



Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi: Literatürdeki Temalar ve Gelişmelerin Bibliyometrik İncelemesi

Olive and Olive Oil Tourism: Bibliometric Analysis of Themes and Developments in the Literature

Suat AKYÜREK ^{1,*}, Özcan ÖZDEMİR ²

¹Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

²Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü

MAKALE BİLGİSİ

Derleme

Geliş Tarihi: 17.02.2025

Kabul Tarihi: 05.07.2025

Anahtar Kelimeler:

Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi,

Gastronomi Turizmi,

Bibliyometrik Analiz.

ÖZ

Geçmişten günümüze sadece mutfakların değil, aynı zamanda hayatın bir parçası olarak insanlığa önemli katkılar sunan zeytinin, sayısız faydası ve kullanım alanı vardır. Özellikle zeytinyağının Antik Yunan ve Roma dönemlerinde diğer kavimlere ticaretinin yapılması, yaygın kullanımı ve ticaretin teşvik edilmesi amacıyla sanatsal formda taşıma kaplarının bile üretilmesi, bu ürünün önemini açıkça ortaya koymaktadır. Olimpiyat oyunlarında kazanan yarışmacılara ödül olarak çelenk şeklinde sunulan, inançlar doğrultusunda kutsal sayılan ve mitolojik efsanelere konu olan bir bitkidir. Günümüzde ise başta Marmara ve Ege bölgelerinde geçim kaynaklarından biri haline gelmiş, renginden ve değerinden ötürü 'altın' terimiyle benzetilen ve festivallerle özdeşleşen bir bitki olarak tanımlanmaktadır. Turizm açısından değerlendirildiğinde, Akdeniz, Ege ve Marmara bölgelerine yapılan kültür turlarında zeytin ve zeytinyağı müzeleri, gastrokültür turlarında ise zeytin hasat şenlikleri gezginlere rota sunmakta ve tadım yapma fırsatı sağlamaktadır. Ayrıca, gastronomik bir unsur olarak Türk mutfağının vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır. Tüm bu hususlar çerçevesinde değerlendirildiğinde, turizm, kültür ve gastronomi odaklı zeytin ve zeytinyağı ile yapılan çalışmalar, Türk turizm sektörünün gelişimine önemli katkılar sağlayabilir. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, zeytin ve zeytinyağı turizmi alanında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizini sunmaktır. Çalışma kapsamında, 29.03.2024 ve 07.04.2024 tarihleri arasında konuyla ilgili yerli alanyazında 51 çalışma incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda, zeytin ve zeytinyağı turizmi literatürünün mevcut durumu ortaya konulmuş ve gelecekte bu alanda yapılabilecek çalışmalar için öneriler geliştirilmiştir.

ABSTRACT

From the past to the present, the olive, which has made significant contributions to humanity not only as a part of kitchens but also as a part of life, has countless benefits and areas of use. Especially the trade of olive oil to other civilizations during the Ancient Greek and Roman periods, its widespread use, and the production of artistic containers for its trade clearly highlight the importance of this product. It is a plant presented as a wreath to the winning competitors in the Olympic Games, considered sacred according to beliefs, and became the subject of mythological legends. Today, it has become one of the sources of livelihood, especially in the Marmara and Aegean regions, and is defined as a plant that is associated with festivals and compared to 'gold' due to its color and value. From a tourism perspective, olive and olive oil museums in cultural tours to the Mediterranean, Aegean, and Marmara regions, and olive harvest festivals in gastro-cultural tours offer travelers routes and opportunities for tastings. In addition, it is one of the indispensable elements of Turkish cuisine as a gastronomic component. When evaluated within the context of these factors, studies focused on olive and olive oil tourism in relation to tourism, culture, and gastronomy can make significant contributions to the development of the Turkish tourism sector. In this context, the study aims to present a bibliometric analysis of the studies conducted in the field of olive and olive oil tourism. In the context of study, between 29.03.2024 and 07.04.2024, 51 studies on the subject were examined in the literature review. As a result of the analysis, the current status of the olive and olive oil tourism literature has been revealed, and recommendations have been developed for future research in this field.

ARTICLE INFO

Review

Recieved 17.02.2025

Accepted: 05.07.2025

Keywords:

Olive and Olive Oil Tourism,

Gastronomy Tourism,

Bibliometric Analysis.

* Sorumlu yazar.

* ozcanozdemir@mehmetakif.edu.tr

* Bu çalışma, 18-20 Nisan 2024 tarihlerinde gerçekleştirilen "IV. Ulusal Balıkesir Turizm Kongresinde" özet bildiri olarak sunulmuştur.

GİRİŞ

Zeytin sadece bir gastronomik unsur değil aynı zamanda kültürel, sosyal, dini inanç ritüelleri kapsamında kutsal sayılan, sağlık amaçlı tıpta ve güzellik amacıyla kozmetik sanayinde de kullanılan çok yönlü bir bitkidir. Binlerce yıldır insanların temel geçim kaynaklarından biri olmasının yanında, antik dönem Yunan Olimpiyatları'nda müsabakaları kazanan yarışmacılara da çelenk olarak takdim edilen (<https://arkeofili.com>), uzun süre ayakta kalabilen asırlık bir ağaç olduğu için de dayanıklılığın ve verimliliğin sembolü olmuştur. Zeytinin ağaç olarak ısınma amacıyla gövdesi ve dallarından, aydınlatma ve mutfakta gastronomik unsur olarak yağından, sağlık ve güzellik açısından ise kürlerinden ve zeytinyağı içeriği ile elde edilen bakım ürünlerinden faydalanılmaktadır. Kutsal kitaplarda adından söz edilen ve hatta Kur'an-ı Kerim'de üzerine yemin edilen bir bitki olarak (Tin Suresi, 95/1) kutsallığı ve sayısız faydalarıyla, binlerce yıldır bahçelerin, dağ yamaçlarının, tarlaların, yol kenarlarının ve hatta süs bitkisi olarak restoranların vazgeçilmez bir parçası olmuştur; kısacası hayatın ayrılmaz bir unsuru haline gelmiştir ve olmaya devam etmektedir.

Son yıllarda alternatif turizm türlerine yönelik artan ilgiyle birlikte, zeytin, zeytinyağı ve turizm daha fazla ilişkilendirilmektedir. Özellikle son yıllarda İspanya, Portekiz, İtalya, Fransa, Yunanistan, Türkiye, Tunus, Fas gibi Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerde zeytin ve zeytinyağı turizmi faaliyetleri yaygınlaşmaktadır. Zeytinyağı turizmi, zeytinyağının gastronomi, sağlık, güzellik, kişisel bakım ve kozmetik alanında kullanımı sonucu ortaya çıkan turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır (İri, 2019). Türkiye de zeytin ve zeytinyağı alanları ve üretim kapasitesi bakımından zengin bir potansiyele sahip olmasına rağmen zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında mevcut potansiyelini yeterince kullanamadığı düşünülmektedir (Arıkan Saltık, 2017). Bu kapsamda yapılan bu araştırma ile alan yazında konuyla ilgili yazılan makale ve tezlerin genel bir profilinin belirlenmesi ve ne tür konular üzerinde odaklanıldığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Böylece belirlenen birtakım parametreler ışığında konuyla ilgili genel bir durum değerlendirmesinin yapılması hedeflenmiş ve gelecek yıllarda konuyla ilgili ne tür araştırmaların yapılabileceği tartışılmıştır. Bu noktadan hareketle çalışmanın ilk kısmında, zeytin ve zeytinyağı hakkında genel bilgilere yer verilmiştir. Bununla birlikte, zeytin ve zeytinyağı turizmi çeşidinin gelişimi ve genel uygulamaları açıklanmıştır. Sonrasında, çalışmanın yöntemi hakkında bilgi verilmiş ve daha sonra elde edilen bulgular sunulmuştur. Çalışma tartışma, sonuç ve öneriler kısmı ile son bulmaktadır.

1. ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI TURİZMİ

Zeytin ağacının kutsal bir bitki olmasından dolayı Antik Çağ inancında tanrı ve tanrıçalara dini anlamında adak olarak sunulması, ölenlerin mezarlarına ise hediye olarak bırakılması gibi zeytinin yaşanan toplumlardaki inançlarından söz edilebilmektedir (Gür, 2017). Nuh Tufanı zamanında geminin karaya çıkıp çıkmadığını anlamak için güvercinin uçurulması ve güvercinin geri geldiğinde ağızda zeytin dalı olması, Hristiyan geleneklerinde zeytin yaprağının vaftiz törenlerinde kullanılması ve Kutsal Ruh'un sembolü olarak görülmesi, İslam inancında Hz. Muhammed'in (S.A.V.) sık sık adından söz ettiği ve iftar açarken hurma, su ve zeytin ile iftar yapılmasını tavsiye ettiği, Kur'an-ı Kerim'de de "Nahl, Tin, Enam, Müminun, Abese ve Nur" surelerinde (<https://www.kuran-ikerim.org>) zeytin isminden bahsedilerek kutsal bir bitki olduğu vurgulanmaktadır. Bu açıdan zeytin tüm dinlerde bereketin, barışın, aklın, uzun ömürlü olmanın ve olgunluğun sembollerinden olmuştur (Karabina vd., 2016).

Antik dönemde güzellik yarışmalarında en güzel seçilen kadınlara, oynanan olimpiyat oyunlarında yarışmaları kazanan sporculara veya yarışmalarda derece elde edenlere zeytin ağacının ince dallarından, yapraklarıyla süslü çelenkler/taçlar yapıldığı bilinmektedir (<https://arkeofili.com>) Bu oyunların en önemlilerinden biri Atina'daki Panathenaic oyunları kapsamında verilen, M.Ö. 4. yüzyılın ortalarında eski koşu yarışı olarak adlandırılan Stadion yarışının kazananına verilen 100 amfora zeytinyağı ödülüydü. Bu ödül o kadar değerliydi ki en az usta bir işçi bu miktarı dört yılda kazanabiliyordu (<https://arkeofili.com>). Yine antik dönem uygarlıklarında pagan inancı kapsamında Yunan Tanrıçası Olimpos'lu en güçlü tanrıçadan biri olan Athena, kazandığı yarışma neticesinde zeytini insanlığa adanmış ve kendisinin de sembolü zeytin ağacı ile özdeşleştirilmiştir (Erhat, 1996; Grimal, 2012'den Akt. Dirioz ve Alkan, 2023). Buna ek olarak antik dönemde basılan madeni paraların üzerinde de zeytine, zeytin dalına (<https://kvmgm.ktb.gov.tr>; <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tetradrahmi>), çoğu seramiklerde zeytin toplama ile ilgili görsellere (Bkz Resim-1), zeytin ürünleri işlenmiş kap-kacaklara rastlanmaktadır. Bu



husus aslında zeytinin gerek dini, gerek mimari, gerekse de ekonomi, spor, kültürel ve aynı zamanda mutfakta da ne kadar fazla kullanıldığını ve dolayısıyla değer verildiğini göstermektedir.

Zeytin yapısı itibarıyla çok soğuk iklimlerde yetişemez. Bu sebeple ılıman iklimler zeytin ağacının yetişmesi ve ürün vermesi için tercih edilmektedir. Özellikle Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerinde iklimin zeytin yetiştiriciliğine uygun olduğu görülmektedir. İklimin uygun olmasından dolayı Ege denizi kıyılarında ve adalar üzerinde Akdeniz kıyısı boyunca zeytin ağacına rastlanmaktadır (Akalin, 1991: 11). Homeros'un sıvı altın diye tanımladığı zeytinyağının elde edildiği zeytin ağacının tarihi, tarihçilere göre oldukça eskilere dayanmaktadır. Ölümsüz ağaç olarak nitelendirilen ve kutsal kabul edilen zeytin ağacı tarih boyunca önemli bir yer tutmuş ve barışın, huzurun, bereketin ve zenginliğin sembolü olarak görülmüştür (Eskiyörük, 2016). Zeytin, uzun köklü tarihi geçmiş sayesinde tarihin her döneminde yağdan ve çekirdeği de dahil olmak üzere birçok ürününden gerek sofraya lezzetleri olarak gerekse de tıbben şifa kaynağı şeklinde halk sağlığı uygulamalarında kullanılmıştır (Kaplan ve Arıhan, 2012). Ayrıca, antik dönemlerde zeytin ve zeytinyağı önemli bir besin olmasına ek olarak, hastalıklarda tedavi edici özelliği, ilaç yapımında kullanılması, dini ritüeller, aydınlatma aracı olarak kullanılması, kozmetik ve yarışmalarda ödüllendirme vb. alanlarda kullanılması ile bilinmektedir (Eskiyörük, 2016). Özellikle çeşitli yaraların tedavilerinde, yanıklarda, ufak kesiklerde, çeşitli mide problemlerinde, halk tıbbı tarafından bilimsel olarak kanıtlanmamış olsa bile alternatif tıp kapsamında faydası olduğu düşünülen bir bitkidir. Halk tıbbı uygulamalarında birçok alanda kullanılması ise zeytinin her açıdan insanlara şifa kaynağı olduğunun kanıtı niteliğindedir (Kaplan ve Arıhan, 2012).

Zeytinyağı turizmi açısından bakıldığında zeytinin ve zeytinyağının gerek üretim anlamında gerekse turizm rotaları oluşturma bağlamında müzeler ile turizm ürünü olarak pazarlamada ve zeytin ve zeytinyağı kültürünü tanıtıcı faaliyetler sunarak, zeytinin yetiştiği topraklar turizm aktiviteleri içerisinde değerlendirilmektedir (Cankül ve Ezenel, 2018). Zeytinyağı turizmi, yağ turizmi odaklı etkinliklerin merkezinde olduğundan dolayı turizmin özel bir türü olarak değerlendirilmektedir. Buna ek olarak, zeytin ve zeytinyağı turizmi, iş ve eğlence odaklı seyahatler kapsamında da ifade edilmektedir. Bu turizm türünde yer alan bireyler zeytinyağına ve yerel kültüre, kültürel mirasa, manzaraya ve doğaya dayalı bazı etkinlikleri motivasyon kaynağı olarak deneyimlemektedirler (Pulido-Fernandez vd., 2019).

Zeytin bitkisi çok yönlü bir kültür bitkisidir ve Anadolu mutfak kültüründe binlerce yıldır birçok alanda kullanılmaktadır. Öyle ki Anadolu coğrafyasında yaşayan eski medeniyetler zeytin ve zeytinyağını dini ayinlerde, nazardan korunma amacıyla, çoğu hastalığın tedavisinde ve aydınlatma aracı olarak farklı amaçlarla kullanmışlardır (Karabina vd., 2016). Zeytinyağı günümüzde de yoğun olarak yemeklerde ve vücut bakımında kullanılmaktadır. Eski dönemlerde daha çok soyluların kutsanması ve cenazelerinin yağla yıkanması geleneğinden türeyen, günümüzde kullanılan yağların içinde ise en faydalısı ve sağlıklı olarak öne çıkan yağ şeklinde ifade edilmektedir (Kaplan, 2008).

Zeytin ve zeytinyağının insan beslenmesindeki önemi ve ekonomik değeri ile mutfak kültüründeki geçmişi 8.000 yıl öncesine kadar uzanmaktadır. Geçmiş antik dönemlere değin dayanan ve faaliyet alanı ise tarım olan zeytinciliğin turizm kapsamında değerlendirilmesi “zeytin ve zeytinyağı turizmi” türünü ortaya çıkarmıştır (Durlu Özkaya vd., 2018). Türk mutfakları içeriklerinde de çok önemli bir yeri olan zeytinyağı, öncelikle saray mutfakları olmak üzere Türk mutfaklarında kullanılmakta ve özellikle zeytinyağlıların ve mezelerin temel malzemesini oluşturmaktadır (Karabina vd., 2016). Zeytin ve zeytinyağı turizmi açısından ele alındığında, gastronomi turizminin yiyecek odaklı alt kollarından biri olarak sınıflandırılabilir. Zeytin ve zeytinyağının yaygın olarak üretildiği ülkelerde zeytin ve zeytinyağı turizmi çeşidi birçok turistlerin ilgi alanını oluşturmaktadır ve bu turizm çeşidine yönelik özel turlar düzenlenebilmektedir (Akyürek, 2020).

Akdeniz havzasında bolca yer alan zeytinin bu coğrafyada kurulan uygarlıklar üzerinde oldukça önemli etkileri olmuştur. Sadece ticaret amaçlı değil aynı zamanda uzun ömürlü, sağlıklı ve uzun süre muhafaza edilebilen bir yiyecek olmasından dolayı insan hayatında adından sıkça söz ettirmiştir (Erdal vd., 2020). Akdeniz coğrafyası adına antik dönemlerden günümüze kadar büyük önem taşımış, Tunç Çağı'na uzanıldığında Yunanistan ve Ege Bölgesi'nde Minos ve Miken uygarlıkları için ekonomiye canlılık

kazandıran en önemli ürünlerden birinin zeytinyağı olduğu anlaşılmaktadır (Gür, 2017). Antik Yunan ve Roma yemek tariflerine bakıldığında gerek zeytinyağının yemeklerde ara ürün olarak kullanıldığı gerekse ana öğün olarak kendi ismi verilerek (Zeytin Çeşnisi gibi) yapıldığı görülmektedir. Ana ürün olarak zeytini kullanıp yaptıkları Zeytin Çeşnisi yemeğine ek olarak ara ve yan ürünlerin kullanılarak yapıldığı diğer antik dönem ürünlerin başlıcaları; Moretum (Sarımsaklı Peynir), Ballı Karides, Kızarmış Kuzu veya Oğlak, İskenderiye Usulü Kabak ve Delos Tatlısı şeklindedir (www.arkeofili.com). Atina çömleklerinin içerisinde depolama kapları olarak adlandırılan “*Karınlı Amphora*, *Boyunlu Amphora*, *Pelike* ve *Stamnos*” gibi kaplar kabuklu yemiş, tahıl gibi kuru gıdaları muhafaza etmenin yanında zeytinyağı, şarap ve su gibi sıvı ürünleri de korumak için kullanılmaktaydı (Çakır, 2011: 64).



Görsel 1. Kırsal kesimde zeytin hasadı. Antimenos Ressamına atfedilen Atina siyah figür amforası. Yunan, MÖ 520 civarında.

Tarlardan sofraya birçok işlem evresinden geçen zeytin Türkiye’ye ekonomik girdi sağlayan en önemli 10 ürün içerisinde değerlendirilmektedir (www.tarimorman.gov.tr). Zeytin ve zeytinyağı gibi unsurlar çoğu bölgenin doğal ve kültürel miras unsurları olmasının yanı sıra özellikle kırsal kesimlerde ekonomik kalkınmayı desteklemek amacıyla kullanıldığından dolayı önemli gelir kaynakları arasında yer almaktadır (Büyük ve Can, 2020). Ayrıca, zeytinyağına ve salamura işlenebildiğinden dolayı da sanayi sektöründe ve ihracat sektöründe önemli bir yer tutmaktadır.

Son yıllardaki araştırmalar (Bkz. Armutçu vd., 2013; Özata ve Cömert, 2016; Ayvaz, 2023) neticesinde zeytin ve zeytinyağının insan sağlığına olan yararlı etkileri daha iyi anlaşılmakta, birçok araştırma kalp sağlığı açısından en fayda sağlayan besinlerin başında zeytinyağı geldiğini ifade etmektedir. Vitamin bakımından da E vitamini vücudu kansere karşı korumakta, A, D, E ve K vitaminleri sayesinde kalsiyum, fosfor, potasyum, kükürt, magnezyum ve biraz da demir, bakır, manganez gibi mineraller sayesinde kemik gelişimine destek sağlamaktadır (www.tarimorman.gov.tr). Zeytin ve ürünlerinin tüketimi sağlıklı bir ömür yaşamak anlamına gelmektedir. Zeytin Akdeniz mutfağında önemli bir yere sahiptir ve aynı zamanda Akdeniz kültürünün önemli bir parçası haline gelmiş, kendisine şarkılarda, şiirlerde vb. alanlarda yer bulmuştur (Kuçukkomurlar, 2011).

Turizm çeşidi olarak ele alındığında ise zeytin ağaçlarının çoğunlukla yetiştiği alanlarda öne çıkan ve gelişme aşamasında olan bir turizm türüdür (Büyük ve Can, 2020). Zeytin turizmi gastronomi içerikleri kapsamında, agroturizm, kırsal turizm konuları ağırlıklı olmak üzere, doğa turizmi, sağlık ve inanç turizmi gibi konularda da sıklıkla ön plana çıkan, turist rehberlerinin turlarında anlatımlarına konu olan turizm çeşitlerindendir (Budak, 2022).

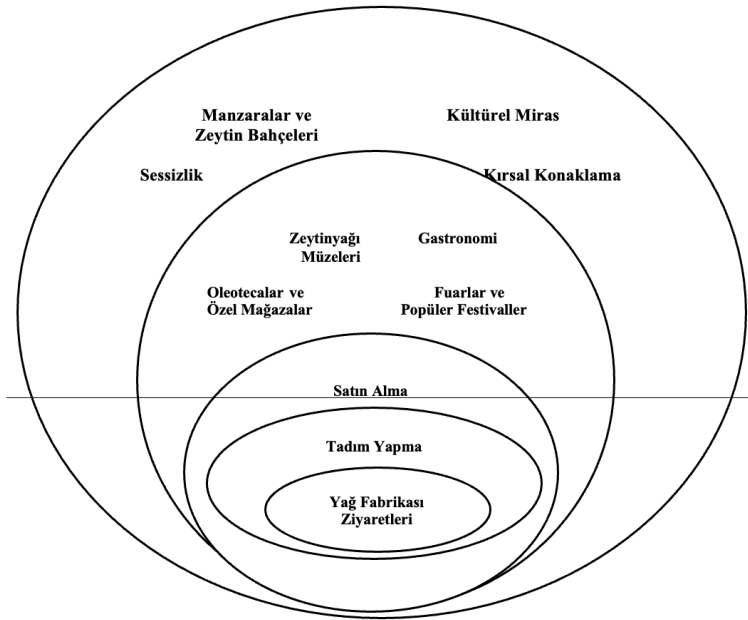
Zeytinin turistik ürün olarak başka bir özelliği ele alındığında, turistlere katma değer sunan, kültürel değerleri ön plana çıkaran ve turizm rotalarını çeşitlendiren olumlu bir yönü de zeytinyağı müzeleridir. Zeytinyağı müzeleri, en eski zamanlarda kullanılan zeytin işleme tekniklerinden günümüz çağdaş teknolojilerine kadar geçen sürede zeytin ve zeytinyağı ile ilgili bilgiler sunan, kullanılan malzemelerinin tanıtılmasını sağlayan, ilgili malzemelerin canlandırıldığı müzelerdir (Arıkan Saltık ve Yıldız, 2019). Gastronomi müzelerinin temel amacına bakıldığında, zeytin ve zeytinyağı müzelerinin ilk sırada yer aldığı, mutfak kültürüne dayalı müzelerin de onları izlediği görülmektedir (Şahin ve Aydın, 2017). Zeytin rotası turlarında, zeytinin işlendiği yağ fabrikaları gibi tesislere turist rehberi eşliğinde yapılan turlar, turistlere sunulan hizmetlerden birini oluşturmakta ve zeytin ile ilgili bütün süreçlerden,



hasat zamanından yağ işlenmesine kadar geçen süreden olumlu ve olumsuz durumlardan bahsedip, bilgi aktarmaktadırlar (Pulido-Fernandez vd., 2019). Gıda ürünlerine bağlı oluşturulan rotalar genel anlamda bir bölgenin kendine has kimliğini ve yaşadığı yerin kültürünü yansıtan ürünlerden meydana gelmekte ve üreticiler, bölgesel restoranlar ve bölgesel tarımla uğraşan şirketlerden oluşmaktadır (Murgado, 2013).

Zeytin ve zeytinyağı turizminde gastronomi müzeleri, bu değerli ürünlerin kültürel mirasını ve üretim süreçlerini ziyaretçilere tanıtarak, hem bilinirliklerini artırmak hem de tüketici ilgisini güçlendirmek açısından büyük bir öneme sahiptir (Akyürek ve Erdem, 2019). Zeytinyağı müzeciliğinin gelişmesi sonucunda zeytin ve zeytinyağının bilinirliği ve tanınırlığı gerek kültürel anlamda gerekse gastronomik bir unsur olarak daha da belirgin hale gelmekte ve zeytinyağı tüketiminin artmasına katkı sunmaktadır (Arıkan Saltık ve Yıldız, 2019). Zeytinyağı turizmi açısından müze ve değirmenlerin tanıtımı ve değerlendirilmesi, faaliyetlerin yer aldığı yerel nüfusa fayda sağlayan turistik ürünlerin oluşmasında kilit rol oynamaktadır (Moral-Cuadra vd., 2020). Zeytin turizmi ile ilgili turlar kapsamında yerel halk ile misafirlerin kültürel anlamda kaynaşması sağlanmakta, belirli bölgelerde oluşturulmuş zeytin hasatları ziyaret edilirken zeytinin mitolojik ve tarihi kökenleri ile ilgili bilgiler sunulmakta, çiftçiler ve zeytin işletmecileri hakkında bilgiler paylaşılmaktadır (Budak, 2022).

Günümüzde turistlerin deneyimlediği yeni tutum ve motivasyonlar, bu yeni ihtiyaçlara cevap veren modern turist tipolojilerinin ortaya çıkmasına işaret etmektedir. Bu anlamda, faaliyetlerin ortaya çıkışı giderek kırsal kalkınma alanlarında çerçevelenmekte ve bölgenin sosyoekonomik kalkınması için temel turizm faaliyetleri oluşturmaktadır (Moral-Cuadra vd., 2020). Zeytin ve zeytinyağı, zeytin ağacının yetiştirilmesi, zeytinin hasat edilmesi ve zeytinyağı üretimi ile kendine özgü bir misyonu üstlenirken, yörede sürdürülen gelenekler, yerel kimlik ve yaşam tarzları ile de bölgenin ve ülkenin sahip olduğu değerleri oluşturan kendine özgü bir kültürü yansıtmaktadır (Murgado, 2013).



Şekil 1. Zeytinyağı Turist Deneyim Unsurları

Şekil 1. Murgado vd. 2011: 202'den Akt. Murgado, 2013.

Şekil 1’de ifade edildiği üzere bir zeytinyağı turist tecrübe birleşenlerini sınıflandırırken ziyaret edilen kırsal bölgelerin kültürel mirası, doğa ile sükunet içinde zeytin çiftliklerinin ve zeytin kütüphanelerinin (Oleotecalar) gezilmesi ile fuarlar ve popüler festivallerin organizasyonlarından bahsedilebilmektedir. Yine bu bölgelerde ziyaret edilen yağ fabrikalarında yağ tadımları ve satış mağazalarından alışverişler yapılabilmektedir.

Zeytinyağı turizmi, esas itibarıyla zeytini içinde barındıran ürün ve hizmetlerin tüketilmesine bağlı olarak geliştirilen faaliyetleri kapsamaktadır. Türkiye, zeytin ve zeytinyağı bağlamında üretim ve tüketim açısından önde gelen ülkelerden biri olmasına rağmen, zeytinyağı turizmi açısından faaliyet sunan işletme sayısı sınırlı sayıda bulunmaktadır (Arıkan Saltık, 2017). Zeytin ve zeytinyağı ile ilgili turizm faaliyetlerinin niş pazarda yerini alabilmesi ve artan taleplerin doğru şekilde karşılanabilmesi için turist rehberlerinin bu alanda etkili ve verimli anlatımlarla donanımlarının sağlanması gerekmektedir. Bu kapsamda turist rehberlerinin zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşmaları önem taşımaktadır (Budak, 2022). Tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda, birden fazla önemli rolüyle öne çıkan ve farklı açılardan gerek manevi gerekse de maddi katma değeri yüksek olan bu ürünün daha fazla bilimsel açıdan ele alınması, turizm arz-talep yönüyle de farkındalık oluşturulması gerekmektedir.

YÖNTEM

Geçmişten günümüze yerli alanyazında “zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında” hazırlanan makale ve tezlerin belirlenen araştırma soruları kapsamında incelenmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen sorulara yanıt bulabilmek için bibliyometrik analiz tekniğinden faydalanılmıştır. Bibliyometrik çalışmaların ilk olarak 1873 yılında gerçekleştirildiği düşünülse de özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaygın bir şekilde kullanıldığı ifade edilmektedir (Andrés, 2009). Günümüzde ise birçok disiplin alanında kullanılan bu analiz tekniğine, özellikle turizm alanında gerçekleştirilen çalışmalarda da sıkça başvurulmaktadır. Bibliyometrik analizi inceleyen ilk araştırmacılardan biri olan Pritchard (1969) bibliyometriyi; “veri tabanlarından elde edilen veriler kullanılarak farklı istatistiksel ve matematiksel yöntemlerle analiz yapma” biçimi olarak ifade etmektedir. Benzer şekilde Fahimnia, Sarkis ve Davarzani (2015) bibliyometrik analizi, kitap, makale, bildiri vb. bilimsel araştırmaların matematiksel ve istatistiksel analizlerle belirlenmiş parametreler aracılığıyla sistematik bir şekilde ortaya konması olarak tanımlamışlardır. Bibliyometrik araştırmalar; belirli bir konu hakkında yapılan araştırmaların sayıları, anahtar kelimeleri, yazar bilgileri, ele aldığı konuları, kullandığı yöntemleri vb. bilgileri inceleyerek, ilgili araştırma konusunun genel durumunu değerlendirmek ve izlemek için kullanılan bir yaklaşım türüdür (Yeşilyurt ve Koçak, 2018). Bu bağlamda yapılan bu çalışmanın da temel amacı, zeytin ve zeytinyağı turizmi konusu ile ilgili yapılan akademik çalışmaların (makale ve tezler) bibliyometrik analizi ile değerlendirilmesidir.

EVREN ÖRNEKLEM

Çalışmanın evreni, “zeytin ve zeytinyağı turizmi” ile ilgili hazırlanan tüm akademik çalışmaları kapsamaktadır. Çalışmanın örneklemini ise zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında Türkiye ölçeğinde hazırlanan lisansüstü tezler ve yerli alanyazında yazılan makaleler oluşturmaktadır. Yerli alanyazında konuyla ilgili çalışmalara ulaşabilmek için ULAKBİM, Dergipark, Google Akademik, ResearchGate ve YÖK ulusal tez merkezi veri tabanlarından faydalanılmıştır. Konuyla ilgili çalışmalara ulaşabilmek için “zeytin”, “zeytinyağı”, “zeytin ve zeytinyağı turizmi”, “zeytinyağı müzesi”, “zeytin ve turizm”, “zeytinyağı ve turizm”, “zeytin ve gastronomi”, zeytinyağı ve gastronomi ile “zeytin ve zeytinyağı rotası” anahtar kelimeleri taratılmıştır. Taratılan kelimeler neticesinde ulaşılan çalışmalardan sadece turizm ile ilgili olan çalışmalar dikkate alınmış, turizm ile ilgili olmayan çalışmalar çalışmaya dahil edilmemiştir. Konuyla ilgili çalışmalara 29.03.2024 ve 07.04.2024 tarihlerinde, ilgili anahtar kelimelerinin taratılması sonucunda ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında ulaşılan her bir çalışma önceden belirlenen sorular doğrultusunda bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Her bir soruya yönelik elde edilen bulgular, Word programında tablolaştırılmıştır ve Word programı grafik gösterimi özelliği ile veriler sunulmuştur. Bununla birlikte, elde edilen çalışmaların konu dağılımları ve çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler kelime bulutu (Word Art) yardımıyla görselleştirilerek aktarılmıştır.



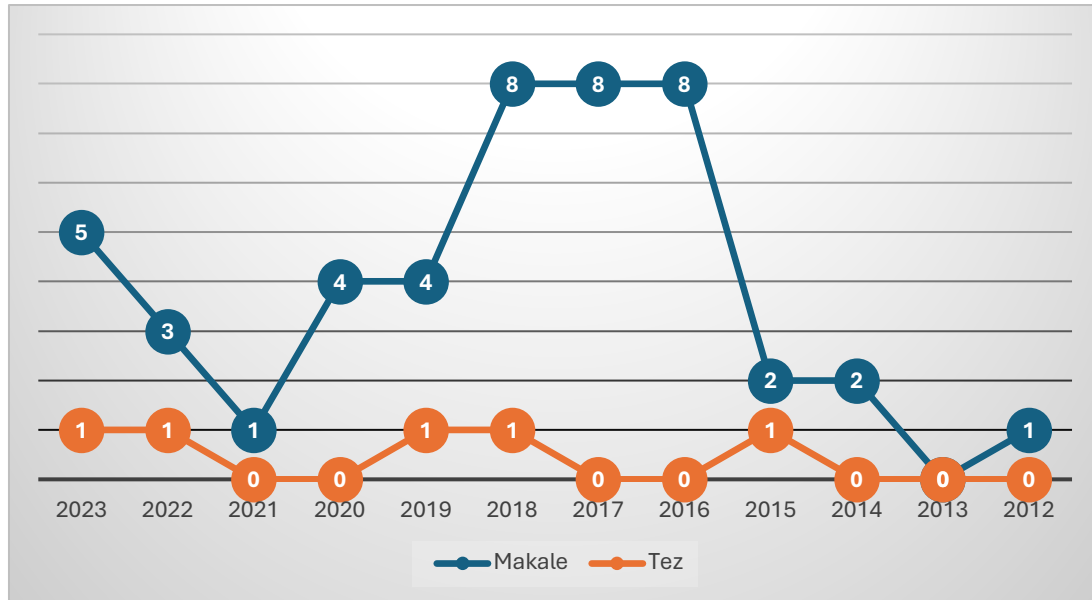
ARAŞTIRMA SORULARI

Belirli bir alandaki genel üretkenliği tanımlamak için bibliyometrik bir çalışma uygulanabilmesine rağmen, araştırmacıların, dergilerin, ülkelerin veya diğer performans düzeylerinin verimliliğini değerlendirmek için de kullanılabilir. Bununla beraber ilgili çalışmanın amacına bağlı olarak bibliyometrik göstergeler özenle seçilmelidir (Andrés, 2009). Yapılan bu çalışmada da, aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmıştır.

1. Zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında yıllara göre yayımlanmış çalışma sayısı kaçtır?
2. Yapılan çalışmaların bölgelere göre dağılımı nasıldır?
3. Yayımlanan çalışmaların dergilere göre dağılımı nasıldır?
4. Yayımlanan çalışmaların konularına göre dağılımları nasıldır?
5. Yayımlanan çalışmaların benimsedikleri araştırma yaklaşımları ve kullanılan veri toplama teknikleri nelerdir?
6. Çalışmaların yazar sayısına göre dağılımları nasıldır?
7. Yazarların çalıştıkları bölümlerine göre dağılımları nasıldır?
8. Yayımlanan makalelerde kullanılan anahtar kelimeler nelerdir?

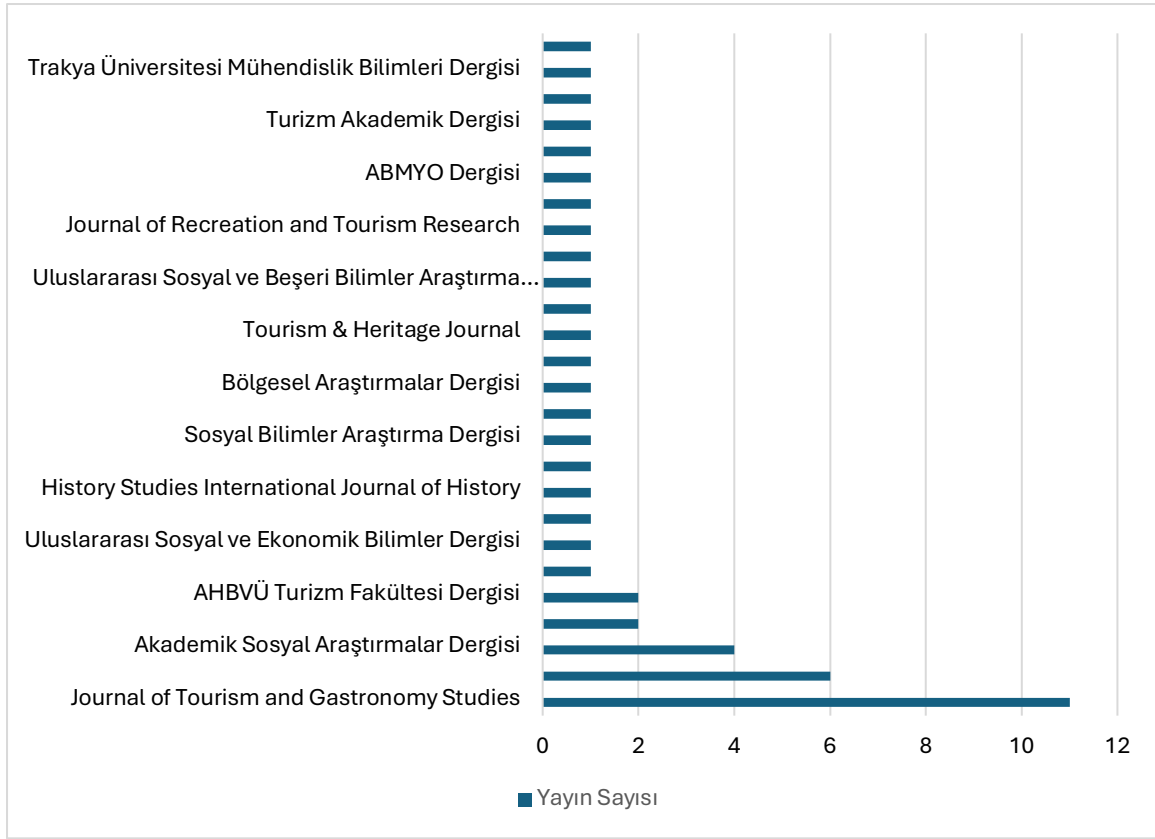
BULGULAR

Araştırma kapsamında, farklı veri tabanlarından tarama yapılarak konuyla ilgili belirlenen çalışmalar analiz edilmiştir. Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı turizmi üzerine yapılmış 46 makale ve 5 yüksek lisans tezi olmak üzere toplam 51 çalışmaya ulaşılmıştır. Her bir çalışma ile ilgili tanımlayıcı bilgilere aşağıda yer verilmektedir.



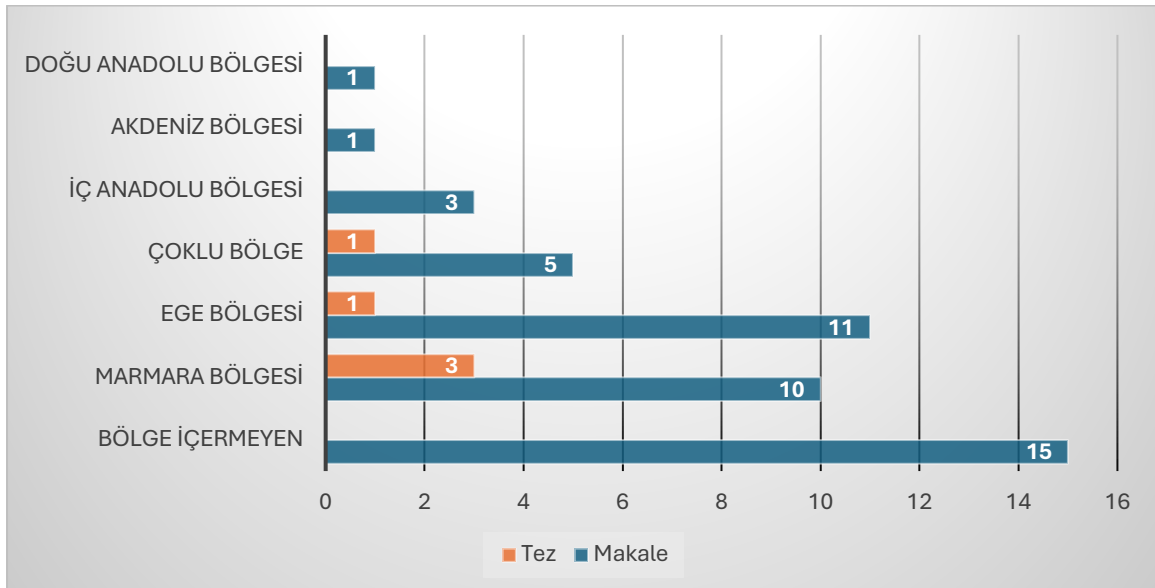
Şekil 2. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 2’de Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı turizmini konu edinen çalışmaların yıllara göre sayılarına yer verilmektedir. Taranan veri tabanlarına göre, konuyla ilgili ilk makale 2012 yılında yazılmıştır. Konuyla ilgili ilk yüksek lisans düzeyinde tez ise 2015 yılında hazırlanmıştır. Türkiye’de konuyla ilgili en fazla çalışma 2018 yılında (8 makale ve 1 tez) gerçekleştirilmiştir.



Şekil 3. Makalelerin Yayımlandığı Dergilere Göre Dağılımı

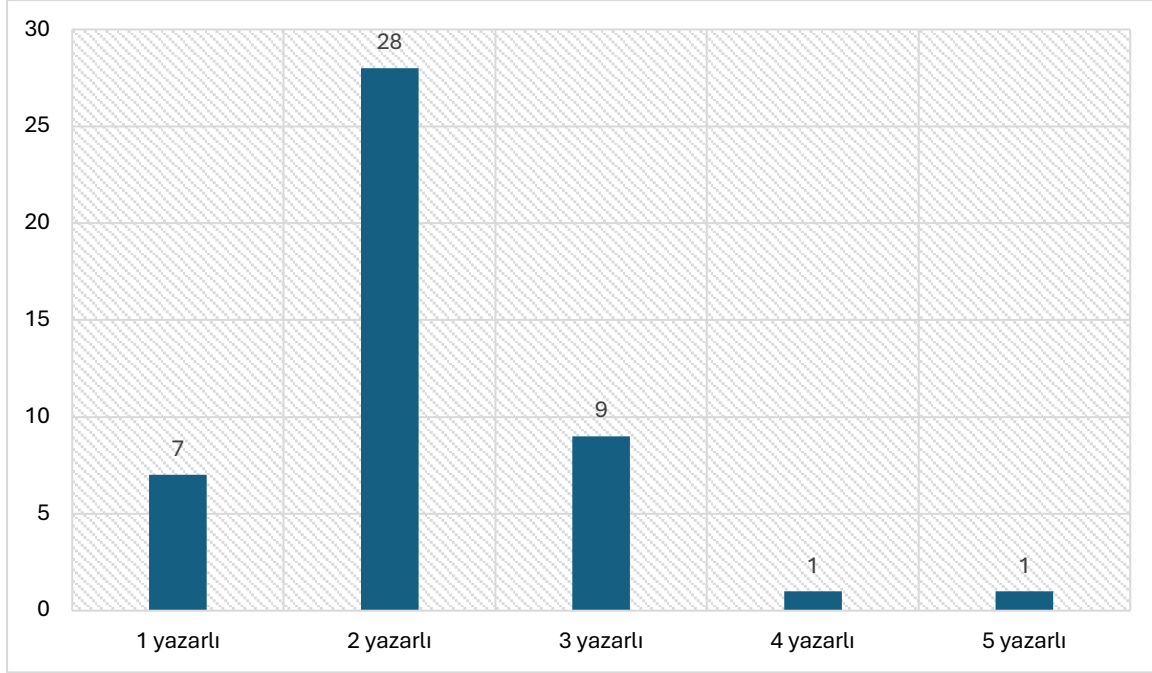
Zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında yapılan araştırmaların dergi bazında analizi, Şekil 3'te gösterilmektedir. Zeytin ve zeytinyağı ile ilgili en çok makalenin turizm kapsamında (11 makale) “Journal of Tourism & Gastronomy Studies” dergisinde yayımlandığı anlaşılmaktadır. Bu dergiyi “Zeytin Bilimi”, “Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi” ve “Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi” takip etmektedir. Sonuç olarak yıllar itibarıyla, bir araştırma konusu olarak zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların 26 farklı dergide özellikle son 10 yılda arttığı görülmektedir.





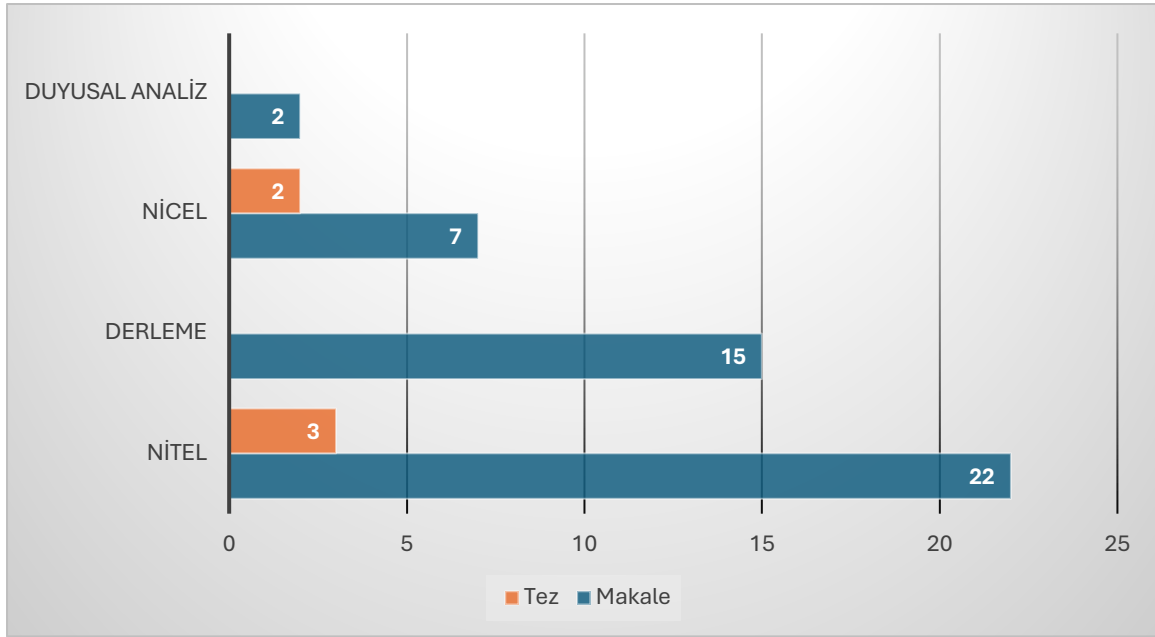
Şekil 4. Konuyla İlgili Yapılan Yayınların Coğrafi Bölgelere Göre Dağılımları

Şekil 4'te zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında yapılan araştırmaların veri toplama bölgelerine göre dağılımları yer almaktadır. Sonuçlara göre, zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında yapılan araştırmaların genellikle kavramsal çalışmalar olması sebebiyle bölge içermediği görülmektedir. Bununla birlikte, konuyla ilgili en fazla çalışmanın Türkiye'de zeytin ve zeytinyağının yaygın olarak üretildiği Marmara ve Ege bölgelerinde yapıldığı belirlenmiştir. Ek olarak, Karadeniz Bölgesi'nde ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde konuyla ilgili yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır.



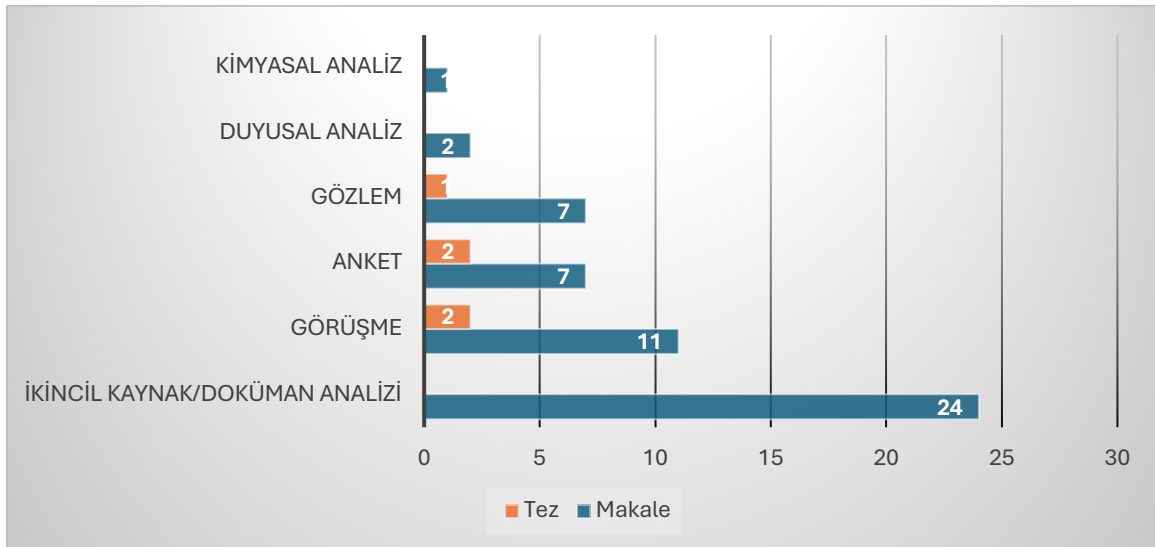
Şekil 5. Makalelerin Yazar Sayılarına Göre Dağılımları

Şekil 5'te zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında yazılan makalelerin yazar sayılarına göre dağılımlarına yer verilmektedir. Buna göre en fazla iki ortak yazarlı çalışma (28 makale) yapılmıştır. Bununla birlikte, makalelerin 9 tanesi 3 ortak yazarlı, 7 tanesi tek yazarlı, 1 tanesi 4 yazarlı ve 1 tanesi ise 5 ortak yazar tarafından hazırlanmıştır.



Şekil 6. Çalışmalarda Benimsenen Araştırma Yöntemleri

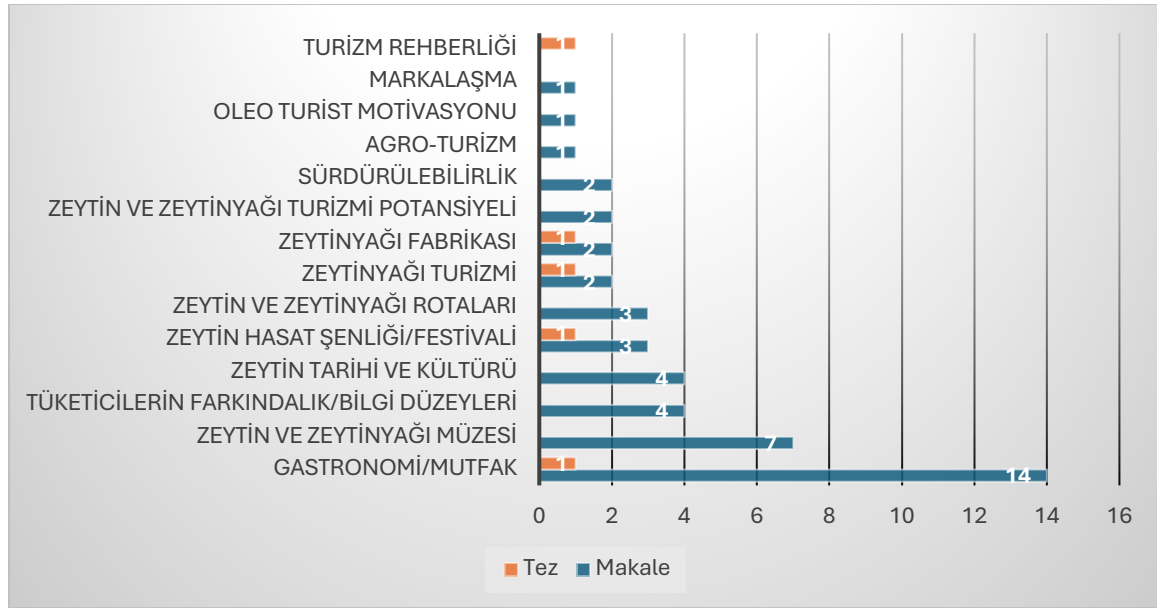
Şekil 6’da zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında hazırlanan çalışmaların benimsedikleri araştırma yöntemlerine yer verilmektedir. Çalışmalar incelendiğinde, en fazla nitel araştırma yöntemi (25 çalışma) tercih edilmiştir. Bunu sırasıyla 15 çalışma ile derleme makaleler takip etmektedir. Konuyla ilgili hazırlanan çalışmaların 9 tanesinde nicel yöntem benimsenmiştir.



Şekil 7. Çalışmalarda Kullanılan Veri Toplama Teknikleri

Not: Bazı çalışmalarda aynı anda birden fazla veri toplama tekniği kullanıldığı için çalışmalarda kullanılan veri toplama teknikleri sayısının genel toplamı çalışma sayısından (51) fazla çıkmıştır.

Şekil 7’de konuyla ilgili yapılan çalışmalarda (makale ve tezler) kullanılan veri toplama tekniklerine yer verilmektedir. Buna göre çalışmalarda en fazla ikincil kaynak/doküman analizi tekniğinden (24 çalışma) faydalanılarak araştırma yapıldığı görülmektedir. Bunu sırasıyla; görüşme tekniği (13 çalışma), anket tekniği (9 çalışma) ve gözlem tekniği (8 çalışma) takip etmektedir. Bununla birlikte çalışmalarda duyuşsal analiz (2 çalışma) ve kimyasal analiz (1 çalışma) teknikleri de veri elde edebilmek için kullanılmıştır.



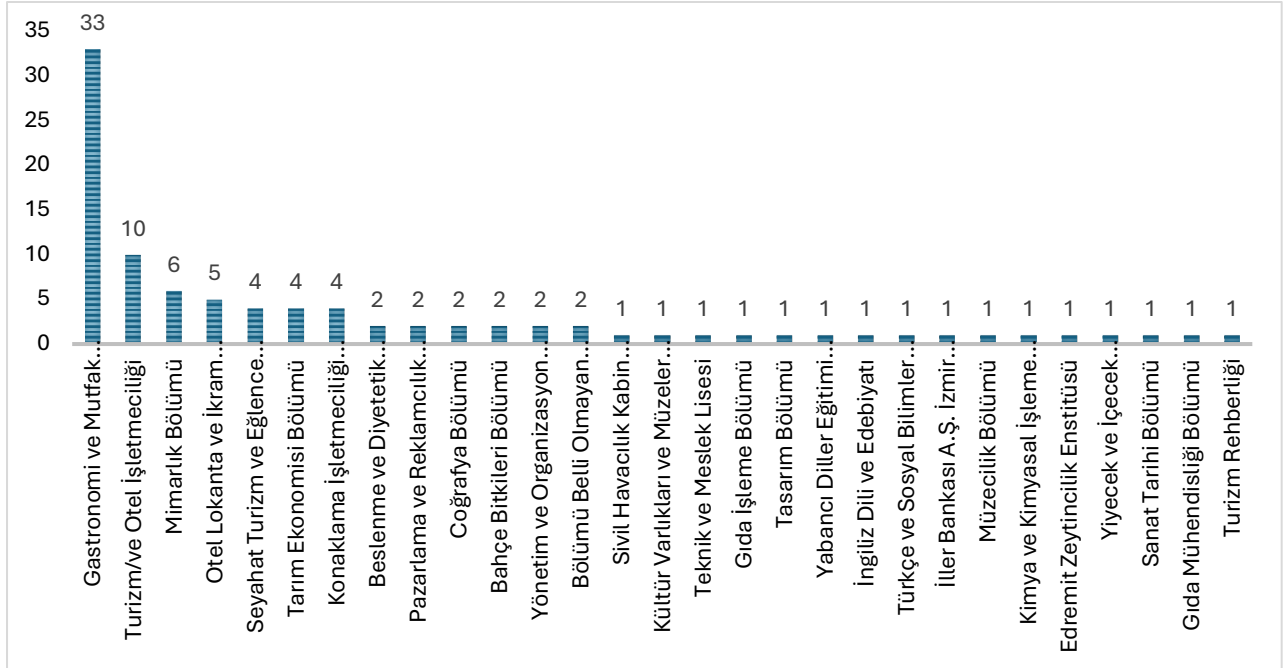
Şekil 8. Çalışmaların Konularına Göre Dağılımları

Şekil 8’de zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında hazırlanan çalışmaların konularına göre dağılımları yer almaktadır. Çalışmalar incelendiğinde, en fazla işlenen konunun zeytin ya da zeytinyağının gastronomik değerine yönelik çalışmalar (15 çalışma) olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda özellikle zeytinyağı yemekler, zeytin ya da zeytinyağının moleküler gastronomideki yeri, zeytin ya da zeytinyağının füzyon mutfakta uygulamaları, zeytin ya da zeytinyağının Türk mutfagında yeri ve önemi gibi çalışmalar dikkat çekmektedir. Konuyla ilgili çalışmalar incelendiğine en fazla ele alınan ikinci konu (7 çalışma) zeytin ve zeytinyağı müzeleri hakkında yapılan çalışmalardır. Bununla birlikte, tüketicilerin, öğrencilerin ve yerel halkın zeytin ve zeytinyağı farkındalıkları/bilgi düzeylerini ele alan konular (4 çalışma), zeytin tarihini ve kültürünü ele alan çalışmalar (4 çalışma), zeytin hasat şenliği/festivali hakkında yapılan çalışmalar (4 çalışma) en fazla çalışılan konular arasındadır.



Şekil 9. Çalışma Konularının Kelime Bulutu İle Gösterimi

Şekil 9'da çalışma konularının kelime bulutu ile gösterimine yer verilmektedir. Kelime bulutu görselinde de görüldüğü üzere, zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında hazırlanan çalışmaların odak noktası turizm olmak üzere; gastronomi, mutfak kültürü, zeytin kültürü, zeytin ve zeytinyağı müzeleri, sürdürülebilirlik gibi konularla da iç içe olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 10. Araştırmacıların Bölümlerine Göre Dağılımları

Şekil 10'da zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında çalışma yapan yazarların bölümlerine göre dağılımları sunulmaktadır. Konuyla ilgili farklı disiplinlerden toplamda 104 araştırmacı çalışma yapmıştır. Elbette önemli bir gastronomik değer olan zeytin ve zeytinyağı en fazla gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde çalışan araştırmacılar (33 yazar) tarafından ele alınmıştır. Bunu turizm işletmeciliği veya turizm ve otel işletmeciliği bölümünde çalışan yazarlar (10 yazar) takip etmektedir. Bununla birlikte, gerek zeytin ve zeytinyağı müze tasarımı konusunda olsun gerekse zeytinyağı fabrikalarının turizm kapsamında değerlendirilme hususunda olsun mimarlık bölümünde çalışan araştırmacıların konuya ilgi duydukları anlaşılmaktadır. Yine otel, lokanta ve ikram hizmetleri bölümü, seyahat, turizm ve eğlence hizmetleri bölümü, tarım ekonomisi bölümü ile konaklama işletmeciliği bölümünde çalışan akademisyenler de konuyla ilgili önemli sayıda çalışma yapmışlardır. Bunların dışında, birçok farklı bölümden araştırmacının zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında çalışma yaptıkları görülmektedir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma bulguları kapsamında, ilk olarak konuyla ilgili yıllar itibariyle yapılan çalışmaların sayısı ortaya konulmuştur. Yerli alanyazın incelendiğinde toplamda 51 çalışmaya ulaşılmıştır. Türkiye'nin zeytin ve zeytinyağı üretim alanları ve kapasitesi göz önünde bulundurulduğunda, yapılan çalışmaların yıllara göre değerlendirildiğinde sayılarının yetersiz olduğu söylenebilir. Ayrıca, konuyla ilgili yalnızca beş yüksek lisans tezine rastlanması ve doktora düzeyinde herhangi bir tez bulunmaması, konuya yeterince önem verilmediğini göstermektedir. Yıllar itibariyle yapılan çalışmaların sayısına bakıldığında ise son yıllarda bir azalma olduğu gözlemlenmektedir. Tüm bu hususlar dikkate alındığında, konuya daha fazla önem verilmesi gerektiği açıktır. Özellikle Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı üretim alanlarının en fazla turist çeken bölgelerde (Ege, Marmara, Akdeniz) yer alması, hem tanıtım ve pazarlama açısından hem de turistlerin kolayca ulaşabilmesi açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Bu bağlamda, özellikle turizmin geliştiği ve zeytin ile zeytinyağının fazlaca üretildiği destinasyonlarda (Muğla, Balıkesir, Bursa gibi) zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında turistik ürünlerin geliştirilmesine yönelik araştırmaların artırılması ve desteklenmesi gerekmektedir. Konuyla ilgili olarak, özellikle doktora düzeyinde kapsamlı tezlerin hazırlanması için teşviklerin artırılması önerilebilir. Ayrıca, zeytin

ve zeytinyağı üretim bölgelerinde bulunan üniversitelerde (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi gibi) konuya daha fazla önem verilmesi ve üniversiteler bünyesinde konuyla ilgili projelerin desteklenmesini hızlandıracak alt birimlerin kurulması teşvik edilebilir. Bunun yanı sıra, konuyla ilgili farkındalığı artırmak için etkinliklerin (zeytinyağı yemekler yarışması, zeytin festivalleri, zeytinyağı tadım etkinlikleri vb.) artırılması faydalı olacaktır.

Konuyla ilgili hazırlanan çalışmalarda benimsenen araştırma yöntemleri ve veri toplama teknikleri incelendiğinde, nitel ve derleme çalışmalarının ağırlıkta olduğu görülmektedir. Özellikle yerli alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde, ampirik çalışmalara duyulan ihtiyacın daha fazla olduğu düşünülmektedir. Turizm eylem planlarında alternatif turizm çeşitliliğinin artırılması gerektiği vurgulandığında, zeytin ve zeytinyağı turizmi, Türkiye için önemli bir alternatif turizm türü olabilir. Nitekim, Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı turizmi uygulamalarının henüz başlangıç aşamasında olduğu söylenebilir. Zeytin ve zeytinyağı üretim alanları, üretim kapasitesi, zeytin ve zeytinyağı tarihi ve kültürü ile ürün çeşitliliği (farklı zeytin çeşitleri, zeytin ve zeytinyağı ile yapılan ürünler vb.) göz önünde bulundurulduğunda, bu alanda önemli bir potansiyel olduğu söylenebilir. Bu potansiyelin kullanılabilmesi için ilgili paydaşların (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, sektör temsilcileri, yerel yönetimler, STK’lar, üniversiteler vb.) işbirliği yaparak ortak bir çalışma içinde olmaları gerekmektedir. Ayrıca, araştırmacıların bu alandaki çalışmalarını destekleyecek adımlar atılmalı ve ampirik çalışmaların sayısı artırılmalıdır. Bu bağlamda, zeytin ve zeytinyağı üretim ve tüketim alanları (zeytinlikler, zeytinyağı fabrikaları, zeytinyağı müzeleri, zeytinyağı yemeklerin sunulduğu işletmeler vb.) göz önünde bulundurularak, bu yönde rotaların geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılabilir. Kullanılmayan eski zeytinyağı fabrikalarının müzelere dönüştürülmesi gibi projeler de değerlendirilebilir. Zeytin ve zeytinyağının sağlık, lezzet ve kültür açısından taşıdığı önemi göz önüne alırsak, doğru bir turistik ürün sunumu gerçekleştirildiğinde, bu alanda önemli bir turizm talebinin oluşabileceği düşünülmektedir. Bu sebeple, gerek arz yönlü (rotalar, müzeler, yiyecek-içecek işletmeleri, eğitimler, etkinlikler vb.) gerekse talep yönlü (turistlerin beklentileri, tercihleri, memnuniyetleri, deneyimleri ve davranışları) ampirik çalışmalara daha fazla ağırlık verilmesi gerekmektedir.

Makalelerin yayımlandığı dergilere bakıldığında, konuyla ilgili çeşitli dergilerde çalışmaların yayımlandığı görülmektedir. Özellikle son yıllarda turizm alanında yayın yapan dergilerin sayısının artması, bu konuda yayın yapabilme olanaklarını önemli ölçüde artırmıştır. İlgili veri tabanları incelendiğinde, zeytin ve zeytinyağı turizmiyle doğrudan ilişkili akademik yayınların arttığı ve bu konuda yayımlanan “Zeytin Bilimi” dergisinin varlığı sevindirici bir gelişme olarak öne çıkmaktadır. Ancak, 2010 yılında yayın hayatına başlayan derginin, 2018 yılında yayın hayatını sonlandırdığı (bkz. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/zeytin/archive>) anlaşılmaktadır. Bu noktada, konunun daha sistematik ve detaylı bir şekilde ele alınması ve güncelliğinin korunabilmesi adına böyle bir derginin varlığına duyulan ihtiyaç net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Konunun farklı disiplinlerden ele alınabileceği multi-disipliner bir dergi, bu alandaki literatür için önemli bir yapı taşı olabilir. Bu bağlamda, mevcut derginin yeniden yayımlanması ya da benzer temalarla zeytinle ilgili çalışmalara yer verecek yeni bir derginin yayına başlanması önerilebilir.

Konuyla ilgili hazırlanan çalışmalar incelendiğinde, konu dağılımlarının oldukça çeşitlilik gösterdiği söylenebilir. En fazla yapılan çalışmalar, zeytin ve zeytinyağının gastronomik boyutunu ele almaktadır. Özellikle bu alanda, zeytin ve zeytinyağının moleküler gastronomideki kullanımı (Sezgi ve Özkaya, 2016; Özel ve Durlu Özkaya, 2016) ve füzyon mutfak uygulamalarındaki kullanımı (Sarioğlu vd., 2020) dikkat çekmektedir. Ayrıca, zeytinyağı müzesi üzerine yapılan çalışmalar, zeytin hasadı ve festivali ya da şenliğiyle ilgili yapılan çalışmalar, zeytin ve zeytinyağı rotası geliştirilmesine yönelik çalışmalar ve turizm rehberliğinde alan uzmanlığı önerisi olarak zeytin tarımı, zeytinyağı fabrikası ve zeytinyağı üzerine turist rehberliğiyle ilgili çalışmalar da öne çıkmaktadır. Farklı disiplinlerden ve bölümlerden alana ilgi duyan araştırmacılar konuyla ilgili çalışmalar yapmışlardır. Özellikle turizm disiplini dışında, mimarlık, tarım ekonomisi, beslenme ve diyetetik, pazarlama ve reklamcılık, coğrafya, bahçe bitkileri, yönetim ve organizasyon gibi birçok farklı bölümden araştırmacılar bu konuda çalışmıştır. Bu durum, konunun multi-disipliner bir bakış açısıyla ele alınması gerektiğini göstermektedir. Bu bağlamda, multi-disipliner alanlardan gelen araştırmacıların oluşturduğu çalıştaylar,



seminerler ve kongrelerin düzenlenmesi büyük önem taşımaktadır. Çalışmaların yazar sayıları incelendiğinde, genellikle iki ortak yazarlı çalışmaların öne çıktığı ve bu yazarlardan çoğunun aynı disiplinde çalışan araştırmacılardan oluştuğu görülmektedir. Bu bağlamda, gelecekte yapılacak çalışmaların, farklı disiplinlerden gelen ortak yazarlıklarla yapılması, farklı bakış açıları geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler incelendiğinde ise zeytin, zeytinyağı, gastronomi, mutfak ve müze anahtar kelimelerinin daha fazla kullanıldığı tespit edilmiştir. Ancak çalışmalar ve anahtar kelimeleri analiz edildiğinde, konunun sürdürülebilirlik, tarih ve kültürel boyutlarının daha fazla ele alınması önerilebilir. Bununla birlikte konuyla ilgili yapılan çalışmaların, gastronomi turizmi, kırsal turizm, tarım turizmi, sürdürülebilir turizm, kültür turizmi, etkinlik turizmi gibi turizm türleri ile entegre bir şekilde ele alındığı görülmektedir. Bu kapsamda uygulayıcılara, zeytin ve zeytinyağı turizmini geliştirme sürecinde, bahsedilen bu turizm türleri ile birlikte ele almaları ve geliştirme çalışmalarını yürütmeleri önerilebilir. Yapılan bu çalışma sadece Türkiye’de yapılmış makale ve tezleri içermektedir. Gelecek yıllarda Türkiye dışında da konuyla ilgili hazırlanan çalışmalar benzer şekilde araştırılabilir. Ayrıca, zeytin ve zeytinyağı üretim alanlarının turistik ürüne dönüştürülebilmesi için araştırma ve projeler ile zeytin ve zeytinyağı rotası oluşturulmasına yönelik çalışmalar yapılabilir. Son olarak, zeytin ve zeytinyağı turizminin sürdürülebilir turizm ilkeleri ile ne ölçüde örtüştüğünü belirlemeye yönelik çalışmalar ele alınabilir.

EXTENDED SUMMARY

Introduction

The importance of olives and olive oil has been known for human since ancient times, and they are accepted among the healthiest foods, it is being consumed as a indispensable elements of kitchens. The uses of olives, which offer various benefits to humanity, also show a wide variety within themselves. Olives and olive oil have not only been valuable trade elements since ancient times, but have also become significance in many important branch such as religion, culture, health, gastronomy, and the cosmetics industry. Especially in ancient times, common transport containers (amphorae) were produced for the trade of olive oil. This process itself shows that the commercial benefits extended not only to the exporting country but also supported the local people economically in the production of pottery and household utensils. Additionally, olive is a plant of great significance being awarded as a wreath/crown to victors in the Olympic Games, frequently mentioned in various myths interested in beliefs, featured in mythological subjects, meticulously depicted in art, and symbolizing fertility and long life. And also, throughout history, many lighting devices have often served the purpose of lighting and have been used as fuel to light up dark structures. This valuable treasure, whose importance and value have been protected from ancient times to the present, still holds a important place in our houses today with its festivals, leading roles in cooking competitions, and its marvel uses that benefit health through its color, taste, and scent. Because of its geographical conditions, olive trees are frequently grown especially in the Marmara, Aegean, Mediterranean, and Southeastern Anatolia regions of Turkey, and becoming one of the most important sources of livelihood, olives hold great value not only in the kitchen and cosmetics but also as a significant reflection of gastronomy in tourism. In this regard, it has its own unique routes within the scope of gastronomy tourism, and accordingly tours can be organized. In such tours organized with depending on gastronomy and culture, visitors can take part in olive harvesting during the season, participate in tastings, prepare olive pickles, make dishes with olive oil, and spend time in nature. In mostly, visitors often have the chance to witness auctions held after the harvest of olives from centuries-old (1,000–2,000-year-old) olive trees. The fact that a plant with so many benefits, it has gained a prominent place in Turkish cuisine and contributes significantly to the competition in gastronomy tourism with neighboring countries. Moreover, scientific studies focused specifically on olives allow for a more detailed examination of the subject and help address existing. When evaluated within this

framework, studies focusing on olives and olive oil in the context of tourism, culture, and gastronomy reveal the extent to which the topic has been scientifically explored and offer suggestions regarding areas that remain underdeveloped. **In this context, the aim of the study is to present a bibliometric analysis of the scientific research conducted on olive and olive oil tourism and to contribute to a clearer identification of the gaps in the existing literature.** Within the scope of the study, 51 national studies related to the topic were examined between March 29, 2024, and April 7, 2024. As a result of the analysis, the current state of the literature on olive and olive oil tourism was revealed, and suggestions were developed for future research in this field.

Method

Within the scope of the research aim, the bibliometric analysis technique was utilized to find answers to the questions formulated on the subject. Although bibliometric studies are believed to have first been conducted in 1873, it is stated that they have been widely used particularly since the second half of the 20th century (Andrés, 2009). In contemporary research, this technique is commonly employed across a wide range of disciplines. Bibliometric research is defined as the process of analyzing data obtained from databases using various statistical and mathematical methods (Pritchard, 1969). In other words, bibliometric analysis is described as the systematic evaluation of scientific works-including books, articles, and conference papers-through mathematical and statistical methods based on defined parameters (Fahimnia vd. 2015). Bibliometric studies are a type of approach used to evaluate and monitor the overall status of a research topic by examining information such as the number of studies conducted on a specific subject, keywords, author details, topics addressed, methods used, and similar data (Yeşilyurt ve Koçak, 2018). In this context, the primary aim of this study is to evaluate the academic works (articles and theses) related to olive and olive oil tourism through a bibliometric analysis. This method was chosen to enable a more comprehensive and data-supported investigation of the study.

Findings and Results

Within the scope of this research, studies related to the topic were analyzed by conducting searches across various databases. Totally 51 studies on olives and olive oil tourism in Turkey were accessed, including 46 articles and 5 master's theses. Descriptive information regarding each study is included to provide a comprehensive understanding of their characteristics. According to the scanned databases, the first article on the subject was published in 2012, the first master's thesis in 2015, and the highest number of studies on the topic was conducted in 2018 (8 articles and 1 thesis). It is understood that the highest number of articles related to olives and olive oil within the scope of tourism (11 articles) were published in the *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*. This journal is followed by *Olive Science*, *Journal of Academic Social Research*, and *Current Tourism Research Journal*. It is observed that research conducted within the scope of olive and olive oil tourism is generally conceptual and therefore does not include specific regions. However, it has been determined that the majority of studies on the subject were conducted in the Marmara and Aegean regions of Turkey, where olives and olive oil are widely produced. When looking at the authors working on the topic, the highest number of co-authored papers involves two authors (28 articles). When examining the studies, qualitative research methods were preferred the most (25 studies). It is observed that the most frequently used research technique in the studies is secondary source/document analysis (24 studies). When examining the studies, it is noteworthy that the most frequently addressed topic is the gastronomic value of olives or olive oil (15 studies). In this context, studies focusing on olive oil-based dishes, the role of olives or olive oil in molecular gastronomy, their applications in fusion cuisine, and the place and importance of olives or olive oil in Turkish cuisine are particularly noteworthy. When examining the studies on the topic, the second most frequently addressed subject (7 studies) is research on olive and olive oil museums. The word cloud visualization reveals that studies on olive and olive oil tourism predominantly focus on tourism, while also closely intersecting with themes such as gastronomy, culinary culture, olive culture, olive and olive oil museums, and sustainability. When examining the distribution of authors conducting research on olive and olive oil tourism according to their departments, a total of 104 researchers from various disciplines have contributed to the topic. Especially when examining studies conducted in the domestic literature, it is believed that there is a greater need for empirical research. Therefore, greater emphasis should be placed on empirical studies both on the supply side (routes, museums, food and beverage businesses, trainings, events, etc.) and on the demand side (tourists' expectations, preferences,



satisfaction, experiences, and behaviors). When examining the keywords used in the studies, it was found that the keywords olive, olive oil, gastronomy, cuisine, and museum were used more frequently. However, when the studies and their keywords are analyzed, it can be suggested that the sustainability, historical, and cultural dimensions of the topic should be addressed more extensively. Moreover, it is observed that studies related to the topic are addressed in an integrated manner with tourism types such as gastronomy tourism, rural tourism, agricultural tourism, sustainable tourism, cultural tourism, and event tourism.

Discussion and Conclusions

This study employs a bibliometric analysis to systematically review the academic literature on olive and olive oil tourism from past to present. Within this framework, theses and articles on olive and olive oil tourism were analyzed in terms of publication year, journals of publication, geographical focus, number of authors, research methodologies, data collection techniques, subject areas, authors' affiliations, and keywords. Furthermore, it is assumed that all relevant studies on olive and olive oil tourism in the literature have been comprehensively reviewed. The results of these studies are presented using visual tools such as graphs and word clouds. An analysis of the research methods and data collection techniques employed in these studies reveals a predominance of qualitative and literature review-based approaches. The analysis of research methodologies and data collection techniques in existing studies indicates a dominance of qualitative and literature review-oriented approaches. Especially within the scope of the national literature, there is a noticeable gap in empirical research. Hence, it is essential to place greater emphasis on empirical studies addressing both supply-side elements (such as routes, museums, food and beverage businesses, educational initiatives, and events) and demand-side aspects (including tourists' expectations, preferences, satisfaction levels, experiences, and behaviors). Within this scope, it can be recommended to practitioners that, in the process of developing olive and olive oil tourism, they consider these mentioned types of tourism and carry out development efforts in an integrated manner. This study includes only articles and theses conducted in Turkey. In the coming years, studies related to the topic conducted outside of Turkey can be similarly examined. Additionally, research and projects can be conducted to transform olive and olive oil production areas into tourist products, including efforts to establish olive and olive oil routes. Finally, studies can be conducted to determine the extent to which olive and olive oil tourism aligns with the principles of sustainable tourism.

KAYNAKÇA

- Akalın, E. (1991). *Antik Çağda Batı Anadolu Limanları*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Akyürek, S. (2020). Gastro Turistlerin Deneyim Bileşenleri: Gastronomi Turları Kapsamında Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Akyürek, S. ve Erdem, B. (2019). Gastronomy Museums As Sustainable Hangouts In Gastronomy Tourism: A Gastronomy Museum Proposal For Gümüşhane City, Turkey. *Turizam*, 23(1), 17-33.
- Andrés, A. (2009). *Measuring Academic Research How To Undertake A Bibliometric Study*. Oxford: Chandos Publishing.
- Arıkan Saltık, I. (2017). Initiative Activities Of Olive Oil Tourism: A Case From Turkey. *The Journal of Academic Social Science*, 5(55), 134-151.
- Arıkan Saltık, I. ve Yıldız, M. (2019). Kültür Turizminin Yeni Meyvesi: Zeytinyağı Müzeleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(2), 147-160.
- Armutcu, F., Namuslu, M., Yüksel, R. ve Kaya, M. (2013). Zeytinyağı ve Sağlık: Biyoaktif Bileşenleri, Antioksidan Özellikleri ve Klinik Etkileri. *Konuralp Tıp Dergisi*, 5(1), 60-68.
- Ayvaz, Z. (2023). Sağlıklı Bir Hayat İçin Sızma Zeytinyağı. *Ekoloji*, 3(10), 6-12.

- Budak, F. (2022). *Turizm Rehberliğinde Alan Uzmanlığı Önerisi: 'Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberliği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Büyük, Ö. ve Can, E. (2020). Zeytinyağı Kültürel Rotalarının Turizm Potansiyeli Açısından Değeri ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 191-210.
- Cankül, D. ve Ezenel, Efnan. (2018). Bodrum Yarımadası ve Zeytinyağı Turizmi: Uygulanabilirliği Açısından Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(3), 55-68.
- Çakır, H. İ. (2011). *Arkaik Dönem Yunan Seramiklerinin İncelenmesi ve Günümüz Yorumlamaları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Diriöz, E. D. ve Alkan, A. K. B. (2023). Zeytin Ağacı: Tarihten Gelen Önemi Işığında Türkiye ve Dünya’da Korunmasının Uluslararası Çevresel Sürdürülebilirlik Kapsamında Önemi. *Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 545-569.
- Durlu Özkaya, F., Özkaya, M. T., Tunalioglu, R., Bayar, R. ve Tunalioglu, E. (2018). Anadolu’da Zeytin ve Zeytinyağı Yemekler Rotası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6/Special issue3, 263–274.
- Erdal, G., S. Başbuğ, D. ve Erdal, K. (2020). Anadolu ve Türk Kültüründe Zeytin. *Social Sciences Research Journal*, 9(3), 164-169.
- Erhat, A. (1996). *Mitoloji Sözlüğü*. Remzi Kitapevi: İstanbul.
- Eskiyörük, D. (2016). Antik Çağda Zeytin ve Zeytinyağı: Kilikya Bölgesi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Özel Sayı 1), 228-243.
- Fahimnia, B., Sarkis, J. ve Davarzani, H. (2015). Green Supply Chain Management: A Review and Bibliometric Analysis. *International Journal of Production Economics*, 162, 101-114.
- Gür, B. (2017). Antik Çağ’da Zeytinyağı ve Günümüzde Zeytinyağı Müzeleri. *International Journal Of History*, 9(2), 139-155.
- <https://arkeofili.com/antik-yunanistanin-olimpiyat-sampiyonlari-unlu-sporculardi/>, Erişim Tarihi: 16.02.2025.
- Kırsal Kesimde Zeytin Hasadı (2024). Antimenos Ressamına Atfedilen Atina Siyah Figür Amforası. Yunan, MÖ 520 civarında. <https://arkeofili.com/antik-yunan-ve-romadan-ziyafet-cekileceginiz-9-tarif/>, Erişim Tarihi: 14.12.2024.
- <https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/sure/95-tin-suresi>, Erişim Tarihi: 16.02.2025.
- <https://kuran-ikerim.org/kuran-i-kerimde-zikredilen-meyveler>, Erişim Tarihi: 16.02.2025.
- <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-175431/sikkeler-1001-1168.html>, Erişim Tarihi: 16.02.2025.
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tetradrahmi>, Erişim Tarihi: 16.02.2025.
- https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM/Belgeler/Uretici_Bilgi_Kosesi/Dokumanlar/zeytin.pdf, Erişim Tarihi: 22.12.2024.
- İri, R. (2019). *Zeytinyağı Turizmi*. İçinde: Kozak, N. (Editör), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/zeytinyagi-turizmi> (Erişim tarihi: 10.04.2024).
- Kaplan, M. (2008). *Geleneksel Tıbbın Yeniden Üretim Sürecinde Kadın (Ankara Kent Örneğinde Kuşaklar Arası Çalışma)*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara.



- Kaplan, M. ve 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.
- Karabina, S., İflazoğlu, N., Karakuş, H. ve Kuvvetli, M. (2016). Mutfaktaki Kutsal Emanet. *Zeytin Bilimi*, 6(2), 99-104.
- Kuçukkomurlar, S. (2011). Olive In Culture. *Pakistan Journal of Nutrition*, 10(2), 200-202.
- Moral-Cuadra, S., Acero de la Cruz, R., López, R. R. ve Cuadrado, E. S. (2020). Relationship Between Consumer Motivation and The Gastronomic Experience Of Olive Oil Tourism In Spain. *Sustainability*, 12, 4178, 1-15.
- Murgado E., M. (2013). *Turning Food Into A Gastronomic Experience: Olive Oil Tourism*. In : Arcas N., Arroyo López F.N., Caballero J., D'Andria R., Fernández M., Fernandez Escobar R., Garrido A., López-Miranda J., Msallem M., Parras M., Rallo L. and Zanolli R. (ed.). *Present and Future Of The Mediterranean Olive Sector*. Zaragoza: CIHEAM / IOC, 2013. p. 97-109. (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 106). International Seminar: Present and Future of the Mediterranean Olive Sector, 2012/11/26-28, Zaragoza (Spain).
- Özata, E. ve Cömert, M. (2016). Zeytinyağı ve Sağlıklı Yaşam. *Zeytin Bilimi*, 6(2), 105-110.
- Özel, K. ve Durlu Özkaya, F. (2016). Moleküler Gastronomide Zeytinyağı. *Zeytin Bilimi*, 6(2), 49-59.
- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics?. *Journal of Documentation*, 24, 348-349.
- Pulido-Fernandez, J. I., Casado-Montilla, J. ve Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing Olive-Oil Tourism As A Special Interest Tourism. *Heliyon*, 5 (2019).
- Sarioğlu, M., Abacıgil, T. Ö. ve Avcıkurt, C. (2020). Zeytinyağlı Yemek Kültürünün Füzyon (Fusion) Mutfak Olgusu İle Geliştirilebilirliğine Yönelik Bir Alan Araştırması (Edremit Körfezi Örneği). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2202-2213.
- Sezgi, G. ve Özkaya, F. D. (2016). Moleküler Gastronomide Zeytin. *Zeytin Bilimi*, 6(2), 111-117.
- Şahin, Ö. ve 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*, 5(4), 180-199.
- Yeşilyurt, H. ve Koçak, N. (2018). Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Desteğini İnceleyen Makalelerin Bibliyometrik İncelemesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, İwact'18 Özel Sayısı, 191-206.