtan iklim özellikleri de görülmektedir.

Yaklaşık 14 km. uzunluğunda bir sahile sahip olan araştırma sahasında çakıllı taşların oluşturduğu plajlar hâkimdir. Çamgölü ve Yakakent arasında iyi bir gelişme göstermektedir. Burada ölü falezlerin önünde batıdan doğuya doğru genişleyerek devam eden plaj sahası bulunmaktadır (Fotoğraf 1). Yakakent'in doğusunda ise çakıllı plajlar yerini aşamalı olarak çakıllı kumlu plajlara ve tamamen kumlu plajlara bırakmaktadır (Yıldırım, 2018, s. 8).



Fotoğraf 1. Yakakent'in Batısında Yer Alan Çakıllı Plajlar.

Araştırma sahası 13 kırsal ve 4 merkez olmak üzere toplam 17 mahalleden oluşmaktadır. Nüfusu giderek azalmakla birlikte son adrese dayalı sayımda nispeten artış göstermiştir (Tablo 1). Nüfusu daha çok ilçe merkezindeki mahallelerinde yoğunlaşmaktadır. Yaklaşık % 60'ı ilçe merkezinde yaşamaktadır. Saha, kırsal alanlardaki iş ve imkânların yetersizliği nedeniyle özellikle Türkiye'nin batısına göç vermektedir.

Tablo 1. Yakakent İlçesinin Yıllara Göre Nüfusu.

YILLAR	ŞEHİR	BELDE/KÖY	TOPLAM
1990	3.914	6.706	10.620
2000	4.707	5.925	10.632
2007	4.835	4.686	9.521
2008	5.102	4.593	9.695
2009	5.141	4.419	9.560
2010	5.142	4.283	9.425
2011	5.059	4.134	9.193
2012	5.137	3.925	9.062
2013	9.074	-	9.074
2014	8.934	-	8.934
2015	8.672	-	8.672
2016	8.624	-	8.624
2017	8.572	-	8.572
2018	8.864	-	8.864

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

Yakakent kuruluşundan bu zamana kadar balıkçılıkla geçimini sağlayan bir balıkçı yerleşmesidir. Nüfusunun yaklaşık üçte biri geçimini avcılık, ticaret ve balık fabrikalarında çalışarak balıkçılık sektöründen sağlamaktadır. Son yıllarda yerel yönetimin de teşvik ve desteğiyle turizm sektörüne doğru bir atılım gerçekleştirilmektedir. Doğal ve kültürel faktörlerin zengin olduğu ilçede alternatif turizm faaliyet ve alanları yer almaktadır. Bu özellikleri ile turizm potansiyeli oldukça yüksek bir bölgedir.

Sahada tarımsal faaliyetler de yapılmakla birlikte bu faaliyetler daha çok yerel halkın kendi ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik üretimine dayanmaktadır. Araziler daha çok vasıfsız ve verimsiz arazilerden oluşmaktadır. İlçe toprakları 6. ve 7. Sınıf topraklardan oluşmaktadır.

İlçede önemli bir ekonomik faaliyet kolu da hayvancılıktır. Büyükbaş ve küçükbaş hayvancılığın yapıldığı ilçede manda yetiştiriciliği de yapılmaktadır. Ayrıca kümes hayvancılığı ve arıcılık da yapılan hayvancılık faaliyetleri arasında yerini almaktadır.

4.2. Kültür Coğrafyası, Turizm Coğrafyası ve Müzeler

Coğrafya, insan ve mekân arasındaki ilişkileri inceleyen bir bilim dalıdır. Dolayısıyla insanın içerisinde olduğu her olgu ve olay bir mekânda gerçekleştiğine göre coğrafyanın da konu alanı insanın yaşam alanı olarak nitelendirilebilmektedir.

Coğrafi ve kültürel farklılıklar öteden beri insanların dikkatini çekmekte ve turizmi gündeme getirmektedir. Turizm faaliyetleri mekânı ve yerel kültürü etkilemekte, aynı zamanda kültürden ve mekândan etkilenerek tüm dünyaya yayılan bir hareket olarak önem kazanmaktadır. Fiziki ve beşeri coğrafyayı; turizmin çeşitli yönleriyle (turizm-çevre-kültür ve dağılım ilişkileri) birleştiren turizm coğrafyası beşeri coğrafya içinde kendine önemli bir yer edinmektedir (Emekli, 2006, s. 52).

Kültür, bir milletin tarihi boyunca birikip kendine özgü bir şekil verdiği düşünsel, sanatsal, tarihi, maddi ve manevi duygusal birikimlerin, sembollerin, işaret, gelenek, örf, adet, sosyal yaşantı şeklinde ortaya çıkmasıdır. Bir toplumun meydana getirdiği araç ve gereçler, aletler, evler, mobilyalar, çalgılar ve kitaplar maddi kültür unsurlarını oluşturmaktadır. Maddi kültür unsurlarına medeniyet de denilmektedir. Bir toplumun devamını sağlayan değer, gelenek ve görenekler, inanç ve dini değerler ise manevi kültür unsurlarını oluşturmaktadır (Özey, 2014, s. 12).

Kültür ile coğrafyayı birleştiren kültürel coğrafya, kültür grupları ve toplumun mekânsal işleyişi bakımından ortaya çıkan mekânsal çeşitlilikleri coğrafi bir yaklaşımla ortaya koymaktadır. Dil, din, ekonomi, yönetim ve diğer kültürel olguların bir yerden diğerine değişme ya da aynı kalma yollarının tasvir ve analizi kültürel coğrafyanın inceleme konusudur (Arı, 2005, s. 320).

Kültür coğrafyasında farklı mekânlardaki kültürel motiflerin ortaya çıkarılması ve ziyaretçilere sunulması söz konusudur. Mimari ve dini motifler, giyim kuşam, geleneksel lezzetler, el sanatları ve müzik kültürel coğrafyanın ilgilendiği alanlar arasında yer almaktadır. Daha genel bir ifadeyle turisti yöreye çekebilecek o yöreye ait her türlü kültürel desen, kültür coğrafyasının etkilediği ve etkilendiği alanları oluşturmaktadır.

Dünya üzerinde farklı kültürlerin ortaya çıkması insanları bu kültürleri tanıma ve öğrenmeye sevk etmektedir. Böylece turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Turizm, değişik kültürleri ve mekânları tanımak, eğlenmek, dinlenmek vb. güdülerin tatmini için yapılan seyahat ve konaklamalardır. Turistik çekicilikler için doğal çevre özelliklerine dayalı doğal çekicilikler, insan faaliyetlerine dayalı kültürel çekicilikler, sanatsal olarak yaratılan özel tür çekicilikler olarak bir sınıflandırma yapılabilir. Bu sınıflandırma içerisinde tarihi olaylarında turist çekmede önemli bir yeri olduğu söylenebilmektedir. Nitekim turizmi tarihle coğrafyanın buluştuğu yer olarak tanımlayan N. Johnson (1996) kitle turizminde bu kaynakların pazarlandığını belirtmektedir (Özgüç, 1998, s.18).

Turizmin kaynağını oluşturan doğal varlıkların yanı sıra geçmişten günümüze kadar toplumların meydana getirdiği çeşitli uygarlık ve sanat harikalarının yeryüzünde oluşumunu ve dağılımını sağlayan etkenler turizm, coğrafya ve kültürü birleştirmektedir. Bu nedenle coğrafya-kültür ve turizm ilişkisi oldukça eskiye dayanmaktadır (Emekli, 2006, s. 53).

Turistler, tarihi kaynakları da çekici bulmaktadırlar. Tarihsel kaynaklar, geçmiş medeniyetlerin fiziksel kalıntılarıdır. Bunlar arasında mimari, coğrafya ve arkeolojik özellikler kadar, geçmişten bu yana gelen günlük yaşam için önemi olan unsurlar da yer alırlar. Önemli tarihsel, dini ya da mitolojik olaylar da, bunların meydana geldiği yerler de tamamen ortadan kalkmış olsa da, tarihsel kaynak olarak kabul edilebilirler (Özgüç, 2007, s. 71).

Kültür turizmi, içeriklerine ve gerçekleştirilmelerine göre sınıflandırılmaktadır. Müzelere, sergilere, tarihi yerlere, tiyatro ve görsel sanatlar amaçlı, edebiyat, bilim ve teknoloji merkezlerine yapılan ziyaretler *yüksek kültür unsuru* olarak; filmler, etkinlikler, gelenek ve görenekler birer *halk kültürü* olarak ve dil, din, eğitim, giyim, süsleme ve lehçe ise, bir topluluğa ait *belirgin kültürel unsurlar* olarak ifade edilmektedir (Fagence, 2003, s. 57). Özellikle kültürel ve tarihi unsurların sergilendiği müzeler, hem ekonomik girdi olarak, hem de kültürel kimlik olarak şehirlerin ön önemli tanıtım kalemlerinden biridir.

Müzeler, yüksek ve kurumsallaştırılmış kültür turizmi sınıflandırması içerisinde yer almaktadır (Uygur ve Baykan, 2007, s. 34). Kültürel mirasın korunduğu ve gelecek nesillere aktarıldığı, sergilendiği, eğitim amaçlı kullanıldığı ve halkın ilgisini çeken kurumlardır (Mercin, 2003, s. 12). Bu nedenle müzeler toplumlar için vazgeçilmez yerlerdir. Müzelerin sağladığı avantajlardan dolayı gelişmiş birçok ülke müzelerini önemli bir kaynak olarak kullanmaktadır (Mercin, 2006, s. 152). Müzeler, kültürel sanat eserlerinin pasif toplayıcıları olmalarının dışında, birleştiriciliği özelliği ile kültürlerin aktif koruyucuları olduğu düşünülmektedir (Hein, 1998, s. 11). Günümüz müzeleri; çevreyi gezme, görme ve turizm, eğitim, tarihi mekân ziyaretlerinde, eğlence, hediye satın alma, yeme-içme, akademik ve amatör araştırma, derleme ve kaydetme, sosyal ve toplumsal çalışma, kişisel, politik ve sosyal amaçların gerçekleştirilmesi, materyal ödünç verme, istihdamın yaratılması, bölgesel, ulusal veya uluslararası imaj oluşturma, görsel ve işitsel

kullanımlarda alan çalışması, ürün tanıtımı, beceri ve sanat eğitimi, eğlence ve özel etkinlikler için bir mekân oluşturmaktadırlar. Başka bir ifadeyle müzeler sahip oldukları özellik ve işlevleri ile birçok etkinlik için gerekli mekânsal ihtiyaçları karşılayabilmektedirler (Sezer, 2010, s. 46). Ayrıca geçmişini anlayarak tarihe saygı duyanın ve kaybolan kültürel değerlere önem vermek günümüzde çok önemli bir gerçektir. Gelecek nesillerin bu işlevi daha sağlıklı bir şekilde yerine getirebileceği mekânlar arasında müzeler önde gelmektedir (Şahan; 2005, s. 490).

Tarihi olayların kültür coğrafyası ve turizm coğrafyası açısından değerlendirilmesi ve müze aracılığıyla olayların gelecek nesillere aktarılması, tarihi köprüler kurmak suretiyle geçmişten geleceğe sağlam bir yol açılması genç neslin eğitilmesi açısından da büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmada ülke tarihinde önemli bir olay olan ve Türk ve Japon halklarını birleştiren, batması sonucunda ülkede derin acı ve izleri bulunan Ertuğrul Fırkateyninin günümüzde genç nesillere tanıtılması amacıyla kültürel turizme kazandırılması için yapılması gereken çalışmalar konu edinilmektedir.

4.3. Ertuğrul Fırkateyni ve Hikâyesi

Ertuğrul Fırkateyni, Sultan Abdülaziz zamanında yaptırılmış ve 1863 yılında denize indirilmiştir. 1887 yılında Japonya İmparatoru Komeii 'nin yeğeninin bir savaş gemisiyle İstanbul'u ziyaret etmesinin ardından Japonya'ya bir heyet gönderilerek iade-i ziyaret yapılması düşünülmüş ve II. Abdülhamid zamanında Ertuğrul Fırkateyni Japonya'ya gönderilmiştir. Ertuğrul Fırkateyni, Türk-Japon ilişkilerinin temelini oluşturan uzakdoğu yolculuğuna 61'i subay ve memur, 548'i er ve erbaş olmak üzere 609 kişilik mürettebatıyla 14 Temmuz 1889'da çıkmıştır. İstanbul'dan başlayan yolculuk, Süveys, Port-Said, Cidde, Aden, Bombay, Kolombo, Singapur, Saygon, Hongkong, Nagasaki ve Kobe'den sonra 7 Haziran 1890'da sona ermiştir. Ancak, Japon İmparatoru Meiji'yi ziyaret ettikten sonra, dönüş yolunda Pasifik Okyanusunda Wakayama'ya bağlı Kuşimoto açıklarında 16 Eylül 1890'da saat 21.00 civarında Funakura kayalıklarında yaşanan kaza sonucu gemi batmıştır. Fırkateyn komutanı Tuğamiral Osman Paşa da dâhil olmak üzere 527 (609 kişiden 13'ü kazadan önce koleradan vefat etmiş) denizcimiz şehit olmuş, sadece 69 kişi sağ kurtulabilmiştir (Şahin, 2004, s. 94).

Pek çok zorluklara rağmen Japonya'ya ulaşan Ertuğrul Fırkateyni, dönüş yolculuğuna çıktıktan kısa bir süre sonra batmıştır. Bu olay, Türk-Japon ilişkilerinin sağlam temellere oturmasını sağlamıştır. Kazada şehit olanların denizden çıkarılması, gömülmesi, anıt dikilmesi, yaralılara yardım edilmesi, kurtarılan eşyaların ve yaralıların İstanbul'a gönderilmesi gibi hadiseler iki ülke ilişkilerinin geliştirilmesine vesile olmuştur (Şahin, 2001, s. 31). Günümüzde Türkiye ve Japonya arasındaki iyi ilişkilerin kaynağı olan bu olayın, gerekli yatırım ve tanıtımlar sayesinde kültürel turizme altyapı teşkil edeceği ve ülkemize turist kazandıracığı düşünülmektedir.

4.4. Türkiye, Samsun ve Yakakent'te Turizmin Görünümü

Türkiye'nin kuruluşunda ve tarihinde Samsun şehrinin özel bir yeri bulunmaktadır. Milli mücadelenin ilk adımının atıldığı ve başladığı şehir olarak tarihe geçen Samsun, cumhuriyet öncesinde de tarihi kimliği olan bir şehir olarak karşımıza çıkmaktadır. Denizi, yaylaları, gölleri, ırmakları, şifalı kaplıcaları ve Türkiye'nin en önemli sulak alanlarının başında gelen Kızılırmak Deltası ile turizme çeşitlilik katan Samsun, müzeleri ve öğren yerleri ile de kentin binlerce yıllık geçmişini ve uygarlıkları gözleri önüne sermektedir (Akyol, 2011, s. 901).

Samsun'da turizme ilişkin mevcut durum genel olarak incelendiğinde yabancı turist sayısının az olduğu, gelen turistlerin kalış sürelerinin düşük olduğu, otel doluluk oranlarının düşük olduğu (%35), Samsun'un tanıtımında ve pazarlamasında eksiklikler olduğu, kaynaklarına rağmen

yeterli düzeyde ürün çeşitliliği oluşturulamadığı ve ürünlerin markalaşmadığı göze çarpmaktadır (Samsun Kültür ve Turizm Eylem Planı, 2018, s. 13). Genel olarak bu sorunların ortadan kaldırılmasına yönelik olarak yapılması gerekenler de yine sorunların ortadan kaldırılması adına il genelinde çeşitli kurum ve kuruluşlar ile işbirliği içerisinde olup eylem planları hazırlamaktır. Öncelikle Samsun ilinin turizm potansiyeli ortaya konulduktan sonra alternatif turizm potansiyelinin de belirlenerek şehrin doğal ve kültürel değerleri belirlenmelidir. Bunun içinde Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'nün koordinesinde tüm yerel belediyeler ve ilgili kurum ve kuruluşların içerisinde olacağı bir il turizm planlaması yapılması gerekmektedir.

Samsun turizminin en büyük sorunu olan tanıtım yetersizliği, Samsun turizmi ile ilgili yapılan önceki çalışmalarda da ortaya çıkarılmıştır (Yılmaz ve Şahin, 2009, s. 355). Çalışmada yapılan turizm sorunları ile ilgili turist algılaması anketine göre turistlerin % 56,9'u turistik çekiciliklerin yeterli tanıtımının yapılmadığını, % 29,2'si ise turistik çekiciliklerin yeterli derecede korunmadığını bildirmişlerdir. Bu durumda turistik değerlerin tanıtımının iyi yapılması, turizm sektörünün canlı olmasındaki en önemli etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla Samsun ve ilçelerine ait doğal ve beşeri çekiciliklerin tanıtım planlamasının son derece akılcı ve günümüz reklam koşullarına uygun bir şekilde planlanması gerekmektedir.

Yakakent, turizm potansiyeli oldukça yüksek bir ilçedir. Denizel değerleri, peyzaj güzelliği, kuş gözlemciliği sahaları, sportif olta balıkçılığı, fotoğraf safari, milli park ve konaklama, avlak sahası ve çim kayağı potansiyeli, orman altı florası gezi imkânı, endemik bitkilerin gözlemi, köy pazarları (orman meyvelerinden reçel, marmelat, kurutulmuş meyve satılması), gastronomi gezisi (kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma/gezi günleri ile yöresel yemek tanıtımı ve yedirilmesi), dokusu bozulmamış kırsal mirasları, yaya veya motorlu gezi imkânı, botanik gezisi imkânı, bakir orman gezisi ve atla geziye uygun alanları ile turizm potansiyeli oldukça yüksek bir ilçedir (Yıldırım, 2018, s. 23).

İlçedeki en önemli turizm faaliyeti deniz turizmidir. Çevre ilçe ve illerden gelen turistler, denize girmek için yörenin en temiz sahillerinden olan Yakakent sahillerini tercih etmektedir. Yine Yakakent'in batısı çıkışında bulunan Çamgölü mesire alanı da gününbirlik ziyaretçilerin tercih ettiği doğal alanlardan biridir. İlçe, alternatif turizm alan ve faaliyetleri açısından oldukça zengindir. El değmemiş orman alanları ve tabiatında birçok alternatif sportif turizm faaliyetleri organize etmek mümkündür.

Samsun ve Yakakent'in önemli turizm potansiyeli barındırmasına rağmen turizm istatistikleri incelendiğinde bu potansiyeli karşılayacak bir turist sayısına ve turizm gelinine sahip olmadığı görülmektedir. Sınır kapılarının bağlı olduğu illere ve taşıt araçlarına göre dağılımına göre 2019 Ocak-Haziran döneminde Samsun'a toplam 23.562 kişinin giriş yaptığı görülmektedir ki bu rakam sınır kapılarından ülkeye giren toplam turist sayısının sadece % 0.13'üne tekabül etmektedir. Bu oran Samsun ilinin turizm potansiyeli düşünüldüğünde oldukça azdır.

Türkiye'nin 2001-2018 yılları arası turizm gelirleri ve ülkeye giriş yapan yerli ve yabancı turist sayıları Tablo 2'de gösterilmektedir. 201 yılında 2018 yılına gelindiğinde toplam turist sayısının yaklaşık 3,5 misli arttığı görülmektedir. 2016 ve 2017 yılları haricinde ülkeye gelen turist sayılarında sürekli bir artış görülmektedir. Bu yıllarda özellikle komşu ülkelerdeki iç savaşların şiddetlenmesinin ülkeye gelen turist sayılarındaki düşünün nedeni olduğu düşünülmektedir. Turizme verilen önem ve turizm altyapılarının artması ile turizm tanıtımlarının da yoğun bir şekilde sürmesiyle toplam turist sayısı 45 milyonu aşmıştır. Yine turizm gelirlerinde de 2011 yılına oranla 2018 yılında üç misli bir artış gözlenmektedir. 2018 yılı turizm geliri 30 milyon dolara yaklaşmıştır.

Tablo 2. Türkiye'nin Turizm Geliri ve Turist Sayıları

Yıl	Turizm Geliri 000 \$	Yerli Turist Sayısı	Yabancı Turist Sayısı	Toplam Turist Sayısı
2001	10.450.728	2.173.596	11.276.531	13.450.127
2002	12.420.519	2.292.532	12.921.982	15.214.514
2003	13.854.868	2.600.634	13.701.419	16.302.053
2004	17.076.609	3.059.644	17.202.996	20.262.640
2005	20.322.111	3.601.880	20.522.621	24.124.501
2006	18.593.950	3.872.721	19.275.948	23.148.669
2007	20.942.501	4.197.907	23.017.081	27.214.988
2008	25.415.067	4.548.855	26.431.124	30.979.979
2009	25.064.481	4.658.172	27.347.977	32.006.149
2010	24.930.996	4.517.091	28.510.852	33.027.943
2011	28.115.694	4.826.800	31.324.528	36.151.328
2012	29.007.003	5.121.457	31.342.464	36.463.921
2013	32.308.991	5.954.752	33.827.474	39.226.226
2014	34.305.904	5.564.784	35.850.286	41.415.070
2015	31.464.777	6.025.370	35.592.160	41.617.530
2016	22.107.440	6.099.924	25.265.406	31.365.330
2017	26.283.656	6.540.819	32.079.527	38.620.346
2018	29.512.926	6.676.771	38.951.902	45.628.673

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

2018 yılı verilerine göre ülkelere göre gelen turist sayısında Türkiye dünyada 8. sırada, turizm gelirleri sıralamasında ise dünyada 14. Sırada yere almaktadır. Gelen turist sayısı sıralaması ve turizm geliri sıralamasına göre bir karşılaştırma yapıldığında, turizm gelirin çok daha fazla olması gerekmektedir. Bu fark, turizm potansiyelinin çok fazla olmasına rağmen gerekli tanıtımın yapılmadığını ve turizm geliri açısından gerekli altyapı hizmetlerinin yetersizliğini göstermektedir. 2018 yılında ülkeye gelen 39 milyona yakın yabancı turiste karşılık, ülkede sadece 11.596 tesis ve 1.485.650 yatak sayısı olması bu tesis ve yatak sayısı eksikliğini gözler önüne sermektedir. Yabancı turistlere yönelik uygulanan her şey dâhil gibi uygulamaların da turizm gelirlerinde istenilen seviyenin yakalanamamasında etkili olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle özellikle yabancı turistlere yönelik döviz bıraktıracı hizmet ve uygulamaların artırılması gerekmektedir.

2018 yılında Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin ülkelere göre dağılımına bakıldığında en fazla turist gönderen beş ülke; Rusya (5.964.613 kişi), Almanya (4.512.360 kişi), Bulgaristan (2.386.885 kişi), İngiltere (2.254.871 kişi) ve Gürcistan (2.069.392 kişi)'dir (Turizm İstatistikleri, 2019, s. 3). Ülkeye en fazla turist gönderen ülkelerin başında komşu ülkeler olması doğal bir sonuç olarak değerlendirilebilmektedir. Ancak bu ülkelerin arasına İngiltere ve Almanya gibi nispeten uzak olan ülkelerin de bu sıralamaya girmesi o ülkelerdeki Türk vatandaşlarının tanıtım rolünü üstlenmeleriyle de açıklanabilmektedir. Bu durum iyi bir ülke ve turizm tanıtımının yapılması halinde uzak ülkelere de turist çekilebileceğini ortaya koymaktadır.

Günümüzde, toplumlara ait kültürleri tanıma isteği içinde seyahat eden birçok turist hareketliliği mevcuttur. Turistlerin bu farklı kültürleri görüp tanımak için yaptıkları seyahat ve konaklamalar "kültür turizmi" olarak adlandırılmaktadır. İnsanlar eski medeniyet veya kültürlerin izlerini görme arzusunun yanı sıra farklı kültürleri de tanıyıp, farklarını görmeyi amaç edinmektedirler (Meydan Uygur ve Baykan, 2007, s. 33). Ayrıca kültür, turizm endüstrisinde değerlendirildiğinde birçok açıdan kazanç sağlayabilmektedir. Kültür turizmi: gelir sağlamanın yanı sıra ülkelerin milli değerlerinin korunmasına katkısı olan bir turizm türü olarak tanımlanabilmektedir. Uygarlıkların beşiği olan Anadolu, kültür turizmi kaynakları açısından oldukça zengindir. Fakat Türkiye'ye gelen kültür turistlerinin sayısı ve turizm gelirleri incelendiğinde; bu turizm türünün henüz yeterince gelişemediği görülmektedir. Ancak

sağlayacağı ekonomik ve sosyo-kültürel faydalar düşünüldüğünde öncelikli geliştirilmesi gereken bir turizm türü olduğunun da bilinmesi gerekmektedir (Garda ve Temizel, 2016, s. 94).

Kültürel turizm çok geniş anlamda birçok aktiviteyi içermektedir. Kültürel turizm mirasları kapsadığı gibi, aynı zamanda müzik, tiyatro, dansı da kapsamaktadır (Alaeddinoğlu ve Yıldız, 2019, s. 22). Dünya Turizm Örgütü'ne göre dünya genelindeki tüm turizm tutarlarının % 37'sini kültürel turizm oluşturmaktadır (Leslie, 2001, s. 113). Bu bağlamda yerel yönetimler kültürel turizm gelirlerini artırabilmek amacıyla tarihi mimarileri ve çevrelerini turizme kazandırma ve müzeleştirme gayreti içerisinde girmektedirler.

Kültür kaynakları açısından oldukça zengin olan Türkiye'de kültür turizmine katılan turist sayısı incelendiğinde, gezi, eğlence, sportif ve kültürel amaçlı gelenler başlığı altında elde edilen veriler karşımıza çıkmaktadır (Tablo 3). 2018 yılında Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yaklaşık % 60'ı bu amaçla gelen turistlerden oluşmaktadır. Oldukça yüksek bir oran olarak düşünülse de, bu oranın içerisinde eğlence ve sportif nedenlerle gelen turistleri de unutmamak gerekmektedir. He ne kadar spor, gezi ve eğlence farklı bir başlık olarak görülse de, bu ziyaretlerin içeriğinde kültürel unsurların da bulunacağı dikkate alındığında yine de genel olarak kültürel amaçlı gelen turist sayısı ve oranının yüksek olduğu savunulabilmektedir. 2010 yılından 2018 yılına gelinceye kadar 2016 ve 2017 yılları haricinde sürekli bir artış görülmektedir. 2016 ve 2017 yıllarında komşu ülkeler içerisinde meydana gelen iç karışıklıklar ve savaşlar nedeniyle ciddi oranda azalma gösteren ülkeye gelen turist sayılarının, 2018 yılında normal seyrine döndüğü görülmektedir.

Tablo 3. Türkiye'ye Kültürel Turizm Amacıyla Gelen Turist Sayısı.

Yıllar	Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler için Gelen Yabancı Turist Sayısı	Gelen Yabancı Turist Sayısı	Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler için Gelen Vatandaş Sayısı	Gelen Vatandaş Sayısı	Toplam Gelen Turist Sayısı
2010	16.726.843	28.510.848	721.481	4.517.093	33.027.941
2011	17.850.584	31.324.528	752.079	4.826.799	36.151.327
2012	19.453.393	31.342.464	877.637	5.121.457	36.463.921
2013	20.637.476	33.827.474	1.042.871	5.398.752	39.226.226
2014	22.801.498	35.850.286	1.102.540	5.564.784	41.415.070
2015	22.768.327	35.592.160	1.447.072	6.025.370	41.617.530
2016	13.980.138	25.265.406	1.307.206	6.099.924	31.365.330
2017	17.977.537	32.079.527	1.412.431	6.540.819	38.620.346
2018	23.567.646	38.951.902	1.787.766	6.676.771	45.628.673

Son yıllarda Asya Pasifik Bölgesinin uluslararası seyahat pazarı açısından hızlı bir büyüme eğilimi içerisinde olduğu görülmektedir. Bölgede 2020'de uluslararası turizm pazarından en büyük payı Çin'den sonra Japonya ve Güney Kore'nin alacağı öngörülmektedir (MasterCard Insights, 2014). Japonya ve Güney Kore, Asya Pasifik Bölgesinde ekonomik gelişmişlik bakımından öne çıkan iki ülke konumundadır. Bu iki ülke vatandaşlarının refah seviyelerinin yüksek olması uluslararası seyahat eğilimlerine de yansımakta ve her geçen yıl bu ülkelerden uluslararası seyahatlere katılan kişi sayısı artış göstermektedir. Güçlü ekonomiye sahip Japonya ve Güney Kore ülke vatandaşlarının gelir seviyelerindeki artış ile birlikte gelecekte seyahat eğilimlerinin de artacağı tahmin edilmekte (March, 1997, s. 31), uluslararası turizm pazarında turist üreten önemli pazarlar konumuna ulaşacağı öngörülmektedir (Singh, 2007, s. 97). Bu nedenle uluslararası turizm pazarının iki önemli ülkesinden birisi olarak Japon turistlerin seyahat potansiyellerini Türkiye'ye doğru yönlendirmeye çalışmak son derece önem kazanmaktadır. Hatta Japon turistlerin yanı sıra Güney Koreli turistlerin de ülkeye çekilmesi

ülke turizmi açısından büyük önem arz etmektedir. Çünkü turist çekmek ve çekilen turistin üzerinde iyi bir etki bırakmak, o turistin etki alanı içerisinde bulunan diğer milliyetleri de olumlu etkileyecek, otomatik olarak onları da ülkeye çekecektir.

Emniyet Genel Müdürlüğü kayıtlarına göre Türkiye'ye gelen Japon turist sayıları incelendiğinde yılda yıla dalgalanmalar görülmektedir. Özellikle 2005-2015 yılları arasında ülkemize gelen Japon turist sayısının diğer yıllara göre oldukça fazla olduğu görülmektedir. 2016 yılından itibaren görülen büyük düşüşün ise Orta Doğu ülkelerinde meydana gelen ve Türkiye'yi de etkileyen iç savaşların etkisi olduğu açıkça gözlenebilmektedir. Her ne kadar gelen Japon turistlerin fazlalığından bahsedilse de ülkeye gelen tüm yabancı turistlere göre Japon turistlerin sayısı ve oranının oldukça gerilerde olduğu görülmektedir. Türkiye'ye gelen Japon turistlerin oranı toplam turistlere göre sadece % 5'ten daha azdır (Tablo 4). Elbette bunda Japonya ile Türkiye arasındaki mesafenin uzak oluşu önemli bir etkidir. Ancak gelir düzeyi yüksek Japon turistlerin sınır tanımadan dünya üzerinde yaptıkları turistik geziler dikkate alındığında bu rakamın daha da yukarılara çekilmesi gerekmektedir.

Tablo 4. Türkiye'ye Giriş Yapan Japon Turist Sayıları

Yıllar	Turist Sayısı	Yıllar	Turist Sayısı	Yıllar	Turist Sayısı
2000	89.463	2007	168.852	2014	170.550
2001	87.791	2008	149.731	2015	104.847
2002	94.519	2009	147.641	2016	44.695
2003	67.810	2010	195.404	2017	49.323
2004	64.308	2011	188.312	2018	81.931
2005	116.935	2012	203.592	Toplam Japon Turist	
				2.325.609	
2006	125.755	2013	174.150	Toplam Turist	
				39.488.401	

Kaynak: Emniyet Genel Müdürlüğü

2018 Yılında yapılan bir çalışmada uygulanan anketle Japon ve Güney Koreli turistlerin İstanbul'a geliş amaçları araştırılmıştır. Bu çalışmada 137 katılımcıya anket uygulanmış ve Tablo 5'teki sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre ankete katılan turistlerin büyük çoğunluğu tatil ve kültürel amaçlı olarak İstanbul'a geldiklerini belirtmişlerdir. Bu sonuca göre kültür turizmine önem veren bir turist topluluğu oldukları kanıtlanmış olmaktadır (İbiş ve Batman, 2017, s. 255).

Tablo 5. Japon ve Güney Koreli Turistlerin İstanbul'a Geliş Amaçları

	Japonya	Güney Kore
Tatil	34	82
Kültürel Gezi	28	67
Eğlence	5	15
Sağlık	-	1
Kutsal Yerleri Ziyaret	-	1
Alışveriş	-	5
İş	-	1

Kültürel turizm çekiciliklerinin ve alternatiflerinin artırılması ve iyi bir tanıtım yapılması ile kültürel turizme önem veren milletlerin ülkeye çekilmesi son derece kazançlı bir sonuç verecektir. Özellikle birçok medeniyetin kurulduğu ve dünyayı etkilediği Anadolu yarımadasında kültürel zenginliklerin turizm açısından değerlendirilmesi oldukça önemlidir. Bunun için özellikle kültürel turizme önem veren ve uluslararası seyahat açısından büyük bir potansiyele sahip olan Japon halkının ülkemize çekilebilmesi için iki millet arasında ilk yakınlaşmanın ve tanışmanın başlamasına vesile olan Ertuğrul Fırkateyninin turizme kazandırılması her açıdan Türkiye'ye kazanç sağlayacağı düşünülmektedir.

Dünyada ülkeler arası hatta kıtalar arası turizm etkinliklerine katılan ülkeler sıralamasında önde gelen ülkelerden biri de Japonya'dır. Gelir düzeyi yüksek ülkeler arasında bulunan Japonya, uluslararası düzeyde fazlaca turizm aktivitesine katılan ve turizm harcaması yapan bir ülke olarak görünmektedir. 2019 rakamlarına göre 126 milyon nüfusa sahip olan Japonya'nın her yıl nüfusunun yaklaşık % 14'ü uluslararası seyahate katılmaktadır. 2015 yılında uluslararası seyahate katılan Japon turist sayısı 16.214.000 ve harcaması 23 milyon doların üzerindedir (Tablo 6). Bu oran turizm sektörü açısından büyük bir potansiyel olarak değerlendirilmelidir. 2020 yılında yurtdışına en çok turist gönderecek ülkeler sıralamasında 142 milyon insanla 2. Sırada Japonya'nın gelmesi de Japon turist potansiyelinin ne denli büyük olduğunu gözler önüne sermektedir. Yine dünya turizm istatistiklerinde dünyada en çok ziyaretçi alan ülkeler listesine 2010 yılında 7. Sıradan giren Türkiye'nin 2015 yılında bu listenin 6. Sırasına yükselmesi, Türkiye'nin turizm merkezi olması ve dünya turistlerini çekmesi açısından önemli bir gösterge olarak düşünülmektedir. Ülke genelinde yapılacak turizm altyapısının iyileştirilmesi ve dünya ölçeğinde yapılacak tanıtımlarla mevcut turizm potansiyelinin üst düzeyde karşılık bulması ve turizm gelirlerinin artırılması açısından Türkiye için önemli bir strateji olacaktır.

Tablo 6. Japon Turistlerin Uluslararası Seyahat Sayıları ve Toplam Turizm Harcamaları

Yıl	Uluslararası Seyahat Eden Kişi Sayısı	Uluslararası Turizm Harcaması (\$)	Yıl	Uluslararası Seyahat Eden Kişi Sayısı	Uluslararası Turizm Harcaması (\$)
2006	17.535.000	37.655.000.000	2011	16.994.000	39.760.000.000
2007	17.295.000	37.258.000.000	2012	18.491.000	40.967.000.000
2008	15.987.000	38.971.000.000	2013	17.473.000	32.244.000.000
2009	15.446.000	34.787.000.000	2014	16.903.000	28.609.000.000
2010	16.637.000	39.306.000.000	2015	16.214.000	23.165.000.000

Kaynak: Dünya Bankası verilerinden derlenmiştir.

Samsun, doğal ve kültürel zenginlikleri ile turizm potansiyeli yüksek bir şehirdir. Karadeniz bölgesinin en büyük şehri olarak diğer şehirlere nazaran altyapı ve tesisleşme açısından daha elverişli ve tercih edilebilirliği yüksektir.

Samsun'a gelen turist sayıları incelendiğinde belediye belgeli konaklama tesislerine gelen ve buralarda geceleleyen turist sayısı verileri bir ölçüt olarak değerlendirilebilmektedir. Son üç yıla bakıldığında gelen turist sayılarının kayda değer bir artış gösterdiği görülmektedir. Geceleleyen sayısında ise 2018 yılındaki düşüş dikkati çekmektedir (Tablo 7). Buna göre gelen turistlerin gününbirlikçi olarak şehre geldikleri sonucuna ulaşılabilmektedir. Gelen turistlerin konaklamasının sağlanması ve birkaç günü şehirde geçirmelerinin sağlanması önem arz etmektedir. Zira turizm gelirleri açısından konaklamalı turist ziyaretleri önemlidir. Şehre gelen turistlerin çoğunluğunun yerli turistlerden oluştuğu düşünüldüğünde, 2018 yılında ülkenin içerisinde bulunduğu ekonomik sıkıntıların da etkili olduğunu göz ardı etmemek gerekmektedir. Çünkü ülkedeki gelir düzeyi ve refah seviyesi turizm faaliyetleri üzerinde direkt olarak etkili olmaktadır. Yine şehirdeki turizm tesislerinin yetersizliği de konaklama üzerine olumsuz etki edebilmektedir. Samsun'daki belediye ve bakanlık işletmeli tesis sayısı 2018 yılı itibariyle sadece 61 ve yatak sayısı ise 5195'tir. Gelen turist sayısının toplamda 500 bine yaklaştığı düşünüldüğünde, tesis ve yatak sayılarının son derece yetersiz olduğu ortaya çıkmaktadır. Altyapı ve tesis eksikliği de turistlerin algı ve kabul durumlarını olumsuz olarak etkilemektedir.

Tablo 7. Samsun'da Belediye Belgeli Konaklama Tesislerinde Geliş ve Geceleme Sayısı

Yıl	Tesise Geliş Sayısı/ Yabancı	Tesise Geliş Sayısı/ Vatandaş	Tesise Geliş Sayısı/ Toplam	Geceleme Sayısı/ Yabancı	Geceleme Sayısı/ Vatandaş	Geceleme Sayısı/ Toplam
2016	14.866	218.871	233.737	18.441	325.523	343.964
2017	22.909	301.562	324.471	59.025	457.483	516.508
2018	26.691	315.457	342.148	49.163	442.656	491.819

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

Emniyet Müdürlüğü verilerine göre Yakakent' gelen turist sayıları incelendiğinde ise, son beş yılda 17.992'si Türk ve 363'ü yabancı olmak üzere toplam 18.355 turistin ilçeyi ziyaret ettiği bilgisine ulaşılmıştır. Bu verilerin ilginç olan kısmı, gelen yerli turistlerin 15.043'ü kadın ve 2.949'unun erkeklerden oluşmasıdır. Yine gelen yabancı turistlerin de 272'sinin kadın ve 91'inin erkek turist olduğu dikkati çekmektedir. Başka bir ifade ile yerli turistlerin % 84'ü, yabancı turistlerin ise % 75'i kadınlardan oluşmaktadır (Yıldırım, 2018, s. 217). Yine Emniyet Müdürlüğü verilerine göre 2019 yılının ilk yedi aylık verilerinde ise Yakakent'e 1306 yerli ve 42 yabancı olmak üzere toplam 1348 turist geldiği anlaşılmaktadır. Bu sayılara göre ilçeyi ziyaret edenlerin çok büyük bir kısmının kadın turistlerden oluştuğu görülmektedir. Bu verilerden yola çıkılarak daha çok kadınların katılımıyla gerçekleşen turların ilçeye uğradıkları ve ilçede gününbirlik konakladıkları düşünülmektedir. İlçe merkezinde sahil şeridi ve Çamgölü mesire alanından başka uğrak yer olmaması, ilçeye gelen turist sayısının az olmasına sebep olmaktadır. Ancak yapılacak tesisleşme ve tanıtım ile ilçenin turizm potansiyelinin değerlendirilmesi sonucunda hem yerli hem yabancı turistlerin ilçeyi ziyaret etmeleri ve ilçede geceklemeleri ile Yakakent'in önemli bir turizm şehri olacağı düşünülmektedir.

4.5. Ertuğrul Fırkateyni Müzesi ve Şehitliği

Kültür turizminde turistlere somut kültürel varlıkların sunulması için belirleyici olan mekânlar, müze ve ören yerleridir. Günümüzde kültür turizminde ön planda olan ülkelerdeki müze ve ören yeri ziyaretçi sayıları milyonlarla ifade edilmektedir. Hatta en fazla ziyaret edilen Paris Louvre Müzesi'nin ziyaretçi sayısı 10.2 milyondur.

Tablo 8. Dünya'daki En Çok Ziyaret Edilen Müzeler ve Ziyaretçi Sayıları.

Ülke	Müze	Ziyaretçi Sayısı
Fransa	Louvre Müzesi	10.200.000
Çin	Çin Ulusal Müzesi	8.062.625
ABD	Metropolitan Sanat Müzesi	6.692.900
Vatikan	Vatikan Müzeleri	6.427.280
İngiltere	British Museum	5.906.715
İngiltere	Tate Modern	5.656.000
ABD	Washington Ulusal Sanat Galerisi	5.232.000
İngiltere	National Gallery	5.229.190
Çin	Taipei Ulusal Saray Müzesi	4.435.000
Rusya	Hermitage Müzesi	4.220.000

Kaynak: <https://mymodernmet.com/most-visited-art-museums>

Türkiye' de de bakanlığa bağlı ve özel kişilerce açılmış müze sayısı hızlı bir artış göstermektedir. 2001 yılında 171 olan ülkedeki toplam müze sayısı, 2017 yılına gelindiğinde 438'e yükselmiştir.

Yine 2001 yılında müzelerde sergilenen eser sayısı 2.733.657 iken, 2017 yılında 3.692.915'e çıkmıştır. 2001 yılında ülkedeki müzeleri ziyaret eden kişi sayısı ise 20012 yılında 17.971.247 kişi iken, 2017 yılında 30.661.676 kişiye yükselmiştir. Bu veriler ışığında ülkemizdeki kültür turizmine katılan turist sayısının oldukça büyük bir potansiyel oluşturduğunu ortaya çıkarmaktadır. Tablo 9'daki Türkiye'nin en fazla ziyaret edilen müzelerdeki ziyaretçi sayıları da, müze ziyaretlerinin oldukça yoğun olduğunu göstermektedir.

Tablo 9. Türkiye'deki En Çok Ziyaret Edilen Müzeler ve Ziyaretçi Sayıları.

Şehir	Müze	Ziyaretçi Sayısı
İstanbul	Topkapı Sarayı Müzesi	2.980.450
İstanbul	Ayasofya Müzesi	2.890.873
Konya	Mevlana Müzesi	2.817.386
Denizli	Pamukkale Ören Yeri	2.172.740
İzmir	Efes Ören Yeri	1.543.690
Nevşehir	Göreme Ören Yeri	1.104.217
Çanakkale	Troia Ören Yeri	531.530
Nevşehir	Kaymaklı Yeraltı Şehri	529.904

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

Karadeniz Bölgesi'nin en büyük şehri ve çok çeşitli doğal ve kültürel çekiciliklere sahip olan Samsun, aynı zamanda bir müze şehridir. Barındırdığı merkezde 7 toplamda 14 müzesiyle birçok çeşitli alanda müzeye ev sahipliği yapmaktadır. Samsun merkezinde bulunan Arkeoloji-Etnografya Müzesi, Samsun Gazi Müzesi, Samsun Kent Müzesi, Samsun Panorama Müzesi, Samsun Amazon Köyü Müzesi, Bandırma Vapuru Müzesi, Sadi Tekkesi Kuvay-i Milliye Müzesi ve ilçelerdeki Alaçam Mübadele Müzesi, Bafra Arkeoloji Müzesi, Bafra Tütün Müzesi, Canik Oyuncak Müzesi, Lâdik Eğitim Müzesi, Havza Atatürk Evi Müzesi, Kavak Yaşar Doğu Müzesi, Tekkeköy Arkeoloji Vadisi Müze Evi ve Samsun Cerrahi Aletler Müzesi ziyaretçi kabul etmeye devam etmektedir. 2016 yılında 400 eserin sergilendiği Samsun müzelerini toplam 404.230 kişi ziyaret ederken, 2017 yılında ise Samsun genelinde 412 eserin sergilendiği müzeleri toplam 530.244 kişi ziyaret etmiştir. Müze ziyaretçi sayılarındaki bu artış müzelere olan ilginin de arttığını göstermektedir.

Samsun'daki mevcut müzelerin ziyaretçi sayıları incelendiğinde son yıllara gelindikçe müze ziyaretlerinde oldukça fazla artış olduğu gözlenmektedir. Özellikle eğitimin bir parçası olan müze ziyaretlerinin Samsun genelindeki öğrenci ve okul sayısı düşünüldüğünde fazlaca ziyaret potansiyeli oluşturduğu anlaşılmaktadır. Özellikle son yüzyıldaki önemli olaylardan biri olan Ertuğrul Fırkateyni olayının toplum üzerindeki algı ve etkisi düşünüldüğünde müze ziyareti potansiyelinin oldukça fazla olması beklenmektedir. Yine olayın ülke genelindeki etkisi de düşünüldüğünde gerçek eşya ve malzemelerle donatılacak bir Ertuğrul Fırkateyni müzesinin ülke içerisinde de ilgi göreceği ve farklı şehirlerden müze ziyareti için şehre gelineceği düşünülmektedir. Zira ülke genelinde 2016'da 17.521.316 kişi, 2017'de 20.509.746 kişi ve 2018'de 28.169.615 kişi müze ve ören yeri ziyaretinde bulunmuştur. Hem Türkiye'de hem de Samsun'da müze ziyaretlerinin son yıllarda önemli ölçüde artış gösterdiği görülmektedir.

Tablo 10. Samsun'daki Müzelerin Ziyaretçi Sayıları.

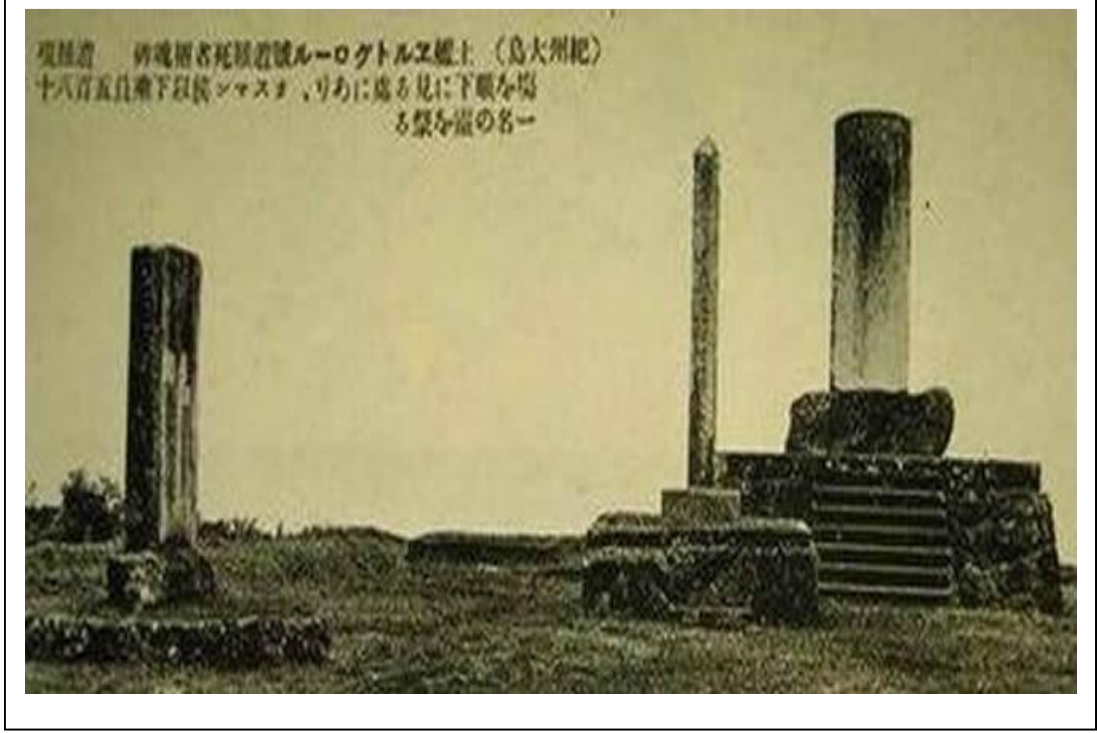
Yıllar	Bandırma Vapuru Müzesi	Samsun Gazi Müzesi	Samsun Bafra Müzesi
2016	430.000	40.597	19.919
2017	450.000	83.216	11.905
2018	500.000	94.928	12.175

Bu verilerden yola çıkıldığında ülke genelinde büyük bir algı ve etkiye sahip olan Ertuğrul Fırkateyninin müze ve şehitliğinin yapılması ile tarihi bilginin artırılması ve aktarılması, milli bilincin yerleştirilmesi adına büyük bir rol oynayacağı düşünülen müzenin aynı zamanda şehre çekeceği turist kitlesiyle şehre büyük bir turizm girdisi sağlayacağı öngörülmektedir.

Yakakent, 1890 yılında Japonya'nın Kushimoto şehri açıklarında batan Ertuğrul Fırkateyni ile özdeşleşen bir şehirdir. Her ne kadar günümüze kadar bu özelliğini değerlendirememiş ve turizm açısından bir katma değer kazandıramamışsa da, bu özelliği ile kültürel turizm açısından büyük bir potansiyeli içerisinde barındırmaktadır.

1963 yılında Japonya'ya giden Türk-Japon Parlamenterler Arası Dostluk Kurumu Başkanı Manisa Senatörü Ferit Alp İskender ile birlikte Kushimoto'yu ziyarete giden Samsun Senatörü Dr. Ferit Tevetoğlu, Kushimoto'yu kendisi gibi balıkçı köyü olan Yakakent'e benzetmiştir. Türkiye'ye döndükten sonra iki senatör, iki balıkçı köyünün kardeş olması için girişimlerde bulunmaya başlamışlar ve 12 Aralık 1963 tarihinde bu iki köyü kardeş köy ilan etmişlerdir. Aynı zamanda ilkokullarda da kardeşlik ilan edilmiştir. 14 Mayıs 1997 tarihinde ise, her iki belde arasında kardeşlik bildirgesi ilan edilmiş ve bu kardeşlik resmiyete kavuşturulmuştur. Günümüzde halen iki kent arasındaki kardeşlik bağları devam etmekte ve belirli zamanlarda çeşitli törenlerle Ertuğrul Fırkateyni şehitleri anılmaktadır. Ertuğrul Fırkateyni şehitleri arasında 35 Samsunlu asker olup bu şehit askerlerin 3 tanesi Yakakent'lidir.

Ertuğrul Fırkateyni şehitleri ile ilgili ilk somut çalışmalar Japonya tarafından yapılmıştır. Kaza sonrasında bulunabilen şehitlerin gömüldükleri yerde ilk şehitlik abidesi dikilmiştir. Üzerine Japonca ve Türkçe olarak Osman Paşanın misyonu ve kazayı anlatan bir metin yazılan Yazılıtaş dikilmiştir. 1929 yılında şehitlik yeniden düzenlenmiş ve yeni bir yazılı taş dikilmesi vesilesiyle bir tören düzenlenmiştir. 1936 yılında gelindiğinde ise, yeni bir şehitlik düzenleme çalışmasının temelleri atılmış, 3 Haziran 1937 tarihinde yeni şehitlik törenle açılmıştır. 14 Aralık 1974 tarihinde ise denizaltından çıkarılan fırkateyne ait parçalar ve şehitlerimize ait özel eşyaların sergilendiği müze hizmete açılmıştır. Bu şekliyle günümüze kadar ulaşan şehitlik 762 m² bir alan üzerinde kuruludur. Şehitliğe kuzeybatı kenarının ortasındaki 1.5 metre yüksekliğinde, solda Türkiye Türkçesi, sağda Japonca "Ertuğrul Şehitliği" ibaresi bulunan iki giriş sütunu arasından girilmektedir. Girişten güneydoğu istikametinde, alanın ortasındaki taş zeminli 20 metrelik bir tören yolunun sonunda, 10 metreye 10 metre ebatlarında kare kaidenin merkezinde kaideyle beraber 12.75 metre yüksekliğinde, tepesi piramit biçiminde bir dikilitaş olan şehitler abidesi yükselmektedir. Abidenin 1.5 metre yükseklikteki kaidesinin merkez kısmında 9 metre karelik bir kare oda biçiminde mezar odası bulunup ön cephesinde demir bir kapı bulunmaktadır. Oda, içeride kubbe tavanlı olup, kubbenin tepe noktasının yüksekliği oda zemininden 2.92 metredir. Oda içinde arka duvara yakın konumda 1 metre yüksekliğinde, eni 1.8 metre, boyu 0.9 metre olan dikdörtgen beyaz mermer bir sembol lahit bulunmaktadır. Esasen abidenin bulunduğu yer, kaza sonrasında bulunabilen ve tam sayı tespiti mümkün olmamakla beraber 212 şehidin naşının Osman Paşa'yı çevreler şeklinde gömüldüğü yerdir ([www.mfa.gov.tr › data › enformasyon › ertugrul-firkateyni](http://www.mfa.gov.tr/data/enformasyon/ertugrul-firkateyni)).



Fotoğraf 2. Ertuğrul Şehitliği ve Anıtının İlk hali (Kushimoto, Japonya).



Fotoğraf 3. Ertuğrul Şehitliğinin Restore Edilmiş Hali (Kushimoto, Japonya).

Müzeler kültür turizminin önemli birer belirleyicisidir. Ancak Türkiye’de uygulanan müzecilik anlayışının kültür turizmine katkısı istenilen düzeyde olmamaktadır. Çünkü kültürel turizmdeki başarı, artan bir şekilde ürünlerin etrafındaki en iyi tasarlanan hikâyelerin ve en iyi

kültürel deneyimleri hangi destinasyonun yaptığına bağlıdır. Yaratıcılığın unsurları, ürün geliştirmek için olduğu kadar artan bir şekilde tüketiciler için de önemlidir. Özellikle son yıllarda tüketiciler değişmeyen –durgun-müze sergilerinden çok interaktif olmayı talep etmiş ve gelecekteki kültürel alandan kendilerine yaratıcılık için daha fazla özgürlük istemişler ve istemektedirler. Müze ve anıtsal yapılar gibi kültürel çekim merkezleri, sadece ziyaretçi değil, aynı zamanda kentsel alanların içine yatırımı çekmede de önemli görevler üstlenmektedirler (Richards, 2001b, s. 11).

Yakakent'in Ertuğrul Fırkateyni ile ilgili tarihi bağlantısından dolayı Kushimoto şehri ile kardeş şehir olması ve Kushimoto'da Ertuğrul Fırkateyni Şehitleri anısına bir şehitlik ve anıt yapılmış olması Yakakent'e tarihi bir görev yüklemektedir. Çünkü Türk askerinin başka bir ülkede şehitliği ve anıtının olması karşısında kendi ülkesinde bir şehitlik ve anıt; hatta tarihin ve anıların yaşatılması ve aktarılması açısından bir müzeye sahip olması önem arz etmektedir. Zira müzeler, tarihin anlatılması, aktarılması ve milli bilincin gençlere verilmesi açısından önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Ayrıca kültürel turizmin bir parçası olan müze, anıt ve şehitlik gibi yapılar, ziyaretçi sayısı bakımından büyük potansiyel oluşturmakta ve turizm gelirlerinin artırılması açısından önemli bir pay sahibi olmaktadır.

Türkiye'de Ertuğrul Fırkateyninin iki tane kardeş kenti ve birkaç şehirde de küçük birer anıtı olmasından başka bir hatırlatıcı unsuru bulunmamaktadır. Türk-Japon dostluk dernekleri ve Ertuğrul Fırkateyninin battığı yerde denizaltı araması yapan dernek faaliyetleri olsa da, çalışmamızda önerilen bir şehitlik ve müze olarak bir çalışma bulunmamaktadır.

Yakakent'in Kushimoto kenti ile olan kardeşliği, iki kentin birbirine benzerliği ve şehit olan askerlerimizden üçünün Yakakentli oluşu, ilçeye Ertuğrul Fırkateyni Müze ve Şehitliği projesinin yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Yakakent, müze ve şehitliğin kurulması açısından son derece elverişli ve önemlidir. İlçenin Samsun-Sinop yolu üzerinde oluşu, zengin doğal ve kültürel çekiciliklere sahip oluşu, en önemlisi de meydana gelen tarihi olay ile kuvvetli bir bağının oluşu müze ve şehitliğin ilçeye yapılması açısından önem arz etmektedir. Müze ve şehitliğin yapılmasından sonra yerli ve yabancı turistlerin ilgi odağı haline geleceği ve özellikle Japon turistlerin ilgisini çekeceği düşünülmektedir. Bu sayede ilçenin kültürel turizm değeri artacak, turizm gelirlerinde büyük bir artış sağlanacaktır. İlçeye müzeyi görmek için gelecek olan turistler sadece müzeyi ziyaret etmekle kalmayıp, diğer çekiciliklerinin de farkına varacaklardır. Bu sayede sadece Yakakent bir turizm değerine sahip olmayacak, Samsun da bir turizm değeri kazanacaktır.

Yapılacak olan müzenin Ertuğrul Fırkateyninin ebatlarında ve aynı görünüme sahip olan bir fırkateyn müze şeklinde yapılması ile daha da fazla ilgi çekeceği düşünülmektedir. Yakakent sahilinde denize dönük bir şekilde bir tarafı batık olarak planlanacak olan müzenin hem öğrenciler hem de yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekeceği öngörülmektedir. Sıradan dört duvar arasında bir müze yerine tarihin yaşadığı bir müzenin planlanması, daha gerçekçi ve etkileyici olacaktır. Müzenin içerisinde şehitlerin listesi, hayat hikâyesi, bir belgesel veya filmin sürekli gösterimde olması, yapılan aramalar sonucunda fırkateynde ulaşılan askerlerin özel eşyaları ve malzemelerin sergilenmesi müzenin içeriği bakımından önemli eserler olacaktır. Hatta müze içerisinde Yakakentli olan 3 şehit askerinin ve Samsunlu olan diğer 32 şehit askerin bilgilerinin yer aldığı bir bölüm planlanması da yerelde halkın ilgisini çekecektir.

Müzenin hemen önüne ise şehitlik ve anıt alanı planlanmalıdır. Anıt üzerinde tarihi olayı kısaca anlatan ve şehitlerin adının yazılacağı bir kitabe konulmalıdır. Talihsiz olayın yaşandığı tarihte her yıl düzenlenecek resmi anma törenleri için uygun bir alan oluşturulmalıdır. Bu şekilde

yapılacak müze ve şehitlik planlaması ve tasarımı, bir taraftan tarihin yaşatılması ve aktarılması açısından önemli bir mekân olarak karşımıza çıkarken, diğer taraftan da turizm faaliyetleri ve çekiciliği açısından da önemli bir turizm getirisi oluşturacaktır. Samsun'un doğu park sahilinde bulunan ve ziyaretçi açısından oldukça fazla sayılara ulaşan Bandırma Gemisi Müzesi günümüzde Samsun'un kültürel turizm duraklarından birini oluştururken, batısındaki Yakakent'te hizmete açılacak olan Ertuğrul Fırkateyni Müzesi ve Şehitliği de aynı ziyaretçi sayısına ulaşarak önemli bir kültürel turizm destinasyon alanı olacaktır. Öyle ki yerel yönetim tarafından coğrafi işaret olması için girişimlere de başlanmalıdır.

Müzenin yapılması için önerilen yer ise belediye binasının arka tarafında bulunan ve günümüzde otopark alanı olarak kullanılan alandır. İmar planında park ve bahçe olarak görülen bu alan, merkeze yakınlığının yanı sıra transit geçiş için bireysel ve tur paketleri dâhilinde turizm faaliyetine katılan turistlerin kolayca uğrayacağı bir alan olarak da karşımıza çıkmaktadır. Büyüklük olarak da hem müze hem şehitlik ve anıtı içine alabilecek ölçüde alana sahiptir. Yerel yönetimin gerekli çalışmaları yaparak bu alanın müze ve şehitlik alanı olarak tahsis edilmesini sağlaması, yer seçimini de kolaylaştıracaktır.

5. SONUÇ

Ülkelerin tarihi süreçlerinde yaşamış oldukları olaylar ve unutulmaması için çaba sarf ettikleri çeşitli başarı veya başarısızlıkla sonuçlanan tarihi eylemler kültürel miras içerisinde kabul edilmekte ve kültürel turizme kazandırılmaya çalışılmaktadır. Kültürel turizm unsurları içerisinde sayılan tarihi olaylar günümüzde turizm açısından değerlendirilmekte ve şehir ve ülkelerin turizm gelirleri içerisinde büyük bir yer tutmaktadır.

Tarihi olayların kültür coğrafyası ve turizm coğrafyası açısından değerlendirilmesi ve müze aracılığıyla olayların gelecek nesillere aktarılması, tarihi köprüler kurmak suretiyle geçmişten geleceğe sağlam bir yol açılması genç neslin eğitilmesi açısından da büyük önem arz etmektedir.

Ülke tarihinde önemli bir olay olan ve Türk ve Japon halklarını birleştiren, batması sonucunda ülkede derin acı ve izleri bulunan Ertuğrul Fırkateyninin günümüzde genç nesillere tanıtılması amacıyla kültürel turizme kazandırılması için yapılması gereken çalışmalar bir an evvel hayata geçirilmelidir.

Ülkelere göre gelen turist sayısında Türkiye dünyada 8. sırada, turizm gelirleri sıralamasında ise dünyada 14. Sırada yere almaktadır. Gelen turist sayısı sıralaması ve turizm geliri sıralamasına göre bir karşılaştırma yapıldığında, turizm gelirin çok daha fazla olması gerekmektedir. Bu fark, turizm potansiyelinin çok fazla olmasına rağmen gerekli tanıtımın yapılmadığını ve turizm geliri açısından gerekli altyapı hizmetlerinin yetersizliğini göstermektedir. 2018 yılında ülkeye gelen 39 milyona yakın yabancı turiste karşılık, ülkede sadece 11.596 tesis ve 1.485.650 yatak sayısı olması bu tesis ve yatak sayısı eksikliğini gözler önüne sermektedir. Yabancı turistlere yönelik uygulanan her şey dâhil gibi uygulamaların da turizm gelirlerinde istenilen seviyenin yakalanamamasında etkili olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle özellikle yabancı turistlere yönelik döviz bıraktırmacı hizmet ve uygulamaların artırılması gerekmektedir.

Kültür kaynakları açısından oldukça zengin olan Türkiye'de kültür turizmine katılan turist sayısı incelendiğinde, gezi, eğlence, sportif ve kültürel amaçlı gelenler başlığı altında elde edilen veriler karşımıza çıkmaktadır. 2018 yılında Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yaklaşık % 60'ı bu amaçla gelen turistlerden oluşmaktadır. Oldukça yüksek bir oran olarak düşünülse de, bu oranın içerisinde eğlence ve sportif nedenlerle gelen turistleri de unutmamak gerekmektedir. Her ne kadar spor, gezi ve eğlence farklı bir başlık olarak görülse de, bu ziyaretlerin içeriğinde

kültürel unsurların da bulunacağı dikkate alındığında yine de genel olarak kültürel amaçlı gelen turist sayısı ve oranının yüksek olduğu düşünülmektedir.

Yakakent kuruluşundan bu zamana kadar balıkçılıkla geçimini sağlayan bir balıkçı şehridir. Nüfusunun yaklaşık üçte biri balıkçılık sektöründen ve balık fabrikalarında çalışarak geçimini sağlamaktadır. Son yıllarda yerel yönetimin de teşvik ve desteğiyle turizm sektörüne doğru bir atılım gerçekleştirilmektedir. Doğal ve kültürel faktörlerin zengin olduğu ilçede alternatif turizm faaliyet ve alanları yer almaktadır.

Turizm potansiyelinin oldukça fazla olduğu Yakakent'in, denizel değerleri, peyzaj güzelliği ve Fotoğraf safari potansiyeli, kuş gözlemciliği sahaları, sportif olta balıkçılığı, milli park ve konaklama potansiyeli, avlak sahası potansiyeli, çim kayağı potansiyeli, orman altı florası gezi imkânı, endemik bitkilerin gözlemi, köy pazarları (orman meyvelerinden reçel, marmelat, kurutulmuş meyve satılması), gastronomi gezisi (kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma/gezi günleri ile yöresel yemek tanıtımı ve yedirilmesi), dokusu bozulmamış kırsal mirasları, yaya gezi imkânı, motorlu gezi imkânı, botanik gezisi imkânı, bakir orman gezisi ve atla geziye uygun alanları ile önemli bir turizm merkez olacağı düşünülmektedir.

Ülke genelinde büyük bir algı ve etkiye sahip olan Ertuğrul Fırkateyninin müze ve şehitliğinin yapılması ile tarihi bilginin artırılması ve aktarılması, milli bilincin yerleştirilmesi adına büyük bir rol oynayacağı düşünülen müzenin aynı zamanda şehre çekeceği turist kitlesiyle şehre büyük bir turizm girdisi sağlayacağı öngörülmektedir.

Yakakent'in Ertuğrul Fırkateyni ile ilgili tarihi bağlantısından dolayı Kushimoto şehri ile kardeş şehir olması ve Kushimoto'da Ertuğrul Fırkateyni Şehitleri anısına bir şehitlik ve anıt yapılmış olması Yakakent'e tarihi bir görev yüklemektedir. Türk askerinin başka bir ülkede şehitliği ve anıtının olması karşısında kendi ülkesinde bir şehitlik ve anıt; hatta tarihin ve anıların yaşatılması ve aktarılması açısından bir müzeye sahip olması önem arz etmektedir. Zira müzeler, tarihin anlatılması, aktarılması ve milli bilincin gençlere verilmesi açısından önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Ayrıca kültürel turizmin bir parçası olan müze, anıt ve şehitlik gibi yapılar, ziyaretçi sayısı bakımından büyük potansiyel oluşturmakta ve turizm gelirlerinin artırılması açısından önemli bir pay sahibi olmaktadır.

Yapılacak olan müzenin Ertuğrul Fırkateyninin ebatlarında ve aynı görünüme sahip olan bir fırkateyn müze şeklinde yapılması ile daha da fazla ilgi çekeceği düşünülmektedir. Yakakent sahilinde denize dönük bir şekilde bir tarafı batık olarak planlanacak olan müzenin hem öğrenciler hem de yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekeceği öngörülmektedir. Sıradan dört duvar arasında bir müze yerine tarihin yaşadığı bir müzenin planlanması, daha gerçekçi ve etkileyici olacaktır.

Müzenin içerisinde şehitlerin listesi, hayat hikâyeleri, bir belgesel veya filmin sürekli gösterimde olması, yapılan aramalar sonucunda fırkateynde ulaşılan askerlerin özel eşyaları ve malzemelerin sergilenmesi müzenin içeriği bakımından önemli eserler olacaktır. Hatta müze içerisinde Yakakentli olan 3 şehit askerinin ve Samsunlu olan diğer 32 şehit askerinin bilgilerinin yer aldığı bir bölüm planlanması da yerelde halkın ilgisini çekecektir.

Müzenin hemen önüne bir şehitlik ve anıt alanı planlanmalıdır. Anıt üzerinde tarihi olayı kısaca anlatan ve şehitlerin adının yazılacağı bir kitabe konulmalıdır. Talihsiz olayın yaşandığı tarihte her yıl düzenlenecek resmi anma törenleri için uygun bir alan oluşturulmalıdır. Bu şekilde yapılacak müze ve şehitlik planlaması ve tasarımı, bir taraftan tarihin yaşatılması ve aktarılması

açısından önemli bir mekân olarak karşımıza çıkarken, diğer taraftan da turizm faaliyetleri ve çekiciliği açısından da önemli bir turizm getirisi oluşturacaktır.

Samsun'un doğu park sahilinde bulunan ve ziyaretçi açısından oldukça fazla sayılara ulaşan Bandırma Gemisi Müzesi günümüzde Samsun'un kültürel turizm duraklarından birini oluştururken, batısındaki Yakakent'te hizmete açılacak olan Ertuğrul Fırkateyni Müzesi ve Şehitliği de aynı ziyaretçi sayısına ulaşarak önemli bir kültürel turizm uğrak yeri olacaktır. Öyle ki yerel yönetim tarafından coğrafi işaret olması için girişimlere de başlanmalıdır.

Yakakent ilçe merkezi, Samsun-Sinop karayolu üzerinde bulunmaktadır. Sinop şehrinin turizm potansiyeli ve şehre gelen turist sayısı düşünüldüğünde, Sinop yolu üzerinde bulunan Yakakent'in tur operatörleri tarafından uğrak yeri olarak belirlenmesi için gerekli çalışma ve tanıtımın yapılması gerekmektedir.

Turizm potansiyelinin değerlendirilmesinin yanı sıra ilçeye yapılacak şehitlik ve müzenin hem direk olarak turist çekeceği hem de güzergâh olarak eklenmesi ile turizm şirketlerinin uğrak yeri olarak Yakakent'e ve Samsun'a hatırı sayılır bir turizm girdisi oluşturması düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyol, C. (2011). Samsun genelinde müze ve ören yerlerinin il turizmine katkısı. *Samsun Sempozyumu 2011, 13-16 Ekim 2011, Samsun, Türkiye*.
- Alaeddinoğlu, F. ve Yıldız, M.Z., (2007). Türkiye'de kültür turizmi ve algılanışı. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 10-15 Eylül 2007, Ankara, Türkiye*.
- Arı, Y. (2005). Amerikan Kültürel Coğrafyasında Peyzaj Kavramı. *Doğu Coğrafya Dergisi, 13(1), 311-340*.
- Desmond Choong ve Yuwva Hedrick-Wong MasterCard Insights (2014). The future of outbound travel in Asia/Pacific (2016 to 2021) Report. Erişim adresi: <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2017/01/Mastercard-Future-of-Outbound-Travel-Report-2016-2021-Asia-Pacific1.pdf>
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi, 15, 51-59*.
- Ertuğrul Şehitliği, Erişim adresi: <http://www.mfa.gov.tr/data/enformasyon/ertugrul-firkateyni.pdf>
- Fagence, M. (2003). *Tourism and local society and culture*. S. Singh, D. J. Timothy And R. K. Dowling (Ed.), *Turism in destination communities* (s.55-78) içinde. Cambridge: Cabi Publishing.
- Garda, B., Temizel, M. (2016). Sürdürülebilir turizm çeşitleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi, 12, 83-103*.
- Gümüşçü, O. (2018). Tarihi coğrafya ve kültürel miras. *Erdem, 75, 99-120*.
- Hein E. G. (1998). *Learning in the museum*. London and New York: Routledge.
- İbiş, S., Batman, O. (2017). Japonya ve Güney Kore'den İstanbul'a gelen turistlerin seyahat motivasyonları ve yeniden ziyaret etme niyeti üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15(2), 246-262*.

-
- March, R. (1997). Diversity in Asian outbound travel industries: A comparison between Indonesia, Thailand, Taiwan, South Korea and Japan, *Int. J. Hospitality Management*, 16(2), 231-238.
- Mercin, L. (2003). Kültür ve sanat değerlerinin yaşatılmasında müzelerin rolü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(6), 106-114.
- Mercin, Levent (2006). *Resim dersini müze kaynaklı oluşturmaya yönelik öğrenme yaklaşımı etkinliklerine göre uygulamanın erişime, kalıcılığa ve tutuma etkisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Meydan Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve kültürel varlıkların üstündeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.
- Nişancı, A. (1989). Orta Karadeniz Bölümünde mevsimlik hava tipleri bakımından önemli devreler. *Coğrafya Araştırmaları Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Coğrafya Bilim ve Uygulama Kolu*, 1(1), 69-84.
- Özey, R. (2014). *Kültürel Coğrafya*. Erzurum: Aktif Yayınları.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm coğrafyası özellikler ve bölgeler*. İstanbul: Çantay Yayınları.
- Özgüç, N. (2007). *Turizm coğrafyası özellikler ve bölgeler*. İstanbul: Çantay Yayınları.
- Richards, G. (2001a). *European cultural attractions: trends and prospects*. UK: CAB International.
- Richards, G. (2001b). *The development of cultural tourism in Europe*, UK: CAB International.
- Sezer, M. S. (2010). *Türkiye turizm sektöründe müze turizminin payının değerlendirilmesi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Singh, A. (2007). Asia Pacific tourism industry: current trends and future outlook, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2(1), 89-99.
- Şahan, M. (2005). Müze ve eğitim. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4, 487-501.
- Şahin, Ş. U. (2001). *Türk Japon İlişkileri (1876-1908)*. T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Şahin, Ş. U. (2004). Ertuğrul Fırkateyni' nin Japonya yolculuğuna dair bir belge. *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 19(1), 93-99.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2019). *Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2018*, Erişim adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/63643,turizmistatistiklerigeneldegerelendirme2018.pdf.pdf?0>
- The top 10 most visited art museums in the world. (2019, 5 Şubat). Erişim adresi: <https://mymodernmet.com/most-visited-art-museums/>
- Uygur, S. M., Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.
- Yıldırım, M. (2018). Yakakent'in turizm potansiyeli, *Studies of the Ottoman Domain*, 8(15), 1-26.
- Yılmaz, A., Şahin, K. (2009). Samsun şehri ve yakın çevresinde turizm ve turist algılaması, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(7), 345-358.
-

SUMMARY

Geography is the science that examines the relationship between human and space. The effect of space on human life manifests itself from settlement to economic activities, from culture to literature. It is known that people are affected by the natural environment, human and economic activities they live in every aspect of their lives.

For geography science, historical geography, which allows deep specialization by revealing the past situation of the researched place and subject, is very important and necessary because it provides spatial point of view for history science. From this point of view, an important issue that can be considered among the aims of the historical geography is related to the cultural tourism bet which focuses on tourism which has gained importance in the world in recent years and especially cultural heritage. The intertwining of space and culture increases the importance of culture for the discipline of geography that puts the focus of space research on. Because culture corresponds to everything that human beings have added to the natural environment and ensures the emergence of cultural landscapes or “cultural geographic views için to be explored for the geography discipline that explores all traces left by human beings in nature wherever people live in nature.

It is known that various concepts such as cultural tourism, cultural tourism, historical tourism and heritage tourism are used in studies related to cultural tourism. In fact, it is difficult to draw a boundary between these concepts, which are all within each other. Natural and cultural heritage is defined as all immovable assets aboveground, underground or underwater related to science, culture, religion and fine arts of prehistoric and historical periods. Heritage and historical resources give birth to cultural tourism.

The events that countries have experienced in their historical processes and the historical actions that have resulted in various successes or failures in which they endeavor to be forgotten are also accepted within the cultural heritage and tried to be brought into cultural tourism. Historical events which are considered as cultural tourism elements are evaluated in terms of tourism today and occupy a big place in tourism revenues of cities and countries.

During the visit of Japan, the frigate of Ertugrul, which came to the end of the Ottoman Empire and ended in a sad manner, was sunk off the city of Kushimoto due to adverse weather conditions, and the fact that 527 Turkish soldiers were martyred was a historical event that should be considered as a cultural heritage and brought to cultural tourism.

Increasing the attractiveness and alternatives of cultural tourism and making a good publicity and attracting the nations that attach importance to cultural tourism to the country will yield a very profitable result. Especially in the Anatolian peninsula where many civilizations are established and influenced the world, it is very important to evaluate the cultural riches in terms of tourism. emphasis on particular cultural tourism for it and to tourism first rapprochement and Ertugrul Frigate of which is conducive to the start of the meeting between the two nations to be having a great potential in terms of international travel taken our country the people of Japan are expected to provide gains in every respect to Turkey.

Japan is one of the leading countries in the world in terms of participating in inter-country and even continent tourism activities. Japan, which is among the countries with high income levels, appears to be a country that participates in a lot of tourism activity and makes tourism expenditures. According to 2019 figures, Japan has a population of 126 million and about 14% of Japan's population travels internationally each year. improvement of tourism infrastructure

in terms of finding money to be made across the country and a high level of current income with the potential for tourism and tourism promotion will be increasing on a global scale will be an important strategy for Turkey.

Samsun is the largest city in the Black Sea Region and has a wide range of natural and cultural attractions. It is also a museum city. The center hosts 7 museums and 14 museums. In 2016, a total of 404,230 people visited the Samsun museums where 400 works were exhibited, while in 2017 a total of 530,244 people visited 412 works throughout Samsun. This increase in the number of museum visitors shows that interest in museums has increased.

The fact that Yakakent is a sister city with the city of Kushimoto because of its historical connection to the Frigate of Ertugrul, and that a martyrdom and monument was built in memory of the martyrs of Ertugrul Frigate in Kushimoto imposes a historical duty on Yakakent. In the face of the martyrdom and monument of the Turkish soldier in another country, a martyrdom and monument in his own country; it is even more important to have a museum for the preservation and transmission of history and memories. Because, museums perform an important function in terms of telling and transferring history and giving national consciousness to young people. In addition, buildings such as museums, monuments and cemeteries, which are a part of cultural tourism, have great potential in terms of the number of visitors and have an important share in increasing tourism revenues.

It is thought that the museum to be built will attract even more attention with the fact that the frigate in the size and shape of the Frigate Ertugrul is a museum. The museum, which will be planned as a shipwreck on the Yakakent coast facing the sea, is expected to attract the interest of both students and local and foreign tourists. It would be more realistic and impressive to plan a museum where history lives instead of a museum between four ordinary walls.