

ORDU ŞEHİRİ ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN TURİSTİK OBJE-KENT KİMLİĞİ İLİŞKİSİ

Şahin KAMBER*

Funda ALTIN**

Özet

Kent olgusundan hareketle, kent kimliği bağlamında tasarlanan turistik objeler kente özgü varlıkların sembolik çıktılarınıdır. Dolayısıyla turistik objeler, ilgili kentin kimliğini doğru bir şekilde yansıtan ürünler olmalıdır. Dünyadaki turistik obje örnekleri incelendiğinde, müzelerde sergilenen eserlerin turistik obje tasarımlarına yaygın olarak ilham kaynağı olduğu ve müze butiklerinde, hediyelik eşya dükkanlarında ziyaretçilere sunulduğu görülmektedir. Kentlerin bilinirliğini sağlayan varlıkların da, turistik/hatıra objeler biçiminde üretildiği tespit edilmiştir.

Türkiye’de de, nitelikli turistik objeler üretmek üzere, Kültür Bakanlığı, belediyeler, ajanslar, sanat galerileri vb. yetkin kurumların çalışmalar yürüttüğü bilinmektedir. Ancak dünya ve Türkiye genelinde kimi kentler, turistik obje-kent kimliği ilişkisi doğru kurgulanmış turistik obje tasarımları sunarken, bazı kentlerdeki turistik objelerin kent kimliğini yansıtmadığı dikkat çekmektedir. Ordu ilinde de ziyaretçilere sunulan turistik objelerin kent kimliğini yeterince yansıtmadığı gözlemlenmiştir.

Bu çalışmanın amacı, Ordu iline özgü, kent kimliğini yansıtan turistik obje tasarımları önerisinde bulunmaktır. Ordu ilindeki mevcut turistik objelerin, kentin tarihsel, kültürel, doğal varlıkları ile kent kimlik ilişkisi içinde olan objeler biçiminde geliştirilmesi ve yenilenmesi gerektiği düşünülmektedir. Ordu ili kültür varlıkları envanterinde bulunan ve turistik obje olarak somut ürünlere dönüşme potansiyeli yüksek varlıklardan üç tanesi bu çalışmada tasarım önerisi olarak değerlendirilmiştir. Bunlar; Kurul Kalesi buluntuları, Yason Burnu ve Rüsumat No: 4 gemisidir. Ordu kenti kültür varlıkları envanterinden seçilen bu varlıkların tasarım önerisi olarak değerlendirilmesinin nedeni, her bir varlığın ilin tanıtımına konu etkinliklerde sürekli gündemde olması ancak henüz somut ürünlere dönüştürülmemiş olmalarıdır. Önerilen özgün turistik obje tasarımları ile Ordu ilinin, ili ziyaret edenler nezdinde ve hatta global düzeyde daha yerinde bir temsil şansı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Turistik Obje, Kent Kimliği, Ordu, Kurul Kalesi, Yason Burnu, Rüsumat No: 4 Gemisi

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Tasarım Bölümü, sahinkamber@gmail.com

** Doç. Dr., Ordu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik ve Cam Bölümü, fundaaltin@yahoo.com

THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISTIC OBJECT AND CITY IDENTITY: BASED ON ORDU CITY EXAMPLE

Abstract

Touristic objects designed as city and city identity products are symbolic outputs of city-specific assets. Therefore, touristic objects have to be products that relevantly reflect the related cities's identity. The researches conducted on main touristic objects in the world revealed that artifacts exhibited in museums are the prevalent sources of inspiration for touristic objects and are offered to visitors in museum boutiques and souvenir shops. It has also been determined that assets, which ensure the cities's recognition, are produced as touristic objects/souvenirs.

It is known that samewise in Turkey, the Ministry of Culture, municipalities, agencies, art galleries and similar authorities are working on producing high quality touristic objects. However, while some cities in the world and in Turkey are able to introduce touristic object designs that fulfil the criteria of city-identity relationship, some are not able to establish it. Likewise, it has been observed that touristic objects offered to visitors in Ordu are not completely able to reflect the city's identity.

The aim of this research is to propose genuine touristic object designs, which represent Ordu's identity. In fact, the present touristic objects in Ordu need to be developed and improved as objects that possess a relevant relationship with the city's historical, cultural, natural assets and its identity.

In this context three of the cultural properties, which are registered in Ordu's culture inventory and that bare strong potentials to be transformed into concrete products, have been evaluated as design suggestions. These are; Kurul Castle findings, Yason Cape and Church, and Rüşumat No: 4 Ship. These three assets are chosen from Ordu's culture inventory and proposed as designs, since each of the assets remain recently on the city's promotion events agenda, however none of them are converted into concrete products yet. It has been concluded that proposing authentic touristic object designs for Ordu will give the city a better representation chance both in the eye of people visiting it and eventually at a global level.

Keywords: Touristic Object, City Identity, Ordu, Kurul Castle, Yason Cape, Rüşumat No: 4 Ship.

Giriş

Bu çalışmada, dünyanın ve Türkiye'nin gelişmiş turizm kentleri ile Ordu ilinde bulunan turistik objeler, kent-kimlik ilişkisi bağlamında analiz edilerek, Ordu kent kimliği ile bütünleşmiş objeler üretilmesi için tasarım önerileri sunulmaktadır.

Turistik objeler, turizm endüstrisi içinde gelir elde etmek ve bir ili/ülkeyi ziyaretçiler nezdinde temsil etmek üzere tasarlanan ürünlerdir. Dolayısıyla turistik objenin, kent kimliğini yansıtan, özgün anlam ve özellikler taşıyan ürünler olması sağlanmalıdır. "*Kentsel kimlik, sadece ayrımsanabilir ve anımsanabilir biçimsel özelliklerle değil, bireylerin kente yüklediği anlamla oluşur*" (Oktay, 2011, s.10). Bu anlamı görsel bir temsile dönüştürmek için de turistik objeler kullanılabilir. Bunun için de hediyelik eşyanın, değeri yüksek ürünler biçiminde tasarlanması gerektiği düşünülmektedir. Evrensel ölçekte turizm faaliyetleri ile anılan ve bilinirliği olan kentlerin turistik obje kent kimlik

ilişkisinin sağlandığı tasarımlara konu örnekler; müzelerde, sanat galerilerinde, hediyelik obje satışı yapılan mağazalarda vb. ortamlarda rastlanabilmektedir. Ülkemizde, turistik obje tasarımına katkı sunan, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü (DÖSİM), Geleneksel El Sanatları ve Mağazalar Müdürlüğü (GES), İstanbul Belediyesi, Hediye İstanbul ve özel müzeler gibi kuruluşlar bulunmaktadır. Kılıç (2018, s. 247-254), makalesinde şöyle ifade etmiştir: “Günümüzde turistik eşya olarak değerlendirilen objelerin, toplum kültüründe negatife yakın bir algı boyutu bulunmaktadır. Oysa bu objeler bir ülkenin tanıtımında ve ekonomik girdi olarak da oldukça önemlidir. Negatif olan bu algının yeniden bir başka bakış açısıyla düzeltilmesi ve yeni bir anlayışa taşınması gereklidir”. Mevcut objeler incelendiğinde turistik obje, kent kimliği ilişkisi bağlamında kentleri temsil etmesi beklenen turistik objenin, bazı kentler için kimlik algısını negatif yönde etkileyen ürünler olduğu da görülmektedir.

Ordu ilindeki mevcut turistik objeler incelendiğinde kentte, kültürel ve tarihi varlıkları sergilemek için yeterli müze ve dolayısıyla yeterli müze mağazası bulunmadığı görülmüştür. Hediyelik objeler genel olarak turistik alanlarda bulunan el sanatları pazarları ve hediyelik eşya mağazalarında sergilenip satılmaktadır. El sanatları pazarlarında genellikle kente özgü geleneksel el sanatları ürünlerinin üretilip satılması beklenirken, fabrikasyon seri üretim, kent ve ülke dışında üretilmiş tasarım disiplini ilkeleri ile uyumlu olmayan ürünlerin satıldığı gözlemlenmiştir. Hediyelik eşya mağazalarında da benzer bir durum gözlemlenmiş olup, ayrıca bölgede bulunan diğer illerde de aynı ürünlerin satıldığı görülmüştür. Oysa kentte, belediyeler ve valilik tarafından farklı zamanlarda kültür varlıkları envanterleri hazırlanmış ve varlıklar kayıt altına alınmıştır. Kentin zengin tarihi, kültürel ve doğal potansiyeline rağmen fındık, mısır, folklorik kıyafetler, takı vb. kent ve kent kimliği ilişkisi kurulamamış Ordu iline özgü olmayan ürünlerin satıldığı tespit edilmiştir.

Ordu ili kültür varlıkları envanterinde yer alan ve turistik obje olarak ürünlere dönüşme potansiyeli olan varlıklardan; Kurul Kalesi buluntuları, Yason Burnu ve Kilisesi ve Rüşumat No: 4 gemisi ise ilin tanıtımına konu etkinliklerde sürekli gündemdedir. Kurul kalesinde bulunan eserlerden Kibebe (Ana Tanrıça) heykeli Karadeniz bölgesinde bulunan ilk Kibebe heykelidir. Bu heykelin Ordu Kibebe teması ile ürüne dönüştürülmesi gerektiği düşünülmektedir. Modern Türkiye'nin kuruluşunda verilen savaşta cephaneye taşıyan Rüşumat No: 4 gemisi dünyada batırıldıktan sonra yüzdürülen ilk ve tek gemidir. Bu geminin, “Ordu'nun Batmayan Gemisi” teması ile ürüne dönüştürülerek kentin özgün kimliğinin bir parçası olması mümkündür. Diğer yandan, Yason Burnu ve Kilisesi, Karadeniz bölgesinde deniz kenarında bulunan tek kilisedir ve tüm dünyada bilinen Altınpost efsanesinde anılan bölgedir. Bu bölge ve yapı da, görsel anlamda zengin tasarım öğelerine sahiptir.

Bu varlıklar, kentin bilinir kılınması için özgün obje tasarımına uygun olması bakımından seçilmiştir. Tasarımı önerilen varlıkların, tasarım ve sanat disiplinleri ile yorumlanması sonucu elde edilecek ürünler, hediyelik objelere karşı var olan negatif tutumun dönüşmesini sağlarken Ordu'nun kent kimliği ile uyumlu ürünler de tasarlanmış olacaktır.

Bu çalışmanın hazırlanması aşamasında, ulusal ve uluslararası literatürün yanısıra, resmi kurum ve müze internet ağları taranmış, Ordu Valiliği ve Belediyesi'nin hazırlanmış olduğu envanterler incelenmiş ve bölgede alan taraması çalışmaları yapılmıştır.

1. Turizm ve Turistik Objeye Kavramları

“Turizm”, tarihi, doğal, kültürel ve ekonomik varlıkların, turist adıyla anılan tüketicilere sunulmak üzere soyut-somut ürünler olarak üretilmesi ve tüketilmesi sürecindeki eylemler bütünüdür. Sözlük anlamıyla ‘turizm’, bir yerin tarihi ve doğal güzelliklerini görmek, tanımak, eğlenmek ve dinlenmek

için yapılan gezidir (Kılıç, 2018 s. 248). Bir üretim faaliyeti olarak turizm, kentlerin ve dolayısıyla ülkelerin ekonomik büyümesine katkı sağlar. Bu bağlamda turistik ürünlerin geliştirilmesi de bu ekonomik büyümeyi sürekli kılar. Turistik objeler, ziyaret edilen yere ilginin sürekliliğini ve bağ kurmayı sağlamanın yanı sıra, ekonomik ve kültürel büyümeye olanak sağlarlar.

Ülkelerin ekonomik gelişmesini sağlayan araçlardan biri, turizm endüstrisi içinde yüksek oranda ekonomik girdi sağlayan hediyeleşik eşya olarak da anılan turistik objelerdir. Turistik obje kavramına turizm disiplini perspektifinden bakıldığında, literatürde daha çok turizm endüstrisinden sağlanan gelir ve turistik objenin diğer bir ifadesi olan hediyeleşik eşyanın bu gelir içindeki payı üzerinde durulduğu görülmektedir. 2016-17 TÜİK¹ verilerine (Tablo:1) göre turistik eşya harcaması, turizm faaliyetlerindeki paket tur ve konaklama harcamalarından sonra üçüncü sırada gelmektedir.

Faaliyetlerine Göre Turistlerin Harcama Türü	Yıllar	Gelir (Bin \$)
1. (Paket Tur, Ulaşım + Yeme - İçme, Etkinlik Vb. (Herşey Dahil))	2016	3.402.863,00
	2017	4.355.011,00
2. (Konaklama)	2016	2.507.120,00
	2017	3.084.004,00
3. (Hediyeleşik Eşya)	2016	1.024.129,00
	2017	1.266.202,00

Tablo 1: Turistik Harcamalar

Turizm endüstrisi içinde tüketim nesnesi olarak sunulan hediyeleşik eşyalar, kentin varlıklarının doğru bir şekilde irdelenerek tasarımıyla harmanlanmasıyla, göstergesel anlamlar da taşıyan kent kimliği ile bütünleşik değerli sanatsal objeler haline getirilebilir. Bağlı'nın (2001) belirttiği gibi, "*Kitle iletişim araçları ve reklamlar aracılığıyla oluşturulan küresel bir sosyal ve kültürel sistemin içinde, bütün ürünlerin göstergeler olarak algılandığı bir bağlam oluşmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin ürünlere sahip olmak yoluyla, aslında bu göstergesel anlamları tükettikleri toplumsal bir durum gerçekleşir*". Turistik objelerin, kent kimliği ile bütünlük sağlaması için tasarım disiplininin kullanılması durumunda, çıktı olarak katma değeri yüksek, değerli ürünler geliştirmek mümkündür. Katma değer ifadesi genellikle ekonomik katkısı çok boyutlu olan ürünler için kullanılan bir kavramdır. Turistik objelerin salt ekonomik girdi sağlayan nesnelere olarak algılanmasının ötesinde soyut anlamlar da taşıyan, daha değerli ürünler olarak geliştirilmesi ancak sanatsal perspektif ve tasarım disiplini ile sağlanabilir.

2. Kent ve Kent Kimliği Kavramları

Literatürde kent ile şehir tanımları arasında farklılıklar olduğu görülmekle birlikte Türk Dil Kurumu'na göre 'kent', Farsça şehir sözcüğünün Türkçe'deki karşılığıdır (Tdk Sözlük, 2017). Kent kavramı tarihsel süreç içinde farklı anlamlar ile anılmış dinamik bir kavramdır. Günümüzde nüfus büyüklüğü, nüfus yoğunluğu, ekonomik faaliyetler vb. ölçütler kullanılarak kent tanımları yapılmaktadır (Topal, 2004, s. 276). İnsanların bir arada yaşamaları toplumsal bir gerekliliktir. Bu gerekliliğin pratiği olarak yerleşim alanları ve bu yerleşim alanlarından biri olan kent oluşmuştur. Kent kavramı sadece fiziki bir mekân ve nüfus tanımı olmanın ötesinde bir anlama sahiptir (Hayta, 2016, s. 166). Kent kavramının tanımını yapan araştırmalar farklı disiplinlerde kuramsal düzeyde yürütülmektedir. Bu nedenle kent, çok boyutlu bir çalışma alanı olup, kent kavramını tek bir tanımla açıklamak mümkün değildir. Yapılan tanımlamaların ortak niteliği, tarım dışı üretim araçları ile üretimin yapıldığı yer anlamında birleşmektedir.

¹ Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr; Erişim: 01.02.2018

Günümüzde küreselleşme olgusuna paralel olarak, kentlerde yerel ve bölgesel farklılıklar azalmıştır. Bunun sonucu olarak özgün olmayan, birbirine benzeyen kentler oluşmaya başlamıştır. Oysa kent kimliği, bir kentin diğer kentlerden farklılaşmasını sağlayan özellikler bütünüdür. Somut ve somut olmayan öğeler bütünü olan kent kimliğini ise bir kentin doğal, tarihi, kültürel birikim ve varlıkları ile bunlara konu kabuller, yargılar, hatta ön yargılar oluşturur. (Markoç, 2014, s. 3)

2.1. Kent Kimliği Bağlamında İncelenen Mevcut Turistik Objeler

Turistik alan olarak anılan dünyanın farklı kentlerindeki müzeler ve hediyeelik eşya satışı yapılan mağazalar, turistik obje olarak nitelenen ürünlerin bulunduğu yerlerdir. Müzelerde sergilenen eserlerden, kentlerde yaşamış ünlü sanatçılardan, Malezya Kuching² örneğinde olduğu gibi kent ile özdeşleşmiş hayvan, nesne ve benzerlerinden esinlenilerek turistik objeler tasarlanmıştır. Müzeler ve sergilenen eserler müzenin bulunduğu kentin kimliğinin bir parçasıdır. Örneğin turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği Fransa'nın Paris kentindeki Louvre, Lüksemburg ve Rodin müzelerinde sergilenen, eserlerden esinlenilerek objeler üretilmiştir. (Resim 1-4)



Resim 1: Paris, Louvre Müze Mağazası, Semadirek³ Zaferi Heykelcikleri



Resim 2: Paris, Louvre Müze Mağazası, Aşk ve Ruh Heykeli

2 Malezya'nın Kuching şehrinin isminin kelime anlamı, Malay dilinde "kedi" demektir. Kentte, kedilerle ilgili çok katmanlı bir seçki sunan bir kedi müzesi bulunmakta ve bu müze, şehrin en yoğun turist çeken cazibeleri arasında yer almaktadır

3 Kanatlı Zafer Heykeli, Yunan mitolojisi zafer tanrıçası Nike'nin MÖ 3. yüzyıldan kalma mermer heykeldir. Semadirek Kanatlı Zaferi veya Semadirekli Nike olarak anılan heykel 1884 yılından beri Paris'teki Louvre Müzesi'nde sergilenmektedir



Louvre Müze Mağazası,
Mona Lisa Temalı Rubik
Küp



Lüksemburg Müze Mağazası,
Mucha Sonbahar Temalı Pazıl



Rodin Müze Mağazası,
Öpücük Heykeli



Rodin Müze Mağazası,
Camille Claudel Pirinç
Kolye

Resim 3: Paris Müze Mağazalarında Bulunan Objeler



Lüksemburg Müze Mağazası



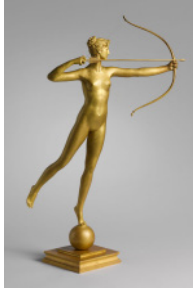
Rodin Müze Mağazası



Louvre Müze Mağazası

Resim 4: Paris'teki Lüksemburg, Rodin ve Louvre Müze Mağazalarının Genel Görünümleri

Paris'in kent kimliğinin birer parçası olan; Eyfel kulesi, müzelerdeki eserler, yiyecek içecekler, sanatçılar, kiliseler vb. kültürel varlıkların turistik obje tasarımlarında kullanıldığı görülmektedir. Benzer bir şekilde, dünyanın ekonomi ve ticaret merkezlerinden biri olan Newyork kentindeki Metropolitan Sanat Müzesinde sergilenen eserlerden esinlenerek de turistik obje üretimi gerçekleştirilmiştir (Resim 5).



Augustus Saint-Gaudens: Diana
Heykeli



Van Gogh Irises Çay Demlikli
Kapaklı Kupa



Giambologna: Medici Yürüyüşü At
Heykeli

Resim 5: Newyork Metropolitan Sanat Müzesi Mağazasından Bazı Örnekler

Aynı şekilde, dünyanın en büyük turizm fuarına ev sahipliği de yapan Almanya'nın Berlin kentinde bulunan Berlin Bode Müzesi'ndeki eserlerden esinlenilerek ve kentin simgeleri olan varlıklar kullanılarak objeler üretilmiştir (Resim 6-7).



Takı Kutusu



Bizans Haçı Kolye



Kağıt Ağırlığı

Resim 6: Berlin Bode Müzesi⁴ Mağazasında Bulunan Objeler



Tanrıça Bastet'in⁵ Heykeliği



Brandenburg Kapısı Temalı Objeye⁶



Ampelmännchen⁷ Temalı Dekoratif Objeye

Resim 7: Berlin Kentinin Simgeleri Olan Varlıklar Kullanılarak Üretilen Objeler

Dünyada en çok turist çeken şehirlerden biri Londra'dır. Londra'da bulunan British Museum'da sergilenen eserlerden ilham alınarak turistik objeler üretilmiştir. Londra'nın kent kimliğinin birer parçası olan; siyah taksi, çift katlı otobüs, telefon kulübesi vb. kültürel varlıklar da turistik obje tasarımlarında kullanılmaktadır (Resim 8).



Muzaffer Sporcu Heykeli
Kopyası



Londra Fincanı



Kentin Sembolü Haline Gelmiş Objeler

Resim 8: İngiltere British Museum Müze Mağazasındaki Objeler

Elbette geçen zamanla birlikte kentlerin kimliği değişmektedir. Tarih değişirse de kentlerde yaşayan insanların profilleri, beklentileri, algıları ve ihtiyaçları çeşitlenmekte, kısacası, şehrin ve çağın dinamikleri farklılaşmaktadır. Bu dinamik ortamlarda üretilen turistik objelerin de, ilham kaynağı çok fazla değişirse de, tasarım anlamında yeniden ele alınmaları gerektiği bir gerçektir. Diğer satış platformlarının olduğu gibi, turistik objeleri satışa sunan mağaza ve kurumların da yeni tasarım ve ürünlere ihtiyacı her zaman olacaktır. Başka bir deyişle, popüler kültür, şehrin tarihi ve gelişen şehir kimliği bilinciyle, ürünler sürekli güncellenmelidir. Ayrıca, Ordu Kurul Kalesi'nde, Urfa Göbekli Tepe'de veya hatta Katalan-İspanyol kültürlerinin irdelendiği Barcelona'da olduğu

⁴ Bode Müzesi, Almanya'nın başkenti Berlin'de Müzeler Adası'nda bulunur

⁵ Mısır mitolojisine göre sonradan kediye dönüşen Bastet, tanrılar tanrısı Ra'nın kızıdır

⁶ Brandenburg Kapısı Almanya'nın Berlin şehrinin ana sembollerinden biridir

⁷ Alman Demokratik Cumhuriyeti'nde yaya geçitlerindeki trafik ışıklarında kullanılan sembolik bir insan figürü

gibi, yeni araştırma ve kazılar, bir şehirle ilgili sembol ve kültürel varlıkların dinamik olduğunu ispatlamaktadır. Bu anlamda sadece ülkemizde değil, müzecilik ve kültür anlamında çok eski ve sağlam temellere sahip Avrupa kentlerinde bile temposunu hiç kaybetmeyen bir kent-kimlik-tasarım uğraşı olduğu görülmektedir. (Marine-Roig, 2011, s. 175)

Turistik objelerin sadece müze mağazalarında satılmadığı ise bilinen bir gerçektir. Çalışmanın başında da belirtildiği gibi, turistik/hediyelik eşyalar aynı zamanda özel kişilere ait dükkanlarda, sokak tezgahlarında, tasarım mağazalarında ve çevrimiçi hizmet veren firmalar aracılığıyla da satılmaktadır. Hangi ürünlerin satışa sunulacağına karar ise ilgili işletmenin sahibine aittir. Bu açıdan bakıldığında, kenti ve daha geniş anlamda bir kültürü, ‘yabancılara’ tanıtan kişiler, kent kimliğini hangi objeler ile temsil edeceklerine kendileri karar vermektedir. Pek çok ülkede bu ticari işletmelerde ürünlerin seçimini yapan bölüm temsilcilerine, turist profili, kent kimliği, global-lokal algılar, özgünlük, kimlik, kültürel miras, sosyal-kültürel-ekonomik yapı gibi konularda eğitim verilmesi uzun süredir gündemdedir ve gerçekleştirilmektedir de. (Cave&Jolliffe, 2013, s. 106-114)

2.2. Kent Kimliği Bağlamında Türkiye’de İncelenen Turistik Objeler

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Müdürlüğüne geleneksel el sanatlarının araştırılması, geliştirilmesi ve üretiminin desteklenmesi için Geleneksel El Sanatları ve Mağazalar Müdürlüğü (GES) kurulmuştur. Bu mağazada sergilenen objeler kültürel varlıkların yorumlanması ile üretilmişlerdir (Resim 9).



Ges Cam Objesi



Stilize İdol⁸



Kalyonlu⁹ Sumbül Vazo

Resim 9: GES Hediyelik Objeler

Kültür Bakanlığı’nın geleneksel el sanatları mağazasındaki birçok obje, turistik nitelikte olup, Türkiye’deki birçok kentin kültürel kimlikleri ile ilişkili tasarım ürünleridir.

İstanbul da, tarihi, doğal ve kültürel varlıkları ile turizm faaliyetlerinin yoğun biçimde gerçekleştiği kentlerden biridir. Hediyem İstanbul, İstanbul temalı hediyelik eşya tasarımını, üretimini ve bu ürünlerin pazarlama faaliyetlerini yürütmek amacıyla İstanbul Belediyesi bünyesinde kurulmuştur. Hediyem İstanbul bünyesinde, İstanbul kent kimliği ile ilişkili objeler tasarlanıp geliştirilmektedir (Resim 10).

⁸ Çoktanrılı dinlerde küçük boyutlu tanrı ya da tanrıça heykelciği

⁹ Hem yelken hem de kürekle yol alan, savaş gemilerinin en büyüğü



İstanbul Temalı
Kartvizitlik



İstanbul Şehir Hatları
Gemi Maketi



Fatih Sultan Mehmed
Biblosu



İki Yaka Aşk İstanbul,
Kahve Fincanı

Resim 10: Hediye İstanbul Hediye Objeleri

İstanbul ile ilgili obje tasarımları geliştiren kurumlardan bir diğeri de “İstanbul Modern” sanat müzesidir. İstanbul kent kimliğini yansıtan turistik obje tasarımlarının örneklerine müze mağazasında rastlanmaktadır. (Resim 11).



A3 Baskı “Sirkeci,
1956”



İstanbul Temalı Tişört



İstanbul Kumruları “Panorama”



Bardak Altlığı “Tahtakale,
1966”

Resim 11: İstanbul Modern Müze Mağazası, İstanbul Temalı Objeler

İstanbul'un yanı sıra Ankara da tarihi eserleri ve kültürel varlıkları ile turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği önemli kentlerden biridir. Ankara, Anadolu Medeniyetleri Müzesi içinde bulunan müze mağazasında, müzedeki eserlerden ilham alınarak tasarlanmış turistik objeler bulunmaktadır (Resim 12).



Resim 12: Anadolu Medeniyetleri Müze Mağazası

Ankara'nın bölgesel kalkınması için çalışmalar yürüten Ankara Kalkınma Ajansı da, Ankara temalı ürün tasarım yarışması ile kent kimliğini yansıtan objelerin üretilmesini sağlamıştır (Resim 13).



Ankara Temalı Seramik Takı



Kurabiye Damgası

Resim 13: Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara Temalı Objeler

2. Ordu İlindeki Turistik Objelerden Örnekler

Turistik obje olarak üretilen ürünler, kentlerin bilinirliği ile ilgili olgu ve nesnelere esinlenilerek oluşturulur. Ordu’da hediyelik eşya satışı yapılan yerler incelendiğinde, fındık, mısır, yerel kıyafetler, teleferik gibi kente özgü olduğu izlenimi veren ürünlerin tasarımlarda kullanıldığı görülmektedir (Resim 14-17).



Resim 14: Fındık Toplayan Kadın ve Kemeñçe Çalan Erkek Figürü

Bu ürünlerin tasarımlarında anlam-içerik dengesinin yüzeysel kaldığı gözlemlenmiştir. Ürünlerin özgün olmayan, kent-kimlik ilişkisi doğru kurulamamış ürünler olduğu düşünülmektedir. Resim 14’te sağ baştaki erkek figüründe görülen ‘zıpka¹⁰’nın, tulum görünümünde tasarlanmış olması, özgün yöresel kıyafetler üzerine araştırma yapılmadan üretildiği izlenimini vermektedir. Kemeñçe figürüne Karadeniz bölgesindeki bir çok kentte rastlanmakla birlikte, Ordu ilini yansıtan baskın bir enstrüman olduğu söylenemez. Kemeñçe çalan erkek figürü gerek tasarım, gerekse anlam bakımından Ordu kentini simgeleyen bir obje olmaktan uzaktır denilebilir.

Ordu, Doğu Karadeniz bölgesi iklimine uygun ürünlerden, fındık ve mısırın yetiştirildiği bir ildir. 2018 yılı verilerine göre dünya fındık üretiminin % 62’si Türkiye’de, bu üretimin de % 33’ü ise Ordu ilinde gerçekleştirilmektedir (Toprak Mahsulleri Ofisi [TMO], 2019). Dolayısıyla fındık Ordu kentinin simge tarımsal ürünüdür. Fındık toplayan kadın figürü ve fındık, kenti simgeleyen varlıklardır.

¹⁰ Karadeniz bölgesinin bir kısmında geçmişte halkın giydiği dar paçalı pantolon

Ancak bu simgeler fındık üretilen Giresun, Sakarya, Düzce gibi illerde de kullanılmaktadır. İlgili tasarımların, Ordu iline özgü biçimde yorumlanması gerektiği düşünülmektedir.



Resim 15: Fındık Temalı Magnetler



Resim 16: Mısır ve Serender¹¹ (Serendi) Figürü

Mısır iklim ve arazi yapısı nedeni ile Doğu Karadeniz bölgesinin genelinde, geçmişte çok miktarda üretilen bir ürünken “mısır yetiştirilen alanların işletme yapısı, yetiştirme tekniği ve hibrit¹² mısır kullanılmaması” (Öner, 2017, s. 109) gibi nedenlerle günümüzde mısır üretimi düşüktür. Ayrıca bu ürünün endüstriyel bir ürün haline gelmesi ile ilimizdeki üretimi azalmıştır. Bununla birlikte hibrit tohum kullanılmadan, geleneksel tohum ile üretilen bir ürün olması nedeni ile mısır, kentin değil ancak genel olarak doğal yaşamının simgelerinden biridir. Dolayısıyla günümüzde sadece Ordu

11 Orta ve Doğu Karadeniz bölgesine özgü, kırsal yörelerde görülen mimari bir yapıdır. Yapı, dört direk üzerine oturtulmuş bir tür odadır. Erzak ve tohumu hayvanlardan ve nmeden korumak ve depolamak için kullanılır

12 İki veya daha fazla aynı cins tohumun laboratuvar ortamında saflaştırılması sonucu elde edilmiş, tarım ilaçları ve kimyasal korumaya daha gereksinimli melez tohum

kentini simgeleyen belirleyici bir ürün olduğu söylenemez. Mısır ile birlikte kullanılan “Serender” ise Ordu ilinin özellikle kırsal kesiminde halen rastlanılmakta olan mimarı yapılardan biridir. Bu bakımdan Resim 16’da görülen Serender (Serendi) figürünün daha estetik biçimde geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir.



Resim 17: Teleferik ve Tekne Bileşimi Magnet

Ordu ilinin turistik çekim alanlarından olan teleferik tesisi ise 2011 yılında ilin turizmini geliştirmek amacıyla inşa edilmiştir. Kent merkezinden 9 km uzaklıktaki ve 530 metre yükseklikteki Boztepe’ye 2.700 metrelik teleferik hattı ile ulaşmak mümkündür. Boztepe, Karadeniz bölgesinde, kent içinde bulunan en yüksek tepedir. Bu yüksekliğe teleferikle panoramik kent görüntüsü eşliğinde dört dakikada çıkılabilmektedir. Bu hali ile Karadeniz bölgesindeki diğer illerde rastlanmayan bu özelliğin obje tasarımlarında kullanılmasının yerinde olduğu düşünülmektedir. Fındık, serender, teleferik, Boztepe ilin bilinirliğini sağlayan varlıklardır. Ordu ilindeki mevcut turistik objeler incelendiğinde fındık, mısır, folklorik kıyafetler ve teleferik temalı ürünlerin birleşiminden oluştuğu görülmektedir. Mısır ve kemeçe dışındaki varlıklardan esinlenilerek tasarlanan objelerin tasarım ve kullanılan malzeme bakımından geliştirilmeye ihtiyacı olduğu görülmektedir. Söz konusu mevcut hediyelik objelerin geliştirilmesinin yanı sıra Ordu ilindeki kültürel, doğal ve tarihi varlıklardan esinlenilerek objelerin çeşitlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Ordu ilinde kent kimlik ilişkisi bağlamında, kısıtlı da olsa yenilikçi tasarım çalışmaları gerçekleştirilmiştir. 2011 yılında grafik tasarımcı Buket Mihrinnisa Uygur’un tişört tasarımları, ilin kültürel birikimleri ve tasarım disiplini ile yorumlanarak “Bilmiyordum” temalı tipografik ürünler (Resim 18) geliştirilmiş ancak sürdürülebilirliği sağlanamamıştır. “Bilmiyordum” kelimesi içinde geçen “Ordu” ifadesi tasarımlarda belirginleştirilerek, Ordu kentinin bilinirliği, kente özgü istisna bilgiler ile artırılmaya çalışılmıştır. Tişört tasarımları şeklinde yapılan çalışmalarda, Ordu kentini diğer kentlerden ayırtıran Ordu iline özgü; “İlk köy gazetesinin Ordu’da çıktığını Bilmiyordum”, “Ordu topraklarında 18 çeşit orkide yetiştirildiğini bilmiyordum” ifadeleri ile tipografik tasarımlar geliştirilmiştir.



Resim 18: Grafik Tasarımcı Buket Mhriinnisa Uygur Tarafından Tasarlanan “Bilmiyordum” Temalı Tişörtler¹³

Ordu ilinde kent-kimlik ilişkisi bağlamında, yürütülen çalışmalardan bir diğeri ise 2010 yılında tasarlanan kent logosudur (Resim 19). Ordu Valiliği başta olmak üzere bazı yerel kamu kurumlarının, sivil toplum kuruluşlarının ve inisiyatiflerin etkinlik ve tanıtımlarında kullanılan “Oksijen Yurdu Ordu” temalı logo, bazı hediyelik objelerde de kullanılmıştır. Grafik tasarımcı Uğurcan Ataoğlu¹⁴ tarafından kentin mevcut durumuna gönderme yapılarak “Oksijen Yurdu Ordu” fikri ve kampanyası, *tarihe oksijen*, *çevreye oksijen*, *kültüre oksijen*, *sanata oksijen*, *spora oksijen* vb. değişmeceli anlamlarda kurgulanmıştır. Ancak kampanyanın sürekliliğinin sağlanamaması nedeni ile oksijen metaforunun, ilin havasının diğerkentlerden daha temiz olduğu izlenimi veren “temiz hava” biçiminde bir anlama dönüştüğü görülmüştür.



Resim 19: Oksijen Yurdu Ordu Temalı Logo ve Ordu Kent Haritası

“Dünyada en hızlı büyüyen sektörler içinde yer alan turizm, doğal ve kültürel kaynaklara bağımlıdır”. (Duran, 2011, s. 301) Bu bağımlılık turistik obje tasarımlarının geliştirilmesinde de kendini göstermektedir. Kentlerin kültürel, doğal, tarihi varlıkları obje tasarım ve üretiminde kullanılmaktadır. Bu bağlamda, Ordu iline ait ve turistik obje tasarımında daha önce ele alınmamış olan kültürel ve tarihi varlıklar, bu çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Bu varlıklardan turistik obje olarak tasarlanma potansiyeli olanlarının yeni ürünler biçiminde tasarlanması gerektiği düşünülmektedir.

4. Ordu İlinin Kent Kimlik İlişkisi Kurularak Turistik Obje BiçimindeTasarlanabilir Varlıkları

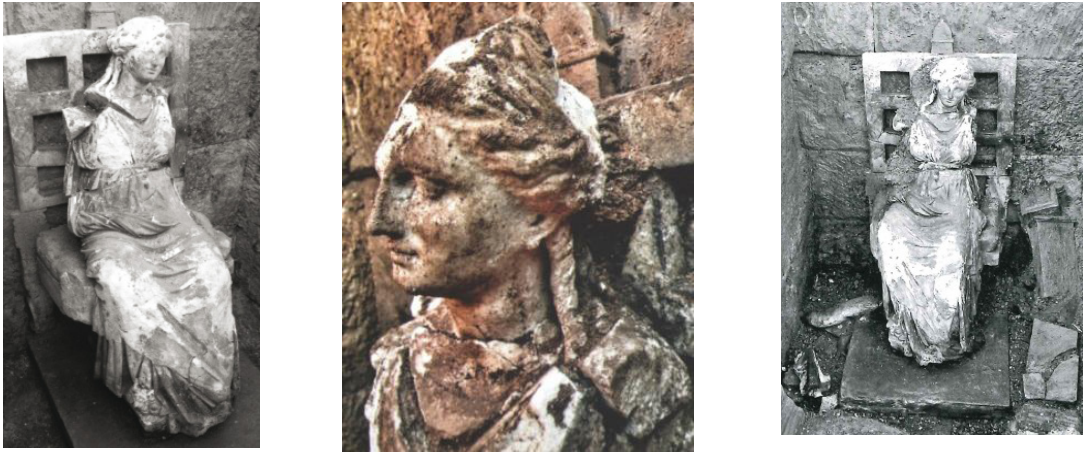
4.1. Kurul Kalesi ve Buluntuları

Yörenin antik dönemine ışık tutan varlıklarından olan Kurul Kalesi, Ordu’ nun doğusunda, il merkezine 13 km mesafedeki Bayadı mahallesi sınırları içerisindeki 1. derece arkeolojik ve doğal sit alanı olarak kabul edilmiş antik bir yerleşim yeridir. Kurul Kalesi kazılarına 2010 yılında başlanmıştır.

¹³ Bu tişört tasarımları, Türkiye Grafik Tasarım Derneği tarafından 2011 yılında en iyi tanıtım tasarımı olarak ödüllendirilmiştir

¹⁴ Mimar Sinan Üniversitesi Grafik Tasarımı Bölümü mezunu olan Uğurcan Ataoğlu, Ordu’lu bir grafik tasarımcı ve yazardır, ayrıca Alâmetifarika Reklam Ajansı’nın kurucusudur

Karadeniz bölgesinde yürütülen en uzun süreli kazı çalışması olmasının yanında, Pontos kralı 6. Mithridates dönemine (MÖ. 120-63) tarihlenen kaleler içerisinde de en uzun kazı yapılan kaledir. Yunan tarihçi ve filozof Strabon'un (MÖ. 63-MS 23) aktarımlarından, VI. Mithradates'in Roma'ya karşı yürüttüğü mücadeleler sırasında Pontos'da 75 adet kale yaptırdığı bilinmektedir. (Durugöl ve Şenyurt, 2017, s. 307) Bu kalelerden Fatsa Cingirt Kalesi, Ünye Kalesi ve Kurul Kalesi Ordu sınırları içinde bulunur. Kurul Kalesi kazıları esnasında 2016 yılında 2150 yıllık ana tanrıça Kibele heykeli bulunmuştur. (Resim 20) Orijinal yerinde ve tahrip olmamış olarak bulunmuş olması nedeniyle arkeolojik bakımdan özellikle önemli olan mermer Kibele heykeli şu an için Karadeniz bölgesinde bulunan ilk ve tek Kibele heykelidir.



Resim 20: Kurul Kalesi Kazılarında Bulunan Mermer Kibele Heykeli

Kazı çalışmalarında 278 adedi sikke olmak üzere yaklaşık 2000 arkeolojik eser gün yüzüne çıkarılmıştır ve kazı çalışmaları halen devam etmektedir.



Sarmaşık Bezemeli Boğa Ritonu¹⁵ Koç, Keçi ve Şarap Tanrısı Dionysos

Dionysos Büstü

Resim 21: Kurul Kalesi Buluntularından Örnekler

Buluntuların, envanter çalışmaları ve arkeolojik analizlerine konu konservasyon çalışmaları sürmektedir. Kurul Kale'sinde bulunan diğer eserlerin de (Resim 21), Ordu kent kimliği ile bütünleştirilerek kente özgün turistik obje tasarımlarında kaynak olarak kullanılması mümkündür.

4.2. Yason Burnu ve Kilisesi

Ordu'nun Perşembe ilçesi Çaytepe mahallesi sınırları içinde bulunan, 1. derece arkeolojik, 2. derece doğal sit alanı olan Yason Burnu ile 1869 yılında inşa edilmiş olan kilisenin bulunduğu alan ilin önemli turistik yerlerinden biridir. (Resim 22) Yason Burnu yarımadası Altınpost¹⁶ efsanesinin

¹⁵ Hayvan başı ya da gövdesi biçiminde yapılmış antik kap

¹⁶ Altın Post, Yunan mitolojisinde zenginliği ve iktidarı sembolize eden postun adıdır

geçtiği yerdir. İskenderiye Kütüphanesi'nde görevli olan Rodoslu Apollonius'un MS 3. yüzyılda yazıya döktüğü, Troya Savaşı öncesi döneme ait Argonautica adlı eserde, İason'un liderliğindeki, sayıları elliyi bulan Argonotlar, altın postu ele geçirip Yunanistan'a getirmek amacıyla, Argo gemisiyle Karadeniz'e açılmışlardır. Argo kelimesi Yunancada "hız" anlamına gelir ve 'uçar gibi' hızla gittiğinden de gemiye bu ad verilmiştir. (Can'dan akt., Emir, 2019, s. 18) Yason Burnu, Argo gemisinin replikası ile bölgenin ziyaret edilmesi gibi etkinliklere (1984) ev sahipliği yapmıştır. (Resim 23) Bu alanda deniz içinde taşlar yontularak yapılmış balık havuzları bulunmaktadır. Ayrıca alan üzerindeki kilise, Karadeniz bölgesinde deniz kenarında bulunan tek kilisedir. Benzer bir kilise Ordu'nun Ünye ilçesinde bulunan Aya Nikola Kilisesi'dir ancak bu kilise tahrip olmuştur. Ordu kent kimliğinin bir parçası olan Yason Burnu alanı, Altınpost Efsanesi özelliği ön plana çıkarılarak turistik obje tasarımlarında kullanılabilir durumdadır.



Resim 22: Yason Burnu ve Kilisesi



Resim 23: Replika Argo Gemisi ile Ordu'yu Ziyaret, Ordu Limanı, 1984

4.3. Rüsumat No: 4 Gemisi

Ordu ilinde bulunan ve turistik obje çalışmalarına kaynaklık edebilecek diğer bir kültürel varlık ise Rüsumat No: 4 gemisidir. Modern Türkiye'nin kurulmasını sağlayan kurtuluş savaşı döneminde, 1921 yılında gerçekleşen Rüsumat No: 4 olayı, dünyada batırıldıktan sonra yüzdürülen tek gemi olması bakımından önemlidir. Kurtuluş savaşında Karadeniz üzerinden cepheye silah sevkiyatı yapılmaktayken Rüsumat No: 4, bu sevkiyatlarda kullanılan gemilerdendir. Rüsumat No: 4 gemisi 15 Ağustos 1921 gecesi Karadenizdeki Batum limanından silah yükü ile yola çıktıktan sonra 17 Ağustos günü Ordu'ya ulaşır. Bu esnada Samsun'dan gelen telgrafta düşman gemilerinin Karadeniz'in doğu ve batı istikametlerinden, Rüsumat No: 4'ü batırmak üzere yola çıktığı bilgisi edinilir.

Rüsumat No: 4'ün ve taşıdığı silahların düşman eline geçmemesi için yükün Ordu'da boşaltılarak saklanmasına karar verilir. Ayrıca geminin de düşman gemilerince ele geçirilmemesi için bir savaş taktiği uygulanır. Gemi, kaptanı yüzbaşı Mahmut (Gökbora) tarafından su aldırılarak küpeştesine kadar batırılır. Suyun yüzeyinde kalan kısmında yangın çıkarılır. Kıyıyı denetlemek üzere yaklaşan düşman filikaları ve gemileri Rüsumat No: 4'ün taktik olarak batırıldığını anlayamazlar ve bölgeden uzaklaşırlar. Tehlike geçtikten sonra geminin suyu boşaltılır ve tekrar yüzdürülür. İndirilen silah yükü tekrar yüklenir ve gemi yola çıkar. Gemiden indirilen silahların taşınarak saklanması, geminin bir savaş taktiği olarak batırılması ve tekrar yüzdürülmesi Ordu ahalisi tarafından tam bir dayanışma içinde gerçekleştirilmiştir. Gemi, "halkın çılgınca alkışları ve «Yaşa» sesleri arasında kırık bir direk ve kopuk bir burunla Trabzon'a yollar" (Mütercimler, 2005, s. 428). Rüsumat No: 4 olayının ve özellikle de batırıldıktan sonra geminin yüzdürülmesinin dünya denizcilik tarihinde örneği yoktur. Söz konusu geminin batırılarak yüzdürüldüğü alana yakın bir yerde anıtı yapılarak 2007 yılında ziyarete açılmıştır. (Dizman, 2008, s. 99) Son yıllarda geminin anısına etkinlikler düzenlenmekte (Resim 24) ve geminin aslına uygun inşaatı için girişimlerde bulunmaktadır.



Resim 24: Rüsumat Gemisi, Etkinlik Afişi

Gemi figürü ve deniz kültürü, dünyanın farklı yerlerinde obje tasarımlarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Örneğin Resim 25'de, Norveç'te tasarlanmış Viking¹⁷ temalı tasarım objeler görülmektedir. Resim 26'da, Sinop kent kimliğiyle bütünleşmiş gemi maketleri görülmektedir. Rüsumat No: 4 gemisinin dünya denizcilik tarihinde tek olan hikâyesi ve gemi figürünün, Ordu kent kimliği ile ilişkilendirilerek turistik obje tasarımlarında kullanılması gerektiği düşünülmektedir.



Resim 25: Viking Gemisi Figürleri

17 8-11. yüzyıllar arasında İskandinav bölgesinde hüküm sürmüş olan bir kavim



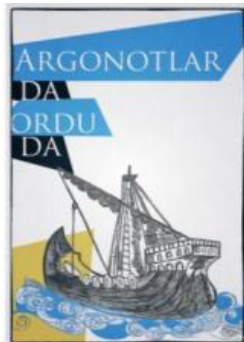
Resim 26: Sinop İline Özgü Turistik Obje Gemi Maketleri

5. Tasarım Önerileri

“Dynosos da Ordu’da” sloganı ile Kurul Kalesi kazılarında 2017 yılında çıkartılan buluntulardan şarap tanrısı Dionysos heykelciği, Photoshop programında siyah zemine yarım görüntü biçiminde yerleştirilmiştir. Kurul kalesinde bulunan ve konservasyon çalışmaları devam eden arkeolojik buluntulardan Dionysos heykelciği grafik tasarımında font olarak arkeolojik eserlerde kullanılan font olan Trajan Pro tercih edilmiştir. Ordu kentinde kullanılan yöresel ağızda eylemlerin ardına eklenen ‘da’ takısı ile Ordu kelimesinin ikinci hecesine gönderme yapılarak fonetik kurgu ile görsel tasarım farklılaştırılarak, kalıntının Ordu’da bulunduğu ifade edilmeye çalışılmıştır. Aynı kurgu, Altınpost efsanesinin yaşandığı Yason Burnu yarımadasının bulunduğu alan ve Rüsumat Gemisi hikayesi için de kullanılmıştır (Resim 27-28). Rüsumat gemisi için yapılan diğer tasarımda Ordu’nun Batmayan Gemisi Rüsumat No: 4 sloganı ile Ordu’da 1921 yılında gerçekleşen olaya gönderme yapılmıştır. Tasarım, Photoshop programında eskitilmiş yazı fontu kullanılarak kurgulanmıştır (Resim 29).



Resim 27: Dionysos da Ordu’da Temalı Grafik Tasarım



Resim 28: Argonotlar da Ordu’da Temalı Grafik Tasarım



Resim 29: Rüsumat da Ordu’da Temalı Grafik Tasarım



Resim 30: Ordu’nun Batmayan Gemisi Temalı Grafik Tasarım

Resim 31’de metin dikdörtgen şekiller içine asimetrik düzende yerleştirilerek tasarıma hareketlilik katılması amaçlanmıştır. Metin üzerine yerleştirilen gemi görseli çizgisel ve sade formda vurgulanmıştır.



Resim 31: Rüsumat da Ordu'da Temalı Tişört

Resim 32'de görülen tişört tasarımlarında canlı ve sıcak renk tonları kullanılarak ürün çeşitliliği sağlanmıştır. Metin üzerine yerleştirilen gemi görseli çizgisel ve sade formda vurgulanmış, yazı boyutu büyükten küçüğe kurgulanarak, tasarıma hareket katılmıştır.



Resim 32: Rüsumat Ordu'nun Batmayan Gemisi Temalı Tişörtler



Resim 33: Argonotlar da Ordu'da Temalı Kupa

Resim 33'te görülen kupa tasarımında Argo gemisi grafik formda ürüne yerleştirilmiştir. Deniz yüzeyinde yol alan Argo gemisinin hareketini vurgulamak için "Argonotlar da Ordu da" yazısı, Karadeniz dalgalarını çağrıştırır formda düzensiz kurgulanmıştır.



Resim 34: Dynosos da Ordu'da Temalı Defter

Resim 34 ve Resim 35'te iki farklı defter tasarımı ile ürün çeşitliliğinin sağlanması amaçlanmıştır. Figür, renk ve tipografi kullanımı farklılaştırılarak, farklı tüketici gruplarına hitap edilmesi amaçlanmıştır.



Resim 35: Rüsumat da Ordu'da Temalı Defter

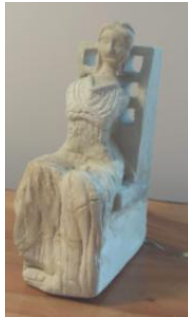


Resim 36: Ordu Kibelesi Temalı Magnet

Resim 36'da görülen "Ordu Kibelesi" temalı magnette orijinal Kibele fotoğrafı, photoshop ve illüstratör programlarına aktarılarak, vektörel çizime dönüştürülmüştür. Photoshop programına aktarılan görseller (brush) 'firça' fonksiyonu kullanılarak dijital ortamda renklendirilmiş ve kolaj

oluşturulmuştur. Figürün, “Kybele” yerine “Ordu Kibelesi” olarak ifade edilmesiyle diğer Kibele figürlerinden ayrışması sağlanmış, eserin Ordu kenti ile olan ilişkisinin vurgulanması hedeflenmiştir.

Resim 37’deki “Ordu Kibelesi” temalı objeler, Kurul kalesi buluntularından ve Kibele heykelinden esinlenilerek seramik çamurundan üretilmiştir. Seramik çamuru ile yapılan modelin silikon kalıbı alındıktan sonra kalıp içine taş tozu ve Ünye manyetik kumu karışımı dökülerek farklı boyutlarda heykelcikler üretilmiştir. Objenin üretiminde Ordu ilinin Ünye ilçesi ile anılan deniz kumu kullanılarak, üretimin farklılaşması ve malzeme bakımından da kente özgü hale getirilmesi sağlanmıştır. Ordu Kibelesi teması kullanılarak, turistik obje-kent kimliği bağlamında kente özgü doğru ilişkinin kurulması amaçlanmıştır. Ürün için sanat eseri tescil belgesi¹⁸ başvurusu yapılarak kayıt altına alınması sağlanmıştır. Ordu Kibelesi’nin gıda üretimine uygun malzeme ile alınan kalıbı ile ayrıca, Ordu fıındığı da kullanılarak kuvertür¹⁹ çikolata üretilmiştir. Makalenin hazırlandığı tarihlerde Ordu Belediyesi’nin “Kibele” markası ile Ordu çikolatası üretimine yönelik çalışmalar başlattığı da ayrıca tespit edilmiştir.



Tescilli Ordu Kibelesi
Objesi



Ordu Kibelesi Farklı Formlar



Ordu Kibelesi Çikolata

Resim 37: “Ordu Kibelesi” Temalı Hediyeelik Objeler

Sonuç

Turizm faaliyetleri ile anılan ve bilinirliği olan kentlerin turistik obje kent kimlik ilişkisinin sağlandığı obje örneklerine; müzeler, sanat galerileri, hediyeelik obje satışı yapılan mağazalar vb. yerlerde rastlanmaktadır. Ayrıca Türkiye’de turistik obje olarak anılan ürünler, Kültür Bakanlığı, belediyeler, ajanslar, sanat galerileri vb. kurumlar tarafından geliştirilmektedir. Turistik obje kent kimliği ilişkisinin, küresel bağlamda kurulamadığı kentlerden birine örnek teşkil eden Ordu iline özgü turistik obje tasarımı için, kent kimliğinin bir parçası olan tarihi, doğal ve kültürel varlıklar kullanılması gerektiği düşünülmektedir. Hediyeelik eşya satışı yapılan yerlerde bulunan ürünler incelendiğinde yüzeysel ve kent kimliği ile bütünlüğü olmayan, bölgedeki diğer illerde de rastlanan tasarımlar görülmektedir. Ordu, tarih, kültür ve doğa varlıkları bakımından oldukça zengin bir ildir. Bu varlıkların sanatsal bir yaklaşım ışığında, kentin kimliği ile bütünlük oluşturacak somut ürünlere dönüştürülmesi mümkündür. Konuyla ilgili olarak özellikle bölgede sanat ve tasarım eğitimi vermekte olan akademisyenlerin katkıları elzemdir. Bu araştırmada spesifik olarak her ne kadar üç varlık (Kurul Kalesi Buluntuları-Yason Burnu ve Kilisesi, Rüşumat No: 4 Gemisi) üzerinde durulmuş olsa da, Ordu ilinin obje tasarımına konu somut ve soyut varlıkları bilimsel olarak incelenmeli, multidisipliner bir perspektif ile turistik objeler tasarlanmalıdır. Bu üç varlık üzerinden, Ordu ilini temsilen; üç

¹⁸ Tescil No: 2019-2414

¹⁹ Çikolata yapımında hammadde olarak kullanılan kuvertür çikolata, kakao çekirdeklerinin işlenmesi ile elde edilen saf çikolatadır. Yüksek oranda kakaoya sahiptir ve içerisinde katkı maddesi yoktur

boyutlu sanatsal nesnelere, gemi maketleri, magnetler, kartpostallar, fonksiyonel ev ve ofis eşyaları, süs eşyaları, tasarım kıyafetler, takılar, illüstrasyonlar vb. tasarım nesnelere geliştirilmeli ve bunlar turistik objelere dönüştürülmelidir. Böylece Ordu ilinin, kent kimliğini geliştirirken onunla bütünlük sağlayan, yenilikçi, değerli imgesel anlamlar içeren turistik objelere üretilebilir. Ayrıca turistik eşyalar imgesel-sembolik unsurlar barındıran kent kimliği ile anılan nesnelere olarak da anılır hale gelebilirler. Turistik obje tasarım ve kurgulama sürecinde, dünya ve Türkiye'nin bazı kentlerinde olduğu gibi, kent kimliğini yansıtan anlamlar içeren hikâye, tarihsel, kültürel vb. varlıkların Ordu kenti için de somut turistik objelere dönüştürülmesi gerekmektedir. Ancak turistik objelere olan genel önyargılar dikkate alınmalı, bu ürünler katma değeri yüksek, kolay üretilip çoğaltılabilir, öte yandan sanatsal/tasarımsal değeri yüksek objelere tasarlanmalı, objenin ve hikayesinin yüzeysel tasarımlar ile değersizleşmesi engellenmelidir.

Kaynakça

- Bağlı, H. H. (2001), *Temsil Araçları Olarak Zanaat ve Tasarım* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*.
- Can, Ş., 2016, *Klasik Yunan Mitolojisi*, İstanbul, İnkılâp Yayınevi, ISBN: 9751006961.
- Cave, J., Jolliffe, L. (Editör). (2013). *Souvenirs as Transactions in Place and Identity: Perspectives from Aotearoa New Zealand*. Jenny Cave & Dorina Buda, ss. 98-118. *Tourism and Souvenirs: Global Perspectives from the Margins*. Short Run Press Ltd., Great Britain
- Çeliker, D., Dulupcu, M. A. (2017). Sürdürülebilirlik ve Yenileşim Açısından Turistik Hediyelik Eşyalar Konusunda Yenileştirilmiş Tasarımlar. *Atatürk İletişim Dergisi* , 01 (12), 187-205. ISSN 2146-1538.
- Duran, E. (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi, Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (19), 291-313. ISSN: 1303-5495.
- Dizman, İ. (2008). *Denize Düşen Dağ Ordu*. İstanbul, Heyamola Yayınları, Türkiyenin Kentleri. ISBN: 9756121702.
- Emir, O. (2009). Argonautlar Efsanesi: Bir Mitos'un Ardındaki Gerçekler ve Kolkhis. *Uluslararası Karadeniz İncelemeleri Dergisi* 9 (6), 9-24, ISSN 2146-4642.
- Hayta, Y. (2016). Kent Kültürü ve Değişen Kent Kavramı. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Aralık, 165-184., e-ISSN 2147-5598.
- Kılıç, C. (2018). Turizm Kültürel Obje Tasarım İlişkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 6 (64), 247-254, ISSN:2148-2489.
- Marine-Roig, Estela. (2011). Innovation and Identity in Barcelona's Tourist Image as Represented by Souvenirs. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*. 3 (2), 175-193 doi: https://doi.org/10.1386/cjcs.3.2.175_1
- Markoç, İ. (2014). Kentsel Kimlik ve Kentsel Projeler Bağlamında Kimliksizleşme Sorunu, İstanbul Örneği. *1.Uluslararası Kentsel Planlama Mimarlık Tasarım Kongresi*. Kocaeli Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi.

- Mütercimler, E., (2005) *Onlar Bizim İçin Öldüler Bu Vatan Böyle Kurtarıldı*, İstanbul, Alfa Yayınları, ISBN: 9752977013.
- Oktaç, D. (2011). Kent Kimliğine Bütüncül Bir Bakış. *İdeal Kent Dergisi* (3), s. 8-19, ISBN:1307-9905.
- Ordu Valiliği, Ordu Kültür Varlıkları Envanteri (1), *Ordu Valiliği Yayınları*, Ordu, 2010.
- Öner, F. (2017). Ordu İli Yerel Mısır (Zea mays L.) Genotiplerinin Morfolojik Karakterizasyonu. *Uluslararası Tarım ve Yaban Hayatı Bilimleri Dergisi*. 3(2), 108 – 119 doi: 10.24180/ijaws.344833.
- Pala, H. (2013). *Bir Kentin Tarihi Ordu*. (E. Kızılırmak, Dü.) Ankara: Altınpost Yayınları., ISBN: 6054811045.
- Strabon, (1993), *Antik Anadolu Coğrafyası (Geographika) XII-XIII-XIV*, Çev. A.Pekman, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, ISBN: 978975753820.
- Şenyurt, S. Y., Akçay, A. (2016). Kurul Kalesi (Ordu) VI. Mithradates Dönemi Yerleşimi. *Mersin Üniversitesi Kilikia Arkeolojisini Araştırma Merkezi, Olba Dergisi Seleucia Olba Kazısı Serisi*, 6, 221-248, ISSN 1301-7667.
- Şenyurt, S. Y., Durugöl, S. (2018). Kurul (Ordu) Kalesi'nde Bir Kybele Heykeli. *Mersin Üniversitesi Kilikia Arkeolojisini Araştırma Merkezi Olba Dergisi*, 26, 305-344 ISSN 1301-7667.
- Topal, A. (2004). Kavramsal Olarak Kent Nedir? Türkiye'de Kent Neresidir? *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 6 (1), 276-293. E-ISSN: 1308-0911.
- Toprak Mahsulleri Ofisi (2019). 2018 Yılı Fındık Sektör Raporu. <http://www.tmo.gov.tr/Upload/Document/findiksektorraporu2018.pdf>, Erişim: 05.12.2019

Görsel Kaynakça

- Resim1:** www.boutiquesdemusees.fr/en/cadeaux/musee-du-louvre/8-sculpture/-(Erişim:17.07.2020)
- Resim2:** www.boutiquesdemusees.fr/en/cadeaux/musee-du-louvre/8-sculpture/-(Erişim:17.07.2020)
- Resim 3:** www.boutiquesdemusees.fr – (Erişim: 01.07. 2018)
- Resim 4:** www.boutiquesdemusees.fr/ - (Erişim:01.07. 2018)
- Resim 5:** www.store.metmuseum.org – (Erişim:01.07. 2018)
- Resim 6:** www.smb-webshop.de – (Erişim 01.07. 2018)
- Resim 7:** www.berlindeluxe-shop.de (Erişim 01.07. 2018)
- Resim 8:** www.britishmuseumshoponline.org -(Erişim 01.07. 2018)
- Resim 9:** www.ges.gov.tr/tr - (Erişim 01.07. 2018)
- Resim 10:** www.hediyemistanbul.com – (Erişim 01.07. 2018)

- Resim 11:** www.istanbulmodernmagaza.com – (Erişim 01.07. 2018)
- Resim 12:** www.anadolumedeniyetlerimuzesi.gov.tr – (Erişim 01.07. 2018)
- Resim 13:** www.ankaraka.org.tr (Erişim 01.07. 2018)
- Resim 14:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2018
- Resim 15:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2018
- Resim 16:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2018
- Resim 17:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2018
- Resim 18:** www.mihriinnisa.com/#/bilmiyordum - (Erişim 01.07. 2018)
- Resim 19:** www.ordu.ktb.gov.tr/TR-106635/tanitim-brosurleri.html - (Erişim 01.07. 2018)
- Resim 20:** Şenyurt, S. Y., Durugöl, S. (2018). Kurul (Ordu) Kalesi'nde Bir Kybele Heykeli. *Mersin Üniversitesi Kilikia Arkeolojisini Araştırma Merkezi Olba Dergisi*, 26, 340-341
- Resim 21:** Ordu Büyük Şehir Belediyesi (2018), *Ordu'nun Saklı Tarihi Kurul Sergisi Kataloğu*
- Resim22:** www.ordu.ktb.gov.tr/TR-130751/yason-burnu--persembe—ordu.html-(Erişim: 06.07.2019)
- Resim 23:** Şahin Kamber -1984
- Resim 24:** www.orduolay.com/gundem/rusumat-gemisini-yapacagiz/50917- (Erişim:17.08.2019)
- Resim 25:** www.khm.uio.no/besok-oss/vikingskipshuset - (Erişim: 01.07.2018)
- Resim 26:** www.kulturportali.gov.tr/turkiye/sinop/nealinir- (Erişim: 17.07.2020)
- Resim 27:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2018
- Resim 28:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2018
- Resim 29:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2018
- Resim 30:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2018
- Resim 31:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2020
- Resim 32:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2020
- Resim 33:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2020
- Resim 34:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2020
- Resim 35:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2020
- Resim 36:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2020
- Resim 37:** Şahin Kamber Kişisel Arşiv - 2019