



Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Türkiye’de Zeytin Üretilmeyen Bölgelerde Yaşayan Halkın Zeytinyağı Hakkındaki Farkındalıkları: Malatya Örneği (Awareness of the Locals Living in Regions Where Olive is not Produced in Turkey: The Case Study of Malatya)

*Mustafa AKSOY^a, Ünsal KÜTÜK^b

^aGazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

^bGazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:24.02.2014

Kabul Tarihi:05.05.2014

Anahtar Kelimeler

Zeytin
Zeytinyağı

Keywords

Olive
Olive Oil

Öz

Özellikle Akdeniz havzasında ilk ticari metalardan biri de zeytinyağı olmuştur. Günümüzde de sağlıklı olması başta olmak üzere pek çok sebepten dolayı, sadece zeytinyağı üretiminin yapıldığı yerlerle sınırlı olmayan tüketimi, zeytinyağının diğer bitkisel yağlardan ayrı bir kategoride değerlendirilmesi sonucunu doğurmuştur. Bu araştırmanın amacı, önemli bir zeytin ve zeytinyağı üreticisi olan Türkiye’de, zeytinyağı üretilmeyen bölgelerde yaşayan tüketicilerin farkındalık düzeylerinin belirlenmesidir. Bu amaçla Malatya ilinde bir alan araştırması yapılmıştır. Elde edilen veriler bilgisayar ortamında değerlendirilmiş, yorumlanmış ve anket çalışmasına katılanların cinsiyet, yaş ve gelir durumlarıyla zeytinyağı kullanımı arasında farklılık olup olmadığı tespit edilmiştir.

Abstract

One of the first commercial goods; especially in the Mediterranean Basin had been olives. Being a healthy product, widespread consumption at even the non-production locations, and due many other reasons, olive oil is evaluated in another category compared to other vegetable oils. The purpose of this research is determining the awareness level of individuals who reside at the non-olive oil producing regions in Turkey – a country that is a major olive oil producer. For this reason, a research is conducted in the Malatya province. The collected data are evaluated using computers and findings are analyzed. The differences between olive oil consumption and participants ‘gender, age and income levels are identified.

*Sorumlu Yazar

maksoy03@gmail.com (M. Aksoy)

GİRİŞ

Zeytin ağacının kökeni konusunda hiç kimse kesin bir bilgiye sahip değildir. Arkeologlar Akdeniz havzasının birçok bölgesinde M.Ö. binlerce yıl öncesine ait yabancı zeytinlerin izlerine rastlamışlardır (Quest-Ritson, 2006: 20). İnsanoğlunun bu yabancı zeytini aşilayarak daha bol, daha az acı, daha büyük taneli zeytin elde etmeyi, yağını sıkarak günlük yaşamda kullanmayı nasıl başardığı bilimsel olarak ortaya konmuş değildir. Bilgiler efsanelere ve varsayımlara dayanmaktadır. Zeytini ilk ehlileştirilenlerin; üzüm, incir, nar, hurma gibi birçok meyve ağacının ilk olarak yetiştirildiği uygarlıkların beşiği Ön Asya’da, Suriye ve İran’ın kesiştiği yayda oturanlar olduğu yönündeki bilgiler ağırlık kazanmaktadır. Nitekim Yakın Doğu’da zeytin yetiştiriciliğine ilişkin en eski kalıntıların İsrail ve Ürdün’de Kalkolitik döneme (M.Ö. 3700-3200) kadar gitmesi de bu tezi güçlendirmektedir (Ünsal, 2006: 15). Zeytin bitkisinin Dünya’ya yayılışı üç yoldan olmuştur: Birincisi Mısır üzerinden Tunus ve Fas’a, ikincisi Anadolu boyunca Ege adaları, Yunanistan, İtalya ve İspanya’ya ve üçüncüsü ise İran üzerinden Pakistan ve Çin’dir (Göğüş, Özkaya, Ötleş, 2009: 1).

Antik Çağlarda birçok uygarlık kaynaklarında Zeytin ve zeytinyağıyla ilgili birçok bilgi ve belgeye rastlamak mümkündür. Hititlere ait olan antika vazoların üzerindeki zeytin hasadını anlatan resimler, Tunus’taki kazı çalışmaları sonucunda gün yüzüne çıkarılan Romalılardan kalma yağhane kalıntıları, MÖ 4. yüzyıla ait olduğu düşünülen altın zeytin yapraklı taç, Antik çağlarda zeytinin bilindiği ve kullanıldığını kanıtlar niteliktedir.

İtalya’nın Mongardino yöresinde ortaya çıkarılan fosilleşmiş zeytin yaprakları, aynı şekilde Kuzey Afrika’da paleolitik dönemden olduğu belirlenen zeytin dalları fosilleri ve İspanya’da kalkolitik dönemden kalan yabancı zeytin ağacı dalları nedeniyle, bu ağacın Akdeniz’in batısında milattan yaklaşık 12000 yıl önce var olduğu yönünde savlar var (Ünsal, 2008: 13). Çeşitli dini inanışlar açısından saygın bir yeri olan zeytin ağacının kültürel anlamda ilk yetiştiriciliğinin M.Ö. 3000’li yıllarda Suriye’de yaşayan Sami ırkları tarafından yapıldığı ve yağının ticari anlamda kullanıldığı kaydedilmektedir (Anonim, 2008: 11).

Yunanistan’ın Knossos şehrindeki kazılar, zeytinyağının MÖ 1500 yılında önemli bir ticari mal olduğunu göstermektedir. Tutankamon’un Mısır’daki mezarının içinde bulunan zeytinyağının tarihi MÖ 1325’e dayanır. Zeytin Yunanlılar, özellikle Akropolis’te Pallas Athene’nin kendisi tarafından dikildiğine inandıkları zeytin ağacına tapan Atinalılar için kutsaldır. Aristoteles Atina anayasasını hazırlarken, zeytin ağacı söken veya kesenler için ölüm cezası öngörmüştür (Quest-Ritson, 2006: 20). Anayasada yazan söz şöyledir:” Devlet malı veya özel mülkiyet farkı olmaksızın zeytin ağacını kesen veya deviren herkes mahkemede yargılanacaktır. Eğer suçlu bulunurlarsa idam edilmek suretiyle cezalandırılacaklardır” (Göğüş vd., 2009: 2).

Zeytin tarihte kralların asası, din adamlarının kutsal yağı, barışın ve onurun simgesi olmuştur. İlk Grek ve Roma

yazıtlarında zeytinin barışın ve birlikteliğin ebedi simgesi olduğuna değinilmiştir (Ünsal, 2008: 2).

Romalılar zeytinin dağılmasında başlıca rolü oynamışlardır. Zeytinin yayılmasında büyük rol oynayan Romalılar zeytinyağı yerine hayvansal yağları kullananları barbar olarak nitelendirmişlerdir. Yüzyıllar sonra Araplar kendi varyete ve yöntemlerini geliştirerek zeytinin tanınmasına yardım etmişlerdir. Amerika’nın keşfinden sonra zeytin alanları Kaliforniya, Meksika, Peru, Şili ve Arjantin’e kadar ulaşmıştır (Göğüş vd., 2009: 3).

Tarımsal amaçlı zeytin yetiştiriciliği Orta Çağ’ın sonlarına doğru hızlanmıştır. En büyük artış Rönesans sırasında meydana gelmiştir. 16. yüzyıldan sonra zeytin İtalya’nın Toskana ve İspanya’nın Katalonya bölgeleriyle birlikte anılmaya başlamıştır. Taşımacılıktaki gelişmeler; kuzey ve güney Avrupa arasındaki ticaretin giderek gelişmesini beraberinde getirmiştir. Zeytin Avrupa’nın yeni Dünya’ya ihraç ettiği ilk mallardan biri olmuştur (Quest-Ritson, 2006: 21).

Carol Firenze (2007) ise zeytinyağının tarihi gelişimini şöyle özetlemektedir;

- MÖ 6000: Zeytin tarımının Suriye’de başlaması.
- MÖ 3000: tarım bilgisi ve kültürünün Akdeniz’de doğudan batıya doğru yayılmaya başlaması.
- MÖ 2500: Girit’te bulunan tarih öncesi toprak levhalarda zeytinyağından söz edilmesi.
- MÖ 2000: Eski İsraililerin zeytinyağını rahipleri kutsamada ve tapınaktaki lambaları yakmada kullanması.
- MÖ 1780: Hammurabi kanunlarında, zeytin ağacını 1 yıl içinde iki ayaktan fazla budayanların ölüm cezasına çarptırılacağına dair hükmün yer alması.
- MÖ 1500: Zeytinyağının Girit’in en önemli ticaret geliri olarak ortaya çıkması ve Mısır’da kozmetik amaçla kullanılması.
- MÖ 1000: Yunanistan’da zeytinyağının mutfakta kullanımının keşfedilmeye başlanması.
- MÖ 776: Olimpiyatlarda kazananlara zeytin dalı ve zeytinyağının ödül olarak verilmesi.
- MÖ 620: Solon’un zeytinyağını koruma kanununda bir zeytin ağacını kesen veya zarar verenin ölüm cezasına çarptırılmasına dair hükmün yer alması.
- MS 100: Eski Yunan ve Roma edebiyatında zeytin ve zeytinyağından söz edilmeye başlanması.
- MS 325: Konstantin zamanında kent sakinlerinin yemek, kozmetik, masaj, vücut bakımı, lamba ve diğer şeyler için kullandığı zeytinyağının 2300 yağ distribütörü tarafından temin edilmesi.
- MS 1500-1600: İspanyol kâşif ve misyonerlerin zeytinyağını Yeni Dünya’ya taşıması.
- MS 1870: Kaliforniya’da ilk ticari zeytin üretiminin başlaması.
- MS 1900. İtalya kralı I. Umberto’nun İtalya’da zeytin ağacının kesilmesini yasaklaması (bu yasak İtalya’nın bazı kesimlerinde yürürlüktedir).
- MS 1920: Amerika’da mutfaklara zeytinyağının girmesi.

ZEYTİNYAĞI

Zeytin ağacının meyvelerinden hiçbir kimyasal işlem uygulanmadan mekanik yolla elde edilen, rengi açık yeşilden sarıya değişen, oda sıcaklığında sıvı halde bulunan, kendine has tadı ve kokusu olan ve doğal olarak tüketilebilen bitkisel kaynaklı bir yağ çeşididir. Zeytinin yağı doğrudan meyvesi sıkılarak elde edilir. Ezilen ve parçalanan tane hücreleri patlayarak yağını dışarıya verir. Zeytinin eti ve çekirdeği ezilip, iyice karıştırılmasıyla elde edilen hamur baskıyla sıkılır ve zeytinin “şırası” çıkarılır. Bu sırada meyvenin yağı ve bitkisel suyu birlikte bulunur. Bitkisel su ve tortularından arındırılan yağ başka hiçbir işleme gerek kalmadan tüketime hazır hale gelir (Ünsal, 2008: 146).

Bu işlem tarihte nasılsa günümüzde de aynı şekilde devam etmektedir. Sadece teknolojinin gelişmesiyle birlikte kullanılan aletler ve makineler değişmiştir.

Zeytinyağının Sınıflandırılması

Ticari olarak zeytinyağı, uluslararası standartlarda;

- 1- Natürel Sızma Zeytinyağı (Extra Virgin Olive Oil),
- 2- Natürel Birinci Zeytinyağı (Virgin Olive Oil),
- 3- Natürel İkinci Zeytinyağı (Ordinary Virgin Olive Oil),
- 4- Rafine Zeytinyağı (Lampante Virgin Olive Oil),
- 5- Rafine Zeytinyağı (Refined Olive Oil),
- 6- Tip (Riviera) zeytinyağı (Riviera Olive Oil), olmak üzere altı sınıfa ayrılır (Bülbül, 2008: 233).

Natürel zeytinyağları; zeytinin sadece mekanik veya diğer fiziksel yöntemlerle elde edilen ve yağın bozulmasına sebep olmayacak koşullara, özellikle de termal açıdan olumsuz koşullara maruz kalması önlenerek, yıkama, dekantasyon, santrifüjleme ve filtrasyon dışında bir işlem görmemiş olan yağlardır (Bülbül, 2008: 233).

Natürel Sızma Zeytinyağı

Serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden %0,8'den düşük olan zeytinyağıdır ve zeytinlerin ilk preslemesinden sonra elde edilen yağdır. Natürel zeytinyağı en yüksek kaliteye sahip zeytinyağıdır. Bu çeşit zeytinyağının içine herhangi, başka bir yöntemle elde edilen zeytinyağı karıştırılmaz (Tokuşoğlu, 2010: 128). Bu haliyle sızma zeytinyağı, atardamardaki kötü kolesterolü toplar ve temizler. Daha çok salata ve soslarda çiğ olarak tüketilmesi önerilen bu yağ tüm sıcak yemeklerde de kullanılabilir (Anonim, 2008: 196).

Natürel Birinci Zeytinyağı

Serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden %2'den fazla olmayan yağlardır (Bülbül, 2008: 233). Bu tip zeytinyağının içerisine de rafine zeytinyağı karıştırılmaz. Zeytin aromasının öne çıktığı zeytinyağıdır. Özellikle geleneksel zeytinyağı tüketicilerinin ve zeytinyağı üretim bölgelerinde yaşayan tüketicilerin tercihidir (Anonim, 2008: 196).

Natürel İkinci Zeytinyağı

Natürel yağ üretiminde yaklaşık %15'lik bir payı olan bu yağ, serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden %2'den fazla olmayan, maksimum %3,3 yağ asitliğine sahip zeytinyağıdır (Ünsal, 2008: 185). Zeytinyağının kendine özgü tat ve

kokusunun en yoğun hissedildiği çeşittir. İçerdiği yüksek asitten dolayı tüketilirken genzi hafiften yakmaktadır (Anonim, 2008: 196).

Rafine Zeytinyağı

Serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden %3,3 gramdan fazla olan yağlardır. Bu yağlar rafineye gönderilen veya teknik amaçla kullanılan yağlardır (Bülbül, 2008: 233).

Rafine Zeytinyağı

Doğrudan tüketime uygun olmayan, kusurlu tat ve\veya kokuya sahip veya asidi fazla olan zeytinyağlarının; doğal gliserid yapısında değişikliğe yol açmayacak fiziksel yöntemlerle rafine edilmesiyle ortaya çıkan yağ, rafine zeytinyağıdır ve en fazla %0,3 oranında asit içerir. Bu yağ; rafinasyon işlemi ile kalitesini bozan yabancı maddelerden arındırıldığından yine halis zeytinyağı olmakla beraber asitsiz, renksiz ve kokusuzdur (Anonim, 2008: 196). Diğer yağlardan çok daha sağlıklı olduğundan kızartmalar için tavsiye edilmektedir.

Tip (Riviera) zeytinyağı

Rafine zeytinyağı ile natürel yemeklik zeytinyağının değişik oranlarda karıştırılmasıyla elde edilen ve serbest yağ asitleri oleik asit cinsinden %1'den fazla olmayan zeytinyağıdır (Bülbül, 2008: 233).

Bunların dışında tüketime uygun olmayan ve asitliği %3,3'ün üzerinde olan düşük kaliteye sahip, kusurlu olarak nitelendirilen “*Lampant Zeytinyağı (Lampante oil)*” adında bir çeşit zeytinyağı daha bulunmaktadır. Eski dönemlerde kandillere yakıt olarak kullanılmasından dolayı adına “*lampante*” denildiğine dair kaynaklar bulunmakta ve bu yağ endüstriyel ölçekte yakıt üretiminde kullanılmaktadır (Tokuşoğlu, 2010: 129).

Dünya’da Zeytinyağı Üretimi ve Tüketimi

Türkiye zeytinyağı üretiminde dördüncü ülke konumundadır. İspanya zeytin üretiminde olduğu gibi zeytinyağı üretiminde de birinci ülke konumundadır. İspanya tek başına dünya zeytinyağı üretiminin neredeyse yarısını karşılamaktadır. İspanya’yı zeytinyağı üretiminde sırayla İtalya, Yunanistan ve Türkiye izlemektedir. Türkiye’nin dünya zeytinyağı üretimindeki payı ise %5,8’dir. Türkiye’de 2007/08 sezonunda 72.000 ton olan zeytinyağı üretimi, her yıl düzenli bir şekilde artarak 2013/14 sezonunda 180.000 tona ulaşmıştır. Bu da demek oluyor ki, Türkiye’de zeytinyağı üretimi son yedi sezonda %150’lik bir artış göstermiştir (Karabulut, 2013:8).

Zeytinyağı kullanan ve kullanmayan tüketicilerin zeytinyağına yönelik tutumlarını irdeleyen bir araştırmanın sonuçlarına göre zeytinyağı tüketim miktarıyla hane geliri arasında bir ilişki vardır. Gelir düzeyi arttıkça zeytinyağı kullanım oranı da artmaktadır (Tokuşoğlu, 2010: 263). Zeytinyağının sağlık üzerindeki olumlu etkilerinin uzmanlar tarafından da dile getirilmesiyle gelir düzeyi yüksek olan ülkelerde zeytinyağı tüketimi giderek artmaktadır (Karabulut, 2013: 9).

Dünya zeytinyağı fiyatlarında; Sızma zeytinyağı için referans olarak kullanılan üç pazar; Bari-İtalya, Heraklion\Messinia-Yunanistan ve Jean-İspanya'dır. Rafine zeytinyağı için ise; Bari-İtalya Cordoba\Sevilla-İspanya'dır. Bu bölgelerdeki fiyat gelişmeleri AB'nin başka bölgelerinde ve başka üretici ülkelerde uygulanan fiyatları, özellikle de ihracat fiyatlarını etkilemektedir (Tokuşoğlu, 2010: 261).

Türkiye'de Zeytinyağı Üretimi ve Tüketimi

Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı üretimi daha çok Ege, Marmara ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yapılmaktadır. Son yıllarda iklim koşullarının düzelmesi, yeni zeytin fidanlarının dikimi ve zeytin üretiminin özendirilmesi konusundaki çalışmaların da etkisiyle zeytin üretimi artış göstermiştir. Zeytin üretimindeki olumlu gelişmelere paralel olarak son yıllarda zeytin sıkma tesislerinin modernleşmesi, kapasitelerinin artması ve modern rafine zeytinyağı işleme tesislerinin devreye girmesiyle birlikte zeytinyağı üretim miktarı ve kalitesinde de ilerleme kaydedilmiştir (Karabulut, 2013: 10).

Türkiye'de zeytinyağı tüketimi Türk halkının gerek fiyat, gerekse alışkanlıkları nedeniyle istenilen düzeyde olamamaktadır. Tüketim, üretim bölgeleriyle sınırlı kalmaktadır. Zeytinyağının kişi başına düşen tüketim miktarı diğer önemli üretici ülkelerde 10-20 kg arasında değişirken. Türkiye'de 0,8-1 kg arasında değişmektedir (Tokuşoğlu, 2010: 262).

TÜRK MUTFAĞINDA ZEYTİNYAĞI

Geleneksel Akdeniz mutfağı tahıl, zeytinyağı, meyve-sebze, deniz ürünleri, süt ürünleri, baharat ve şaraba dayanmaktadır. Zeytinyağı Akdeniz mutfağında tahıldan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Zeytinyağının Akdeniz'deki tarihi çok eskilere dayanmaktadır. Kaynaklar incelendiğinde "zeytinyağı" sözcüğüne Türkçede ilk kez Harzemşahlar döneminde yazılmış olan Arapça-Türkçe" Mukaddimet Ul-Edep" adlı sözlükte rastlandığı görülmektedir (Göğüş vd., 2009: 267).

Osmanlı mutfağında da zeytinyağının çokça kullanıldığı bilinmektedir. Osmanlı mutfağında zeytinyağlı yemeklerin çeşitliliği konusunda 1748'de el yazması olarak yazıldığı bilinen *Ağdiye Risalesi*'nden büyük ölçüde esinlenen Ali Eşref Dede'nin 1850'lerde kaleme aldığı *Yemek Risalesi*'nde zeytinyağından ve zeytinyağlı yemeklerden çokça söz edilmektedir (Ünsal, 2000: 66).

Türkiye'de basılı ilk yemek kitabı olarak bilinen 1844 tarihli, Mehmet Kamil'in, yazdığı *Melceü't Tabahhin (Aşçıların Sığınağı)*'in "Zeytinyağlı ve sağ yağlı dolamaların enva'ın beyan eder" başlıklı bölümünde zeytinyağı ile yapılan dolamalardan bahsettiği görülmektedir (Ünsal, 2000: 66).

Türkiye'nin coğrafi konumu, tarihi süreç içinde ilişkide bulunmuş olan uygarlıklar, Türk mutfak kültüründeki çeşitliliği belirleyen etkenler olmuştur. Et ve fermante süt ürünlerinden oluşan beslenme çeşidi Orta Asya'dan, gelişen tarım sistemine bağlı olarak tahıla dayalı beslenme kültürü Mezopotamya'dan, meyve ve sebze türleriyle çeşitlenen beslenme sistemi ise Akdeniz ve Ege bölgelerinden gelerek

Türk mutfak kültürünün temelini belirlemiştir (Göğüş vd., 2009: 266).

Zeytinyağlı yemekler, dünyada "soğuk başlangıç yemekleri" kategorisinde değerlendirilmektedir. Fakat Türkiye'de durum böyle değildir. Türk mutfağında özellikle yazın yapılan zeytinyağlı yemekler, "ana yemek" kategorisinde yer almaktadır.

Türkiye'de özellikle Akdeniz ve Ege bölgelerinde yapılan çeşitli salatalar, sebze ve et yemekleri, kızartmalar, bazı hamur işleri, pasta ve böreklerde zeytinyağı kullanılmaktadır. Bununla birlikte Akdeniz ve Ege dışındaki bölgelerde zeytinyağı tüketimi yok denecek kadar azdır. Türkiye'de zeytinyağı denilince hayali bir Samsun-İskenderun hattından söz edilmektedir. Zeytinyağının tamamına yakını bu hat üzerinde yaşayanlar tarafından tüketilmektedir. Bu durumun tek istisnası Gaziantep ve çevresidir (Göğüş vd., 2009: 267). Türkiye'de yılda yaklaşık 1 milyon ton yemeklik yağ tüketilmektedir. Bu tüketimin yalnızca 50 bin tonu zeytinyağıdır. Bu tüketimin çok büyük bölümü yukarıda da belirtildiği gibi Samsun-İskenderun hattında gerçekleşmektedir (Anonim, 2008: 202).

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırma Malatya ilinde yaşayan halkın zeytinyağı konusundaki farkındalık düzeyini araştırmak amacıyla yapılmıştır. Buradaki amaç Türkiye'de zeytinyağı üretilmeyen bölgelerde ki halkın zeytinyağı konusunda yeterli bilgiye sahip olup olmadıkları ve zeytinyağını ne seviyede kullandıklarını ölçmektir.

Bu araştırmanın, Türkiye'nin zeytin ve zeytinyağı üretimi konusunda Dünya'da ilk beş ülke arasındayken, tüketim konusunda neden geri kaldığımızın nedenlerini bulmaya katkı sağlamaya yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda Malatya ili örnek alınmış ve Malatya halkı üzerinde çalışma yapılmıştır.

Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

- H1: Katılımcıların cinsiyetlerine göre zeytinyağı kullanımlarına ilişkin algı düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır.
- H2: Katılımcıların yaşlarına göre zeytinyağı kullanımına ilişkin algı düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır.
- H3: Katılımcıların gelirlerine göre zeytinyağı kullanımına ilişkin algı düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada elde edilen verilerin doğru bir şekilde değerlendirilebilmesi için veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılara çeşitli sorular sorularak zeytinyağı kullanıp kullanmadıkları tespit edilmeye çalışılmıştır ve ayrıca zeytinyağı ve sağlığa olan faydaları konusunda bilgi düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır.

EVREN VE ÖRNEKLEM

Bu araştırma Türkiye’de zeytin üretilmeyen bölgelerde yaşayan halkın zeytinyağı hakkındaki farkındalık düzeyinin araştırılması amacıyla yapılmıştır. Çalışma Malatya ilinde yaşayan ve rastgele seçilmiş 100 aile üzerinde yapılmıştır

VERİLERİN ANALİZİ

Araştırma kapsamında hazırlanmış olan anketten elde edilen veriler bilgisayar destekli istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma örneklemini oluşturan kişilerin hazırlanmış ölçeğe ilişkin yanıtlarının genel dağılımlarının belirlenmesi ve nicel verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin araştırılmasında betimsel istatistik tekniklerinden (aritmetik ortalama, standart sapma) yararlanılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine göre zeytinyağı kullanımına ilişkin tutum ve davranışlarının farklılaşp-farklılaşmadığının incelenmesi amacıyla t-testi ve ANOVA testi kullanılmıştır.

Araştırmanın ölçüm güvenilirliğinin belirlenmesi için Cronbach’ Alpha değeri hesaplanmıştır. Buna göre Alpha (α) değeri 0,75 bulunmuştur. Güvenirlilik değerinin 0,70 ve üzerinde olması iyi düzeyde ölçüm güvenilirliği sağladığını göstermektedir.

BULGULAR

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı (n:100)

	Sosyo-Demografik Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Erkek	37	37,0
	Kadın	63	63,0
Yaş	18-25	16	16,0
	26-33	32	32,0
	34-41	27	27,0
	42-49	12	12,0
	50-57	10	10,0
	58 ve üstü	3	3,0
	Medeni Durum	Evli	67
Bekar		33	33,0
Eğitim Durumu	İlkokul	10	10,0
	Ortaokul	7	7,0
	Lise	21	21,0
	Ön lisans ve üstü	62	62,0
Aylık Gelir (TL)	999 l ve altı	27	27,0
	1000-1499	16	16,0
	1500-1999	12	12,0
	2000-2499	26	26,0
	2500-2999	11	11,0
	3000 l ve üstü	8	8,0
Evde Yaşayan Birey Sayısı	Yalnız	3	3,0
	2 kişi	18	18,0
	3 kişi	24	24,0
	4 kişi	34	34,0
	5 kişi	21	21,0

Malatya ilinde yaşayan halkın zeytinyağı kullanımı üzerine farkındalık düzeyi anketine ilişkin, katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların % 63’ünün kadın, %32’sinin

26-33 yaş aralığında, % 67’sinin bekar olduğu; % 62’sinin ön lisans ve üstü eğitim aldığı, % 27’sinin 999 TL ve altında geliri olduğu, % 24’ünün ise evlerinde dört kişi yaşadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Zeytinyağı Tüketimine İlişkin Bulgular (n:100)

	n	%	
Katılımcıların zeytinyağı kullanım durumları	Kullananlar	100	100,0
	Kullanmayanlar	-	-

Katılımcıların zeytinyağı kullanma durumları tablo 2’de gösterilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların tamamının zeytinyağı kullandığı görülmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların Zeytinyağı Tüketme Sebeplerine İlişkin Bulgular (n:100)

	n	%	
Katılımcıların zeytinyağı tüketme sebepleri (*)	Sağlıklı olması	85	85,0
	Damak tadına uygun olması	36	36,0
	Lezzetli olması	39	39,0
	Hazmı kolaylaştırması	36	36,0
	Diğer	7	7,0

“*” işareti ile belirtilen alanlarda birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Katılımcıların zeytinyağı kullanma sebeplerine ilişkin bulgular Tablo 3’te verilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde, ankete katılanların % 85’inin sağlıklı olduğu için, % 36’sının damak tadına uygun olduğu için, % 39’unun lezzetli olduğu için, % 36’sının hazmı kolaylaştırdığı için, diğer % 7’sinin ise; doğal olması, diğer yağlara oranla daha ekonomik olması, hastalık, doktor tavsiyesi gibi sebeplerle zeytinyağı kullandıkları tespit edilmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Yıllık Zeytinyağı Tüketim Miktarlarına İlişkin Bulgular (n:100)

	n	%	
Yıllık zeytinyağı tüketimi	1-5 lt	13	13,0
	6-10 lt	24	24,0
	11-15 lt	13	13,0
	16-20 lt	16	16,0
	21-25 lt	17	17,0
	26 l ve üstü	17	17,0

Tablo 4’te katılımcıların yıllık ortalama zeytinyağı tüketim miktarlarına ilişkin bulgular gösterilmektedir. Soruları yanıtlayanların % 13’ü yılda 1-5 lt, % 24’ü 6-10 lt, % 13’ü 11-15 lt, % 16’sı 16-20 lt, % 17’si 21-25 lt, % 17’si 26 lt ve üstünde zeytinyağı tükettiklerini belirtmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların Farklı Yağ Tüketme Durumlarına İlişkin Bulgular (n:100)

Katılımcıların farklı yağ tüketme durumları	n	%
Farklı yağ tüketenler	94	94,0
Farklı yağ tüketmeyenler	6	6,0
Tereyağı	89	89,0
Margarin	36	36,0
Ayçiçeği yağı	59	59,0
Mısırözü	17	17,0
İç/Kuyruk yağı	8	8,0
Diğer bitkisel yağlar	6	6,0

“*” işareti ile belirtilen alanlarda birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Tablo 5’te katılımcıların zeytinyağından farklı bir yağ kullanma durumlarına ilişkin bulgular gösterilmektedir. Katılımcıların %94’ünün zeytinyağının yanında farklı yağlar da kullandıkları tespit edilmiştir. Farklı yağ kullananların % 89’unun tereyağı, % 36’sının margarin, %59’unun ayçiçeği yağı, %17’sinin mısırözü, %8’inin iç/kuyruk yağı, %7’sinin ise diğer bitkisel yağları tükettikleri görülmektedir.

Tablo 6: Katılımcıların Diğer Yağları Kullanma Nedenlerine İlişkin Bulgular (n:100)

Katılımcıların diğer yağları kullanma nedenleri (*)	n	%
Lezzet vermek	53	53,0
Kızartma yapmak	60	60,0
Unlu mamul yapmak	39	39,0
Ahşkanlık	15	15,0
Diğer	6	6,0

“*” işareti ile belirtilen alanlarda birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Tablo 6’da katılımcıların diğer yağları kullanma nedenlerine ilişkin bulgular gösterilmektedir. Tablo 6 incelendiğinde soruyu cevaplayanların % 53’ünün lezzet vermek amacıyla, % 60’ının kızartma yapmak amacıyla, % 39’unun unlu mamul yapmak amacıyla, % 15’inin ahşkanlıklarından dolayı, % 6’sının ise farklı amaçlarla diğer yağları kullandıkları tespit edilmiştir.

Tablo 7: Katılımcıların Zeytinyağını Kullanım Alanlarına İlişkin Bulgular (n:100)

Katılımcıların zeytinyağı kullanım alanları (*)	n	%
Yemek yapmak	97	97,0
Cilt bakımı	19	19,0
Sabun yapımı	4	4,0
Tedavi amaçlı	12	12,0
Ev ürünleri bakımı	4	4,0

“*” işareti ile belirtilen alanlarda birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Tablo 7’de katılımcıların zeytinyağını kullandıkları alanlara ilişkin bulgular gösterilmektedir. Tablo 7’ye göre; ankete katılanların % 97’ si yemek yapmak amacıyla, % 19’u cilt bakımı, % 4’ü sabun yapmak amacıyla, % 12’si tedavi amaçlı ve % 4’ü ev ürünlerinin bakımını yapmak amacıyla zeytinyağı kullandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 8: Katılımcıların Zeytinyağını Muhafaza Ettikleri Materyale İlişkin Bulgular (n:100)

Katılımcıların zeytinyağını muhafaza ettikleri materyaller (*)	n	%
Plastik şişe	18	18,0
Cam şişe	67	67,0
Teneke kutu	20	20,0
Litrelik plastik bidon	13	13,0
Diğer	0	0,0

“*” işareti ile belirtilen alanlarda birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Tablo 8’de katılımcıların zeytinyağını muhafaza ettikleri materyallere ilişkin bulgular gösterilmektedir. Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların % 18’inin zeytinyağını plastik şişede, % 67’si cam şişede, % 20’sinin teneke kutuda, % 13’ünün litrelik bidonda muhafaza ettiği görülmektedir.

Katılımcıların zeytinyağı kullanımı üzerine farkındalık düzeyleri Tablo 9’da gösterilmektedir. Tablo 9 incelendiğinde, ankete katılan kişilerin % 71’i zeytinyağının bitkisel yağlar içerisinde fiziksel yöntemlerle üretilebilen tek yağ olduğu görüşünde hemfikir olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 84’ü zeytinyağı, kalp-damar hastalıkları riskini en alt düzeye indirdiğini düşünürken, % 2’li bir grup ise bunun olmadığı yönünde fikirlerini beyan etmişlerdir. Ankete cevap veren kişilerin % 72’si zeytinyağının ortalama yaşam süresini uzatacağı fikrinde birleşirken, % 17’lik bir kısmı ise bu konuda bir fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 77’si zeytinyağının doğrudan güneş ışığı görmemelidir savını doğrularken, % 22’lik bir grup konuyla ilgili bir bilgilerinin olmadığını belirtmişlerdir. Yine katılımcıların % 84’lük gibi büyük bir kısmı zeytinyağının serin, kuru ve karanlık bir ortamda saklanması gerektiği konusunda görüş bildirmişlerdir. Ankete katılanların % 56’lık bir kısmı zeytinyağının kızartma yapmak için uygun bir yağ olduğu konusunda olumlu yönde görüş bildirirken, % 33 gibi azımsanmayacak bir kısım ise bunun tam tersi yönünde görüş bildirmiştir. Katılımcıların % 84’ü besin değeri en yüksek zeytinyağının sızma zeytinyağı olduğu kanaatinindedir. Fakat % 11’e yakın bir grup bu konuda herhangi bir fikri olmadığını söylemektedir. Ankete katılan kişilerin % 33’ü zeytinyağının diğer yağlara oranla daha ekonomik olduğunu düşünürken, % 42’si bunun kesinlikle doğru olmadığını düşünmektedir. “Zeytinyağı kanser riskini azaltmaktadır” görüşüne % 74’lük bir grup katılırken, % 21’i konuya ilişkin herhangi bir bilgilerinin olmadığını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 96’sı zeytinyağını muhafaza etmek için kullanılabilir en iyi materyalin cam olduğu görüşündedir. Ankete katılanların % 89 gibi büyük bir bölümü zeytinyağının cildi beslediğini düşünmektedir. Katılımcıların % 78’i zeytinyağının yaşlanmayı geciktireceğini düşünürken, % 3’ü ise bunun tam tersi yönünde beyanda bulunmuşlardır. Katılımcıların % 79’u zeytinyağının mide rahatsızlığına iyi geleceği fikrine olumlu bakmaktadır. Katılımcıların % 79’luk gibi büyük bir bölümü zeytinyağının değerinin yeterince bilinmediğini düşünürken, % 10’luk kısmı ise bu görüşe karşı çıkmaktadır. Ankete katılanların % 39’u zeytinyağıyla börek yapılmaz fikrine katılırken, % 35’ bu fikre kesinlikle karşı çıkmaktadır. Soruları yanıtlayanların % 62’si zeytinyağı plastik

kapta muhafaza edilebileceği fikrine karşı çıkarken, % 16'sı ise herhangi bir fikirlerinin olmadığını belirtmiştir. Ankete katılanların % 52'si - riviera zeytinyağının besin değeri sızma zeytinyağından azdır- fikrine katılırken, % 31'i konu hakkında bilgilerinin olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların % 81'i zeytinyağı ile yapılan yemeklerin daha lezzetli olduğunu düşünmektedir. Ankete katılanların % 85' zeytinyağının diğer yağlardan daha pahalı olduğunu savunmaktadır. Katılımcıların % 80 gibi büyük bir kısmı markalı zeytinyağından çok evde üretilen zeytinyağlarını tercih ederken, % 7'lik bir grup ise markalı ürünleri tercih etmektedir. Katılımcıların % 68'i zeytinyağının uygun ortamda bekletilmezse besleyiciliğini kaybeder ve bozulmaya başlayacağını düşünürken, %22'sinin konuyla ilgili bir bilgisi bulunmamaktadır.

Ankete katılan kişilerin % 83'ünün Türkiye'nin zeytin ve zeytinyağı bakımından zengin bir ülke olduğunu düşündükleri görülmektedir. Zeytinyağının kalitesinin belirlenmesinde renginin önemli olduğunu düşüncesine katılımcıların % 79' destek verirken, % 7'si tam tersi yönde görüş belirtmektedir. Katılımcıların %55'i Türkiye'nin tüm kıyı bölgelerinde zeytin tarımının yapıldığını beyan etmişlerdir. Ancak % 31'lik bir grup bu görüşe katılmamaktadır.

Tablo 9: Katılımcıların Zeytinyağı Kullanımı Üzerine Farkındalık Düzeyleri (n:100)

İFADELER	Hiç Katılmıyorum \longleftrightarrow Tamamen Katılıyorum										X	S.S
	1		2		3		4		5			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Zeytinyağı, bitkisel yağlar içerisinde fiziksel yöntemlerle doğal olarak üretilip tüketilebilen tek yağdır.	7	7,0	7	7,0	15	15,0	27	27,0	44	44,0	3,94	1,23
Zeytinyağı, kalp-damar hastalıkları riskini en alt düzeye indirir.	2	2,0	6	6,0	8	8,0	22	22,0	62	62,0	4,36	1,00
Zeytinyağı, ortalama yaşam süresini uzatır.	4	4,0	7	7,0	17	17,0	26	26,0	46	46,0	4,03	1,13
Zeytinyağı doğrudan güneş ışığı görmemelidir.	1	1,0	0	0,0	22	22,0	9	9,0	68	68,0	4,343	,90
Zeytinyağı, serin, kuru ve karanlık ortamda saklanmalıdır.	4	4,0	1	1,0	11	11,0	10	10,0	74	74,0	4,49	1,01
Zeytinyağı yiyecekleri kızartmak için kullanılmaz.	25	25,0	8	8,0	11	11,0	18	18,0	38	38,0	3,36	1,63
Sızma zeytinyağı besin değeri en yüksek ve en kaliteli zeytinyağıdır.	4	4,0	1	1,0	11	11,0	24	24,0	60	60,0	4,35	1,00
Zeytinyağının diğer yağlara göre daha ekonomik olduğunu düşünüyorum.	42	42,0	13	13,0	12	12,0	17	17,0	16	16,0	2,52	1,55
Zeytinyağı kanser riskini azaltmaktadır.	0	0,0	5	5,0	21	21,0	21	21,0	53	53,0	4,22	,94
Zeytinyağı muhafaza etmek için kullanılabilir en iyi materyal camdır.	1	1,0	0	0,0	3	3,0	15	15,0	81	81,0	4,75	,60
Zeytinyağı cildi besler.	2	2,0	1	1,0	8	8,0	19	19,0	70	70,0	4,54	,84
Zeytinyağı, yaşlanmayı geciktirir.	0	0,0	3	3,0	19	19,0	25	25,0	53	53,0	4,28	,87
Zeytinyağı, mide rahatsızlıklarına karşı koruma sağlar.	0	0,0	2	2,0	19	19,0	33	33,0	46	46,0	4,23	,82
Zeytinyağının değerini yeterince bilmediğimizi düşünüyorum.	7	7,0	3	3,0	11	11,0	30	30,0	49	49,0	4,11	1,16
Zeytinyağı ile börek yapılmaz.	35	35,0	8	8,0	18	18,0	22	22,0	17	17,0	2,78	1,53
Zeytinyağı plastik kapta muhafaza edilebilir.	52	52,0	10	10,0	16	16,0	16	16,0	6	6,0	2,14	1,36
Riviera zeytinyağının besin değeri sızma zeytinyağından azdır.	10	10,0	7	7,0	31	31,0	17	17,0	35	35,0	3,60	1,30
Zeytinyağı ile yapılan yemekler daha lezzetlidir.	7	7,0	5	5,0	7	7,0	21	21,0	60	60,0	4,22	1,21
Zeytinyağı diğer yağlara göre daha pahalı.	6	6,0	4	4,0	5	5,0	18	18,0	67	67,0	4,36	1,14
Markalı zeytinyağı yerine evde üretilen zeytinyağlarını kullanmayı tercih ederim.	6	6,0	1	1,0	13	13,0	21	21,0	59	59,0	4,26	1,11
Zeytinyağı uygun ortamda bekletilmezse besleyiciliğini kaybeder ve bozulmaya başlar.	3	3,0	7	7,0	22	22,0	18	18,0	50	50,0	4,05	1,13
Türkiye zeytin ve zeytinyağı bakımından zengin bir ülkedir.	2	2,0	1	1,0	14	14,0	30	30,0	53	53,0	4,31	,89
Zeytinyağının kalitesinin belirlenmesinde renginin önemli olduğunu düşünüyorum.	4	4,0	3	3,0	14	14,0	20	20,0	59	59,0	4,27	1,07
Tüm kıyı bölgelerimizde zeytin tarımı yapılmaktadır.	22	22,0	9	9,0	14	14,0	31	31,0	24	24,0	3,26	1,48

Hipotezlerin Testi ve Yorumu**Tablo 10:** Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Zeytinyağı Kullanımı Üzerine Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi (n: 100).

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	t	Srb. Der.	p
Erkek	37	3,86	0,47	-1,515	98	0,236
Kadın	63	4,00	0,42			

Ankete katılanların cinsiyetlerine göre zeytinyağı kullanımlarına ilişkin algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere iki bağımsız t testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 10'da verilmiştir. Bu sonuca göre 0,236 önem düzeyi ile H1 hipotezi reddedilmiştir. Katılımcıların cinsiyetleri ile zeytinyağı kullanımlarına ilişkin algı düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($p>0,05$).

Tablo 11: Katılımcıların Yaşlarına Göre Zeytinyağı Kullanımı Üzerine Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi (n: 100).

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P değeri
18-25	16	3,88	0,37	1,564	5	0,178
26-33	32	3,81	0,51			
34-41	27	3,99	0,40			
42-49	12	4,09	0,31			
50-57	10	4,18	0,46			
58 ve üstü	3	4,02	0,53			

Ankete katılanların yaşlarına göre zeytinyağı kullanımlarına ilişkin algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 11'de gösterilmiştir. Bu sonuca göre 0,178 önem düzeyi ile H2 hipotezi reddedilmiştir. Yani katılımcıların zeytinyağı kullanımlarına ilişkin algı düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Tablo 12: Katılımcıların Gelirlerine Göre Zeytinyağı Kullanımı Üzerine Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi (n: 100).

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P değeri
999 ve altı	27	3,90	0,50	1,528	5	0,189
1000-1499	16	4,08	0,36			
1500-1999	12	3,92	0,33			
2000-2499	26	3,81	0,40			
2500-2999	11	4,17	0,53			
3000 ve üstü	8	4,05	0,45			

Ankete katılanların gelirlerine göre zeytinyağı kullanımlarına ilişkin algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 12'de gösterilmiştir. Bu sonuca göre 0,189 önem düzeyi ile H3 hipotezi reddedilmiştir. Yani katılımcıların zeytinyağı kullanımlarına ilişkin algı düzeyleri gelirlerine göre farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Zeytinyağı üretilmeyen bölgelerde yaşayan halkın zeytinyağı hakkındaki farkındalıklarının tespit edilmesi amacıyla Malatya ilinde yapılan araştırmayı konu edinen bu çalışmada, araştırmaya katılanların yaş, cinsiyet ve gelir durumlarına göre zeytinyağı kullanımlarına ilişkin algı düzeyleri incelenmiştir. Söz konusu üç değişken üzerine kurulan hipotezlerin tamamı reddedilmiştir. Zeytinyağı kullanımı ve algısı ile yaş, cinsiyet ve gelir düzeyi arasında herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir.

Araştırmaya katılanların tamamı farklı miktarlarda da olsa zeytinyağı kullanmaktadır. Zeytinyağının insan sağlığı açısından önemi ve özellikleri hakkında bilgi sahibi olmalarına rağmen, %94'ünün zeytinyağı yanında farklı yağları da kullanmaları dikkat çekicidir. Farklı yağlarda kullanım oranları incelendiğinde, en çok tereyağı ve ayçiçek yağının kullanıldığı sonucuna ulaşılmış olup tereyağının yemeklere lezzet vermesi, ayçiçek yağının ise kızartma yapımı için kullanılması diğer yağların kullanımı için gösterilen sebepler arasında yer almıştır.

Zeytinyağının kullanım sebeplerine ilişkin bulgular değerlendirildiğinde en çok, sağlıklı bir yağ olmasından dolayı kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Damak tadına uygun olması veya lezzetli olması ise daha az ön plana çıkarılmıştır.

Zeytinyağının kullanım alanları ise yemeklerde kullanımının yanında cilt bakımı, tedavi amaçlı kullanımı ve ev ürünlerinin bakımı gibi alanlarda da kullanıldığına ilişkin bulgular elde edilmiştir.

Sağlıklı beslenmenin kaliteli ve uzun bir hayat sürmenin anahtarı olmasından hareketle önemli bir zeytin ve zeytinyağı üreticisi olan Türkiye’de kişi başına düşen ortalama zeytinyağı tüketiminin artırılması yönünde çalışmalar yapılması sağlıklı bir toplum için elzemdir. Zeytinyağının toplumun her kesimi için erişilebilir bir gıda olması için öncelikli olarak uygulanan fiyat politikası yeniden değerlendirilmelidir. Rafinasyon vb. gibi maliyet artırıcı unsurlar bulunmamasına rağmen zeytin meyvesinin piyasa değerinin yüksek olması yağının da değerli olması sonucunu doğurmaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de yağı elde etmek amacıyla zeytin üretmeye uygun alanlarda destekleme primlerinin yanında teşvik mekanizmalarının kurulması üretim bolluğuna yardımcı olacaktır. Ayrıca kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarınca zeytinyağı kullanımını özendirici tanıtım faaliyetleri de Türkiye’deki zeytinyağı tüketiminin artmasına katkı sağlayacaktır.

Sağlıklı beslenme ve sağlıklı bir toplum olma adına, yöresel yemeklerin hazırlanmasında kullanılan yağların yerine zeytinyağı tercih edilmesi yönünde çalışmalar da yöresel yemekleri daha sağlıklı, daha besleyici ve daha lezzetli hale getirecektir. Özellikle zeytinyağı ile kızartma yapılması konusunda uygulamaya dönük çalışmalar yapılması ve sonuçların paylaşılması, zeytinyağına yönelik önyargıların ortadan kaldırılmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- ANONİM, (2008). *Zeytin Yetiştiriciliği*, 2. Baskı, Hasad Yayıncılık, 2008.
- Bülbül, E. (2008). *Her Yönüyle Zeytin*, Genişletilmiş 2. Baskı, İnkılap Yayınları, İstanbul.
- Firenze, C. (2007). *Zeytinyağı Tutkusu*. Çev. Rabia Kaya. Ledo Yayıncılık, İstanbul.
- Göğüş, F., Özkaya. M.T., Ötleş. S. (2009). *Zeytinyağı*, 1. Baskı, Eflatun Yayınevi, Ankara.
- Karabulut, C. (2013). *Zeytin ve Zeytinyağı Raporu*. Aydın Ticaret Borsası, Aydın.
- Tokuşoğlu, Ö. (2010). *Özel Meyve: Zeytin (Kimyası, Kalite ve Teknolojisi)*, 1.baskı, Sidas Medya, İzmir.
- Ünsal, A. (2000). *Ölmez Ağacın Peşinde*, 1. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Ünsal, A. (2006). *Ölmez Ağacın Peşinde*, 5. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Ünsal, A. (2008). *Ölmez Ağacın Peşinde*, 7. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Extensive Summary

Awareness of the Locals Living in Regions Where Olive is not Produced in Turkey: The Case Study of Malatya

Olive oil is a kind of vegetable oil that obtained from the fruits of olive tree mechanically without any chemical treatment. It has a unique taste and smell, a liquid form under normal circumstances, a color changes from light green to yellow, and it can be consumed naturally. Olive oil is obtained by squeezing the fruit. This is an unchanging process since the day. In the process, only the used tools and machines changed with developing technology.

Turkey is the fourth country in olive oil production in the world. In olive oil production the first country is Spain as it is in production of olive. Spain produces about half of the world production of olive oil. Italy, Greece and Turkey follow Spain in production of olive oil. The most of production of olive and olive oil in Turkey is in Ege, Marmara and Southeastern Anatolia Region. In recent years, production of olive oil is increased with the help of the studies about improving climate conditions, planting new olive seedlings, encouraging production of olive. In line with the development of the producing of olive, in recent years, the positive development of modernization of squeezing olive plants, increasing of capacities and establishment of modern refined olive oil processing facilities, quality and quantity of olive production have been improved. In Turkey, consumption of olive oil is not in desired level because of the high price and existing habits. Consumption is limited with production areas.

This research is conducted in order to investigate the awareness level of individuals living in the Malatya province. The purpose of the study is evaluating whether the individuals who reside at the non-olive oil producing regions has sufficient knowledge about olive oil or not, and evaluating the olive oil consumption level of them.

It is thought that this study would provide to find the reasons of why we are lagging behind about production even though Turkey is in the world top five list on the field of olive oil production. In the light of these, samples were taken from the city of Malatya and studies were conducted with the people in this city.

In this study, the research participants' age, gender and income level according to their perceptions about the use of olive oil have been investigated. All of these three variables founded on the hypothesis was rejected.

All of the participants are using olive oil, though in different amounts. Although they are aware of the importance of olive oil for the healthy human body, being 94% of different oil usage with olive oil is remarkable. When examining the different utilization of oils it can be reported that butter and sunflower oil are the most popular. Butter is used for flavor to food; and sunflower oil is used for frying foods.

When investigating the reasons of olive oil usage, this conclusion has been reached that this type of oil is used due to being healthy. Its taste and properness for palatal delight has less importance.

There are some evidences about the use of olive oil in the field of skin care, therapeutic use and household products besides preparing foods with it.