

Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği ¹

Merve ÇETİN ^a

Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER ^b

Öz

Gastronomi müzeleri kültürlerin yiyecek içecek alışkanlıklarının kaydedilmesini sağlayarak bu tür kültürel değerlerin korunmasını gelecek nesillere aktarılmasını ve devamlılığını sağlamaktadır. Yiyeceklerin tarihçesi, üretimi, hazırlanması ile sunumu ve bu aşamasında kullanılan araç gereçler ile ilgili bilgiler sunan gastronomi müzeleri bölgedeki turizm faaliyetlerinde sağladığı katkılar açısından önemli bir konuma sahiptir. Bu çalışmada önemli bir çekicilik unsuru olan 2012 yılında hizmete açılan Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'nin turizmde çekicilik unsuru olarak kullanılması ve bölgenin turizm faaliyetlerine katkısı incelenmiştir. Araştırma örnek olay incelemesi şeklinde yürütülmektedir. Zeytinyağı müzesi ile ilgili detaylı betimlemeler yapabilmek için, gözlem ve çalışanların görüşleri derlenerek somut olmayan kültürel miras kavramı kapsamında, gastronomi müzelerinin yeri ve önemi açısından değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Sonuç olarak gastronomi müzelerinin başarılı örneklerinden biri olan Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'nin Kuşadası'ndaki turizm faaliyetlerine bir canlılık ve farklılık kazandırdığı yıldan yıla buraya gelen turist sayısındaki artış ile ispatlanmaktadır. Aynı zamanda bu müze bir çekicilik unsuru olarak turistlerin haz duygularına hitap etmekte ve destinasyonun tercih edilebilirliğini ve gastronomik kimliğini güçlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon çekiciliği, Gastronomi müzesi, Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi.

Dergiye ilk gönderim: 01.04.2018

Makale Kabul: 15.12.2018

¹ Bu çalışma 4-8 Ekim 2017 tarihinde düzenlenen I. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

^aAnkara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Arş. Gör., merve.cetin@hbv.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4191-9019>

^bAnkara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Doç. Dr., saime.kucukkomurler@hbv.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7893-7472>

Gastronomic Museums as a Destination Attraction: Oleatrium History of Olive and Olive Oil Museum Example

Abstract

Gastronomy museums preserving such cultural values to be saved by providing food and drink habits of the cultures of the transfer and provide continuity for future generations. The gastronomic museums that provide information about the history, production, preparation and presentation of food have an important place in terms of contributing to tourism activities in the region. In this study, the contribution of the Oleatrium Olive and Olive Oil Historical Museum, which was opened to service in 2012 as an important attraction factor, as an attractiveness element in tourism and its contribution to the tourism activities of the region has been examined. The research is conducted as a case study. In order to make detailed representations about the olive oil museum, document scanning, observation and gathering of employees and visitors are tried to be evaluated in terms of place and importance of gastronomy museums within the concept of intangible cultural heritage. As a result, the Oleatrium Olive and Olive Oil Historical Museum, which is one of the most successful examples of gastronomy museums, has been proved by the increase in the number of tourists coming here from the year that it brings vitality and difference to the tourism activities in Kuşadası. At the same time, it appeals to the pleasures of tourists as a charm element and strengthens the preference and gastronomic identity of destination.

Keywords: Destination attraction, Gastronomy museums, Oleatrium Olive and Olive Oil Historical Museum.

GİRİŞ

Yemek, beslenme ve biyolojik olarak canlıların hayatta kalabilmesi ve hayatlarını sürdürebilmesi için vazgeçilmez bir unsurdur. Ancak yemek sadece temel bir ihtiyaç değil aynı zamanda bölgesel kültürün temel unsurlarından biri olarak görülmektedir (Quan ve Wang, 2004). Tarih içerisinde yerel halkın gıda üretimi ve tüketimi ile ilgili geliştirdiği yöntem, gelenek, alışkanlık, aletler, uygulamalar, etkinlikler, kutlamalar gibi unsurlar yerel gastronominin temel parçasını oluşturmaktadır.

Toplumların yiyecek-içecek kültürlerini yansıtan gastronominin, farkındalığının gün geçtikçe arttığı ve bölge halkına önemli derecede katkı sağladığı bilinmektedir. Son zamanlarda farklı bölgelerin mutfaklarına duyulan ilginin artmasıyla birlikte turizm gelirlerinden payını arttırmak isteyen ülkeler sahip olunan mutfak kültürünün

zenginlikleri ve yiyecek-içecek faaliyetlerinde bölgeye has üstünlükleri yani gastronomi çekiciliklerini turistik ürün olarak kullanmaktadırlar (Küçükaltan, 2009; Selwood, 2003). Çekicilikler seyahat ve turizm endüstrisinin temellerinden biri olarak kabul edilmektedir (Özdemir, 2008). Destinasyonların çekicilik faktörleri, turistlerin seyahat isteğinin oluşmasında motivasyonel baskı etkisi göstermektedir (Göker, 2011). Bir destinasyonun sahip olduğu tarihi varlıkları ve kültürel mirasları en önemli çekicilik unsurlarındandır. Gastronomi kültürel miras olması dolayısı ile kuvvetli bir destinasyon çekicilik unsurudur ve turistlerin destinasyonla ilgili beklentileri arasında ilk sıradadır (Güzel Şahin ve Ünver, 2015; Selwood, 2003). Gastronomik değerler bir destinasyonu rakiplerinden farklılaştıran ve dolayısıyla sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmeye katkı sağlayan en önemli unsurlardan biri olarak görüldüğü için destinasyon çekicilik unsuru olarak kullanılabilir (Du Rand ve Heath, 2006). Bu nedenle destinasyonların sahip olduğu yerel mutfak kültürü en değerli çekiciliklerinden biri olarak görülmektedir (Özdemir, 2008:37; Cohen ve Avieli, 2004).

Gastronomik varlıkların ana çekim unsuru olarak kullanıldığı gastronomi turizmi, daha önce yaşanmamış bir yiyecek içecek deneyimi için farklı bir mutfak kültürünü keşfetmek amacıyla gidilen bölgede yiyecek üreticilerini, restoranları, yemek festivallerini, müzelerini ve özel alanları ziyaret etmek amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Long, 2003:21; Harrington ve Ottenbacher, 2010; Yüncü, 2010: 29). Turistlerin yeni ve özgün deneyimler yaşaması gastronomiyi önemli ziyaret nedenlerinden biri haline getirmiştir (Rand ve Heat, 2006: 210).

Gastronomi turizmi yerel kültürlerin mutfakları hakkında öyküler içermekte, yerel kültürü ve kimlikleri temsil eden özel bilgiler sunmaktadır (Long, 2004; Ignatov ve Smith, 2006; Smith and Xiao, 2008). Dolayısıyla mutfak kültürünü yansıtan gastronomi müzeleri, bölge kültürü hakkında bilgi sahibi olmanın en önemli araçlarından biri olarak görülmektedir. Gastronomi müzelerinin varlığı ve bu müzelerin tanıtımı, destinasyonun turistik çekim gücünü ve kaliteli turist sayısını arttıracığı düşünülmektedir. Bununla birlikte gastronomi müzeleri bölgenin destinasyon pazarlamasında ön plana çıkartılabilmesi ve bölgenin gastronomik kimlik kazanması açısından oldukça önemlidir (Mankan, 2017; Yılmaz ve Şenel, 2014).

Bu kapsamda bu çalışma ile 2012 yılından itibaren özel müze statüsünde faaliyet gösteren Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi örnek olay olarak incelenmiştir. Başarılı bir gastronomi müzesi örneği olan bu müzenin kuruluşu, proje içeriği ve bölgedeki turizm faaliyetlerine katkısı incelenmiştir. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi çalışanları ile müzeye ilişkin sorulardan oluşan bir görüşme gerçekleştirilerek bu görüşmeden elde edilen analiz ve katılımlı gözlem sonuçlarına yer verilmiştir. Elde edilen sonuçlar, Türkiye’de yeni yeni önem kazanmaya başlayan gastronomi alanına katkı yapmasının yanı sıra yemek, kültür ve tarihi bir anda sunan bu tür müzelere gereken önem ve ilginin gösterilmesi açısından önemlidir.

GASTRONOMİ MÜZELERİ

Uluslararası Müzeler Komitesi tarafından müze “insanlığın maddi ve manevi mirasını barındıran, koruyan, araştıran, ileten ve sergileyen; eğitim, araştırma ve eğlence amaçlı toplumun ve toplum gelişiminin hizmetinde halka açık kar amacı gütmeyen daimi kuruluşlar” olarak tanımlanmaktadır (ICOM, 2007: 2).

Müzeler İç Hizmet Yönetmeliği’nde ise müze; “Kültür varlıklarını tespit eden, ilmi metotlarla açığa çıkaran, inceleyen, değerlendiren, koruyan, tanıtan, sürekli ve geçici olarak sergileyen, halkın kültür ve tabiat varlıkları konusundaki eğitimini, bedii zevkini yükselten, dünya görüşünü geliştirmede tesirli olan daimi kuruluştur” şeklinde tanımlanmaktadır (Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği, 1990). Yapılan tanımlardan hareketle müzelerin toplumların bilimsel ve kültürel gelişimini yansıtarak kültürel değer üretimini hedeflediklerini söylemek mümkündür.

Müzeler, müzecilik alanındaki farklılaşma ve rekabet nedeniyle işlevlerini arttırma ve farklılaşma çabası içine girmiştir (Tobelem,1997). Müzelerin bu yöndeki çabalarının artmasıyla birlikte farklı kategorideki müzeler gün geçtikçe artmaktadır. Bu çabanın içerisinde yer alan farklı kategorideki müzelerden biri de gastronomi müzeleridir (Yılmaz ve Şenel, 2014).

Gastronomi müzeleri gastronomi turizmüne artan ilgi ile birlikte, mutfak kültürüne ait değerlerin iç ve dış turistlere tanıtılması ve aktarılması amacıyla büyük önem arz etmektedir. Yiyeceklerin tarihçesi, üretimi, hazırlanması ile sunumu ve bu aşamasında kullanılan araç gereçler ile ilgili bilgiler sunan gastronomi müzeleri, gastronomi

gelişiminin önemli göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir (Hjalager ve Richards, 2002; Bekar ve ark. 2017).

Gastronomi müzeleri kültürlerin yiyecek içecek alışkanlıklarının kaydedilmesini sağlayarak bu tür kültürel değerlerin korunmasını gelecek nesillere aktarılmasını ve devamlılığını sağlamaktadır. Bölgenin gastronomi kültürünün korunması ve tanıtılması açısından gastronomi müzeleri önemli araçlardan biri olarak görülmektedir (Çağlı, 2012).

İpar (2011)' a göre tarihi açıdan önemli bir konuma sahip, tarihi miraslarını koruyarak, o eserlerin yapıldığı dönemleri yansıtan bir alan içerisinde, etkin bir sunumla birlikte turistlerin ziyaretine açılan destinasyonlar, dünya genelinde çok sayıda turist çekmektedirler. Bu nedenle kültürel mirasa dayalı gastronomi müzeleri, gerek farklı kültürlerin yeme içme alışkanlıklarının kaydedilmesi ve gelecek nesillere aktarılması, gerekse bu değerlerin birer turistik pazarlama ürünü haline gelmesi bakımından kentlerin önemli destinasyon çekiciliklerinden biri olarak görülmektedir (Bekar ve ark., 2017).

Gastronomi amacıyla seyahat eden turistler gittikleri yerlerde gastronominin tarihi, gelenekleri ve teknikleri ile ilgili bilgi edinebilecekleri bu müzeleri aramaktadırlar (Aksoy ve Sezgi, 2015). Başka bir ifadeyle bu müzeler gastronomi turizmine duyulan ilgiyi arttırmada da önemli bir yere sahip olmaktadır ve bölgeye gastronomi turizmi için gelen turistlere büyük bir çekicilik sunmaktadır.

YÖNTEM

Araştırma Kuşadası, Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'nde gerçekleşmiştir. Bu müze geçmişten günümüze zeytin ve zeytinyağının üretimi, kullanım alanları ile ilgili bilgilerinin verildiği, üretim aşamalarının tanıtıldığı, zeytinyağının tadımının yapıldığı zeytin ve zeytinyağı temalı kurulan bir müzedir. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi, Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı özel müze konumundadır. Bu müze zeytinyağının Anadolu ve Akdeniz tarihi ile bağını yansıtmak, zeytinyağının tarihsel serüvenini gelecek nesillere aktarmak amacıyla oluşturulmuştur.

Zeytinyağı müzesi ile ilgili detaylı betimlemeler yapabilmek için gözlem ve çalışanların görüşleri derlenerek somut olmayan kültürel miras kavramı kapsamında, gastronomi müzelerinin yeri ve önemi açısından değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Araştırma bireysel görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Literatürden yola çıkarak

görüşme soruları hazırlanmıştır. Hazırlanan soru ifadelerinin açık ve anlaşılır olmasına özen gösterilmiş, katılımcıyı yönlendirici ya da etkileyici ifadelerden kaçınılmıştır. Görüşmede şu sorular yöneltilmiştir.

1. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'nin kuruluş amacı nedir?
2. Müzeye yılda kaç ziyaretçi geliyor?
3. Ziyaretçilerin sosyo-demografik özellikleri nelerdir?
4. Müzeyi tanıtmak ve turizme açmak için ulusal ve uluslararası düzeyde hangi faaliyetler yürütülüyor?
5. Müzenin geleceği için projeler nelerdir?
6. Bölgede zeytinyağını teşvik etmek için hangi faaliyetler yürütülüyor?
7. Müzenin turizm faaliyetlerinde kullanımını geliştirmek için neler yapılabilir?

Araştırma kapsamında görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiş ve ses kaydı yapılmıştır. Görüşmeler 04.09.2017 tarihinde müzede çalışan 3 kişi (Sanat tarihi uzmanı, zeytinyağı tadım uzmanı, müze görevlisi) ile bireysel olarak gerçekleştirilmiştir. Müze kurucusu ile görüşme gerçekleştirilmek istenmiş fakat kendisi vaktinin olmamasından dolayı görüşmeye katılamamıştır. Görüşmeler toplamda 180 dakika sürmüştür. Araştırma kapsamında görüşülen kişilere aynı görüşme formu uygulanmıştır. Görüşme sırasında ses kaydının yanı sıra araştırmacı tarafından notlarda tutulmuştur. Ayrıca araştırmacı tarafından sahadaki gözlemler sırasında fotoğraflar çekilmiştir ve müzenin web sayfasından yararlanılmıştır. Kayıtlar daha sonra metne dönüştürülmüştür.

BULGULAR

Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'ne ilişkin katılımlı gözlem ve görüşmeye ilişkin elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır.

Gözleme İlişkin Bulgular

Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi, Türkiye'de ve dünyada zeytinyağı tarihine ışık tutan önemli müze örneklerinden birini teşkil etmektedir. Aydın'ın Kuşadası ilçesinde bulunan Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi, dışarıdan bir zeytinyağı fabrikası görünümünde yapılmıştır. Müzenin mimarisinde inşaat malzemesi olarak

malzemelerin sürdürülebilirliğini ve orijinalliklerini korumak ve devam ettirmek adına mümkün olduğunca yerel ve orijinal çıkma/söküm ürünler (harman tuğla-taş-ahşap vb.) kullanılmıştır. Müze çalışanlarının aktardığına göre müzenin giriş kapısı Konya veya Karaman'dan getirilmiş olup yaklaşık olarak Anadolu Selçuklu Devleti döneminden kalma han veya avluya ait bir kapı olduğu düşünülmektedir.

Resim 1: Müzenin girişi



Kaynak: Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Müze kapısından girişte bir karşılama salonu (lobi) yer almaktadır. Lobi bölümünde karşılanan ziyaretçilere tanıtım, sunum, tadım ve film gösterimi ile sergi alanıyla ilgili bilgilendirme yapılmaktadır. Burada aynı zamanda müzeye ilişkin hediyelik eşyalar, zeytinyağları, şaraplar ve müze girişi için jeton satılan bir market bulunmaktadır.

Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi 3.000 m² lik bir kullanım alanına sahiptir. Dış bahçe, iç bahçe, lobi ve 11 adet sergileme salonundan oluşmaktadır. Bu sergileme salonlarından birinde ise şarabın ve zeytinyağının birbirinden gerek üretim, gerek kullanım ve gerekse ticaret olarak ayrılmamış iki dost gibi olmasından dolayı şarabın üretimine ilişkin canlandırmalar bulunmaktadır. Müzede antik dönemden günümüze kadar olan süreçte (MÖ 2 binden itibaren) tarihsel sıralama ile zeytinyağı üretiminde

geliştirilen teknolojiler ve zeytinyağının farklı kullanım alanları; eserler ve canlandırmalarla hikâyeci bir üslupta anlatılmaktadır.

Resim 2: Müzede zeytinyağı üretimine ilişkin canlandırma



Kaynak: Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Müzede bulunan 11 salon sırasıyla;

- Arkaik Dönem: Orijinali Urla/Klazomenai’da sergilenen ışlık modeli
- Geçiş Dönemi: Ayak Yağı Salonu - Her Daim Dönem/Kadim dönem
- Aydınlatma Bölümü
- Roma Dönemi
- Roma Hamamı ve Sabun İmalatı Bölümü
- Erken Bizans Dönemi
- Toplu Sunum: Farklı tipte presler/mengeneler
- Geç Bizans/Erken Osmanlı Dönemi
- Erken Sanayi Dönemi: Buhar ve Dizel Makineler
- Elektrikli Dönem: Geleneksel taş baskı sulu sistemleri.

- Şaraphane: Zeytinin yetiştiği her yerde yetişen ve zeytinyağına yakınlığı ile bilinen şarabın üretimi ile ilgili araç/gereç ve yöntemler

Doğal hayata ve doğaya önem veren bir anlayışla gerçekleştirilen bu projenin bahçesinde ise yurtdışından getirilen ağaçlar ile doğal hayata katkıda bulunmak istenmiştir. Burada manolya, hünnap, tarçın, kekik bulunmaktadır.

Müzenin tanıtımına yönelik broşürü bulunmaktadır fakat halen broşürlerini geliştirmek amacıyla çalışmalara devam edilmektedir. Sosyal medyada ise kendilerini tanıtmak amacıyla sosyal ağlar kullanılmaktadır. Bununla birlikte müzenin kendine ait güncel, yeterli bilgilendirmeye sahip internet sitesi bulunmaktadır. Müze içerisinde çalışan görevliler zeytin ve zeytinyağının tarihi gelişim sürecine ilişkin gerekli olan bilgiyi verebilecek donanıma sahip ve oldukça misafirperverlerdir.

Görüşmeye İlişkin Bulgular

Müzesinin Kuruluş Amacı

Zeytinyağı üretimi ve kullanımı ile ilgili 2500 yıl öncesinden günümüze uzanan Oleatrium'un proje ve inşaatı 2009 yılı Mayıs ayında başlamıştır. 2011 yılı Mayıs ayında “Oleatrium Sergi Salonu” olarak hizmete açılmıştır. 2012 yılında ise Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı özel müze statüsü almıştır. Müze, zeytinyağının 2 bin 500 yıl öncesinden başlayarak, erken sanayi dönemine uzanan süreci sergiliyor. Aralarında Urla'daki Klozemenai'nin bir örneği de olduğu yüzlerce zeytinyağı üretim aracı canlandırmalar aracılığıyla anlatılıyor.

3000 m²' lik alana yayılmış olan Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'nin Avrupa'nın en büyük zeytinyağı müzesi olduğu ifade edilmektedir. Müzeye ziyaret amacıyla gelen turistlerin hem zeytinyağı ile bilgilerinin artırılması hem de farklı deneyimlerin kazandırılması hedeflenmektedir. Buraya gelen turistlere antik dönemden günümüze kadar olan süreçte (MÖ 2 binden itibaren) tarihsel sıralama ile zeytinyağı üretiminde geliştirilen teknolojiler ve zeytinyağının farklı kullanım alanları; eserler ve canlandırmalarla anlatılmaktadır. Bunun yanında ziyaretçilere zeytinyağı tadımı yaptırılmakta ve isteyenler için satış işlemi gerçekleştirilmektedir.

Müzedede sergilenen tüm objeler, sabır ve itina ile koleksiyon haline getirmiş olan Sn. Hasan Tonbul ve eşi Sn. Gürsel Tonbul'un yaklaşık 30 yılı aşkın emeğinin sonucudur. Müzenin kuruluş amacına ilişkin müze çalışanı sanat tarihi uzmanı olan Ceylan Hanım müzenin kuruluş amacına ilişkin bilgileri aktarmıştır.

“Anadolu kültüründe var olan zeytin ve zeytinyağının tarihi gelişim serüveninin gelecek nesillere aktarılması, hem bölge hem de bölge halkına katkıda bulunması amacıyla bu müze kurulmuştur. Kurucularının yaşamış oldukları topraklara katkı sağlamak amacıyla kendi saygı, sevgileri neticesinde sosyal sorumluluk projesi gibi yürütmüş oldukları projedir.”

Müzedede görevli olan Fikri Bey tarafından müzeye ilişkin şöyle bilgiler verilmiştir.

“30 yıl boyunca toplanan zeytinyağına ilişkin malzemelerin sergilendiği bu müze bizim için önemli olan kültürel değerlerimize sahip çıkmamız adına oldukça önemlidir.”

Resim 3: Müzedede sergilenen farklı tipte presler/mengeneler



Kaynak: Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi zeytin ve zeytinyağının tarihi gelişim sürecinin gelecek nesillere aktarılması, ziyaretçilere ilham vermesi, onları bilgilendirmesi

ve dünyaya ölümsüz miras bırakmak amacıyla kurulmuştur. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi de bu misyon bilinciyle, antik dönemde zeytinin zeytinyağına nasıl dönüştüğünün hikâyesini günümüze aktarmayı amaçlayan eşsiz bir müzedir. Müzedeki tarihi objeler, zeytinyağının ortaya çıkışının ötesinde, dönemin yaşam şekli hakkında faydalı bilgiler de aktarmaktadır.

Resim 4: Erken Sanayi Dönemi'ne ilişkin bölüm



Kaynak: Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Ayrıca müzenin dışında zeytinyağı üretim tesisi bulunmaktadır ve burada zeytinyağı üretimi yapılmaktadır. Müzeyi ziyarete gelen yerli ve yabancı turistlere zeytinyağı tadımı yaptırılmaktadır. Aynı zamanda bu proje ile Türk zeytinyağının tanıtımı da yapılmaktadır. Müze gezisinin sonunda yerli ve yabancı turistlere zeytinyağı satış işlemleri de gerçekleştirilmektedir.

Ziyaretçilerine İlişkin Bilgiler

2015 yılında 14.000, 2016 yılında 12.000 ve 2017 yılında ise 3.000 kişi tarafından müze ziyaret edilmiştir. 2017 yılında turizmde yaşanan sıkıntılar nedeniyle ziyaretçi sayısında düşüş yaşanmıştır. Ziyaretçi, yoğunluğu turizmin yoğun olduğu yaz aylarında artmaktadır. Müzeyi ziyarete gelen turistlerin ise çoğunlukla Avrupa ülkelerinden geldiği belirtilmiştir.

Tanıtımı ve Turizme Yönelik Gerçekleştirilen Faaliyetler

3.000 m² lik bir kullanım alanına sahip olan Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Avrupa'nın en büyük zeytinyağı müzesidir. Dış bahçe, iç bahçe, lobi ve 11 adet sergileme salonundan oluşan bu müze yerli ve yabancı turistler için önemli bir çekicilik unsuru olduğu belirtilmektedir. Müzenin tanıtımına ve bölgedeki turizm faaliyetlerine katkıyı artırmak amacıyla çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. Müzede çalışan Mahmut Bey'den müzenin tanıtımına ilişkin verilen bilgiler şöyledir.

“Müzenin tanıtımı ile ilgili sosyal ağları etkin bir şekilde kullanmaktayız, müzenin kendisine ait olan bir internet sitesi mevcuttur. Bu site güncel olarak düzenlenmektedir, yaptığımız etkinliklere ilişkin olarak fotoğraflar yüklenmektedir. Ayrıca yine tanıtım amacıyla çeşitli televizyon kanallarına konuk olduk. Bunun yanı sıra seyahat acentaları ile anlaşmalar yapabilmek adına dünyadaki 50 seyahat acentası sahibini müzeye davet ettik, geçen hafta onları ağırladık. Bu gibi faaliyetler ile hem müzenin bilinirliğini hem de bölgenin turizm potansiyelinin arttıracağımızı düşünüyoruz.”

Görüşmeden elde edilen sonuçlardan hareketle Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'nin tanıtımına ilişkin basılmış tanıtıcı kaynakların şu an için sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Ancak buna ilişkin çalışmalarının devam etmekte olduğu belirtilmiştir. Tanıtıma ilişkin sosyal medya ve TV kanallarını kullanıldığı belirtilmiştir. Fakat daha çok buraya gelen ziyaretçiler tarafından tanıtımlarının yapıldığı belirtilmektedir.

Resim 5: Müzede zeytinyağı üretimine ilişkin canlandırma



Kaynak: Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Müzedede gerçekleşen görüşmelerde müze çalışanları tarafından müzenin turizme yönelik gerçekleştirdiği faaliyetlere ilişkin bilgiler aktarılmıştır. Bu bilgiler kapsamında daha çok çocukları hedef aldıkları onlarda müze kültürünün gelişmesini hedefledikleri için çocuklar ile çeşitli etkinlikler düzenlenmektedirler. Bu etkinlikler kapsamında 3-6 yaş arası çocuklar ile birlikte zeytin hasadı, zeytin sıkımına ilişkin etkinlikler düzenlenmektedir.

Müzedede düzenlenen etkinliklerde asıl hedefin çocuklar olduğu, onlara müze kültürünü kazandırmak amacıyla hareket edileceği belirtilmiştir. Mahmut Bey şunları belirtmiştir:

“Bu müzede asıl amacımız müzenin gelişmesi amacıyla çocuklara yöneleceğimiz onlara müze kültürünü kazandırmak amacıyla hareket edeceğiz, müzelerin sıkıcı bir yer olmadığını anlatmaya çalışacağız. Bunun için 3-6 yaş arası çocukların müze kültürünün oluşması amacıyla onları buraya davet edip onlara yönelik etkinlikler düzenleyerek onlara müzede nasıl davranmamız gerektiğini, neden müzeleri ziyaret etmeliyiz, müzede bulunan herhangi bir eşyaya neden dokunmamız gerektiğine ilişkin eğitici programlar gerçekleştiriyoruz.”

Yapılan görüşmelerde müzenin turizm faaliyetleri kapsamında daha çok kullanılabilmesi adına gerekli olan tanıtım çalışmalarının yapıldığı ve zeytinyağının tanıtımı amacıyla fuarlara katıldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca buraya gelen turistlere zeytinyağı tadımının nasıl yapılacağına dair zeytin tadım uzmanı tarafından kapsamlı bilgiler verildikten sonra

zeytinyağı tadımı gerçekleştirilmektedir. Yeni ve farklı deneyim arayan turistler için tarih, arkeoloji, ziraat, gastronomi ve kültürün yansıması olan bu müzenin önemli bir çekicilik unsuru olduğu belirtilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi kültür ve turizmi birbirine bağlayan, yerel kültürün korunmasına ve gelişmesine destek sağlayan bir turizm çeşididir. Gastronomi turizminde, turiste bir bölgenin kültürü ile temasa geçme ve geçmişiyle, gelenekleriyle, tarihi ve kültürel mirasıyla bağ kurama olanağı sağlamak adına (Kurgun ve Özşeker, 2015: 36) gastronomi müzeleri oldukça önemlidir.

Gastronomi müzeleri, kültürlerin yiyecek ve içecek alışkanlıklarının kaydedilmesini sağlayarak bu kültürel değerlerin korunmasını, gelecek nesillere aktarılmasını ve sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Bu tür müzelere gerek yiyecek içecek kültürlerinin unutulmamasını gerekse destinasyon çekiciliğinin artırılması bakımından önemli turizm ürünleri olarak belirtilmektedir (Yılmaz ve Şenel, 2010: Mankan, 2017).

Gastronomi müzeleri, mutfak kültürüne ait değerlerin tanıtılması ve aktarılması adına yiyeceklerin tarihçesi, üretimi, hazırlanması ile sunumu ve bu aşamasında kullanılan araç gereçler ile ilgili bilgiler sunmaktadır. Böyle bir amaca hizmet eden Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi bu çalışmanın örnek olayı olarak belirlenmiştir. Yapılan gözlem ve görüşmeler neticesinde müzeye ilişkin analizler ortaya konulmuştur.

Müze açıldığı tarihten itibaren çoğunluğu yabancı turistlerden oluşan ziyaretçi kitlesi tarafından ziyaret edilmiştir. Ayrıca görüşmeden elde edilen veriler kapsamında Kuşadası'nın tanıtımına ilişkin olarak belirtildiği üzere “buranın tanıtımı daha çok ziyaretçilerimiz tarafından yapılmaktadır” şeklinde ifade edilmiştir.

Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'nin Kuşadası'ndaki turizm faaliyetlerine bir canlılık ve farklılık kazandırdığı yıldan yıla buraya gelen turist sayısındaki artış ile ispatlanmaktadır. Yapılan çalışmalar ile de bölgedeki turizm faaliyetlerinin daha da canlandırılacağı düşünülmektedir. Müzenin geleceğe yönelik planları içerisinde tanıtım

çalışmalarına daha fazla ağırlık vermek, özellikle çocuklar için eğitim ve katılımlı faaliyetlerin düzenlenmesi söz konusudur.

Zeytinin Anadolu ve Akdeniz tarihi ile bağınyansıtılmak ve geleceğe miras bırakmak adına oluşturulmuş olan Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi gastronomi müzelerinin başarılı örneklerinden birini teşkil etmektedir. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi özgünlüğü, yerelliği, kültürel değerleri koruması, bölgesel sosyo-ekonomik fayda sağlaması ile aynı zamanda bir çekicilik unsuru olarak turistlerin haz duygularına hitap etmekte ve destinasyonun tercih edilebilirliğini ve gastronomik kimliğini güçlendirmektedir.

Yapılan çalışma neticesinde, eksikliği fark edilen bazı konulara ilişkin önerilerin yapılması faydalı olacaktır. Çalışmadan elde edilen bulgular çerçevesinde öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir araç olan gastronomi müzelerinin sayılarının artırılması sağlanmalıdır.
- ✓ Gastronomi turizminin canlandırılması amacıyla bu müzelerin tanıtımının yapılması için gerekli destekler verilmelidir.
- ✓ Gastronomi müzelerinin farklı araştırma metotları kullanılarak daha fazla akademik araştırmaya konu olması beklenmektedir.
- ✓ Gastronomi müzelerine ilişkin ziyaretçi algısı ve memnuniyetinin ölçülmesi hususunda bir boşluğun mevcut olduğu bunda yapılacak olan çalışmalar ile doldurulması beklenmektedir.

Kaynakça

- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3/3 (2015) 79-89.
- Bekar, A., Arman, S. ve Sürücü, Ç. (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Marmaris Bal Evi Örneği, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5/ 42, 468-477.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.

- Çağlı, I.B. (2012). *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*.Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Du Rand, G.E. and Heath, E. (2006), “Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing”, *Current Issues in Tourism*, 9 (3), 206-234.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)* , Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Güzel Şahin, G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma (Gastronomy Tourism As a Commodity of Destination Marketing: A research on İstanbul’s Gastronomy Tourism Potential). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3/2, 63-73.
- Harrington, R. J.; Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism - A Case Study of the Gastronomic Capital, *Journal of Culinary Science & Technology*, 8: (1), 14-32.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Icom, (2004). *Running a Museum International Council of Museums, A Practical Handbook* , Franly S.A., Paris.
- Ignatov, E. ve Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourist, *Current Issues in Tourism*, 9 (3): 235-255.
- İpar, Sedat, Mehmet, (2011). *Turizmde Destinasyon Markalaşması ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kurgun, O.A. (2016). *Gastronomi Trendleri*. H. Kurgun & D. Bağırın-Özşeker (Ed.), Gastronomi ve Turizm içinde (85-118). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, G. (2009). Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri, *3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, Antalya.
- Long, L. M. (2004). *Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness*. Lucy M. Long (Ed.), *Culinary Tourism* içinde, 20-50, The University Press of Kentucky, Lexington .
- Mankan, E. (2017). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri Örneği, *Turkish Studies*, 12/4, p. 641-654.
- Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği, (1990). <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14442/muzeler-ic-hizmetler-yonetmeliği.html>. (Erişim Tarihi: 2.09.2017).
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Quan, S. and Wang, N. (2004) Toward a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism, *Tourism Management*, Vol. 25, pp.297–305.
- Selwood, J.(2003). *The Lure of Food: Food As an Attraction in Destination Marketing in Manitoba, Canada*, Michael Hall (Ed), *Food Tourism Around the World: Management of Development and Markets*, Great Britain: Elseiver, ss.178-180.
- Smith, S. and Xiao, H. (2008). Culinary tourism supply chains: a preliminary examination, *Journal of Travel Research*, Vol. 46, No. 3, pp.289–299.
- Tobelem, J. M. (1997). The marketing approach in museums. *Museum Management and Curatorship*. 16(4). 337-354.
- Yılmaz, Hakan, Şener, Pınar, (2014), *Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri*, 15. Ulusal Turizm Kongresi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*. 10. Aybastı- Kabataş Kurultayı, Editör Salim ŞENGEL, Aybastı- Kabataş Kurultayı Yayınları No:11, Ankara, 28 – 34.