

SİBEL SÖZLEVİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI



T.C.
SINOP ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ZEYTİNYAĞI TURİZMİ: ZEYTİNYAĞI MÜZELERİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YAZAR
SİBEL SÖZLEVİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. OLCA SEZEN DOĞANCILI

T.C.
SİNOP ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI



**ZEYTİNYAĞI TURİZMİ: ZEYTİNYAĞI MÜZELERİ ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

SİBEL SÖZLEVİ
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. OLCA SEZEN DOĞANCILI

SİNOP-2025

TEZ KABUL

SİBEL SÖZLEVİ tarafından hazırlanan “**ZEYTİNYAĞI TURİZMİ: ZEYTİNYAĞI MÜZELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**” başlıklı bu çalışma, 07.11.2025 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından oybirliği ile **YÜKSEK LİSANS tezi** olarak kabul edilmiştir.

Başkan Doç. Dr. Handan ÖZÇELİK BOZKURT
Sinop Üniversitesi / Turizm Fakültesi

İmza

Üye Doç. Dr. Olca SEZEN DOĞANCILI
(Danışman) Sinop Üniversitesi / Turizm Fakültesi

İmza

Üye Doç. Dr. Olcay ÖZİŞİK YAPICI
Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi / Turizm Fakültesi

İmza

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Onur ŞAHİN

.....

ETİK BEYANI

Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Sibel SÖZLEVİ

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ZEYTİNYAĞI TURİZMİ: ZEYTİNYAĞI MÜZELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

SİBEL SÖZLEVİ

SİNOP ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: DOÇ.DR. OLCA SEZEN DOĞANCILI

Bu çalışmanın amacı, zeytinyağı turizmi kapsamında ele alınan zeytinyağı müzelerinin Türkiye’deki mevcut durumunu ortaya koymaktır. Bu doğrultuda Türkiye’deki 7 zeytinyağı müzesi örneklem olarak ele alınmıştır. Yapılandırılmış görüşme soruları aracılığıyla veri toplama süreci, 15 Mayıs 2025 – 1 Eylül 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Dünyada zeytinyağı üretimi ve turizmi açısından ön planda olan İspanya, çalışma kapsamında örnek alınan ülke olarak değerlendirilmiş ve zeytinyağı müzeleri analiz sürecine dahil edilmiştir. Ancak İspanya’daki müze yetkililerinin görüşmelere katılmak istememesi nedeniyle, ilgili müzelerin web siteleri incelenmiş ve içerik analizi yöntemiyle veriler toplanmıştır. Bu şekilde Türkiye ve İspanya’daki zeytinyağı müze koleksiyonları ile bu müzelerin turizmle olan ilişkileri karşılaştırmalı olarak analiz edilerek mevcut durum ortaya konulmuştur. Elde edilen bulgulara göre, her iki ülkede zeytinyağı müzelerinin kültürel hedefler doğrultusunda kurulduğu görülmektedir. Türkiye’deki müzelerde zeytinyağı tüketimini artırma amacı öne çıkarken, İspanya’daki müzelerde zeytinyağı kültürünün gelecek nesillere aktarılması öncelikli hedef olarak belirlenmiştir. Zeytinyağı turizmi kapsamında sergilenen eserler, gastronomik açıdan yeterli çeşitliliğe sahip olduğu saptanmıştır. Bu kapsamda, zeytinyağı müzelerinin bulunduğu bölgelerde tur düzenleyen acentelerle iş birlikleri geliştirilerek bu müzelerin gezi programlarına dahil edilmesi sağlanmalıdır. Ayrıca, Türkiye’deki zeytinyağı müzelerinin uluslararası forumlara, yarışmalara ve işbirliklerine katılması; bu doğrultuda Kültür ve Turizm Bakanlığı, belediyeler ve özel sektör arasında ortak projelerin geliştirilmesi gerektiği öneriler arasında yer almaktadır.

ANAHTAR KELİMELER: Turizm, Müze, Zeytin, Zeytinyağı.

Kasım 2025, 94 Sayfa

ABSTRACT

MASTER'S THESIS OLIVE OIL TOURISM: RESEARCH ON OLIVE OIL MUSEUMS SİBEL SÖZLEVİ

**SINOP UNIVERSITY INSTITUTE OF GRADUATE PROGRAMS
DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT**

SUPERVISOR: ASSOCIATE PROF. OLCA SEZEN DOĞANCILI

The purpose of this study is to reveal the current status of olive oil museums in turkey within the scope of olive oil tourism. in this regard, a sample of seven olive oil museums in turkey was selected for analysis. The data collection process, which was conducted through the utilisation of structured interview questions, occurred between the 15th of may 2025 and the 1st of september 2025. Spain, a leading country in olive oil production and tourism worldwide, was considered the reference country within the scope of the study, and its olive oil museums were included in the analysis process. However, due to the reluctance of museum officials in spain to participate in the interviews, the websites of the relevant museums were examined and data was collected using content analysis methods. The present study thus sought to analyse the collections of the olive oil museums in turkey and spain, and the relationship of these museums with tourism, by means of a comparative analysis. The results of this analysis were intended to reveal the current situation. The findings of the study indicate that the establishment of olive oil museums in both countries was in accordance with cultural objectives. While the primary objective in turkish museums was to promote increased consumption of olive oil, in spanish museums, the emphasis was on instilling a sense of cultural heritage related to olive oil in future generations. It has been determined that the works exhibited within the scope of olive oil tourism offer sufficient variety from a gastronomic perspective. In this context, the development of partnerships with travel agencies organising tours in regions where olive oil museums are located is recommended, with a view to ensuring the inclusion of these museums in their itineraries. Furthermore, it is recommended that olive oil museums in Turkey participate in international forums, competitions, and collaborations; in this regard, joint projects should be developed between the Ministry of Culture and Tourism, municipalities, and the private sector.

KEYWORDS: Tourism, Museum, Olive, Oliveoil.

November 2025, 94 Page

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasında; bana yol gösteren, değerli bilgilerini sunan ve deneyimlerini paylaşan, desteklerini esirgemeyen danışmanım, Sayın Doç. Dr. Olca Sezen Doğancılı'ya, veri toplama sürecinde gerekli izinleri sağlayan Sinop Üniversitesi Rektörlüğüne; görüşme formatına katılım sağlayan, Köstem Zeytinyağı Müzesi'ne, Adatepe Zeytinyağı Müzesi'ne, Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'ne, Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi'ne ve Sabit Ertür Zeytinyağı Galerisi'ne ; bu süreçte her zaman yanımda olan ve beni destekleyen sevgili aileme teşekkürlerimi sunarım.

Sibel SÖZLEVİ

İÇİNDEKİLER

TEZ KABUL	ii
ETİK BEYANI.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
GÖRSELLER DİZİNİ.....	xi
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xii
1.GİRİŞ	1
1.1 Çalışmanın konusu	1
1.2 Çalışmanın önemi	1
1.3 Çalışmanın amacı	1
1.4 Çalışmanın yöntemi	2
1.5 Çalışmanın varsayımları.....	3
1.6 Çalışmanın sınırlıkları.....	3
1.7 Çalışmanın tanımları	3
2. ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI	5
2.1. Zeytin	5
2.2. Zeytinyağı	8
2.3. Tarihsel süreçte zeytinyağı kültürü	9
2.3.1. Eski uygarlıklarda zeytin ve zeytinyağı	10
2.3.2. Eski uygarlıklar sonrası zeytin ve zeytinyağı.....	14
2.3.2.1. Osmanlı Devleti döneminde zeytin ve zeytinyağı.....	14
2.3.3. Günümüzde zeytin ve zeytinyağı	16
2.4. Turizmde Zeytinyağı.....	22
2.4.1. Alternatif turizm türü olarak zeytinyağı turizmi	22
2.4.2. Tematik rotalar ve zeytinyağı rotaları	25
2.5. Zeytinyağı turizmi	32

2.6. Gastronomi müzeleri.....	34
2.6.1.Zeytinyağı müzeleri	37
2.6.1.1 Dünyada zeytinyağı müzeleri	38
2.6.1.1.1. Fransa La Royère Olive Oil History Museum	39
2.6.1.1.2. Yunanistan Eggares Olive Oil Museum	39
2.6.1.1.3. İtalya Museo dell’Olivo Carlo Carli	40
2.6.1.1.4. Yunanistan Olive Museum ‘Fabbrica’	41
2.6.1.1.5. İspanya Museo De La Cultura Del Olivo	41
2.6.1.1.6. İspanya Museo del Aceite de Mondrón.....	42
2.6.1.1.7. Portekiz Museu da Oliveira e do Azeite	43
2.6.1.2. Türkiye’de zeytinyağı müzeleri	44
2.6.1.2.1. Köstem Zeytinyağı Müzesi	44
2.6.1.2.2. Adatepe Zeytinyağı Müzesi	45
2.6.1.2.3. Oleatrium Zeytinyağı Müzesi	46
2.6.1.2.4. Sabit Ertür (Evren Ertür) Zeytinyağı Müzesi	47
2.6.1.2.5. Ayvalık Zeytinyağı Müzesi.....	47
2.6.1.2.6. EGEA Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi	48
2.6.1.2.7. Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi	49
3.YÖNTEM.....	50
3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	50
3.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi	50
3.3. Araştırmanın Alan Seçim Süreci.....	51
3.4. Araştırmanın Veri Toplama Süreci	51
3.5. Araştırmanın Analizleri.....	52
3.6. Araştırma Soruları	52
4. BULGULAR.....	53
4.1. Türkiye’de yer alan Zeytinyağı Müzelerine İlişkin Bulgular.....	53
4.2. İspanya’da Bulunan Müzelere İlişkin Bulgular	58
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	63
KAYNAKLAR	67
ÖZGEÇMİŞ.....	78

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 2.1. Zeytinin Taksonomisi	6
Tablo 2.2 2023/24 Sezonu Türkiye Rekolte Tahmini	21
Tablo 2.3 Evrensel Kültürel Mirasın Korunması ve Tanıtılmasına Yönelik Kriterler	26
Tablo 2.4 Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Kriterleri	27
Tablo 2.5 Türkiye Turizm Stratejisi Tematik Turizm Koridorları	31
Tablo 2.6 Zeytinyağı Müzeleri.....	37
Tablo 4.1 Türkiye’de Yer Alan Zeytinyağı Müzelerinden Çalışmaya Dahil Edilen Müzeler Listesi.....	53
Tablo 4.2 Katılımcıların Demografik Özellikleri	53
Tablo 4.3 Türkiye’deki Müzelerin Kuruluş Amaçlarına İlişkin Bulgular	54
Tablo 4.4 Türkiye’deki Müzelerin Bölüm İçeriklerine İlişkin Bulgular	55
Tablo 4.5 Türkiye’deki Müzelerin Eser Çeşitliliği	55
Tablo 4.6 Türkiye’deki Müze Ziyaret Dönemlerine İlişkin Bulgular	56
Tablo 4.7 Türkiye’deki Müze İçi Mağazalarda Yer Alan Ürünlere İlişkin Bulgular	57
Tablo 4.8 İspanya’da Yer Alan Zeytinyağı Müzelerinden Çalışmaya Dahil Edilen Müzeler Listesi.....	59
Tablo 4.9 İspanya’daki Müzelerin Kuruluş Amaçlarına İlişkin Bulgular.....	59
Tablo 4.10 İspanya’daki Müzelerin Bölüm İçeriklerine İlişkin Bulgular.....	60
Tablo 4.11 İspanya’daki Müzelerin Eser Çeşitliliği	61
Tablo 4.12 İspanya’daki Müzelerin Uluslararası Platformlarda Yapılan Faaliyetlere İlişkin Bulgular.....	62

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1 Zeytinyağının Kullanım Alanları	17
Şekil 2.2 Zeytinyağı Turizm Arzını Oluşturan Etmenler	33



GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 2.1 Türkiye Turizm Stratejisi Koridorları	31
Görsel 2.2 Fransa La Royère Olive Oil History Museum	39
Görsel 2.3 Yunanistan Eggares Olive Oil Museum	40
Görsel 2.4 İtalya Museo dell’Olivo Carlo Carli	40
Görsel 2.5 Yunanistan Olive Museum ‘Fabbrica’	41
Görsel 2.6. İspanya Museo De La Cultura Del Olivo	42
Görsel 2.7 İspanya Museo del Aceite de Mondrón	43
Görsel 2.8 Portekiz Museu da Oliveira e do Azeite	44
Görsel 2.9 Köstem Zeytinyağı Müzesi	45
Görsel 2.10 Adatepe Zeytinyağı Müzesi	46
Görsel 2.11 Oleatrium Zeytinyağı Müzesi	47
Görsel 2.12 Sabit Ertür (Evren Ertür) Zeytinyağı Müzesi	47
Görsel 2.13 Ayvalık Zeytinyağı Müzesi	48
Görsel 2.14 EGEA Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi	49
Görsel 2.15 Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi	49

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar;

CoE	: Avrupa Konseyi (Conseil de l'Europe)
IOC	: Uluslararası Olimpiyat Komitesi (International Olympic Committee)
ICOMOS	: Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (International Council on Monuments and Sites)
KTB	: Kültür ve Turizm Bakanlığı
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

1.GİRİŞ

1.1 Çalışmanın konusu

Zeytinyağı, antik dönemden günümüze kadar uzanan geleneksel bir besin olarak varlığını sürdürmüştür. Dünya genelinde insanlar, sağlıklı yaşam düşüncesiyle doğal koşullarda üretilmiş gıdalara yönelmiş, tüketicilerin kaliteli ve mümkün olduğunca doğal şekilde üretilen gıdalara olan ilgisinin artması sonucunda zeytin ve zeytinyağı önemli bir rol üstlenmiştir (Ünsal, 2011).

Zeytinyağı, zeytin ağacının en önemli ürünü olup tarihte “Sıvı Altın” olarak adlandırılmıştır. Sağlığa olan faydaları ve beslenmedeki önemli rolü sayesinde zeytinyağı, dünya çapında tercih edilen bir gıda maddesi haline gelmiştir. Zeytin ve zeytinyağı, tarihsel süreç içerisinde yalnızca beslenme alanında değil; sağlık, ekonomi ve kültürel yaşamda da önemli roller üstlenmiştir. Bu çok yönlü kullanımları sayesinde zeytinyağı kültürü Akdeniz medeniyetlerinin ortak kültürel mirası haline gelmiştir. Bunun yanı sıra turistik bir kaynak olarak da değerlendirilen zeytinyağı, turizm açısından bir cazibe merkezi haline gelmektedir. Zeytin üretim süreçleri, kendine özgü bir kültür geliştirerek turizm açısından bir değer kazanmıştır (Tüzün, 2003; Tunalıoğlu vd., 2003; Keser, Tunalıoğlu vd., 2018).

1.2 Çalışmanın önemi

Zeytinyağını yalnızca bir turizm türü olarak ele almakla kalmayıp, bu turizm türünü birçok farklı turizm çeşidiyle ilişkilendirmek de mümkündür. Türkiye, zeytin yetiştiriciliği ve zeytinyağı üretimi açısından değerlendirildiğinde verimli topraklara sahiptir. Bu bağlamda, zeytinyağı turizminin zeytinyağı müzeleri ve alternatif turizm türleriyle ilişkilendirilebilmesi, söz konusu turizm türünün ülkemiz açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, bu alanın turizmin çeşitlenmesi ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlaması bakımından kayda değer bir rol üstlendiği düşünülmektedir.

1.3 Çalışmanın amacı

Türkiye, zeytin ve zeytinyağı üretimi bakımından önemli bir konumda yer almaktadır (Yörükoğlu vd., 2025). Büyük bir öneme sahip olmasına rağmen zeytin turizmi ve zeytinyağı müzeleriyle ilgili literatür incelendiğinde, bu alanda hem kaynak eksikliği hem

de konu çeşitliliği açısından sınırlılıklar olduğu görülmektedir. Çalışmanın temel amacı, zeytinyağı turizmi kapsamında ele alınan zeytinyağı müzelerinin Türkiye’deki mevcut durumunu ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, zeytinyağı turizmi kapsamında değerlendirilen müzelerin Türkiye’deki güncel durumu analiz edilmiştir.

1.4 Çalışmanın yöntemi

Araştırmanın veri toplama sürecinde, nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan görüşme tekniğinden ve içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Görüşme tekniği; bilgi toplamak, araştırmaya dahil edilen bireylerin konu veya durum hakkındaki duygu ve düşüncelerini, tutumlarını, deneyimlerini ve şikayetlerini anlamak açısından etkili bir yöntemdir. Nitel araştırmalarda olay, olgu veya durumlar hakkında derinlemesine bilgi edinmeyi sağlayan önemli bir veri toplama aracıdır. Yapılandırılmamış ve yarı yapılandırılmış görüşmeler, araştırmacıya esneklik tanıyarak araştırma sürecinde yeni sorular ekleme ve belirsizlikleri giderme imkânı sunmaktadır (Topkaya, 2013; Karataş, 2017; Sevensan & Çilingiroğlu, 2007). Bu esneklik, araştırma konusunun daha kapsamlı ve derinlemesine incelenmesini mümkün kılmaktadır. Elde edilen veriler, katılımcıların özgün ifadeleriyle sunulmakta; bu da diğer veri toplama yöntemlerinde bulunmayan açıklayıcı modellerin oluşturulmasına olanak tanımakta ve araştırmanın güvenilirliğini artırmaktadır (Tekin & Tekin, 2012). Ayrıca, görüşme süreci doğrudan iletişime dayandığı için iletişim becerileri yüksek bir araştırmacı, anket gibi diğer yöntemlere kıyasla daha doğru ve güvenilir veriler elde edebilmektedir (Coşkun, Altunışık & Yıldırım, 2017). Genellikle yüz yüze gerçekleştirilen bir veri toplama yöntemi olan görüşme, teknolojik gelişmeler sayesinde çevrimiçi ortamda da uygulanabilmekte ve bu yönüyle etkili bir alternatif olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, veri toplama sürecine esneklik ve erişilebilirlik kazandırdığı için (Salman Yıkılmış, 2020), çalışma kapsamında yapılandırılmış görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Görüşme formu, Tohumcu & Savsa (2023), Bozagic & Çelik (2021), Çetin & Küçükkömürler (2018), Şahin & Aydın (2021), Aydınli & Bulut Solak (2023), Çavdırli & Adan Gök (2020) çalışmalarından faydalanılarak hazırlanmıştır.

İçerik analizi yöntemi sosyal bilimlerde gerçekleştirilen araştırmalarda en çok başvurulan ve hızla gelişim gösteren yöntemlerden biri olarak dikkat çekmektedir. Bu yöntemin; iletişim, gazetecilik, sosyoloji, psikoloji ve işletme gibi çeşitli disiplinlerde köklü bir geçmişe sahip olduğu bilinmektedir. Günümüzde içerik analizi, giderek daha fazla

araştırmacı tarafından tercih edilmekte ve mesajların sistematik, nesnel ve niteliksel biçimde çözümlenmesine olanak sağlamaktadır (Neuendorf, 2017). Elde edilen verilerin alanlarına ve türlerine göre gruplandırılmasıyla başlanılan çözümleme sürecinde gerekli yerlerde karşılaştırmalar yaparak bütünü anlamak söz konusudur (Karasar, 2016).

1.5 Çalışmanın varsayımları

Bu çalışmada, katılımcıların görüşme formuna verdikleri yanıtların evreni tam olarak temsil ettiği varsayılmaktadır. Araştırmanın veri toplama sürecinde kullanılan görüşme formundaki sorulara katılımcıların verdikleri yanıtların gerçeği yansıttığı ise ikinci varsayım olarak belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcılara yöneltilen görüşme formunun ölçülmek istenen değişkenleri tam anlamıyla karşıladığı da bir diğer varsayım olarak kabul edilmektedir.

1.6 Çalışmanın sınırlıkları

Araştırma, Türkiye’de yer alan toplam 7 zeytinyağı müzesinden katılım sağlayan 5 zeytinyağı müzesi ile İspanya’da bulunan 20 zeytinyağı müzesinden 9 zeytinyağı müzesini kapsamaktadır.

1.7 Çalışmanın tanımları

Biyodizel: Biyodizel, kimyasal olarak hayvansal ya da bitkisel yağlardan elde edilen yağ asidi zincirinin mono alkil esterleri olarak tanımlanmaktadır (Çengelci, Bayrakçıken & Aksoy, 2011).

Degüstasyon: Genellikle içeceklerin, kısmen de yiyeceklerin tadımı yapılarak renk, koku, doku gibi kriterlerin değerlendirildiği bir süreçtir (Uyar & Zengin, 2015).

Ekstraksiyon: Alkol, su veya organik çözücüler kullanılarak bitkisel, hayvansal ya da sentetik hammaddelerin saflaştırılması, bileşenlerinin ayrıştırılması ve kararlılığının artırılması amacıyla belirli sıcaklık ve basınçta gerçekleştirilen bir işlemdir (Ankara Üniversitesi, 2018a).

Fenolik Bileşen: Bitkilerde bulunan, biyolojik açıdan etkili organik bileşiklerdir (Karabulut & Yemiş, 2019).

Gastronomi: Gıdaların hijyen ve sanitasyon kurallarına uygun şekilde, damak tadı ve görsel zevke hitap edecek biçimde hazırlanmasıdır. Ayrıca yeme-içme ile ilgili tüm konular gastronomi disipliniyle yakından ilişkilidir (Özdemir & Dülger Altınar, 2019).

Karoten: Gıdalarda bulunan lipokrom adı verilen doğal renk maddelerinin en bilinenidir ve insan vücudunda A vitaminine dönüşmektedir (Hazman, 2022).

Lipofilik: Yağda çözünebilen maddelerdir (Ankara Üniversitesi, 2018b).

Perkolasyon: Sürekli ekstraksiyon yöntemidir. Bu işlem, perkolatör adı verilen cam, emaye, porselen veya paslanmaz çelikten yapılmış cihazlarda gerçekleştirilir (Ankara Üniversitesi, 2018a).

Santrifüj: Dönme hareketinden elde edilen merkezkaç kuvvetiyle örnek içindeki parçacıkların şekil, büyüklük ve yoğunluklarına göre ayrılmasını sağlayan yöntemdir (Burtis & Bruns, 2015).

2. ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI

Bu bölümde; zeytin isminin kökeni, zeytin ağacının türleri, zeytin meyvesinin Türkiye’de yetiştiği bölgeler, zeytin ağacının yetişmesi için gereken şartlar, sınıflandırılması ve kullanım alanları ele alınmıştır.

2.1. Zeytin

Türkiye, genetik çeşitlilik açısından oldukça zengin bir ülkedir ve bu çeşitlilik, zeytin türlerinde de kendisini göstermektedir. Zeytin meyvesinin Türkçe adı, Semitik kökenli "zeytin" kelimesinden türetilmiştir. Benzer şekilde, zeytinyağının adı da Semitik orijinalinden gelen "zeytin" kelimesine dayanmaktadır (Özdizbay, 2004).

Çeşitli iklim koşullarına uyum sağlayabilen zeytin ağacı, sahip olduğu genetik çeşitlilik nedeniyle kültürel olarak da zenginleştiren bir meyve olarak tanımlanmaktadır. Zeytin ağacı, Oleaceae familyasına ait Olea cinsine ve Olea europaea türüne aittir (Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı, 2024). Lavee (1990), zeytin ağacının bilinen tür ve alt türlerinin 2000'den fazla olduğunu belirtirken, Therios (2009), kültürel anlamda yetiştirilen Olea europaea türünün 2600'den fazla varyasyonunu tespit etmiştir. Ancak, bu çeşitler arasında Gemlik zeytini, Ayvalık zeytini, Memecik zeytini ve Domat zeytini gibi yaygın türlerin üretimi ön planda iken, diğer çeşitlerin üretim miktarları oldukça sınırlı kalmaktadır (Uylaşer & Şahin, 2004).

Bir bitkinin/meyvenin veya hayvanın türü, ailesi ve diğer taksonomik seviyeleri hakkında bilgi sahibi olmak, o organizmanın genetik, ekolojik ve fizyolojik özelliklerini daha iyi anlamayı sağlamaktadır (Kampfer, 2012; Sutcliffe, Trujillo & Goodfellow, 2012). Bu kapsamda zeytinin taksonomisi Tablo 2.1’deki gibidir;

Tablo 2.1 Zeytinin Taksonomisi

Domain	Eukaryota
Regnum	Plantae
Divisio	Spermatophyta
Subdivisio	Angiospermae
Classis	Dicotyledoneae
Ordo	Oleales
Familya	Oleaceae
Genus	Olea
Species	Olea europaea subsp. europaea

Tablo 2.1 Kaynak: Kamran, M.A., *Aspiculuris Tetraptera* ile Doğal Enfekte Farelerde *Olea Europaea* L. (Zeytin) Yaprak Ekstresi ve Fenolik Bileşeni Olan Oleuropein'in Antihelmintik Etkisinin İncelenmesi, 2022.

Tablo 2.1'de yer alan verilere göre, *Olea europaea* L. türünün taksonomisi, genelden özele doğru sıralanmıştır. Taksonomik açıdan bakıldığında, “Domain” kavramı organizmaların sınıflandırılması için literatüre Woese'nin öncülüğünde girmiştir. Woese, canlıları üç ana başlık altında sınıflandırmıştır: *Bacteria*, *Archaea* ve *Eukarya* (Woese, Kandler, & Wheelis, 1990).

“Regnum” terimi, en geniş kategorilerden biridir ve dünya üzerindeki tüm türleri organize etmek amacıyla kullanılmaktadır (Clark vd., 2023). “Divisio” terimi ise genellikle bitkiler, mantarlar ve bazı organizmalar için kullanılmakta olup, canlıların temel yapısal ve fonksiyonel özelliklerine dayanarak daha geniş gruplara ayrılmasını sağlamaktadır. “Subdivisio” terimi, özellikle bitkilerde ve bazı protistlerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Hayvanlar âleminde ise bu ifade yerine genellikle “Class” veya “Order” gibi kategoriler tercih edilmektedir. “Subdivisio” kullanımı, sınıflandırma sisteminin bilimsel literatürde daha ayrıntılı hale gelmesine katkı sağlamaktadır.

“Classis”, biyolojik taksonomide sınıf seviyesini ifade eder ve taksonomik hiyerarşide “Filum” (veya “Divisio”) ile “Order” (Takım) arasında yer almaktadır. Bu seviye, genellikle benzer morfolojik, anatomik ve genetik özelliklere sahip organizmaların daha geniş gruplar halinde sınıflandırılmasını sağlar. “Classis” terimi, özellikle hayvanlar ve bitkiler gibi organizmaların sınıflandırılmasında yaygın olarak kullanılmaktadır.

“Ordo” (Takım), “Classis” (Sınıf) altında yer alan ve benzer anatomik ve morfolojik özelliklere sahip organizmaların oluşturduğu daha dar bir kategoridir. Gittikçe daralan

taksonomik kategoriler şu şekildedir: *Familia* (Aile), *Genus* (Cins), *Species* (Tür) (Ruggiero vd., 2015).

Zeytin ağacı, 10 metreye kadar boylanabilen, sık dallanmış, geniş tepeli ve yıl boyunca yapraklarını dökmeden yeşil kalan görkemli bir ağaçtır. Akdeniz iklimine özgü olan bu ağaç, çevresine hem estetik hem de fonksiyonel açıdan önemli katkılar sağlamaktadır (Mataracı, 2002).

Zeytin ağacının büyüme ve yaygınlaşma süreçlerinde sıcaklık, belirleyici çevresel faktörlerin başında gelmektedir. Zeytin yetiştiriciliği yapılan alanlarda yıllık ortalama sıcaklığın 15–20°C aralığında olması, uygun gelişim koşullarını sağlamaktadır. Bitki fizyolojisi açısından değerlendirildiğinde, zeytin ağaçları 40°C'ye kadar yükselen sıcaklıklara, yeterli sulama koşulları sağlandığı takdirde tolerans gösterebilmektedir. Bununla birlikte, özellikle mayıs ve haziran aylarında gözlenen mevsimsel sıcaklık artışları, yaprak yüzeyinden gerçekleşen transpirasyon oranını artırarak yaprak dokusunda buruşmalara yol açabilmektedir. İlkbahar döneminde meydana gelen ani sıcaklık dalgalanmaları ise çiçeklenme evresini olumsuz etkileyerek dölleme başarısını düşürmekte ve meyve tutum oranını azaltmaktadır. Ayrıca, sıcaklığın -7°C ve altına düştüğü durumlarda, düşük sıcaklığın süresi, şiddeti ve ağacın fizyolojik yaşı gibi değişkenlere bağılı olarak çeşitli düzeylerde doku hasarları ve gelişim gerilikleri gözlenebilmektedir (Özaltaş vd., 2016).

Son yıllarda devlet tarafından sağlanan destek ve teşvikler, zeytin yetiştiriciliğinde kayda değer bir artışa neden olmuştur. Bu gelişmeler, Türkiye'nin önümüzdeki yıllarda sofralık zeytin ve zeytinyağı üretiminde küresel ölçekte daha üst sıralarda yer almasını mümkün kılmaktadır. “Zeytin Genetik Kaynaklarının Toplanması, Muhafazası ve Karakterizasyonu” projesi kapsamında, Türkiye'nin farklı bölgelerinden 94 zeytin çeşidi belgelenmiştir. Söz konusu çeşitler, İzmir Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Kemalpaşa Üretim ve Uygulama Sahası'nda yer alan Ulusal Gen Bankası'nda koruma altına alınmıştır (Sevim vd., 2021).

Türkiye, küresel ölçekte en büyük 5 zeytin ve zeytinyağı üreticisi arasında yer almaktadır. Üretim faaliyetleri ağırlıklı olarak Ege, Marmara, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yoğunlaşmaktadır. Ülke genelindeki zeytin ağaçlarının yaklaşık %70'i Ege kıyılarında bulunmakta olup, üretimin 29 ilde gerçekleştirildiği bilinmektedir. Zeytinliklerin yaklaşık %75'i dağlık ve kıraç arazilerde yer almakta; bu alanların %85'inde ise sulama yapılmamaktadır. Sulama imkânı bulunan zeytinliklerde ise genellikle sofralık zeytin üretimi ön plana çıkmaktadır (Aşık vd.,2011; Özaltaş vd., 2016).

Olgunlaşmamış yeşil ve siyah zeytinler, doğal olarak yoğun bir acılığa sahiptir; bu acılık, çeşitli işleme yöntemleriyle giderilmektedir. Bu bağlamda zeytin, sofralık tüketim ve zeytinyağı üretimi amacıyla farklı çeşitlere ayrılmaktadır (Uylaşer & Şahin, 2004).

2.2. Zeytinyağı

Zeytin, dünya genelinde yalnızca belirli iklim koşullarına sahip bölgelerde yetişebilen bir tür olduğundan, özenli bir şekilde işlendiğinde küresel pazarda rekabet avantajı sağlayabilecek yüksek ekonomik değere sahip bir üründür. Zeytin ağacının en önemli ürünü olan zeytinyağı ise tarihsel süreçte “Sıvı Altın” olarak adlandırılmıştır. Zeytinyağının sağlık üzerindeki olumlu etkileri ve beslenmedeki temel rolü, onu günümüzde dünya çapında tercih edilen bir gıda maddesi haline getirmiştir (Tüzün, 2003; Tunalıoğlu vd., 2003).

Zeytinyağı, özellikle oleik asit açısından zengin bir tekli doymamış yağ asidi kaynağıdır. Antioksidan özellikleriyle bilinen flavonoidler, yağda çözünabilen steroller ve çeşitli vitaminler gibi besin öğeleri içermesi sayesinde, sağlık üzerindeki olumlu etkilerini pekiştirmekte ve yaşlanma sürecine karşı destekleyici bir rol üstlenmektedir. Ayrıca, vücudun ihtiyaç duyduğu esansiyel yağ asitlerini içermesi, zeytinyağını sağlıklı yaşamın temel bileşenlerinden biri haline getirmektedir (Laleli, 2011).

Zeytinyağı üretiminde, binlerce yıldır değişmeden sürdürülen geleneksel yöntemler kullanılmaktadır. Zeytinlerin herhangi bir ısıtma işlemine tabi tutulmadan, soğuk presleme yöntemiyle yağlarının çıkarılması, zeytinyağının saf ve doğal özelliklerini korumasını sağlamaktadır. Bu yöntem, kimyasal katkı maddeleri kullanılmaksızın, zeytinin özgün niteliklerini muhafaza ederek yağın elde edilmesine olanak tanımaktadır (Karabulut, 2013). Zeytinyağının kalitesi hem kimyasal hem de duyuşal açıdan kullanılan zeytin çeşidine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Zeytinin içerdiği yağ asitleri, fenolik bileşikler ve renk pigmentleri gibi bileşenler, türler arasında değişkenlik arz etmektedir. Zeytin türü, yağ verimi, olgunlaşma süreci ve periyodisite (yıldan yıla değişen verimlilik) gibi faktörler, zeytinyağının kalitesini etkileyen temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bileşenler, zeytinyağının tat, aroma ve asidite gibi duyuşal ve kimyasal özelliklerini belirleyerek kalite üzerinde belirgin farklılıklar yaratmaktadır (Yavuz, 2008). Bu bağlamda zeytinyağı, 4 ana grupta sınıflandırılmakta olup Türk Gıda Kodeksi’ ne göre aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020):

1. *Natürel zeytinyağı,*
 - *Natürel sızma zeytinyağı,*
 - *Natürel Birinci zeytinyağı,*
 - *Natürel İkinci zeytinyağı,*
 - *Ham zeytinyağı/ Lampant*
2. *Rafine zeytinyağı,*
3. *Riviera zeytinyağı,*
4. *Çeşnili zeytinyağı*

Zeytinlerin işlenme süreci, zeytinyağının kalitesini belirleyen en önemli faktörlerden birisidir. Hasat sırasında zeytinlerin yabancı maddelerden ayrılması, yağın tadını ve saflığını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle, yabancı cisimlerin temizlenmesi amacıyla yaprak ayırıcılar ve yıkama makineleri gibi özel ekipmanlar kullanılmaktadır. Bu işlemler, zeytinyağının kalitesini koruyarak saf ve yüksek kaliteli bir ürün elde edilmesini sağlamaktadır (Bayrak & Kırılan, 2008).

Zeytin ezmelerinin işlendiği ve ekstraksiyon veriminin artırıldığı bir diğer aşama ise yoğurma işlemidir. Bu aşamanın temel amacı, yağ-su bileşimini kırarak küçük yağ damlacıklarını birleştirip daha büyük damlalar haline getirmektir (Boskou vd., 2006). Yoğurma süreci, hücrelerden salınan yağ miktarını artırarak küçük damlaların birleşmesini ve büyük damlalar oluşturmasını sağlamaktadır. Böylece, yağın sudan daha kolay ayrılması mümkün olur ve emülsiyon oluşumunu engellemektedir. Aynı zamanda, bu süreçte çeşitli yardımcı katkı maddeleri de ezilen malzemeye eklenebilmektedir (Nas vd., 2001; Kırılan vd., 2006). Yoğurma işlemi tamamlandıktan sonra, zeytin ezmeleri ekstraksiyon işlemine tabi tutulmaktadır ve katı ile sıvı fazlar birbirinden ayrılmaktadır. Bu aşama üretim sürecinin üçüncü adımını oluşturmaktadır ve burada presleme, perkolasyon ya da santrifüj gibi fiziksel yöntemler kullanılmaktadır. Bu süreçte çözücü kullanılmaz; yalnızca fiziksel uygulamalarla yağ elde edilir. Zeytinlere uygulanan işlemler genel olarak benzerlik gösterse de kullanılan ekstraksiyon yöntemine bağlı olarak elde edilen ürünlerin özellikleri farklılık gösterebilmektedir (Bayrak & Kırılan, 2008).

2.3. Tarihsel Süreçte Zeytinyağı Kültürü

Zeytin ağacı ve zeytin, çağlar boyunca barışın, bereketin, zenginliğin ve refahın simgesi olmuş; aynı zamanda ölümsüzlüğün de bir sembolü haline gelmiştir. Zeytin ağacı antik çağlarda birçok medeniyetin kültüründe yer almış, mitolojilerde sıkça anılmış ve çeşitli

uygarlıklar tarafından kutsal kabul edilmiştir. Zeytinin yalnızca bir gıda maddesi olarak kullanılmaması, onu ve zeytinyağını kültürel mirasın önemli bir unsuru haline getirmiştir (Yalın, 2024).

Bu başlık altında; eski uygarlıklardan bugüne zeytin meyvesinin anavatanı, arkeolojik bulgulara dayanarak evcilleştirilme süreci, zeytinyağı üretim aşamaları, zeytin koruma kanunu ve zeytinyağının kültürel bir değer haline gelmesi gibi konular ele alınmıştır.

2.3.1. Eski uygarlıklarda zeytin ve zeytinyağı

Tarihsel kaynaklara göre zeytin ağacının anavatanı Güney Ön Asya olarak belirtilmiş olsa da (Hehn, 2003), günümüzde bu bölge; Doğu Akdeniz ve Türkiye'nin Hatay, Gaziantep ve Kahramanmaraş illerini kapsayan çevresi olarak kabul edilmektedir (Dara, 2010). Zeytinin kökenine dair farklı görüşler de literatürde yer almaktadır. Bu görüşlerden birine göre, zeytin M.Ö. 3. binyılın ikinci yarısından itibaren Suriye'de yetiştirilmeye başlanmış ve bölge anavatan olarak değerlendirilmiştir (Özdizbay, 2004). Diamond'a (2008) göre ise zeytin, M.Ö. 4000'lerde Samiler tarafından ıslah edilerek kültür bitkisi haline getirilmiştir. Zeytinin en erken dönemlerde bu coğrafyada kullanılması, doğal bir gelişim süreci olarak değerlendirilmektedir. Kültür bitkisi haline geldikten sonra zeytinyağı üretimi ve kullanımının yaygınlaşması yaklaşık 1500–2000 yıl sürmüştür. Zeytinyağı ticaretiyle başlayan yayılım süreci, zeytin fidelerinin farklı bölgelere transferiyle hız kazanmış ve kültür bitkisi olarak geniş bir coğrafyaya yayılmıştır. Fenikeliler aracılığıyla gerçekleşen yayılım; Mısır, Kıbrıs, Girit ve Anadolu üzerinden Yunanistan'a, M.Ö. 700'lerde ise Kuzey Afrika'daki Libya ve Tunus'a kadar ulaşmıştır. Zeytinin bu bölgelerde benimsenip yayılması farklı tarihsel süreçlere dayanmakla birlikte, nihayetinde tüm Akdeniz havzasına yayılmasını sağlamıştır. Tunç Çağı ve sonrasındaki dönemlerde Akdeniz'de zeytinciliğin yaygınlaştığını gösteren arkeolojik buluntular arasında yağ presleri, saklama kapları, zeytin motifli vazolar, duvar resimleri ve zeytin çekirdekleri yer almaktadır. (Ünsal, 2011).

Bitkilerin evcilleştirilme süreci, Güney Asya'daki Bereketli Hilal bölgesinde başlamış ve ilk evcilleştirilen ürünler arasında buğday, arpa ve bezelye yer almıştır. Zeytin, üzüm ve incir gibi meyve ağaçları ise aşı veya tohum yoluyla ekilmiş ve evcilleştirilmiştir. Bu türlerin tam verime ulaşması uzun yıllar gerektirdiğinden yerleşik hayata geçişi zorunlu kılmıştır. Bereketli Hilal'de evcilleştirilen bu bitkiler zamanla İspanya, İtalya ve Kuzey

Afrika'ya kadar yayılmış; bu da evcilleştirmenin Akdeniz çevresine ulaşmasını kolaylaştırmıştır (Diamond, 2008).

Antik Çağ'da zeytin yalnızca bir gıda maddesi olarak değil; dini törenlerde, lambalarda yakıt olarak, saç bakımında, vücut temizliğinde ve tıbbi amaçlarla da kullanılmıştır. Bu durum, zeytinin tarih boyunca çok yönlü bir değer taşıdığını göstermektedir (Hehn, 2003). Hipokrates (M.Ö. 460–377) ve Galenos gibi ünlü hekimlerin zeytinyağını çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde önerdiği bilinmektedir (Ünsal, 2011). Galenos'a göre zeytinyağı mideyi güçlendirici ve iştah açıcı özelliklere sahiptir; özellikle sirke içinde bekletilmiş zeytinin bu etkileri daha belirgin şekilde gösterdiği ifade edilmiştir (Grant, 2002). Plinius'a göre ise insan vücudu için kabul edilebilir iki sıvı vardır: bedenin içi için şarap, dışı için ise zeytinyağı. Bu ifade, antik dönemde zeytinyağının kozmetik amaçlı kullanımının önemini ortaya koymaktadır. Antik çağda zeytinyağı, vücut temizliği amacıyla da yaygın olarak kullanılmış; vücut zeytinyağı ile ovulduktan sonra özel bir alet yardımıyla kirden arındırılmıştır (Aydınöğlu, 2009).

Zeytinyağı masaj uygulamalarında da önemli bir rol oynamıştır. Celcus'un ifadesine göre sağlıklı bir birey hem dinç hem de kendi sağlığının efendisi olmalı; bu nedenle masaj gibi destekleyici uygulamalara ihtiyaç duymaktadır (Jackson, 1999). Eski uygarlıklarda yer alan zeytinyağı kültürü kısaca şu şekildedir;

Hitit Uygarlığı: Hititler döneminde yağ çıkarılması amacıyla zeytin dışında nohut, susam, ayçiçeği, kişniş, kimyon, bakla, çiğdem, keten tohumu, soğan, fasulye, çayır bezelyesi, bezelye, kara burçak, su teresi ve sarımsak gibi çeşitli ürünler de yetiştirilmiştir (Yakar, 2007).

Anadolu'da varlığını sürdürmüş olan Hititlere ait arkeolojik buluntular ve yazılı kaynaklar, zeytinyağı üretiminin varlığını ortaya koymaktadır. Ancak bu dönemde zeytin üretiminin hangi ölçekte gerçekleştiğine dair yeterli bilgi bulunmamaktadır (Eğilmez, 2005). Zeytinin kozmetik amaçlarla da kullanıldığına dair kanıtlar, Hitit metinlerinde ve Mezopotamya kaynaklarında yer almaktadır (Aydınöğlu, 2009). Bunun yanı sıra zeytin ve zeytinyağı; meşale ve lambaların yakılmasında, ritüellerde atların, insanların ve kült değeri taşıyan nesnelerin yağlanması, ayrıca tanrılara sunulan ekmeklerin yağlanması da kullanılmıştır (Bülbül, 2017).

Lidya Uygarlığı: Akdeniz iklimi özellikleri taşıyan Lidya bölgesinde, özellikle Kaystros, Hermos ve Hyllos ırmaklarının vadileri tarımsal verimlilik açısından oldukça zengindir. Bu vadilerde incir, üzüm ve zeytin gibi ürünler önemli tarım ürünleri arasında yer almaktadır (Bülbül, 2017).

Ksenophon'un Kyros VI 2, 21 adlı eserinde yer alan bilgilere göre, Lidya bölgesinin zenginlikleri İranlı bir asker tarafından ayrıntılı biçimde anlatılmıştır (Bülbül, 2017).

"...Fakat yalnızca arpa, hayvan sürüleri ve hurma ağaçlarının bol olarak yetiştiği Suriye için değil, Lidya için de çarpışılacağını anladığımızda düş kırıklığımız ortadan kalktı. Çünkü Lidya'da şarap, incir ağaçları ve zeytinyağının çok bulunmasıyla birlikte, kıyıları deniz suyuyla yıkanır ve sularında şimdiye kadar kim- senin görmediği kadar şey taşınır..."

Eski Mısır Uygarlığı: Zeytin ağacının M.Ö. 1600'lü yıllarda Nil Deltası'nda ekilmeye başlandığına dair çeşitli kaynaklarda bilgiler yer almaktadır. Bazı araştırmacılar ise zeytinyağı üretiminin Mısır'da daha erken dönemlerde yapıldığını öne sürmektedir. Bu görüş, M.Ö. 2500 yılına tarihlenen Sakkarah Piramidi'nde ortaya çıkarılan ve zeytinyağı üretiminde kullanıldığı düşünülen bir aletin keşfiyle desteklenmektedir.

Zeytin ağacı, Eski Mısır'da diğer birçok kültürde olduğu gibi kutsal bir sembol olarak kabul edilmiştir. Firavun III. Ramses'in Güneş Tanrısı Ra adına inşa ettirdiği tapınağın aydınlatılması amacıyla özel zeytinlikler kurduğu ve bu alanlardan elde edilen zeytinyağını kullandığı bilinmektedir (Ünsal, 2011).

Erken Dönem Girit Uygarlığı: Zeytinyağı üretimine yönelik arkeolojik buluntular, Girit'te gerçekleştirilen zeytin yetiştiriciliği ve zeytinyağı üretimi hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. M.Ö. 3000'li yıllara ait kaya oyukları ve taş havanlarda zeytin tanelerinin işlenmesiyle elde edilen "ilkel zeytinyağı" üretiminin bu dönemde başladığı anlaşılmaktadır. M.Ö. 1700'lü yıllarda ise taş silindirlerin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte zeytinyağı üretimi daha yaygın hale gelmiştir.

Yapılan kazılarda bulunan amforalar üzerindeki zeytin dalı ve yıldız biçimli desenler, Girit'in zeytinyağı üretimindeki rolünü ve Mısır ile yapılan ticareti ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, zeytinyağı endüstrisinin savaş dönemlerinde Girit halkı üzerinde olumsuz etkiler yarattığı da bilinmektedir (Ünsal, 2011).

Antik Yunan Uygarlığı: Zeytin yetiştiriciliğinin Arkaik dönemin başlarında yaygın olmadığı; ancak Arkaik dönemin ortalarına doğru zeytin yetiştirme faaliyetlerinin arttığı görülmektedir. Bu artış, Klasik ve Helenistik dönemlerde de devam etmiştir. Zeytin yetiştiriciliğinin Roma'ya ulaşması ise Güney İtalya'daki Yunan kolonileri aracılığıyla gerçekleşmiştir. Böylece Roma, M.Ö. 1. yüzyıldan itibaren zeytin ticaretinin bir parçası haline gelmiştir. Zeytin üretimiyle ilgili ilk bilgileri içeren kaynaklar arasında Ksenophon ve Theoprostos'un eserleri yer almaktadır. Ksenophon, zeytin ağacının ekimi ve aşılama tekniklerine dair bilgiler sunarken; Theoprostos, zeytin üretimi ve zeytin ağaçlarının uzun

ömürlü olması için gerekli koşullara ilişkin detaylar vermektedir. Söz konusu antik dönem yazarları, zeytin ağaçlarının yaklaşık iki yüzyıl yaşayabildiğini de belirtmektedirler (Özdizbay, 2004).

Eski Yunanlılar, zeytin yetiştirme işine yalnızca erdemli ve dürüst kişileri kabul etmiş; zeytinliklere herkesin erişimini yasaklamışlardır (Hehn, 2003). Antik Yunan kültüründe mutfak geleneği 3 temel ögeye dayanmaktadır: şarap, tahıl ve zeytin. Söz konusu öğelerin sırasıyla Dionysos, Demeter ve Athena tarafından insanlara sunulmuş tanrısal hediyeler olarak kabul edilmektedir (Freedman, 2008). Athena'nın sembollerinden biri olarak zeytin dalı ön plana çıkmaktadır (Can, 1994).

Mitolojiye göre Atina kenti, Athena ile Poseidon arasında gerçekleşen bir yarışma sonucunda Athena'nın adıyla anılmaya başlanmıştır;

"Poseidon ve Athena, yeni kurulan kente kendi isimlerinin verilmesini istiyorlardı. Zeus'un önerisi ise daha yararlı bir iş yapabilenin şehre isminin verileceğiydi. Poseidon, üç dişli yabanın deniz kenarındaki kaya üzerine hızla vurdu; hemen ardından çalkantılı bir at belirir ve koşarak uzaklaştı. Athena ise sessizce mızrağını yere dokundurdu; bir anda dalları meyve dolu, gümüş yapraklı bir zeytin ağacı filizlendi."

Bu metinde sembolizmin iki farklı anlamı yer almaktadır. İlk anlam, atın zeytin ağacının sunduğu kadar çok yönlü ve faydalı olamayacağı düşüncesidir. İkinci anlam ise, savaşın simgesi olarak bilinen atın yerine, barışın simgesi olan zeytinin ön plana çıkmasıdır. Antik Yunan mitolojisinde tanrılar arasında yapılan bir yarışma sonucunda Athena, barışı simgeleyen zeytin ağacının temsilcisi olarak seçilmiş ve bu nedenle şehre onun adı verilmiştir (Can, 1994).

Antik Çağ'ın önde gelen politikacılarından ve Yedi Bilge'den biri olan Solon, M.Ö. 639–559 yılları arasında kabul ettiği bir kanunla zeytin ağaçlarının korunmasına yönelik önemli bir adım atmıştır. Bu kanun, dünyada çıkarılan ilk zeytin koruma kanunu olma özelliğini taşımaktadır. Kanuna göre, her yıl zeytinliklerde iki ağaçtan fazla kesilmesi yasaklanmış; ayrıca Solon, zeytinyağı dışında tüm tarım ürünlerinin ihracatını da yasaklamıştır (Ünsal, 2011).

Birik Dönemi'nde Roma ve Yunan uygarlıklarının yemek kültüründe zeytin ve zeytinyağının önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Zeytin meyvesi, içerdiği glikozit nedeniyle doğrudan tüketilmesi zor bir üründür; bu nedenle tuzlama işlemi gerektirmektedir. Salamura yöntemiyle işlenen zeytin, antik mutfakların vazgeçilmez bileşenlerinden biri haline gelmiştir (Freedman, 2008).

Antik çağlarda zeytinyağı üretimi 3 temel aşamadan oluşmaktadır: toplama, presleme ve ayırma. İlk olarak zeytinler ezilerek yağları çıkarılmakta, ardından bu ezilmiş zeytinler preslenerek zeytinyağı elde edilmektedir. Bu üretim süreci, yüzyıllar boyunca benzer yöntemlerle sürdürülmüştür (Aydınoğlu, 2009). Presleme, antik dönemlerden itibaren kullanılan temel bir tekniktir ve ilk örnekleri doğal kaya üzerine açılan çukurlar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir (Tekocak & Adıbelli, 2010).

Arkeolojik bulgular, farklı dönemlerde presleme işlemi için çeşitli tekniklerin kullanıldığını ortaya koymaktadır. Örneğin, Antik Mısır'da fresklerde görülen çuvaların bükülerek preslenmesi; Yunanlıların ahşap malzemeyi ağırlık olarak kullanması, Roma ve Bizans dönemlerinde ise ezme zemininde vida presleme tekniğinin uygulanması, zeytinyağı üretimindeki teknolojik evrimi gözler önüne sermektedir. Helenistik Dönem'den itibaren zeytinyağı üretiminde görülen önemli bir yenilik, yuvarlak taşlı kırma teknelerinin keşfi olmuştur. Bu buluş, başlangıçta hayvan gücüyle yapılan işlemlerin yerini su ve rüzgâr gücüne bırakmasını sağlamış; kaldırma prensibinin kullanılmasıyla baskı kollu preslerin yaygınlaşmasına yol açmıştır. Geç Bronz Çağı ve özellikle Demir Çağı'nda Kıbrıs ve Levant bölgelerinde bu tekniklerin kullanıldığına dair arkeolojik buluntular mevcuttur. Ayrıca bu sistemler, M.Ö. 6. yüzyıla tarihlenen Attik siyah figürlü vazolarda bile tasvir edilmiştir (Aydınoğlu, 2009). Antik dönemde zeytinyağı, aydınlatma amacıyla temel enerji kaynağı olarak kullanılmış; zeytin meyvesinin yetişmediği bölgelere ise zeytinyağı ithal edilmiştir. Zeytinyağının yanı sıra, daha az yaygın olarak kullanılan diğer bitkisel yağ türleri arasında susam, ceviz ve fındık yağları yer almaktadır (Çokay, 1998).

2.3.2. Eski uygarlıklar sonrasında zeytin ve zeytinyağı

Bu başlık kapsamında, eski dönem uygarlıklarının ardından zeytin ve zeytinyağı üretimi ile kullanımı; Osmanlı Devleti Dönemi ve bugünkü uygulamalar başlıkları altında ele alınmıştır. Osmanlı Dönemi'nde zeytin meyvesi üzerinden gelişen tarımsal faaliyetler, saray mutfağındaki kullanımı, ihracat süreçleri ve üretim miktarları gibi konular incelenmiştir.

2.3.2.1. Osmanlı Devleti döneminde zeytin ve zeytinyağı

Beylikler Dönemi ve Erken Osmanlı Dönemi'nde zeytin ziraatına dair yeterli bilgi bulunmamaktadır. Bu dönemde zeytin, mutfaklarda ve günlük yaşamda yaygın olarak kullanılmamış olsa da (Faroqhi, 2016), Osmanlı Devleti'nin ekonomik yapısı büyük ölçüde tarıma dayanmaktaydı. Tarım, toplumun temel ekonomik faaliyetlerinden biri

olmasının yanı sıra halkın geçimini sağlamada ve devletin ihtiyaçlarını karşılamada da önemli bir rol üstlenmiştir. Toprakla gerçekleştirilen tarımsal üretim, yalnızca halkın günlük gıda ihtiyacını karşılamakla kalmamış; aynı zamanda devletin ve ordunun gıda temini açısından da kritik bir işlev görmüştür. Ziraat, alt sınıflardan üst düzey devlet görevlilerine kadar geniş bir kesimin ihtiyaç duyduğu ürünleri sağlayarak Osmanlı toplumunun ekonomik ve sosyal yapısının sürekliliğini sağlamıştır. Bu bağlamda tarım, Osmanlı ekonomisinin temel direği olmuş ve devletin işleyişini doğrudan etkilemiştir (Öztürk, 1999).

Osmanlı İmparatorluğu, geniş toprakları üzerinde zeytinliklere sahip olduğundan, zeytincilik bölgenin kadim bir geleneği olarak varlığını sürdürmüştür. Osmanlı, bu köklü geleneği devralarak zeytin üretimine devam etmiştir. Akdeniz kıyıları, Filistin ve Lübnan'daki dağlık alanlar ile İskenderun'dan Ayntab'a kadar uzanan bölgeler, antik çağlardan itibaren zeytin ve zeytinyağı üretiminin merkezi olmuştur. Bu bölgeler tarih boyunca zeytin yetiştiriciliğinin yoğun olarak yapıldığı ve önemli bir tarımsal faaliyet olarak sürdürüldüğü alanlar olarak öne çıkmaktadır (Yılmaz, 2010).

Zeytinyağı, halkın temel tüketim maddeleri arasında yer alması ve geniş bir kullanım alanına sahip olması nedeniyle üretimi, ticareti ve tüketimi açısından her dönemde önemsenmiştir (Doğan, 2007). Erken Osmanlı döneminde sadeyağ ve tereyağı gibi diğer yağ türleri daha yaygınken, zeytinyağı sınırlı miktarda tüketilmiştir. Saray mutfağında zeytin ve zeytinyağı genellikle yan ürün olarak ana yemeklerin yanında yer almıştır. Bu durum, dönemin yemek alışkanlıkları ve ekonomik yapısıyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Zeytinyağı, geleneksel Osmanlı mutfağında az tüketilmesine rağmen, yirminci yüzyılın başlarına kadar devlet dairelerinin ve ibadethanelerin aydınlatılmasında, donanma kızaklarının yağlanması, saray ahırlarında ve sabun sanayisinde önemli bir yere sahip olmuştur. Zeytinin yaygınlaşması ise Osmanlı'nın ilerleyen dönemlerinde, özellikle zeytin yetiştiriciliğinin arttığı bölgelerde daha belirgin hale gelmiştir (Faroqhi, 2016).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde zeytin ve zeytinyağı, yalnızca temel bir tüketim maddesi olarak değil, aynı zamanda ekonomik değeri yüksek bir ticari ürün olarak da önem arz etmiştir. Her ne kadar erken dönem Osmanlı arşivlerinde zeytinyağı ticaretine ilişkin veriler sınırlı olsa da devletin temel hedeflerinden birinin İstanbul başta olmak üzere büyük şehirlerin zeytin ve zeytinyağı ihtiyacını karşılamak olduğu anlaşılmaktadır. XVI. yüzyıldan itibaren zeytincilik, Osmanlı ekonomisinde hem ticari açıdan değer kazanan hem de tarımsal üretimin önemli bir parçası haline gelen bir alan olmuştur. Erken

döneme ait belgeler, Edremit bölgesinde zeytin üretiminin XVI. yüzyıl başlarına kadar sürdüğünü göstermektedir. Osmanlı arşivlerinde yer alan 3 Kasım 1515 tarihli bir ferman, sarayın ihtiyaçları doğrultusunda Edremit ve Midilli Adası'ndan "en kaliteli ve seçkin" 8 varil zeytin talep edildiğini ortaya koymaktadır. Bu belge, zeytinin saray mutfağında kullanıldığını doğrulayan önemli bir kanıt niteliğindedir. Talep edilen zeytinler, yaklaşık bir buçuk ay sonra, 21 Aralık 1515'te Edremit'ten İstanbul'a gönderilmiştir (Yılmaz, 2010).

XXVI. yüzyılda zeytin ve zeytinyağı ihracatı, genel olarak yasaklı mallar arasında yer almamakla birlikte, belirli dönemlerde ihracatı sınırlandırılan ürünler arasında sayılmıştır. Bu uygulamanın temel gerekçesi, Osmanlı Devleti'nin öncelikli hedefinin iç pazarın ihtiyaçlarını karşılamak olmasıdır. Halkın mağduriyet yaşamaması adına temel gıda maddelerinin ihracatına dönemsel sınırlamalar getirilmiştir. Bu tür önlemler doğal afetler, kıtlık ve üretim düşüşleri gibi koşullardan da etkilenmiştir (Arıkan, 2006).

Osmanlı zeytinyağı ihracatı, demiryollarının iç bölgelere yayılması ve 1896–1913 yılları arasındaki ekonomik dönüşümle birlikte hız kazanmıştır. Tarımın ticari hale gelmesiyle birlikte kuru üzüm, tütün ve zeytinyağı en önemli ihracat ürünleri arasında yer almıştır. Bu dönemde dünya zeytinyağı pazarındaki değişim, büyük ölçüde uluslararası talep dalgalanmalarına bağlı olarak şekillenmiştir (Ateş, 2022). 1909 yılına ait tarım verilerine göre Osmanlı Devleti'nin Anadolu'daki zeytin üretimi 98.893 ton olarak kaydedilmiştir. 1913 yılında ise bu miktar 166.452 tona yükselmiş, 1914'te ise üretim tekrar düşerek 89.702 ton seviyesine gerilemiştir (Güran, 1997).

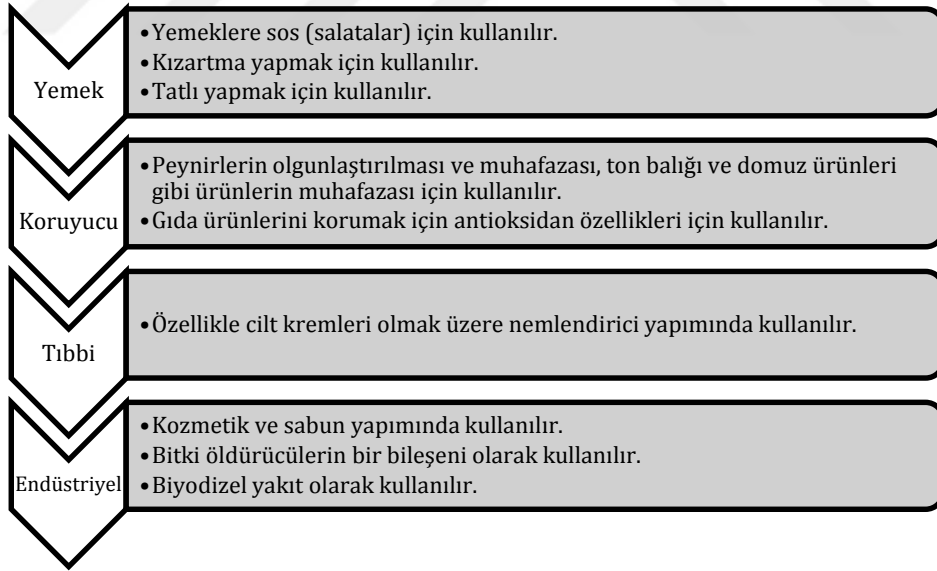
2.3.3. Günümüzde zeytin ve zeytinyağı

Zeytin yaprağı, içeriğinde bol miktarda fenolik bileşikler, terpenler, lipofilik maddeler ve çeşitli diğer bileşenler barındırmaktadır ve zeytin yaprağına güçlü antioksidan, anti-inflamatuar, antimikrobiyal ve antihipertansif özellikler kazandırmakta; aynı zamanda kan pıhtılaşmasını önleyen antitrombotik etkiler de göstermektedir. Zeytinyağı ise oleik asit bakımından zengin olup bu özelliği sayesinde kalp-damar hastalıklarında önemli bir risk faktörü olan kolesterolü, özellikle damar tıkanıklığına yol açan türlerini azaltmada etkili bir rol oynamaktadır. Ayrıca, koruyucu ve faydalı kolesterol seviyelerinin artırılmasına da katkı sağlamaktadır. Bu nedenle zeytinyağı, kalp-damar hastalıkları riskini azaltmada ve genel vücut sağlığının korunmasında büyük bir öneme sahiptir (Harwood & Yaqoob, 2002).

Zeytin meyvesi farklı kullanım alanlarına sahiptir. Zeytinin meyvesi, meyveden elde edilen zeytinyağı, yaprağı ve pirinası çeşitli alanlarda değerlendirilmektedir (Mataracı, 2002). Yerel tıp uygulamaları, antik çağlardan bugüne kadar varlığını sürdürmüş farklı kültürlerde benzer tedavi amaçlarıyla kullanılmış; ancak her kültür kendi yöntemleri ve malzemeleriyle farklılık göstermiştir.

Zeytinyağının tedavi edici özellikleri nedeniyle dünya genelinde yaygın şekilde kullanıldığı bilinmektedir. Örneğin; Almanya’da zeytin yaprağı kalp ve damar hastalıkları için, Fransa’da sindirim, böbrek ve idrar sorunları için, Slovenya’da ise yüksek tansiyon ve idrar yolu rahatsızlıkları için kullanılmaktadır (Dara, 2010). Cilt bakım ürünlerinde nemlendirici özellikleri nedeniyle yaygın olarak tercih edilen zeytinyağı endüstriyel alanda ise kozmetik ve sabun üretiminin yanı sıra, bitkiyi etkileyen unsurların kontrolü ve biyodizel yakıt üretimi gibi farklı alanlarda da önemli bir rol oynamaktadır (Arıkan & Çeken, 2017).

Zeytinin toplanıp yıkanarak sıkılması sonucu elde edilen zeytinyağı, özellikle mutfaklarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Dancausa-Millán, Millán-Vázquez de la Torre ve Huete-Alcocer (2022), zeytinyağının kullanım alanlarını 4 ana kategoride incelemişlerdir (Bkz. Şekil 1):



Şekil 2.1 Zeytinyağının Kullanım Alanları. Kaynak: Dancausa-Millan, Millán-Vazquez de la Torre ve Huete-Alcocer, 2022.

Şekil 2.1’e göre zeytinyağı; gastronomik, tıbbi ve endüstriyel alanlarda çeşitli şekillerde kullanılmaktadır. Gastronomik olarak; kızartmalarda, tatlılarda, salatalarda sos olarak, peynirlerin olgunlaştırılması ve muhafazasında, ton balığı ve domuz ürünlerinin korunmasında, ayrıca antioksidan özelliklerinden faydalanmak amacıyla

kullanılmaktadır. Tıbbi ve endüstriyel kullanımda ise; cilt kremlerinde nemlendirici olarak, kozmetik ve sabun üretiminde, bitki öldürücülerin bir bileşeni olarak ve biyodizel yakıt üretiminde önemli bir rol oynamaktadır.

Dara Ramis (2010) ve Kaplan (2012)'nin çalışmalarında ise, 21. yüzyılda zeytinyağının kullanım alanları şu şekilde ele alınmıştır:

Yanık, Ağrı ve Değişik Yara Tedavi Yöntemleri için;

- *İncinen bölgelere zeytinyağı ile masaj yapmak, ağrıyı azaltmaktadır ve yumuşatıcı etki sağlamaktadır.*
- *İltihaplı alanlara damlatıldığında iyileştirici etkisi vardır.*
- *Zeytin çekirdeğiyle ezilip sürüldüğünde, yaralanma ve burkulmalarda şişlik ve ağrıyı hafifletmektedir.*
- *Karın ağrısında, kimyon eklenmiş sızma zeytinyağı karına sürülüp ılık havluyla sarıldığında gazı gidermektedir ve rahatlatmaktadır.*
- *Yanıklarda doğrudan uygulanıp sarıldığında iz oluşumunu önlemektedir. Zeytin çekirdeği yutmak ise mide rahatsızlıklarına iyi gelmektedir.*
- *Emziren annelerde meme ucu çatlaklarına ve tırnak kenarındaki iltihaplara zeytinyağı sürülmesi yumuşatıcı bir etki göstermektedir.*
- *Zeytin ağacı kabuğundaki zerk, yara iyileştirici olup alkolle karıştırıldığında saçı güçlendirmektedir. Zeytinyağı ve biberiye yağı karışımı kepek oluşumunu azaltmaktadır.*
- ***Bebekler için:***
- *Pişikte, hafif ısıtılıp soğutulmuş zeytinyağı pamukla sürüldüğünde koruyucu etki göstermektedir.*
- *Mamasına katılan bir çay kaşığı zeytinyağı sindirime yardımcı olmaktadır.*
- *"Eyesi battı" denilen durumlarda ısıtılmış zeytinyağıyla masaj önerilmektedir.*
- *Asidi uçurulmuş zeytinyağı ile yapılan masaj, bebeğin rahat uyumasını sağlamaktadır.*
- *Safra akışını artırmaktadır, bağırsakları yumuşatmakta ve kabızlığı gidermektedir.*

Satıl & Polat (2010)'ın çalışmasında Balıkesir'in Burhaniye ve Havran yörelerinde zeytinin kullanım alanları şu şekilde sınıflandırılmıştır;

Gıda Olarak Kullanımı: Zeytin meyvesi kahvaltılık, turşuluk vb. formlarda doğrudan tüketilmekte, ayrıca zeytin meyvesinden zeytinyağı elde edilmektedir.

Tıbbi Olarak Kullanımı: Zeytinyağı, çeşitli bitkilerle karıştırılarak merhem haline getirilmekte ve yara ile ağrılı bölgelerde kullanılmaktadır. Merhem yapımında kullanılan başlıca bitkiler arasında çirişlik otu, kudret narı, kızılçam, kekik, kantaron, gül, ardıç, güzellik otu, pamukla, anduz otu yer almaktadır. Bu bitkiler zeytinyağı veya balmumu ile karıştırılarak merhem haline getirilmektedir. Ayrıca zeytin ağacının gövdesinden salınan salgının, ağrı yapan dişin üzerine konulduğunda ağrıyı kestiği belirtilmektedir. Zeytin meyvesinin çiçekli dallarının kaynatılmasıyla elde edilen çay, eklem ve bacak ağrıları için içilmektedir. Zeytin çiçeği ve yapraklarının kaynatılmasıyla elde edilen çay ise mide bulantısı ve kusmayı önlemek, kan şekerini düşürmek amacıyla kullanılmaktadır. Zeytin meyvesinden elde edilen yağ, sabun yapımında; çam reçinesi ve zeytinyağının birlikte kaynatılmasıyla elde edilen merhem ise hayvanların soğuk havalarda hastalıklara karşı korunmasında kullanılmaktadır.

El Sanatlarında Kullanımı: Zeytin ağaçlarının alt bölgelerinden elde edilen filizler çit ve süpürge yapımında, dipteki genç filizler ise sepet/sele yapımında kullanılmaktadır. Zeytin ağacının gövdesi ve dalları kaşık yapımında; meyvesi ve tohumları ise nazarlık, kolye gibi süs eşyalarının üretiminde değerlendirilmektedir.

Hayvan Yemi Olarak Kullanımı: Zeytin dalları hayvan yemi olarak kullanılmaktadır.

Diğer Kullanım Alanları: Zeytin dalları, ölüyü yıkamak için kaynatılan suya eklenmekte ve defin sonrası mezarın üzerine konulmaktadır.

Yakacak Olarak Kullanımı: Zeytin dalları ve pirinası (zeytin işlendikten sonra kalan posası) yakacak olarak kullanılmaktadır. Pirina, çoğunlukla yakıt olarak değerlendirilse de Akdeniz ülkelerinde kullanım alanları daha çeşitlidir. Bu ülkelerde pirina; tarımda gübre olarak, hayvan yemi olarak ve yol kaplama malzemesiyle karıştırılarak yol yapımında katkı maddesi olarak da kullanılmaktadır. Bu çok yönlü kullanım, pirinanın ekonomik değerini artırmakta ve çevresel sürdürülebilirlik açısından önemli bir kaynak haline getirmektedir (Öcal, 2005; Görel vd., 2004).

Türkiye'de pirina işleyen 15 tesis faaliyet göstermektedir. Bu tesisler, zeytin üretiminin yoğun olduğu Gaziantep, Muğla, Hatay, İzmir, Aydın ve Balıkesir illerinde yer almaktadır. Tesislerin büyük çoğunluğu pirinayı yakıt olarak değerlendirirken, yalnızca bir tesis hayvan yemi olarak kullanmaktadır. Pirinanın yakıt olarak değerlendirilmesi, zeytin işleme endüstrisinin çevresel etkilerini azaltmakta ve enerji üretimi açısından sürdürülebilir bir kaynak oluşturmaktadır. Bu tesisler, yerel ekonomilere katkı

sağlamakta ve atık yönetiminin iyileştirilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Ayrıca, zeytinyağı üretim sürecinden elde edilen yan ürünlerin çeşitli endüstriyel alanlarda kullanımı, bu tesislerin ekonomik ve çevresel değerini artırmaktadır (Ceylan & Kendirli, 2018). Bu kapsamda, 2023/2024 sezonuna ait Türkiye rekolte verileri aşağıdaki Tablo 2.2’de özetlenmiştir:



Tablo 2.2 2023/24 Sezonu Türkiye Rekoltesi

TÜRKİYE REKOLTESİ								
Yıl	Ağaç Sayısı		Ağaç başına zeytin danesi (kg)	Elde edilecek zeytin (ton)	Yemekliğe ayrılacak zeytin (ton)	Yağlığa ayrılacak zeytin (ton)	Elde edilecek zeytinyağı (ton)	Bir kg zeytinyağı için zeytin danesi (kg)
	Meyve veren	Meyve vermeyen						
2013-2014	136.750.764	29.395.806	7,6	1.033.384	410.162	623.223	130.001	4.8
2014-2015	140.548.527	24.009.611	9,6	1.352.152	438.833	913.319	189.482	4.8
2015-2016	145.321.360	22.526.267	7,6	1.108.188	397.025	711.133	143.115	5,0
2016-2017	144.384.666	26.895.736	11	1.535.055	432.976	1.102.080	177.365	6,2
2017-2018	151.347.628	26.583.103	13,4	2.031.244	455.772	1.593.698	287.041	5,6
2018-2019	151.069.434	26.774.532	9,9	1.500.467	426.995	1.073.472	193.614	5,5
2019-2020	153.168.156	27.717.636	10,0	1.482.500	414.085	1.068.415	214.595	4,9
2020-2021	159.352.393	29.397.654	8,3	1.316.850	360.046	956.804	177.981	5,4
2021-2022	164.586.585	27.696.636	10,6	1.738.680	506.754	1.231.925	235.727	5,2
2022-2023	167.652.603	28.456.586	17,8	2.976.654	735.680	2.244.999	421.774	5,3
2023-2024	170.859.878	31.281.898	7,9	1.342.998	442.765	900.234	179.300	5,0

Tablo 2.2 Kaynak: Firuze TOPAKLI / TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası UZZK Temsilcisi.

Tablo 2.2’de yer alan rapora göre, Türkiye’de 170.859.878 adet ürün veren ve 31.281.898 adet ürün vermeyen zeytin ağacı bulunmaktadır. Bu verilere göre, 2022/23 sezonuna kıyasla %3,1 oranında bir artış gözlemlenmiştir.

Zeytinyağı, antik çağlardan bugüne kadar geleneksel bir gıda olarak varlığını sürdürmüştür; aynı zamanda turizm açısından da önemli bir kaynak haline gelmiştir. Zeytin meyvesi, turistik bir cazibe unsuru yaratırken zeytin üretim süreçleri bu sektörde kendine özgü bir kültürün oluşmasına olanak tanımıştır (Budak, 2022). Zeytinyağı turizmi, yörede üretilen tarımsal ürünlere olan ilgiyi artırarak hem zeytincilik faaliyetlerinin hem de turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Artan bu ilgi, zeytinyağı ürünlerinin değerinin yükselmesine ve gerçek potansiyellerinin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Arıkan & Çeken, 2017).

2.4. Turizmde zeytinyağı

Turizm, ülkeler için önemli bir sektör haline gelmiştir. Ancak son yıllarda turistik talep; deniz, güneş ve kum odaklı turizmden, alternatif turizm türlerine; sahil bölgelerinden kültürel alanlara ve yerel özelliklere doğru yol almaktadır. Gerçekleşen değişim her bölgenin kendine özgü turistik cazibe unsurlarının vurgulanmasını ve hedef kitleye sunulmasını zorunlu hale getirmiştir (Giritlioğlu & Avcıkurt, 2010). Bu bağlamda zeytinyağı yalnızca bir gıda ürünü olarak kalmamış; turizm sektöründe de önemli bir yer edinmiştir (Pulido-Fernandez vd., 2019). Sıradaki bölümde, zeytinyağının söz konusu önemi doğrultusunda; zeytinyağı turizmi, turizm rotaları ile dünyada ve Türkiye’de yer alan zeytinyağı müzeleri başlıkları ele alınmıştır.

2.4.1. Alternatif turizm türü olarak zeytinyağı turizmi

Tarım teknolojilerindeki gelişmeler ve geleneksel tarımsal faaliyetlerden elde edilen gelirlerdeki azalma gibi faktörler, kırsal alanlarda ekonomik çeşitlendirme ve alternatif gelir kaynakları oluşturma öneminin gündeme getirmiştir (Andereck & Vogt, 2000). Tüketim alışkanlıklarında yaşanan değişimler, turizm sektöründe yeni fırsatlar yaratma ihtiyacını ortaya koymuştur. Değişen talepleri karşılamak amacıyla turizm sektörü içinde çeşitlendirme ve yenilikçi yaklaşımlar benimsenmiş; turistlere sunulan hizmetler de dönüşüme uyum sağlamak adına çeşitlendirilmiştir (Sharpley & Sharpley, 1997; Hall vd., 2003).

Alternatif turizm; yerel halkın kültürüne ve doğal çevreye saygı göstererek, turistlerin seyahatleri sırasında yerel halkla olumlu ilişkiler kurmalarını teşvik eden ve karşılıklı

deneyim paylaşımını amaçlayan bir turizm biçimi olarak tanımlanmaktadır (Özer vd., 2016). Bu turizm türü, kitlesel turizmin doğal ve kültürel çevreye verdiği olumsuz etkileri en aza indirmek amacıyla geliştirilmiştir. Ayrıca, destinasyonların taşıma kapasiteleri göz önünde bulundurularak mevcut değerlerin korunmasına odaklanan pazarlama faaliyetleri sayesinde alternatif turizm, turizm sektörünü mevsimsel döngüden çıkararak yıl boyu sürdürülebilir hale getirmeyi hedeflemektedir (Çeken vd., 2012). Uzun vadeli ekonomik gelişmeye katkı sağlaması, ülke kaynaklarının sürdürülebilirliğini desteklemesi, yaşam standartlarını iyileştirmesi ve doğal, tarihi ve kültürel mirasın korunmasına yardımcı olması nedeniyle alternatif turizm büyük önem taşımaktadır (Agaliotou, 2015).

Turistler, yerel halkla etkileşim kurmak, kültürel etkinliklere katılmak, geleneksel bilgi edinmek ve doğaya duyarlı bir şekilde seyahat etmek amacıyla alternatif turizm seçeneklerini tercih etmektedirler (Kızılırmak, 2006). Alternatif turizm türleri arasında şu başlıklar yer almaktadır: aile turizmi, yaratıcı turizm, akıllı turizm, yavaş turizm, dağ turizmi, yaban hayatı turizmi, deniz ve kıyı turizmi, üçüncü yaş turizmi, doğa temelli turizm, uzay turizmi, e-turizm, toplum temelli turizm, ekoturizm, termal turizm, engelli turizmi, tarım turizmi, etkinlik turizmi, şehir turizmi, film turizmi, şarap turizmi, futbol turizmi, sürdürülebilir turizm, gastronomi turizmi, spor turizmi, gecekondur turizmi, sosyal turizm, gönüllü turizm, sağlık turizmi, helal turizm, miras turizmi, inanç turizmi, medikal turizm, kırsal turizm, macera turizmi, kış turizmi, kültür turizmi ve kongre turizmi (Demirer & Hatırnaz, 2023).

Çalışma kapsamında, zeytinyağı turizmi ile ilişkilendirilen bazı alternatif turizm türleri aşağıda sıralanmıştır:

Zeytinyağı ve Kültür Turizmi: Zeytinyağı üretimi, Akdeniz havzasında yer alan birçok ülkede köklü bir geçmişe sahiptir ve bu geçmiş, bölgenin kültürel mirasının önemli bir parçasını oluşturur. Başta Türkiye, Yunanistan, İtalya ve İspanya olmak üzere, zeytin ağaçları ve zeytinyağı üretimi bu ülkelerde hem sosyal yaşamda hem de ekonomik açıdan önemli bir rol üstlenmektedir (Pulido-Fernandez vd., 2019).

Zeytinyağı üretiminin turistlere tanıtılması, bu bölgelerdeki kültürel turizmin en özel deneyimlerinden birini oluşturmaktadır. Yerel halkın yüzyıllardır sürdürdüğü geleneksel üretim yöntemleriyle elde edilen zeytinyağları, yalnızca bir gıda maddesi değil, aynı zamanda bölgenin kültürel kimliğinin bir yansımasıdır. Zeytinliklerde yapılan geziler, zeytinyağının üretim sürecini yerinde görme ve bu sürecin tarihsel arka planını öğrenme imkânı sunarak turistlere bir yaşam biçimini deneyimleme fırsatı sağlamaktadır. Zeytinyağının kökenleri hakkında bilgi edinmek ve tarihsel anlamını keşfetmek,

turistlerin yerel kültürle güçlü bir bağ kurmasına olanak tanımaktadır. Bu tür deneyimler, geleneksel üretim yöntemlerinin korunmasına katkı sağlamakta; hem yerel mirasın yaşatılmasına yardımcı olmakta hem de bölgenin kültürel değerlerine dair derin bir anlayış kazandırmaktadır (Murgado-Armenteros vd., 2021; Uzun & Çeken, 2023).

Zeytinyağı ve Gastronomi Turizmi: Anadolu'nun tarihî ve arkeolojik zenginlikleri, bu topraklarda yüzyıllardır süregelen zeytin ve zeytinyağı üretiminin arkeolojik buluntularla desteklenerek gastronomi turizmi perspektifinde değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Zeytinlikler ve üretim tesislerine yapılan ziyaretler aracılığıyla, zeytinyağının özellikleri ve üretim süreçleri derinlemesine keşfedilebilmektedir. Ayrıca ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlenen eğitim programları, paneller ve iş birlikleri sayesinde üreticiler bilgi ve deneyimlerini yüksek güvenilirlik temelinde paylaşmakta; zeytinyağı üretiminde kaliteyi artırmaktadır. Hayata geçirilen organizasyonlar yalnızca yerel ekonomiye katkı sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda Anadolu'nun zeytinyağı kültürünü tanıtarak bölgenin gastronomi turizmi açısından cazibe merkezi haline gelmesine olanak tanır (Keser, Tunalioglu & Avunduk, 2018).

Zeytinyağı ve Kırsal Turizm: Kırsal turizm kırsal kültür, çevre ve tarım faaliyetlerinin birleşiminden doğan ve diğer turizm türleriyle uyum içinde uygulanabilen bir turizm biçimi olarak tanımlanmaktadır. Bu turizm türü, şehir hayatından uzaklaşma ve yeni yerler ile kültürleri keşfetme isteğiyle gelişmiştir.

Kırsal turizm yalnızca tarım veya çiftlik turizmiyle sınırlı kalmayıp, kırsal alanlarda gerçekleştirilen tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Soykan, 1999). Geçmişten günümüze kadar varlığını sürdüren sosyo-kültürel değerler, yerel halkın yaşattığı kültürel miraslar, üretim faaliyetleri ve doğal kaynaklar bu turizm türünün temel bileşenleridir. Bu kapsamda tarım turizmi, çiftlik turizmi, yayla turizmi, doğa turizmi, macera turizmi, dağ turizmi, yürüyüş turizmi ve zeytin turizmi gibi çeşitli etkinlikler kırsal turizmin alt türleri arasında yer almaktadır (Özçatalbaş, 2020).

Zeytinyağı ve Tarım Turizmi: Tarım turizmi, literatürde “agroturizm” olarak da adlandırılmaktadır. Geniş bir çerçevede ele alındığında; çiftliklerin eğlence ve eğitim faaliyetleriyle zenginleştirilerek düzenlenmesi, kurulması ve işletilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Tarım turizmi; çiftlikte yetiştirilen ürünlerin doğrudan pazarlanmasını, piyasa ilişkilerinin düzenlenmesini, öğrencilere eğitim verilmesini, açık hava etkinliklerinin gerçekleştirilmesini ve kahvaltılı konaklama gibi uygulamaların bütünüdür (Schilling vd., 2006).

Tarım turizmi, kırsal alanların sürdürülebilirliğini güvence altına alma açısından büyük önem taşımaktadır (Civelek, Dalgın & Çeken, 2013). Kırsal bölgeler, ekonomik çeşitlilik açısından dezavantajlı konumda bulunmakta ve bu durum kırsal yerleşimlerin kalkınmasını zorlaştırabilmektedir.

Sınırlı kaynaklara sahip kırsal alanlarda sürdürülebilir kalkınma kavramı özellikle önem kazanmaktadır. Kalkınmanın temel amacı, insanların yiyecek, giyecek, barınma ve iş gibi temel ihtiyaçlarını karşılamaktır (Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, 1991). Bu bağlamda, 1983 yılında Yunanistan’da Kadın-Erkek Eşitlik Bakanlığı’nın öncülüğünde Petra köyünde kurulan ilk kooperatif olan “Kadın Agro-Turizm Kooperatifi”, genellikle eğitimsiz ve maddi olanaklardan yoksun kadınlar tarafından oluşturulmuş; yöresel kültürlerini, geleneklerini ve göreneklerini tanıtmayı ve yüceltmeyi amaçlamıştır (Ak, 2006).

2.4.2 Tematik rotalar ve zeytinyağı rotaları

UNESCO, Avrupa Konseyi ve ICOMOS her kültürel rota türü veya grubu için kendi misyonlarına uygun farklı tanımlar ortaya koymuş olsa da (Zengin & Öcalır, 2023), tematik rota kavramı; belirli bir temaya dayalı olarak doğal veya yapay cazibe merkezlerini birbirine bağlayan ve bir ulaşım aracıyla erişilebilen seyahat rotası olarak tanımlanmaktadır. Tematik rotalar hem eğlenceli hem de eğitici aktiviteleri bünyesinde barındıran uygulamalar olarak değerlendirilmektedir (Nagy, 2012).

1980’lerden itibaren tematik rotalarla ilgili çalışmaların başladığı, 1990’lı yıllarda bu kavramın kapsamının daha belirgin hale geldiği ve 2000’li yıllarda ise kültürel rotaların ulusal ve uluslararası düzeyde yaygınlaştığı görülmektedir. Tematik rotalar; projeler, seminerler ve konferanslar gibi etkinliklerle daha popüler hale gelmiş ve bu durum karar alma süreçlerini etkilemiştir. Kültürel rotalar, özellikle ICOMOS, UNESCO ve Avrupa Konseyi’nin iş birliğiyle, Avrupa’nın önemli kültürel alanlarına odaklanan raporlar ve kültürel yolculuklar aracılığıyla geliştirilmiştir.

Kültürel mirasın giderek genişleyen kapsamıyla birlikte bu rotalar yeni bir boyut kazanmıştır. Teknolojinin etkisiyle kültürel unsurların değeri artmış; kültürel mirasın bileşenlerine sürekli olarak yeni öğeler eklenmiştir (Fafouti vd., 2023).

Dünya Miras Komitesi, kültürlerarası etkileşimleri ve seyahatleri temel alan rotaları değerlendirerek, tematik rotalar için evrensel kültürel mirasın korunması ve tanıtımına yönelik kriterleri belirlemiştir. Bu kriterler Tablo 2.3’te sunulmuştur.

Tablo 2.3 Evrensel Kültürel Mirasın Korunması ve Tanıtılmasına Yönelik Kriterler

Kriter	Kriter Tanımı	Kriter Önemi
Mekânsal özellikler	Bir rotanın uzunluğu ve çeşitliliği	Rotanın üstlendiği rol veya var oluş amacı
Zaman özellikleri	Rotanın var oluş zamanı	İnsanlığın üzerinde iz bırakacak kadar uzun bir süre boyunca diyakronik uygulama yoluyla kimlik oluşturmuş olması
Kültürel özellikler	Rotanın kültürler arası yönleri veya etkileri	Uzak etnik ve kültürel grupları bir araya getirerek karşılıklı ilerlemelerini teşvik etmesi ve farklı insanları bir araya getirme kapasitesinin olması
Rol veya amaç	Rotanın üstlendiği rol veya var oluş amacı	Dini veya felsefi gibi manevi malların veya toplulukların hayatta kalması için temel ihtiyaçların değiş tokuş edilmesine veya gelişimlerine katkıda bulunması

Tablo 2.3 Kaynak: Dünya Mirası Komitesi. (1994). Kültürel mirasımızın bir parçası olarak rotalar: Uzmanlar toplantısı raporu, Madrid, 24–25 Kasım 1994.

Tabloda yer alan bilgiler incelendiğinde, evrensel kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasına yönelik kriterler; mekânsal özellikler, zaman özellikleri, kültürel özellikler ve rol/amaç olmak üzere dört başlık altında gruplanmaktadır. Kriterlerin önemi ise şu şekilde ifade edilmektedir: Rotanın veya rotaların üstlendiği rol ya da varoluş amacı, insanlık üzerinde iz bırakacak kadar uzun süreli olmalı; bir kimlik oluşturmalı, uzak etnik ve kültürel grupları bir araya getirerek etkileşim kurmalarını teşvik etmeli; bu grupları bir araya getirme kapasitesine sahip olmalı; ayrıca dini, felsefi gibi manevi unsurların ve toplulukların hayatta kalması için temel ihtiyaçların sürdürülebilirliğine ve gelişimlerine katkı sağlamalıdır.

Avrupa Konseyi (COE), kültürel rotaların bireylerin kişisel hakları, kültürel demokrasi, farklılık ve kimlik, diyalog, sınır ötesi etkileşim ve kültürel zenginleşme gibi temel ilkeleri yansıttığını vurgulamaktadır. Bu program, Avrupa'daki çeşitli ülkelerin kültürel mirasının, Avrupa'nın somut ve soyut kültürel mirasına katkısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. COE Tematik Rotalar Programı, Avrupa'daki kültürel rotaların önemini ve rotaların taşınması gereken standartları belirleyerek, Avrupa'nın kültürel çeşitliliğini ve birliğini pekiştirmeyi hedeflemektedir (Council of Europe, 2024).

Kültürel rotalar, kültürel mirası korumaya yönelik yenilikçi yaklaşımlar sunmakta; kültürel çeşitliliği ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmektedir. Aynı zamanda çevresel

faktörlerin önemine dikkat çekerek kültürler arası diyalogu güçlendirmekte; tarihi iletişim yollarındaki etkileşimleri vurgulayarak hem somut hem de soyut kültürel değerleri bir araya getirmekte ve değerlerin korunmasına yeni bakış açıları kazandırmaktadır. Kültürel rotalar, yerel, ulusal, bölgesel, kıtasal ve kıta ötesi düzeylerde dinamik bir yapı olarak faaliyet göstermektedir (Ducassi & Rosa, 2005). Rotalar, belirli bir coğrafi bölgeyi temsil etmekte ve bu bölgedeki ortak bir tema etrafında şekillenmektedir (Häfele, 2013). Bu kapsamda kültürel rotaların taşınması gereken özellikler Tablo 2.4’te sunulmuştur.

Tablo 2.4 Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Kriterleri

Kriter	Temel ilke
Birkaç ülke arasında paylaşılan Avrupa değerlerini göstermelidir.	Bütünlük
Farklı bölgelerden ve çeşitli alanlardan uzmanlar, rotanın temalarını araştırmalıdır.	Eşitlik
Avrupa tarihini, hafızasını veya mirasının bir parçasını yansıtmalı ve modern Avrupa’nın yorumuna katkıda bulunmalıdır	Yansıtıcılık
Gençlerin eğitimsel ve kültürel etkileşimlerini teşvik edebilmeli ve konseyin bu alanlarla ilgili konularıyla uyumlu olmalıdır.	Uyumluluk
Kültürel turizmi destekleyen ve kültürel gelişimi sürdüren geliştirme ve öncü projelere olanak tanımalıdır.	Liderlik
Avrupa Konseyi ağı içinde uzun vadeli, çok disiplinli projeleri düşünmeli ve izin vermelidir.	Çeşitlilik

Kaynak: Avrupa Konseyi. (2010). Avrupa Konseyi Kültürel Rota Sertifikası verilmesine ilişkin kurallar hakkında CM/Res(2010)52 sayılı karar.

Tabloda yer alan kriterler, temel ilkelerle eşleşmektedir. Bu kriterler şunlardır: Belirlenen ülkeler arasında Avrupa değerlerini yansıtmalı; çeşitli alanlardan uzmanlar rotaların temalarını araştırmalı, bu rotalar Avrupa tarihini, mirasını ve hafızasını temsil etmeli ve Avrupa’nın yorumuna katkıda bulunmalıdır. Ayrıca, eğitimsel ve kültürel etkileşimi teşvik edebilmeli; Avrupa Konseyi’nin ilgili alanlardaki politikalarıyla uyumlu olmalı; kültürel turizmi destekleyen ve kültürel gelişimi sürdüren geliştirme ve öncü projelere olanak tanımalı; Avrupa Konseyi ağı içinde uzun vadeli ve çok disiplinli projeleri öngörmeli ve bunlara izin vermelidir. Bu kriterlerle eşleşen temel ilkeler sırasıyla: Bütünlük, Eşitlik, Yansıtıcılık, Uyumluluk, Liderlik ve Çeşitlilik şeklindedir.

Türkiye, 15 Ocak 2018 tarihinde Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Genişletilmiş Kısmi Anlaşması’nı imzalayarak Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Programı’na üye olmuştur.

Bu program; üye ülkelere görsel içerikler, yeni hedef kitlelere ulaşım, pazarlama stratejileri, turizm fırsatları, ağ kurma iş birlikleri, fon yaratma ve yeni verilerin hazırlanması gibi birçok alanda önemli katkılar sağlamaktadır. 2023 yılı itibarıyla Türkiye, toplam dokuz farklı rota ile bu programda yer almaktadır. Türkiye'nin katıldığı rotalar arasında: Avrupa Yahudi Mirası Rotası, Zeytin Ağacı Rotaları, Avrupa Tarihi Termal Kasabalar Rotası, Avrupa Seramik Rotası, Avrupa Megalitik Kültür Rotası, Avrupa Endüstri Mirası Rotası, Demir Perde İzi – Eurovelo 13, Aeneas Rotası ve Tarihi Kafeler Rotası bulunmaktadır. Bu rotalar, Türkiye'nin kültürel mirasını ve tarihsel zenginliğini küresel ölçekte tanıtmaya imkânı sunmaktadır (Zengin & Öcalır, 2023). Rotalar aşağıdaki hali ile açıklanmıştır;

Avrupa Yahudi Mirası Rotası: 2004 yılından bu yana Kültürel Rotalar Programı'na dâhil olan Avrupa Yahudi Mirası Rotası, Avrupa Yahudi Kültür ve Mirasını Koruma Derneği tarafından oluşturulmuştur. Bu rota, kültürel turizm yoluyla Yahudi mirasının korunmasını amaçlamaktadır. Yahudiler, Avrupa tarihinin ayrılmaz bir parçasıdır ve bu rota; arkeolojik alanlar, sinagoglar, mezarlıklar, ritüel banyolar, Yahudi mahalleleri ve müzeler gibi birçok tarihi yapıyı kapsamaktadır. Aynı zamanda Yahudi kültürünün Avrupa'daki izlerini takip ederek, bu halkın tarihsel süreçteki önemli rolünü vurgulamayı hedeflemektedir. Türkiye, İzmir'deki Yahudi mirası unsurlarıyla bu rotaya dâhil edilmiştir. Türkiye'deki Yahudi tarihi yaklaşık 2400 yıllık bir geçmişe sahiptir ve Anadolu'nun birçok yerinde Yahudi izlerine rastlanmaktadır. Özellikle 15. yüzyılın sonunda Osmanlı İmparatorluğu, İspanya ve Portekiz'den sürgün edilen Yahudilere hoşgörülü bir yaklaşım sergilemiştir (Borrione, 2019).

Avrupa Tarihi Termal Kasabalar Rotası: 2010 yılında Avrupa Konseyi tarafından onaylanan Avrupa Tarihi Termal Kasabalar Rotası, Avrupa'nın termal kültür mirasını koruma amacı taşımaktadır. AB Kültür 2000 Programı'ndan destek alan “Thermae Europae” projesinin bir ürünü olarak ortaya çıkan bu rota, termal mirasın benzersizliğini ve Avrupa tarihine katkısını vurgulamaktadır (Farinha, 2022).

Avrupa Seramik Rotası: 2012 yılında Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Programı'ndan sertifika alan Avrupa Seramik Rotası, seramiğin kültürel mirasını tanıtmayı ve seramikle ilgili toplulukların geleneklerini, sosyal tutumlarını sergilemeyi amaçlamaktadır. Rota, seramik üretimi ve el sanatlarıyla ilgili eserlerin tanıtımını yaparak seramik kültürünü ve geleneğini korumayı hedeflemektedir. Ayrıca, seramikle bağlantılı kurumlar arasında iş birliği, üniversitelerle araştırmalar, gençler için kültürel değişim, sürdürülebilir turizm ve yerel ekonomilere katkı sağlama gibi hedeflere odaklanmaktadır (Konach, 2022).

Avrupa Megalitik Kültür Rotası: 2013 yılında Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Programı sertifikasını kazanan Avrupa Megalitik Kültür Rotası, Avrupa'nın en eski taş yapıtlarını bir araya getirerek yapıların çevresindeki doğal ve kültürel peyzajın tarihi değerini ön plana çıkarmaktadır. Megalitler, prehistorik toplumlar tarafından anıtlar ve tapınaklar olarak kullanılmıştır. Avrupa megalitik kültür rotası, taş yapılar, efsaneler ve mitlerle birlikte erken yerleşimlerin ve toplumsal değişimlerin izlerini sunmaktadır. Avrupa'daki megalitik anıtlar ile kültürel peyzajın erken dönemleri arasında güçlü bir bağlantı olduğu düşünülmektedir. Yapı ve alanlar, insan topluluklarının çevrelerini şekillendirmeye ve doğayla ilişkilerini evcilleştirmeye başladıkları ilk sembolik adımları temsil etmektedir (Trtzschler, 2021).

Avrupa Endüstri Mirası Rotası: 2019 yılında Avrupa Endüstri Mirası (ERIH) Derneği tarafından sertifikalandırılan Avrupa Endüstri Mirası Rotası, endüstri mirasının önemli "apa noktalarından" oluşan bir gzergh sunmaktadır. Bu rota, endüstri tarihini yansıtan kasabalar ve siteleri tanıtarak onları turistik cazibe merkezlerine dönüştürmeyi amaçlamaktadır. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan örnekler de dâhil olmak üzere, eski üretim tesislerinden endüstri parklarına ve teknoloji müzelerine kadar geniş bir mirası kapsayan bu rota, 47 ülkede 2000'den fazla destinasyonu temsil etmektedir (Cordeiro, 2018).

Demir Perde İzi – Eurovelo 13: 2019 yılında Avrupa Bisikletiler Federasyonu tarafından Kültürel Rotalar Programı'na dâhil edilen Demir Perde İzi, 2005 yılında Michael Cramer tarafından geliştirilen bir bisiklet rotasıdır. Barents Denizi'nden Karadeniz'e kadar uzanan bu rota, 20 ülkede 10.400 kilometreyi aşmaktadır. Rota, 1989 ncesi Batı ve Doğu Avrupa arasındaki siyasi bölünmeyi hatırlatarak kültürel mirasın korunması, bisiklet turizminin teşviki ve sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesini amaçlamaktadır (Naumov, 2019).

Aeneas Rotası: 2021 yılında Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Programı'ndan sertifika alan Aeneas Rotası, Türkiye'nin Ege kıyılarından İtalya'ya kadar uzanan tarihi bir gzerghtir. Virgil'in Aeneas efsanesine dayanan bu rota, Truva'dan kaçan Aeneas'ın farklı kültürler ve medeniyetler üzerinden yeni bir Truva kurma yolculuğunu anlatmaktadır. Truva Savaşı ve Homeros'un İlyada destanı ile bağlantı kurarak ortak bir Avrupa ve Akdeniz kimliği inşa etmeyi hedeflemektedir. Truva ve Antandros'tan başlayıp Roma'ya kadar uzanan gzergh, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan önemli arkeolojik alanları da kapsamaktadır (Council of Europe, 2024).

Tarihi Kafeler Rotası: 2022 yılında, 15 Avrupa ülkesindeki 63 tarihi kafenin mirasına dayanan Tarihi Kafeler Rotası, Tarihi Kafeler Derneği tarafından Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Programı'na dâhil edilmiştir. Bu rota, geçmişte bulundukları döneme damgasını vuran kafelere farklı bir bakış açısı sunarak, Avrupa'nın kültürel evriminde ve son 200 yıldaki toplumsal, kültürel ve siyasi değişimlerdeki etkilerini gözler önüne sermeyi hedeflemektedir (Robinson, 2022).

Zeytin Ağacı Rotaları: Zeytin, pek çok Avrupa ülkesinde tarihsel, kültürel ve miras açısından derin bir öneme sahiptir. Bu durum, gençler için kültürel ve eğitimsel değişimler, yenilikçi projeler ve kültürel turizm ürünlerinin geliştirilmesine yönelik güçlü bir temel sunmaktadır. Zeytin ağacının, Akdeniz Havzası'nın peyzajını şekillendiren, Avrupa'nın değerlerini simgeleyen ve Akdeniz halkları için bir kimlik oluşturup birleştirici bir rol oynadığına dair pek çok akademik çalışma bulunmaktadır (Gravari-Barbas, 2020).

Zeytin, Akdeniz halklarının yaşam tarzlarını etkileyerek zengin bir kültürel mirasın oluşmasına katkı sağlamıştır. 2005 yılında Zeytin Ağacı Rotaları Kültürel Vakfı tarafından başlatılan ve Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Programı'na dâhil edilen Zeytin Ağacı Rotaları, tarihsel ve kültürel açıdan gençler için eğitimsel değişimler, yenilikçi projeler ve kültürel turizmin gelişimine önemli katkılar sunmaktadır (Zengin & Öcalır, 2023).

Türkiye'de, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulan "Türkiye Turizm Stratejisi" çerçevesinde, turizm sektörünün gelişimini desteklemek amacıyla önemli adımlar atılmaktadır. Bu strateji doğrultusunda, yedi farklı tematik turizm koridoru belirlenmiştir. Her bir koridor, belirli bir bölgenin kültürel ve doğal değerlerini koruyarak özgün temalar doğrultusunda turizm amaçlı olarak geliştirilmesini hedeflemektedir. Bu plan ile bölgesel kültürel ve doğal zenginliklerin korunması ve tanıtılması sağlarken, aynı zamanda turist çeşitliliği artmakta ve ekonomik kalkınma teşvik edilmektedir. Her bir koridorun kendine özgü temaları ve potansiyeli doğrultusunda, turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm ilkelerine uygun şekilde yönetilmesi amaçlanmaktadır (KTB, 2007). Bu koridorlar Tablo 2.4.2.3'te yer almaktadır.

Tablo 2.5 Türkiye Turizm Stratejisi Tematik Turizm Koridorları

Turizm Gelişim Koridoru	İller
Kış Koridoru	Ağrı, Ardahan, Erzincan, Erzurum, Kars
İpek Yolu Koridoru	Ankara, Bolu, Sakarya
Batı Karadeniz Kıyı Koridoru	Bartın, Düzce, İstanbul, Kastamonu, Sinop, Zonguldak
Yayla Koridoru	Artvin, Ordu, Rize, Samsun, Trabzon
Trakya Kültür Koridoru	Edirne, Tekirdağ, Kırklareli
İnanç Koridoru	Gaziantep, Hatay, Mardin, Mersin, Şanlıurfa
Zeytin Koridoru	Balıkesir, Bursa, Çanakkale

Kaynak: Türkiye Turizm Stratejisi,2022

Tablo 2.5’e göre; Kış koridorunda, Ağrı, Ardahan, Erzincan, Erzurum, Kars, İpek yolu koridorunda; Ankara, Bolu, Sakarya, Batı Karadeniz kıyı koridorunda; Bartın, Düzce, İstanbul, Kastamonu, Sinop, Zonguldak, Yayla koridorunda; Artvin, Ordu, Rize, Samsun, Trabzon, Trakya kültür koridorunda; Edirne, Tekirdağ, Kırklareli, İnanç koridorunda; Gaziantep, Hatay, Mardin, Mersin, Şanlıurfa ve Zeytin koridorunda; Balıkesir, Bursa, Çanakkale illeri yer almaktadır. Söz konusu koridorlara ait harita aşağıdaki görselde yer aldığı gibidir;



Görsel 2.1 Türkiye Turizm Strateji Koridor Görseli. Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025

Görsel 2.1 ‘e göre zeytin koridoru kavramı Güney Marmara bölgesinde yer alan Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerini kapsamaktadır.

2.5. Zeytinyağı Turizmi

Kırsal alanlarda zeytin üretimiyle bağlantılı olarak geliştirilen ve zeytin ağaçlarının yetiştirilmesi ile zeytin monokültürünün çeşitlendirilmesini amaçlayan bir turizm etkinliği olarak tanımlanan zeytinyağı turizmi, tarım turizminin bir alt dalı olarak kabul edilmektedir (Parrilla-González & Torres-Ruiz, 2020). Zeytin üretimiyle ilgilenen çiftçilerin gelirlerini artırmaya yönelik önemli bir faaliyet olarak öne çıkmakla birlikte (Genoveva & Arjona-Fuentes, 2017) yalnızca tarım turizmi kapsamında değerlendirilmemekte; aynı zamanda gastronomi turizmi, sürdürülebilir turizm, özel ilgi turizmi, festival turizmi ve kırsal kalkınma gibi çeşitli unsurları bir araya getirerek geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Uluslararası düzeyde tanınan bu turizm türü, yerel halk tarafından üretilen zeytinyağının tanıtımını yaparak gastronomi turizmi ile birleşmekte ve sürdürülebilir turizm ilkelerine dayalı bir yaklaşımı benimsemektedir (Folgado-Fernandez vd., 2019).

Zeytinyağı turizmi, zeytin yetiştiriciliği etrafında şekillenen çeşitli turistik faaliyetlerin bütünleştirilmesiyle ortaya çıkmaktadır (Alonso & Northcote, 2010). Bu turizm türü, doğa ile iç içe olan kültürel mirasın paylaşılmasına olanak tanırken; zeytin ve zeytinyağı üretim tesislerinin ziyaret edilmesi, zeytinyağı satın alınması, zeytin ve zeytinyağı tadım etkinlikleri gibi deneyimler sunmaktadır. Ayrıca, gastronomik etkinliklerin düzenlenmesi, zeytinyağı müzelerinin gezilmesi, fuar ve festivallere katılımın yanı sıra çiftliklerde konaklama gibi fırsatlar da sunarak ziyaretçilere özgün ve unutulmaz deneyimler yaşatmaktadır. Bu yönüyle zeytinyağı turizmi hem doğaya hem de zeytin kültürüne olan ilgiyi artırmakta ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına katkı sağlamaktadır (Murgado vd., 2011).

Zeytinyağı turizmi, kültür ve turizmin birleşmesini sağlayarak ziyaretçiler ile destinasyonlar arasında güçlü bağlar kurmayı hedeflemektedir. Zeytinliklerin ve zeytinyağı üretim alanlarının ziyaret edilmesi, zeytinyağı tadım seanslarının düzenlenmesi ve yöresel yemeklerin deneyimlenmesi gibi etkinlikler aracılığıyla ziyaretçilere özgün deneyimler sunulmaktadır (Murgado-Armenteros, Parrilla-González & Medina-Viruel, 2021). Örneğin, Nepa Vadisi'nde düzenlenen özel turlar, ziyaretçilere zeytin yetiştiriciliği ve zeytinyağı üretimi hakkında bilgi verirken; zeytinyağı fabrikalarının gezilmesi, tadım etkinliklerine katılım ve yöresel lezzetlerin deneyimlenmesi gibi olanaklar sağlamaktadır (Özçatalbaş, Çukur & Çukur, 2019).

Zeytinyağı turizmi, diğer adıyla oleoturizm, zeytin üretim bölgelerinin kalkınmasında önemli bir etki yaratmaktadır. Özellikle İspanya gibi önde gelen üretici ülkelerde bu

turizm türü, yalnızca ekonomik bir kaynak sağlamakla kalmamakta; aynı zamanda kültürel ve gastronomik açıdan hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tanıtım amacı taşımaktadır (Murgado-Armenteros, Parrilla-González & Medina-Viruel, 2021).

Akdeniz bölgesinde yaygın olarak gelişmiş olan zeytinyağı turizmi, dünyanın farklı bölgelerinde de başarılı örneklerle uygulanmaktadır. Zeytin ve zeytinyağı hakkında bilgi edinilebilecek, aynı zamanda keyifli deneyimler sunan destinasyonlar turistler için güçlü bir çekim unsuru hâline gelmekte; hatta Avustralya gibi uzak bölgelerde bile zeytinyağı turizmi potansiyelini göstermektedir (Pulido-Fernandez, Casado-Montilla & Carrillo-Hidalgo, 2019; Hernández-Mogollón vd., 2019).

Türkiye, Akdeniz kıyılarındaki zeytin gen kaynakları sayesinde zeytin ve zeytinyağı üretiminde önemli bir konuma sahiptir (Özkaya vd., 2018). Milas gibi bölgeler, yüksek kaliteli üretimlerinin yanı sıra düzenledikleri hasat şenlikleri ve kırsal turizm etkinlikleriyle yerel ekonomiye katkı sağlamaktadır (Çukur & Kızılaslan, 2018). Kuşadası'nda yer alan Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi gibi mekânlar ise zeytin ve zeytinyağı ile ilgili etkinlikler sunarak turizme farklılık ve canlılık kazandırmaktadır (Çetin & Küçükkömürler, 2019).

Bu kapsamda, zeytinyağı turizmini oluşturan beş temel arz unsuru Şekil 2.2' de gösterilmektedir.

Şekil 2.2 Zeytinyağı Turizm Arzını Oluşturan Etmenler



Şekil 2.2 Zeytinyağı Turizm Arzını Oluşturan Etmenler. Kaynak: Arıkan ve Çeken, 2017.

Şekil 2.2' ye göre; zeytinyağı işletmeleri ve satış mağazaları, zeytinyağı müzeleri, turizm işletmeleri, eğilimler ve çalıştaylar, festivaller ve etkinlikler, zeytinyağı turizmindeki arz durumunu etkileyen unsurlardır.

2.6. Gastronomi müzeleri

Gastronomi terimi ilk kez M.Ö. 4. yüzyılda Antik Yunan'da ortaya çıkmıştır. Sicilyalı Yunan yazar Archestratus, Akdeniz bölgesindeki yemekler ve şaraplar üzerine yazdığı *Gastronomia* adlı eserinde bu kavramı kullanmıştır (Santich, 2004). Etimolojik olarak ele alındığında, “gastro” kelimesi sindirim sistemi ve mideyi ifade ederken, “nomi” kelimesi düzen, yönetim veya kurallar anlamına gelmektedir. Bu iki terimin birleşimi, yemek kültürünün düzenli bir şekilde ele alınmasını ifade etmektedir (Öztürk & Güven, 2020). Gastronomi; yüksek mutfak sanatını, kaliteli malzemelerle hem görsel hem de lezzet açısından duyuları tatmin eden yemeklerin hazırlanmasını kapsayan bir ilke ve teknikler bütünüdür (Moira, Mylonopoulos & Kontoudaki, 2015). Bu terim, resmi olarak ilk kez 1801 yılında Fransız şair Jacques Berchoux'nun bir şiirinde kullanılmıştır. Berchoux, gastronomiyi yiyecek ve içeceklerin en yüksek zevkine ulaşan bir anlayış olarak tanımlamıştır (Bakkaloğlu, 2020). Gastronomi turizmi, diğer adıyla mutfak turizmi, 1998 yılında turistlerin gıda aracılığıyla farklı kültürleri keşfetmelerine olanak tanıyan bir kavram olarak ortaya çıkmıştır (Horng & Tsai, 2012).

Gastronomi, yalnızca yemek yemenin sanatı ya da bilimi olarak değil aynı zamanda yemek ile kültür arasındaki ilişkiyi keşfeden bir alan olarak tanımlanmaktadır (Gillespie & Cousins, 2011; Kivela & Crotts, 2006). Bu disiplin, yiyecek ve içecekleri çeşitli bilim dallarıyla ilişkilendirerek, farklı mutfaklardan yemeklerin hazırlanması, pişirilmesi ve sunulması süreçlerini estetik bir bakış açısıyla ele almaktadır (Ivanovic, Galicic & Pretula, 2008).

Gastronomi turizmi, yerel lezzetleri keşfetmek amacıyla çiftlikler, çiftçi pazarları, meyve bahçeleri gibi alanlara yapılan ziyaretler; yol kenarındaki tezgâhlardan yerel ürünlerin satın alınması; kırsal tarım faaliyetlerine ve festivallere katılım gibi deneyimlerle şekillenmektedir (Wolf, 2002). Ignatov ve Smith (2006), gastronomi turizmini yalnızca yerel yemeklerin tadılması değil, aynı zamanda bu yiyeceklerin üretim süreçlerinin (örneğin tarım, aşçılık okulları gibi) gözlemlenmesi ve keşfedilmesi olarak tanımlamakta; bu tür etkinliklerin turistlerin seyahat etme arzusunu tetikleyen güçlü bir motivasyon kaynağı olduğunu ileri sürmektedir. Gastronomi amaçlı seyahat eden turistler için bir

bölgenin cazibesi yalnızca iklimi veya doğal ürünleriyle sınırlı kalmamakta aynı zamanda özgün tatlar ve lezzetler de önemli bir rol oynamaktadır (Scarpato & Daniele, 2003). Bu bağlamda, mutfak kültürüyle derin bir şekilde bağlantılı olan gastronomi turizmi, mutfakın kendisini başlı başına bir çekim merkezi hâline getirmektedir. Mutfak, yalnızca yemek pişirilen bir alan olmanın ötesinde, toplumsal değerler ve geleneklerle şekillenen bir kültürün parçasıdır. Tarihsel birikimlerden beslenen bu yapı, gastronomi turizmini aynı zamanda kültür turizminin bir bileşeni hâline getirmektedir. Bir bölgenin veya ülkenin yerel yiyecek ve içecekleri tanıtılırken, mutfak kültürüne ait unsurların özgün ve bütüncül bir şekilde sunulması önem taşımaktadır. Gastronomi müzeleri, bu tür kültürel sergileme için önemli bir platform sağlamaktadır (Sandıkçı, Mutlu & Mutlu, 2019a; Ignatov & Smith, 2006).

“Müze” kelimesi, Yunanca *Mouseion* teriminden türetilmiş olup, Yunan mitolojisinde “Musalar” olarak bilinen tanrıçalara adanmış tapınakları ve Atina’daki Musalara ait olan tepeyi tanımlamaktadır (Köse Doğan, 2018). Geçmiş toplumlara ait kültürel ve tarihsel değere sahip objeleri sergileyen müzeler, ulusların geçmişini yansıtmakta ve insanlara tarihleriyle bağ kurma fırsatı sunarak yüzyılların birikmiş kültürünü aktarmaktadır. Bu nedenle müzeler, turistik seyahatlerde turistlerin sıklıkla ziyaret ettiği önemli mekânlar arasında yer almaktadır (Bekar, Arman & Sürücü, 2017). 20. yüzyılın sonlarına doğru oluşan gastronomi müzeleri ise, yiyeceklerin hazırlandığı mutfakları ve bu sürece dair araç gereçler, malzemeler ve pişirme tekniklerini sergileyerek gastronomik kültürün derinliklerine inmeyi sağlamaktadır. Bu tür müzeler, bir bölgenin veya ülkenin mutfak kültürünü keşfetmek ve anlamak adına değerli bir kaynak oluşturmaktadır (Kalkan, 2016). Gastronomi müzeleri, mutfak kültürünü tanıtarak turizmi teşvik eden önemli araçlar olarak bulunduğu bölgenin gastronomik kimliğini güçlendirmekte ve destinasyon pazarlamasına katkı sağlamaktadır (Sandıkçı, Mutlu & Mutlu, 2019b). Gastronomi ve mutfak müzeleri, ziyaretçilere ürünler ve kültürler hakkında bilgi sunarken; aynı zamanda yeme-içme alışkanlıklarındaki evrimleri ve gıda üretiminde kullanılan eski araçları da sergileyerek bu alandaki tarihsel süreci gözler önüne sermektedir (Sezen, 2020). Gastronomi turizmine yönelik artan ilgi, gastronomi müzelerinin sayısını ve çeşitliliğini artırmıştır. 2010 yılından itibaren bu müzelerin çoğalması, konuya yönelik yükselen ilgiyi açıkça ortaya koymaktadır (Şahin & Aydın, 2019).

Dünya genelinde birçok gastronomi müzesi bulunmasına rağmen, Türkiye’de bu müzelerin sayısı ve sunum biçimleri oldukça sınırlıdır. Ayrıca, bazı özel gastronomi müzeleri tanıtım eksiklikleri nedeniyle geniş bir ziyaretçi kitlesine ulaşmakta

zorlanmaktadır (Sormaz & Güneş, 2016). Gastronomi müzelerinin önemli bir turistik çekim unsuru olması nedeniyle, bu alanda çeşitli araştırmaların yapıldığı görülmektedir (Yılmaz & Şenel, 2014; Mankan, 2017a; Bekâr, Arman & Sürücü, 2017; Atıf, 2018; Çetin & Küçükkömürler, 2018; Sandıkçı, Mutlu & Mutlu, 2019a; Sandıkçı, Mutlu & Mutlu, 2019b; Sezgin & Akbıyık, 2021; Demirci, 2021). Dünya çapında gastronomi müzeleri hakkında kesin bir sayı bulunmamakla birlikte, çeşitli araştırmalar 150'den fazla gastronomi temalı müzenin farklı ülkelerde turistler için önemli bir çekim merkezi oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Mankan, 2017b). Bu müzelerin genellikle turizmin ileri düzeyde geliştiği ülkelerde yoğunlaştığı gözlemlenmektedir (Akyürek & Erdem, 2019).

Bu müzelerden bazıları aşağıda sıralanmıştır:

- Sebze ve Meyve Müzeleri: İtalya, Japonya, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Almanya ve Belçika.
- Kahve Müzeleri: Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, İsviçre, Tayvan, Brezilya, Almanya, Hindistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve İngiltere.
- Yerel Yemekler ve Geleneksel Mutfaklar Müzeleri: Danimarka, İsviçre ve Amerika Birleşik Devletleri.
- Çay Müzeleri: Sri Lanka, Hindistan, Çin ve Tayvan.
- Çikolata Müzeleri: Rusya, Brezilya, Fransa, İspanya, İtalya, Belçika, Almanya ve İngiltere.
- Peynir Müzeleri: Hollanda, Küba ve İngiltere.
- Şarap Müzeleri ve Şarap Mahzeni Müzeleri: Avusturya, Bulgaristan, Brezilya, Kıbrıs, Çin, Fransa, İtalya ve Tayvan gibi farklı ülkelerde kurulan ve halen ziyaretçilerine açık olan birçok müze bulunmaktadır (Sormaz & Güneş, 2016). Ayrıca, Belçika, Kanada, Danimarka, Fransa, Almanya, İtalya ve Amerika gibi ülkelerde patatesin tarihi, üretimi ve kültürel önemi üzerine odaklanan müzeler de büyük bir ilgi görmekte ve ziyaretçilerine farklı bakış açıları sunmaktadır (Mankan, 2017b).
- Zeytin ve Zeytinyağı Müzeleri: İtalya, Tunus, Fransa, İspanya, Yunanistan ve Türkiye.

Türkiye'deki gastronomi müzelerinde genellikle durağan sergileme yöntemleri tercih edilmekte; dinamik ve etkileşimli sergilere ise daha az yer verilmektedir.

Bu müzelerde, vitrinler, mankenler ve bilgi panoları aracılığıyla ziyaretçilere yemek kültürü hakkında bilgiler sunulmakta; vitrinlerde mutfak gereçleri sergilenmektedir. Mankenler ve bilgi panoları ise yemeklerin tarihsel ve kültürel bağlamına dair açıklamalar içermektedir. Bazı müzelerde satış alanları, kafeteryalar ve etkinlik odaları gibi ek imkânlar bulunsa da genel olarak sunulan olanakların yetersiz olduğu görülmektedir (Sandıkçı, Mutlu & Mutlu, 2019a).

2.6.1. Zeytinyağı müzeleri

Zeytin ve zeytinyağı temalı müzeler, ziyaretçilere zeytin yetiştiriciliği ve zeytinyağı üretim süreçleri hakkında kapsamlı bilgiler sunmaktadır. Bu müzelerde, zeytinyağı üretiminde kullanılan geleneksel araçlar sergilenmekte; üretim süreçleri ise görsel materyaller aracılığıyla anlatılmaktadır. Ayrıca, müzelerde zeytinyağının tarihçesini ve kültürel bağlamını yansıtan kitaplar, belgeler ve görseller de yer almaktadır. Dünya genelinde bulunan zeytinyağı müzelerine Tablo 2.6' da yer verilmiştir.

Tablo 2.6 Zeytinyağı Müzeleri

Ülkeler	Zeytinyağı Müzeleri
Portekiz	Museu da Oliveira e do Azeite
Tunus	Olive Tree Museum
	Olive Culture Museum
Fransa	Musée de l'olivier -Nyons
	Les vieux moulins
	Musée de l'olivier
	Ecomusée de l'Olivier
	Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée – MuCEM
	Olives & Sens – Maison des huiles d'olive et olives de France
	La Royère Olive Oil History Museum
Yunanistan	Cultural Foundation “Routes of the Olive Tree”
	Olive and Greek Oil Museum in Sparta
	Museum of Industrial Oil of Lesbos-Mytilene (MBEL)
	Olive Press Museum Zante
	Eggares Olive Oil Museum
	Cyclades Olive Museum
	Olive Museum ‘Fabbrica’
	Olive and Olive Museum

Tablo 2.6' nın devamıdır

İtalya	Museo dell' Olivo – Fratelli Carli
	Musée de l'Olivier et de l'Huile – Fondation Lungarotti
	Musée de l'huile d'olive de la Sabine
	Musée de l'Huile d'Olive – Huilerie Cisano del Garda
	Musée de l'Huile d'Olive Sant' Angelo de Graecis
	Musée de la Civilisation de l'Olivier
İspanya	Museo del Olivo y del Aceite (Baena)
	Museo etnográfico de Benalauria
	Museo del Aceite de Oliva Castillo de Tabernas
	Castro del Rio
	Museo Hecoliva
	Museo Lagar del Mudo
	Museo Hojiblanca
	Museo de la Cultura del Olivo
	Museo del aceite de la Muela
	Almazara de las Laerillas
	Les Garrigues (Parque temático)
	Museo del Aceite de Mondrón
	Museo Activo del Aceite de Oliva y de la Sostenibilidad Terra Oleum
	Fundación Patrimonio Comunal Olivarero
	Red Olearum de Museos del Aceite de Oliva
	Centro de Interpretación Olivar y Aceite Comarca de La Loma
	Centro del Olivar de Sierra de Adamuz
	Aceite de olivos milenarios -Territorio del Sénia
	Hacienda Guzmán
	Centro de Interpretación del Olivar 5 elementos
Türkiye	Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi
	Sabit Ertür Zeytinyağı Müzesi
	Adatepe Zeytinyağı Müzesi
	Köstem Zeytinyağı Müzesi
	Ayvalık Zeytinyağı Müzesi
	Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi
	Egea Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi

Kaynak: Ceyhun Sezgin, A. & Akbiyuk, T.,2021. & IOC, 2025.

2.6.1.1. Dünyada Zeytinyağı Müzeleri

Dünyada yer alan zeytinyağı müzelerinden ön plana çıkan müze örnekleri bu başlık altında detaylı olarak ele alınmıştır.

2.6.1.1.1. Fransa La Royère Olive Oil History Museum

La Royère'in kurucusu Jean-Pierre Hugues, yaklaşık on yıl önce diktiği zeytin ağaçlarıyla zeytin üretimine başlamış ve ilk olarak kişisel tüketim amacıyla üretimini sürdürmüştür. Ancak zamanla, bu üretimin yalnızca kişisel kullanımın ötesine geçmesi gerektiğini düşünerek, yıllar boyunca zeytinyağı ile ilgili tüm eşya ve makineleri toplamış; böylece bir zeytinyağı müzesi oluşturmuştur. Ayrıca, iklim koşullarından kaynaklı olarak üzüm bağlarındaki hasadın neredeyse iki kat azaldığını gözlemlemesi üzerine, bu müzeyi şarap tadımlarıyla birleştirmiştir (La Royère, 2025).



Görsel 2.2 Fransa La Royère Olive Oil History Museum Görseli Kaynak: La Royère 2025.

2.6.1.1.2. Yunanistan Eggares Olive Oil Museum

Naxos Adası'nda yer alan Eggares Olive Press, bölgenin en eski zeytin değirmenlerinden biri olarak tarihi bir mirasa sahiptir. Eggares Olive Press'teki sergi alanı, zeytinyağı üretiminde kullanılan orijinal araç ve gereçleri sergileyerek ziyaretçilere bu tarihi süreç hakkında detaylı bilgiler sunmaktadır. Ziyaretçiler, burada düzenlenen ücretsiz turlar ve kısa sunumlar aracılığıyla geçmişte kullanılan üretim yöntemlerini öğrenebilmektedir. Sergi alanının bitişiğinde, zeytin tadımlarının yapıldığı ve zeytinyağı ürünlerinin satışa sunulduğu bir bölüm yer almaktadır. Tesisin sunduğu açık hava terası ise, ziyaretçilerin rahatça dinlenebileceği ve yerel içeceklerin tadını çıkarabileceği bir ortam sağlamaktadır (Eggares Olive Oil Museum, 2025).



Görsel 2.3 Eggares Olive Oil Museum Görseli. Kaynak: Eggares Olive Oil Museum, 2025.

2.6.1.1.3. İtalya Museo dell’Olivo Carlo Carli

Carlo Carli, uzun yıllar boyunca zeytinle ilgili topladığı objeleri kamuoyuna tanıtmaya kararı almış ve bu süreç sonunda bir müze kurulmuştur. Müzenin sergi projesi 1986 yılında başlamış, açılış ise 1992 yılının Mayıs ayında tamamlanarak ziyaretçilere sunulmuştur. Müze, 1993 yılında “Yılın Müzesi Özel Ödülü”nü kazanarak prestijli bir başarıya imza atmıştır. Sergi, Akdeniz’in antik çağlardaki limanları ve bu rotada yer alan halkların tarihsel bağlamda petrol ve zeytine verdiği önemi keşfetme imkânı sunacak şekilde zenginleştirilmiştir. Zeytin ve zeytinyağı üretiminin Akdeniz bölgesinin kültürel ve ekonomik yapısındaki rolü vurgulanarak, ziyaretçilere bu stratejik ürünün tarihsel derinliği hakkında kapsamlı bir bakış açısı kazandırılmaktadır. Zeytin ve zeytinyağı müzesi, yalnızca bir kültürel mirasın sergilendiği alan olmanın ötesine geçerek, Akdeniz bölgesinin tarihini, kültürünü ve ticaret yollarını anlamada önemli bir kaynak hâline gelmiştir (Museo dell’Olivo Carlo Carli, 2025).



Görsel 2.4 Museo dell’Olivo Carlo Carli Müzesi Görseli. Kaynak: Museo dell’Olivo Carlo Carli, 2025.

2.6.1.1.4. Yunanistan Olive Museum ‘Fabbrica’

Müze, adanın en eski aile zeytin ağaçlarından birine sahip olan Tsarlambas ailesine ait, 19. yüzyıldan kalma eski bir zeytinyağı fabrikasının da içinde bulunduğu yapı kompleksine konumlandırılmıştır. Bu yapı, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1997 yılında tarihi eser olarak ilan edilmiştir. Aileden yadigâr kalan bu yapı, bulunduğu alan içerisinde 8000 metrekarelik bir arazi üzerinde; evler, at ahırları, zeytinlik ve eski bir odun fırınından oluşan 1200 metrekarelik mimari bir kompleksin parçası olarak yer almaktadır. Eski zeytinyağı fabrikası, 1800’lü yılların başında inşa edilmiş olup, 1970’li yılların ortalarına kadar faaliyet göstermiştir. Bu yapı, zeytinyağının kültürel değerini ve geleneksel üretim tekniklerini tanıtmak amacıyla 2003 yılında restore edilerek müzeye dönüştürülmüştür (Olive Museum Fabbrica, 2025).



Görsel 2.5 Olive Museum ‘Fabbrica’ Müzesi Görseli Kaynak: Olive Museum ‘Fabbrica’, 2025.

2.6.1.1.5. İspanya Museo De La Cultura Del Olivo

Zeytin Kültürü Müzesi, Baeza’ya sekiz kilometre uzaklıkta bulunan Puente del Obispo’daki *Hacienda La Laguna* Kompleksi’nin bir parçasıdır. 4.000 metrekareyi aşkın bir alana sahip olan bu müze, İspanya’daki en büyük zeytinyağı müzesi olma özelliğini taşımaktadır. Müzede, zeytinyağı üretiminin üç temel aşaması olan öğütme, presleme ve çöktürme-depolama süreçlerini gösteren eski zeytinyağı fabrikalarının modelleri yer almaktadır. Ziyaretçiler, burada düzenlenen ücretsiz turlar ve kısa sunumlar aracılığıyla zeytinyağının kendine özgü özelliklerini tanıma, faydalarını değerlendirme ve kalite, derece, renk gibi niteliklerini belirleyen çeşitli yönler hakkında derinlemesine bilgi edinebilmektedir. Ayrıca, her çeşitten zeytin ağacının bulunduğu bir bahçeye sahip olması sayesinde, farklı zeytin türlerini fiziksel olarak tanıma imkânı da sunulmaktadır.

En dikkat çekici yapı ise “Zeytinyağı Katedrali” olarak bilinen, 19. yüzyıldan kalma bir mahzendir. Kompleks, ayrıca 230 kişilik kapasiteye sahip bir kongre salonuna da ev sahipliği yapmaktadır. Grup hâlinde zeytinyağı tadımları, degustasyonlar ve zeytincilikle ilgili çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir (Museo De La Cultura Del Olivo, 2025).



Görsel 2.6 Museo De La Cultura Del Olivo Müzesi Görseli Kaynak: Museo De La Cultura Del Olivo,2025.

2.6.1.1.6. İspanya Museo del Aceite de Mondrón

Kooperatif, 1967 yılında Mondrón köyü içerisinde kurulmuştur. Üç yıl sonra, A-7204 karayolu kenarındaki konumuna taşınmıştır. Müzede, 20. yüzyılın ortalarına ait eski değirmen taşları ile sızma zeytinyağı üretiminde kullanılan hasat ve öğütme işlemlerine dair çeşitli aletleri görmek mümkündür. Zeytinyağı üretimi ve ambalajlama faaliyetleri yürüten bu tesis, aynı zamanda bir müze koleksiyonuna ve ziyaretçilerin dilerlerse zeytinyağı fabrikasına ait ürünleri satın alabilecekleri bir mağazaya sahiptir. Giriş ücretsizdir ve tesislerde rehberli turlar düzenlenerek zeytinyağının üretim süreci ayrıntılı bir şekilde anlatılmaktadır. Ziyaretçilere kapsamlı bilgi sunmak amacıyla, farklı zeytinyağı türlerinin tadımına da yer verilmektedir. Kooperatif; Bin Yıllık Zeytin Ağaçları Yolu yürüyüşü, değirmenci kahvaltılarının hazırlanması, tadımlar ve önceden rezervasyon gerektiren çeşitli etkinlikler gibi farklı türde organizasyonlar düzenlemektedir (Museo del Aceite de Mondrón, 2025).



Görsel 2.7 Museo del Aceite de Mondrón Müzesi Görseli. Kaynak: Museo del Aceite de Mondrón, 2025.

2.6.1.1.7. Portekiz Museu da Oliveira e do Azeite

Zeytinyağı Müzesi, zeytin kültürünü yalnızca sergilemekle sınırlı kalmayıp, ziyaretçilerin aktif katılımını sağlayacak biçimde eğitsel deneyimlere dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, “Olivia’nın Sihirli Köyü” adlı pedagojik alan hayata geçirilmiştir. Her yaş grubundan katılımcıya hitap edecek şekilde tasarlanan bu yeni bölüm hem bilgilendirici hem de etkileşimli bir yapıya sahiptir. Müze ekibinin yaratıcılığı ve sürdürülebilirlik ilkesi doğrultusunda geri dönüştürülmüş malzemeler kullanılarak oluşturulan bu alan, uzun süredir planlanan eğitici bir vizyonun ürünü olarak dikkat çekmektedir. Olivia’nın Sihirli Köyü’nde ziyaretçiler, müzenin maskotu Olivia eşliğinde zeytinyağının üretim döngüsünü tarihsel ve kültürel bağlamlarıyla birlikte keşfetme fırsatı bulmaktadır. El işi etkinlikleri, geleneksel oyunlar ve geçmişten günümüze aktarılan deneyimlerle desteklenen bu süreç, çocuklara olduğu kadar yetişkinlere de hitap eden bütüncül bir öğrenme ortamı sunmaktadır. Bu kapsamda, önceden rezervasyonla gerçekleştirilen çeşitli tematik atölye çalışmaları da yer almaktadır. “Sihirli Zeytinyağı Sabunu Atölyesi”, “Toz Zeytinyağı Üretimi”, “Lucerna (Antik Roma yağ lambası) Yapımı” ve “Zeytinyağından Tereyağı Üretimi” gibi etkinlikler, katılımcıların zeytinyağını yalnızca bir gıda ürünü olarak değil, tarih boyunca farklı alanlardaki kullanımlarını deneyimleyerek öğrenmelerine olanak tanımaktadır (Museu da Oliveira e do Azeite, 2025).



Görsel 2.8 Museu da Oliveira e do Azeite Müzesi Görseli. Kaynak: Museu da Oliveira e do Azeite, 2025.

2.6.1.2. Türkiye’de Zeytinyağı Müzeleri

Türkiye’de yer alan zeytinyağı müzelerine (Tablo 6) ilişkin bilgiler bu başlık altında ele alınmış olup söz konusu zeytinyağı müzeleri sırasıyla aşağıda açıklanmıştır;

2.6.1.2.1. Köstem Zeytinyağı Müzesi

İzmir’in Urla ilçesinde, Uzun Kuyu yerleşkesinde konumlanan dünyanın en büyük zeytinyağı müzesi, Türkiye’de önemli bir kültürel miras alanı olarak öne çıkmaktadır. 2002 yılında yapımına başlanan müze, 2019 yılında birçok bölümü tamamlanarak hizmete açılmıştır. Toplamda 20 bin metrekarelik bir alana sahip olan müzenin kapalı alanı ise 5.650 metrekaredir. Köstem Zeytinyağı Müzesi, Köstem Kültür, Eğitim ve Müzecilik Vakfı’na ait olup, aynı vakıf Köstem Organik Çiftliği’ni de işletmektedir. Müze bünyesinde; zeytinyağı teknolojisi, zeytin ve zeytinyağı kültürünü tanıtan alanlar, sabun ve hijyen müzesi, dört farklı büyüklükte toplantı salonu, modern bir zeytinyağı fabrikası, depo, ahşap ve seramik atölyeleri, çocuk oyun alanları ve beceri geliştirme salonları yer almaktadır. Ayrıca, müze ziyaretçilerine Köstem Organik Zeytin Çiftliği’nden elde edilen ürünlerin satışa sunulduğu bir dükkân da hizmet vermektedir. Ziyaretçiler, Türkiye’nin tarihsel zeytinyağı üretim tekniklerini ve zeytinden zeytinyağı üretimi aşamalarını görsellerle anlatan sergileri keşfedebilmektedirler.

Ziyaretçi sayısı ay içerisinde değişkenlik göstermekte olup, genel olarak hafta içi yaklaşık 100, hafta sonu ise 200 civarında ziyaretçi ağırlanmaktadır. Ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerine (yaş, meslek, cinsiyet) bakıldığında, her meslek ve yaş grubundan katılım olduğu; ancak ağırlıklı olarak okul çağındaki çocukların ve gençlerin öğretmenleri eşliğinde müzeyi ziyaret ettikleri bilinmektedir (Çavdırılı & Gök, 2020).



Görsel 2.9 Köstem Zeytinyağı Müzesi Görseli. Kaynak: Köstem Zeytinyağı Müzesi, 2025.

2.6.1.2.2. Adatepe Zeytinyağı Müzesi

Ülkemizin gastronomi temalı ilk müzelerinden biri olarak dikkat çeken Adatepe Zeytinyağı Müzesi, zeytinyağı üretiminin tarihsel sürecini ve geleneksel yöntemlerini ziyaretçilere detaylı bir şekilde sunmaktadır. Müzenin ilk katında arkeolojik ve etnografik eserler sergilenmekte, zeytinyağı üretim süreci geleneksel tekniklerle açıklanmaktadır (Şahin & Aydın, 2017). İkinci katta ise zeytincilikte kullanılan geleneksel araçlar ve üretim teknolojileri yer almaktadır (Gür, 2017). Müzede, eski dönemlere ait zeytinyağı presleri, zeytin toplama aletleri, taşıma ve saklama amacıyla kullanılan kaplar gibi çeşitli folklorik öğeler sergilenmektedir. Ayrıca, geleneksel yöntemlerle zeytinyağı sabunu yapımını gösteren görsel sunumlar da bulunmaktadır. Ziyaretçiler, müze dükkânından taze zeytin, zeytinyağı, doğal sabunlar, mutfak süslemeleri ve kitaplar satın alabilirken; aynı zamanda çay, kahve, taze meyve suları ve zeytinyağılı yemeklerin tadını çıkarma fırsatına da sahiptirler (Adatepe, 2024).

Müze, pandemi öncesinde yıllık yaklaşık 40.000–50.000 yerli ve yabancı ziyaretçiyi ağırlamaktaydı. Yabancı ziyaretçilerin çoğunluğunu Avrupa ülkelerinden gelen turistler oluşturmaktadır. Ayrıca, her yıl uluslararası bir üniversitenin müzeyi ziyaret ettiği bilinmektedir (Lokman, Yarmacı & Güdül, 2022).



Görsel 2.10 Adatepe Zeytinyağı Müzesi Görseli. Kaynak: Adatepe Zeytinyağı Müzesi, 2025.

2.6.1.2.3. Oleatrium Zeytinyağı Müzesi

Aydın ilinde bulunan ve 3.500 m²'lik alana sahip Oleatrium Zeytinyağı Müzesi, dünyadaki en büyük zeytinyağı müzelerinden biri olarak dikkat çekmektedir (Yılmaz & Şenel, 2014). Müze, adını Latince *olea* (zeytin) ve *atrium* (avlu) kelimelerinden alarak “zeytin avlusu” anlamına gelmektedir. Toplamda on bir salondan oluşan müzenin on salonunda, Roma döneminden günümüze kadar uzanan yaklaşık 2.500 yıllık zeytinyağı üretim araçları tarihsel sırasıyla sergilenmektedir. Sergilemeler, buharlı ve elektrikli sanayi ürünleri ile desteklenmiş olup, zeytinyağının farklı kullanım alanları eserler ve canlandırmalar aracılığıyla ziyaretçilere aktarılmaktadır. Ayrıca müze, hiperrealist silikon heykeller ve maketlerle görsel olarak zenginleştirilmiştir. Müzenin giriş lobisinde ise zeytinyağları, hediyelik eşyalar ve şarap gibi ürünlerin satışa sunulduğu bir market yer almaktadır (Oleatrium, 2024; Yılmaz & Şenel, 2014). Müze, 2015 yılında 14.000; 2016 yılında 12.000; 2017 yılında ise 3.000 kişi tarafından ziyaret edilmiştir. 2017 yılında turizm sektöründe yaşanan çeşitli sıkıntılar nedeniyle ziyaretçi sayısında düşüş gözlemlenmiştir. Ziyaretçi yoğunluğunun yaz döneminde arttığı ve müzeye gelen ziyaretçilerin çoğunluğunu Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin oluşturduğu görülmektedir (Küçükkömürler & Çetin, 2019).



Görsel 2.11 Oleatrium Zeytinyağı Müzesi Görseli. Kaynak: Oleatrium Zeytinyağı Müzesi, 2025.

2.6.1.2.4.Sabit Ertür (Evren Ertür) Zeytinyağı Müzesi

Zeytinyağı üretim teknolojileri ve ekipmanlarına odaklanan Evren Ertür Zeytinyağı Müzesi, özellikle zeytinyağı üretiminde kullanılan geleneksel araçları sergileyen bir mekândır (Şahin & Aydın, 2017; Gür, 2017). Müze; ahşap baskı kolları, metal kıskaçlar, döner çarklı kıskaç, kurutma ipi ve el krikosu gibi zeytinyağı üretiminde kullanılan tarihî araçları ziyaretçilere sunmaktadır.

Zeytinyağının elde edilme süreci, görsel anlatımlarla ayrıntılı bir şekilde açıklanmış olup; müzenin hemen yanında bir zeytin sıkma tesisi de bulunmaktadır (Sabit Ertür, 2025).



Görsel 2.12 Sabit Ertür (Evren Ertür) Zeytinyağı Müzesi Görseli Kaynak: Sabit Ertür (Evren Ertür) Zeytinyağı Müzesi, 2025.

2.6.1.2.5. Ayvalık Zeytinyağı Müzesi

Ayvalık Zeytinyağı Müzesi, 1960'lı yıllardan 1980'lerin sonlarına kadar faaliyet gösteren “Vakıflar Zeytinyağı Fabrikası” binasında yer almaktadır.

Müze, 2012 yılında dönemin Belediye Başkanı Hasan Bülent Türközen tarafından açılmıştır. Ancak uzun süre kapalı kalan müze, 2022 yılında Ayvalık Belediye Başkanı Mesut Ergin'in öncülüğünde kapsamlı bir yenileme sürecinden geçerek yeniden ziyarete açılmıştır. Zeytinyağı üretiminin geçmişine ışık tutan müze, tarihsel üretim süreçlerini gözler önüne seren pek çok öge barındırmaktadır. Zeytin hamuru hazırlamak için kullanılan taşlar, bıçaklar ve taşıma araçları; eski dönemlere ait presler ve yağ ayırıştırma makineleri gibi araç gereçler, dönemin teknolojisini ve üretim biçimlerini yansıtan önemli örneklerdir. Müze, ziyaretçilere hem geçmişe hem de zeytinyağı üretiminin kültürel mirasına dair derinlemesine bir bakış sunmaktadır (Tohumcu & Savsa, 2023). Yapı, sunduğu müze deneyiminin yanı sıra farklı işlevsel alanlarla da ziyaretçilerini karşılamaktadır. Müzenin dış avlusunda zeytinyağı ve sabun üretiminde kullanılan tarihî araçlar ve makineler açık alanda sergilenmektedir. Giriş bölümünde ise ziyaretçilerin rahatça vakit geçirebileceği bir kütüphane, oturma alanları ve danışma noktası yer almaktadır. Bu düzenlemeler hem bilgilendirici hem de konforlu bir deneyim sunarak ziyaretçilere müzeyi daha verimli ve keyifli bir şekilde keşfetme imkânı tanımaktadır (Aytaç, 2024). Müzenin şu anda geçici olarak kapalı olduğu görülmektedir.



Görsel 2.13 Ayvalık Zeytinyağı Müzesi Görseli. Kaynak: Çekül Vakfı, 2025.

2.6.1.2.6. EGEA Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi

Manisa'nın Akhisar ilçesinde bulunan Egea Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi, tarihî bir binada yer almaktadır. 1900'lü yılların başında Bulgar ustalar tarafından inşa edilen bu yapı, bir dönem kasaplar tarafından kullanılmıştır. O dönemde buzdolabı bulunmadığı için, etlerin serin kalmasını sağlamak amacıyla bina hava dolaşımını artıracak şekilde tasarlanmıştır.

Kasaplar, kendilerine ait özel bölümlerde et kesimi yaparak, ürünlerini taze tutabilmek için satışlarını bu alanlarda gerçekleştirmiştir. İlçenin gelişimiyle birlikte kesimhane şehir

dışına taşınmış, binanın kullanımı ise farklı meslek gruplarına geçmiştir. 2011 yılında Akhisar Belediyesi tarafından, İzmir 2 No’lu Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu’ndan alınan izinle yapı restore edilmiş; günümüzde restoran, alışveriş alanı ve zeytin temalı bir müze olarak hizmet vermeye başlamıştır (Akhisar Belediyesi, 2025).



Görsel 2.14 EGEA Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi. Kaynak: Akhisar Belediyesi, 2025.

2.6.1.2.7. Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi (Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi)

Hatay ilimizin Altınözü ilçesinde yer alan Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi, 300 yıllık bir zeytinyağı sıkma atölyesinin 10 ay süren restorasyon çalışmalarının ardından, 2017 yılında müze hâline getirilmiştir. Müzede, Anadolu’da zeytin ağacının tarihsel serüveni görsel ve yazılı materyallerle ziyaretçilere aktarılmaktadır (Altınözü Belediyesi, 2025).



Görsel 2.15 Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi. Kaynak: Altınözü Belediyesi, 2025.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı, kapsam, veri toplama yöntemi, alan seçim süreci, veri toplama süreci, analizler ve sınırlıklara ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışmanın amacı, zeytinyağı turizmi kapsamında ele alınan zeytinyağı müzelerinin Türkiye'deki mevcut durumunun ortaya konulmasını sağlamaktır. Bu kapsamda, müzelerin ziyaretçi profili, sergilenen eserleri ve odaklanılan kültürel miras unsurları gibi konularda bilgi toplanarak zeytinyağı turizmine ilişkin çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu doğrultuda, Türkiye'deki durumu analiz edebilmek ve bir yol haritası oluşturabilmek amacıyla İspanya ile karşılaştırma yapılmıştır. Zeytinyağı müzesi sayısı bakımından dünyada en fazla müzeye sahip ülke olmasının yanı sıra, zeytinyağı üretiminde en büyük hacme sahip olan İspanya (International Olive Council, 2025) karşılaştırmalı olarak ele alınmış ve Türkiye'de zeytinyağı turizmine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

3.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın veri toplama sürecinde, nitel tekniklerden görüşme yöntemi ile içerik analizi tekniği birlikte kullanılmıştır. Türkiye'deki zeytinyağı müzelerinin yetkilileriyle ön görüşmeler gerçekleştirilmiş olup katılımcıların Google Form üzerinden çalışmaya dâhil olmak istediklerini belirtmeleri üzerine görüşmeler çevrim içi olarak yapılmıştır.

Görüşme formu, Tohumcu & Savsa (2023), Bozagic & Çelik (2021), Çetin & Küçükkömürlü (2018), Şahin & Aydın (2021), Aydınli & Bulut Solak (2023) ve Çavdırli & Adan Gök (2020) gibi çalışmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır. Söz konusu görüşme soruları, Sinop Üniversitesi Rektörlüğü İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'nun 9 Mayıs 2025 tarihli ve 2025/268 sayılı kararı ile etik onay almıştır.

İspanya'da yer alan müzelerde veri toplama sürecinde ön görüşmeler e-posta yoluyla yapılmak istenmiş ve bu doğrultuda 20 zeytinyağı müzesinin e-posta adresleri toplanmıştır. E-posta adreslerine ulaşılan 16 müzeye, çalışmaya katılım daveti İngilizce ve İspanyolca olarak hazırlanmış olup görüşme formunun çevirisi yapılarak Google Form bağlantısı e-postaya eklenmiştir. Ancak iki kez e-posta gönderilmesine rağmen müzelerden geri dönüş alınamamıştır. Katılımcıların gönüllülük esasına göre çalışmaya dâhil edilmesi nedeniyle, İspanya'daki müzelerle ilgili veriler içerik analizi yöntemiyle

elde edilmiştir. Bu kapsamda, ilgili müzelerin kurumsal internet siteleri incelenerek, yetkililere yöneltilmesi planlanan sorulara karşılık gelen bilgiler toplanmıştır.

3.3. Araştırmanın Alan Seçim Süreci

Araştırma alanının seçim sürecinde, Türkiye’de yer alan zeytinyağı müzeleri ile İspanya tercih edilmiştir. Çünkü İspanya, dünyada en fazla zeytinyağı müzesine sahip olmasının yanı sıra, zeytinyağı üretiminde en büyük hacme sahip ülke olması nedeniyle araştırma kapsamına dâhil edilmiştir (International Olive Council, 2025).

3.4. Araştırmanın Veri Toplama Süreci

Araştırmanın evrenini, Akdeniz ülkelerinde yer alan zeytinyağı müzeleri oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise Akdeniz ülkeleri arasında yer alan Türkiye ve İspanya’daki zeytinyağı müzeleri oluşturmaktadır. Türkiye’de 7 adet zeytinyağı müzesi tespit edilmiş olup, bir müzenin kalıcı olarak kapalı olması ve bir müzenin çalışmaya katılım göstermek istememesi nedeniyle 2 müze kapsam dışı bırakılmış; böylece 5 adet zeytinyağı müzesi ile araştırmaya devam edilmiştir. Görüşme soruları, katılımcılara ilgili resmî web sitelerinde yer alan elektronik posta adresleri aracılığıyla iletilmiş ve 5 katılımcı ile veri toplama süreci tamamlanmıştır. Müzelerde görev yapan diğer kişilerin de çalışmaya dahil edilmesi talep edilmiş olsa da her müzeden yalnızca bir yetkili kişi görüşmeye katılım sağlamıştır.

İspanya’da yer alan 20 adet zeytinyağı müzesinden birinin kalıcı olarak kapalı olması ve üç müzenin resmî web sitesinin olmaması ya da ulaşılamaması nedeniyle kalan 16 müzeye, resmî web sitelerinde yer alan elektronik posta adresleri aracılığıyla görüşme soruları İngilizce ve İspanyolca olmak üzere iki dilde iletilmiştir. Araştırmanın veri toplama süreci, 15 Mayıs 2025 tarihinde başlamış ve 1 Eylül 2025 tarihinde sona ermiştir. Bu süre zarfında iki kez gönderilen görüşme sorularına herhangi bir yanıt alınamaması üzerine, 16 müzenin resmî web sitesi, görüşme kapsamında yer alan sorulara göre incelenmiştir. Bu bağlamda, yedi müzenin resmî web sitesinde yeterli bilgi bulunmaması nedeniyle 9 adet zeytinyağı müzesi ile veri toplama süreci devam ettirilmiştir. Görüşme formatında yer alan soruların yanıtları, müzelerin resmî web sitelerinde aranarak içerik analizi yöntemiyle toplanmıştır.

3.5. Araştırmanın Analizleri

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Her soru başlığı kendi içinde sınıflandırılarak anahtar kelimeler belirlenmiş ve tekrarlayan anlam örüntüleri (temalar) sistematik olarak incelenmiştir. Oluşturulan temalardan anlamlı sonuçlar çıkarabilmek amacıyla elde edilen veriler, yüzde oranları hesaplanarak ve tablolaştırılarak anlamlı hale getirilmiştir. Ayrıca, doğrudan ifadelerin kullanılmasıyla çıkarımlar elde edilmesine olanak sağlayan betimsel analiz yöntemi de kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir.

3.6. Araştırma Soruları

Hipotez içermeyen tez çalışmalarında, araştırma sorularının kuramsal temellere dayalı biçimde yapılandırılması, araştırmanın yönünü belirlemede ve veri toplama sürecinin sistematik biçimde yürütülmesinde kritik rol oynamaktadır. Arslan (2022) geçerli bir araştırma sorusunun, araştırma deseninin sağlamlığı ve elde edilen verilerin anlamlılığı açısından yeterli olduğunu ifade ederken Becerir (2024) bilimsel bilgi üretiminde soruların işlevsel, açık ve ölçülebilir olmasının hipotez varlığından bağımsız olarak geçerliliği desteklediğini vurgulamaktadır. Bu kapsamda araştırma soruları şu şekildedir;

- Zeytinyağı turizmi kapsamında sergilenen eserler gastronomik açıdan yeterli düzeyde midir?
- Zeytinyağı turizmi kapsamında ziyaret eden turistlerin demografik özellikleri belirli bir hedef kitle özelliklerini niteleyecek düzeyde midir?
- Zeytinyağı turizmi kapsamında müzeler bölgesel turlara dahil edilmiş durumda mıdır?
- Zeytinyağı turizmi kapsamında tanıtım yeterli düzeyde midir?
- Zeytinyağı turizmi kapsamında satış ürünleri müze kültürü destekleyecek düzeyde midir?

4. BULGULAR

Bu bölümde, çalışmada toplanan verilerin analiz edilmesiyle elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Türkiye’de Yer Alan Zeytinyağı Müzelerine İlişkin Bulgular

Türkiye’de yer alan zeytinyağı müzeleri ile görüşülmüş olup çalışmaya dahil edilen beş zeytinyağı müzesi ve müzelerin bulunduğu iller şu şekilde sıralanmıştır;

Tablo 4.1 Türkiye’de Yer Alan Zeytinyağı Müzelerinden Çalışmaya Dahil Edilen Müzeler Listesi

Zeytinyağı Müzesi	İl
Sabit Ertür Zeytinyağı Müzesi	Balıkesir
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Çanakkale
Köstem Zeytinyağı Müzesi	İzmir
Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi	Hatay
Oleatrium Zeytinyağı Müzesi	Aydın

Türkiye’de yer alan zeytinyağı müzelerinden çalışmaya gönüllü olarak katılmak isteyen beş müze olmuştur. Bu müzelerden ise birer kişi görüşmelere katılım sağlamak istemiştir. Söz konusu katılımcıların oluşturmuş olduğu demografik veriler Tablo 4.2’de belirtildiği gibidir.

Tablo 4.2 Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	3	60
	Erkek	2	40
Yaş	31-40	2	40
	41-50	2	40
	51-65	1	20
Unvan	Müze Direktörü	2	40
	Müze Sorumlusu	1	20
	Müze Sahibi	1	20
	Muhasebe Sorumlusu	1	20
Çalışma Süresi (Yıl)	1 ay- 5 yıl	2	40
	6-10	1	20
	11-15	1	20
	16-20	1	20
Eğitim	Lisans	2	40
	Lisansüstü	1	20
	Önlisans	1	20
	Ortaokul	1	20
Toplam		5	100

Araştırmaya katılan müze görevlilerinin %60'ı kadın, %40'ı ise erkektir. Katılımcıların %80'i 31-50 yaş aralığındadır. Ayrıca görevlilerin %40'ı müze direktörü olarak görev yapmaktadır. Bunun dışında müze sorumlusu, müze sahibi gibi farklı unvanlara sahip kişiler de çalışmaya dahil edilmiştir. Katılımcıların %40'ı lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahiptir. Bu kişilerin ilgili müzelerde görev yapma süreleri incelendiğinde, %40'ının 5 yıldan daha az süredir çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır.

- 'Müzede çalışan kaç kişi bulunmaktadır?' sorusuna katılımcılar tarafından verilen yanıtlar değişkenlik göstermektedir. Bu bağlamda, soruya verilen yanıtlar aşağıdaki şekilde özetlenmiştir.

Köstem Zeytinyağı Müzesi'nde 12, Adatepe Zeytinyağı Müzesi'nde 6, Oleatrium Zeytinyağı Müzesi'nde 3, Sabit Ertür (Evren Ertür) Zeytinyağı Müzesi'nde 2 ve Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi (Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi)'nde 1 çalışan bulunmaktadır. Oleatrium Zeytinyağı Müzesi'nin bir çiftlik konumunda olması nedeniyle, dönemsel ihtiyaçlara bağlı olarak farklı birimlerle kolektif çalışmalar yürütüldüğü beyan edilmiştir.

- 'Müzenin kuruluş amacı nedir?' sorusuna katılımcıların yanıt verirken kullandıkları anahtar kelimeler temalandırılmış ve aşağıdaki şekilde tablolastırılmıştır.

Tablo 4.3 Türkiye'deki Müzelerin Kuruluş Amaçlarına İlişkin Bulgular

Müzelerin Kuruluş Amaçları	Sayı (n)	Yüzde (%)
Zeytin ve zeytinyağı kültürünü tanıtmak ve tüketimi arttırmak	2	40
Turistik amaçlı kullanım	1	20
Zeytin ve zeytinyağı tarihini korumak	1	20
Zeytin ve zeytinyağını geleceğe aktarmak	1	20
Toplam	5	100

Araştırmaya katılan müze görevlilerinin verdikleri yanıtlara göre zeytinyağı müzelerinin kuruluş amacı %40 oranında zeytin ve zeytinyağı kültürünü tanıtmak ve tüketimi arttırmaktır. Bunu %20 oranlarında turistik amaçlı kullanım, zeytin ve zeytinyağı tarihini korumak, zeytin ve zeytinyağını geleceğe aktarmak amaçları takip etmektedir.

- 'Müzede hangi bölümler yer almaktadır?' sorusuna ilişkin elde edilen yanıtlar tablo halinde düzenlenmiş ve aşağıda sunulmuştur. (Bknz. Tablo 4.4);

Tablo 4.4 Türkiye’deki Müzelerin Bölüm İçeriklerine İlişkin Bulgular

Müzeler/ Bölüm İçerikleri	Restoran/ Kafe	Eğitim Salonu	Atölye	Mağaza	Bahçe	Müze Binası	Toplam
Sabit Ertür Zeytinyağı Müzesi						✓	1
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	✓						3
Köstem Zeytinyağı Müzesi	✓	✓					6
Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi							1
Oleatrium Zeytinyağı Müzesi	✓						4
Toplam	3	1	1	3	2	5	15

Müze bölümlerinin içerikleri incelendiğinde, müze binasına ek olarak restoran/kafe ve mağaza gibi destekleyici alanların da bulunduğu tespit edilmiştir. İçerik çeşitliliği açısından en fazla bölüm, Köstem Zeytinyağı Müzesi’nde yer almakta olup; bu müzeyi sırasıyla Oleatrium Zeytinyağı Müzesi ve Adatepe Zeytinyağı Müzesi izlemektedir.

- ‘Müzedeki eser çeşitliliği ve tarihlendiği dönemlere ilişkin bilgi verir misiniz?’ sorusuna müze yetkilileri tarafından verilen cevaplar tablo haline getirilmiş ve aşağıda sunulmuştur. (Bknz. Tablo 4.5);

Tablo 4.5 Türkiye’deki Müzelerin Eser Çeşitliliği

Müzelerdeki Eser Çeşitliliği	Sayı (n)	Yüzde (%)
Değirmen	3	13,0
Amfora	3	13,0
Mengene	3	13,0
Yağ Presi	3	13,0
Buhar gücü ile çalışan sistemler	2	8,6
Zeytin toplama aletleri	2	8,6
Roma Hamamı mimari kesitleri	1	4,4
Gözyaşı şişeleri	1	4,4
Sabun imal malzemeleri	1	4,4
Yağ Filtresi	1	4,4
Hidrolik Pompa	1	4,4
Şarap Presi	1	4,4
Kandil	1	4,4
Toplam	23	100

Araştırmaya katılan müzelerde 23 farklı eser grubu olduğu tespit edilmiş olup bu ürünlerin %13 oranları ile değirmen, amfora, mengene ve yağ presi olduğu sonucuna

ulaşılmıştır. Bunları %8,6 oranları ile buhar gücü ile çalışan sistemler ve zeytin toplamak için kullanılan aletler eser yoğunluğu olan unsurlar takip etmektedir. Ayrıca buhar gücü ile çalışan sistemler, gözyaşı şişeleri, sabun imalat malzemeleri gibi farklı eserlerin de müzelerde sergilendiği görülmektedir.

Eserlerin tarihlendiği dönemlere ilişkin elde edilen verilere göre, Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi (Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi) yapısal olarak yaklaşık 900 yıllık bir geçmişe sahiptir. Köstem Zeytinyağı Müzesi'nde yer alan eserlerin ise 19. yüzyıla tarihlendiği belirtilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda, müze koleksiyonlarına dahil edilen eserlerin temin süreçlerinde üç temel kaynak öne çıkmaktadır. Bunların başında, eserlerin büyük çoğunluğunun çevre yerleşim birimlerinden sağlandığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, belirli bir kısmı bireysel bağışlar yoluyla müzelere kazandırılmakta; daha düşük oranlarda ise aile yadigarı niteliğindeki eserlerin müze envanterine dahil edildiği tespit edilmiştir.

Bunlara ek olarak müzelerin ziyaret dönemlerine ilişkin inceleme yapılmış olup elde edilen veriler Tablo 4.6 'daki gibi kategorize edilmiştir:

Tablo 4.6 Türkiye'deki Müze Ziyaret Dönemlerine İlişkin Bulgular

Müze Ziyaret Dönemlerine İlişkin Bulgular	Sayı (n)	Yüzde (%)
İlkbahar	4	30,77
Sonbahar	4	30,77
Yaz	3	23,08
Kış	2	15,38
Toplam	13	100

Katılımcılardan elde edilen verilere göre zeytinyağı müzeleri tüm mevsimlerde ziyaretçi almaktadır. Müzeler en fazla ilkbahar ve sonbahar döneminde ziyaretçi almakta olup bunu yaz dönemi takip etmektedir. En az ziyaret edilen dönem ise kış mevsimi olarak tespit edilmiştir.

- 'Müze'ye yılda kaç ziyaretçi gelmektedir? Ziyaretçilerin sosyo-demografik özellikleri nelerdir?' sorusuna vermiş oldukları cevapların değişkenlik göstermesinden dolayı aşağıdaki hali ile özetlenmiştir.

Sabit Ertür (Evren Ertür) Zeytinyağı Müzesi ziyaretçilerinin genellikle yurtdışından gelen misafirler ve okul gezileri ile gelen kişiler olduğu belirtilmiştir.

Adatepe Zeytinyağı Müzesi yerli ve yabancı ziyaretçilerinin bir yıl boyunca 23.000 kişi olduğu belirtilmiş olup, Köstem Zeytinyağı Müzesi ve Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi /Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi'nin almış olduğu ziyaretçi sayısının 10.000 kişi olduğu, Oleatrium Zeytinyağı Müzesi'nin ise yerli ve yabancı ziyaretçilerinin 5.000 civarında olduğunu beyan etmiştir.

- 'Müzenin bir bölümünde ziyaretçilerin tüketebileceği ürünler mevcut mudur?' sorusuna vermiş oldukları cevaplar aşağıda özetlenmiştir.

Katılımcılar, %66,67 oranında müze içerisinde misafirlerin ürün satın alabilecekleri bir mağaza bulunduğunu, %33,33 oranında ise zeytinyağı tadımlarının yapılabileceği bir alanın mevcut olduğunu belirtmektedir. Mağazalarda yer alan ürünler ile ilgili bulgular Tablo 4.7' de yer alan hali ile sınıflandırılmıştır:

Tablo 4.7 Türkiye'deki Müze İçi Mağazalarda Yer Alan Ürünlere İlişkin Bulgular

Müze İçi Mağazalarda Yer Alan Ürünlere İlişkin Bulgular	Sayı (n)	Yüzde (%)
Zeytin	2	25
Zeytinyağı	2	25
Sabun	1	12,5
Kozmetik ürünler	1	12,5
Sirke	1	12,5
Şarap	1	12,5
Toplam	8	100

Müzelerde yer alan mağazalarda, ziyaretçilerin satın alabileceği ürünler arasında en fazla yer tutanlar zeytin ve zeytinyağıdır. Bunun yanı sıra, zeytinyağlı sabunlar, zeytinyağı içeren kozmetik ürünler, sirke ve şarap gibi çeşitli ürünler de satışa sunulmaktadır. Özellikle Oleatrium Zeytinyağı Müzesi bünyesindeki çiftlikte gerçekleştirilen organik tarım faaliyetleri sonucunda elde edilen ve müze temasıyla uyumlu ürünlerin, müze mağazasında satışa sunulduğu belirtilmektedir. Bu ürünler arasında, ulusal ve uluslararası ödüller kazanmış zeytinyağlarının da yer aldığı ifade edilmiştir.

- 'Müzeniz hangi yönüyle turistler tarafından bilinmekte ve tercih edilmektedir?' sorusu katılımcılara yöneltilmiş olup elde edilen cevaplar aşağıdaki hali ile özetlenmiştir.

Zeytinyağı müzeleri, %55,56 oranında kültürel değer taşıdıkları gerekçesiyle tercih edilmektedir. Bu oranı, %33,33 ile tarihi değerler ve %11,11 ile ulaşımın kolaylığı izlemektedir.

- ‘Müzenin tanıtılması ve turizme açılması için ulusal ve uluslararası alanda ne tür faaliyetler yürütülmektedir? Müze tur şirketlerinin gezi programına dahil mi?’ sorusuna vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki hali ile ifade edilmiştir.

(K1) Sabit Ertür Zeytinyağı Müzesi: ‘Herhangi bir faaliyet söz konusu değil.’

(K2) Adatepe Zeytinyağı Müzesi: ‘Kazdağları kültür turu yapan tur programlarında bulunmaktayız.’

(K3) Köstem Zeytinyağı Müzesi: ‘Herhangi bir faaliyet söz konusu değil.’

(K4) Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi: ‘Evet dahil ama maalesef Hatay depreminden sonra Hatay ilinde turizm sektörü çok azalmıştır.’

(K5) Oleatrium Zeytinyağı Müzesi: ‘Müzemiz tur şirketlerinin özellikle Kuşadası Port'a gelen cruise gemi müşterilerinin gezi programlarında yer almaktadır. Ayrıca farklı şehirlerden de öğrenci gruplarımız gelmektedir. Çok çeşitli kanallardan beslenen bir müze olduğumuz için örneğin tarım turizmi gibi farklı kategorilerde de müzemiz anılmaktadır.’

İlgili ifadeler doğrultusunda; Katılımcı 1 ve Katılımcı 3 herhangi bir faaliyetin bulunmadığını belirtmiştir. Katılımcı 4 ise faaliyetin mevcut olduğunu, ancak Hatay depremi sonrasında katılımın belirgin şekilde azaldığını ifade etmiştir. Öte yandan, Katılımcı 2 Kazdağları kültür turlarına dikkat çekmiş, Katılımcı 5 ise cruise (gemi) turizmi kapsamında gelen misafirlere vurgu yapmıştır.

4.2. İspanya’da Bulunan Müzelere İlişkin Bulgular

İspanya zeytinyağı müzeleri içerisinde internet sitesinde veri doygunluğu olan 9 müze çalışmaya dahil edilmiş olup internet siteleri ile Tablo 4.8’ de sunulmuştur;

Tablo 4.8 İspanya’da Yer Alan Zeytinyağı Müzelerinden Çalışmaya Dahil Edilen Müzeler Listesi

Müzeler	İnternet Sitesi
Museo del Olivo y del Aceite (Baena)	https://www.baena.es/
Museo etnográfico de Benalauria	https://en.andalucia.org/
Museo Hecoliva	https://hecoliva.es/museo/
Museo Hojiblanca	https://www.malaga.es/en/laprovincia
Almazara de las Laerillas	https://almazaralaerilla.es/
Museo Activo del Aceite de Oliva y de la Sostenibilidad Terra Oleum	https://www.terraoleum.es/
Hacienda Guzmán	https://haciendaguzman.com/
Centro de Interpretación del Olivar 5 elementos	https://lapontezuela.com/
Centro del Olivar de Sierra de Adamuz	https://turismoadamuz.es/

- 9 adet zeytinyağı müzesinin internet siteleri incelenmiş olup “müzelerin kuruluş amaçları”na ilişkin elde edilen bulgular Tablo 4.9 ’de belirtilmiştir.

Tablo 4.9 İspanya’daki Müzelerin Kuruluş Amaçlarına İlişkin Bulgular

Müzelerin Kuruluş Amaçlarına İlişkin Bulgular	Sayı (n)	Yüzde (%)
Zeytin ve zeytinyağı kültürünü tanıtmak	6	40
Zeytin ve zeytinyağını geleceğe aktarmak	4	26,6
Zeytin ve zeytinyağı konusunda bilinçlendirme sağlamak	3	20
Turistik amaçlı kullanım	1	6,7
Zeytin ve zeytinyağı tarihini korumak	1	6,7
Toplam	15	100

Zeytinyağı müzelerinin internet siteleri incelendiğinde %40 oranında zeytin ve zeytinyağı kültürünü tanıtmak amacının ön planda olduğu görülmektedir. Bunu %26,6 oranında zeytin ve zeytinyağını geleceğe aktarmak, %20 oranında zeytin ve zeytinyağı konusunda bilinçlendirme sağlamak, %6,7 oranlarında turistik amaçlı kullanım ve zeytin ve zeytinyağı tarihini korumak amaçlarının takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

- ‘Müzede hangi bölümler yer almaktadır?’ sorusu için elde edilen veriler aşağıdaki tabloda sunulmuştur. (Bknz. Tablo 4.10);

Tablo 4.10 İspanya’daki Müzelerin Bölüm İçeriklerine İlişkin Bulgular

Müzeler/ Bölüm İçeriklerine İlişkin Bulgular	Kütüphane	Restoran	Atölye	Eğitim Sınıfı	Tadım Alanı	Müze Binası	Mağaza	Toplam
Museo del Olivo y del Aceite (Baena)	✓		✓		✓	✓		4
Museo etnográfico de Benalauria						✓	✓	2
Museo Hecoliva						✓	✓	2
Museo Hojiblanca		✓				✓	✓	3
Almazara de las Laerillas						✓	✓	2
Museo Activo del Aceite de Oliva y de la Sostenibilidad Terra Oleum	✓		✓		✓	✓		4
Hacienda Guzmán						✓		1
Centro de Interpretación del Olivar 5 elementos						✓	✓	2
Centro del Olivar de Sierra de Adamuz				✓	✓	✓		3
Toplam	2	1	2	1	3	9	5	23

Müze içerisinde yer alan bölüm içeriklerine ait en yoğun bulgular, Museo del Olivo y del Aceite (Baena) ve Museo Activo del Aceite de Oliva y de la Sostenibilidad Terra Oleum içerisinde yer almaktadır. Hacienda Guzmán’nın resmî web sitesi içerisinde yer alan müze şemasında 13 bölüm yer almaktadır fakat bölüm detayları ile ilgili herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır. Bu sebep ile sadece müze binası olarak analize eklenmiştir. Verileri takiben Museo Hojiblanca ve Centro del Olivar de Sierra de Adamuz Müzesi yer

almaktadır. Bu verilere ek olarak %16,6 oranında ise müze içerisinde rehberli turların gerçekleştiği ve Centro de Interpretación del Olivar 5 elementos müzesi içerisinde yer alan mağazada kremler, losyonlar, temizleyiciler, saç ürünleri, sabunlar, banyo ürünlerinin satılmaktadır. Almazara de las Laerillas müzesinde ise üretimi yapılan zeytinyağlarını misafirlerin satın alabileceği bir alanın mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- ‘Müzedeki eser çeşitliliği ve tarihlendiği dönemlere ilişkin bilgi’ toplama amacına yönelik olarak müze bölümlerinde yer alan eser çeşitliliği Tablo 4.11 ’deki gibi sınıflandırılmıştır;

Tablo 4.11 İspanya’daki Müzelerin Eser Çeşitliliği

Müzelerdeki Eser Çeşitliliği	Sayı (n)	Yüzde (%)
Yağ presi	8	25,81
Değirmen	6	19,35
Tarım aletleri	3	9,68
Yağ amforası	3	9,68
Değirmen taşı	2	6,41
Hidrolik pompa	1	3,23
Üzüm presi	1	3,23
Harman makinesi	1	3,23
Hidrolik pres	1	3,23
Şarap presi	1	3,23
Kazan	1	3,23
Kandil	1	3,23
Bant değirmen	1	3,23
Kullanılan aletler (ip,çivi vb)	1	3,23
Toplam	31	100

Zeytinyağı müzelerin içerisinde en çok (%25,81) yağ presi ürünü bulunmaktadır. Bunu %19,35 oranında değirmenler, %9,68 oranında ise tarım aletleri ve yağ amforaları takip etmektedir. Ayrıca değirmen taşı, hidrolik pompa, üzüm presi, harman makinesi, hidrolik pres, şarap presi, kazan, kandil, bant değirmen ve zeytinyağı üretiminde kullanılan aletler gibi birçok eserin müze sergi alanlarında yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu eserlerin tarihlendirme verilerine bakıldığında ise; Museo del Olivo y del Aceite (Baena) müzesi için eserlerin ortalama olarak 19. Yüzyıla, Museo Hecoliva müzesi için 17. Yüzyılın sonu 18. Yüzyılın başlarına ve Hacienda Guzmán müzesi için ise 15. yüzyıla tarihlendiği görülmektedir.

- ‘Müzenin tanıtılması ve turizme açılması için ulusal ve uluslararası alanda ne tür faaliyetler yürütülmektedir? Müze tur şirketlerinin gezi programına dahil mi?’ sorusuna yönelik olarak zeytinyağı müzelerinin internet sitelerinden elde edilen bulgular aşağıdaki gibidir;

Tablo 4.12 İspanya’daki Müzelerin Uluslararası Platformlarda Yapılan Faaliyetlere İlişkin Bulgular

Uluslararası Platformlarda Yapılan Faaliyetlere İlişkin Bulgular	Sayı (n)	Yüzde (%)
Turlar	3	37,5
Yarışma	2	25
Konferans	1	12,5
Forum	1	12,5
Eğitim	1	12,5
Toplam	8	100

Müzeler incelendiğinde uluslararası platformlarda %37,5 oranında müze turları uygulandığı görülmektedir. Bunu %25 oranında yarışmalar, %12,5 oranında ise konferans, eğitim ve forumlar takip etmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Türkiye ve İspanya'daki zeytinyağı müzeleri; kuruluş amaçları, eser koleksiyonları ve turizmle olan ilişkileri açısından karşılaştırmalı olarak analiz edilmiş, Türkiye'deki zeytinyağı müzeciliğinde mevcut durumun ortaya konması amaçlanmıştır. Türkiye'de görüşmeye katılan müze görevlilerinin yanıtları doğrultusunda, katılımcıların çoğunluğunun kadın ve 31-50 yaş aralığında olduğu, lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahip oldukları ve görev sürelerinin 5 yıldan az olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye ve İspanya'da yer alan zeytinyağı müzelerinin kuruluş amaçları incelendiğinde, büyük oranda zeytinyağı kültürünü tanıtmaya amacının ön planda olduğu görülmektedir. Bu bulgu; Sandıkcı, Mutlu & Mutlu (2019b), Savaşkan (2021) ile Küçükkömürler & Çetin (2018) tarafından yapılan çalışmaları destekler niteliktedir. Ayrıca, Türkiye'deki müzelerde zeytinyağı tüketimini artırma amacı öne çıkarken, İspanya'daki müzelerde zeytinyağı kültürünün gelecek nesillere aktarılması öncelikli hedef olarak belirlenmiştir. Müzelerde çalışan personel sayıları incelendiğinde, en fazla çalışana Köstem Zeytinyağı Müzesi'nin sahip olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak, Oleatrium Zeytinyağı Müzesi'nin çiftlik konumunda olması nedeniyle dönemsel ihtiyaçlara bağlı olarak farklı birimlerle kolektif çalışmalar yürütüldüğü beyan edilmiştir.

Müzelerde yer alan bölümler incelendiğinde, Türkiye ve İspanya'daki müzelerin ana müze binasına ek olarak restoran/kafe ve mağaza bölümleriyle ön plana çıktığı görülmektedir. Bu durum, zeytinyağı müzeciliğinde satış imkânının tercih edilen bir uygulama olduğunu göstermektedir. Türkiye'de Köstem Zeytinyağı Müzesi; restoran, eğitim salonu, atölye, mağaza ve bahçe bölümleriyle en fazla bölüme sahip müze olarak dikkat çekmektedir. İspanya'da ise Museo del Olivo y del Aceite (Baena) ile Museo Activo del Aceite de Oliva y de la Sostenibilidad Terra Oleum müzeleri kütüphane, atölye ve tadım alanlarıyla öne çıkmaktadır.

Her iki ülkedeki müzelerde satışa sunulan ürünler arasında zeytinyağı, sabun ve kozmetik ürünler yer almaktadır. Türkiye'deki müzelerde ayrıca sirke, şarap ve zeytin gibi ürünlerin de satışa sunulduğu görülmektedir. Bu unsurlar değerlendirildiğinde, zeytinyağı turizmi kapsamında satışa sunulan ürünlerin gastronomik açıdan yeterli düzeyde olduğu ve bu ürünlerin müze kültürünü destekleyici nitelik taşıdığı söylenebilir.

Zeytinyağı turizmi kapsamında sergilenen eserler, gastronomik açıdan yeterli çeşitliliğe ve temsile sahiptir. Eserlerin, zeytinyağı üretim sürecinden yöresel mutfak kültürüne uzanan unsurları içermesi, bölgenin gastronomik mirasının zenginliğini ortaya

koymaktadır. Bu durum, zeytinyağı kültürünün yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda kültürel ve gastronomik bir değer olarak benimsendiğini göstermektedir. Eserlerin tarihlendirilmesine bakıldığında; Köstem Zeytinyağı Müzesi'ndeki eserlerin 19. yüzyıla, Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi yapısının ise 900 yıllık bir geçmişe sahip olduğu; İspanya'da yer alan Museo Hecoliva'nın 17. yüzyıl sonuna, Hacienda Guzmán Müzesi'nin ise 15. yüzyıla tarihlendiği tespit edilmiştir. Bu veriler, her iki ülkede de zeytinyağı müzeciliğinin köklü bir geçmişe sahip olduğunu göstermektedir.

Zeytinyağı müzeciliğinde ziyaret edilen dönemler incelendiğinde, bu turizm türünün dört mevsim boyunca sürdürülebilir olduğu, ancak özellikle ilkbahar ve sonbahar aylarında müzenin yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, zeytinyağı müzeciliğinin turizmin sezonluk özelliğini azaltıcı etkisiyle alternatif turizm türü olarak önem taşıdığı söylenebilir. Ziyaretçi profili açısından, müzeleri yerli ve yabancı turistlerin yanı sıra öğrenci gruplarının da eğitim amaçlı olarak ziyaret ettiği görülmektedir. Ancak turistlerin demografik özellikleri, belirli bir hedef kitlenin açık biçimde tanımlanmasına olanak sağlayacak düzeyde değildir.

Zeytinyağı müzelerinin ziyaret edilme sebepleri analiz edildiğinde, büyük oranda kültürel nedenlerin ön plana çıktığı görülmektedir. İspanya'daki müzelerin kurumsal internet sitelerinde bu kriterle ilgili doğrudan bir bilgiye rastlanılmasa da Türkiye'deki değerlendirmelerde müzelerin kültürel ve yerel değerleri taşıması nedeniyle tercih edildiği ifade edilebilir. Daha fazla ziyaretçi çekmek amacıyla ulusal ve uluslararası platformlarda uygulanan faaliyetler incelendiğinde; İspanya'da turlar ve yarışmalar düzenlenmesi ön plandayken, Türkiye'de diğer turizm türleriyle entegrasyon kurularak ziyaretçi çekildiği, ancak turların yeterli düzeyde uygulanmadığı görülmektedir. Her iki ülkedeki müzelerin internet sitelerinde yeterli bilgiye ulaşılabilmesi de göz önüne alındığında, zeytinyağı müzelerinin tanıtım konusunda yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda turistlerin demografik özelliklerinin tespit edilememesinden dolayı gelecekteki çalışmalarda zeytinyağı müze ziyaretçilerinin demografik verilerini elde etmeyi sağlayıcı veriler toplanması önerilmektedir. Ayrıca gelecek çalışmalarda ziyaretçi motivasyonları ve tercihleri detaylı biçimde incelenerek hem akademik literatüre hem de turizm stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlanabileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda zeytinyağı müzeleri için aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Türkiye’deki zeytinyağı müzelerinin ziyaret edilme oranlarının artırılması için dijital platformlardaki görünürlüklerinin güçlendirilmesi; internet sitelerindeki bilgi ve görsellerin zenginleştirilmesi gerekmektedir.
- Zeytinyağı müzelerinin bulunduğu bölgelerde tur düzenleyen acentelerle iş birlikleri geliştirilerek bu müzelerin gezi programlarına dahil edilmesi sağlanmalıdır.
- Türkiye’deki zeytinyağı müzelerinde yer alan koleksiyonların belgelenmesi, dijital olarak katalog haline getirilmesi ve açık erişimli envanter arşivlerinin oluşturulması teşvik edilmelidir.
- Eğitim salonu, kütüphane, tadım alanları ve atölyeler gibi nitelikli bölümler artırılarak müzelerin yalnızca turizm amaçlı değil, akademik ve gastronomik merkezler olarak da işlev görmesi sağlanmalıdır.
- Yerel rehberler ve üreticiler için “Zeytinyağı Kültürü” üzerine eğitim programları hazırlanmalı; tadım alanlarında doğru ve objektif bilgi aktarımı için rehberlere yönelik özel eğitimler verilmelidir.
- Müze içerisinde dijital rehber sistemleri, interaktif sergiler ve çoklu dil seçenekleri sunularak ziyaretçi deneyimi ve memnuniyeti artırılmalıdır.
- Zeytin Koridorunda yer alan Balıkesir, Bursa, Çanakkale ile zeytin üretimi yapılan Aydın, Manisa ve Hatay gibi illeri kapsayan “Zeytinyağı Yolu” temasıyla rotalar geliştirilmelidir.
- Gezici sergiler ve müze işbirlikleriyle koleksiyonların minyatür versiyonları farklı şehirlerde tanıtılmalıdır.
- Zeytin ve zeytinyağı festivali kapsamında etkinlikler düzenlenmeli; üretici müzeler ve yerel halkın ürünlerini tanıtır satabileceği alanlar oluşturularak hem kültürel tanıtım hem de yerel istihdam sağlanmalıdır.
- Zeytinyağı odaklı özel ilgi turizmi kapsamında, yöresel mutfakla entegre edilen zeytinyağı deneyimlerinin ve tadımlarının yer aldığı turlar düzenlenmeli ve iş birlikleri kurulmalıdır.
- Kruvaziyer turizmi, fiziki yeterliliği olan bölgelerde kültürel rotalar ve tematik festivallerle entegre edilmelidir.
- Türkiye’deki zeytinyağı müzeleri, İspanya’daki örneklerde olduğu gibi uluslararası forumlara, yarışmalara ve işbirliklerine katılmalı; bu doğrultuda

Kültür ve Turizm Bakanlığı, belediyeler ve özel sektör arasında ortak projeler geliştirilmelidir.

- Türkiye’deki müzelerin ulusal ve uluslararası ölçekte tanınırlığını artırmak için stratejik dijital tanıtım planları hazırlanmalı; çok dilli ve kullanıcı dostu web platformları oluşturulmalı, ayrıca etkileşim odaklı sosyal medya iletişimi hayata geçirilmelidir.
- Türkiye’deki müzeler yalnızca tüketimi artırma amacıyla hareket etmemeli, zeytinyağı kültürünü tanıtmak ve gelecek nesillere aktarmak doğrultusunda faaliyet göstermelidir. Bu kapsamda, öğrenme ve kültürel paylaşım merkezleri hâline gelerek eğitim kurumlarıyla ortak projeler yürütmeli ve çocukların kültürel bilincini geliştirmeye yönelik yenilikçi programlar geliştirilmelidir.
- İspanya’daki müzelerde gerçekleştirilen turlar, tadım etkinlikleri ve yarışmaların ziyaretçi çekmedeki başarısı örnek alınarak; Türkiye’deki müzelerde de periyodik olarak zeytinyağı temalı ulusal ve uluslararası yarışmalar, tadım günleri ve festival etkinlikleri düzenlenmeli, böylece hem ziyaretçi ilgisi artırılmalı hem de zeytinyağı kültürünün tanıtımı güçlendirilmelidir.
- Müzelerin ziyaretçi profillerine dair daha kapsamlı nitel ve nicel araştırmalar yapılmalıdır. Ziyaretçilerin memnuniyeti, öğrenme deneyimleri, tekrar ziyaret etme niyetleri ve müzeleri çevrelerine tavsiye etme eğilimleri ölçülmelidir. Bu bağlamda elde edilen veriler doğrultusunda, ziyaret deneyimini olumsuz etkileyen unsurlar belirlenmeli ve bu durumların iyileştirilmesine yönelik öneriler geliştirilmelidir.

KAYNAKLAR

- Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı (2024). USDA, Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı. <https://www.ars-grin.gov/>
- Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri (2018a). Ekstraksiyon Teknolojisi, https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/73697/mod_resource/content/0/3.%20hafta%20Ekstraksiyon%20teknolojisi.pdf. Erişim Tarihi; 13.09.2025.
- Adatepe Zeytinyağı Müzesi (2024). <https://www.adatepe.com/StaticPages/adatepe-zeytinyagi-muzesi/145>. Erişim Tarihi; 22.06.2024.
- Akhisar Belediyesi (2025). <https://www.akhisarpress.com,https://www.akhisar.bel.tr/akhisar/tarihi-kasap-hali>. Erişim Tarihi; 19.02.2025.
- Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri (2018b). Farmakokinetik ve Farmakodinamik Faz, https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/78801/mod_resource/content/0/Farmakokin etik%20ve%20Farmakodinamik%20Faz.pdf#:~:text=Lipofilik%20demek%2C%20ya%C4%9Fda%20%C3%A7%C3%B6z%C3%BCn%C3%BCr%20demektir,lipid%20memb ran%C4%B1%20daha%20az%20ge%C3%A7erler. Erişim Tarihi;13.09.2025.
- Andereck, K. L., Vogt, C. A. (2000). The Relationship Between Residents Attitudes Toward Tourism And Tourism Development Options, Journal Of Travel Research, 39 (1), 27-36. DOI:[10.1177/004728750003900104](https://doi.org/10.1177/004728750003900104).
- Aydinoğlu, Ü. (2009). Dağlık Kilikia Bölgesinde Antik Çağda Zeytinyağı ve Şarap Üretimi: Üretimin Arkeolojik Kanıtları. İstanbul: Ege Yayınları. S (16-82).
- Aytaç, K. (2024). Ayvalık Özelinde Kültürel Sürdürülebilirlik: Geçmişten Bugüne Zeytinyağı Fabrikaları. Karesi Journal Of Architecture, 3(2), 26-47.
- Agaliotou, C. (2015). Reutilization of Industrial Buildings and Sites in Greece Can Act as A Lever for the Development of Special Interest/Alternative Tourism, Procedia-Social and Behavioral Sciences, (175), 291-298. Doi:[10.1016/j.sbspro.2015.01.1203](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1203).
- Arıkan Saltık, I. (2017). Türkiye’de Zeytinyağı Turizminin Başlangıç Uygulamaları. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(55), 134-151. Doi:[10.16992/ASOS.12790](https://doi.org/10.16992/ASOS.12790).
- Arıkan Saltık, I. & Çeken, H. (2017). Agroturizmde Yeni Eğilimler: Zeytinyağı Turizmi. Journal Of Life Economics, 4(4), 89-102.
- Arslan, E. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2022(51). <https://doi.org/10.30794/pausbed.1116878>
- Arıkan Saltık, I. & Yıldız, M. (2019). Kültür Turizminin Yeni Meyvesi: Zeytinyağı Müzeleri Üzerine Bir Araştırma. Journal Of Recreation and Tourism Research, 6(2), 147–160. <https://doi.org/10.31771/jtr.2019.22>.
- Arıkan, Z. (2016). İstanbul’a Zeytinyağı Gönderilmesi, Zeytinin Akdeniz Yolculuğu Konferans Bildirileri. İzmir: İzmir Akdeniz Akademisi Tarih Kitaplığı, 39-47. ISBN: 978-975-18-0198-2.
- Arıkan, Z. (2006). Midilli- İstanbul Arasında Zeytinyağı Ticareti, Ankara Üniversitesi Tarih Araştırmaları Dergisi, 25 (40), 1-28. https://doi.org/10.1501/Tarar_0000000245.
- Ateş, H. (2022). Osmanlı Döneminde Antakya ve Yakın Çevresinde Zeytincilik Faaliyetleri, Bengi Dünya Yörük-Türkmen Araştırmaları Dergisi, 5(2), 43-76.

- Akyürek, S. & Erdem, B. (2019). Gastronomy Museums as Sustainable Hangouts in Gastronomy Tourism: A Gastronomy Museum Proposal for Gümüşhane City, Türkiye. *Turizam*, 23 (1), 17-33. Doi: [10.5937/turizam23-20717](https://doi.org/10.5937/turizam23-20717).
- Tohumcu, A.S. & Saatçi Savsa, G. (2023). Ayvalık Zeytin Müzesi Sergi Şekillerinin İncelenmesi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 11 (2), 1600-1620. Doi: 10.21325/jotags.2023.1258.
- Büyük, C. (2020). Zeytinyağı Kültürel Rotalarının Turizm Potansiyeli Açısından Değeri ve Türkiye'de Uygulanabilirliği, *Ahıvü Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 191-210. Doi: 10.34189/tfd.23.01.009
- Budak F. (2022). Turizm Rehberliğinde Alan Uzmanlığı Önerisi: Zeytin Tarımı Ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberliği, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi*, (763445),1-105.
- Burtis, C.A.& Bruns, D.E. (2015) *Tietz Fundamentals of Clinical Chemistry and Molecular Diagnostics*. 7th Edition, Elsevier Missouri, Saunders, 364-370.
- Baltacı, F. & Çıkmaz, G. (2023). Oleo Turist Deneyimlerinin İçerik Analizi İle Belirlenmesi: Büyük Veri Aracılığıyla Nitel Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(4), 3751–3773.
- Berberoğlu, B. (2023). Madra Dağı'nın Zeytin Kültürü İle Zeytin Terapi Turizmine Yönelik Nitel Bir Çalışma: Bahadınlı Köyü Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Büyük, Ö & Can, E. (2020). Zeytinyağı Kültürel Rotalarının Turizm Potansiyeli Açısından Değeri Ve Türkiye'de Uygulanabilirliği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23 (1), 191-210.
- Başoğlu, M.İ. (2009). Antik Çağda Kilikya Bölgesinde Zeytinyağı Üretimi. *Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Arkeoloji Ana Bilim Dalı, Adana*.
- Bozdoğan, D., Didin, M., Keçeli, T. (2003), Hatay İli Natürel Zeytinyağlarının Kalitesinin Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma, *Türkiye 1. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri*. 200-2004, İzmir.
- Bayrak, A. & Kıralan, M. (2008). *Sızma Zeytinyağı ve Kalite Faktörleri*. Hasat Yayıncılık Ltd. Şti. Isbn: 978- 975-8377-65-7, 80s. Ankara.
- Boskou, D., Tsimidou, M., & Blekas, D. (2006). Polar Phenolic Compounds in Olive Oil, *Chemistry and Technology*, Boskou, D., Ed., Aocs Press, 73–92. Champaign, Il. Doi: [10.1016/B978-1-893997-88-2.50009-2](https://doi.org/10.1016/B978-1-893997-88-2.50009-2)
- Bakkaloğlu, F. (2020). Gastronomi İmaj Algısının Destinasyona Yönelik Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Karabük: Karabük Üniversitesi.
- Bekar, A., Arman, S. & Sürücü, C. (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri Marmaris Bal Evi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(42), 468-477. Doi: [10.16992/ASOS.12118](https://doi.org/10.16992/ASOS.12118).
- Becerir, H. B. (2024). Araştırma Çeşitleri ve Hipotez Oluşturma. [medikalfizik.org. https://medikalfizik.org/uploads/arastirma-cesitleri-ve-hipotez-olusturma-hatice-bilge-becerir-1716133772.pdf](https://medikalfizik.org/uploads/arastirma-cesitleri-ve-hipotez-olusturma-hatice-bilge-becerir-1716133772.pdf)
- Bülbül, P. (2017). Eski Anadolu'da Tarım Faaliyetleri. *Tarihin Peşinde Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 0(17) ,269-282.

- Civelek, M., Dalgın, T. & Çeken, H. (2013b). Agro-Turizm ve Sürdürülebilirlik İlişkisi: Muğla Yöresindeki Tatuta Çiftliklerinde Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(3), 22-32.
- Can, Ş. (1994). *Klasik Yunan Mitolojisi*. İstanbul: İnkılâp Kitapevi.
- Coşkun, R., Altunışık, R. & Yıldırım, E. (2017). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, 10. Baskı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Cankül, D. & Ezenel, E. (2018). Bodrum Yarımadası ve Zeytinyağı Turizmi: Uygulanabilirliği Açısından Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 55-68. Doi: 10.17153/Oguibf.420729.
- Ceyhun, S. A. & Akbıyık T. (2021). “Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi”. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1), 153-184.
- Ceylan A. & Kendirli B. (2018). Zeytinyağı Sektörü Atıklarının Sera Isıtmasında Kullanımı, Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 1. Uluslararası Tarımsal Yapılar ve Sulama Kongresi Özel Sayısı. 53-61.
- Council of Europe (2024). <https://web.archive.org/web/20241212191353/https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/cultural-routes>. Erişim Tarihi; 22. 06 .2024.
- Çağlı, I.B. (2012). Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çukur, T. & Kızılaslan, N. (2018). Milas İlçesinde Zeytin Hasat Şenliğinin Kırsal Turizme Katkısı. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 24(2), 233-241.
- Çelik Uğuz, S. (2011). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Burhaniye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi* (24), 332-353.
- Çetin, M. & Küçükkömürler, S. (2019). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin Ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(1), 1-17.
- Çeken, H., Dalgın, T. & Çakır, N. (2012), Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri, *Uluslararası Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 11-16.
- Çekül Vakfı (2025). <https://www.cekulvakfi.org.tr>. Erişim Tarihi; 19.02.2025.
- Çengelci, E., Bayrakçeken, H. & Aksoy, F.(2011). Hayvansal ve Bitkisel Yağlardan Elde Edilen Biyodizelin Dizel Yakıtı ile Karşılaştırılması. *Animal and Vegetable Oils Obtained Comparison of Biodiesel With Diesel Fuel*, (1), 41–53.
- Çokay, S. (1998). *Antik Çağda Aydınlatma Araçları*, İstanbul: Türk Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü Yayınları.
- Dünya Çevre Kalkınma Komisyonu. (1991). *Ortak Geleceğimiz*. Ankara: Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayını.
- Dara, R. (2010). *Sofralara Geldi Bahar Baharatlar- Kokulu Otlar Yerel Ve Evrensel Tatlar*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Demirer, D. & Hatırnaz, B. (2023). Alternatiflik mi, Aşırılaşma mı? Turizm Çeşitlerinin Son Güncel Durumu. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(1), 32-62. <https://doi.org/10.32572/guntad.1119859>.
- Diker O. (2016). Kültürel Miras ile Kültürel Miras Turizmi Kavramları Üzerine Kavramsal Bir Çalışma, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(30), 365-374. Doi: [10.16992/ASOS.1367](https://doi.org/10.16992/ASOS.1367).
- Dancausa-Millan, G., Millán-Vazquez De La Torre, M. G. & Huete-Alcocer, N. (2022). Olive Oil as a Gourmet Ingredient in Contemporary Cuisine. A Gastronomic Tourism Proposal. International Journal of Gastronomy and Food Science (29), 1-8.
- Demirel, T., Muhacir, B., Güneş, Ş.N. & Aksan, T. (2021). Gastronomik Zeytinyağı Rotasının Balıkesir İlinde Uygulanabilirliğine İlişkin Bir Çalışma. 1.Ulusal – 5. Uluslararası Turizm Kongresi “İç Turizm.” (1),719-727.
- Ducassi, S. I. & Rosa, M. (2005). A New Category of Heritage for Understanding, Cooperation and Sustainable Development. Their Significance Within the Macrostructure of Cultural Heritage. The Role of the Ciic of Icomos: Principles and Methodology. In 15th Icomos General Assembly and International Symposium: Monuments and Sites in Their Setting-Conserving Cultural Heritage in Changing Townscapes and Landscapes, 1(8),4-38.
- Eryılmaz, G. & Çömelekli, T. (2020). Silifke İlçesinin Agro Turizm Potansiyelinin Swot Analizi Kapsamında Değerlendirilmesi, Uluslararası Kırsal Turizm Ve Kalkınma Dergisi, 4(1), 23-34.
- Eskiyörük, D. (2016). Antik Çağda Zeytin Ve Zeytinyağı: Kilikya Bölgesi Örneği. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4(1), 228-243. Doi: 10.21325/Jotags.2016.33.
- Ekici, M., S., Fedakâr, P., Fedakâr, S. Tutu B., Gültekin, M., Ertural N., & Yılmaz, B. H. (2011). Somut Olmayan Kültürel Miras: Barana, Egetan Yayınları, İzmir, s.1. Isbn:978-605-62152-1-6.
- Eğilmez, M. (2005). Hitit Ekonomisi, İstanbul: Turk Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü Yayınları.
- Evren (Sabit) Ertür Zeytinyağı Müzesi (2024). <https://www.sabiertur.com.tr/tarihce>. Erişim Tarihi; 22.06.2024.
- Freedman, P (2008). Yemek Damak Tadının Tarihi. Çev. Nurettin Elhüseyni. İstanbul: Oğlak Güzel Kitaplar.
- Folgado-Fernandez, J. A., Campon-Cerro, A. M. & Hernandez-Mogollon, J. M. (2019). Potential of Olive Oil Tourism in Promoting Local Quality Food Products: A Case Study of the Region of Extremadura, Spain.1-8.
- Fafouti, A., Vythoulka, A., Delegou, E., Farmakidis, N., Ioannou, M., Perellis, K. & Moropoulou, A. (2023). Designing Cultural Routes as a Tool of Responsible Tourism and Sustainable Local Development in Isolated and Less Developed Islands: The Case Of Symi Island In Greece. 12(8). Doi:10.3390/Land12081590
- Faroqhi, S. (2016). Erken Modern Osmanlı İmparatorluğu ‘nda Zeytin ve Zeytinyağı Tüketimi, Zeytinin Akdeniz Yolculuğu Konferans Bildirileri. İzmir: İzmir Akdeniz Akademisi Tarih Kitaplığı. 129-146. ISBN: 978-975-18-0198-2.
- Farinha, C. (2022). European Route of Historic Thermal Towns. Independent Expert Report. Cultural Routes of The Council of Europe Evaluation Cycle 2021-2022, 1-34.

- Gür, B. (2017). Antik Çağ'da Zeytinyağı ve Günümüzde Zeytinyağı Müzeleri, *History Studies International Journal of History*, 9(2), 139-155.
- Gülhan, D. (2016). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Tarım Endüstrisi ve Zeytinyağı Turizminin Birgi Yerleşiminde Olabilirliği Üzerine Bir Değerlendirme. *Social Sciences*, 11(2), 116-132.
- Grant, M. (2002). *Galen On Food and Diet*. London And New York: Routledge. 1-224. Isbn:9781134572700.
https://books.google.com.tr/books/about/Galen_on_Food_and_Diet.html?id=N6WBAAQBAJ&redir_esc=y.
- Gravari Barbas, M. (2020). Olive Tree Routes. Expert Report. Cultural Routes of The Council of Europe Evaluation Cycle 2019-2020.
- Güran, T. (1997). Osmanlı Dönemi Tarım İstatistikleri 1909, 1913 ve 1914, (3), Ankara: T.C. Devlet İstatistik Enstitüsü Yayınları.
- Gümüşçü, O. (2018). Tarihi Coğrafya ve Kültürel Miras. *Erdem* (75), 99-120.
<https://doi.org/10.32704/erdem.496740>.
- Görel, Ö., Doymaz, İ. & Akgün, N.A (2004). Zeytinyağı Fabrikası Atıklarının Enerji Amaçlı Kullanımı. Yıldız Teknik Üniversitesi Kimya Mühendisliği Bölümü, İstanbul. 1-7.
- Gillespie, C. & Cousins, J.A. (2011). *European Gastronomy Into The 21st Century*. Routledge (Usa): New York. 2(2),1-224. Doi:[10.1046/j.1471-5740.2002.00040.x](https://doi.org/10.1046/j.1471-5740.2002.00040.x).
- Giritlioğlu, İ. & Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler (Derlemeden Oluşmuş Bir Uygulama). Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(4), 74- 89.
- Gökçe, E. U. (2022). Uluslararası İlişkiler Çalışmalarında Açıklamaya ve Anlamaya Dayalı Nitel Araştırma Süreci, Yöntemler ve Bilgisayar Destekli Veri Analizi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(1), 37-53.
<https://doi.org/10.30794/Pausbed.1116961>.
- Harwood, J. L. & Yaqoob, P. (2002). Nutritional And Health Aspects of Olive Oil. *European Journal of Lipid Science and Technology*, 9(10), 685-697. [https://doi.org/10.1002/1438-9312\(200210\)104:9/10%3C685::AID-EJLT685%3E3.0.CO;2-Q](https://doi.org/10.1002/1438-9312(200210)104:9/10%3C685::AID-EJLT685%3E3.0.CO;2-Q).
- Hall C.M., Sharples L., Mitchell R., Macionis N. & Cambourne B. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford, Butterworth Heinemann. ISBN: 0750 65466.
- Hazman, Ö. (2022). Gıdaların Temel Bileşenleri 2. Sınıf Alan Dışı Ders Notları. Afyon Kocatepe Üniversitesi, <https://kimya.aku.edu.tr/wp-content/uploads/sites/125/2022/10/Gidalarin-Temel-Bilesenleri.pdf>. (Erişim Tarihi;14.09.2025).
- Häfele, E. (2013). *European Cultural Routes A Practical Guide*. Federal Ministry of Economy, Family and Youth, Department for Tourism and Historic Objects 1010 Vienna, Stubenring 1. February 2013.
- Hernández-Mogollón, J., Di-Clemente, E., Folgado-Fernández, J. & Campón-Cerro. (2019). Olive Oil Tourism: State Of the Art. *Tourism and Hospitality Management*, 179-207.
- Horng, J. S. & Tsai, C. T. S. (2012). Culinary Tourism Strategic Development: An Asia- Pacific Perspective. *International Journal Of Tourism Research*, 14(1), 40-55.

- Hehn, V. (2003). Zeytin Üzüm ve İncir: Kültür Tarihi ve Eskizleri. Dost Kitabevi, Ankara.
- Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi (2025). <http://www.altinozu.gov.tr/>. Erişim Tarihi; 19.02.2025.
- Ignatov, E. & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. Current Issues In Tourism, 9(3), s 235– 255.
- Ivanovic, S. Galicic, V. & Pretula, M. (2008). Gastronomy As A Science In The Tourism And Hospitality Industry. Management Of The Product Life Cycle And Competitiveness On The Tourist Market, 571-579.
- International Olive Council (2025). <https://www.internationaloliveoil.org/>. Erişim Tarihi; 20.05.2025
- İtalya Museo dell'Olivo Carlo Carli (2025). <http://www.museodellolivo.com/il-museo/la-storia>, Erişim Tarihi; 04.03.2025.
- İlban, M. O. & Kömür, T. (2019). Destinasyon Markalaşmasında Festival Turizminin Rolü: Ayvalık Uluslararası Zeytin Hasat Günleri Örneği. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 16(2), 274-295.
- Kültür Ve Turizm Bakanlığı, (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023-Eylem Planı 2007-2013.
- Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(15), 181-196.
- Kaplan, M., & Karaöz Arıhan, S. (2012). Antikçağdan Günümüze Bir Şifa Kaynağı: Zeytin ve Zeytinyağının Halk Tıbbında Kullanımı. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 52(2), 1-15.
- Karabulut, C. (2013), 2013 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu, Aydın Ticaret Borsası.
- Karabulut, G. & Yemiş, O. (2019). Fenolik Bileşiklerin Bağlı Formları ve Biyoyararlılığı. Akademik Gıda, 17(4), 526-537. <https://doi.org/10.24323/akademik-gida.667270>.
- Karasar, N. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemi- Kavramlar, İlkeler, Teknikler. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Karataş, Z. (2017). Sosyal Bilim Araştırmalarında Paradigma Değişimi: Nitel Yaklaşımın Yükselişi. Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, 1(1), 68-86.
- Kıralan, M., Yorulmaz, A. & Tekin, A. (2006). Sızma Zeytin Yağı Kalitesi Üzerine Kırma ve Yoğurma Aşamalarının Etkileri. Türkiye 9. Gıda Kongresi; 24-26 Mayıs, 1-2. Bolu.
- Kamran, M.A. (2022). Aspiculuris Tetraptera ile Doğal Enfekte Farelerde Olea Europaea L. (Zeytin) Yaprak Ekstresi ve Fenolik Bileşeni Olan Oleuropein’in Antihelmintik Etkisinin İncelenmesi, Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Kivela, J. & Crotts, J. C. (2006). Tourism And Gastronomy: Gastronomy’s Influence on How Tourist Experience A Destination, Journal of Hospitality and Tourism Research, 30(3), 54-77.
- Kalkan, A. (2016). Çağdaş Müzecilik, Mutfak Müzeleri ve Turizm İçinde: Osman N. Özdoğan (Ed.). Yiyecek Endüstrisindeki Trendler II: Kavramlar, Yaklaşımlar, Başarı Hikayeleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Köse Doğan, R. (2018). İki Proje/İki Medeniyet: Zindankale Sanat Galerisi ve Akropol Müzesi, Asia Minor Studies, Agp Sempozyum Özel Sayısı: 187-198.
- Köstem Zeytinyağı Müzesi (2024). <https://kzmurla.com/muze-kompleksi/muze-hakkinda>, Erişim Tarihi; 22.06.2024.
- Konach, T. (2022). European Route of Ceramics. Independent Expert Report. Cultural Routes of the Council of Europe Evaluation Cycle 2021-2022.
- Keser, B., Tunalioglu, R. & Avunduk, C. D. (2018). Gastronomide Zeytinyağının Duyusal Yolculuğu. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(1), 469-481.
- Lokman, U., Yarmacı, N. & Güdül, H. (2022). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Adatepe Zeytinyağı Müzesi Örneği. Journal Of Tourism & Gastronomy Studies, 10(1), 380–399. <https://doi.org/10.21325/Jotags.2022.995>.
- Laleli, Y. (2011). Zeytinyağı ve Sağlık, Akhisar Ticaret Borsası 3.Zeytin Hasat Şenlikleri, Manisa
- Maria Genoveva, M.-V. D. & Juan Manuel Arjona-Fuentes, L. A.-H. (2017). Olive Oil Tourism: Promoting Rural Development in Andalusia (Spain). Tourism Management Perspectives (21), 100–108.
- Miral, Z. C. & Adan Gök, Ö., (2020). Müzeler ve Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliği: Köstem Zeytinyağı Müzesi. Journal Of Tourism and Gastronomy Studies, 8 (3), 2241-2262.
- Millán, G., Arjona, J. M. & Amador, L. (2014). A New Market Segment for Olive Oil: Olive Oil Tourism in The South of Spain. Agricultural Sciences, 5(3), 179-185.
- Murgado-Armenteros, E. M., Parrilla-González, J. A. & Medina-Viruel, M. J. (2021). What Does the Olive Oil Tourist Value at The Destination? A Criterion for Olive Oil Tourism Segmentation. International Journal of Gastronomy and Food Science (25), 1-8.
- Mataracı, T. (2002). Ağaçlar. Doğa Severler İçin Rehber Kitap. Marmara Bölgesi Doğal Egzotik Ağaç ve Çalıları. (2. Baskı), İstanbul: Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı.
- Moira, P., Mylonopoulos, D. & Kontoudaki, A. (2015). Gastronomy As A Form Of Cultural Tourism: The Case Of Greek Typology. Fakultet Za Sport I Turizam, Novi Sad, Tims Acta (9), 135-148.
- Mankan, E. (2017b). Dünyadaki Gastronomi Müzeleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. Turkish Studies, 12(1), 157-176.
- Murgado-Armenteros, E. M., Parrilla-González, J. A., & Medina-Viruel, M. J. (2021). What Does the Olive Oil Tourist Value at The Destination? A Criterion for Olive Oil Tourism Segmentation. International Journal of Gastronomy and Food Science, 25(2-3), 100378. Doi:[10.1016/j.ijgfs.2021.100378](https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100378).
- Museo De La Cultura Del Olivo (2025).<https://www.oleicolajaen.es/oleoturismo/museo-de-la-cultura-del-olivo/> , Erişim Tarihi; 06.05.2025.
- Museo del Aceite de Mondrón (2025). https://www.malaga.es/es/laprovincia/patrimonio/lis_cd-4005/museo-del-aceite-antonio-gala-mondron, Erişim Tarihi; 06.05.2025.
- Museu da Oliveira e do Azeite (2025). <https://museudoazeite.com/cantinho-da-ciencia/>, Erişim Tarihi; 06.05.2025.
- Öztürk, M. (1999). Tarih Felsefesi, Elazığ, S.97-98.

- Nas, S., Gökalp, H. Y., Ünsal, M. (2001). Bitkisel Yağ Teknolojisi. Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Ders Kitapları Yayınları, No: 005, 329s. Denizli.
- Naumov, N. (2019). Iron Curtain Trail. Expert Report. Cultural Routes Of The Council Of Europe Evaluation Cycle 2018-2019.
- Neuendorf, K. A. (2017). The Content Analysis Guidebook, USA: Sage Publications.
- Oleatrium Zeytin & Zeytinyağı Tarihi Müzesi (2024). <https://www.oleatrium.com/hakkimizda>. Erişim Tarihi; 22.06.2024.
- Öcal, A. (2005). Zeytinyağı Atık Suyu ve Pirinanın Bitki Yetiştirilmesinde Kullanım Olanaklarının Araştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Özçatalbaş, O., Çukur, F. & Çukur, T. (2019). Milas'ta Zeytin Turizmi Potansiyelinin Kırsal Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(98), 21-37.
- Özkaya, F. D., Özkaya, M. T., Tunalioglu, R., Bayar, R. & Tunalioglu, E. (2018). Anadolu'da Zeytin Ve Zeytinyağlı Yemekler Rotası. Journal Of Tourism and Gastronomy Studies, 6(3), 263-274.
- Özçatalbaş, O. (2020). Tarım Turizmi ve Kırsal Kalkınma İlişkileri. Ekonomi Ekseninde Türkiye'de Geçmişten Günümüze Kültür ve Turizm Politikaları. Editörler: B.Pakdemirli, Z.Bayraktar, A.N.Ünalı, Y.Sarı, S.Takmaz, & O.Emir Ankara: Akçağ Yayınları, 2020, Isbn: 978-605-342-545-8.
- Özer, Ö., Avcı, M. & Karakuş, N. (2016), A Study the Evaluation of Alternative Tourism Opportunities in Fethiye Destination, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4(1), 21-26.
- Özdizbay, A. (2004). Eski Yunan'da Tarım. İstanbul: Türk Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü Yayınları.
- Özata E. & Cömert M. (2016). Zeytinyağı ve Sağlıklı Yaşam, Zeytin Bilimi 6 (2), 105-110.
- Özaltaş, M., Savran, M.K., Ulaş, M., Kaptan, S., Köktürk, H., Kalanlar, Ş., Konsoloğlu, B., Tibet, Ü., Yağcıoğlu, M., Aksarı, E., Tatlı, A., Soyuer, H., Pekcan, T., Dursun, Ö., Karadeniz, C., Kilci, M., Balkan, A. & Sevilmiş, G. (2016). Türkiye Zeytincilik Sektör Raporu, Isbn: 978-605-9175-57-9, İzmir.
- Öztürk, B. & Güven, S. (2020). "Gastronomi ile İlgili Genel Kavramlar", Gastronomi ve Yiyecek Tarihi, Editör: (A. Akbaba ve N. Çetinkaya), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, G. & Dülger Altın, D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(1), 1-14.
- Pamir, H. (2008). Antiokheia ve Yakın Çevresinde Zeytinyağı Üretimi ve Zeytinyağı İşlikleri, Olive Oil and Wine Production in Anatolia During the Antiquity, International Symposium, 06-08 November, Mersin, Türkiye, 75-96.
- Parrilla-González, J. A., María, M.-A. E. & Andtorres-Ruiz, F. J. (2020). Characterization of Olive Oil Tourism as A Type of Special Interest Tourism: An Analysis from the Tourist Experience Perspective. Sustainability, 1-10.
- Polat, E. (2017). Turizm ve Coğrafi İşaretleme : Balıkesir Örneği. Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi, 1(1), 17-31.

- Pulido-Fernandez, J. I., Casado-Montilla, J. & Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing Olive-Oil Tourism as a Special Interest Tourism. *Heliyon*, 1-8.
- Pulido-Fernández, J. I., Casado-Montilla, J., Carrillo-Hidalgo, I. & Pulido-Fernández, M. D. (2022). Evaluating Olive Oil Tourism Experiences Based on the Segmentation of Demand. *International Journal of Gastronomy and Food Science* (27), 1-10.
- Pulido-Fernández, J. I., Casado-Montilla, J., & Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing Olive-Oil Tourism As A Special Interest Tourism. *Heliyon*, 5(12), 1-8.
- P. Kampfer, (2012). Systematics Of Prokaryotes: The State Of The Art, *Antonie Van Leeuwenhoek*, 101 (1), 3-11. Doi:[10.1007/s10482-011-9660-4](https://doi.org/10.1007/s10482-011-9660-4).
- Polat, R. & Satıl, F. (2010). Burhaniye ve Havran Yörelerinde Zeytin ve Zeytin Ürünlerinin Kullanım Alanları. *Zeytin Bilimi* 1 (1), 23-29.
- Robinson, M. (2022). Historic Vafes Route. Independent Expert Report, Cultural Routes Of The Council Of Europe Certification Cycle 2021-2022.
- Ruggiero, M. A., vd. (2015). A Higher Level Classification Of All Living Organisms. *Plos One*, 10(6). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0130114>.
- Sharpley, R. & Sharpley, J. 1997. Rural Tourism: An Introduction. Thomson Business Press. In Hall D. (Eds.), *Rural Tourism - An Introduction*, *International Journal of Tourism Research*, 2(2), 148-149.
- Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, (10), 67-75.
- Sevim D., Köseoğlu, O., Büyükgök, E.B., Telli Karaman, H., Altunoğlu, Y., Yaman, Ş., Irmak, Ş., Susamcı, E., Öztürk, Güngör, F., Yıldırım, A., Gürbüz, M., Kaya, H., Hakan, M. & Asker, Ö. (2021) Ulusal Gen Bankasındaki Zeytin Çeşitlerimizin ve Bu Çeşitlerden Elde Edilen Zeytinyağlarının Özelliklerinin ve Lezzet Profillerinin Belirlenmesi. Tarım ve Orman Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü, İzmir Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Tagem/Hsgyad/16/A05/P01/101, İzmir.
- Sevencan, F. & Çilingiroğlu, N. (2007). Sağlık Alanındaki Araştırmalarda Kullanılan Niteliksel Veri Toplama Yöntemleri. *Toplum Hekimliği Bülteni*, 26(1), 1-6.
- Santich, B. (2004). The Study Of Gastronomy And Its Relevance To Hospitality Education And Training. *International Journal Of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Sutcliffe I. C., Trujillo M. E. & Goodfellow M. (2012). A Call To Arms For Systematists: Revitalising The Purpose And Practises Underpinning The Description Of Novel Microbial Taxa, *Antonie Van Leeuwenhoek*, 101(1),13-20.
- Scarpato, R. & R. Daniele (2003), *New Global Cuisine: Tourism, Authenticity and Sense of Place in Postmodern Gastronomy*, in: C.M. Hall vd., (eds.), *Food Tourism Around the World, Development, Management and Markets*, Butterworth-Heinemann: Elsevier, 296-313.
- Schilling, B., Marxen, L., Heinrich, H., & Brooks, F. (2006). The Opportunity for Agritourism Industry Development in New Jersey. New Brunswick, New Jersey: Rutgers, The State University Of New Jersey, Food Policy Institute. Retrieved From [Http://Foodpolicy.Rutgers.Edu](http://Foodpolicy.Rutgers.Edu).
- Sandıkcı, M., Mutlu, A.S. & Mutlu, H. (2019a). Emine Göğüş Mutfak Müzesi Sergileme Şekilleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3045-3059.

- Sormaz, Ü. & Güneş, E. (2016). Traditional culinary museums. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 5(6), 27-31.
- Sandıkcı, M., Mutlu, A.S. & Mutlu, H. (2019b). Türkiye’deki Gastronomi Müzelerinin Turistik Sunum Farklılıkları Açısından Araştırılması, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68), 1210-1231.
- Sezen, T. S. (2020). Gastronomi Müzeleri, Gastronomi ve Yiyecek Tarihi, Editör: (A. Akbaba ve N. Çetinkaya), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şahin, Ö. & Aydın, A. (2017). A Cultural, Gastronomic, and Touristic Asset: The Kuşadası Oleatrium Olive and Olive Oil History Museum Case. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(5), 180-199.
- Seçer, A. & Emeksiz, F. (2019). Doğu Akdeniz Bölgesinde Zeytin ve Zeytinyağı Pazarlama Organizasyonun Etkinliğinin Değerlendirilmesi. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 34(1), 47-56.
- Şahin, Ö. & Aydın, A. (2019). Özel Muğla Arıcılık Müzesi’nin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. 20. Ulusal Turizm Kongresi, 16-19 Ekim 2019, Eskişehir.
- Tekocak, M & Adıbelli H. (2010). Tarsus-Sağlıklı (Bayramlı) Köyü Sakızlıklı Mevkii Şarap Ve Zeytinyağı İşlikleri, Antikçağda Anadolu’da Zeytinyağı ve Şarap Üretimi, *Uluslararası Sempozyum Bildirileri* (Ed.: Aydınoğlu, Ü, ve Şenol A., K.), Mersin 2008, 53-73.
- Tekin, H. H., & Tekin, H. (2012). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(13), 101-116.
- Topkaya, E. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri Güncelleştirilmiş 5. Baskı. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 2(2), 113-118.
- Topal, Z. (2015). Trabzon’da Zeytinciliğin Ve Zeytinyağı Üretiminin Tarihçesi. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 10(19), 167-206. <https://doi.org/10.18220/Kid.85958>.
- Türkiye Turizm Stratejisi 2023. (2007). Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.
- Tüzün, T.Y. (2003). Zeytin Üretimindeki Periyodisitenin Zeytinyağı Ekonomisine Etkileri, Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri, Çiğli-İzmir.
- Tarım ve Orman Bakanlığı. (2020). Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği. <https://cobiltum.comu.edu.tr/laboratuvarlarimiz/zeytinyagi-analiz-laboratuvarir45.html>.
- Tunalıoğlu, R., Yıldız Tiryaki, G., Tan, S., & Taşkaya, B. (2003). Dünya Zeytinyağı Tüketimindeki Gelişmeler Bu Gelişmeyi Destekleyen Çalışmalar ve Türkiye Zeytinyağı Tüketimindeki Değişimler. Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu, İzmir, Turk.
- Trützscher, W. (2021). European Route of Megalithic Culture. Independent Expert report. Cultural Routes of the Council of Europe Certification Cycle 2020-2021.
- Uzun, B. & Çeken, H. (2023). Olive Oil Tourism . In: Dalgın, T. & Civelek, M. (eds.), *Change and New Search in Tourism*. Özgür Publications, S,173-189.
- Uylaşer, V. & Şahin, İ. (2004). Salamura Siyah Zeytin Üretiminde Geleneksel Gemlik Yönteminin Günümüz Koşullarından Uyarlanması, *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 18(1), 105-113.

- Uyar, H. & Zengin, B. (2015). Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması. *The Journal of Academic Social Science* (17), 355-376.
- Ünsal, A. (2011). Ölmez Ağacın Peşinde, Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı (8.Baskı), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Wolf, E. (2002). Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition. Available at <http://www.culinarytourism.org/faq.php>.
- Yılmaz, G. (2017). Restoranlarda Bahşiş İle İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), 65-79.
- Yılmaz, B. S., Doğru, H. & Yumuk, Y. (2019). Bir Kırsal Turizm Çeşidi Olarak Tarım Turizminin Ayvalık’ta Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Agricultural and Natural Sciences*, 7(2), 28–32.
- Yılmaz, H., & Şenel, P. (2014). Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri, 15. Ulusal Turizm Kongresi. Ankara, 499-510.
- Yavuz, H. (2008). Türk Zeytinyağlarının Bazı Kalite ve Saflık Kriterlerinin Belirlenmesi. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Yunanistan Eggares Olive Oil Museum, (2025). <https://www.olivemuseum.com>, Erişim Tarihi; 04.03.2025.
- Yunanistan Olive Museum ‘Fabbrica’ (2025). <https://fabbricaolivemuseum.gr>, Erişim Tarihi; 04.03.2025.
- Yılmaz, F. (2010). 16. yüzyılda Tarımsal Yapılarda Değişim, Akdeniz Mutfağı ve Yağ Kullanımı, *Tarih ve Toplum Yeni Yaklaşımlar*, s(10-23-42).
- Yakar, J. (2007). Anadolu’nun Etnoarkeolojisi, (çev. Selen Hırçın Riegel), Homer Kitabevi, İstanbul.
- Zengin Gengörü, E. & Öcalır, E. (2023). A General Evaluation on Turkey's Position in the Cultural Routes of the Council of Europe Programme. In: Kaptangil, K. & Bayram, A. T. (eds.), *Researches on Tourism II*. Özgür Publications.
- Zeytin Yetiştiriciliği. (2003). İstanbul: Hasad Yayıncılık. s(9-10).

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Sibel SÖZLEVİ

ORCID ID : 0009-0004-4047-2077

Yabancı Dili : İngilizce

Eğitim Durumu

Lise : Mehmet Vehbi Bolak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi/Adalet
Bölümü/Zabıt Katipliği Dalı, 2018.

Lisans : Sinop Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Yüksekokulu/ Turizm Rehberliği Bölümü, 2022.

Pedagojik Formasyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi/ Konaklama ve
Seyahat Hizmetleri Pedagojik Formasyon, 2023.

Yayın Listesi :Sözlevi, S. & Sezen Doğancı, O. (2024). Zeytinyağı Üzerine
Yapılan Akademik Çalışmaların Bibliyometrik Değerlendirmesi.
Tourism Entrepreneurship: Innovative Approaches, Detay
Yayıncılık.

Sözlevi, S. & Sezen Doğancı, O. (2024). Zeytinyağı Üzerine
Yapılan Akademik Çalışmaların Bibliyometrik Değerlendirmesi.
5. International Travel and Tourism Dynamics Congress, Ankara.

Evrak Tarih ve Sayısı: 15.05.2025-346750



T.C.
SİNOP ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İnsan Araştırmaları Etik Kurulu



Sayı : E-57428665-050.04-346750
Konu : 2025/268 Sayılı İnsan Araştırmaları Etik
Kurulu Kararı

15.05.2025

Sayın Sibel SÖZLEVİ

Üniversitemiz İnsan Araştırmaları Etik Kurulumuzca alınan 09.05.2025 tarih ve 2025/268 sayılı kararı yazımız ekinde gönderilmektedir.
Bilgilerini ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Rıza BAYRAK
Rektör Yardımcısı

Ek:2025/268 Sayılı İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Kararı (13 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : BSCLCYARE7 Pin Kodu : 67672

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5743&eD=BSCLCYARE7&eS=346750>

Adres: Korumak Mah. Selamık Cad. 13 Temmuz Yerişkesi Rektörlük Binası No:21B 57010

Merkez/SİNOP

Telefon:(0 368) 271 57 68 Faks:(0 368) 271 57 70

e-Posta: inazek@sinop.edu.tr Web: www.sinop.edu.tr

Kep Adresi: sinopuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi için: Fikri ÖZKAYNAR

Unvanı: Bilgisayar İşletmeni

Dahili: 1707



Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.



T.C.
SINOP ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İnsan Araştırmaları Etik Kurulu
Karar Belgesi

Oturum Tarihi	Oturum Sayısı	Oturum Karar Sayıları
09.05.2025	4	209-310

Sinop Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Prof. Dr. Erkal ARSLANOĞLU başkanlığında 09.05.2025 tarihinde 09:00-14:00 saatleri arasında toplanarak aşağıdaki kararı almıştır.

Karar Sayısı: 2025/268

Yüksek Lisans Öğrencisi Sibel SÖZLEVİ ve Doç. Dr. Olca SEZEN DOĞANCILI'nın 25 Nisan 2025 tarihli "*Zeytinyağı Turizmi: Zeytinyağı Müzeleri Üzerine Bir Araştırma*" başlıklı araştırmalarına ait ekte sunulan belgeler, Üniversitemiz İnsan Araştırmaları Etik Kurulunca değerlendirilmiştir.

Araştırmamanın fikri, hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğu araştırmacılara ait olmak üzere ve "Kişisel Verilerin Korunması Kanununa" dikkat edilmesi şartıyla Üniversitemiz İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Yönergesine "Uygun" olduğunun kabulüne, sonucun sorumlu araştırmacı Yüksek Lisans Öğrencisi Sibel SÖZLEVİ'ye bildirilmesine oybirliği ile karar verildi.

Ek:

- 1- Etik Kurul Başvuru Formu (8 Sayfa)
- 2- Bilgilendirilmiş Onam Formu (2 Sayfa)
- 3- Veri Toplama Araçları (2 Sayfa)

