

# 1. Bölüm

## Bir Kent Belleği ve İmajı Olarak Samsun Fuarı

Hüseyin MERTOL<sup>1</sup>

Yunus ERGÜN<sup>2</sup>

Osman YILMAZ<sup>3</sup>

### | GİRİŞ

Fuarlar, ülkelerin ürün ve mallarını diğer ülkelere tanıtmaya çalışılsa da ürünün yerinde görülmesi açısından önemlidir. Bu bağlamda ülkelerin minyatür bir örneği olarak, gerek sosyal gerekse kültürel açıdan detaylı bilgiler vermektedir (Turhan, 1975: 197). Verilen bilgilerin yüz yüze görüşmeler şeklinde yapılması ticari olarak ilişkilerin gelişmesine fayda sağlamaktadır (Palumbo ve Herbig, 2002: 93-108). Fuarlar, gerçekleştirilmesiyle beraber bölgede yaşayan yerel halkın kültürel ve sosyal anlamda kendilerini geliştirme imkânı sağlamaktadır. Fuarlar aracılığıyla bir araya gelen farklı bölge, ülke ve kültürlerden insan toplulukları, bu organizasyonlarda birbiriyle iletişime geçmekte ve kültürel açıdan etkileşim kurabilmektedir (Samancıoğlu, 2020: 14). Ayrıca fuarlar gerçekleştirildiği bölgede yaşayan yerel halkın organizasyon süresince yapılan sosyal ve kültürel etkinliklere katılma şansına da sahip olabilmektedir (Göksel ve Sohodol, 2005: 147).

1 Doç. Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Coğrafya Bölümü, Bölgesel Coğrafya AD., huseyin.mertol@gop.edu.tr

2 Yüksek Lisans Öğrencisi, Samsun Üniversitesi Coğrafya Bölümü, Beşeri ve Ekonomik Coğrafya AD., yunus.ergun\_12@hotmail.com

3 Prof. Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi, Sosyal Bilgiler AD. oyilmaz@mehmetakif.edu.tr

Bu çalışma temelde, insanın yaşamını sürdürdüğü mekânsal çevresi ile etkileşim içerisine girdiği ve bu etkileşimin sonucunu zihninde saklayabildiğini ve yeniden anımsayabildiğini ortaya koymaktadır (Özak ve Gökmen, 2009: 8). İnsan belleği salt olarak geçmişte depolanan imge ve imajların değil aynı zamanda geçmişten günümüze gelişen olayların birbiri ile çakışması sonucu elde edilen zihin fotoğraflarıdır.

Mertol (2015)'a göre Samsun Fuarı, Temmuz ayı içerisinde ve Temmuz ayı boyunca gelen katılımcılar ve diğer bölge illerden katılan katılımcılar sayesinde, ekonomik olarak durgun olan yaz aylarında, yılın en verimli ve hareketli devresi haline gelmesini, turistik açıdan öne çıkmasını ve sosyal yapısının olumlu bir şekilde gelişmesini sağlamaktadır. Ayrıca o dönemde ünlü olan sanatçılar, Samsun Fuarının açılışında konserler vermektedirler.

Samsun Fuarı zamanla önemini yitirmeye başlamıştır. Önemini yitirmesindeki en önemli nedenler arasında değişime ayak uyduramaması yatmaktadır. 19 Mayıs Samsun Fuarının zamanla gelişen sektörlerle ayak uyduramaması nedeniyle önemini yitirmesiyle 1990 yıllarında tamamen kapatılmıştır. Fuarın kapatılmasıyla bölge halkında ve kentte bir boşluk oluşmuştur. Fuar döneminde gerek yerel halkın gerekse çevre bölgeden gelen halkın birlikte olduğu, çeşitli sosyal aktiviteler yaptığı alanlar olması nedeniyle bölge halkı fuara dair özlem duymaktadır. Bu anlamda fuar günümüzde eski anıların hatırlandığı ve özlemle yâd edilen bir konumda bulunmaktadır.

## KAYNAKLAR

- Abaç, N. (1975). Uluslararası Fuarlar ve Türkiye, Ankara: T.C. Başbakanlık D.P.T. Yayınları.
- Acartürk, K. (2012). Türkiye'de Fuarçılık ve Fuarların Coğrafi Dağılımı: Coğrafya Dergisi, 25, 58.
- Aslan, S. ve Kiper, P. (2016). Kimlik ve Bellek Sorunu Sarmalında Kentler: Amasra Kenti Örneğinde Fırsatlar ve Tehditlerin Değerlendirilmesi. İdealkent, 7 (20), 881-905.
- Aymankuy, Y. (2006). Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Blythe, J. (2002). Using trade fairs in key account management. Industrial Marketing Management, 31 (7), 627-635.
- Büyük Larousse. (1986). Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi (Cilt 9).
- Erman, D. O. (2013). Bir Kent Belleği unsuru Olarak Yüzey Seramikleri ve Sao Bento Tren İstasyonu Örneği. Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, 42, 51-68.
- Erman, T. ve Özaloğlu, S. (2016). Bir Varmış Bir Yokmuş, Toplumsal Bellek, Mekân ve Kimlik Üzerine Araştırmalar. Koç Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- Göksel, A. B. ve Sohodol, Ç. (2005). Stratejik Fuar Yönetimi. İstanbul: MediaCat.
- Hoyle, L. H., Dorf, D. C. ve Jones, T. J. A. (1995). Convention Management and Service. Michigan: The Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Kaçar, E. (2013). Fuar İşletmeciliğinin Turizm Üzerine Etkileri ve Bir Model Önerisi. Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Küçükerman, Ö. (2002). Fuar Stant Tasarımı, İstanbul: YEM Yayın-83.

- Karadağ, A. ve İncedere, L. (2020). Kentsel Belleğin Sürdürülebilirliği Açısından İzmir'deki Endüstri Miras Alanlarının Önemi: Alsancak Liman Ardı Bölgesi Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29 (1), 57-71.
- Mertol, H. (2015). *Çocukluk Mekânları*, Ankara: Çizgi Kitabevi.
- Öymen Özak, N., & Pulat Gökmen, G. (2009). Bellek ve Mekân İlişkisi Üzerine Bir Model Önerisi. *İTÜ Dergisi/a*, 8 (2).
- Palumbo, F. ve Herbig, P. A. (2002). Trade Shows and Fairs: An Important Part of the International Promotion Mix. *Journal of Promotion Management*. 8 (1): 93-108.
- Sönmezdağ, U. (1978). Atatürk Ormanı ve Kurtuluş Zafer Abidesi: İzmir Tarihinde Sergi, Panayır, Fuarlar ve Kültürpark. İzmir: Atatürk Ormanı Kurma ve Koruma Derneği.
- Samancıoğlu, E. (2020). Fuar-Marka Şehir İlişkisi: İzmir Enternasyonal Fuarı Üzerine Tarihsel Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Sarmiento, M., Simões, C., & Farhangmehr, M. (2015). Applying a relationship marketing perspective to B2B trade fairs: The role of socialization episodes. *Industrial marketing management*, 44, 131-141.
- Sarısakal, B. (2007). Samsun Eğlence Tarihi. Samsun Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, İstanbul.
- Topçu, K. (2011). Kent kimliği üzerine bir araştırma: Konya örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8 (2), 1048-1072.

## İnternet Kaynakları

<https://www.akasyam.com/bir-samsun-markasi-samsun-fuari-29644/> adresinden 24 Haziran 2021 tarihinde elde edilmiştir.