

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

ZEYTİN

SİMPOZYUMU

ÖLMEZ AĞACIN PEŞİNDE/
ZEYTİNİME DOKUNMA!



İZMİR ZEYTİN SEMPOZYUMU
ÖLMEZ AĞACIN PEŞİNDE/ZEYTİNİME DOKUNMA!

2-3 EYLÜL 2015



İZMİR ZEYTİN SEMPOZYUMU

Ölmez ağacın peşinde/Zeytinime dokunma!

Yayına Hazırlayan

Ekrem TÜKENMEZ
Melek DEMİR

Yayın Koordinasyon

Ertekin AKPINAR

Grafik Tasarım ve Uygulama

Güven TOROS

Fotoğraflar

Tolga ÖZMEN [Bu kitapta kullanılan fotoğraflar, İzmir Zeytin Sempozyumu sırasında, Ahmed Adnan Saygun Sanat Merkezi'nde, 'Ölmez Ağacın İnsanları' fotoğraf sergisinde sergilenmiştir.]

Yönetim Yeri

İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ AKDENİZ AKADEMİSİ

Mehmet Ali Akman Mah. Mithatpaşa Cad. No: 1087, 35290 Konak-İzmir

Tel: (0232) 293 46 13 Faks: (0232) 293 46 10

www.izmeda.org info@izmeda.org

Sertifika No: 22595

Basım Yeri

Dinç Ofset Matbaa-1145/4 Sokak No:11/C Yenişehir-İZMİR

Tel & Fax: 0232 459 49 61-63 Sertifika No: 20558

Birinci Baskı: Aralık 2015 Baskı Adedi: 1000 ISBN:978-975-18-0192-0

İkinci Baskı: Eylül 2018 Baskı Adedi: 1000 ISBN:978-975-18-0243-9

Bu kitapta yayınlanan bildiriler, yazarların kişisel görüşünü yansıtır.

Bu kitap, İzmir Akdeniz Akademisi tarafından yayına hazırlanmış olup, İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin ücretsiz kültür hizmetidir. İzmir Akdeniz Akademisi'nin, bedelsiz yayınıdır. Bütün hakları saklıdır. Kaynak gösterilmeden tanıtım için yayımlanacak yazılar dışında, İzmir Akdeniz Akademisi'nin yazılı izni alınmadan çoğaltılamaz. Satılamaz.

Copyright © İzmir Büyükşehir Belediyesi

İÇİNDEKİLER

AÇILIŞ KONUŞMASI

S. Sırrı AYDOĞAN İzmir Büyükşehir Belediyesi Başkan Vekili **7**

AĞAÇTAN İNSANA

Nedim ATILLA Gazeteci, Slow Food Lideri, Yazar **11**

ÖLMEZ AĞACIN PEŞİNDE

Ali Ekber YILDIRIM Gazeteci **15**

23 I. OTURUM ÖRGÜTLENME: 'AĞAÇLAR VE İNSANLAR...'

Tarımda, Zeytinde Kurtuluş Var Mı?

Prof. Dr. Tayfun ÖZKAYA Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Emekli Öğretim Üyesi **25**

Türkiyeli Çiftçiler İçin Yeni Bir Örgütlenme Modeli: Çiftçi Sendikaları

Adnan ÇOBANOĞLU ÜZÜM-SEN Genel Başkanı **29**

Kırsal Kooperatifçilikte Gödence Örneği ve İzmir Kooperatifçiliğine Toplu Bir Bakış

Çağatay Özcan KOKULU Gödence Kalkınma Kooperatifi Başkanı **33**

Sorular-Katkılar

37

41 II. OTURUM ZEYTİN, ZEYTİNYAĞI VE KALİTE: 'DOKUSUNDAN KOKUSUNA...'

Zeytinyağında Kalite ve Karar Ağaçları

Dr. Oya KÖSEOĞLU Bornova Zeytincilik Araştırma İstasyonu **43**

Zeytinyağının Duyusalı

Meltem ZENGİN Tarih Kalite ve Arge Müdürü **48**

Sofralık Zeytinde Kalite

Dr. Şahnur IRMAK Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Komisyonu Üyesi **53**

Sorular-Katkılar

57

61 III. OTURUM ZEYTİN VE ÜRÜNLERİ, ÜRETİM TEKNİKLERİ VE VERİMLİLİK: 'TARLADAN MUTFAĞA...'

Sofralık Zeytin Üretim Teknolojilerinde Gelişmeler

Doç. Dr. Hatice Kalkan YILDIRIM Ege Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi **63**

Zeytin Bahçelerinde Kalite

Öğr. Gör. Mücahit KIVRAK Balıkesir Üniversitesi Edremit Meslek Yüksekokulu Öğretim Üyesi **69**

Sürdürülebilir Zeytincilik

Yrd. Doç. Dr. Zafer CAN Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi

73

79

SLOW FOOD ÖZEL OTURUMU

Anadolu'da Zeytinin Gen Kaynağı

Samir BAYRAKTAR Slow Food İzmir Bardacık Birliği Üyesi

81

Slow Food, Slow Oil

Prof. Dr. Defne KORYÜREK

Uluslararası Slow Food Konseyi Üyesi, Fikir Sahibi Damaklar Konviviümü Lideri

83

Slow Food-Lezzetler

Şemsa DENİZSEL Uluslararası Aşçı

86

Anadolu'dan Zeytin İzlenimleri

Nilhan ARAS Gazeteci, Slow Food Ankara Birliği Üyesi

87

91

IV. OTURUM

HUKUKSAL VE TEKNİK ALTYAPI: 'ZEYTİNLE HUKUKUMUZ VAR!'

Bir Hukuk Serüveni: Zeytin

Murat Fatih ÜLKÜ Avukat

93

Yırcı Özelinde Zeytinde Hukuksuzluk!

Deniz BAYRAM Avukat

97

Bu Nasıl Hukuk?

Şehrazat MERCAN Avukat

103

Sorular-Katkılar

107

111

V. OTURUM

ZEYTİN VE TASARIM: 'ZEYTİNE DOKUNUNCA...'

Üretici Gözüyle Kalite Kavramları ve Ambalaj Arasındaki İlişki

Umur Kemal OZANOĞULLARI Seferihisar Zeytin Üreticileri Birliği 2. Başkanı

113

Markalaşmada Ambalaj Tasarımın Rolü

Dr. Orhan IRMAK Endüstri Ürünleri Tasarımcısı

117

Şişe Tasarımı Temel Kriterleri, Başarılı Zeytinyağı Şişesi Tasarımları ve Üretim Sorunları

Gamze GÜVEN Endüstri Ürünleri Tasarımcısı

121

Sorular-Katkılar

125

Markalaşma Sürecinde Tarih Zeytinyağı**Cengiz DİKMEN** Tarih Genel Müdürü**133****Dünya Markası Olma Yolunda Türk Zeytinyağı****Chirstopher DOLOGH** Kristal Yağları Genel Müdürü**137****Zeytinyağı ve Markalaşma Sürecine Genel Bakış****Ekrem ÖZER** Özaltun Tarım Ürünleri Genel Koordinatörü**141****Zeytin ve Kadın****Pelin Omuroğlu BALCIOĞLU** OLIVURLA Zeytin&Zeytinyağı Üreticisi**145****Butik Zeytinyağının Ödüllere Varan Öyküsü****Selin ERTÜR** Selativo, Zeytinyağı Eksperti, Üreticisi**149****Sorular-Katkılar****151****Zeytin ve Bölge Kültürü Üzerine Kurgulanmış Bir Yaşamı Paylaşmak****Yrd. Doç. Dr. Betül ÖZTÜRK** İzmir Ekonomi Üniversitesi Mutfak Sanatları Enstitüsü Bölüm Başkanı **157****Geçmişten Geleceğe Zeytinyağı ve Yaşam:****Yerel Turizmin Geliştirilmesine İlişkin Gerçekçi Hayaller****Prof. Dr. Artun ÜNSAL** Yazar, Gurme**161****Turizmin Çeşitlendirilmesi, Nitelik ve Pazarlama****Serdar ÇELENK** İzmir Turist Rehberleri Odası Başkanı**167****Dünya'da ve Türkiye'de Zeytinyağı Müzeleri****Doç. Dr. Levent KÖSTEM** Köstem Zeytinyağı Müzesi Kurucusu**170****Ortak Akıl, Kent Belleği Oluşturma, Coğrafi Konumlandırma ve Yöntem****Yrd. Doç. Dr. Koray VELİBEYOĞLU** İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Mimarlık Fakültesi Öğretim Üyesi **175****Sorular-Katkılar****181****İZMİR ZEYTİN SEMPOZYUMU ZEYTİN SONUÇ BİLDİRGESİ****182****KAPANIŞ KONUŞMASI: 'ZEYTİN AĞACI VE BARIŞ'****Sefa TAŞKIN** Bergama Belediye Başkanı 1994-1999 Dönemi Başkanı**185**



Açılış Konuşması

S. Sırrı AYDOĞAN

[İzmir Büyükşehir Belediyesi Başkan Vekili]

İzmir'in tarih boyunca en önemli özelliği, bir liman kenti olmasıdır. Bu kent, binlerce yıllık liman ve ihracat karakterini halen sürdürüyor. İzmir'e, doğudan veya batıdan kim gelirse gelsin mutlaka bir şey bırakıyor. İzmir'den her gidenlerde, bir şey alıp götürüyor. Aklınıza gelen her konuda, İzmir büyük bir kültür birikimine sahiptir.

İzmir Büyükşehir Belediyesi, İzmir'in demokrasi kültürüne uygun yöntemle Ekim 2009'da, İzmir Kültür Çalıştay'ını topladı. Akademisyen, sanatçı, gazeteci, mimar, tarihçi gibi kendi alanlarında uzman, yüze yakın katılımcıyla gerçekleştirilen tartışmalar sonucunda, İzmir'in vizyonu belirlendi. Kültür Çalıştay'ının belirlediği, İzmir vizyonunun düşünsel ve örgütsel yükünü üstlenecek kurum olarak da İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin, 'İzmir Akdeniz Akademisi' adıyla bir yapı oluşturması gündeme geldi. Yoğun çalışma ve tartışmaların arkasından biçimlenen 'İzmir Akdeniz Akademisi', Eylül 2013 tarihinde faaliyetlerine başladı.

Akademi, İzmir vizyonuna referansla 'Tarih', 'Tasarım', 'Ekoloji' ve 'Kültür Sanat' olmak üzere, dört temel öncelikli çalışma alanı belirlemiştir. İzmir Akdeniz Akademisi, stratejisi doğrultusunda ilk olarak Kasım 2014 tarihinde, Akdeniz ülkelerinin tarihi, kültürel ve siyasi birikimlerinin tartışıldığı oturumlarla, 'Uluslararası Akdeniz Tarihi, Kültürü ve Siyaseti Sempozyumu'nu gerçekleştirdi. Akademi, Nisan 2015 tarihinden itibaren Akdeniz'i birleştiren zeytin ağacının ve zeytinyağının bu bölgedeki serüvenini ele aldığı bir konferans dizisi gerçekleştirdi. Bugünde, İzmir Büyükşehir Belediyesi Akdeniz Akademisi, Akdeniz'in kutsal bitkisi zeytin ağacının ve zeytinyağının bölgedeki serüvenini, 'İzmir Zeytin Sempozyumu' ile gündeme taşıyor.

Dikkat ederseniz, en eski çağlardan beri İzmir'in odağında da zeytin var. İncirin ve üzümün de olduğunu biliyoruz. Bazı şeylerin ne zaman başlayıp, ne olduğunu tam bilemiyorum ancak bu bölgenin şarapçılığını da biliyorum. Ama odak noktası, bütün bu bölgelerin ürettiği gençlik iksiri, sağlık iksiri, zeytin ve zeytinyağıdır. Bu bölgenin, en büyük özelliği budur. Antik kentlerde de, Osmanlı döneminde de, bugün de gerçekten zeytin ve zeytinyağı çok önemli. İlk zeytin işleme atölyelerinden birisinin, Urla'da kurulmuş olması da bunun bir ispatıdır.

Hangi konuda olursa olsun, İzmir'de yapılan bütün sempozyumları önemserim. Çünkü sempozyumlar, bilenin bilmediğine bir şey öğrettiği, yanlış bilgilerin düzeltildiği, ileriye dönük daha büyük hareketler yapabilecek fikirlerin olduğu toplantılardır. Akdeniz Akademisi, bugünkü konuyu çok güzel ve yerinde seçmiş; zeytin. Hakikaten bizi ve Dünya'yı da ilgilendiren bir durum bu. Zeytinin yetiştiği ve en çok kullanıldığı bölgeler belli. Ama biz kendimizi, ya anlatamamışız ya da önemsememiştik. Artık Uzak Doğu'ya, Amerika'ya bunu tanıtarak, yavaş yavaş bütün Dünya'ya açıyoruz.

1977-1980 yılları arasında, Bornova Belediyesi başkanıyım. Her Bornovalının, zeytinle ilgili konuşacak bir hikâyesi vardır. Bornova'da doğup, Bornova'da büyüdüysen zeytinle ilgili bir hikâye vardır. Çocukluğumda, bodrumu olan iki katlı bir evimiz vardı. Bodrumda, çinkodan varillerde un, fasulye, şeker gibi ürünler olurdu. İngiltere'den gelme, iki tane de büyük lancamız vardı. Bu lancalar, yüz kilo kadar zeytinyağı alırdı. Etrafları hayıkla örülü sapı olan lancaların üstünde de, Portekiz'den gelme büyük bir mantar vardı. Bornova'da, üç-dört zeytinyağı fabrikası vardı. Rahmetli babam gider fabrikalardan iki, üç şişe yağ alıp eve getirirdi. Akşam sanki bir merasim yapılır gibi yağların birazı çiğ yenir, o yağlara biraz bir yumurta kırılır daha sonra alınacak zeytinyağına karar verilir; gidilir alınır. Zeytinyağı fabrikalarını dolaşıp, o kokuyu almaya çalıştığımı hatırlıyorum.

Yalnız, 1980 ve sonrasında gelen, on beş-yirmi yılda çok acı günler yaşadık. Bütün zeytin ağaçları, kesilmeye başlandı. Çünkü bir aile tarımı olan zeytin, çocukların okutulmasıyla zayıfladı. Bizim dönemimizde, "okuyup adam ol" derlerdi. Okuyup devlet görevine başlanması, girilmesi, tarımdan kopmak anlamına geliyordu. Aile ziraattan çıktığı zaman zeytinci para kazanamadı, kazanması da mümkün değildi. Çünkü aile, bedava işçiydi. Şimdi tarlayı parayla sürdüreceksin, ürünü parayla toplatacaksın onunda karşılığı olmayınca, zeytincilik zamanla Bornova'da bitti. Ve ağaçlar, kesilmeye başladı. Bu ağaçların kesilmesi, o zaman beni derinden yaralamıştı.

Son yıllarda, zeytinde bir toparlanma gözüküyor. Ege Bölgesi'nin her yerinde özellikle de Akhisar, Ayvalık, Aydın'da, zeytin önemli bir ürün olarak korunuyor. Bu tür konferans ve sempozyumlar, zeytin bölgelerinin bulunduğu her yerde yapılmalıdır. Üretimin daha iyi ve daha sağlıklı yapılması, herkese öğretilmelidir. Artık randevulu sistemlere geçmek gerekiyor, zeytinyağı için fabrikadan randevu alınacak ona göre bir gün önce mahsulünü toplayacak. Yerdeki toplayacak, onu da başka birine satacak. Yoksa günlerce, haftalarca bekletilen zeytin, yerden ve ağaçtan taze toplananlarla birlikte karıştırılarak hepsi rafineriye gidiyor, zeytinyağı elde ediliyor. Bunları da yapalım ama kalite sorununu unutmayalım.

İzmir, 'Gurme Kentler Birliği'ne katıldı. Burada, önemli özelliklerimizden biri zeytinyağı ve zeytinyağlılar. İzmir'i, Dünya'ya tanıtırken bu konumumuzu iyi ifade etmeliyiz. Biz, gurme bir kentiz. Yemek yapmayı severiz, yemeklerimizde zeytinyağı kullanırız.

İzmir Büyükşehir Belediyesi olarak, tarıma en büyük desteği veren belediyeyiz. Türkiye'de, Tarımsal Hizmetler Daire Başkanlığı'nı kuran tek belediyeyiz. İzmir'in çiftçisine her konuda yardım edip, kooperatifleri destekliyoruz. Bütün köy yollarını, ova yollarını, zeytinlik yollarını yapıyoruz. Bunu daha temiz bir üretim için, artırarak sürdürüyoruz. Bununla da iftihar ediyoruz. Türkiye'de, bunu biz başlattık. Türkiye'de, İzmir Büyükşehir Belediyesi tarıma açık destek vermiştir. Trilyonlar gitmiştir, karşılığını bu halk, bu İzmir çok daha fazlasıyla alacaktır. Bu çalışmalarımıza devam edeceğiz, bunu da burada belirtmek isterim.

Sempozyumda birçok konuda konuşma, tartışmalar olacak. İzmir Zeytin Sempozyumu'nun ileriye dönük, İzmir'imize, halkımıza, çiftçimize, zeytincimize çok büyük yararlar sağlayacağına inanıyorum.



Fotoğraf: TOLGA ÖZMEN



Ağaçtan İnsana

Nedim ATİLLA

[Gazeteci, Slow Food Lideri, Yazar]

Ahmed Adnan Saygun Sanat Merkezi'nin bu salonunda, zeytine gönül vermiş bu kadar güzel insanı görmek gerçekten büyük mutluluk veriyor. Ali Ekber Yıldırım arkadaşım, benim mesleğim gazetecilik. Tarımdan söz açılınca, birçok mevzuda olduğu gibi zeytin konusunda birbirine çok yakın düşünen insanlar.

Sempozyum programında, 'Slow Food Özel Oturumu' var. 'Slow Food Özel Oturumu'nda da söyleyeceğim ama burada baştan ilan edeyim... Zeytin ve Slow Food, üç sözcüğe dayalı; iyi, temiz ve adil... Zeytin; iyi bir ürün, temiz bir ürün, adaletli bir ürün. Zeytine gönül vermiş herkesin iyi, temiz ve adil olduğunu kabul ederek söze başlamak istiyorum. Önümüzdeki yıllarda, bu coğrafya üzerinde gerçekleştirmeyi planladığımız önemli işlerden de bahsedeceğiz. Açılış konuşması yapan, Sayın Başkan Dr. Sırrı Aydoğan'a çok teşekkür ederiz.

İzmir Büyükşehir Belediyesi, diğer belediye yöneticileri, değerli yöneticileri, Ulusal Zeytin Zeytinyağı Konseyi başkanımız ve zeytin sektörünün önemli insanlarıyla bugün bir aradayız. İzmir Akdeniz Akademisi'nin bu sempozyumu düzenlemesi, çok sevinç verici bir şey. Çünkü Akdeniz zeytinsiz olmaz, zeytin Akdeniz'siz olmaz. Tarihin, arkeoloji, epigrafi, nümüzmatik, sosyoloji, sosyal antropoloji, edebiyat, halk bilimi, mimarlık da zeytinsiz düşünülemez. Bu bilimlerin tamamına şöyle bir dokunduğumuzda, bu disiplinlerde mutlaka zeytinle karşılaşırız. Bu nedenle, İzmir Akdeniz Akademisi yönetimini, zeytin tercihindan ötürü kutlamamız gerekiyor.

Zeytin, her anlamda aydınlıktır, aydınlanmadır. Zeytin, dinler tarafından kutsanmış bir üründür. Bir ürün, durup dururken dinler tarafından kutsanmıyor ya da medeniyetlerin simgesi haline gelmiyor. Çünkü dinler tarafından kutsanan ürünler, -zeytin, üzüm, incir- birer bereket ve şifa kaynağıdır. İzmir Zeytin Sempozyumu'na, ülkemizin farklı yerlerinden gelen dostlarımız var. Aslında hepiniz, zeytin coğrafyasına geldiniz. Burada yaşayanlar da çok iyi biliyorlar ki, bizler zeytin coğrafyası insanlarıyız. Antik Çağ'daki adıyla söyleyelim; bulunduğumuz yer Elea yani Aelios'in kenarı. Aslında, Aelios ya da Elea bütün dillere daha sonra 'oil' sözcüğünü de taşımış olan yani zeytinin limanını, zeytinin iskelesini taşımış olan bu liman, bu coğrafyada bin yıllardır hep aynı öyküyü yaşıyor. Bu yıl da, Eylül ayının sonundan Şubat ayının sonuna kadar hep aynı şeyler yaşanacak, bin yıllardır olduğu gibi. Eylül, zeytin mevsiminin, zeytin şenliğinin başlangıcıdır ve Ocak sonuyla, Şubat başına kadar her yer mis gibi zeytin kokacaktır. Başkan Sırrı Aydoğan, az önce "Zeytinyağı fabrikalarını dolaşıp, o kokuyu almaya çalıştığımı hatırlıyorum" diyordu ya evet o kokuyu alırsanız. Mis gibi bir kokudur o, bilene mutluluk veren kokudur. Çünkü bereket demektir, bolluk demektir, asırlık zeytin ağaçlarından gelen sağlığın haberi demektir. Önce çağla yeşili bir ağaç süzülecektir, erken hasat meyvelerin suyu

sıkıldığında kalanlar ya kırılacak, ya çizilecek, ya salamura edilecek kısacası bitmek bilmeyen bir emek verilecek. Sonbaharın erken hüznüne başlayan bu zahmetli serüven, bin yıllardır aynı hevesle tekrarlanacaktır. Hani İran'lı şaire, "Heves nedir?" diye sorduklarında, "Kırk şair olsam, yazamam bir hevesi" diye verdiği cevap gibi... Zeytin, sözümün başında söylediğim gibi iyi, temiz ve adil üründür; onun ötesinde, hevesin ürünüdür. Zeytini sevmeyen, zeytincilik yapamaz. Çünkü zordur, ağırdır.

Türkiye'nin bilinmeyen bir özelliği, zeytini sofrada özellikle kahvaltıda tüketme geleneğidir. Gürcistan ve Azerbaycan'a baktığımda, kahvaltıda zeytin tüketmenin, bir miktarı var. Yeni yeni Yunan adalarına da taşındı bu kültür. Ülkemizden o adalara, çok giden olup da isteyince artık onlar da sabah kahvaltısında, salamura zeytin çıkarıyorlar. Nefis sofralık zeytinler ürettiğimizi, rahatlıkla söyleyebiliriz.

Zeytin ağaçları, muhteşem gövdeleri, dört mevsim dökülmeyen gümüş yaprakları, heybetli dallarıyla, insanı kendisine hayran bırakırlar. İnsan durup durup, bir daha bir daha seyretmek istiyor. Zeytin ağacının, henüz tarihin bile hesaplayamadığı zamanlardan gelmesi de çabası. Masalların yanında tüm din kitaplarında, bilinen bütün ritüellerde zeytin ve zeytin ağacı var ve açıkçası varlıklarını da, o güzelliklere borçlular. Bilinen bir hikâye var: Zeus, "Gidin bana yeryüzündeki en faydalı ürünü getirin, en iyisini getirene ödül vereceğim" diyor. Osedon ve Athena finale kalıyorlar. Osedon üç dişli çatalını sapladığı kayayı, bir ata dönüştürüyor ve "Bütün Dünya'yı fethetmeniz için size bu atı armağan ediyorum" diyerek yere sapladığı mızrağını, zeytin ağacına dönüştürüyor. Sonra, "Ben zenginlik ve bereketi bütün insanlığa armağan ediyorum. Ölmezliği armağan ediyorum" der. Bunun üzerine Athena, şehrin Tanrıçası oluyor.

Bergama Athena Tapınağı, bilinenlerin en büyüklerinden bir tanesidir. Bugün, Atina'dakinden de büyük bir Athena Tapınağı'na sahibiz. Ama zeytinin hikâyesi, Zeus'tan çok öncelere gider. Hani şairimizin, "Âdem ile Havva dünkü çocuk sayılır" dediği gibi bu coğrafyada eski Mısırlılardan, Anadolu'nun o eski halklarına kadar herkes, zeytin ağacı yetiştirmeyi ve zeytinyağı elde etmeyi çok önemsemişler. Mısır'da, İsis diye zeytinyağı Tanrıçası var. Semavi dinlerin kitaplarında da var; Musevi inancında *Tevrat*'ta kutsal ağaç, *İncil*'de hayat ağacı, *Kur'an-ı Kerim*'in Nur Suresi'nde, "Mübarekettü'n-zeytünettin" ifadesi var.

İşte, bütün bunlar bize çok önemli bilgileri taşıyor. Expo'ya katkı sağlamak için Nezih Öztüre'yle birlikte, İzmir'in EXPO 2015 adaylığı çerçevesinde, Sağlık Yurdu Batı Anadolu [Türkçe ve İngilizce, 2007] kitabını hazırlamıştık. Kitapta, İzmir Arkeoloji Müzesi'nde bulunan mezar stilinin görüntülerini yayınladık. Yazıt üzerinde; "Sadece iyi insanlar zeytin dikebilir" yazıyordu. Yani Antik Çağ'da, Batı Anadolu'da sadece iyi insanların zeytin tarımı yapmasına izin verildiği yazıyor.

Sözümün başında da söylediğim gibi; zeytin iyi, temiz ve adil bir ağaçtır. Tarımını da, güzel insanlar yapmalılar. İlk zeytinyağı üretimiyle ilgili ipuçlarıysa; Nizip'te, Gaziantep'te, Mardin'de rastlıyoruz. Bilim, zeytinin anavatanını Mardin, Kahramanmaraş, Hatay üçgeni olduğunu belirtiyor. 'Slow Food Özel Oturumu'nda Samir Bayraktar, o bölgedeki Antik Çağ'ın en eski

zeytin ağaçlarından bu yıl nasıl zeytinyağı çıkartacaklarını, Nizip'ten nasıl zeytinin gen kaynağına ulaşmış, o zeytinyağını üreteceklerini anlatacak. İşte müthiş bir yolculuğun hikâyesi...

İzmirli Homeros, zeytin ağacıyla yan yana düşünmemiz gereken önemli bir kimlik. Bayraklı'da bir Athena Tapınağı var. Akıl ve mantığın tapınağı orası. Çünkü, Athena akli temsil ediyor.

Prof. Dr. Güven Bakır hocamızın, Urla'da ayağa kaldırdığı Antik Çağ döneminden kalma zeytinyağı ışığında kullanılan teknik bizlere, iki bin altı yüz yıl önce de zeytinyağının kaliteli bir şekilde üretilme çabasını gösteriyor. Ama orada üretilen zeytinyağı, sadece lezzetli yemeklerde kullanılmıyor ve kentleri de aydınlatıyordu. Zeytinyağı, hem kentleri hem de insanların akıllarını aydınlatıyordu.

Bildiğiniz gibi zeytin bereketin, zeytin dalı da barışın sembolüdür. Başka hemşehrilerimiz var zeytini anan; İstanköy'lü Hipokrat, kendisi aslında Halikarnas'ta [Bodrum] yetişmiştir, Hipokrat, "Yiyeceğin ilacın olsun, ilacın da yiyeceğin", "Zeytinyağı, yemek için sadece yararlı değildir, gereklidir" der. Günümüzün hekimleri de, "Sadece yararlı değil, gereklidir" derler. Zeytinyağı; anti-viral, anti-bakteriyel, anti-nikotik etkilerini anlatacak kadar tıp biliminden anlamıyorum ama çok yararlı olduğunu biliyorum.

İzmir Zeytin Sempozyumu'nun alt başlıklarından birisi de; 'Zeytinime Dokunma!' Ne güzel bir cümle... Son yıllarda zeytin ağacı, Anadolu topraklarında bildiğiniz üzere hak ettiği var olma savaşını veriyor. Ayvalık Ticaret Odası'nın, bundan on yıl önce ilk girişimleri başladığında zeytinyağı tüketimi kişi başına yılda, 0,8 litre idi. Hem daha fazla zeytin ağacı dikiyoruz, hem de kişi başına zeytinyağı tüketimimiz çok az. Başkan Sırrı Aydoğan'nın dediği gibi, yetmiş beş milyonluk ülkede, yüz otuz milyon-yüz elli milyon kilogram zeytinyağı tüketilmesi kabul edilemez. Girit'te otuz litre, İtalya'da yirmi iki litre, Yunanistan genelinde on sekiz litre, Fransa'nın güneyinde yirmi beş litredir. Turgutlu'yu geçtikten sonra zeytinyağı bulamıyoruz. İzmir'in beş yıldızlı otellerinde, sabah kahvaltılarında maalesef zeytinyağı çıkmıyor. Turistik bölge Antalya'daki, bütün o şerit boyunca zeytinyağı çıkmıyor. Aşçılarla konuşuyoruz, başka panellerde bir araya geliyoruz, "pahalı" diyorlar. Çünkü aşçıları, bir satın alma müdürü gibi kullanıyor otel yönetimleri. Ama şu karşı adalarda küçücük bir pansiyona gitseniz, size sabah kahvaltısında zeytinyağı getiriyorlar, öğlen bir şey yiyecekseniz masanıza önce zeytinyağıyla, mis gibi zeytin konuyor. Biz onlardan daha iyilerini üretiyoruz ama maalesef sunamıyoruz. Çok ciddi bir zeytinyağı eğitime ihtiyacımız var.

Gastronomi açısından, sağlık açısından, Akdeniz diyet etiki açısından, insanın beslenmesinde önemi büyük ama bunun ötesinde ticaret anlamında da önemi büyük. Daha çok zeytinyağı ihraç etmeliyiz. Güzel ülkemiz Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte, yurdumuzun zengin doğal kaynaklarını en iyi biçimde değerlendirmeye yönelmiştir. Bu kapsamda, ekonomik gücün temel öğelerinden, tarım sektörünün geliştirilmesine büyük önem verilmiştir. Bornova'da kurulan Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, büyük Atatürk'ün emriyle kurulmuştur. Edremit Zeytincilik Araştırma Enstitüsü'nün kuruluş hikâyesini [maalesef, İran'lı gazetecilerden okuruz] okuduk, öğrendik. Mustafa Kemal, İran Şahı İzmir'e geldiğinde İzmir'in valisi ve belediye başkanı

Kazım Paşa'ya verdiği direktifle kurulan Zeytincilik Araştırma Enstitüsü'nü anlatır İran Şahı'na. Bunun üzerine Şah, "Ne güzelmiş, bak bunun soyadı Girit olsun" der ve Kazım Paşa'nın soyadını birlikte verirler. Kemalpaşa'da, eski adı Nif olan yerde, Türkiye'nin en geniş zeytin ağacı koleksiyonuna sahibiz ama biz o ağaçları korumakta zorlanıyoruz. Orada müthiş bir koleksiyon var, Türkiye'deki tüm ağaçlar orada ama biz onları koruyamıyoruz. Edremit Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, Manisa Horozköy'de kurulan sofralık Üzüm Enstitüsü, Tekirdağ Mürefte'de kurulan Şaraplık Üzüm Enstitüsü, Erbeyli'de kurulan İncir Enstitüsü gibi bunların hepsi, Gazi Mustafa Kemal'in müthiş öngörüsüyle kurulmuştur. Ne yazık ki, Gazi'nin taşıdığı o uzak görüşe, bugün sahip değiliz.

Zeytincilikte, günü kurtarmaya dönük değil, uzun vadeli ve gerçekçi yaklaşımlara ihtiyacımız var. İhracatta zeytini ağırlıklı bir yere getirme ihtiyacımız var. Önemli eksikliklerden bir tanesi de, 1830 yılından 1930'lu yıllara kadar geçen, yüz yıllık süreç içinde zeytinyağı endüstrisiyle ilgili araştırmalar yetersiz. İzmir'de, zeytinyağı fabrikası işleyip sıkım hanesi 1830-1940'lı yıllara kadar olan kısmı yok, ondan sonra başlıyor, çok önemli bir endüstri geliyor. İzmir'in zeytinyağı geçmişi üzerine de araştırma yapmak zorundayız. Ayvalık yanı başımızda önemli yerlerden biri, Küçük Menderes, Büyük Menderes, Gediz boyunca, bütün kıyılarda zeytin üretimi var. Bütün bunları ve İzmir merkezdeki zeytinyağı üretimi geçmişini araştırma, belki de Ahmet Piriştina Kent Arşivi ve Müzesi'nin [APİKAM] çalışmalarını bekliyor.

İzmir'in içindeki zeytin ekonomisine bakmak için, sevgili meslektaşım Ali Ekber Yıldırım'a sözü vermek istiyorum.

Ölmez Ağacın Peşinde

Ali Ekber YILDIRIM

[Gazeteci]

Panelden önce, Nedim Atilla'yla konuşmadık. Sanki, doğal bir görev bölümü oldu. Nedim Atilla, her zamanki gibi engin bilgisi ve tecrübesiyle zeytinin mitolojisini, sağlığını, gastronomiyle ilişkisini anlattı. Bana da, işin ekonomi bölümü kaldı. Tarım konusunda yazı yazan ve daha çok işin ekonomisiyle ilgilenen bir gazeteciyim. Açılış oturumunda, aslında çoğunuzun bildiği bilgileri, iki gün boyunca neler konuşacağımıza dair bir çerçeve sunmak istiyorum.

Öncelikle, İzmir Akdeniz Akademisi'ne gerçekten çok teşekkür ediyorum. Hepimiz bu konuda, birçok toplantıya katılıyoruz. Bu toplantıların çoğunda, genellikle zeytinyağı konusunu tartışıyoruz. Kısaca, zeytin çok gündeme gelmiyor.

İzmir Akdeniz Akademisi'nin düzenlediği bu toplantının başlığının, 'İzmir Zeytin Sempozyumu' olmasının ayrıca önemsenmesi gerektiğini düşünüyorum. Zeytini bir yana bırakıp sadece zeytinyağını tartışınca, buğdayı değil de unu tartışmak gibi oluyor. Biraz sonra zeytinyağına da değineceğim ama işin kaynağında olan zeytine mutlaka bakmamız gerekiyor. Devlet, zeytine değil zeytinyağına destek veriyor. Neden? Çünkü daha az kaynak, daha az destek verebilmek için. Türkiye'de zeytin, daha çok ağaçlar kesilince, zeytinlikler talan edilince akla geliyor. Ancak o zaman gündeme geliyor.

Biraz önce Nedim Atilla söyledi, zeytinin anayurdu, Güneydoğu Anadolu'yu da içine alan aslında Yukarı Mezopotamya ve Güney Ön Asya toprakları olarak kabul ediliyor. Zeytin; barışın, bereketin ve aynı zamanda Akdeniz uygarlığının sembolü, simgesi. İnsan sağlığı için çok yararlı. Bunu her fırsatta bilim insanları, sağlık uzmanları, doktorlar söylüyor. Kutsal kitaplarda yer alan ve uzun ömürlü olması nedeniyle sempozyumun adını da alan 'ölmez ağaç' olarak adlandırılıyor.

Zeytinin üretiminin yayıldığı bölge olarak baktığımızda, Akdeniz Havzası'nı burada bir bütün olarak görüyoruz. Dünya zeytin üretiminin %95'i, Akdeniz Havzası'nda gerçekleştiriliyor. Yaklaşık bir milyar zeytin ağacı var, bundan da yıllık ortalama on yedi-on sekiz milyon ton dane zeytin elde ediliyor. Dünya üretimine baktığımızda sofralık zeytin üretiminin son beş sezonun ortalaması, iki buçuk milyon ton; zeytinyağı üretimi de ortalama üç milyon ton. Dünya sofralık zeytin üretiminde ve zeytinyağında da Avrupa Birliği'nin tartışılmaz bir üstünlüğü ve ağırlığı var. Avrupa Birliği, sekiz yüz elli bir tonla en büyük üretici ve Türkiye'de, dört yüz otuz sekiz bin tonla Dünya'da sofralık zeytin üretiminde, ikinci sırada. Daha sonra Mısır, Cezayir, Suriye gibi ülkeler geliyor.

Dünya zeytinyağı üretimine baktığımızda, Avrupa Birliği çok önde gözüküyor. Olumsuz hava şartlarının yaşanmadığı yıllarda, Avrupa Birliği'nin zeytinyağı üretimi sezon başına yaklaşık

iki buçuk milyon tondur. Normal sezonlarda en büyük üretici İspanya'da, bir milyon yedi yüz bin tona kadar bir üretim söz konusu. Ancak son iki sezonda İspanya ve İtalya'da olumsuz hava şartları, özellikle kuraklık nedeniyle üretimin neredeyse yarı yarıya azaldığını görüyoruz. Türkiye, zeytinyağı üretiminde bir dönem, ilk dört ülke arasındaydı. Üretimimizi arttırdık ama diğer ülkeler bizden daha çok arttırdılar ve şu anda Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifler Genel Müdürlüğü verilerine göre, Türkiye bazı sezonlar beşinci, bazılarındaysa altıncı sırada yer alıyor. Son sezonlarda, 'var yılı', 'yok yılı' periyodu büyük ölçüde ortadan kalktı.

Son dört sezonda zeytinyağı üretimi yüz doksanza, yüz kırk bin ton arasında değişiyor. Son on yılda, dikilen milyonlarca zeytin ağacı cerime ulaştıkça önümüzdeki yıllarda üretimin daha da artmasını bekliyoruz. Sayılarla Türkiye'deki zeytinciliğe baktığımızda zeytin alanı, sekiz yüz on üç bin yedi yüz altmış beş hektardır. Bu, aşağı yukarı toplam tarım alanlarının %3'üne denk geliyor. Ağaç sayısı; on yıl önce yüz milyonken, bugün yüz altmış yedi milyondur. Toplam zeytin üretimimiz, bir milyon altı yüz bin tondur. Bunun dört yüz otuz bin tonu, sofralık olarak değerlendiriliyor. Yıllara göre değişkenlik göstermesine rağmen son yılların verilerini alırsak, bir milyon iki yüz bin ton zeytin yağlık olarak değerlendiriliyor. Sofralık zeytinin ortalama üç yüz elli bin tonu içeride tüketilirken, altmış-yetmiş bin ton arasındaki ürün ihraç edilmektedir. Zeytinyağı üretiminin, son yıllar ortalaması yüz doksanza bin civarındadır. İhracatımız hem dış piyasalara, hem fiyatlara bağlı olarak çok dalgalı bir seyir izliyor. Bazı yıllar, çok yüksek olabiliyor. Doksanza yüz bin ton ihracat yapılan yıllar oldu. O dönemde ağırlıklı olarak zeytinyağı, dökme olarak ihraç ediliyordu. Son döneme baktığımızda daha az zeytinyağı ihraç ediyoruz ama daha çok döviz sağlıyoruz. Çünkü daha çok ambalajlı ve markalı ürün ihraç etmeye başladık. Dökme yağ ihracatı yerine, markalı ve ambalajlı ihracatın yapılması daha olumlu bir gelişmedir. Türkiye'nin zeytinyağı tüketimi, yüz elli bin ton civarında olduğu tahmin ediliyor. Bu da kişi başına, aşağı yukarı iki litreye denk geliyor. Ege, Marmara, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu bölgeleri zeytin üreten bölgelerdir. İl olarak da Aydın, İzmir, Manisa, Muğla, Balıkesir, Çanakkale, Hatay, Adana, Gaziantep, Mersin öne çıkan illerimiz olarak dikkat çekiyor.

Zeytinciliğe, İzmir açısından bakarsak; bir liman kenti, bir dış ticaret, kültür kenti olması yanında İzmir önemli bir tarım kentidir. İzmir, geçmişten bugüne tarımda olduğu gibi zeytincilikte de önemli bir yere sahiptir. Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi'nin 2014-2015 sezonu verilerine göre, İzmir'de yaklaşık yirmi milyon zeytin ağacı var. Zeytin üretimi, yüz doksanza beş bin ton ve bunun yirmi dört bin tonu sofralık olarak değerlendiriliyor.

İzmir'in zeytinyağı üretimi, otuz beş bin tondur. Zeytincilikle ilgili, İzmir'de çok önemli kurumlar ve kuruluşlar var. Bunlar; Bornova Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği, Tarih Zeytin ve Zeytinyağı Birliği, Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi, Zeytin ve Zeytinyağı Tanıtım Komitesi'dir. Anadolu'nun en eski zeytin işliğı, Klazomenai İzmir Urla'dadır. Zeytin tüketimine yakından baktığımızda; Türkiye'de sofralık zeytin tüketiminin %70'i dökme olarak pazara sunuluyor. Pazar yerlerinde de, büyük hipermarketlerde de, yol kenarlarında da dökme olarak ya da çoğunlukla, çok uygun olmayan ambalajlarda satışa sunuluyor. Kayıtdışı üretimin yaygın olduğu zeytin ve zeytinyağında zaman zaman tağşiş ve

sağlığı tehdit eden katkı maddeleri, kimyasallar kullanıldığı biliniyor. İhracatta giden zeytinlerde tekstil boyasının bile kullanıldığını gördüğümüz dönemler oldu. Zamanla sektör, bunları kendisi elemine etti ve bugün daha uygun koşullarda üretim yapıldığını söyleyebiliriz. Türkiye’de, zeytinyağı tüketimi az. Kişi başına yıllık zeytinyağı tüketimi Yunanistan’da yirmi dört litre, İspanya ve İtalya’da on dört, Tunus, Portekiz, Lübnan ve Suriye’de sekiz litre, Türkiye’deyse en iyimser tahminle iki litre. Bu ülkelerin tamamı önemli zeytin ve zeytinyağı üreticisi ülkelerdir.

Dünya’daki tüketime baktığımızda zeytinyağının %62’si, Avrupa Birliği’nde tüketiliyor. Avrupa Birliği’nden sonraki en büyük tüketici, %9 payla Amerika’dır. Amerika, gerçekten büyük bir pazar ve şu anda bütün üretici ülkelerin gözü bu pazardadır. Herkes oradan pay almaya çalışıyor. Keza Brezilya, Çin, Japonya, Rusya gibi gelişmiş ülkeler bu ürünü almak için her zaman yarışıyorlar.

Zeytincilik konusunda örgütlenmeye gelince, ülke genelinde üreticilerin örgütlendiği iki büyük kooperatif birliği var: Marmarabirlik ve Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Birliği. Marmarabirlik daha çok sofralık zeytin konusunda çalışmalarını yoğunlaştırırken, İzmir ve Ege’de faaliyet gösteren Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Birliği, zeytinyağı ağırlıklı olarak çalışıyor. Marmarabirlik, bölgesinde yetiştirilen sofralık zeytinin yaklaşık %32’sini satın alarak işleyip piyasaya sunuyor. Zeytinyağında da Tariş, piyasada önemli bir aktör. Çok güvenilir ve önemli bir marka olarak tüketiciler tarafından da her zaman tercih ediliyor. İşletme yapısına baktığınızda, Türkiye’de yaklaşık üç yüz yirmi bin zeytinci aile işletmesi olduğu tahmin ediliyor ve bu üreticilerin %14’ü Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Birliği, Güneydoğu Birlik ve Marmarabirlik’e ortaktır. Güneydoğu Birliği, zeytincilik bölümünü şu anda tasfiye etmeye çalıştığı için biraz önce saymadım. Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Birliği’nin yirmi üç bin, Güneydoğu Birliği’nin beş bin ve Marmara Birliği’nin, otuz bir bin ortağı var.

Zeytincilikte, kooperatifçilik modeline değinmek gerekirse; değerlendirmeyi en büyük üretici ve en büyük tüketici olan Avrupa Birliği ülkeleriyle, Türkiye arasında yapmak gerekir. Avrupa Birliği ve burada da lider konumunda olan İspanya’nın kooperatifçilik yapısı, bizim kooperatifçilik yapımızdan çok farklıdır. İspanya’da zeytinyağının %70-80’i kooperatifler üzerinden pazarlanıyor. Üretici, ürününü alıp kooperatife götürüyor; kooperatif, ürünün miktarını, yağ oranını tespit ederek bunu çiftçiye bir belge olarak veriyor. Örneğin, bir çiftçi ürününü kooperatife götürüyor. Ürünü tartıldıktan ve numune alındıktan sonra, “On ton zeytin var ve yağ oranı da %40” diye bir belge düzenlenerek üreticiye veriliyor. Üretici, o belgeyle gidip bankadan, finans kuruluşlarından çok uygun şartlarda kredi kullanabiliyor ve kooperatif ürünü aldığı sırada ona bir ödeme yapmıyor. Kooperatif ürünü sattıktan sonra, üretici ortağına ödemesini yapıyor. Türkiye’deyse, yıllarca devlet destekleme politikası kapsamında ürün alıp değerlendiren kooperatif birlikleri, hükümetlerce siyasi amaçla kullanıldığı için üretici tarafından devlet kurumu olarak görülüyor. Bugün bile, ‘özerk’ denilse de birlikler, ‘devlet baba’ olarak görülüyor. Üretici, ürününü kooperatife veriyor ve parasını peşin almak istiyor. Daha sonraki aylarda fiyatları dalgalanmalar, piyasadaki fiyat artışı-düşüşü gibi durumları üretici risk olarak üstlenmiyor. Bu durumda riski daha çok kooperatifler ve birlikler üstleniyor. Zarar edince de, “kapatalım kooperatifleri, bunlar devlete yük oluyor” diye kooperatifçilik yok ediliyor.

Destekleme konusuna gelince; sofralık zeytin için herhangi bir devlet desteği yok, zeytine destek verilmiyor. Ama zeytinyağına ilk kez, 1998 yılında olmak üzere prim desteği veriliyor. Prim desteği ilk başladığı yıl, dolar bazında kilogram başına kırk sentti. O dönem zeytinyağı satılmıyor ve çok ciddi stoklar vardı. Fiyatlar bugünkü gibi değil, deyim yerindeyse yerlerde sürünüyordu. Devlet üreticiye destek olsun diye, kilo başına kırk sentlik bir prim verdi. Ancak ertesi sene prim kaldırıldı. Bir sene sonra da, yirmi sekiz sent prim verildi ve ondan sonra bu süreklilik kazandı. Fakat dolardaki artışla birlikte bu prim, Türk lirası olarak verilmeye başlandı. Zaman zaman prim düşürüldü. Bazı yıllar artırıldı. 2005 yılında, on kuruşa kadar düşürüldü. 2015 yılında, yetmiş kuruş olarak uygulanıyor. Şuna da dikkatinizi çekmek istiyorum; Türkiye’de üretilen, yüz doksan bin ton zeytinyağının ancak altmış bin tonu prime tabi olabiliyor. Bir başka anlatımla, ancak 1/3 oranı prime tabi oluyor. Primle ilgili kısa bir anımı da anlatayım size; Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanı Mehdi Eker, yazdığım yazılara çok kızılıyordu. Bir kaç yıl önce, Özel Kalem Müdürü beni Bakanla bir araya getirmek istedi. Randevulaştık ve Ankara’da makamında başbaşa bir görüşme yapacağız. Bana verilen görüşme saati, 13.30’du. Uçakla, Ankara’ya gittim. Özel Kalem Müdürü Selami Gülay aradı. Bakan Bey’in, saat 15.00’te bir toplantısı olduğunu daha uzun konuşmak için görüşmeyi saat 17.00’ye almak istediklerini, böylece ucu açık uzun uzun konuşabileceğimizi söyledi. Saat, 17.00’yi geçiyordu. Bakan’ın odasına girdiğimde, masasında benim haftalık yazım duruyordu. Kırmızı kalemle her tarafı çizilmiş ve yüzüme bakarak, “Biz, sizi bu yazılar için davet etmedik” dedi. “Doğrudur” dedim. Sonra söz bir yerde yazılara geldi. O’na göre ben, birçok şeyi yanlış yazıyorum. O da, kendince yazılarımı düzeltmeye çalışıyordu. Konu zeytinyağına geldi, “Zeytinyağında da ilk kez primi biz verdik” dedi. Kendisine; “Sayın Bakan, o konuya hiç girmeyelim. Çünkü zeytinyağı pirimi, ilk kez Yalım Erez’in, Sanayi Bakanı olduğu dönemde verildi. Üstelik kilo başına kırk sentti ve siz geldikten sonra bunu on kuruşa düşürdünüz” hatırlatmasını yapınca çok sinirlendi. Elini telefona götürdü ve Müsteşarı Vedat Mirmahmutoğulları’na soracağını söyledi. Kendisine, “Sizin müsteşarınız konuyu bilmiyor olabilir. Çünkü zeytin, zeytinyağı daha önce Sanayi Bakanlığı’na bağlı onunla ilişkilendirilen bir üründü. Sanayi Bakanlığı Müsteşarı Adem Şahin daha iyi bilir” dedim. Yine kızdı. Müsteşarını aradı, tabi tahmin ettiğim gibi müsteşar bilmiyor ve on dakika sonra biz sohbe devam ederken telefon geldi. Mehdi Bey’in yüzü değişti, telefonunu kapattıktan sonra bana döndü; “Haklıymışsınız, zeytinyağı primini biz başlatmamışız.” Ben de, “Elbette biz de yanlış yapabiliriz ama bilgilerimizi doğrulamak, doğru bilgiyi vermek her zaman çok daha önemli” cevabını verdim.

Tekrar destekleme konusuna dönersek; zeytincilikte alan bazlı destekler var. Dekara, dört lira seksen beş kuruş mazot desteği ve altı lira altmış kuruş gübre desteği veriliyor. Ayrıca ihracatta da marka ve ambalaj desteği var. Bu önemli bir destek, çünkü son yıllarda dökme olarak değil de kutulu ve ambalajlı olarak ihracat arttı. 2005 yılından bu yana yeni zeytinlik tesis edenlere, sertifikalı fidan kullanım desteği veriliyor. O dönemde bizim uyarmamıza rağmen yağlık, sofralık, bütün çeşitlere ayırım yapmaksızın dekar başına iki yüz elli lira destek ödemesi yapıldı. Fakat çeşit ayırımı olmaksızın verilen bu desteğin, yanlış olduğu anlaşıldı.

Zeytinde fidan desteğinin nasıl yanlış kullanıldığını, yaşadığım bir örnekle paylaşmak istiyorum. Hatay'da bir toplantıya gitmiştim. Kaldığımız otelde bir dönem Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde başkan vekilliği de yapan Murat Sökmenoğlu'yla karşılaştık. Gazetemizin Genel Yayın Yönetmeni Osman Arolat beni, "Gazetemizin tarım yazarı" diye tanıttı. Sökmenoğlu'yla aynı otelde kalıyoruz. Sabah kahvaltısında, biraz da heyecanla yanıma geldi; "Akşam biraz internette araştırdım, siz benim işime yarayacak birisiniz" dedi. "Ne oldu?" diye sordum. "Biz Amik Ovası'nda eskiden pamuk yetiştiriyorduk fakat zeytine destek gelince, pamuk da para etmediği için pamuk yerine, yaklaşık on yedi bin zeytin fidanı diktik. Dört yıl sonra ilk ürün aldığımızda, Gemlik zeytini dikmekle hata yaptığımızı gördük. Gemlik zeytini burada iklimden dolayı kabuğu çok sertleşiyor, sofralık olarak tüketemiyoruz. Yağ oranı çok düşük, ne yapacağız?" diye anlattı. Dedim ki; "Bunu bir köylü yapsa deriz ki bilinçsiz, araştıramadan üretim yapıyor. Siz bu kadar bilgili, Meclis'te başkan vekilliği yapmış birisi olarak nasıl böyle bir hata yaptınız?" Anlattığına göre, daha önce, Tarım İl Müdürlüğü'nde çalışan biri oradan ayrılmış, fidan satışına başlamış. O'nun, "Buna çok iyi destek veriliyor, işte yüz tane dikerseniz en az yetmiş-seksen tanesi tutar, diğerlerinde bu oran daha düşüktür" şeklindeki yönlendirmesiyle, Gemlik fidanı dikmişler. Çok büyük bir zarar tabii...

O dönemde bu yanlış, her yere Gemlik fidanlarının dikilmemesi gerektiğini çok yazdık ama Bakanlık, bu yanlışını sürdürdü. Dört-beş yıl sonra da sanki kendileri bulmuş gibi, "Bu çok yanlış bir uygulama, biz vazgeçtik" deyip Gemlik'i destek dışına aldılar. 2015 yılına baktığınızda, yağlık zeytin çeşitleriyle bahçe tesis edenlere şu anda standart fidan kullananlara dekarı elli lira, sertifikalı fidan kullananlara da, yüz elli lira bir destek sağlanıyor. Zeytinciler, katıldığım her toplantıda, her ortamda mutlaka, "Zeytine prim verilsin" diye söylüyorlar. Bu on yılı aşkın bir süredir dile getirilen bir konu. Fakat zeytine prim verilmiyor. Diğer ürünlere, mesela ayçiçeğine, mısıra, soyaya, kanolaya, pamuğa hepsine ana ürüne yani birinci derecede ana ürüne prim veriliyor. Ama zeytinde, zeytinyağına veriliyor ve ana ürün zeytine prim verilmiyor. Zeytin üreten kişi burada ciddi mağdur oluyor ve bu destekten yararlanamıyor. Zeytinyağında prim, 2015 yılında litre başına yetmiş kuruş veriliyor. Avrupa Birliği, desteklerle ilgili birçok değişiklik yaptı. Stok yardımı, alan bazlı destek şeklinde yine litre başına 1,3 Avro gibi bir destek sağlıyor. Aslında bu prim sadece üreticinin değil, sanayicinin de, vergi gelirleri açısından devletin de yararına ama bir türlü anlatılamıyor. Seçim öncesinde, hükümetten bir milletvekili, "Biz, zeytine prim vereceğiz" dedi ama bir seçim vaadi olarak kalacak gibi görünüyor.

Bu arada birçok gıda ürününde Katma Değer Vergisi [KDV] %1 iken, zeytinde hala %8'dir. Bu da çok dile getirilen ama bir türlü çözülemeyen sorunlardan birisidir. Zeytincilik, biraz önce Nedim Atilla da söyledi, ciddi bir tehdit altındadır. Bir yandan yeni zeytin ağacı dikiyoruz fakat bir yandan da sürekli zeytin ağaçları kesiliyor, yok ediliyor. İmara açılan alanlar, madencilik, enerji yatırımları, otoyollar ve diğer altyapı çalışmaları nedense hep zeytinlik alanlardan geçirilmek isteniyor. Bursa-İzmir otoyolu için bugüne kadar kesilen zeytin ağacı sayısının, iki yüz binden fazla olduğu ifade ediliyor ki bu gerçekten ciddi bir rakam. Yine hepimiz yaşadık, Manisa'nın Soma ilçesinin, Yırca köyünde altı bini aşkın ağaç kesildi. Kesmekle yetinmediler

sonra oraya yeni ağaçlar dikildi. Fakat geçen hafta, bu kez bir yangın çıkardılar. Yani zeytini sadece kesmiyorlar, aynı zamanda yakıyorlar. Tabii bu, bir zihniyet sorunudur. Atatürk Orman Çiftliği'ni biliyorsunuz. Atatürk, gerçekten zeytinciliğe ve tarıma çok büyük önem vermiştir. Atatürk, bozkır olan bir alanı çiftliğe, bir üretim alanına çeviriyor. Atatürk'ün isteğiyle hazırlanan ve 26 Ocak 1939'da kabul edilen 3573 sayılı, Zeytinciliğin Islahı Yabancıların Aşılştırılması Hakkındaki Kanun, Dünya'da şu an mevcut tek zeytin koruma yasası olarak duruyor. Ama bu yasa, son on yılda altı kez değiştirilmek istendi. Zeytinlik alanları imara açmak, ranta açmak için TBMM'de bu yasaı değiştirmek istiyorlar. Ama sektör hep birlikte buna direndi, karşı çıktı ve bugüne kadar engelledi.

Bundan sonra ne olacak? Yaşayıp göreceğiz. Zeytincilikte yaşanan sorunlara baktığımızda, tarımın genelinde yaşanan en önemli sorun; zeytincilikte de var. En önemli sorun, yüksek girdi maliyetleridir. Mazot pahalı, bakımı pahalı, zeytinin toplanması, işçilik pahalı, neresinden bakarsan maliyetler gerçekten çok yüksek.

Zeytin hastalıkları ve zararlarıyla mücadele, adeta unutulmuş gibiyiz. Yani zeytini dikeyoruz güzel, ağaç sayısını artırıyoruz ama ona sonradan yeterince bakmıyoruz. "Gıda maddelerinin ve gıdayla temasta bulunan madde ve malzemelerin, mevzuata veya izin verilen özelliklerine aykırı olarak üretilmesi hali" dediğimiz tağşiş yani sahtekârlık çok yaygın. Özellikle fiyatların yükselmesiyle bu daha da cazip hale geliyor. Zeytinyağının litresi piyasada, yirmi-yirmi beş liradan satılıyor. Piyasada litresi, bir-iki liraya satılan bitkisel yağlar var. Bu yağları, zeytinyağına karıştırıp, daha doğrusu onun içine biraz zeytinyağı koklattırıp, bu şekilde zeytinyağıymış gibi satılıyor. Bakanlık bunu teşhir ediyor. Teşhir edilenler arasında, bilindik markalar da var. Fakat, tüketici o markaları aklında tutarak, "Bu marka, bakanlık tarafından teşhir edilmişti ben bunu almayayım" diyecek kadar duyarlı değil.

Almanya'da gıdayla ilgili bir toplantıya katılmıştım, onlarda da benzer bir sorun var ama tüketici sahtekârlığı yapan, problemlili olan ürünleri, bir internet sayfasına yazıyorlar ve insanlar orayı takip ediyorlar. Devlet, sert ve acımasız önlemlerle, bir daha yapılmasına izin vermiyor. Bizde Bakanlık, kendi internet sayfasında yayınlıyor, "Şu firmalar, tağşiş yaptı" diye, çoğu insan tağşişin ne olduğunu da bilmiyor, sahtekârlık denilse belki daha iyi anlaşılacak. Verim ve kaliteyle ilgili sorunlar var. Depolama, ambalajlama ve finansman konularında ciddi sıkıntılar var. Lisanslı depoculukla ilgili çalışmalar sürüyor. Lisanslı depolarla ilgili yasa, 2005 yılında çıktı. Tam on yıl oldu. Pamukla ilgili bir lisanslı depo kuruldu ama 2015 yılındayız, henüz zeytin zeytinyağında somut elle tutulur net bir şey yok.

Zeytincilikte, üretim yapısında önemli bir farklılık oluştu. Nasıl oluştu? Son on yılda dikilen yeni zeytin ağaçları, damla sulamayla sulanıyor, sulanabiliyor. Yeni kurulan bu bahçeler, hem genç hem daha verimli, daha çok ürün veriyor. Eski ağaçlarsa verimsiz. Yaşlı ağaçların da mutlaka gençleştirilmesi ve devletin bu konuda da bir destek sağlaması gerekiyor. Akhisar'da, Gemlik zeytini üreten bir üreticiyle, Bursa'da Gemlik zeytini üreten bir üretici arasında ciddi bir farklılık oluşuyor. Birisi ağaç başına, yirmi beş-otuz kilo ürün alıyorsa diğeri, beş-altı ya da en

çok on kilo alıyor. Akhisar'daki üretici, zeytinini kilosu iki-üç liradan sattığında para kazanıyor. Gemlik'teki üretici, o kadar az zeytinle bunu sağlaması mümkün değil. Mutlaka bu farklılığın giderilmesi gerekiyor.

Son yıllarda en büyük üretici olan İspanya ve İtalya'da yaşanan olumsuzluklar, Türkiye'ye önemli fırsatlar sunuyor ve Türkiye'nin özellikle de zeytinyağında pazarlarda da daha etkin olmasının önünü açıyor. Alıcıların da Türkiye'deki yağa ilgisi artıyor, bu anlamda bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Yine son yıllarda artan ağaç sayısı, zeytin ve zeytinyağı üretimini artıracak için bugünden, -buna uygun politikaların üretilmesi gerekiyor ki- bu konuda somut bir adımı henüz göremiyoruz. Tüketimi ve ihracatı artırıcı çalışmaların, mutlaka yapılması gerekiyor. Bu amaçla da zeytin, zeytinyağı sektörünü kapsayan ulusal bir politikaya ihtiyaç var. Çünkü Türkiye, bu alanda Dünya'nın ikinci ülkesi olmayı hedef olarak belirledi. Bu potansiyeli değerlendirirsek, bu hedef aslında çok zor da değil. Türkiye, zeytincilikte uluslararası üretim potansiyeli en yüksek ülkelerden birisi ve önü çok açık. Buna uygun bir ulusal politika belirlenirse, önümüzde iki seçenek var; birincisi iç tüketimi arttırmak, ikincisi de markalı ve yüksek kalitede ihracat yapmak. Türkiye'nin bunu yapacak sektörü ve bunu yapacak gücü var.



I.OTURUM

ÖRGÜTLENME: ‘AĞAÇLAR VE İNSANLAR...’

M O D E R A T Ö R

Doç. Dr. Alp Yücel KAYA

[Doç. Dr. Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Fakültesi Öğretim Üyesi/Akdeniz Akademisi Bilim Kurulu Üyesi ve Tarih Koordinatörü]

K O N U Ş M A C I L A R

Tayfun ÖZKAYA

[Prof. Dr., Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Emekli Öğretim Üyesi]

Adnan ÇOBANOĞLU

[ÜZÜM-SEN Genel Başkanı]

Çağatay Özcan KOKULU

[Gödence Kalkınma Kooperatifi Yönetim Kurulu Başkanı]

Doç. Dr. Alp Yücel KAYA

M O D E R A T Ö R

Açılış konuşmalarında, sektörün genel yapısı ve sorunları hakkında bilgiler edindik. Üretim-ticaret, ithalat, ihracat üzerine konuşuldu. ‘Ağaçlar ve İnsanlar’ başlığı altındaki oturumda üretim, üretimle ilgili örgütlenme meselesini konuşmaya, tartışmaya çalışacağız. 2000’li yıllar, birçok açıdan çelişkili geçmiş durumda. Uluslararası alanda ve Türkiye’de bu çelişki, zeytinde de yaşanmış bir halde. Birçok üründe üretim azalırken tütün, pamuk neredeyse yok olurken; zeytin ağacı sayısı neredeyse iki katından fazla arttı. Diğer yandan zeytinciliğe karşı, maden lehine ya da imar lehine farklı müdahaleler ve politikalar da gündeme geldi.

Bu süreçte, özellikle 2000’li yıllarda, tarımdaki istihdam edilen nüfus sayısı, %35’ten %20’ye çok hızlı bir düşüş yaşadı. Küçük üreticiler bir şekilde zeytine sarılırken; girişimciler, butik üreticiler, sermayedarlar da zeytine yatırım yaptılar. Bununla birlikte ilk defa bir belediye, ‘Tarım Hizmetler Daire Başkanlığı’ kuruldu; Dünya’daki küçük üreticiler ve tarım işçilerini örgütleyen La Via Campesina’nın, Türkiye’deki örgütlenmesi olarak üretici sendikaları kuruldu. Dolayısıyla birbirini destekleyen ve köstekleyen gelişmeler bir arada gerçekleşti.

Bu oturumda; birbirini dışlamayan, birbiriyle kesişen, örtüşen, hatta iç içe düşünülmesi gereken, üç model ya da üç yol üzerinde konuşacağız. İlk önce, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi’nden Prof. Dr. Tayfun Özkaya’yı dinleyeceğiz. Bize, topluluk destekli tarım ve bu bağlamda önerilerini içeren bir sunuş yapacak. Devamında çiftçi sendikaları üzerine, Çiftçi Sendikaları Konfederasyonu’na [ÇİFTÇİ-SEN] bağlı Üzüm Üreticileri Sendikası [ÜZÜM-SEN] Genel Başkanı Adnan Çobanoğlu’nu dinleyeceğiz. Çobanoğlu’yla Türkiye’deki farklı üretici örgütlenmeleri ve Dünya’daki örgütlenme deneyimleri üzerine konuşacağız. Üçüncü olarak da, Çağatay Özcan Kokulu’yu dinleyeceğiz. Ali Ekber Yıldırım’ın açılış oturumunda İspanya ile Türkiye’deki kooperatifler arasındaki işleyiş farklılıklarına dair yaptığı tespitten de görülüyor ki, kooperatifler oldukça önemli. Kokulu, kooperatif örgütlenmesi üzerine bize bilgiler verecek ve sorunları tartışacak.

Tarımda, Zeytinde Kurtuluş Var Mı?

Prof. Dr. Tayfun ÖZKAYA

[Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Emekli Öğretim Üyesi]

'Ağaçlar ve İnsanlar' diye bu oturuma, güzel bir başlık atılmış. Ağaç, zeytin ve insanlar doğanın içinde bir denge içinde yaşamamız gerekiyor. Ölmez ağaç, bizden önce vardı ve bizden sonra da olacak. Dolayısıyla onun hakları olduğu gibi, insanların hakları da var. Tabii ki insan derken, küçük bir azınlığın değil en geniş anlamda bütün bir toplumu, bütün çalışanları kısacası herkesi katmamız gerekiyor. Türkiye'nin uygulanan tarım politikaları, endüstriyel tarım politikaları genellikle şirketlerden yana. 1980'lerden bu yana neo-liberal ekonomi politikaları doğrultusunda, konulan yasaklar var önce ondan başlamamız lazım. Bu yasak da, "sakın ola fiyatlara müdahale edilmesin, devlet müdahale etmesin" yaklaşımının içinde. Prim bunu sağlıyor, neden? Çünkü yetmiş kuruş primi, yüz elli kuruşa da çıkarsanız ne olacak? Piyasadaki fiyatlar, hiçbir şekilde değişmeyecek. Bu liberal ekonomiye uygun, yani görünmez elin idare ettiği var sayılan sisteme -gerçekte öyle görünmez yok tabii- çok uygun. Dolayısıyla bizim elimize bir prim verdiler, çiftçiler hep bunu tartışıyorlar. Piri arttıralım, işte bu stratejik üründür gibi aynısını buğdaycılar da söylüyor, bilmem zeytinyağcılar öyle diyor.

Hani maydanoz üreticileri de kalkıp, "maydanozda stratejik üründür" demeleri lazım ama diemiyorlar tabi. Bu prim üzerine bizi, sıkıca bağlarırsak o zaman güçlüler, yani insanlar değil güçlüler hâkim olmuş oluyorlar. Köylünün tasfiyesi yapılıyor aynı şekilde, 'Toprak Koruma Yasası' mesela, 'Ölçek Ekonomisi Yasası' adeta küçük çiftçiye yok ediyor. 'Toprak Koruma Yasası', ölçek ekonomisinin en önemli olduğu varsayımıyla, Türkiye'ye bir devrim olarak lanse edildi. Hâlbuki ölçek ekonomisi yanında, bir kapsam ekonomisi var. Yani çiftçinin yetiştirdiği çeşitli ürünlerin birbiriyle ilişkileri var. Devrim denilen bu 'Toprak Koruma Yasası', içinde zeytin de olmak üzere küçük işletmeleri yok ediyor. Zeytinlik alanlarda koruma kalkıyor, küresel ısınmanın sadece su kıtlığı olarak anlaşılması, ithal kömüre dayalı elektrik üretimi hep zeytinlik alanların yok edilmesine yol açıyor. Dolayısıyla hem bir ağaç, hem de insanlar yok oluyor. Bu tarım sistemi, güç kazanan sadece küçük bir azınlık olan sermayeye hizmet ediyor.

Burada önerilerde bulunurken, Tarım Bakanlığı'na da önerilerde bulunabiliriz ama yapmayacaklardır. Çünkü onlar, güya bir piyasa sistemi varmış gibi neo-liberal bir anlayış içinde küçük çiftçinin yok edilmesine dayalı, sadece primde ısrar eden bir ekonomi politikası, tarım politikasını güdüyorlar. Dolayısıyla bizim bunların tersini yapmamız gerekiyor. Hitap ettiğimiz kişiler, aynı zamanda da sadece Tarım Bakanlığı veya devlet değil, belediyeler, tüketiciler, üreticileri tamamının olması gerekiyor.

Tarım ürünleri fiyatları çok artmıyor, yavaş yavaş artıyor. Belki, "zeytin son yılda buna bir istisna oldu" diyeceksiniz ama yok, istisna diye bir şey yok. Aslında artması gerekirken reel olarak zeytinyağı fiyatları düşmüştü. Yine de bu şablona uyuyor. Yani fiyatlar, yeterince artmıyor. Arz

o kadar arttı ki, bu artış göze batmakta. Bunlara karşılık masraflar, şiddetli bir şekilde artıyor ve dolayısıyla üretici iki makas arasında eziliyor. Zeytin, buğday üreticisi böyle eziliyor. Bazen o kadar düşüyor ki bu fiyatlar, geçmiş yıllarda zeytindeki düşüşlerde de gördük; herhangi bir gelir söz konusu olmuyor. İnsanlar, zeytinliklerini kesmek zorunda bile kalabiliyorlar.

Peki, bundan nasıl kurtulabiliriz? Bundan, çiftçiye ezen bu makası açarak kurtulabiliriz. Makası açmanın birinci yolu, ürün fiyatlarına yani çiftçinin eline geçen fiyatlara bir artış sağlayabilmekle mümkün. Bu, primle olmaz. Çünkü prim, geçtiğimiz yıllarda da gösterdi ki fiyatları hiçbir şekilde etkilemiyor. O zaman üreticinin örgütlenmesi, kooperatifler gerekiyor. Aynı zamanda, tüketicinin de örgütlenmesi. Bir taraftan üreticinin haklarını savunurken, diğer bir taraftan da tüketicinin bunu makul fiyatlardan almasını sağlamak gerekiyor. Dolayısıyla öyle pazarlama mekanizmaları kurulmalı ki, üreticiden doğrudan tüketiciye bir pazarlama mekanizması kurulmalı. Yeni bir pazarlama anlayışı olmalı. Yoksa zeytinyağı üreticileri, süpermarketlere, büyük şirketlere veya ihracatçılara verdikleri sürece o aradaki büyük kar ve marjlar nedeniyle üreticinin eline hiçbir şey geçmeyecektir. Tüketiciler de buna, yüksek fiyatlar vermeye devam edeceklerdir. Birincisi bu yani tarım politikasını ve fiyat mekanizmasını değiştirmek. Bu, Tarım Bakanlığının işi ama bunu yapmayacaklar, o zaman bunu biz yapacağız. Yani üreticiler ve tüketiciler yapacak. Doğrudan tüketiciye ulaşmanın yollarını bulacağız, pazarlama mekanizmalarını yaratmaya çalışacağız.

Çiftçiye ezen makası açmanın ikinci yolu; masrafları aşağı indirmeye çalışmak. Bunu nasıl yapabiliriz? Bunu, ekolojik bir üretime geçerek yapabiliriz. Yani hiçbir kimyasal girdi; ilaç, gübre vs. kullanmadan yapabiliriz. Ekolojik üretim yoluna gitmek zorundayız, başka çaresi yok. Ekolojik üretim yoluna girmezsek, endüstriyel tarım yani kimyasal girdilere vs. bağlı tarım, çiftçiye bu iki makas arasında kesinlikle ezecek. Zaten tarım politikaları, 'Toprak Koruma Yasası' vs. diğer kanunlar, bunu sağlamak için planlanmış, dizayn edilmiş. Bu bir kuş gibi, iki kanatlı bir mücadeleyi gerektiriyor. Kuşun bir kanadıyla, bu mevcut hegemonyaya direnecek yani zeytinlikleri kestirmemek, tarım politikasını düzeltmek, sürekli zeytin alanlarını yok eden elektrik santralleri kurdurulmaması için mücadele edecek ve bunlar için meydanlara çıkacak. İkinci kanadı da, yerel otonom iyi örnekler yaratmaya çalışmak gerekiyor. İnsanlar, daha güzel bir dünyayı şimdiden ufak da olsa görmezlerse o dünya için mücadele etmeyeceklerdir. Yani ikinci kanat olmazsa, tek kanatla bu kuş uçamayacaktır. O kanadını, çırpamayacaktır. Ancak bir gelecek olduğunu görebilen, şimdiden az da olsa görebilen insanlar mücadele ederler, yoksa mücadeleyi terk ederler. Resimler, fotoğraflar üzerinden ne yapılması gerektiğini kendi açımızdan veya bizim arkadaşlarımızın deneyleri açısından anlatmaya çalışayım.

Bu makasın üst ucunu açmaktan söz etmiştim; makasın üst ucu, iyi fiyat elde etmektir. Buy-sa ekolojik bir tarımla ve doğrudan pazarlamayla mümkün. Tabi bunun bir yolu kooperatifler, o konuya arkadaşımız değinecek. Fethiye'de, beş yüz köylünün katıldığı bir köylü pazarı var. Köylü pazarları da, belediyelerin yapması gereken bir şey, fakat yeterli değil. Fethiye'deki arkadaşlarımız; yerel tohum kullanan ve kimyasal ilaç kullanmayan veya çok az kullanan-doğrusunu söylemek gerekirse tamamen kullanmıyor değiller şu aşamada az kullanıyorlar

veya bazıları hiç kullanmıyor- üreticileri örgütlediler. Tüketiciler, bunlar demek ki yerel tohum üretiyorlar ve bunlar az ilaç kullanıyor, bazıları hiç ilaç kullanmıyor bilgileriyle ürün alıyor. O zaman bu üreticiler, köylerine dönerken bütün ürünü satmış olarak dönüyorlar.

İkincisi; çok ufak bir marj alıyorlar yani mesela domates, yüz elli kuruşa satılıyorsa bunlar iki liraya domatesini satıyor. Bazı ürünlerini, aynı fiyatta satıyorlar. Böylece doğrudan tüketiciye ulaşmak için bir yol ortaya çıktı. Bodrum Yerel Tohum Derneği'ndeki arkadaşlar, bunu daha da ileri götürerek, köylülere dayalı ve tamamen organik bir pazar yaptılar. Ekolojik süpermarketlerde satılan, ekolojik ürünlere göre çok ucuz küçük marjlarla satış yapıyorlar. Biliyorsunuz domates ekolojik olursa, pazarda iki liraysa süpermarkete bazen dört, bazen de sekiz lira gibi misli fiyata satılıyor. Bu fark, zeytinyağı gibi ürünlerde daha fazla oluyor.

İzmir'de, 'topluluk destekli tarım grupları' dediğimiz gruplar var. Şu an, altı tane oldu. Burada işte üç tane bir köylü ailesi var, enginarlar tamamen organik, zeytin de aynı şekilde, ekolojik üretim yapıyorlar. Bu topluluk destekli tarım, bazen kutu sistemiyle olabiliyor. Boğaziçi Üniversitesi mensupları, tüketim kooperatifi kurdular. Onlar bir mağaza şeklinde bu işi yapıyorlar. Burada, tüketiciye de sesleniyoruz. Tüketici, aydınlanmış bencillik dediğimiz bir bilinçli eylemciliğe sahip olmalı. Yani şu, tüketici kendini düşünürken aynı zamanda hem çevreyi düşünecek, hem de üreticiyi de düşünecek. Ege Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde böyle bir grup kuruldu. Biz, "bazen çiftçiyle pazarlık ederken, çiftçi bu ürünü size iki liradan satayım dediğinde biz, iki buçuk lira olsun" dedik. İktisatçı hocamız, "Bu iktisat teorisine aykırı yani yukarıya doğru pazarlık yapıyorsunuz" dedi. Biz de, "Hayır iktisat teorisine aykırı değil" dedik. Bizim Hoca düzelterek, "Ortodoks iktisat teorisine aykırı" vurgusu yaptı. Bizim tezimiz, eğer iki lira üreticiye yetmeyecekse, iki buçuk liradan satın almamız bizim için de avantajlı, onun için de avantajlı. Çünkü iki liradan bunu sürdürmeyecek ve vazgeçecek. Vazgeçmesi yerine, sürdürülebilir bir şekilde biz daha fazla para ödemeye razı olmalıyız.

Özetlersem; Türkiye'de, Tarım Bakanlığı'nın veya diğer bakanlıkların uygulamış olduğu ekonomi politikası, yetmiş kuruş pirim sistemi de dâhil olmak üzere neo-liberal ekonominin, "sakın girme o alana" diyerek yasakladığı yani fiyatları destekleyerek, 'sakın yapma' dediği bir şey de dâhil küçük çiftçiye yok etmeye yönelik oluyor. Tarım Bakanlığı kooperatiflere destek olabilir, piyasaya girebilmeleri için finansman kaynağı olabilir. Bu, fiyatlara müdahaledir. Neo-liberal ekonominin, 'cıs' dediği alana girmemiz gerekiyor, yoksa bura alandan çıkış yok.

Mevcut ekonomi politik yapı, üreticiyi iki makas arasında eziyor. Üreticilerin eline iyi bir fiyat geçebilmesi için, alternatif pazarlama mekanizmaları gerekir. Topluluk destekli tarım, bunlardan birisi. İzmir'de altı tane oldu, İstanbul'da, Balıkesir'de, Çanakkale'de var ve değişik yerlerde de kuruluyor. Bunlar, küçükte olsa bir ışık mesela. Kooperatiflerin ve belediyelerin, köylü pazarlarını yaygınlaştırırken ekolojik bir bakış açısıyla mesela zeytini destekleyecek bir çalışma yapması gerekiyor. Zeytini ekolojik olarak yetiştirdiğimiz taktirde, çiftçilerin maliyetleri de düşecek. Dolayısıyla bu makas yavaşça açılacak ve tabi ki ondan sonra daha ileri adımlar atılacak. Ancak, bu şekilde düşünen insanların ekonomiye, ekonomi politikasına sahip olmalarıyla bu mümkün olabilecek.



Türkiyeli Çiftçiler İçin Yeni Bir Örgütlenme Modeli: Çiftçi Sendikaları

Adnan ÇOBANOĞLU

[ÜZÜM-SEN Genel Başkanı]

Burada, Zeytin Sempozyumu'nda, Zeytin Üreticileri Sendikası başkanının konuşması gerekiyordu. Ama ne yazık ki mevcut yasakçı yasalar, Zeytin Üreticileri Sendikası'nı kapattı. Zeytin Üreticileri Sendikası başkanının böyle bir vasfı ortadan kaldırıldı. Onun yerine, Çiftçi Sendikaları Konfederasyonu [Çiftçi-Sen] adına, Üzüm Üreticileri Sendikası başkanı olarak ben konuşmak durumunda kaldım.

"Niye sendika?" Oradan başlayarak, konuyu açmak istiyorum. Aslında diğer konuşmacılar, kooperatifçiliği ve kooperatif örgütlenmelerini zorunluluğunu ifade ettiler, aynen katılıyorum. Çiftçilerin ekonomik ihtiyaçlarının ve sorunların çözümü için kooperatifçilik, önemli bir adımdır. Ama yeterli değil, peki niye yeterli değil? Sadece örgütlenmeyi, kooperatifle sınırlı tutarsak o zaman neo-liberal tarım politikalarına karşı mücadele alanında problemler yaşanmaya başlar, neo-liberal politikalara karşı mücadeleyi yürütemeyiz. Bu nedenle, mücadele örgütleri olarak, sendikalara da ihtiyaç vardır. Bizler bunun için, 2000'li yılların başlarında, "neo-liberal tarım politikalarına karşı nasıl bir duruş sergileyebiliriz, nasıl örgütlenebiliriz" diye değişik tartışmalar yürüttük. Zeytin, tütün, üzüm, fındık, çay gibi değişik ürünlerde ürün bazında kurultaylar düzenledik, delegeler seçtik. Bu kurultaylarda seçilen delegelerle de 2003 yılında Ankara'da, I. Tarım ve Hayvancılık Kurultayı'nı düzenledik. Kurultaya katılan delegelerle de IMF'nin, Dünya Bankası'nın ve Dünya Ticaret Örgütü'nün dayattığı neo-liberal tarım politikalarına karşı mücadeleyi yürütmek için başka bir araca, yani kooperatifler dışı bir araca da ihtiyaç olduğu sonucuna vardık ve Türkiye ölçekli bir mücadeleyi, Dünya ölçekli küçük üretici mücadelesiyle birleştirecek bir örgütsel hayatı kurmak gerektiğinin kararını verdik.

Kurultay kararı doğrultusunda, küçük üreticilerin ilk sendikası olan Üzüm Üreticileri Sendikası'nı [ÜZÜM-SEN] 8 Mart 2004 tarihinde, üç yüz on beş üzüm üreticisiyle birlikte, Manisa Alaşehir'de kurduk. 8 Mart'ı özellikle tercih ettik, çünkü tarımın en önemli çalışan unsurları çiftçi kadınlardır. Tohumu saklayanlar, koruyanlar, tohumun bilgisine sahip olanlar ve tarlada daha fazla çalışanlar kadınlardır, bu nedenle de neo-liberal tarım politikaları ve bu politikaların yarattığı olumsuzluklara karşı mücadele de çiftçi kadınların da önemini vurgulayabilmek açısından, böylesine bir günü tercih ettik. Ardından, Tütün Üreticileri Sendikası'nı, dört yüz on yedi üyeye İzmir'de kurduk. Sendikaların kuruluş ilanını takiben hemen mahkemeler süreci başladı, kapatma davalarıyla uğraşmaya başladık. Kuruluştan kısa bir süre sonra da, Dünya Çiftçi Örgütü La Via Campesina'ya yani 'Çiftçinin Yolu' örgütlenmesine katılmak için başvuruda bulunduk. La Via Campesina'nın Brezilya'da yapılan kongresine, ÜZÜM-SEN ve TÜTÜN-SEN olarak iki delege arkadaşımızı gönderdik. Çünkü, Dünya Çiftçi Örgütü La Via Campesina'nın

yani 'Çiftçinin Yolu'nun yerel mücadelelerin önemine ve mücadelenin küreselleştirilmesi gerektiğine dönük bakışı, tam da bizi ifade ediyordu. Küresel bir saldırı vardı, Dünya'nın bütün ülkelerinde İMF, Dünya Bankası ve Dünya Ticaret Örgütü'nün [DTÖ] dayattığı endüstriyel tarımı öne çıkartan, küçük üreticilerin, çiftçilerin yok edilmesine yol açan tarım politikaları uygulanmaya başlanıyordu. Bizler de bu politikalara karşı bir mücadele hattı tutturabilirsek, karşı duruşu örgütleyebilirsek ayakta kalabilme, tarımsal üretimi devam ettirebilme şansımız olabileceğini düşündük.

La Via Campesina, 1990'lı yılların başında, Amerika kıtasından ve Avrupa'dan kırk altı çiftçi örgütünün bir araya gelişiyle, 1993 yılında Belçika'da kuruldu. Amaç; küçük çiftçilerin haklarını korumak, savunmak ve serbest ticarete karşı gıda egemenliğini yani ulusların neyi ekeceklerini, neyi tüketceklerini, hangi ürünü ve tohumu sahip çıkmaya dönük bir mücadele yürütmek olarak belirlendi. Bizim gıda egemenliğimiz AKP tarafından çıkartılan, 'Tohumculuk Yasası'yla elimizden alınmaya çalışılmıştır.

Irak işgal edildiğinde, işgalci Irak Geçici Koalisyon Güçleri'nin başına getirilen Paul Bremer'in [Bir başka deyişle, Irak İşgal Valisi'nin] yayınladığı, '100 Emir'den biri Irak'ın tohum ve gen bankalarına el konulmasıydı. [El konulan tohum ve gen bankasındaki tohumların daha sonra Kuzey Buz Denizi'ndeki bir ada da Rockefeller Vakfı, Henry Ford Vakfı, Syngenta Vakfı, Bill Gates Vakfı vb.'nin birlikte finanse ederek inşa ettirdikleri, 'Felaket Ambarı'na gönderildiği, hatta ambarın ilk tohumları olduğu iddia edilmektedir.] Irak İşgal Valisi'nin '100 Emir'inden birisi de Irak'ta, kim ki tarımla uğraşacaktı, mutlaka sertifikalı tohumla üretim yapacaktı. Sertifikalı tohumda, mutlaka GDO'lu tohum ve kimyasal üreticisi olan ABD şirketi Monsanto'dan alınacaktı. Türkiye'de bunu, savaşa gerek duyulmadan AKP hükümeti eliyle yaptılar. 1971 yılında Dünya Bankası ve FAO tarafından Rockefeller ve Ford Vakıflarının desteğiyle ıslah amacıyla [i] yerel tohumlardan yararlanmak amacıyla, kısa adı CGIAR [Consultative Group for International Agricultural Research-Uluslararası Tarım Araştırmaları Dayanışma Grubu] adlı bir kuruluş kurdular. Aslında amaçları, Dünya'daki tohum ve gen kaynaklarını kayıt altına alarak şirketlerin hizmetine sunmaktı. [Şirketlerin Dünya'daki tohumları patentlemesine olanak tanımaktı.] Türkiye, 2005 yılında Bakanlar Kurulu Kararı ile CGIAR'a üye olmuş ve Türkiye'deki tohum ve gen kaynaklarını üste para vererek [aidat olarak, CGIAR'a beş yüz bin dolar ödeyerek] şirketlerin hizmetine sunmuştur. Bu da yetmemiş, AKP hükümeti 'Tohumculuk Yasası'yla, eksikliğini tamamlamaya çalışmıştır. 'Tohumculuk Yasası'yla artık piyasada, sertifikasız tohumların yani yerel tohumların satışı yasaklanmıştır. Bu yasakları delmek için, Tayfun Özkaya'nın da içinde bulunduğu birçok örgütlenme, yerel tohum-takas şenlikleri adı altında, tohum takası yapmaya yönelerek bir tür direniş yürütmektedirler.

Çiftçi sendikalarını kurma nedenimizin, neo-liberal tarım politikalarına karşı mücadele yürütmek olduğunu belirtmiştim. 2004 yılından itibaren, değişik şekillerde mücadeleler yürütmeye başladık. Tarihte ilk kez üzüm, fındık, zeytin mitingi yaptık ve çiftçilerin taleplerini duyurmak için onları, Tarım Bakanlığı'na götürdük.

Son olarak, 7 Haziran 2015 seçimleri öncesinde, zeytinciliği temel teşkil edecek yeni zeytincilik yasasına dönük bir kampanya yürütmeye çalıştık. Çünkü zeytincilik, 1939 yılında çıkarılan, 'Zeytinciliğin Islahı ve Yabancılarının Aşılattırılması Hakkında' kanun, aslında doğanın tahribini engelleyen bir yasadı. Birçok yerde doğayı katledecek yatırımların ÇED raporlarını alamasının nedenlerinden biri bu yasadı.

Giriş konuşmalarında da belirtildi; zeytin dalı aynı zamanda, barışın simgelerinden biridir. Doğaya düşman olanlar, zeytini yok etmeye dönük bir hat tuturmaya çalıştılar. Bu anlamda da enerji yatırımları için, zeytinlik alanları yok etmeye yöneldiler. Kanunu değiştiremedikleri noktada, kanun hükmünde kararnamelerle bu işi yapmaya çalıştılar. Kanunu değiştirerek, yirmi beş dönümün altındaki zeytinlik alanları, zeytinlik olmaktan çıkartmaya yöneldiler. Türkiye'de yirmi beş dönümün üstünde zeytinlik alan çok sınırlıdır yani belki %10'u bile geçmez, bu nedenle bu değişiklik talepleri Türkiye'deki bütün zeytinlik alanların enerjiye, sanayi yatırımlarına, yazlıklara, yollara, madencilğe açılmasını isteme, doğanın ve zeytinliklerin yok edilmesi anlamını taşımaktadır. AKP hükümetinin, 'Kanun Hükmünde Kararname'yle yaptığı bu değişikliği, Danıştay reddetti. Bunun üzerine AKP hükümeti, Enerji Bakanlığı vasıtasıyla bir çalışma yürüterek, "Yirmi beş dönüm altındaki zeytinlik alanların, zeytinlikten çıkartılması" yasa tasarısını hazırladı ve TBMM'sinde oluşan 'Enerji Komisyonu'na gönderdi. Tasarı komisyona sunulduğu andan itibaren, ÇİFTÇİ-SEN olarak bu değişikliğe karşı çıktık. Türkiye'de zeytin yetiştirilen bütün bölgelerde dağıtmak üzere otuz binden fazla bildiri, beş-altı bin broşür ve 'AKP ve Şirketler Zeytinime Dokunma' adı altında çok sayıda afiş hazırlayıp, köylere dolaşarak, ulaşabildiğimiz yerlere ulaştırdık. Yasa tasarısı, hala mecliste komisyonda duruyor. Eğer yeni hükümet döneminde, AKP yeniden hamle yapmaya kalkarsa bu konuda yine biz, mücadele yürütmeye devam edeceğiz. Çünkü yirmi beş dönümün altında alanların zeytinlik alanından çıkması demek, aslında zeytinlik kalmayacak anlamını taşır ve her yerde bunun yok edilisinin önü açılmış olur. [Bu yasa tasarısı, 2017 yılında seçimler sonrası kurulan yeni AKP hükümeti döneminde de TBMM'sinde gündeme getirilmiş ancak gerek zeytin üreticilerinin, gerekse de diğer kamuoyunun göstermiş olduğu yoğun muhalefet sonucu yasalaşmadan geriye çekilmiştir.] Doğrudur zeytine teşvikler verildi, bu teşviklerle Yırca'da, Karaburun'da zeytin fidanları dikildi ama dikilen fidanların yerine enerji yatırımları gündeme getirildiğinde, teşvikle dikilen zeytinlikler feda edilmeye başlandı. Soma, Yırca köyünde yapılması planlanan termik santral için, altı binden fazla zeytin yok edildi, Karaburun'da da Rüzgâr Enerjisi Santralleri [RES] için zeytinlik alanlar yok edildiği gibi, RES'ler çalışmaya başladığında da yarattığı olumsuzluklar, zeytinlik alanları yok ediyor.

Tayfun Özkaya konuşmasında, "Ekolojik zeytinyağı yetiştirmek gerekli" dedi. Ekolojik zeytin yetiştirebilmenin en önemli koşullarından biri, zeytin zararlılarını yok edecek canlıları ayakta tutabilmektir. Yarasalar, zeytin zararlılarının en önemli yok edicilerinden biridir. Ama Karaburun'da rüzgâr enerjisi santralleri [RES] yarasaları yok etmektedir. Peki eğer bu yarasalar yok olursa ne olacak? Oradaki zararları yok etmek için kimyasallar kullanılmaya başlanacak. Kimyasallar kullanmak için, yeni kimyasal ilaç fabrikaları kurulacak. Nakliyesi, taşınması ve

ilacı yani üretilen enerjiden daha fazlası, aslında oradaki zeytin ağaçlarını canlı tutabilmek için tüketilecek. Bundan kim karlı çıkacak? Bundan karlı çıkacak olanlar, tabi ki uluslararası kimyasal ilaç şirketleri, gıda şirketleri, enerji şirketleridir yani sermayedir.

Mevcut tarım politikalarıyla, küçük çiftçileri yok etmek için ellerinden geleni yapıyorlar. Çıkarılan 'Büyükşehir Yasası', tam da böyle bir yasadır; köyleri, küçük çiftçileri yok etme yasasıdır. Çünkü köy tüzel kişiliği ortadan kaldırılmış, mahalleye dönüştürülmüştür. Köylerin bütün mal varlıkları, makine varlıkları köyün ihtiyaçlarını karşılama görevi olmayan kurumlara geçmiştir. Örneğin düğün salonu varsa, Büyükşehir Belediyesi'ne geçmiştir ama otlak ve meraları varsa doğrudan doğruya, merkezi hükümetin denetimine girmiştir. Yasaya göre valilik yapılandırma kurulları, projelendirme açısından doğrudan doğruya Başbakanlığa bağlı olarak çalışmaktadır ve bunlar bakandan önce bile, oradaki meraların otlakların ne olacağının kararlarını, raporlarını Tarım Gıda ve Ormancılık Bakanlığı ve Çevre Bakanlığı'ndan önce Başbakan'a göndermek ve danışmak zorundadır. Bu kurullar önce raporunu, Başbakanlığa gönderecek daha sonra, ilgili bakanlara gönderecektir. [Bunu, Başbakan'a değil Cumhurbaşkanı'na göndermek şeklinde anlayın. Başkanlık sistemine geçişle birlikte, fiili olarak zaten önce Cumhurbaşkanı'nın doğrudan bilgilendiği işler, artık yasal olarak da Cumhurbaşkanı'nın bilgisine sunulacaktır.] İşte bunlardan dolayı biz, sendika diyoruz. Bunların mücadelesini yürütebilecek, bir çiftçi örgütlenmesinin zorunluluğuna inanıyoruz. Kurduğumuz sendikalar, Zeytin Üreticileri Sendikası'yla, Hayvan Yetiştiricileri Sendikası mahkeme kararıyla kapatıldı.

İlginçtir, biz Çiftçi Sendikaları Konfederasyonu'nun başvurusunu 2008 yılında yaptığımızda, kapatılması için dava açıldı ancak Yargıtay lehte karar vererek mealen, "Sendika kurabilirler size ne, size düşen bunun yasal düzenlemesini yapmaktır, sendika adını kullanabilirler, sendika olarak örgütlenebilirler" dedi. Yerel mahkeme, bu karara uydu. Bundan sonraki süreçte bu sendikalarımızı tekrar kurmak ve ürün bazında sendika portföyümüzü geliştirmek, genişletmek için çalışıyoruz.

Dünya çiftçi örgütü, La Via Campesina'dan bahsetmiştim, La Via Campesina, dört yılda bir genel kurulunu, iki yılda bir de yarıyıl konferanslarını yapar. İki yılda bir yaptığı konferanslarında, dört yılın sonunda tartışılacak, Dünya ölçekli tarım politikalarının ön hazırlıklarını yapar. Bu yıl yarıyıl kongresini, Seferihisar Belediyesi'nin desteğiyle biz Türkiye'de yapacağız. Dünya çiftçi örgütü La Via Campesina'nın delegeleriyle tarım politikalarını, küçük üreticilerin, küçük çiftçilerin Dünya'da yürüteceği tarım politikalarını, bundan sonraki dört yıla dönük neler yapılabileceğini birlikte belirleyeceğiz. On gün süren bir konferansımız olacak, mücadelede yerelin önemli olduğunu ama bunun küresel mücadeleyle birlikte yürütülmesi gerektiğine inanıyoruz.

Kırsal Kooperatifçilikte Gödense Örneği ve İzmir Kooperatifçiliğine Toplu Bir Bakış

Çağatay Özcan KOKULU

[Gödense Kalkınma Kooperatifi Başkanı]

Son zamanlarda en çok duyduğum soru, “Zeytinyağı fiyatları, neden bu kadar çok yükseldi?” oluyor. Çocukluğumda çok iyi anımsarım; Kızıldağlar’daki yaşadığımız bağ evimiz, Efemçukuru, Çamtepe ve Kavacık köylerinin değirmen yolu üstündeydi. O yoldan değirmene giden köylüler, mutlaka rahmetli dedemin bağ kulübesine uğrarlardı. Komşu kâhyalardan oğlak derisine basılmış on kilogramlık peynir karşılığında, on kilogramlık zeytinyağı verdiğini bugünkü gibi net anımsarım. Neden umutlandım? İki yıl önce hasat yapılamaz, sürdürülemez noktaya gelen zeytinyağıyla ilgili bu salonu dolduruyorsak, sektörün sorunlarını çözme konusunda da ciddi irade göstereceğimizin işaretini okuyorum, onun için mutlu olduğumu ifade etmek isterim.

Türkiye petrolden sonra, ithalatta ikinci kalem olarak en büyük payı likit yağ için ödüyor. Daha önceki konuşmalarımızda çiftçiyle sohbetlerimizde, Türkiye’nin zeytinyağı sektörü içindeki problemleri; üretim, sanayici, pazarlama bağlamındaki sorunların çözümlülüğünün resmi devlet politikası gerektiğini belirtmiştik. Ali Ekber Yıldırım arkadaşımın sorduğu lisanslı depoculuğun, depolama konularındaki sıkıntıların, hala Türkiye zeytinyağı sektörünün önemli sorunlarının başında geldiğini belirtmeliyim. Benim üç kimliğim var; birincisi emekçiyim, üreticiyim, tarlada çalışıyorum, fiili çiftçiyim. İkincisi, küçük çiftçinin temsilcisi olarak, sanayiciyim. Üçüncüsü, sanayici olarak pazarlama organizasyonunu sürdüren, Gödense Tarımsal Kalkınma Kooperatifi’nin başkanıyım.

İzmir, Türkiye’de kooperatif organizasyonlarının en güçlü olduğu kentlerden birisidir. Menderes havzasında Tire, Bademli; Kiraz’da İğdeli; Yarımada da Bademler, Gödense; Foça’da Foça kooperatifleri var. Bu kooperatif organizasyonları, çok ciddi işleri başarmış durumdalar. Şimdi size, Seferihisar bölgesinde İzmir’in hemen yakınında Kızıldağlar Gödense’de yapılan çalışmalardan mesajlar vererek sinevizyon izleteceğim. Daha sonra Türkiye’de, kooperatif hareketinin bir kısa özetini çıkaracağım.

Bilindiği gibi 1968’li yıllar, ilerici rüzgârların Fransa’daki öğrenci hareketleriyle başladığı, oradan Dünya’ya yayıldığı yıllardır. Bu hareketin Türkiye’ye yansıması, çok kısa sürede oldu. Kırsal alanda, kooperatifleşme hareketleri başladı. İlk Urla Bademler’de, Ödemiş’te Bademli, Samsun’da Nergis kooperatiflerinin kurulduğunu görüyoruz. 1970 yılında Yarımada da Gödense kuruluyor. 1971’de, İzmir Kooperatifler Birliği’ni kuruyoruz. 1974 yılına gelinceye kadar Bademli, Gödense, Ulamış, Dikili, Yahşibey başta olmak üzere yirmi sekiz tane kooperatif, zeytinyağında sanayi yatırımlarını yapmış oluyorlar.

Tariş'ten sonra İzmir Kooperatifler Birliği, İzmir bölgesi zeytinyağında en büyük sanayi gücü oluyor. 1975-1976 yıllarında İzmir Kooperatifler Birliği, dış satım için çok ciddi çalışmaların içine giriyor. Kemalpaşa bölgesinden sosyalist bloka, Almanya ve Avustralya'ya kuru üzüm ihracatı, Efemçukuru, Gödençe, Kavacık köylerinden alfons ve razaki üzümü, Marmara Bölgesi'ndeki kooperatiflerden su ürünlerinin ihracatına başlanıyor. 1976 yılında, Bağcılar Bankası kuruluyor. Köylüler, kooperatif aracılığıyla ve sadece kendi güçleriyle banka sahibi oluyorlar.

Dünya'nın hiçbir yerinde olmamış olan, yaşanması mümkün olmayan bir olayı anlatmak isterim; o dönemde, bir kararnameyle Ticaret Bakanlığı, iktisadi kamu kuruluşlarının açıklarını kapatmak üzere Köy-Koop İzmir Birliği'nin kazançlarına, gelirlerine bankadayken el koydu. İtiraz ve mahkemeye başvurma hakkımız, elinizden alınmıştı. Umutsuz muyduk o yıllarda, daha çok umutluyduk. Buradan rahmetle andığım, onur duyduğum, büyüğüm, yardımcılığına yaptığım Sayın Türkmenoğlu, her olumsuz davranışın içinden bize olumlu bir davranış çıkarma becerisini gösterdi. Burada yine rahmetle anmak istediğim İzmir Belediye Başkanı İhsan Alyanak, İzmir yaş sebze-meyve halinde 53-55 ve 29 numaralı standları, bir lira karşılığında İzmir Kooperatifler Birliği'ne sattı ve faaliyetlerimiz devam etti.

Türkiye'nin kooperatif organizasyonda, tarımın örgütlenmesinde en ciddi kırıma noktasını 1980 yılı olarak görüyorum. Askeri darbeyle Türkiye çok ciddi sıkıntılar, ciddi olumsuzluklar anti demokratik olaylar yaşadı ama bir o kadar, tarım çok ciddi bir sıkıntının içine girdi. Sonrasında da daha ciddi bir olumsuzluk gelişti. O da, "dışarıda daha ucuz, dışarıdan alınız mantığıydı." O mantık, Özal ile bu ülkeye yapıştı. Türkiye, liberalleşmede çok şeytani bir zıplama yaşadı. SEK, Et Balık Kurumu satılmak istendiğinde, Köy-Koop olarak biz talip olduk ama çiftçi organizasyonlarına verilmedi. Tarımdaki organizasyon gücümüzle, bunu aşma inancındaydık. Şu an geldiğimiz nokta da yerel ve lokal başarıların yetmediğini gördük. Mutlaka geniş tabana yayılan başarıları yakalamak gerekiyordu.

İfade etmek isterim ki tarımsal amaçlı kooperatifler, tüketicinin güvенеbileceği, tüketicinin en büyük dostudur. Gödençe Tarımsal Kalkınma Kooperatifi slogan olarak, "Biz, tüketicinin en büyük dostuyuz" cümlesini kullanmaya karar verdik.

Kooperatif organizasyonları, yaşam kalitesinin yükseltilmesinin ötesinde tüketicilerle üretici arasında çok sağlam bir köprü, çok sağlam bir yol, Nedim Atilla'nın ifade ettiği gibi, "adil, temiz bir yol." Ülke kalkınmasını, küçük çiftçinin korunmasını sağlayan artı yerel demokrasinin kuvvetlenmesini, demokrasi kültürünün gelişmesini sağlayan kurumlardır. Çünkü kooperatifler, ülkenin olmazsa olmazıdır. Seçme, seçilme, söz söyleme, kendini ifade etme hakkı, bu organizasyonların içinde büyüyor, gelişiyor ve topluma etkin şekilde yaygınlaşıyor.

Gödençe Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nin Tarihçesi*

Kızıldağlar, Seferihisar Doğanbey Körfezi'nden başlayarak geniş bir yayçizer. Bir ucu Balçova üstüne, diğer ucu da Menderes ilçesine ve Tahtalı Barajı'na iner. Bu dağlar, İzmir'in akciğerleridir. İzmir'in temiz bölgesi, yağış ve su havzasıdır. Gödençe, bu dağlardaki beş köyden biridir.

Geçmiş, üç bin yıl öncesine Antik Çağlara dayanır. 1800'lü yılların başında Konya bölgesi Selçuklu Türkmenlerinden göç alan Gödence'nin tarihsel süreç içinde zeytinyağıyla uğraşı, gelişerek büyümüştür.

Tarihsel bulgular, Antik Çağlarda, Teos kentinin zeytinyağı ve şarap bölgesi Gödence ve yöresinin olduğunu göstermektedir. Gödence'yi çevresinden farklı kılan, Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ve etkinliği olmuştur. 1970'li yıllar, Gödence'de yoksulluğa karşı savaş açılan yıllardır. Emeğine sahip çıkma, kendini arayış, sanayileşme isteğinin yüreklerde yakıldığı yıllardır.

1972 yılında; Abdullah Duran, Ali Çetin, Muzaffer Uslu, Halil Hayta, Ümmet Aytekin, Mehmet Ali Algın ve Mustafa Mülâyim tarafından kurulan Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nin o yıllarda Dünya'da esen ilericî rüzgârlarla, komşu köyümüz Bademler'deki kooperatifleşme hareketinden etkilendiği söylenebilir. Bugün bir masal gibi gelen bunlar, toplum olarak ne yazık ki yitirdiğimiz imece anlayışıyla başarılmıştır.

1990'lı yıllar, Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nde çalışma döneminin başladığı yıllardır. Hazırlanan beşer yıllık kalkınma ve gelişme planları disiplinli bir şekilde uygulanacaktır. Kooperatif, 1995 yılında teknolojisini Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın kredilerinden yararlanarak yenilemiştir. Aynı yıl yetersiz olan köy elektrik şebekesi, kooperatifin iradesi ve katkılarıyla güçlendirilmiştir. Sanayileşme sürecini tamamlayan Gödence; henüz daha yolun başında olduğunu, iyi makinelere sahip olmanın çok şey ifade etmediğini daha gidilecek çok yol, çıkılacak çok merdiven basmağı olduğunu fark eder. Bu nedenle, Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nin ikinci beş yıllık kalkınma ve gelişme planının özünü zeytinyağı kalitesinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar oluşturacaktır. "Üretim yapmanın yetmeyeceği, esas olanın üretimin kalitesi" olduğu görüşü ve anlayışı kooperatifin tüm çalışmalarına yansıyacaktır.

1990'lı yıllarda başlayan markalaşma süreci, artık tamamlanmıştır. Gödence, yaratılan yerel lezzet, kalite kavramlarının hayata geçirilmesi, Türkiye zeytinyağı sektörünün içinde Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nin hak ettiği yere taşımıştır.

Gödence'de, zeytinyağı depolama sorunları büyük ölçüde çözülmüştür, hatta zeytinyağı lisanslı depoculuk deneme çalışmaları yapılmaktadır. Kooperatifin organizasyonu ile yaratılan gelişme ve kalkınma, Gödence'nin kırsal kalkınmasında bir model olarak gösterilmesinin nedenidir. Gödence'de iş olanağı yaratmak, üreticilerin ürünlerine artı değer kazandırmak, kooperatif yönetiminin temel anlayışıdır. Yerel lezzetlerin markalaştırılması, kırsal turizm içinde önemli bir çalışma olarak görülmektedir.

Gödence ev tarhanası, siyah ve yeşil salamura zeytin, bal, sirke, ev reçelleri, kurutulmuş domates, Gödence bademi, kooperatifin zeytinyağı üretiminin dışındaki faaliyetleridir.

Ülkemizde, Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi İzmir'deki önemli kooperatif üslerinden biri olarak gösterilmektedir. Bu nedenle yerli ve yabancı konukların Gödence'yi ziyaretleri, ülkeler ve bölgelerarası deneyim, paylaşım ve bilgi akışını sağlamaktadır. Yürütülen çalışmalarda kültürel ve toplumsal değerlerimizin korunması büyük önem arz etmektedir. Toplu-

mumuza karşı sorumluluğumuzun hiçbir zaman bitmeyeceği, Gödence'de çalışmaların özünü oluşturmaktadır. Bu anlayışla, Gödence Tarım Başarı Ödülleri doğmuş, 14. yılında ulusal bir kimliğe ulaşmıştır.

*Metin, İzmir Zeytin Sempozyumu'nda gösterilen, 'Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi' tanıtım filminden alınmıştır.

SORULAR - KATKILAR

Soru-Katkı: Ekolojik tarımla, üretim ve pazaryerleri konusunda, Bodrum ve Fethiye'den örnekler verildi. İzmir için, Menemen'den Urla'ya, Gaziemir'e, Kemalpaşa'ya kadar nerelerde bu yerler var? Tek tek liste halinde isim söyleyebilir misiniz? Ekolojik olanla, organik farkı sadece sertifikasyon üzerinden midir? Bir de, Gödençe'yle ilgili ev reçeli konusu vardı, o evlerde bireysel olarak mı yapılıyor? Yoksa ürünleriniz belli bir yerde toplanıp kooperatifin fabrikasyon sisteminde mi üretim yapıyorsunuz? Üzümlerle ilgili olarak, üzümler kurutulurken kül ve zeytinyağıyla karıştırılarak kurutulduğunu, yıkanmadığını ve piyasaya sürüldüğünü konusunda bir bilgi okumuştum. Ne dersiniz?

Prof. Dr. Tayfun Özkaya: 'Ekolojik' ve 'organik' aslında bunlar aynı terimlerdir. Bazı ülkelerde 'ekolojik', bazı ülkelerde 'organik' gibi bir terimler kullanılıyor. 'Organik' kavramında, bir tartışma var. Büyük şirketlerin güdümünde olan organik üretim, pazarlama pek fayda getirmiyor. Çünkü, çok az sayıda tüketiciye ulaşıyor. Bu konuda da, 'Başka Bir Organik Tarım Mümkün' adında bir çalıştay yapmıştık. Çalıştay tartışmaları, *Nasıl Bir Organik Tarım* diye kitap halinde yayınlandı. Ayrıca Tarım Ekonomisi Derneği'nin web sayfasında, 'Başka Bir Organik Tarım Mümkün Mü?' başlığı altında yayınlandı. Bizim önerimiz şu; direk üretici ve tüketici birbirini tanırsa, burada sertifikasyona gerek yok. Bu tür modellerin, oluşturulması gerekiyor.

Çağatay Özcan Kokulu: Bazı ürünlerimiz örneğin ev tarhanası, kurutulmuş domates kurutması tamamen kooperatif organizasyonunun içinde yapılıyor. Ürünler, çiftçimizden kalitesi uygun olanlar arasından seçilerek alınır. Kooperatif organizasyonu içinde, kurutulması yapılır. Kuru üzümün, belirli bir metodu var. Üzüm alınır; önce yıkanır sonra kurutulur. Ama genellikle bizim bölgedeki üzümlerimiz, %85 veya %80 oranında yaş olarak tüketiliyor. Gelen talepler dik-kate alınarak son yıllarda, %10-15'lik bir kurutma işlemi yapılıyor.

Soru-Katkı: Erdek'de geçim kaynaklarımızdan bir tanesi, zeytinciliktir. İzmir bölgesinde Tarış, Marmara Bölgesi'nde Marmarabirlik var ama onlar zeytinyağından çok daha çok sofralık zeytin alıyor. Zeytinyağı toplamakta, tonaj olarak ciddi bir sıkıntı var. Bir süredir dış pazarlara, zeytinyağını pazarlamaya yönelik çalışıyorum. Fakat bunu yaparken, bir sorunla karşılaştık. Köylere, kasabalara gittiğinizde kırk beş bin ağacı olan da, bin ağacı da olan üreticiler var. Her üretici yağını ve zeytinini satmak istiyor. Ama birincisi; kendi başına markalaşamıyor, ikincisi de; yasal ya da başka engellerden dolayı ürününü satamıyor. Yedi yıl, şarap sektöründe çalıştım. Dünya şarapçılığında şöyle bir sistem vardır; Fransa'da özellikle, köyler bir araya gelirler ve blaj dedikleri bir sistem oluştururlar. Köydeki üretilen üzüm çeşidi neyse, onlar aynı tanklarda gelir ve şarap yapımcısı tarafından karıştırılarak, uygun şarap yapılır ve şarap o köyün adıyla çıkar. Türkiye'de böyle bir şey yapmak mümkün değil mi? Benim sorum tamamen markalaşma üzerine; köyler, Gödençe'de ki gibi kooperatifleşerek buna adını verip markalaşabiliyorlar mı?

Çağatay Özcan Kokulu: Kooperatifleşmenin teşvik edilmesi çok önemli, gelmiş geçmiş bütün

siyasi hareketler, siyasi otoriteler bir iki küçük istisna dışında çiftçinin örgütlenmesine asla istemediler. Dünya'da küçük üretici, kooperatif organizasyonları çok ciddi teşvik görüyor. Bu teşvik, sadece para vermek değil. Yasal önlemlerle, çiftçilerin kooperatif organizasyonu içinde olduğu takdirde cebine çok daha fazla paranın gireceğinin somut olarak gösterilmesi gerekiyor. Kooperatif kurdunuz, üreticinin kooperatifinizle çalışıp çalışmaması tamamen onun inisiyatifine ve gönüllülüğüne bağlı. Görev yaptığım Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nin zaman zaman yurtdışı temasları oluyor. İtalya Kooperatifler Birliği Başkanı'yla görüştüğümüzde ona, "Bir ortağınız, size malını vermezse ne yaparsınız?" diye sormuştum, O da, "Ortağımız niye malını vermesin?" diye bana sordu. Yanıtım, "Bizde olabiliyor" şeklindeydi. İtalya Kooperatifler Birliği Başkanı, "Bizde kooperatif üyesi, kooperatifle çalışmazsa ciddi zarar görür, piyasa şartlarında zarar görür. Kooperatif üyesi olmanın, kayıtlı ekonomi de ciddi avantajları vardır" dedi. Bizdeyse kayıt dışı ekonomi almış başını gidiyor, hükümetler çiftçinin örgütlenip baskı unsuru olmasını istemiyor.

Adnan Çobanoğlu: Kooperatifçilik yasasının anti-demokratik yanlarının giderilmesi gerekiyor. Tarım Satış Kooperatifleri Birlikleri [Tariş, Marmarabirlik, Fiskobirlik gibi...] örgütlenmelerini yok etmeye dönük özel çaba içine girdiler. Özellikle neoliberal tarım politikaları uygulanmaya başlandığında İMF, Dünya Bankası dayatmalarıyla sermayenin hükümetin ve OECD'nin temsilcilerinden oluşan, 'Yeniden Yapılandırma Kurulları' adı altında üst kurullar kurdular ve kurdurdukları 'Yeniden Yapılandırma Kurulları' vasıtasıyla bu örgütlenmeleri denetlemeye, yönlendirmeye başladılar. Tarım Satış Kooperatifleri'nin, devlet bankalarından kredi almasını yasakladılar. Tarişbank'ın sermaye artırımı yapmasını engelleyerek, Tarişbank'a Bankacılık Düzenleme Kurulu'nun el koymasını ve satışa sunmasını sağladılar. Yani bu şekilde Tarım Satış Kooperatifler Birliği'nin bankasını yani üreticinin bankasını özelleştirip bugün, 'çiftçi dostu' sloganıyla reklam yapan, Denizbank sattılar.

Yine Balkanların üçüncü, Türkiye'nin en büyük iplik fabrikası olan Tariş İplik Fabrikası, lav edilerek, arazisi satıldı. Çünkü çıkarttıkları yasayla, Tarım Satış Kooperatifleri Birlikleri'nin yeni sanayi yatırımları yapmasını engellediler. Kooperatifçilik, aslında sermaye karşıtı bir örgütlenmedir ama Tariş Zeytinyağı Birliği sermayeyle ortak yatırımlara girdi. Tariş Üzüm Birliği, sermayeyle ortak rakı fabrikası kurdu, tesis çalıştırılmadı ve battı.

Küçük üreticilerin örgütlenmesi, sendikalaşmaları çalışmalarını üreticilerin mücadelesini büyütme yanında, kooperatifçilik yasasının demokratikleşmesi için de mücadele yürütüyoruz. Örneğin, Tariş'te, kırk beş yaşın altında yeni üye yoktur. Ne Zeytin Birliği'nde, ne Üzüm Birliği'nde ne de diğer birliklerinde. Çünkü iki yıl üst üste kooperatife ürün vermeyen üreticinin oy hakkı elinden alınmaktadır, hatta üyelikten de atılmaktadır. Bu birlikler, yeni üye kaydına da kapatılmıştır.

Şimdi böylesine bir kooperatifçilik yasası ve kooperatifçiliğin de zapturapt altına alınmaya çalışılarak yürütüldüğü tarım politikalarında tek şey kalıyor; çiftçinin örgütlenmesinin yanı sıra tüketicinin de bilinçli bir şekilde çiftçiyi destekleyici yapılanmalar içine girmesi.

Üreticiden tüketiciye olan zincir, neoliberal tarım politikalarıyla yok edilmiştir, zincir kırılmıştır. Bu zincirin yeniden oluşması gerekiyor ki, küçük üretici de varlığını koruyabilsin, kooperatifler de varlığını devam ettirebilsin.

Soru-Katkı: Mandalina, domat, Gemlik ve Memecik zeytinleri üreticisiyim. Yaşım elli iki, zeytin işine on yedi yaşında başlamışım. İki yüz-iki yüz elli tona yakın mal üretiyorum. Üç yüz dönümlük alanda, organik zeytin işletmeciliği kurdum. Bu yıl fidanlarını ektik, malımızı değerlendirme şansımız çok az. Tariş üyesiyim, Söke'de yönetim kurulu üyeliği de yaptım. Geçen yıl, biz dışarıya on liraya zeytinyağı satarken, Tariş altı liradan almaya başladı. Dışarıdan üç buçuk milyon kilo zeytinyağı ithal ettiler, onu rafine ettiler ve satmaya başladılar. Tariş gibi kooperatifleri, kooperatif çatısı altında ticari bir kuruluş olarak düşünüyorum, kendim de onlara ürünümü vermiyorum.

Soru-Katkı: Aydın'dan katılıyorum. Tayfun Özkaya'ya bir sorum olacak; 'ÇED raporu gerekli değildir' raporları, bakanlıklara bağlı il müdürlüklerinden alınıyor, yandaşlar çok rahat 'ÇED raporu gerekli değildir' raporu alıp işlerini halledebiliyorlar. Aydın'da bulunduğumuz yörenin insanları taş ocakları ve kum ocaklarından rahatsız. Hem zeytin işletmelerimize, zeytinliklerimize, hem de insan sağlığına zarar veriyorlar. Bu konu hakkında, yetkili merci olarak üniversitelerin olması için bir girişiminiz oluyor mu? Bunlara, nasıl karşı çıkabiliriz?

Prof. Dr. Tayfun Özkaya: Köylü, tüketici, halk mevcut duruma; hayır diyorsa ve ona direniyorsa o zaman hukuk da doğru yolunda gidiyor ve oradan olumlu sonuçlar çıkıyor. Ama bir kitle hareketi yoksa, kimse protesto etmiyorsa o zaman hukuk da maalesef teslim oluyor. Kısaca bunu söylemem lazım, dolayısıyla her olayda, bir kitle hareketi yaratmak gerekiyor.

Soru-Katkı: Emekli gazeteciyim. İdare mahkemesine, yürütmeyi durdurma istemiyle dava açacaksınız. Fakat şöyle bir şey çıkarttılar; idare mahkemeleri, genel normal mahkemeler gibi değil, siz iddialarınızı sunarsanız, bilirkişi raporuyla süreç devam eder. AKP hükümeti, son birkaç yıldır bilirkişi ücretlerini artırdı. Maalesef küçük üretici veya köylü bu ücreti, ödeyemiyor. Tek yol, hukuksal olarak idari mahkemesine dava açmak.

Soru-Katkı: Küçük bir ekleme yapmak istiyorum; iki ya da iki buçuk yıldır, artık özel bilirkişi raporları var ve üniversiteden değerli uzmanlar bilirkişi ücretini istenen paradan daha düşük paralarla bu raporları hazırlıyorlar. Üniversitelerle böyle bir işbirliği olabilir, uzmanını bulmak gerekir. İdari mahkemede dava açılacak ve o dava, yürütmeyi durdurma kararına yönelik bir dava olacak. Tayfun Özkaya'nın belirttiği gibi, bir toplulukla birlikte idari mahkemede deneyimli avukatla dava açmalı. Dava, 'ekolojik değerlendirme' gibi bir yola yönlendirilerek sonuç almaya çalışmalı. Böylece üreticinin önü açılabilir oluyor, birkaç deneyimimiz var böyle ve başarılı.

Soru-Katkı: Çevre mücadelesinde, idari mahkemelere açılan davaların sonucunda bir mesafe kaydetmek maalesef mümkün değil. Cezai davalar açılması gerekiyor. İdari mahkemelerin binlerce uygulanmayan kararlarının uygulanması için cezai davaların açılması gerekiyor.

Kararları uygulamayan yöneticiler için, yasal bir düzenleme yapılarak, yöneticilerin de cezai davalardan, cezaya muhatap olmalarının önüne geçildi.

Soru-Katkı: Altı ay bile olmadı, çok yeni bir çiftçi adayıyım. Dört yüze yakın, iki-yedi yaşında zeytin ağacımız var. Bir şeyleri tırmalayarak öğrenmeye çalışıyoruz. Kooperatiflerin bu anlamda bizleri eğiten, bilgilendiren, yönlendiren, toprağı ve mahsulü anlamamızı sağlayan seminerler, eğitim programları var mı onu merak ediyorum.

Çağatay Özcan Kokulu: Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, üretim yapan çiftçilere karşılaştıkları üretimle ilgili birçok konularda, karşılıksız danışma hizmeti veriyor. Bizimle temas geçtiğinizde karşılaştığınız problemleri anlatacaksınız, sizi mutlaka bir uzmana yönlendireceğiz.

Doç. Dr. Alp Yücel Kaya: Sorularınız ve katkılarınız için teşekkür ediyoruz.

II. OTURUM

ZEYTİN, ZEYTİNYAĞI VE KALİTE: 'DOKUSUNDAN KOKUSUNA...'

M O D E R A T Ö R

Ümmühan TİBET

[Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Komisyonu Başkanı]

K O N U Ş M A C I L A R

Dr. Oya KÖSEOĞLU

[Bornova Zeytincilik Araştırma İstasyonu]

Meltem ZENGİN

[Tariş Kalite ve Arge Müdürü]

Dr. Şahnur IRMAK

[Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Komisyonu Üyesi]

Ümmühan TİBET

M O D E R A T Ö R

Ülkemiz, zeytin ağacının anavatanı. Yüzyıllar boyunca bu topraklarda yaşayan halklara ışık olmuş, ilaç olmuş, aş olmuş, iş olmuş. Dünya zeytinyağı tüketimine baktığımızda; Avrupa Birliği üyesi ülkeler içerisinde en yüksek zeytinyağı tüketiminin kişi başına on altı kiloyle, Yunanistan'da olduğunu görüyoruz. Yunanistan'ı on kiloyle, İspanya ve dokuz kiloyle İtalya izlemektedir. Avrupa Birliği dışında kalan ülkelerdeki zeytinyağı tüketimindeyse yedi kiloyle Suriye birinci görülmektedir. Ülkemizde zeytinyağı tüketimimiz halen iki kilo seviyelerinde olup, bu miktar Arnavutluk, Lübnan, Fas, Tunus, Ürdün, İsrail ve Libya'dan sonra gelmektedir. Bu tüketimin de çok büyük bir kısmı üretimin yapıldığı, Marmara, Ege, Akdeniz ve Güneydoğu bölgelerimizde gerçekleşmektedir.

Zeytin varlığı yönüyle ilk üçte olan Aydın, Manisa, İzmir illerimizde herhangi bir restorana gittiğinizde, bitkisel yağ kullanıldığını görürsünüz. Hatta mutfağında, 'zeytinyağlılar' diye adlandırılan yemekleri olan ama pişirilmesi sırasında ayçiçeği yağı kullanılan Dünya'da başka bir ülke mutfağı var mıdır? Bu durum, zeytin ağacının anavatanında, bu kutsal ürüne karşı yapılmış çok büyük bir haksızlıktır. Bu haksızlığın oluşmasındaki en önemli nedenlerden bir tanesi de, zeytinyağının kalitesidir. Zeytinyağının; meyveden sıkıldığı gibi tüketilen bir yağ olması yani doğrudan tüketilmesi, belki de ülkemizde tüketimin bu kadar düşük olmasının en önemli nedenlerinden birisidir. İroni gibi görünebilir ama maalesef gerçek bu. Zeytinliklerimiz, aynı zamanda turizm bölgelerinde yoğunlaşmış durumdadır. Söz gelimi, yaz tatili için Çeşme'ye gelen Kayserili bir aile zeytinyağının sağlığa faydalı olduğunu düşünerek, dönerken pazardan zeytinyağı satın alarak dönüyor. O yağla, evin hanımı bir yemek yapıyor ve tüm apartmanı küf, kızışma kokusu kaplıyor. Hanımefendinin özenle yaptığı yemekte, kötü bir lezzet oluşuyor ve bir daha aynı yağı artık kullanmıyor...

Maalesef üretimimizin %50'den fazlası halen kayıt dışı, merdiven altı üretim ve kontrolsüz, kayıt dışı tüketimin hakim olduğu bir sektör. Bu, sektörümüzün yeterince büyümemesinin önündeki en büyük engeldir. Dünya ikinciliği hedefi doğrultusunda, kalite odaklı bir üretim ve tüketimle ancak bu hedefimizi başarabiliriz görüşüyle; uzman arkadaşlarımız; Dr. Oya Köseoğlu, Meltem Zengin ve Dr. Şahnur Irmak bizlere zeytinyağı ve sofralık zeytinde kaliteyi anlatacaklar.

Zeytinyağında Kalite ve Karar Ağaçları

Dr. Oya KÖSEOĞLU

[Bornova Zeytincilik Araştırma İstasyonu]

Zeytinyağında yapılan analizler; saflık ve kalite kriterleri olmak üzere iki grup altında incelenmektedir. Saflık kriterlerinde; yağ asitleri kompozisyonu ve transyağ asitleri, sterol kompozisyonu, tohum yağlarıyla karışımı belirlemede ECN 42 farkı miktarı, triterpenik alkollerden eritrodiol ve uvaol miktarının tespitiyle, pirina yağıyla karışımları belirlenmektedir. Mumsu maddelerse yine pirina yağı karışımlarını belirlemede kullanılan saflık kriterlerini oluşturmaktadır.

Kalite kriterleriniyse, serbest yağ asidi miktarı, peroksit değeri, duyuşal özellikler, yağ asitleri etil esterleriyle ultraviyole ışığında özgül soğurma [232 ve 270 nm'de] oluşturmaktadır. Zeytinyağı kalitesine etki eden faktörlerde, hasat zamanı ve olgunluk basamağı %30 etkilemekte, ekstraksiyon yöntemleri %30, çeşit %20, zeytinyağının depolanması [10], hasat yöntemleri ve taşıma %5 oranında zeytinyağı kalitesine etki eden faktörlerdir. Hasat zamanı ve olgunluk basamağında hasat olgunluğu, meyve kabuğu ve meyve etinin rengine bağlıdır. Renk skalasından karşılaştırma yoluyla hesaplanan olgunluk indeksini kullanmaktayız. Daha yeşil renkli meyveler hasat edildiği zaman, daha yüksek oranda polifenol formunda antioksidan içerdiğinden, bu zeytinlerden elde edilen zeytinyağlarının raf ömrü daha uzun olmaktadır. Ancak fenolik bileşik içeriği yüksek olan yağların tatlarında, acılık daha fazla hissedilmektedir. Hasat geciktiğindeyse biraz daha yüksek asitli, duyuşal olarak düz bir yağ elde edilmektedir. Yapılan çalışmalarda, geç hasat edilen zeytinlerden elde edilen yağların, antioksidan özellik gösteren bileşiklerinde azalmalar tespit edilmiştir. Burada önemli olan doğru zamanda, doğru hasadın yapılmasıdır.

Kaliteyi etkileyen ekstraksiyon yöntemlerinde, biz ekstraksiyon yöntemlerini klasik sistemler ve modern sistemler olmak üzere ikiye ayırıyoruz. Klasik sistemlerde mengeneler, süper presler ve hidrolik presler kullanılmaktadır. İki fazlı, üç fazlı kontinü sistem santrifüj sisteminde, dekantördeki fazların ayırımına göre iki faz veya üç faz olarak adlandırılmaktadır. Üç fazlı sistemde, dekantörden yağın çıkışı, kara su çıkışı ve prina çıkışına bağlı olarak üç faz adlandırıyoruz. 1992 yılında üç fazlı sistemlerden çıkan kara suyun fazla olmasından dolayı, çevreyi etkilediği için iki fazlı sistemler oluşturulmuştur. Burada da, %60-65 nemli prina ve kara su fazıyla, yağ fazı elde edilmektedir.

Ekstraksiyon sistemlerine tabi yöntemlerde, yağ kalitesini etkileyen birçok etmen var. Bunlardan bazıları; zeytinlerin yıkama sularının temiz olması gereklidir ve bu yıkama suyu sıcaklığının, 30°C'nin altında olması gerekiyor. Kırıcıların hızları da, ne çok hızlı ne de çok yavaş

olmalıdır. Çünkü kırıcının hızının fazla olması, hamur sıcaklığını artırmakta bu da yağ kalitesini azaltmaktadır.

Malaksörlerdeki hamur sıcaklığının maksimum, 28°C olması gerekmektedir. Hamur sıcaklığını ne kadar artırırsak yağın kalitesi yine o kadar azalmaktadır. Dekantör ve malaksörlerde kullanılan su sıcaklığı da 35°C üzerinde olmamalıdır. Fazla su, sistemde kullanıldığı zaman antioksidan etki gösteren fenolik bileşiklerde azalma tespit edilmiştir. Yine en son işlem olan seperatörün kullanılması sırasında da seperatör suyu sıcaklığının yüksek olmaması gerekmektedir. Sistemde temizliğin düzenli yapılması da ekstraksiyon yöntemlerinde kaliteli yağ elde edilmesinde önemli bir aşamadır, gerekliliktir.

Zeytinyağı kalitesini, zeytin çeşidi de oldukça etkilemektedir. Türkiye'de Karadeniz, Marmara, Ege, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu olmak üzere beş bölgede zeytin yetiştiriciliği yapılmaktadır. Ülkemizde, yaklaşık doksan çeşit zeytin çeşidi var ve bunların yetiştiriciliği yapılmaktadır. Özellikle; 'Ayvalık' Kuzey Ege'ye ait, 'Gemlik' yine Marmara Bölgesi, 'Memecik' Güney Ege, 'Tavşan Yüreği' Akdeniz Bölgesi, 'Domat ve Uslu' Akhisar Bölgesi, 'Nizip Yağlık ve Kilis Yağlık'sa Güneydoğu Anadolu Bölgelerine ait zeytin çeşitlerini oluşturmaktadır. Zeytinyağını depolama koşulları da yağ kalitesini oldukça etkilemektedir. Depolama sıcaklığı, tank içi sıcaklığı, yağın tank içindeki sıcaklığı 12-22oC arasında sabit tutulmalıdır. Yağlar hava geçirmez, kapalı paslanmaz çelik tanklarda, azot gazı altında ve karanlık ortamda depolanmalıdır. Çünkü ısı, ışık ve hava yağın oksidasyonuna neden olan üç etmendir. Yine hasat yöntemleri, yağın kalitesini oldukça etkilemektedir. Önemli olan burada elle hasattır. Elle yapılmadığı zaman da, mekanizasyonla hasadın yapılmasını öneriyoruz. Zeytinlerin taşınması sırasında da; delikli plastik kasalar kullanılmalıdır. Çuvallarda taşınan zeytinler, yağda negatif kusurlara neden olmaktadır. 'Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağı ve Prina Yağı Tebliği'ne göre zeytinyağlarını natürel zeytinyağı, rafine zeytinyağı, riviera zeytinyağı ile çeşnili veya aromalı zeytinyağları olmak üzere sınıflandırıyoruz.

Burada natürel sızma zeytinyağı, oleik asit cinsinden %0,8'in altında olan yağları belirtiyor. Natürel birinci zeytinyağı yine doğrudan tüketime uygun ve oleik asit cinsinden asitliği, ikinin altındaki yağları belirtiyor. Ham zeytinyağıysa, oleik asit cinsinden serbest yağ asidinin ikisinin üzerinde olan yağları ve duyuşsal olarak doğrudan tüketime uygun olmayan rafine edilmesi gereken yağları tanımlıyor.

Rafineri zeytinyağları, ham zeytinyağlarının doğal trigliserit yapısında değişikliğe yol açmayan metotlarla rafine edilmeleri, sonucu elde edilen serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden her yüz gramda, 0,3 gramdan fazla olmayan yağları tanımlıyor. Yine riviera zeytinyağları, rafine zeytinyağlarıyla doğrudan tüketime uygun, natürel zeytinyağların karışımından oluşan ve serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden, her yüz gram da, bir gramdan fazla olmayan yağları tanımlamaktadır. Bu arada çeşnili veya aromalı zeytinyağları da piyasada bulunmaktadır. Bunlar da zeytinyağlarına değişik baharatlar, bitki, meyve ve sebzelerin ilavesiyle elde edilen diğer özellikleri açısından tebliğ kapsamında kendi kategorisindeki ürünlerin özelliklerini taşıyan yağları ifade etmektedirler.

Türk Gıda Kodeksine göre zeytinyağlarında, kalite ve saflık kriterleri bulunmaktadır. Bu kalite kriterlerinde gördüğünüz değerler serbest asitlik, peroksit değeri, UV'de özgül absorbans, yağ asidi etil esterleri değerlerinin de her bir kriteri yağ kalitesinin farklı bir kısmını değerlendirmektedir. Bu nedenle tüm kalite kriterleri, zeytinyağı kalitesinin doğru değerlendirilmesinde bakılması gereken parametrelerdir.

İyi kalite yağ elde edebilmek için; yetiştirme, hasat, depolama ve işleme de iyi üretim uygulamalarıyla enzimatik oksidasyonu önleyerek, zeytinyağı ısı ışık hava ve metallere koruyarak, kimyasal oksidasyonu engelleyerek, zeytinyağlarını tankların dibinde çöken çamur tortudan ayırarak, uzun süre depolamadan kaçınarak ve kontrollü şartlarda zeytinyağına uygun materyallerle paketlenmelidir. Yüksek asit değeri, düşük meyve kalitesi, uygun olmayan işleme koşullarının ve işleme öncesi zeytinlerin uzun süre bekletilmesinden kaynaklanmaktadır. Asitlik değeri, zeytinyağların sınıflandırılmasında kullanılmaktadır.

Peroksit değeri, yağların başlangıç aşamasındaki oksidasyonunun göstergesidir. Oksidasyon enzimatik veya kimyasal olabilir. Yüksek peroksit değeri yine meyve ve hamurun uygun olmayan işleme metodlarının bir göstergesidir. UV Özgül absorbans değerleri, 232 ve 270 nm'de spektrofotometrede ölçüm yapılmaktadır, 232 namometredeki absorbans değerleri oksidasyonun başlangıç aşamasındaki 270 namometredeki oksidasyonun ileri aşamasındaki diene ve triene bileşikler belirlemektedir. Delta E değerimizse kötü kalitede zeytinyağları ve rafine yağlarla tağış yapılmış zeytinyağlarının göstergesidir. Yine yağ asidi etil esterleri de zeytinyağının kalitesini görmek açısından tavsiye edilecek en iyi yöntemlerden birisidir. Bu metod, natürel sızma zeytinyağlarına hile amacıyla karıştırılan deodorize yağ, rafine zeytinyağı ve natürel birinci zeytinyağı gibi yağları tespit etmek mümkündür. Yine duyuusal özellikleri de kusurların ve meyvemsiliğin medyanı [medyan: ortalama değer] kullanılarak sınıflandırma yapılmaktadır. Burada natürel sızma zeytinyağı olması için, meyvemsi özellikler medyanın, sıfırın üzerinde olması gerekmektedir.

Yine saflık kriterleri dediğimiz kriterler de; diğer bitkisel yağlardan pamuk, fındık, koza, kano-laıyla, prina yağlarıyla, rafine yağlarla zeytinyağların tağışının belirlenmesinde kullanılmaktadır. Saflık kriterlerinin belirlenirken, zeytinyağına katılan %1'lik bir karışım bile bu kriterlere bakarak tespit edilebilmektedir.

Diğer bitkisel yağlarla tağış tespit etmede steroller, yağ asidi kompozisyonu, transyağ asitleri, ECN 42 farkı ve 2-gliseril mono palmitat kullanılmaktadır. Rafine zeytinyağlarını tespit etmedeyse UV değerleri, transyağ asitleri ve stigmastadien değerlerine bakılmaktadır. Prina yağıyla tağış tespit etmedeyse; eritrodiol, uvaol ve mumsu maddelere bakılarak prina yağları tespit edilmektedir.

"Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağı Tebliği"ne göre, zeytinyağının majör yağ asitleri, tekli doymamış yağ asitlerinden oluşmaktadır. Yağ asitleri kompozisyonuna bakarak diğer bitkisel yağlarla tağışını belirlemede, en önemli yağ asitleri ise linolenik, miristik, araşidik, gadolik asitler önem kazanmaktadır. Bu yağ asitlerine biz kimyasal olarak gaz kromatografi cihazında bakıyoruz

ve bunların oranlarından yüksek olmasına dayanarak da, yağlarda taşışşileri tespit edebiliyoruz. Sterol kompozisyonunda, steroller besleyici değeri, kolesterol düşürücü etkileri, yağlarda ısı ve oksidatif stabilite sağlamaları, yağların botanik orijinini belirlemede rol oynamaları nedeniyle oldukça önemlidirler. Zeytinyağında da en fazla bulunan sterol, beta steroldür. Bunu delta 5 avena sterol, kampesterol ve stigmasterol takip etmektedir. Toplam sterollerde yağlarda taşışş belirlemede kullanılmaktadır. Prina yağlarının taşışşinde de laboratuvar koşullarında, triterpenik alkollerden ertitrodol ve uvaol miktarına bakarak prina yağı tespiti de yapılabilir. Transyağ asitleri de, rafinasyon sırasında ve yüksek sıcaklığa maruz bırakılmış yağlarda meydana gelmektedir. Bunlara bakarak da, yüksek sıcaklığa uğramış yağlar tespit edilebilmektedir. ECN 42 farkıyla da yine yağ asitleri kompozisyonuyla trigliserit kompozisyonu analizleri yapılmakta ve ECN 42 farkı hesaplanarak, tohum yağların tespitinde bu analiz kullanılmaktadır.

Mumsu maddelerde, yağ asitleriyle yağ alkollerinin esterleşmesiyle oluşan maddelerdir. Rafineri zeytinyağlarıyla, ham zeytinyağlarının uzun süre depolanmasıyla, bu mumsu maddelerin oranı artmaktadır. Prina yağları ya da daha önemlisi ikinci ekstraksiyon dediğimiz zeytinyağlarının tespitinde kullanılan en etkili yöntemlerden bir tanesi de mumsu maddeler, yani vaksların tespit edilmesidir. Taşışş tespit etmede; tohum yağları, rafine yağları ve pirina yağları tespit edilerek saflık kriterlerinden yararlanılmaktadır.

Karar ağaçlarını, niçin kullanıyoruz? Bir zeytinyağı numunesinin laboratuvarında analizinin yapılması sırasında, "Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağı ve Prina Yağı Tebliği"nde belirtilen kalite ve saflık kriterlerine uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla izlenmesi gereken yolları, bize karar ağaçları belirtiyor. Karar ağacında belirtilen analizler, karar ağacında yer alan kararlardan birine varılana kadar uygulanmak suretiyle sırasıyla gerçekleşiyor. Olay şöyle; karar ağaçlarından natürel sızma zeytinyağı için kalite kriterlerine bakıyoruz, "kalite kriterlerinde asidik değerimize uygun değilse, yağ türü beyan edilen kategoride uygun değildir" diyoruz. Eğer asitlik değeri uygunsa diğer kalite kriterlerine bakıyoruz, bunlar peroksit, UV Özgöl Absorbans ve duyuşsal özellikler oluyor. Daha sonra yağ asidi, metil esterlerine bakarak yağın natürel sızma olup olmadığına karar veriyoruz.

Yine natürel birinci zeytinyağı için de, aynı sistemi takip ediyoruz ve saflık kriterlerine de önce kalite kriterleri, natürel sızma zeytinyağı ve natürel birinci yağ için uygunsa yağ asidi kompozisyonu değerinden başlayarak transyağ asitleri ve diğer parametrelere sterol kompozisyonu, ECN 42 miktarlarına bakarak yağlarda taşışş olup olmadığını belirleyebiliyoruz. Ülkelerde mevsimsel değışiklikler yaşanabiliyor ve yağların kalitesinde özellikle sterol kompozisyonunda önemli değışiklikler oluyor. Bu nedenle kampesterol, delta 7 stigmasterol değeriinin bazı parametreler arasında olması için birçok çalışma yapılmış, bu çalışma neticesinde alınan kararlara kampesterolun yüksek olması gibi ya da bazı değeriinin arasında olması nedeniyle karar ağaçları oluşturulmuş. Ham ve rafine zeytinyağları için de delta 7 stigmasterol ile karar ağaçları tespit edilmiştir. Ve tüm analiz sonuçları, beyan edilen yağ kategorilerine özelliklerine uygunsa, yağın beyana uygun olduğu hakkında rapor veriyoruz. Tek bir analiz sonucu

beyan edilen yağ, kategorisine uygun değilse beyanda doğru olmadığı için Tarım İl Müdürlükleri topladıkları numuneleri, il kontrol laboratuvarlarına gönderiyorlar, burada analizler yapılıyor. Belirttiğim analizler ve bu analizler sonucunda da yağ, eğer beyana uygun değilse bir cezai işlem uygulanıyor.

Sonuç olarak zeytinyağı, tüm kalite ve saflık değerlerini meyvesi olan zeytinden almakta, meyvenin bu özellikleri yitirmeden yağı taşıyabilmesi için iyi tarım uygulamaları, iyi üretim uygulamaları, uygun depolama ve saklama koşullarına maksimum özen göstermek, biz üretici ve tüketicilerin görevidir.

Ümmühan Tibet: Hemen hemen bütün gıda analizleri konusunda çalıştım, zeytinyağı kadar kompleks analiz gerektiren başka hiçbir gıda yok. İyi bir zeytinyağı laboratuvarı kurabilmek için, yüz bin euronun üzerinde bir bütçe ayırmamız gerekir. Bütçenin yanında, konusunu çok iyi bilen uzman bir mühendis veya kimyager olması gerekir. Biz yağ kimyacıları, Oya Köseoğlu'nun çok özet olarak anlattığı analizleri yaparak, o zeytinyağının saf olup olmadığını, kaliteli olup olmadığını test ederiz.

Zeytinyağını dolaba koyalım, buzdolabında donuyorsa saftır, donmuyorsa karışıktır gibi çok yaygın bir kanı var. En büyük asparagas, doğru bilinen yanıltır. Keşke bu kadar basit olsaydı, ne kimyacılar gerek olurdu ne böyle büyük bütçelerle laboratuvar kurmaya gerek olurdu. Zeytinyağını koyardık buzdolabına, donup donmamasına göre karar verirdik. Şu bir gerçek ki, zeytinyağı hep yıldız olmuş ama tarih boyunca hep hile yapılmış zeytinyağına. Biz, zeytinyağında yapılan hilelere, tağşiş deriz. "Söz konusu zeytinyağıysa babana bile güvenmeyeceksin" diye bir söz vardır. Zeytinyağı, hakikaten çok hile kaldıran bir konudur. Çok kompleks analizlerle zeytinyağında, %1 bile herhangi bir tohum yağıyla karışım yapılmış olsa bile, tespit ediyoruz. Bu konuda çalışan çok kıymetli, uluslararası düzeyde uzmanlarımız var, uluslararası düzeyde laboratuvarlarımız var. Tüketicilere her zaman şunu söylüyoruz; "Güvenilir markaları korkmadan alın, güvenin. Saf alacağım, yerinden alacağım diye kalitesiz zeytinyağı almayın, çoğu zaman karışık zeytinyağı almayın" diye uyarıyoruz. Gördüğünüz gibi Oya Köseoğlu, çok hızlı anlatmasına rağmen oldukça kompleks, detaylı çalışma olduğunu öğrenmiş olduk.

Zeytinyağının Duyusalı

Meltem ZENGİN

[Tariş Kalite ve Arge Müdürü]

Zeytinyağının natürel sızma ya da natürel birinci olarak değerlendirilebilmesi için sadece kalite ve saflık kriterlerinin uygun olması yeterli değil, duyuşal özelliklerinin de uygun olması gerekiyor. Uygun olmadığı noktada kalite kriterlerinin uyması o yağın sınıflandırılmasında, natürel sızma ya da natürel birinci olarak kategorize edilmesi uygun değildir. Duyusal özelliklerin üzerine, işlemlerin etkisini anlatacağım. Kaliteyle ilgili benzerlikler de olduğu için, mükerrer olmaması adına bazı bölümleri hızlı geçeceğim.

Zeytinyağının tanımı yapıldı. Zeytinyağının bileşenleri; majör ve minör bileşenler olarak ikiye ayrıldı. Fakat majör bileşenler, tüm sınıflar için rafineri, riviera ya da natürel grubu için aynıken; minör bileşenler, zeytinyağına özelliğini veren bileşenlerdir. Özellikle natürel sızma yağında ve natürel birinci yağında çok önemlidir. Bunlardan tokoferoller ve fenolik bileşenler, zeytinyağının duysal özelliklerine etki eden ve kompozisyonunu oluşturan bileşenlerdir. Bu açıdan da miktarları, değerleri ve dağılımı duyuşal özelliklerinin üzerine etki etmektedir. İklimsel şartların uygunluğu, duyuşal özelliklere de etki eder. Zeytinin don vuruğu olması ya da sıcaktan yanması, direk zeytinyağının duyuşalına etki eder. Duyusal özelliklerde, don kusurunu ya da yanmışlık kusurunu, odun kusurunu hissedebilirsiniz.

Toprak, duyuşal özelliklere etki eden faktörlerin en önemlilerinden birisidir. Zeytinin bulunduğu florası duyuşal özelliklerine, meyvensiliğe özellikle etki eder. Çünkü zeytinyağında, özellikle natürel sızma zeytinyağında zeytin meyvesi dışında farklı meyve, sebze, tat ve kokularını da hissedebilirsiniz. Bunlar badem, elma, çiçek, çimen, yaprak gibi farklı özellikleri meyvensilikte hissedebilirsiniz. Zeytin hastalıkları, özellikle duyuşal özelliklerin üzerine çok etkilidir. Zeytin sineği, bunların en başında gelenidir. Zeytin sineği zararına uğramış bir zeytinden, ne kadar iyi koşullarda işlerseniz işleyin, uygun bir natürel sızma zeytinyağı alamazsınız. Çoğunlukla bu tür hasara uğramış zeytinlerden elde edilen yağlar, rafınajlık zeytinyağlarıdır. Bu açıdan da zeytinin işlenmesi, zeytinin bakımı gibi özellikler çok önemlidir.

Zirai ilaçlamaların doğru uygulanması, bu hastalıklara karşı mücadele uygun kalitede ve uygun duyuşal özelliklerde zeytinyağı elde etmeniz açısından önem arz etmektedir. İyi bir zeytin elde etmeniz nasıl bir hasat yaptığınız, nasıl bir taşıma yaptığınızda çok önemlidir. Zeytinin hasar görmemesi, toprakla muamele edilmemesi gerekir. Özellikle çuvallarda bekleyen zeytinler, küflendiği ve fermentasyona uğradığı için, bu zeytinlerden natürel özellikte bir yağ elde etmeniz mümkün olmamaktadır. Bazı bölgelerde randıman nedeniyle, zeytin toplandıktan sonra bir hafta-on gün gibi zeytinliklerde bekletilip daha sonra fabrikalara sıkıma gönderilir, bu çok yanlış bir uygulamadır. Siz natürel sızma özelliğinde bir zeytinyağı elde edeceksen, bu

uygulamayla direk rafınajlık bir zeytinyağı elde etmiş oluyorsunuz. Bunlar, atalardan gelen gelenekler olarak devam etmekte fakat sektör açısından çok ciddi bir kalite kaybına neden olmaktadır. Kasalar tavsiye edilir, hem üreticinin hem de birçok kontinü de zeytin sıkma tesisinde de zeytinler kasalarda bekletiliyor. Bu kaliteyi artıran duyuusal özelliklere etki eden bir uygulamadır, bu açıdan da çok önemlidir. Zeytinlerin, kısa süre içinde [bir-iki gün] işleme alınıp zeytinyağı elde edilmesi önerilir. Hatta bazı aldığımız eğitimlerde, altı-sekiz-on saat gibi çok daha kısa sürelerde olması öneriliyor. Fakat fabrikaların çok yoğun çalışması nedeniyle, bunu gerçekleştirmek sektörde zor oluyor.

Yaprak ayırma, yıkamada -eğer ki zeytinler iyi yıkanmazsa- su yeterince değiştirilmezse, su da bir kalıntı [toprak gibi] olursa, bu sıkım sırasında zeytinyağının tadına geçen bir unsurdur. Zeytinyağı, çok iyi bir absorban olduğu için, ortamda bulunan her türlü tat ve kokuyu bünyesine alır. Böyle olunca da artık bu zeytinyağını natürel olarak tüketemezsiniz çünkü bunu önlemenin ya da izole etmenin tek yolu rafinasyon işlemidir. Rafinasyon yaptığınızda da sınıf değişikliği gerçekleşir.

Kırmanın, duyuusal özellikleri üzerine çok fazla etkisi yoktur. Yoğurma çok önemlidir, özellikle malaksör aşamasında çok yanlış uygulamalarımız var. Fazla zeytinyağı elde etmek, randımanı daha yüksek göstermek için yüksek sıcaklıklar ve uzun süreler kullanılmaktadır. Bu elde edilen zeytinyağının hem kalite özelliklerine, hem de duyuusal özelliklerine olumsuz etki etmektedir. Sıkımlar için, 27°C dereceyle 32°C derece önerilir. 27°C derecenin altındaki sıkımlara, 'soğuk sıkım' diyoruz ve süresi de otuz-kırk dakika arasında önerilir. Altmış-yetmiş beş dakikayı geçmemesi tavsiye talep edilir. Bunları kontinü ustaları, genellikle zeytinin durumuna göre kendileri ayarlıyorlar. Fakat burada maalesef ki hamur sıcaklıkları, bazen 40°C derecelere bazen 50-60°C derecelere çıkıyor.

Süre de uzun olunca elde ettiğiniz yağ, natürel sızma özelliği göstermediği gibi saflık kriterleri bakımından da pirina yağı özelliği gösteriyor. Bu açıdan da çok önemlidir. Burada çok yanlış uygulamalarımız var, onları düzeltmemiz gerekiyor. Yanlış uygulamalar nedeniyle rafınajlık bir zeytinyağı olarak değerlendirilebilecek bir zeytin sıkıldığı düşünülüyor fakat elde edilen yağ, prina yağı özelliği gösteriyor. Dekantasyon ve seperatörde ayırımların kara su ayırımlarının, prina ayırımlarının çok iyi yapılması gerek ki bunlar özellikle kara su, yağın bünyesinde çok az miktarda kalsa da siz bunu kara su kusuru olarak yağda, duyuusalında hissedebiliyorsunuz. Depolama, hem duyuusal açıdan hem de kalite açısından çok önemlidir. Maalesef ülkemizin en kötü olduğu konulardan birisi, depolamadır. Çok iyi bir zeytinyağı elde etmiş olsanız bile, siz uygun koşullarda depolama yapmıyorsanız özellikle de sıcak havalarda, on beş gün gibi kısa bir sürede o yağı rafınajlık zeytinyağına döndürebilirsiniz. Bu açıdan depolama şartlarının çok iyi olması gerekmektedir.

Uluslararası Zeytin Konseyi'nin duyuusal özellikler üzerine, altı maddelik standardı vardır. Bu standartlarda; tadımcının seçiminden, tadım yapılacak ortamın nasıl olmasından, tadım yapılacak bardağın nasıl olması gerektiği gibi özellikler bulunmaktadır ve bu standartlar

doğrultusunda duyuşsal analizler değerdendirilir. Natürel zeytinyağında duyuşsal ve görsel olarak görünüş hakkındaki kararlar parlaklık, renk, viskozite gibi temas izleri, genizde bıraktığı duyuşlar değerdendirilerek verilir.

Tadıml sırasında, tamamen ön yargıdan uzak olmak gerekir. Hiçbir etkinin olmaması gerekiyor bu nedenle tadımdan en ez yarım saat önce sigara içmemeli, parfüm kullanmamalı, kokulu sabun ya da kokulu herhangi bir makyaj malzemesi vb. kullanmamanız gerekiyor. Bir saat öncesinde hiçbir şey yenmemesi gerekiyor. Çünkü ne çok tok olmalısınız, ne de aç olmalısınız. Tok olduğunuz da beğenmeme gibi bir durum söz konusu olabilir, aç olduğunuzdaysa uygun olmayan bir yağ beğenme gibi bir durum söz konusudur. Bu yüzden tam nötr bir zamanda, tadım yapmak gerekir. Psikolojik ve fizyolojik açıdan da uygun olmanız gerekir. Nezle ve gripşseniz, yeterli koku alamıyorsanız, duyuşsal algılarınızda azalma varsa tadımla doğru bir değerdendirme olmaz. Psikolojik olarak da çok sinirlişseniz, asabişseniz o gün beğenmeme gününüzde olabilirsiniz böyle durumlarda tadım yapmama hakkına sahiptiriz. Dikkat toplama, konsantre olma bunlar çok önemlidir. Genetik yapı çok önemlidir ama eğitimle bir takım olumsuzluklar ya da algılama zorlukları tolere edilir. Çünkü eğitimde önce tat eşiğı belirlenir, kişinin ne kadar hassas olduğu, neyi ne kadar algılayabildiğı belirlenerek bu eğitimle daha sonra tat eşiğı yüksek bir kişinin düşürülebilir. Bu mümkündür fakat bunu yapmak için eğitim alan kişinin, bunu gerçekten istemesi gerekir. İstemeyen bir kişiye ne kadar eğitim verirsenez verin, tat eşiğini düşüremezsiniz.

Duyuşsal yorgunluk, çok önemlidir. Bazen beş tane numune tattığınızda duyuşsal yorgunluğa ulaşabilirsiniz, bazen on numune tadabilirsiniz o anda karar verilir. Tadım kabı da çok önemlidir. Uluslararası Zeytin Konseyi'nin tanımladığı tadım kapları kullanılır, bunlar koyu mavi renktedir. Koyu mavi renkte olmasının nedeni, tadımcının herhangi bir ön yargıya varıp da rengi görüp de bu yağ iyi veya kötü dememesi için rengini görmemesi adına, renkli kaplar kullanılır. Üzerine saat camı konur ki, o saat camıyla 27oC derecede on dakika ısıtma sırasında, ortaya çıkan uçucu aromatik bileşenlerin bardak içinde kalması sağlanır. Hatta bardağın gövde kısmında hafif bir bombe vardır, bu uçucu aromatik bileşenler orada toplanır ve siz saat camını açmadan önce zaten bir bardağı şöyle çevirir orada toplanan, o bileşikleri alırsınız.

Duyuşsal özelliklerde, pozitif özelliklerin en önemlilerinden birisi meyvemsiliktir. Meyvemsilik, zeytin çeşidine göre farklılık gösterebilir. Yeşil zeytinden elde edildiğinde yeşil bir zeytin aroması hissederken, siyah bir zeytinden sıkılan bir yağda daha olgun bir aroma hissedersiniz. Az önce de belirttiğim gibi meyvemsilik, zeytin meyvesinin yanı sıra farklı meyveler de hissedebilirsiniz; elma, portakal ya da çiçek kokuları hissedebilirsiniz. Enginar, domates hissedebilirsiniz. Bunlar ne kadar çoksa, o zeytinyağı o kadar aromatik ve duyuşsal açıdan değeri anlama gelir. Acılık yeşil zeytinden elde edilmiş yağlarda daha yüksek hissettiğimiz bir duyuşdur ve acılığı dilde hissederez. Genelde genizde hissettiğimiz yakıcılık, acılık olarak tabir edilmekte hâlbuki o yakıcılıktır ve daha çok fenolik bileşenlerden gelen bir özelliktir. Meyvemsilik, acılık ve yakıcılığın yüksek olması, o yağın taze olduğunu, duyuşsal özelliklerinin daha yüksek olduğu anlamına gelir. Fakat ülkemizde özellikle acılık ve yakıcılık çok fazla tercih edilen özellikler

değildir, olması olumsuz olarak değerlendirilmekte. Meyvemsilik, acılık ve yakıcılık bu üç özellik depolama sırasında düşme özelliği göstermektedir.

Ülkemizde, çok rastladığımız bazı kusurlara değineceğim. Kızışma-çamurlu tortu dediğimiz kusur, az önce belirttiğim gibi çuvallarda bekleyen fermente olan, üzerine yağmur yağan zeytinlerden elde edilen yağlarda hissettiğimiz bir kusurdur. Küflü, rutubetli kusuru da aynı şekilde nemli koşullarda bekleyen zeytinlerden elde ederiz.

Bunlara paralel olarak, şarabımsı ve sirkemsiyi hissederiz. Yani iyi bir zeytini uzun süre beklettiğimizde fermente olduğunda bu kusurlar direkt yağa geçer. Zeytinyağının, havayla temasıyla oluşan oksitletme, zeytinyağında 'ransit' olarak adlandırılan kusur her zaman karşılaşılabileceğimiz bir kusurdur. 'Ransit', zeytinden gelebileceği gibi kötü depolama şartlarından, kötü işleme şartlarından da karşımıza gelebilen bir kusurdur. Çok iyi bir zeytinyağını, kötü koşullarda depoladığınızda çok kısa sürede, 'ransit' yapabilirsiniz. Yani bir yağ, yarım saat güneş altında durduğunda 'ransit' olur. Eğer ki kara su iyi ayrılmazsa, zeytin sıkım esnasında bu kusuru direkt yağda hissedebiliyorsunuz.

Duyusal olarak sınıflandırdığımızda natürel sızma zeytinyağları, kesinlikle kusur içermemesi gereken yağlardır. Hiçbir şekilde kusur içermeyecek ve meyvemsi özellikler meydana getiren sızmanın üzerinde olması gereken, meyvemsiliği hissetmeniz gereken bir yağdır. Natürel birinci zeytinyağında, uç buçuğa kadar, kusurları medyanına izin verilir, bir miktar kusur içerebilen bir yağdır ve meyvemsiliği de sızmanın üzerinde olması gerekir. Bu özellikleri taşımayan yağlar, asit değeri ne olursa olsun kesinlikle rafınajlık olarak değerlendirilmesi gereken yağlardır. Çünkü ülkemizde, "Benim yağım, 0,5 asit değerinde ve kesinlikle natürel sızma olarak değerlendirilmedi" gibi bir algı var. Fakat duyusal açıdan bu özellikleri sağlamayan yağların, rafınajlık olarak değerlendirilmesi gerekir. Duyusal analizler yaptığımızda, kullandığımız profil kağıdıdır. Burada, sıfır-on arasında bir puanlama yaparız, kusurların sıfır olması, istenir. Meyvemsilikler de, on puanına ne kadar yakınsa duyusal açıdan o kadar özellikli bir yağ olduğunu gösterir. "Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliğine ve Analiz Yöntemleri Tebliği"ne göre etiketlerde duyusal özellikleri belirtebilirsiniz. Yoğun denilebilmesi için pozitif özelliklerinin meyvemsilik, acılık ve yakıcılığın altının üzerinde, orta denebilmesi için üç-altı arasında, hafif denebilmesi için de üçten küçük olması gerekmektedir. Bu özellikleri taşıyan yağları etiketlemede beyan edebilirsiniz. Aynı zamanda dengeli ve yumuşak bir yağ olarak da beyan edilebilir. Dengeli yağda acılık ve yakıcılık özelliği medyana, meyvemsilik özelliğinin iki puan üzerinde olması gerekir. Yumuşak yağda acılık ve yakıcılık özellikleri, medyana iki veya daha az olan yağlar olarak sınıflandırılır.

Ümmühan Tibet: Zeytinyağı, doğada meyve suyu olarak tanımlanabilen ve doğal olarak tüketilebilen tek yağdır. Bu anlamda da, Tanrı'nın bize sunduğu bir lütuf diyoruz. Neden? Zeytinyağını onlarca, yüzlerce bilim insanı yaklaşık yetmiş beş yıldır araştırıyor ve halen yeni bulgularla sağlığınıza yaptığı faydalarını öğreniyoruz. Bu anlamda da zeytinyağının kalitesi çok önemlidir. Meltem Zengin'in anlattığı acılık ve yakıcılık bizim toplumumuzda şikâyet

olarak geliyor. Bu şu anlama geliyor; zeytinyağı çok acı tüketemiyoruz. Hâlbuki acılık ve yakıcılığı veren bileşenler, fenolik bileşenler, polifenoller on dört-on beş kadar bileşen ve her bir bileşenin vücudumuzda yaptığı katkılar o kadar önemli ki. Söz gelimi, Şubat ayında Amerika'da yapılan bilimsel çalışmada, bir polifenol bileşeni olan oleochantalın kanserli hücreleri on saat gibi bir sürede öldürdüğü tespit edilmiş ve yayımlandığı gün bilim dünyasında çok büyük bir ilgiyle karşılanmıştı. Çok yeni bir çalışma ve bu konu üzerinde şimdi onlarca bilim insanı daha fazla çalışma yapmaya başlıyor. Oleochantal aynı zamanda ağrı kesici etki gösterir ve biz zeytinyağını tattığımızda, dilimizin üzerinde ve genzimizde acılık ve yakıcılık olarak hissederiz. Onun için biz ne kadar acı, ne kadar yakıcı yağ üretebiliyorsak, o kadar kaliteli zeytinyağı tüketiyoruz demektir.

Ülkemiz şu anda ağaç varlığı yönüyle, koyduğumuz hedefe ulaşmış durumdadır. İspanya'dan sonra, yüz altmış sekiz milyon zeytin ağacıyla uluslararası alanda, ikinciyiz ama üretim açısından halen dördüncü sıradayız. Bununla birlikte kalitemiz, bizlerden kaynaklanan nedenlerle maalesef düşük. Tunus'ta üretimin, %80'i natürel sızma kalitesindeyken, biz bu oranları yakalayamadık. Dolayısıyla, bu oturumda anlatılan kalite konusunu çok önemsiyorum. Arkadaşlarımızın anlattığı bu konular, son derece önemli ve bizim zeytin ağacının bu meyvesini, o kalite zincirini hiç koparmadan masaya getirmemiz lazım. Yoksa zeytinyağının faydalarından, nasibimizi alamamış oluruz. Tabii ki bu konuda, zeytini unutmamamız lazım. Sofralık zeytin üretiminde, Dünya'da ikinciyiz ama tüketimde birinciyiz ve bununla övünüyoruz. Harika geleneksel fermentasyon yöntemlerimizle, Dünya'nın en kaliteli sofralık zeytinlerini üretiyoruz.

Sofralık Zeytinde Kalite

Dr. Şahnur IRMAK

[Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Komisyonu Üyesi]

Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, gerçekten fidancılığından tutun, yetiştirilmesine, ıslahına, bitki sağlığına kadar ve bu ürünün yani zeytinin teknolojik olarak işlenmesine kadar her boyutunda çalışmasını yapan, konusu sadece zeytin olan bir enstitü. Enstitümüzde, 1990 yılında başlamış ıslah konusunda yapılan çalışma sonucu olarak, yirmi beş yıllık bir çalışmanın sonunda, 'hayat' adıyla yağlık ve yeşil sofralık olarak değerlendirilebilecek yeni bir çeşit zeytin sektörüne sunulmuştur.

Yine siyah sofralık olarak, iki tane çeşit adayımız daha var. Onu da önümüzdeki günlerde sektöre sunacağız çünkü siyah zeytinde özellikle kalibre ve devamlılık çok önemli. O yüzden önümüzdeki dönemde de, önemli bir fayda sağlayacağımızı düşünüyorum. Sofralık zeytinlerde, kalite çok önemlidir. Biz ne yapıyoruz, sofralık zeytin teknolojisi dediğimizde işte zeytinin yenilebilir hale gelmesini sağlayacak, gıda güvenilirliği içinde, bunların işlenmesini sağlayacak bir konu alanı olarak görüyoruz. 'Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'ne göre biz bunu çeşitli yöntemlerle işleyebiliyoruz.

İşleme yaparken, doğal işleme yöntemleri ve kimyasal işleme yöntemleri olmak üzere iki tane ana metodumuz var. Doğal işleme yöntemleri, hepimizin bildiği çizme, kırma zeytin, yeşilde-siyahta sele zeytini, bidonlar içinde yuvarlama, tanklarda vs. vs. de salamura zeytin üretimi gibi halkın işleme yöntemleridir. Bir de işleme tekniği gereği yapılan, kimyasal işleme teknikleri var. Özellikle dolgulu zeytin, dilimli zeytin yapabilmek için bunları mutlaka bu şekilde işlememiz gerekiyor. Siyah zeytinde; turşu zeytin, kokteyl zeytin, İspanyol tipi diye bildiğimiz zeytinler bu tarzda işlenen zeytinler. Yine siyahlarında da konfit dediğimiz, 'ripe olive' diye adı geçen Kaliforniya tipi ve konserve tipi diye anılan zeytin tipleri genellikle kimyasal olarak işlenir. Ülkemizde daha çok siyah zeytin tüketiliyor. Tüketicinin hemen hemen %80'i siyah zeytin olurken, %20 kadarı yeşil ve pembe olarak tüketiliyor. Bunun da, %6-7'si genellikle pembe zeytin, geri kalanı da yeşil zeytin olarak tüketiliyor.

Son yıllarda doğal ürünlere olan ilgiden ötürü ülkemizde de butik tarzda ki işletmeler, doğal işlemeye doğru yönelen işletmeler çoğaldı. İnsanların katkısız doğal ürünleri tüketmek istemesi ve bu ürünlere ilgi arttıkça üretimi de ona göre yönlendiriyor. Herkes üretebilir ama önemli olan, kaliteye dikkat etmek ve iyi bir ürünü ortaya sunabilmek gerekiyor. Sofralık zeytin teknolojisinde ana kaliteyi etkileyen üç önemli aşama vardır. Bunlar; iyi bir hammadde olması, işleme tekniklerini gerekli şekilde uygulamak, satış ve pazarlama yani sunumdur.

Peki, sofralık zeytin diyoruz, sofralık zeytini yağlık zeytinden ayıran bazı özellikler var. Biz sofralık zeytinlerde daha çok, iri ve orta kalibreli zeytinleri istiyoruz. Et-çekirdek oranının en az

5/1 gibi yüksek oranda olması ki, bu 12/1'e kadar çıkıyor. Yani ağzınıza aldığınızda çekirdekten çok zeytini hissetmeniz gerekiyor. İnce kabuklu ama aynı zamanda da dayanıklı olmalı çünkü tanklara düşecek, kasalarda taşınacak, dolayısıyla dayanıklı olması gereklidir. Çok çabuk yumuşamayacak, ağızda hissedilmesi gerekir. Renk; göze cazip, güzel görünen bir renge sahip olması gereklidir diyoruz.

Fermantasyonu sağlayacak miktarda bir şeker içermesi gerekli ki, fermantasyonu düzgün olsun. Yine etin, çekirdekten kolayca ayrılması gereklidir. Lezzeti oluşturacak kadar da yağ olması, sofralık zeytinlerde aradığımız önemli özelliklerden birisidir. Kalibreli zeytin, yani orta ve iyi kalibrede iyi sofralık zeytin elde etmek için, hammaddenin iyi olması gerekiyor. Burada da iyi tarım uygulanması, analizlerin yapılarak, ne kadar gerekiyorsa o kadar gübre verilmelidir. Yine gerektiği gibi kültürel önlemleri aldıktan sonra gerektiği kadar ilaç kullanarak, sağlıklı ürünleri elde etmek gereklidir. Tabii ki, olabildiğince kültürel önemlerle... İlaçlara çok fazla ihtiyaç duymadan, gerektiği kadar minimum düzeyde kimyasal kullanarak sağlıklı zeytinler elde etmeye çalışmamız gerekiyor. İyi bir zeytin yetiştirilse de hasat tekniği, kaliteyi korumada çok önemli. Özellikle işleme tekniğine uygun dönemde, uygun zamanda hasat yapılmalıdır ki işleme tekniklerinin sonunda istenilen kalitede, istenilen renkte, istenilen sertlikte, istenilen çizmeye uygun vs. vs. uygun zeytin elde edilebilmelidir. Bunun için özellikle yeşil sofralık zeytin teknolojisinde, pembe sofralık zeytin teknolojisinde elle hasat yapılmalıdır. Siyah zeytinde, nispeten biraz daha kaliteli makinelerle kullanılabilir ama bunda elle hasat yapılmalıdır. Meyveyi zarar görmeden toplamak lazım, özellikle yeşillerde işleme sırasında ilk anda anlaşılmıyor ama işlendikten sonra o lekeler çıkıyor. Toplanan yeşil zeytinleri özellikle güneşte bekletmemek gerekiyor, özellikle dik vuran güneş yine lekeler yapıyor o anda görülmesi bile daha sonra ortaya çıkıyor. İşleme çok önemli, bunun için işlemede kullanılan hammaddeler kaliteyi etkiler. Örneğin, tuzun kalitesi çok önemlidir. Genellikle laktik asit, sitrik asit [limon tuzu] gibi asetik asit [sirke] gibi kimyasal anlamında olmayan organik asitler kaliteli olursa alınacak, elde edilecek verim, ürüne, teknolojik olarak verdiği katkı daha fazla oluyor. İşlemede, kaliteli üretilen kostik kullanılması gerekiyor ki, farklı başka zararlar vermesin. Bütün bunlardan başka en önemlisi, sudur. Suyun mutlaka içilebilir nitelikte olması şarttır. Kullanılan hammadde kadar, fermantasyondaki tuz miktarı çok iyi dengelenmeli, pH'ı düzgün ayarlamalı ki yabancı mikroorganizmalar gelişmemeli ve istenilen fermantasyonun gerçekleşmesi gerekiyor. Fermantasyon için sirkülasyonun mutlaka yapılması ve tanklar üzerinde biriken 'kefeke' denilen küf tabakalarının mutlaka temizlenmesi, sirkülasyonun zamanında yapılması ve gerekli fermantasyonun oluşmasının sağlanması gerekiyor. Fermantasyon ne sağlıyor? Bize zeytine vermek istediğimiz lezzetin, dokunun sağlamlığını, lezzetin oluşmasını, tadın oluşmasını ve ürünü uzun süre muhafaza etmemizi sağlıyor.

Bütün bunların sonunda elde ettiğimiz zeytinin, duyuşal olarak da kalitesine bakabiliyoruz. Son yedi-sekiz yıl içinde, Uluslararası Zeytin Konseyi yeni bir yöntem üretti; zeytinyağında olduğu gibi zeytinlerde de artık duyuşal kalite yapılabilir. Buna bakarak, zeytinin nasıl bir kalitede olduğunu anlamaya çalışıyoruz. Bu anlamda, enstitüde zeytinyağı tadım paneli,

sofralık zeytin tadım paneli de kuruldu ve bir yıldır faaliyet gösteriliyor. Önümüzdeki dönemde, genele yayılmak düşünülüyor. Bunun sofralık zeytinde, belli bir kalitenin oluşmasına katkıda bulunacağına inanıyorum. Duyusal kalite çalışmalarında, zeytinyağındaki kadar özellikli olmasa da negatif özellikler, fermentasyonda oluşan sıkıntıların tatla ilgili etkilerine bakılıyor. Sofralık zeytinde, duyusal kaliteyi puanlıyoruz. Kağıdın üzerinde, 10°C derecelik bir skala var bunun üzerinde gerektiği şekilde puanlar veriliyor. Fermentasyon kusurları, çok önemlidir. Anormal fermentasyon, istenmeyen fermentasyon, kötü tatları oluşturan fermentasyondur. Nedir bunlar? Bunlar içinde en önemli gördüğümüz 'putrid' bozulma, çürümüş bir organik madde kokusunu veriyor, kötü bir koku oluşuyor, bazen yıkamayla vs. vs. üstten gidiyor ama yenildiğinde, ağza alındığında mutlaka ortaya çıkıyor. Sağlığa da zararlı olabilecek bir bozulma şeklidir. Dolayısıyla en istenmeyen bozulma türüdür.

'Zapetaria' adı verilen yine fermentasyon sırasında ortaya çıkan kusurdur. Ayakkabı kokusuna benzeyen, deri kokusuna benzeyen bir koku veriyor. Burunla algılıyoruz, bu bozukluğu ve bu hastalığı. Daha sonra bunların şiddetlerine göre, puanlar veriyoruz. 'Bütirik' bozulma da anormal, kötü kalitede bir fermentasyon şeklidir. Bu da özellikle, fermentasyonun ilk aşamasında meydana gelen bir acımsılık, kokuşmuşluktur. Zeytini kokladığınızda veya ağzınıza aldığınızda acımsı tereyağ kokusunu algılıyorsunuz. İyi bir fermentasyon olmadığını, dolayısıyla sofralık kalitesini etkileyen önemli unsurlar olduğu hissediliyor. Bunun yanında, zeytinlerin tanklardaki bekletilmesi sırasında oluşacak küflenme de koku ve tadı etkiliyor. Küf tadını, acımsı, ekşimsilik tadını alıyorsunuz. Yanlış sterilizasyon yaptıysanız; ısıtma işlem etkisinin tadını, bir pişme tadını, pişimsilik tadı alıyorsunuz. Yine işlemler kötü olduysa, kötü kostik kullanıldıysa sabun tadı hissediliyor. Zeytine, toprak metalik tatları bulaşmış olabiliyor. Bunlar hep kaliteyi etkileyen önemli faktörlerdir.

Tatla ilgili özelliklerde de, tuzluluğu arıyoruz. Acılığına bakılıyor, iyi tatlanmış mı, yenilebilir mi diye bakıyoruz. Yine asitlik miktarı, ekşiliği etkilediği için önemli değerler oluyor. Üçüncü olarak da doku özellikleri inceleniyor. Sertliği, nedir? Liflilik, nedir? Gevreklik, nedir? Bunlara bakılıyor. Sertlik, eski kaşar ve havuçla, liflilik şeftali ve ananas göbeğiyle, gevreklik de elma ve kereviz sapıyla kontrol ediliyor. Bunlara göre değerlendirme yapılıyor. Dişlerin arasına alınarak, zeytine bir değer veriliyor. Değer uygunsa yani kaşar peyniri gibiyse üç-üç buçuklarda, havuca yakınsa sekiz-dokuzlarda değer verilip en sonunda da çıkan değerlerin ortalama bir değeri belirleniyor. Bu değerler eğer, "üçün altındaysa extra kaliteli, birinci sınıf; üç-yedi arasındaysa orta sınıf, yedinin üstündeyse sofralık olamaz" diye bir karar aşamasına geliniyor.

Zeytin, içinde zeytinyağını da barındırıyor. Zeytin, özellikle antioksidan bileşiklerini çok içeriyor. Kişinin günde alması gereken antioksidan miktarının %40'ını, beş-on adet zeytin yediğinizde alabiliyorsunuz. Bu ne demek? Hücrelerinizin yaşlanmasını engelliyorsunuz, anti-kolesterol aynı zamanda anti-kanserojenik bileşenlerin hepsini vücudunuzda tutmuş oluyorsunuz ve bunları önlemiş oluyorsunuz.

Ümmühan Tibet: Sofralık zeytin yapmak zor bir iştir. Çünkü sofralık zeytin, yaşayan bir canlı

ve onun sağlıklı ferment olabilmesi için şartların iyi kontrol edilmesi lazım. Bunu yapmak, gerçekten uzmanlık gerektiriyor. Ülkemizin, kişi başı beş kilo olmak üzere, dört yüz bin tonla ciddi bir sofralık zeytin yıllık tüketimi var. Ancak bunun çok büyük bir kısmı merdiven altı işleniyor ve gıda güvenliği riski içeriyor. Dolayısıyla sofralık zeytinde de markalı, güvenilir firmalarımızı tercih etmelerini öneriyorum. Çünkü sofralık zeytinde, gıda güvenliği riski çok daha önemlidir.

SORULAR - KATKILAR

Soru-Katkı: Zeytinyağı ve zeytini seven bir aile olarak, o kadar detaylı kapsamlı bilgiler verdiniz ki, doğru ürünü nasıl bulacağımız konusunda kuşkuya düştüm. Bunun için herhangi bir marka yönlendirmesi yapmanız tabii kolay bir şey değil, bunu biliyorum ama bilgiye de ihtiyacımız var. Global bilgiler, bizi doğru bir markaya götürmeyebilir. Bu konuda yardımlarınızı rica edecektim. Bir de hurma zeytin, doğru bir ürün müdür? Bunu nasıl anlarız? Son olarak zeytinin çekirdeğinin rengi, o zeytinin kalitesini gösteren bir veri midir?

Ümmühan Tibet: Öncelikle, tüketici olarak burada bulunmanız bizi çok mutlu etti. Tüketici bilincini geliştirerek, bazı sorunlarımızı çözebiliriz. Açıkçası marka söyleyemiyoruz, herhangi bir markadan bahsedemiyoruz. Önemli olan sizin kendi güven duygunuz ve marka duygusudur. Ulusal Zeytin Zeytinyağı Konseyi olarak, Uluslararası Zeytin Konseyi'nin programıyla bire bir aynı olan kalite kontrol programı uyguluyoruz. Bu programda, markasına güvenen firmalar gönüllü olarak bize başvuru yapıyorlar. Onların bilgisi dışında, biz raflardan aldığımız ürünleri akredite laboratuvarlarda kontrol ettiriyoruz. Eğer o kaliteye uygunsa, programa dâhil ediyor ve 'Kalite Uygunluk Belgesi' veriyoruz. Bu konuda ülke çapında satış yapan altı tane de butik markamız var ve bu markalarımızı, web sitemizden görebilirsiniz. Bunun yanı sıra markalı üründe, Alo 174'e başvuru yaptığınızda sonuna kadar hakkınızı takip edebilirsiniz. Bu konuda, Ulusal Zeytin Zeytinyağı Konseyi olarak bizde tüketicilere yardımcı oluyoruz. Ama markasız alırsanız herhangi bir hak talep edemiyorsunuz.

Dr. Şahnur Irmak: Çekirdeğine bakıp da hiçbir şey anlayamayız. Çekirdek çok siyahsa, ne diyeceksiniz? İçine bir şey atılmış mı diyeceğiz? Hayır. Eğer o zeytin havuzlarda bir-iki yıl stoklanmışsa, bekletilmişse de aynı siyah çekirdeği görebilirsiniz. Ancak fermantasyon kusurlarıyla, siz bunu anlayabilirsiniz. Zeytinin ambalaj kapağını açtığınızda mis gibi zeytin kokmalı, kokusunu alıyorsanız sizin için yeterlidir. Zaten doğal zeytinler, farklı renklerde olabilir. Hurma zeytinin, gerçek hurma olup olmadığını ancak aldığınız yerden garanti edebilirsiniz, başka türlü çok zor. Sıfır tuzlu zeytinler üretilebiliyor ama onların yöntemleri çok farklı, hiçbirisi hurma zeytine benzemiyor. Hurma zeytin nedir? Doğal, kendi ağacında olgunlaşıp yere düştükten sonra toplanan bir zeytindir. Onun için de, hafif tatlı bir çürümüşlük hissedersiniz. Çünkü onun bünyesinde bir mantardan bahsediliyor, bu mantar sayesinde o nemi, rüzgârıyla, ekolojisiyle Karaburun yarımadasında oluşan bir zeytin türü ve çok da değerli. Ürün verme döneminde çok fazla oluyor, her yerde bulabilirsiniz ama ürün toplama dönemi dışında her yerde bulamazsınız. O yüzden, ürün dönemlerinde aldığınız marketçiye güveneceksiniz.

Soru-Katkı: Zeytin üreticisiyim. Büyükşehirden kaçıp, doğal bir üretim nasıl yapılır, sağlıklı nasıl besleniriz düşüncesiyle eşimle bir köye yerleştik. Kendi ürünlerimizi, küçük ölçekli üretmeye çalışıyoruz ve kendimizce zeytin üretiyoruz. Zeytinyağı üretimi, zeytinin toplanması, fabrikaya iletimi, fabrikada bekleme süreciyle ilgili bilgiler verildi. Zeytini, olabildiğince özenli bir şekilde ellerimizle topluyoruz. Ama fabrikalar, bize torbalar, çuvalar veriyorlar ve çuvalarla ulaştırıyoruz. Sıkım dönemi süreci -Kasım, Aralık, Ocak- çok yoğun oluyor ve ürünümüz

oralarda beklemek zorunda kaldıktan sonra sıkılıyor. Bize, veri olarak verilen tek bilgi asit düzeyi. Zeytinimizi sıktırdığımız fabrika, güven duyduğumuz bir fabrika ama söylediğiniz negatif özellikler oralarda da var. Bu fabrikalara, özel bir denetim mekanizması var mı? Biz ve bizim gibi küçük üreticiler kendimize öyle bir sıkım atölyesi oluşturamadığı için fabrikaların kurallarına tabiyiz. Buradaki süreci nasıl takip ederiz, nasıl kontrol edilir? Bunu öğrenmek istedim.

Meltem Zengin: Zeytin toplama sezonunda, fabrikalar hakikaten çok yoğun olduğu için aslında randevulu çalışmanın en doğru olacağını öneriyoruz. Daha uzun süre beklediğinde sunumda da bahsettim gibi olumsuz özellikler gerçekleşiyor. Kış dönemi olduğu için, yağmur yağma riskinden dolayı bu olumsuz özelliklerle karşılaşmak riski daha da artıyor. Bu nedenle, randevulu sistemi öneriyoruz. Zeytin sezonunda, genellikle fabrikalar kapasitelerini artırıyolar, iki ya da üç makineye çıkarıyorlar, bir tanesi dip zeytinse diğer bir tanesi de toplama zeytin sıkıyor. Bu şekilde, zeytinden zeytine geçerken de kalite kayıplarını önleme adına randevulu sistemi önerebilirim.

Ümmühan Tibet: Siz bir ücret ödüyorsunuz, yani fabrikanın müşterisisiniz. Sizin talep etmeniz gerekiyor. Fabrikacılarımızla görüşmelerimizde genelde bize, "Üretici daha çok yağ istiyor, üretici böyle istiyor" gibi bahaneler üretiliyor. Bunun, Tarım Bakanlığı vasıtasıyla denetimleri yapılabilir ama şu anda ülkemizde, binin üzerinde fabrika var. Yani süre çok kısıtlı, çalışma süresi doksan gün veya daha az bir sürede bu fabrikalar aynı anda çalışıyor ve çok kısa sürede bitiyor. Fabrikacılar arasında, çok ciddi rekabet var. Siz o fabrikadan sonuç alamazsanız, ürününüzü daha iyi bir fabrikaya götürebilirsiniz.

Soru-Katkı: Yeşil zeytinle, siyah zeytinin kalite özellikleri, biyokimyası, gıdaya dayalı biyokimyası arasında bir fark var mıdır?

Dr. Şahnur Irmak: Tabii ki var. Enerjisi itibarıyla daha yüksek enerji içeriyor. Çünkü yağ özellikleri, antioksidan fenolik içerikleri daha farklı. Yeşil ve siyahın, dokusal özellikleri, kimyasal özellikleri zaten farklıdır. Sofralık zeytin teknikleriyle ilgili 2010 yılında bitirdiğim, 'Fenolik Bileşiklerin Etkileri'ni incelediğim bir çalışmam var. Çalışmamda en fazla fenolik bileşik kaybını, çizme ve kırma zeytinlerde gördük. Çünkü fenolik bileşikler özellikle antioksidan özellikliler suda eriyebilen maddelerdir. Dolayısıyla çok su değiştirmeye çok çabuk kayboluyor, suya geçiyor, salamura suyuna ve oradan kaybediyor suyu. Bu sonuçla en faydalı olarak gözükken, doğal salamura veya çevirme zeytinler, yani siyah zeytin öne çıkıyor. Zaten biz toplum olarak siyah zeytini daha fazla tüketiyoruz. Bu manada da sanki bilmeden doğruyu yapıyormuşuz pozisyonundayız.

Soru-Katkı: O zaman bu konuda bir algılamamı da açıklamak isterim; son dönemde tuzluluğun azaltılması adına geliştirilen bir teknoloji var. Anladığım kadarıyla çok kimyasal kullanılıyor ki, artık doğal lezzeti de bulamıyorsunuz. Kurutma olarak ifade ettiniz, o kurutmanın yöntemini merak ediyorum. O kurutmanın düzeyiyle, üründe meydana gelen kayıp varsa, onun ortaya çıkması gerekir diye düşünüyorum.

Dr. Şahnur Irmak: Az tuzlu zeytin üzerine, enstitü olarak çalışıyoruz. Siyah zeytinle ilgili olarak çalışıyorum, arkadaşlarım yeşil zeytinle ilgili olarak çalışıyorlar. Tüketicilerin sodyum miktarını daha az alması, sağlık açısından önemli. Ancak zeytini, hem az tuzlu yapacaksınız hem de rafta kalacak şekilde muhafaza edebilmek kolay değil. İstenmeyen katkı maddelerinin katılmaması için, tuzsuz ürüne 'kodeks' çalışmalarımızda da izin vermiyoruz. Dolayısıyla biraz daha süreç var. Tuzla, biraz daha yaşayacağız ama az tuza doğru gidiyoruz. Bu konuda çalışmalarımız devam ediyor. Hem lezzeti bozmadan, hem de muhafaza edecek konuda çalışmalar yapıyoruz.

Soru-Katkı: Kostik, sabun yapımında kullanıyor, bağırsakları yarabiliyor, deterjan olarak kullanılıyor, pH'ı yükseltiyor ve biz bunu aynı zamanda anladığım kadarıyla, sofralık zeytinde kullanıyoruz. Öğrenmek istediğim şu, yeni çıkan tebliğleri var mı, Dünya'da da sofralık zeytinde kostik kullanılıyor mu?

Dr. Şahnur Irmak: Dünya ölçeğinde şu anda yapılan üretimin işleme tekniği gereği, eğer dolgu zeytin yapacaksanız veya dilim zeytin yapacaksanız, mutlaka kostikle dokuyu sağlam tutmak zorundasınız. Kostik, işleme tekniklerine uygun olarak kullanıldığı sürece %1-%1,5 oranında solüsyonda bir gece tutuyoruz. Ertesi gün, üç-dört yıkamayla bazen bu çok daha uzayabilir ve sonrasında da asitle nötralize ederek zaten bundan kurtuluyoruz. Kostik kalmıyor, çok düşük kalsa bile, o da kullandığımız asitle nötralize ediliyor.

Ümmühan Tibet: Kimya doğanın içinde, kireç bir kimyasaldır ama doğaldır. Potasyum hidroksit, küllü su, baziktir yani kullandığımız odunları yakılan su baziktir, küllü sudur ama potasyum hidroksittir. Kostikten, genellikle bir kimyasal denilip ürkölüyor, korkmayın. Kostikle yapılan işlem sırasında kostik, sadece acılığının giderilmesini sağlıyor ve o işleme sırasında nötrleşiyor yani yıkanarak ortamdan uzaklaşıyor, uzaklaştırılıp uzaklaştırılmadığı da kontrol ediliyor. Zaten kostik içinde kalsa fark edersiniz kayganlık yapar. Bu bir doğal üründür, asla korkmayın. İspanya, üretiminin, %99'unu bu şekilde üretir. Sanayi tipi üretimdir, bizdeki gibi geleneksel üretim tarzı İspanya'da çok ama çok düşüktür. Yağ kimyacıları olarak size bunun garantisini veriyorum, hiç korkmayın. Aksine biliyorsunuz günümüzde artık alkali beslenmenin öneminden de bahsediyor doktorlarımız, korkmayın lütfen.

Dr. Şahnur Irmak: İhracatımızın, %90'ını zaten bu tarz zeytinler oluşturuyor. Yurtdışında tamamen bu zeytinleri tüketiyor.

Ümmühan Tibet: İlginiz için teşekkür ediyoruz.



Fotoğraf: TOLGA ÖZMEN

III. OTURUM

ZEYTİN VE ÜRÜNLERİ, ÜRETİM TEKNİKLERİ VE VERİMLİLİK: 'TARLADAN MUTFAĞA...'

M O D E R A T Ö R

Aytaç Saygın GÜMÜŞKESEN

[Prof. Dr., Ege Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi]

K O N U Ş M A C I L A R

Hatice Kalkan YILDIRIM

[Doç. Dr., Ege Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi]

Mücahit KIVRAK

[Öğr. Gör., Balıkesir Üniversitesi Edremit Meslek Yüksekokulu Öğretim Üyesi]

Zafer CAN

[Yrd. Doç. Dr., Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi]

Prof. Dr. Aytaç Saygın GÜMÜŞKESEN

M O D E R A T Ö R

Acaba, tarladan mutfağa gelene kadar zeytin, zeytin olarak nasıl bir akış sürecinden geçiyor ya da nasıl bir akışla zeytinyağına işleniyor. Bu akış acaba sonuçtaki ürünümüzün doğal olarak tüketilip tüketilmeyeceğini nasıl etkiliyor? İşte bu sorularımızın cevabını, konusunda uzman olan dört arkadaşımızın sunumlarıyla aydınlatmaya çalışacağız. Ege Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü'nden meslektaşım, Doç. Dr. Hatice Kalkan Yıldırım bizlere “Sofralık Zeytin Üretim Teknolojileri ve Bu Teknolojilerdeki Gelişmeler” konusunda detaylı bilgi verecek.

Sofralık Zeytin Üretim Teknolojilerinde Gelişmeler

Doç. Dr. Hatice Kalkan YILDIRIM

[Ege Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi]

Sofralık zeytin üretim teknolojisinde gelişmeler konusunda, özel ve spesifik bilgiler vermeye gayret edeceğim. Sofralık zeytin dediğimizde ne anlıyoruz; çok temel ve basit olarak bu bir meyve, fakat acılığı alınmış bir meyve. Bunu nasıl yapabiliriz? Doğal fermentasyonla, ısısı işlemle veya bir takım koruyucular kullanarak. Kodeksimize baktığımızda, sofralık zeytin tanımında neler var? Bir acılığı giderilmiş; iki laktik asit fermentasyona tabi tutulmuş veya tutulmamış. Yani koruyucular ilave ederek veya pastörizasyon ve sterilizasyon gibi ısısı işlemlerle elde edilen üründür.

Bildiğiniz gibi zeytin, bir Akdeniz meyvesi. Böyle bir coğrafi bölgede yaşadığımıza göre, bunu daha iyi değerlendirmek durumundayız. Bölgelere baktığımızda, zeytin yetiştiriciliği için en kıymetli yerler Ege, Akdeniz, Marmara gibi bölgelerdir. Ülkemizde seksen sekiz çeşit zeytin çeşidi olmasına rağmen şu an aktif olarak endüstride, butik işletmelerde, yetiştiricilikte kullanılan çok az sayıda çeşit var. Genel tabloya baktığımızda, %95'i en çok kullanılan çeşitler arasında Memecik, Ayvalık ve Gemlik yer almaktadır. Diğer %5'lik kısımdaysa Uslu, Domat, Manzanila gibi çeşitler ve daha az bilinen olmalarına rağmen iddialı olabilecek çeşitler olarak Edincik, Su, Çelebi gibi çeşitler yer almaktadır. Sofralık zeytinler tane ağırlığına ve yağ oranlarına göre sınıflandırılabilir. Bu ayrımlar, üreticiler için son derece önemli çünkü kalibrelerine göre üretim teknikleri değişmektedir.

Birinci sınıflandırmaya, tane ağırlıklarına göre iri çeşitler dediğimiz dokuz-on iki gram arası olan çeşitleri kapsamaktadır. Örnek olarak Domat, Manzanila gibi çeşitler verilebilir. Üreticiler için bu sınıftakiler çok kıymetlidir. Çünkü her türlü üretim tekniğine elverişlidirler, sorun çıktığında enine dilimlenmiş halde dahi değerlendirilebilir.

İkinci grupta yer alan çeşitler, beş-altı gram arası olanlardır. Bu grup için en iyi örnek, Gemlik çeşididir. Her türlü yöntemle, işlenebilir bir çeşit. Son olarak küçük çeşitler dediğimiz bir iki gram arası olanlardır. Çok sevimli olmalarına rağmen çok tercih edilmeyen gruptaki zeytin grubu, tane ağırlıklarına göre üçüncü grup olarak sınıflandırılmaktadır.

Yağ oranlarına göre yüksek yağ oranı yirmi beş-otuz, orta yağ oranı on beş-yirmi beş arası ve on beş'in altında olanlara için de düşük yağlı şeklinde sınıflandırılırlar. Zeytin kalitesinden ne anlaşıyor ve neye göre sınıflandırmak gerekiyor? Temel kriterler; birincisi meyve iriliği, ikincisi et çekirdek oranı, üçüncüsü yağ oranıdır. Meyve kabuğunun inceliği, kalınlığı gibi özellikler de işleme teknikleri son derece önemlidir.

İyi zeytin “nasıl olmalıdır?” sorularına şöyle cevap veriyoruz; önce iri ve sert yapıda bir meyve tercih ediyoruz, hiç kimse ağzında çekirdekle boğuşmak istemeyeceği için et çekirdek oranı yüksek olması gerekiyor, yüksek yağ içerikli, kolay ayrılabilen bir çekirdek ve ince kabuklu olmasını tercih ediyoruz. Peki bütün bu kriterleri sıraladıktan sonra kaliteli sofralık zeytin nasıl üretilir. Bunun için izlenmesi gereken yollar var.

Birincisi; üretime başlamadan önce, mevcut sofralık zeytini değerlendirmeye geçmeden ciddi bir fizibilite raporu yapılması gerekiyor. Üretime başlamadan önce üretim hedeflerinin belirlenmesi gerekiyor. Nasıl bir ürün yelpazesi üretilecek? Siyah mı yoksa yeşil zeytin üretimi mi yapılacak? Düşük tuzlu oranlı bir kategori mi olacak yoksa başka bir özel spesifik bir özellik mi katılmak isteniyor. Kısacası, üretim hedeflerini belirlemek gerekiyor.

İkincisi; temel proses parametreleri, neler takip edilecek, bunun çok iyi bilinmesi gerekiyor. Çünkü bu bir zincir, hammadde den hatta topraktan başlayarak, herhangi bir parametre takip edilmediğinde interaksyonlar olduğu için bunun devamı getirilemeyebilir. Dolayısıyla asitlik, pH, sıcaklık gibi parametreler takip edilmesi gerekmektedir.

Üçüncüsü; mevcut üretim sistemi var mı? Eğer bir yenilik uygulanacaksa hangi konumda, hangi aşamada ve nasıl yapılacağını da belirtmek gerekiyor.

Dördüncüsü; yenilikler. Asla “anneden babadan kalan geleneksel şeyleri korumayın” demiyoruz fakat bu rekabet ortamında mutlak suretle yenilikleri takip etmek durumundayız. Sofralık zeytin üretimine başlamadan önce hedefleri belirlemek gerekiyor. Sofralık zeytin üretiminde iki temel konu var. Birincisi; meyvenin acılığının giderilmesi, ‘oleuropein’ diye bir bileşik var, onu bir şekilde meyveden uzaklaştırmak gerekiyor. İkincisi; bu bir şekilde halledildiğinde koruyucu kullanarak veya kullanmadan yahut fermantasyon yoluyla işlenmişse, laktik asit elde edilmiş olunur. Bundan sonra üretilen ürün, nasıl korunacak? Bu da çok önemli bir soru.

Peki nereden başlanıyor? Önce, zeytindeki acılığın giderilmesi hedeflenir. Bu kompleks yapıyı karmaşık bir yapıyı göstermek [sunumda verilen kimyasal yapısı] için değil, oleuropein parçalanabilir olduğunu göstermek için aktardım. Oleuropein bir fenolik madde, gördüğünüz gibi bu halkalar her biri birer benzol halkası, hidrolizle veya fermantasyonla veya kostik uygulama-sıyla bu acılık maddesi hidrolize edilir. Parçalanır ve acı olmayan bileşenlere dönüştürülür. Bakın ne oluyor, eğer kostikli bir uygulama yapılıyorsa sodyum hidroksit bu uygulamadan sonra iki yöne ayrılıyor, bileşenler oleosid-11-metil ester ve hidrotirosol + turasol gibi bileşenler meydana geliyor. Hidrotirosol ve turasol çok kıymetli fenolik maddelerdir.

Acılık maddelerinden korkmayalım. Onlar stabil oldukları için değişmeden kalmaktalar fakat ester olan bileşikler parçalanmaya devam ediyor. Eğer laktik asit fermantasyonuyla üretime devam edilirse -ki uygulamada İspanyol üretiminde böyle- laktik asit fermantasyonu sonucu elenoik asit ve laktik asit meydana gelmekte. Sonuçta hidrotirosol, turasol, elenoik ve laktik asit meydana gelmekte. Acılık giderilir, fakat proses bitmez. Üretime hangi yöntemlerle devam edilmeli? Eğer sofralık zeytin, pembe olarak işleyecekse yöntemleri belli, bunlar bütün yeşil

zeytin olarak işlenebilir. Bütün pembe, pembeyle yeşil arasındaki tek fark kostik uygulama sürelerinin daha farklı olmasıdır. Bu işlem, çizme yöntemiyle yapılabilir. Burada suyla bir tatlandırma evlerde yapılan usulle yapılmakta, kırmayla aynı şekilde üretim yapılabilir, burada da yine tatlandırma suyla yapılmakta. Difüzyon sonucu meyvede bulunan oleuropein, sulu ortama geçer.

Yeşil zeytin üretiminde, en yaygın olarak takip edilen yöntem, İspanyol yöntemidir. Süreç şöyle ilerliyor; hasattan sonra nakliye, kalibrasyon, kalibrasyondan sonra kostikli uygulamayla tatlandırma [fenoltaleyn ile kontrol] ve fermentasyon. Bundan sonra tekrar kalibrasyon ve ambalaj süreciyle devam edilir. Peki burada neler önemli ve neler yenilik olabilecek nitelikte? Hasat çok kritik bir aşama, yani fenolik madde oluşumu tam olmuş olması gerekiyor, şeker oluşumu tamamlanmış olması gerekiyor, glikoz yaprakdan transfer olmuş olması gerekiyor, dolayısıyla bu kritik aşamayı en sağlıklı bir şekilde atlattıktan sonra hasadı da elle veya ekipmanla yapılabilir.

Son on yılda, mekanizasyon da devreye girdi. Emek işi çok fazla olduğu için, daha büyük plantasyonlarda makineleri de kullanabilir. Taşımada, delikli kasalar kullanılmalı. Çünkü meyvede solunumu devam ediyor, aksi halde tarlada, hasat sırasında da fermentasyon başlamış olabilir. O yüzden buna da dikkat etmek gerekiyor. Kasalar maksimum yirmi kilogram olmalı, çok doldurmamalı, konteynırsa maksimum beş yüz kilogram olmalıdır. Eğer üç saatlik uzak bir yere gidecekse, çok düşük miktarda kostikli bir uygulama dahi yapılabilir. Yeter ki istenmeyen bir şekilde bir fermentasyon başlamasın.

Kostikli uygulamalar çok önemli. Özellikle üzerinde durmak istiyorum. Zeytin dediğimizde, meyveyi görüyorsunuz. O meyve neden oluşuyor; epidermis, mezokarp, endokarp ve tohum. Kostikli uygulamada, meyvenin 2/3 kısmı kadar kostik difüze etmiş olması gerekir. Burada en önemli ve yenilik olarak nitelenecek parametreler nedir? Bir; kalibre edilmiş zeytinler kostiklenmesi gerekiyor. İki; eşit hasat döneminde olan zeytinler işlenmeli. Kostik çözeltinin kullanımını genelde beş ve yedi defayı geçmemelidir. Bunun üzerine çıkanlarda sorun olmakta. Bunu özellikle vurgulamak istiyorum. Eğer on yedi kez kostiği uygulayıp nötralize etseniz veya asit ilave etseniz, o zaman kullanılan kostiğin bir etkinliği kalmıyor. Dolayısıyla kostik çözeltinin tekrar tekrar kullanımı, maksimum beş kez olmalı. Bir sonraki aşama, öz ü fermentasyonlu olan ürünlerde en önemli kısım olan fermentasyon. Buradaki hatalar affedilmez, fermentasyon hatası mutlak suretle üründe ortaya çıkar.

Fermentasyon seçenekleri olarak: Birincisi teknik bir terim olarak, 'spontan fermentasyonun' diğer adı doğal fermentasyondur. Herhangi bir müdahale yapmadan, bir meyveyi kendi ortamındaki sıcaklıkta bıraktığınızda zaten fermente olur. İçindeki şeker [glikoz] meyvenin üzerinde bulunan mayalar ve bakteriler o şekere hücum ederek, glikozu laktik aside dönüştürmesini sağlarlar.

İkinci seçeneğimiz, bu ortama hedefli bir bakteri ilave etmek, buna 'saf kültür kullanımı' denilmektedir. Şu an sofralık zeytin üretimi yapan piyasanın %99'u, kendiliğinden fermentasyonu

tercih etmektedir. Spontan fermentasyon üç aşamada gerçekleşiyor; ilk önce salamurada gram pozitif ve gram negatif bakteriler, hızlı bir şekilde ortama ayak uydurarak ortamı asidik hale getirmektedirler. Bu süre, on dört gün sürüyor. Ardından ortam asidik bir hale geldiği için pH geldiğinden bu bakteriler daha fazla gelişmemektedir. O sırada laktik asit bakterileri, ortama hakim olarak fermentasyonu tamamlamakta.

Saf kültür kullanıldığında asit oranında/miktarında artış, daha düşük karbondioksit, homojen bir ürün elde edilir. Bu da çok önemli, bir tüketici her zaman aynı tat ve lezzeti arar. Fermentasyon bittiğinde, ardından koruma yöntemlerinde neler önemli? Genellikle üretim ve fermentasyon bittiğinde her şey bitti zannedilip, hemen paketlenip gönderiliyor oysa burada bir kalibrasyon daha yapmak durumundayız. Çünkü fermentasyonda bir takım fireler olabilir, ondan sonra tekrar tuz ayarlamaları bu aşamada yapılabilir. Eğer gerekirse, pastörizasyona gidilebilir. Siyah sofralık zeytindeki durum nedir? Yöntemlerimize hızlıca bakacak olursak; salamura yönteminiz en yaygın olarak klasik dediğimiz veya Gemlik usulü, Gemlik usulü seleyle yapılan bir uygulama. İkincisi; konserve yöntemi, burada oksidasyonu karartma kıvırcık tipi zeytin üretim yöntemleri altında sele, tenekede kıvırcık, hurma zeytini veya fason gres yöntemleri bulunmaktadır. Kalamata tipi dediğimizdeyse sadece fermentasyon süreli, kostikleme süreleri farklı yöntemlerdir.

Siyah zeytinde, yenilikler neler? Normalde anaerobik koşullarda, yani oksijensiz bir ortamda üretim yapılırken artık yeni teknolojilerle balıkgözü oluşması nedeniyle karbondioksitten kaynaklanan aerobik koşullarda da üretim söz konusu. Burada aerobik koşulları düşündüğümüzde -yani oksijenli ortamda tanka bir şekilde hava verdiğinizde- bunu çok iyi optimize etmeniz gerekiyor. Yani ne kadar sürede, nasıl bir hızla hava girişi yapılacak? O çok önemli, bunu kontrol ettiğinizde zaten fermentasyon sağlıklı gerçekleşmekte. Biraz daha az bilinen fakat Amerika'ya ihracatı çok olan, bir zeytin işleme yönteminden bahsedeceğim: 'Ripe olive veya Kaliforniya tipi.' Burada en kritik noktalardan bir tanesi, siyah zeytin üretiminde dahi zeytinlerin, yeşilden kıızıla dönerken hasat edilmeleri. Kalibrasyondan sonra üç defa kostikleme, havayla karartma işlemleri var.

Tenekelere ambalajlama ve burada sterilizasyon işlemiyle devam edilmekte: 121°C/15 dakika. Sizleri yeniliklere teşvik etmek istiyorum... Birincisi, elimizde nasıl bir hammadde var? Zeytinim hangi bölgede yetişiyor? Bu sorularının cevaplarıyla, hammadde özelliklerini tanımlarız. Hasadı nasıl değiştirebilirim? Hasat döneminde bir değişiklik, sizin yeni ürünü yaratmanıza kadar gidebilir. Bu bile, tek başına bir parametredir. İkincisi, fermentasyon aşamasında yapılacak çok şeyler var. Yenilik yapmak isterseniz önce tanklardan başlamak gerekiyor. Plastik tankları bir tarafa atarak, çelik paslanmaz çeliklerden yeni tank donanımlarla başlamak gerekiyor. Anaerobik koşullar dışında, aerobik üretimler de düşünülebilir. Üçüncüsü; proses sistemleri. On yıl sonrasını düşünün, bugün kullanılan kesikli prosesler sürekli sistem haline gelebilir. Dördüncü ve son olarak; her yeni bir donanım [tank, pompa, ekipman] alınırken bunların birbirine uyumunu da düşünmek gerekiyor. Mesela kapaksız bir tank aldınız, belki beş yıl sonra bir kapak monte edebilirim gibi beş yıl sonrayı düşünerek, yeni bir uygulamaya da açık

olmak şarttır. Bu konuda tabi ki sofralık zeytinle ilgili bilgiye çok ihtiyaç var. Ege Üniversitesi Gıda Mühendisliği olarak kaynaklar hazırlıyoruz, onlardan yararlanılabilir.

Onun dışında Ege Üniversitesinin Sürekli Eğitim Merkezi var, oraya da ulaşılabilir. Burada sofralık zeytinle ilgili kurslar düzenlenmektedir. Sadece zeytin değil; dil, spor eğitimi, bilgisayar, bilişim gibi program içerikli kurslar var.



İzmir Zeytin Sempozyumu-Ahmed Adnan Saygun Sanat Merkezi



Fotoğraf: TOLGA ÖZMEN

Zeytin Bahçelerinde Kalite

Mücahit KIVRAK

[Öğr. Gör., Balıkesir Üniversitesi Edremit Meslek Yüksekokulu Öğretim Üyesi]

'Zeytin Bahçelerinde Kalite' konusunda, en önemli yaptığımız kalite yanlışlıklarından başlamak istiyorum. Hatalarımızın sebepleri, geleneksel tarımı sürdürmeye devam etme isteğimizdir. Zeytincilikte, yıllardan beri alıştığımız bir sistem var ve bu sisteme devam ediyoruz. Yeniliğe çok kapalı bir zeytinci kitlemiz var. Çiftçilerin eğitim eksikliklerini de gerek biz üniversiteler, gerek tarım teşkilatı kapatamıyoruz çünkü yeniliğe çok açık değiller. Ekonomik etkinliklerin olmayışı, arazilerin parçalı olması, bu noktada elimizi kolumuzu bağlıyor. Yani altmış ağacı olan da, on beş bin ağacı olan da zeytincilik yapıyor. Lider çiftçi bulmakta zorlanıyoruz, köylerde özellikle bu tip durumlarda lider çiftçiye ihtiyacınız oluyor. Gidip onunla bir şey konuştuğunuzda, ona yeni bir uygulama anlattığınızda onun yapmasını bekliyorsunuz ama lider ve örnek çiftçilerin olmayışı 'kalite' anlamında bizim elimizi ayağımızı bağlıyor.

Kulaktan dolma bilgilerle, dedesinden gördüğü duruma göre gübreleme yapması gibi kültürel önlemlerde ve budamada en büyük yanlış yapıyoruz. Toprak ve yaprak analizine hiçbir şekilde önem vermiyoruz. Bakanlık teşvik etmesine rağmen bu üreticilerin geçimlerini sağladıkları yollarda, bir kısım yanlış bilgilerle birbirlerini etkilemesi olayı da var. Bu yanlış bilgi, kulaktan dolma bilgiyle daha da büyüyor ve sorun çok daha ileriye doğru gidiyor. Bahçelerde kalite açısından zeytinin çeşidi önemli, o çeşidin o bölgeye uyum sağlayıp sağlamayışı yanında çeşitlerin hepsini tek bir elde toplamamız yanlış. Yıllarca, Türkiye'nin her tarafına Gemlik diktik. Gemlik zeytininin kendi bölgesinde kaliteyle ilgili sorunu olmamasına rağmen, bir başka bölgeye götürüldüğünde orada kalite sorunları ortaya çıkıyor. O hasat yılının iklim özellikleri, önceki yılın kışının soğuk, yazının kurak geçmesi, deniz seviyesi bizim kalitemizi direkt etkiliyor.

Çeşidin zeytinyağı kalite, bileşimi periyodizite ve yağ verimi açısından oldukça önemli. Yetiştiricilik açısından ve meyvedeki yağ miktarı da bölgesel çeşitler de dane ağırlığı ve yağlık işlemeye uygunluk, her açıdan bizi çok ciddi bir şekilde etkiliyor. Yağlık işlenen çeşitlerle ciddi sıkıntılar var. Bölgelerde özellikle elekten en büyük zeytinler, sofralık zeytin alınıyor ondan sonrakiler artık yağlığa işleniyor. İnsanlar eleğin artık en son üçüncü, dördüncü, beşincisi de alıyor geriye kalan en küçük taneleri yağlığa gönderiyor. Bu noktada, yağ anlamında ciddi sıkıntılar yaşıyoruz. Sofralık zeytinciler, bu noktada daha şanslı ama yağlık zeytinciler daha şanssız. Sulama, tarım ilacı kullanımında, yetiştirilen toprak özelliklerinde ciddi sıkıntılarımız var. O bölgeye hangi çeşidin nasıl gideceğini, nasıl yapacağını bilmeden yani bir fizibilite yapılmadan bölgelere zeytin ağaçları dikildi. Zeytin dikilsin ama bölgenin şartları ekolojisi mutlak surette dikkate alınmalı.

Zeytin hasadının nasıl yapıldığı, hasadın şekli ve zamanı mutlak surette kaliteyi ilgilendiriyor

ve nasıl taşınıyorsa o kalite, o kadar artıyor veya azalıyor. Zeytin tarımında, çok fazla toprak işleme ihtiyaç yok. Derin sürüm sebebiyle, özellikle kök bölgesinde zararlar söz konusu oluyor. Ağaç önce kendi kökünü düzeltir, daha sonra üst kısımlarla ilgilenir ve derin sürümden kök hastalıkları da çoğalmaya başlıyor. Siz kökü zedelediğiniz sürece, ağacın üst kısımlarından verim alamazsınız. Ara tarım; asla zeytin çiftçiliğinde tavsiye edilmeyen bir durum. Ara tarımda ne kadar dikkat de etseniz, mutlak surette kök gövdesine zarar oluyor.

Toprak işleme yerine, yabancı otlarla mücadele veya havalandırma ile ilgili alternatif metotlar mümkün. Mesela bir seyyar ağıl yapılı koyunlar, burada otları kemirerek yok eder, kendi gübresini oraya bırakır ve toynaklarıyla toprağın havalanmasına neden olur. Bu bir yöntemdir, bunu uygulayabilirsiniz. Hindi ve kaz yetiştiriciliği, böylelikle içeride bir doğal tarım söz konusu oluyor. Hem etinden, hem yumurtasından, hem de sütünden iki hayvan grubundan kanatlılardan da küçükbaşlardan da çok rahatlıkla faydalanabiliyorsunuz. Özellikle küçükbaşlara filizler yedirilmemeli, filizler yenmediği sürece zeytine herhangi bir şekilde zararı yok. Bölgesel taşımacılık yapıyorsunuz ki zaten kanatlılarda çok problem olmuyor. Hindiler, kazlarla birlikte herhangi bir yere bir şekilde bir zararlı girdiği zaman onlarla mücadele ediyor. Domuz zararı olan bölgelerde de yararlı bir şekilde kullanılabilir. Her bir canlının, ayrı bir beslenme rejimi vardır dolayısıyla beslenme rejimine dikkat etmek gerekiyor. Bu yüzden toprak, yaprak tahlilleri yapılmadan asla gübreleme tavsiyesine uyulmaması, gübreleme hataları yapılması gerekiyor.

Sulama hatasının yapılmaması için mutlak surette yeraltı sularının tahlillerinin yapılması gerekiyor. Salma sulama yapılarak, toprak yeterince sulanmıyor ve vahşi sulama nedeniyle başka zararlar söz konusu oluyor. Ank veya damlama tercih edilmeli ki, yapılabilirse mutlak surette damlama yapılması gerekiyor. Damlama sisteminin kurulması için de, Devlet Su İşleri ile irtibata geçip o bölgede bir sulama kooperatifi kurularak damlama sisteminin çok rahatlıkla yaygın hale getirilmesi mümkündür. Budama hatalarının başında, zamanında yapılmayan budama oluşturuyor. Budama vakti zamanında yapılmadığı durumda, ağaç hem güçsüz bırakılıyor hem de daha sonrasında meyvede veya çiçeklenme sırasında, ağaçta belli eksiklikler ortaya çıkıyor. Halkalı leke engellenemiyor, halkalı lekenin kültürel önlemlerinden bir tanesi de budama yapmaktır. Dal kanserin de budamayla birkaç sene uğraştıktan sonra, hem halkalı leke hem de dal kanseriyle baş etmek mümkün olabilirken, budama sırasında hata yapılması, bunların varlığını sürdürmesine neden oluyor. Mutlak surette her yıl, düzenli bir şekilde eski, kurumuş ve kanserli dalların hafif bir şekilde budanması gerekiyor. 'Dalı gölgede yaprağı güneşte bırak' metoduyla, budamada dikkat edilecek en önemli husustur. Buna dikkat edip ne kadar çok yaprak olursa o kadar çok meyve olur. İlaçlama; ruhsatsız asla ilaç kullanılmamalı çünkü ruhsatsız ilaç atıldığında, ağaçta doğabilecek hatalar veya meyvedeki zararlanmalarda geri dönüşüm mümkün olmuyor. İlaçlamalarda hiçbir şey bilinmiyorsa bile, ilacın arkasındaki etikette mutlak suretle atılacak zeytin bitkisine ve atılacak hastalık veya zararlarının ruhsatlandırılmış olmasına mutlak suretle bakılmalı. Atım yapılırken homojen ilaç atılmıyor, ağacın belli bir kısmına atılıyor. Belli bir kısımlarına atılmıyor ama buna hiç dikkat edilmiyor.

O yüzden ilaçlama hataları da otomatik olarak zaten hastalık ve zararları arttırdığı için kalite kayıplarına neden oluyor.

Hasat ve hasat sonu hatalarının başındaysa, toplanan zeytinlerin kasalarda veya çuvallarda uzun süre bekletilmesi geliyor. Yaralı, bozuk zeytinler zaten otomatik olarak fermentasyona başlıyor. Yerden toplanan toprakla bulaşık zeytinlerle diğer zeytinler aynı kaba konulup, fabrikaya götürülmesi ve zeytinler beklediği sürece hasattan sonra kalite kayıpları başlıyor. Mutlak suretle, mekanizasyona geçilmeli. Taşıma düzgün bir şekilde yapıldığı sürece, herhangi bir problem yaşanmıyor. Hasat zamanının; meyvelerde, yağda kaliteye direk etkisi var. Bu yüzden hasat zamanını kaçırmamak gerekiyor. İdeal hasat zamanı, bölgelere çeşide göre belirlenmeli. Bölge ve çeşit neyse, ideal hasat zamanını belirleyerek ona göre bir sistem uygulanması gerekiyor. Plansız hasat yapılıyor, fabrikaların önlerinde yığılıyor. Üç gün yağmur yağdığı zaman, dördüncü gün bütün fabrikaların önü zeytin oluyor. O yüzden her mahallede/köy mutlak suretle bir hasat takvim planlaması yapılması gerekiyor. Taşımalar mümkünse zeytinleri gölgede bekleterek güneş yanığı oluşturmaktan, makineyle hasat edip ve güzel bir şekilde fabrikaya getirmek gerekiyor. Yurt dışında, belli bir saatten sonra geç saatlerde de hasat mümkün. Keşke imkan olsa, coğrafi şartlarımız müsaade etse de biz de böyle hasat yapsak. Türkiye’de ortalama bir çiftçi, yetmiş-yetmiş beş kilogram zeytin toplar. Hasadın hızlı yapılması dolayısıyla makineyle yapılması, fabrikaya hızlı getirmeleri kalite ve insan gıdası noktasında önemli. Zeytin hava alan, fazla su tutmayan, organik madde miktarı yüksek ve yeterli toprakları seviyor. Drenaj sorunu olan yerlerde, zeytin yeterince gelişemez ve mutlak suretle drene edilmesi gerekiyor. Dolayısıyla toprak yapısı, kaliteye doğrudan yansıyor.

Zeytin, rüzgarla tozlaşır bu yüzden mutlak suretle, rüzgara ihtiyacı vardır. Taneler oluştuktan sonra da zeytinin meyvesinin serin ve aromatik özelliklerini de yeterli alabilmesi için de rüzgara ihtiyacı var. Kış mevsiminde, don olaylarında rüzgar olan yerlerde don zararı daha az görülür, görülse bile çok hissedilmez. Çok dikkat edilmesi gereken kurallardan bir tanesi de, normalde dokuz tane zeytine bir tane farklı çeşit yapılması gerekiyor ki tozlaşma sorunu çözülsün. Yine sıcak veya kurak, serin veya nemli şiddetli rüzgar dönemlerinde boncuklu meyve oluşur, yani tam döllenemeyen meyveler bu şekilde kendini gösterir. Diğerleri büyürken, küçükler küçük kalır. Buradaki küçük küçük meyveler, ağacın besininden alıyor yani gelecek senenin de tomurcuklarına direk etki ediyor. Bu yüzden mümkün mertebe tozlanmanın sağlanması gerekiyor. Çözümse, elektrik motorlu bir tozlayıcıyla, mekanik tozlama yapılabilir. Zeytin dikerken, bahçe tesisinde iklim koşulları iyi değerlendirilmeli. İlk olarak don durumunu, yağış rejimini dikkate almak gerekiyor. Toplam miktarından ziyade, yıl içerisinde hangi aylarda ne kadar yağıyor, zeytinin istediği dönemlerde acaba yağmur yağıyor mu, yağmıyor mu? Bunlara bakarak, yeni plantasyonlar yapılmalı. Yazın en sıcak günleriyle, kışın en soğuk günlerinde zeytin ağacının fizyolojisi uyum sağlamak zorunda. Aksi takdirde, kaliteli bir üretimden bahsetmek mümkün değil. Yaz sıcakları çok yüksek olduğu bölgelerde, zeytinyağı kalitesinde ve sofralık zeytin kalitesinde bozulmalar söz konusu oluyor. Bekleme süresi, fabrikanın bahçesinde veya sizin kendi bahçenizde altı saati geçmemeli. Eskiden taş baskı, sulu

baskı sistemlerinde zeytinler bazen üç haftaya kadar bekliyordu ama artık kontinü sistemlerde çok daha az beklemede. Randevulu sisteme geçtiğimiz sürece, bu bekleme süresi azalacaktır. Üretim planlamasının il, ilçe bazında yapılması; üretim planlaması, Devlet Tarım Teşkilatı vasıtasıyla mutlaka planlı hale getirmeli. Sıra arası boşluklar doldurmalı. Bugüne kadar hep yeni tesise destek verildi, artık üretim planlamasıyla ara sıklıkların da doldurularak daha fazla birim alandan, daha fazla zeytin alınması gerçekleşmeli.

Organik tarımda, danışman eksikliğimiz var. Organik üreticileri, son yıllarda artmaya başladı ama onlara ciddi anlamda danışman eksikliği üretimi sekteye uğrattıyor. Organik tarıma bir gelecek kaygısı olduğu gözüyle bakılmalı, asla ticari olarak bakılmaması gerekiyor. İşletmelerin kapasitesinin üstünde ürün kabul etmesi nedeniyle günlerce zeytinler orada bekliyor. Bu yüzden sizler, geriye doğru bahçede hep sorunlar yaşıyorsunuz. Üreticilerin eğitilmesiyle, katma değerli bir zeytinyağı ve sofralık zeytin yapılabilenekte. Artık miktar yerine, "Sizin randımanınız ne kadar" yerine, kalite odaklı "Sizin yağınız ne kadar acı, ne kadar yakar?" şeklinde bir üretim istiyoruz. Zeytin yetiştiren ilçelere has bir şekilde, mutlak suretle karekod veya hologram uygulamalarının yapılmasıyla izlenebilirlik sağlanmalı. Böylelikle kaliteli ürüne, teşvik ve prim gelecektir. En azından satışlarında daha ciddi işler olacak, böylelikle yol ortasında, sokak kenarında, pazarlarda veya başka yerlerde satışlar mümkün olmayacak.

Zeytinlik sahaları daralıyor, bu hepimizin sorunu. İmarda yetkili kurum kuruluşların, mutlak suretle buna dikkat etmesi gerekiyor çünkü zeytinlikler, imara yakın olduğu sürece kalite kavramından bahsetmek mümkün değil. Her şey planlı bir şekilde yapılırsa, sonuçta daha kaliteli bir ürün elde edilir. Dünya'da hiçbir kaliteli ürünü hata yapılmadan, yanlış yapılmadan daha kalitesiz yapılmadan ucuza almak mümkün değildir. O yüzden sadece fiyatla konuşmak, bazı hileleri de peşinen kabul etmektir. Kaliteli zeytincilik için, eğitim şarttır. Yüksekokulumuzun öğrenci problemi var. Sektör zeytin teknikeri arıyor, zeytinci ailelerin çocuklarının yüksekokula yönlendirilmesi iyi olur. Yüksekokul'umuzun, HAUS markasıyla bir zeytinyağı kontinü makinesi var ve burada biz dört dördlük bir eğitim vermeyi hedefliyoruz. Bu yıldan itibaren makinemiz çalışacak. En büyük sorunlarımızdan bir tanesi, makinist açığını da kapatmak istiyoruz. Ortak dili konuşan makinistler eğer çevrenizde varsa, yaşı kaç olursa olsun bize gönderir veya yönlendirirseniz memnun oluruz.

Sürdürülebilir Zeytincilik

Zafer CAN

[Yrd. Doç. Dr., Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi]

Sürdürülebilir zeytincilik konusunda, bilgi vereceğim. Ancak sürdürülebilir zeytincilik teknikleri konusunun takdir edersiniz ki, burada en başından yani fidan yetiştiriciliğinden hasadına kadar derli toplu anlatılması mümkün değil. Ama tartışma esnasında sorularınızı burada arkadaşlarımızla birlikte mutlaka cevaplamaya çalışınız.

Bu sempozyumun 'Ölmez Ağaç' sloganı, çok güzel bir slogan gerçekten. 'Ölmez ağacın peşindeyiz' binlerce yıl yaşıyor, yaşını tam tespit edemeyeceğimiz derece. Genelde zeytin ağacının yaşı konusunda, yaklaşık sekiz yüzle-iki bin yaşındadır gibi çeşitli tanımlamalar yapılıyor. Aslında zeytin sürekli ölüyor, sürekli yeniden doğuyor, kendisini sürekli yenileyebilen bir bitki. Eğer yaşam süremiz müsait olsaydı, aynı zeytin ağacını üç yüz yıl arayla görme şansımız olsaydı, ne kadar farklı değişimlere uğradığını görebilecektik.

Neden, 'ölmez ağaç' diyoruz? Birincisi, kendisini çok iyi savunuyor. Biraz önce zeytinyağı ya da salamuralık zeytin konusunda bahsedilen birçok fenolik madde olarak geçen maddelerin tamamı, bitkiyi çok iyi koruyan, çok iyi savunan çevresel stres faktörlerinden koruyan birçok kimyasal. Zeytin ağacının gövdesine ya da köklerine bakıldığında üst üste binmiş birçok gövde görülüyor, çok ilginç ve birçok patates yumrusuna benzeyen yumrular da var. Zeytin ağacı, bütün bu bahsedilen mekanizmalar sayesinde kendisini sürekli yenileyebiliyor ve aynı yerde üç yüz, beş yüz, bin, iki bin, üç bin yıl rahatlıkla yaşayabiliyor. Üzerine alışveriş merkezi kurmadığınız ya da üzerinden yol geçirmediğiniz sürece, gerçekten ölmez ağaç. Sürekli yeni sürgünler verebilen, yeni kök oluşturabilen bir bitki. Neden, 'Ölmez Ağaç'? Biz, üzerindeki gövdeyi görüyoruz, gerçek ağaç, gerçek gövde toprağın altında. Bitkinin büyüklüğüne göre değişen, bizim turp dediğimiz bir yapı. Bu turpun üstünden, sürekli sürgünler, yeni kökler geliştiği için kendisini sürekli yenileme gayreti içinde ve bunu başarıyla yerine getirebiliyor. Zeytin arazide erozyon varlığını gösteren, indikatör bir bitkidir, erozyon ne kadar kuvvetliyse bu turp kısmı o kadar ortaya çıkabiliyor.

Zeytin aslında, bir ağaçlar topluluğudur. Sadece, ömrümüzün yettiği kadarını gördüğümüz. Uzun sürede göremediğimiz için bunun çok farkında değiliz. Hareket edebilen, etrafa yayılabilen, sürekli yeni gövdeler yapabilen bir bitki ve aynı zamanda çevre koşullarına da çok dayanıklı. Başka hiçbir ürünün yetiştirilemediği, çok zor koşullarda -ki buna marjinal alanlar diyoruz- rahatlıkla yetiştirilebilen stratejik bir bitki ve birçok ülkede de yasalarla korunan nadir bitkilerden bir tanesi.

Kısa bir giriş için zeytin, sadece şu anlattığımız özellikleriyle bile sadece barışın değil ki bana göre, barışın da simgesi değil tam tersi zeytin savaşmanın, üstesinden gelmenin, tekrar

doğmanın, yaşamanın, bereketin, gayretin ve sabrın simgesi. Aynı zamanda, sürdürülebilirliğin de simgesi.

Peki 'ölmez' olarak tanımladığımız bu bitkiyi, biz neden sürdürüyoruz? Zeytinde sürdürülebilirlik bir model olarak ortaya konulup, acaba diğer konuları nasıl sürdürebiliriz ya da bu iki gün boyunca konuştuğumuz birçok konunun da gerçek sorunları belki ortaya çıkartılabilir. Sürdürülebilirlik, artık birçok konuda konuşulan bir kavram. Şehir plancılığında, eğitimde ve sağlıkta sürdürülebilirlik gibi. Biz zeytini bile sürdüremezken, sürdürülebilir bir eğitimden nasıl bahsedebiliriz? Zeytini, sürdürülmesi çok kolay olan bir model olarak ele almak istedim.

1980'li yıllardan sonra, Birleşmiş Milletler Çevre Kalkınma Komisyonu'nun yaptığı pek de tanım diyemeyeceğimiz bir cümleler dizini var. Aslında bu fikir, 1970'li yıllarda ortaya atıldı. Komisyon cümleyi şöyle bitiriyor; "İnsanlık günlük ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin yaşamını tehlikeye atmadan karşılama yeteneğine sahiptir." Burada şunu yapın, bunu yapın gibi bir şey de yok, "yeteneğine sahipsin" gibi bir ifade var. Dikkatimi çeken bir diğer konu, günlük ihtiyaçlar. Acaba bu günlük ihtiyaçlar ne? Bugün yetmiş-seksen küsur yaşında olan kişiye, günlük ihtiyaçlarını liste yap dersek ya da on beş yaşında bir gence günlük ihtiyaçlarının bir listesini yap dersek, birbirinden çok farklı olduğunu görürüz. Biz, gittikçe günlük ihtiyaçlarımızı da acaba abartıyor muyuz? Ne derece ihtiyaç? Ne derece günlük ihtiyaç? Bu tip tanımlamalar, işin gerçeği bana biraz ters geliyor. Daha orta yollu dille, konuşmayı seven bir insanım. Sürdürülebilirlikten benim anladığım; biz 2015 yılında yetiştiricilik yapıp örneğin zeytin yetiştiriciliği yapıp, refah içinde yaşayabiliyorsak gelecek kuşaklarda çocuklarımız, torunlarımız, onların torunları, gelecek kuşaklar aynı bölgede göç etmeden daha yüksek refah seviyesinde yaşayabilmeliler. Bugün en önemli sorunlarımızdan birisi, göç. Sürdürülebilirlikten benim anladığım iki konu; gelecekte de çocuklar kendi ailelerinin yanında başka yere göç etmeden mutlu olabilmeliler. Biz onlara, arı da bırakabilmeliyiz. Burada arıyı, çevrenin sembolü olarak ifade ediyorum. Bunu yaparken, çocuk işçilik durumuna dikkat çekmemiz gerekiyor. Biz sürekli kendimize çok fazla çuvaldız batırırız ama İspanya'nın da, Avrupa Birliği'nin aslında sorunu bu çocuk işçiler. Demek ki işin boyutu çok büyük, biz sürdürülebilirlik dediğimizde sadece bunun içine zeytini koyamayız. Sadece sağlığı koyamayız, eğitimi, madenciliği, inşaatçılığı koyamayız. Bunların tamamı, bir bütün. Çocuklar bizim çocuklarımız. Torunlarımız, ileride Karaburun Yarımadası'nda eğer zeytin tarımı yapabileceklerse, bunu refah içinde yapabilmeliler. Biz bugün pek refah içinde yapamıyoruz ama bizim görevimiz, onlara daha iyi bir ortam sağlamak.

Zeytincilik ve sürdürülebilirliği bir araya getirdiğimde, bakış açım biraz farklı. Sempozyumda zeytinciliğin sürdürülebilirliği konuşuluyor. Tam tersi olarak bakıyorum, zeytinciliği rahatlıkla sürdürebiliriz asıl önemli olan, zeytin öyle bir bitki ki, biz onu sürdürebilir kırsal kalkınmada en önemli faktör olarak da kullanabiliriz. Örneğin sürdürülebilirlik açısından önemli bir diğer bitki, incirdir. Bazı bitkiler, başka hiçbir ürünü yetiştiremediğiniz bölgelerde rahatlıkla yetiştirilebiliyor. Bu noktada zeytin, bizim için çok önemli bir silah. Bakış açım bu yönde ve zeytin katma değer yaratmaya çok uygun, hatta en uygun bitkilerden bir tanesi. Rahatlıkla farklı değerler ekleyerek, çok daha yüksek gelir elde edilebiliyor. Bugün zeytinciliği yollarda ya da pazarlarda

plastik şişe içinde, zeytinyağı satışıyla ayakta tutmaya çalışıyoruz. Ama zeytini çok farklı şekillerde değerlendirmemiz mümkün.

İtalya, İspanya, Fransa'da zeytin budama artıklarından ahşap ürünler, dolmakalem gibi ürünler yapılıyor. Fransa'da yapılan zeytin budama artığından yapılan herhangi bir dolmakaleminin, satış fiyatı ortalama kırk-elli eurodan, yüz elli euroya kadar değişiyor. Zeytin her yönüyle değerlendirilmesi mümkün ev ürünleri, mobilya ve dekorasyonda kullanılabilir.

Bir diğer önemli konu; yeni zeytin ağacı mı dikmeliyiz, yoksa eski zeytin ağaçlarını mı korumalıyız? Bana göre; yeni fidan dikmek yerine, öncelikle yaşlı, mevcut ağaçları korumak, onları gençleştirmek çok daha önemli. Herhangi bir ürünü Dünya'ya satmaya kalktığınızda, o ürün hakkında bilgi sahibi olunmayabilir. Örneğin enginar, Dünya'nın her ülkesinde tanınmaz. İstanbul bile, enginarı yeni tanıdı. Ama zeytin, incir ya da üzüm dediğimizde bunların tamamı mitolojide, edebiyatta, sanatta yer alan ve söylediğiniz anda insanların ilgisini çeken konular. Zeytin kutsal kitaplarda yer alıyor, zeytinyağı bir yaşam tarzı. Zeytinyağlı yemek kültürünü yaygınlaştırmanın yolları da denenmelidir.

Daha fazla sektörün, mutlaka işin içine katılması birlikte hareket etmesi gerekiyor. Eko turizm, bunlardan bir tanesi. Türkiye'nin her yerinde rahatlıkla zeytini kullanarak, eko turizm yapılabilir ama bu konuda henüz emekleme aşamasındayız. Karaburun Yarımadası'nda kadınların ekonomiye katılımı yaygınlaştırılabilir, bir model olarak kullanılabilir. Eko turizm, öğrenci turizmi, kültür turizmi, sağlık turizmi bunlar birleştirilebilir. Türkiye'de bazı yerlerde, turistler geliyor, işletmede çalışıyorlar, üstüne üstlük para da verip gidiyorlar. Karadeniz'de fındık ayıklamayı öğreniyorlar, tarhana yapma, fasulye ayıklama işlerini severek yapıyorlar. Ama bizim turizmimiz daha çok vahşi turizm denilen Avrupa'dan ya da Dünya'nın herhangi bir yerinden gelen turistleri beton yığını arasına sokup orada, on gün-on beş gün dışarıyla bağ kurmadan herhangi bir faaliyete sokmadan, sadece otellere, tatil köylerine para harcatıp gitmeleri biçiminde. Bu, kesinlikle turizm değil en azından sürdürülebilir turizm değil. Her konuda mutlaka işin sürdürülebilir olanı bulunup geliştirilmelidir. Konu zeytin ama bunların hepsi birbiriyle bağlantılı. Büyük tatil köylerinin yoğunlaştığı bölgelerde, sürdürülebilirliği sağlamak mümkün değil. Örneğin, Bodrum'da su kalmadı. Bodrum'da otellere tankerle su taşıyarak turizm faaliyeti yerine getiriliyor. Köylülerle konuştuğunuzda, onlar çok memnunlar. Çünkü orada onlar için şu an bir iş kapısı mevcut, çevre köylerin tamamı, tatil köylerinde çalışıyorlar ve aileler de çok memnun çünkü çocukları İstanbul'a, İzmir'e, Antalya'ya göç etmiyorlar. Burada gerçekten çözüm çok zor, karmaşık sorunlarla karşı karşıyayız. Zeytincilikte sürdürülebilirlik sağlanabilir ama bu tip problemler olduğu sürece -ki Akdeniz ülkelerinin tamamında turizm, tarım iç içe olmak zorunda ve- bu sorunları aşmak oldukça zor. Bir yerde zeytin varsa, orada turizm vardır ve bunlar birbiriyle sürekli çatışırlar. Önemli olan turizm başta olmak üzere, bir çok farklı sektörü bir arada sürdürebilmek.

Türkiye'de 2012 yılı itibarıyla, otuz dört tane golf sahasına ulaşılmış, belki şu an elliye geçmiştir, golf turizmine biz çok fazla yöneldik. Golf sahası için kesilmiş olan ağaçlar yanında, ortalama

bir golf sahası için bir yılda altmış bin kişinin suyunun harcandığı gibi, doğaya iki ton kimyasal tarım ilacı bırakılıyor. Bir yandan bu tür turizm yapılıyor, diğer bir yandan sürdürülebilir tarımdan bahsediyoruz. Bu ortamda, bizim sürdürülebilir herhangi bir şey yapmamız neredeyse mümkün değil. Golf sahası orada suları bitiriyor diğer yandan Eber Gölü, Kuş Cenneti gibi iki tane önemli su kaynağı neredeyse tamamen kurudu, yirmi bir metre derinlikten bir metreye indi. Türkiye'nin üçüncü büyük gölü Beyşehir, ciddi su kaybı içinde. Gelecekte ciddi bir susuzlukla karşı karşıya kalsak, çözümümüz nedir? Sürdürülebilirlik için ne yapıyoruz? Aslında bizim elimizde her türlü bilgi mevcut. Ne zaman kuraklık olacak? 2045 yılında ne yaşayacağız? Bunlar biliniyor ama her şeye hazırlıksız yakalanıyoruz. Sürdürülebilirliğin önündeki engeller nelerdir? Farklı sektörler, birbirine dost değil. Bugün zeytinci madenciye, inşaatçı turizmciye, hepsi birbirine düşman. Biri herhangi bir yerde çalıştığı zaman, diğer sektörü istemiyor. Aynı yerde enerji, kaynak, hizmet, zeytin ve turizm yapmak, üretmek zorundayız. Bu yapılamadığı sürece, herhangi bir sürdürülebilirlikten bahsetmek mümkün değil.

Birlikte hareket edemiyoruz, sadece kooperatifçilikte değil herhangi bir yerde üreticiler birlikte hareket edemiyorlar. Her şeyi gözümüzde ya çok büyütüyoruz, ya da çok küçümsüyoruz. Her şey bizim için ya çok kolaydır ya da çok zordur. Halbuki, Dünya'da öyle bir şey yok. Yapılanlar ve gelişmeler birçok konuda kesinlikle programlı, bilinçli değil. Zeytincilik konusunda, kampanya havasında her yere zeytin dikildi. Gemlik zeytini, sofralık çeşittir. Gemlik zeytini, zeytinyağına kullanıldı. Zeytinyağı paçalı yapıldığı için -ki bunu değiştirmek neredeyse mümkün değil- zeytinyağı kalitemiz düştü.

Sürdürülebilirlikte başarılı olduğumuz tek konu, bizim dört bin yıl önceki gibi sınıkla hasada devam etmemiz. Ne yazık ki, zeytinciliğin durumu bu. Günü kurtarma çabasıdayız, torunlarımıza hepimiz zeytinlik bırakıyoruz ama toprak bırakmıyoruz.

Türkiye'de en son teraslama çalışmaları, Toprak Su İşleri Bakanlığı tarafından 1960-1970'li yıllarda yapıldı. Bütün meyve bahçelerinde -zeytinlik de buna dahil olmak üzere- erozyona karşı bir koruma çabası yok, neden? Bizim için erozyon problem değil, o torunlarımızın problemi. Biz şu anda rahatlıkla yetiştiricilik yapıyoruz. Onlar yapmasa da olur! Ne yazık ki bakış açımız bu.

Tarım unutuldu, tarım; ilaç atmaya, gübre kullanmaya indirgendi ki bunu herkes yapar. Bahçede ya da zeytinlikte hastalık zararlı çıktığında hemen bayiye gidiliyor, hangi ilacı kullanacağınıza bayi karar veriyor. O ilacı size satıyor, sizde o ilacı bahçeye atıyorsunuz. Tarım, bu değil. Tarımı yetmiş-seksen yaşında yaşlı insanlarımız biliyorlar, köyde yaşayan yaşlı bir üreticiyle konuşursanız, gerçekten biliyorlar ama biz bilmiyoruz. Bizim bildiğimiz tarım; ilaç at, gübre kullan. Milattan önceki yıllarda, Mısırlıların yaptığı tarımı biz bugün yapamıyoruz, mümkün değil. Biz geriye gitmişiz ama teknolojik olarak geliştiğimizi düşünüyoruz, hence tamamen ters. Zeytincilikte sürdürülebilirliği konuşuyoruz, konuşalım ama biz zeytinyağı, zeytini de tüketmiyoruz ki. Tüketmediğimiz bir şeyi biz üretiyoruz, diğer ülkeler öncelikle kendileri tüketiyorlar.

Sürdürülebilirliğin tanımında gündelik ihtiyaçlarımız var. Gündelik ihtiyaçlardan ilk akla geleni sıralarsak cep telefonu, bilgisayar, internet aboneliği gibi daha çoğaltabiliriz. Bugün doğan

çocuk üstünde birçok markayla doğuyor. Elektrik, su, kira, giyinme, barınma giderleri yanında yüksek vergilerle yaşıyoruz ama biz zeytinyağını pahalı bulduğumuz için tüketmiyoruz. Böyle de bir sorun var. Aslında beslenme ve gıda konusunun üzerinde kesinlikle durmuyoruz. İnsanlar zor durumda yaşıyorlar ama diğer konularda herhangi bir tepki göstermeyip, yetmiş beş kuruşluk domatesi elli kuruşa indirmek için müthiş pazarlıklar yapan bir toplumuz. Zeytinyağı, benim hesaplamalarıma göre en az otuz-kırk lira olmalı ve insanlar, bu parayı kendi sağlıkları ve beslenmeleri için rahatlıkla verebilmeliler.

İki gün boyunca birçok konu konuşulacak ama gerçek sorun hangisi. Öncelikle bunun ortaya konması gerekiyor. Nasıl çözebiliriz? Benim çözüm önerilerim: Stratejik planlara bağlılık. Türkiye’de her konunun stratejik planı fazlasıyla var ama önemli olan ona uymaktır. Ne yazık ki pek uyulmuyor. İzmir’de zeytincilik konuşulurken, zeytinciliği üreticiler ve tüketicilerden önce herhangi bir holding gelip de burada yaparsa pek de doğru ve sürdürülebilir olmuyor. Buranın insanının yapması şart. Üreticinin işi, gerçekten çok zor. Yerel girdi kullanımı, yerel girişimciliğin sağlanması gerekirken kooperatifçiliği dahi uygulayamıyoruz. Çünkü okeye dördüncüyü bulmak çok kolay oluyor da, Türkiye’de yedi kişiyle kurulan kooperatif için o yedi kişi nedense bir araya gelemiyor.

Sözlerimi, zeytinin budanmasıyla bağlayayım. Yetiştiriciliği anlatmaya geçemedim çünkü uzun sürer. Biz, dalların uçlarıyla uğraşıyoruz. Halbuki sistemli bir ortamda iyi, kökten radikal bir takım çözümlerle budama işlemini yapmamız ve zeytin ağacımızı tekrar yenilememiz gerekiyor.



SLOW FOOD ÖZEL OTURUMU

M O D E R A T Ö R

Nedim ATİLLA

[Gazeteci-Slow Food Lideri-Yazar]

K O N U Ş M A C I L A R

Samir BAYRAKTAR

[Slow Food İzmir Bardacık Birliği Üyesi]

Defne KORYÜREK

[Uluslararası Slow Food Konsey Üyesi, Fikir Sahibi Damaklar Konviviümü Lideri]

Şemsa DENİZSEL

[Uluslararası Aşçı]

Nilhan ARAS

[Gazeteci, Slow Food Ankara Birliği Üyesi]

Nedim ATİLLA

M O D E R A T Ö R

Nasıl ki zeytinsiz Akdeniz olmazsa, 'Slow Food'un olmadığı bir zeytin toplantısı düşünmemek gerek. İlk kez burada, resmen açıklayacağımız, Slow Olive etkinliği nedeniyle Türkiye, 'Slow Food' dünyasında bir adım öne geçiyor. Bu oturumda hepsi birbirinden değerli konuşmacılarla önce 'Slow Food' tarihinde bir geziye çıkacağız. ardından da zeytin ve 'Slow Food' ilişkisini değerlendireceğiz. İlk sözü çok önemli bir girişimde bulunan, Nar Gourmet Genel Müdürü ve 'Slow Food' üyemiz Samir Bayraktar'a vermek istiyorum.

Anadolu'da Zeytinin Gen Kaynağı

Samir BAYRAKTAR

[Slow Food İzmir Bardacık Birliği Üyesi]

Öncelikle böyle güzel katılımlı bir etkinliğin parçası olmaktan mutlu olduğumu ifade etmek isterim. Defalarca zeytin veya başka tematik konularda, bölgesel mutfaklarla ilgili kendi organizasyonumuz veya vakıf çalışmalarımız içinde buluşmalar yapıyoruz ama böyle güzel bir katılımı görmek mutluluk verici. Türkiye zeytin üreticiliğinde ve zeytinyağı üreticiliğinde Dünya'da üçüncü, dördüncü, beşinci sırada gidip geliyorsa bu başarıdır. İtalya, İspanya'dan sonra Yunanistan var. Dolayısıyla Dünya'da birinci veya ikinci sırada değilseniz, zeytinyağı konusunda marka olmanız için önünüzde bir takım engeller vardır. Bu engellerden bir tanesi, işi doğru yapan İtalya ve oldukça da yüksek montanlarda [miktar] üretim yapan İspanya. Dolayısıyla kendimizi ne olarak anlatacağız? Önce iç tüketimde, belli bir orana gelmemiz gerekir. Buna katma değerli satış dediğimiz Türk lirası, döviz cinsinden yurtdışında piyasa yapacak şekilde ülkenin markalaşması, diğer yandan da kendimizi tanıtmak için yıldız markalara ihtiyacımız var. Bunu nasıl yapacağız, kendimizi nasıl anlatacağız diye bir beyin fırtınasının sonucunda bir firma kurduk.

Vardığımız nokta, Anadolu çeşitliliğini, bolluğunu, bereketini anlatmak suretiyle bunu Dünya'ya tanıtabiliriz. Kısaca doğal ve bölgesel olanı aramaktan yana bir çabayı önümüze koyduk. Zeytinin akademik çalışmalarını takip ederek, literatürdeki çeşitlerini taramak için 2008 yılında yaptığım bir Anadolu gezisinde, yolum Mersin Mut'a düştü. Köy kahvesinde üreticilerle toplantı halindeyim. Onlara, "Zeytin hasadı geldiği zaman buradaki çeşidi, nispeten iyi imkânları olan bir yağhanede üretmek istiyoruz" dedim. Bizim üretim anlayışımızın, soğuk sıkımla kontrollü bir üretim yapmak olduğunu belirttim. Onlarsa geç kaldığını söylediler. Söyledikleri, "bir takım gerekçelerle, bir takım teşvikleri takip ederek Mut yağlık çeşitlerimizi keserek, gemlik çeşidini aşılırdık veyahut söküp yeniden diktik" oldu. Bu beni çok etkiledi. Bende ilk düşündüğüm, 'bu zeytin ağaçları belki yüz yıllık, beş yüz yıl, orada yaşıyor. Belirli bir yaşa gelmiş ve bir zaman insanlar atadan sahip olmuş olabilir, sonradan satın almış olabilir. Bu sahip olduğu zeytinlerin kaderini, bu tarz düşüncelerle değiştiriyorlar ve orada ekolojik bir dönüşüm yaratıyorlar.

Orada belki yüzyıllardır evrimleşerek oluşmuş olan bir çeşidin kaderinde, siz söz sahibi oluyorsunuz. Ağzı, dili yok ağaçları belinden keserek, başka bir ağaca dönüştürüyorsunuz. Nedeni de, gemlik zeytini daha değerli bir ürün olması. Acaba onların ürünü en az gemlik zeytini kadar değerli olsaydı, bu ağacı keserler ve gemlik zeytinine dönüştürürler miydi?

Nizip'te, Kilis'te de başka başka sorunlarla karşılaştım. Orada da, yağhanelerin iptidailiği, bir şekilde batıdaki yağhanelerle imkânların farklılıkları vardı. Bu nedenle tarımda, üretimdeki yanlışlar, hem de o imkânlardan dolayı çıkan zeytinyağının kalitesindeki seviye ve bu seviyeden dolayı pazarda bulunduğu değer hiçbir zaman Körfez zeytinyağının edindiği değere ulaşamıyor.

Bir takım araştırmalar gösteriyor ki zeytinin ana vatanı, gen kaynağı içinde Filistin, Suriye ve Anadolu'nun bir parçasının bulunduğu Mezopotamya'dır. Bu bölgeden ya Akdeniz ticaretiyle Yunanistan, İtalya, İspanya, Portekiz'e doğru ya da Akdeniz çanağının altında Tunus, Cezayir, vs. Fas'a kadar gidiyor. Zeytinin anavatanının, gen kaynağının burası olduğu yönünde çok ciddi çalışmalar ve bulgular var. Mardin'de bunların bir tanesi. Mardin'e gittim. Derik'te 'Halhalı' denilen, 'Merkabazi' denilen bir takım yerel çeşitler, bizim literatürümüze girmişler. Fakat bunlar yıllar içinde etnik yapının değişmesiyle vs. üretim geleneğinin kaybolması nedeniyle hiçbir tane yağhane yok, zeytinyağı üretimi yok. Zeytin, sadece sofralık olarak değerlendiriliyor. Bazı zeytinyağı üretim mekânlarının, taş değirmenlerinin kalıntıları var. Ama devam etmemiş. O yıl Mardin'deki zeytini zeytinyağına dönüştürmek için kasalar götürdük, sabah hasada başlatıp akşamüzeri kasalara alarak, bir frigorifik araçla Kilis'e kadar taşımak zorunda kaldık. Bu da bize bir ürünün kendi ekolojisi içinde değerlendirilemediğiyle ilgili bir veri oluşturdu.

Bir dönem, Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nın [TEGV], 'Ateş Böceği Eğitim Birimleri' vardı. Hayat mahallerine, tırların içinde bilgisayar atölyelerini götürdü. On beş tane tır, değişik mahallelerde çocuklara bilgisayar öğretiyordu.

Biz de bu örnekten hareketle, zeytini fabrikaya taşıyacağımıza fabrikayı oraya taşıma projesi oluşturduk. Proje fikriyle hem imkânları olmayan bölgelerde üretim yapmayı hem Anadolu'daki yerel çeşitlerin korunmasını sağlamayı hem de bir şekilde bu yolla bir farkındalık sağlamayı öngördük. O zeytinin sahiplerine, "sizin zeytininiz değerli, biz size bir üretim imkânlarıyla geliyoruz dolayısıyla bu zeytini bu şekilde değerlendirin" diye bir proje oluşturduk ve bölgeye gittik. Bu, Türkiye'nin biyolojik çeşitliliğinin korunması, biyolojik çeşitliliğe dikkat çekmek açısından önemli bir projeydi.

İşin akademik kısmına vurgu yapmadığıma fark ettim. Beş bölgeden zeytinyağı toplanıyor. Ve bu zeytinyağından, kırk sekiz tane numune alınıyor. Koyu renk, iki yüz elli mililitrelik şişelerde saklanması gereken, +18°C saklanıyor. Her ay birer numune Hacettepe Üniversitesi'ne duyuşsal analize, bir numune de Ayvalık Akredite Tadım paneline gönderiliyor ve zeytinyağının kabul edilen raf ömrü olan yirmi dört ay boyunca değerlerindeki değişimler ölçülüyor, diyagramları çıkarılıyor. Ve bunlarla ilgili uluslararası yayınlar hazırlanıyor. Proje henüz çok erken bir evresinde yola çıkmış olmasına rağmen amaç biyoçeşitliliğin tespiti ve korunmasıydı. Projeye çok önemli iki tane zeytin çeşidini ve zeytinyağı keşfedilmiş oldu. Bir tanesi, 'Antalya Beylik' diğeri de 'Antalya Tavşan Yüreği' zeytinleriydi. O ham yeşil zeytinlerden 21°C ile zeytinin geliş sıcaklığı, 23°C çıkışı yağ sıcaklığıyla 'Antalya Tavşan Yüreği' 0,1 asit ve çok düşük peroksit değeri 'Beylik' ise 0,13 asitle, İtalya Monocaltival zeytinyağı yarışmasında, New York Olive Oil Competition, Japonya'da, Çin'de aynı bir yıl içinde Dünya'da beş tane kalite ödülü aldı. Lezzet ödülü demiyorum, kalite ödülü aldı.

Slow Food, Slow Oil

Defne KORYÜREK

[Uluslararası Slow Food Konseyi Üyesi, Fikir Sahibi Damaklar Konviviümü Lideri]

Samir Bayraktar, güzel bir projeden bahsetti. Bu proje, bize güzel bir ilham verdi. Bu ilhama geçmeden önce Slow Food geri palanını sizinle paylaşmak isterim. Slow Food bir hareket. Hareket demek, dönüşüm sağlayan bir yapı demek. Bu dönüşüm aslında, hiç kimsenin bir otorite olmadığını kabulüyle başlıyor. Yaşadığımız dünyanın, ideal dünya olmadığını kabulle başlıyor. İyi, temiz, adil parametreler çerçevesinde ben onun yanına kutsalı da ilave etmeye çalışıyorum. Zeytinin, adaletin, ekmeğin kutsallığı gibi kutsalı da ilave etmeye çalışıyorum ama bu parametreler içinde 'biz nasıl dönüşebiliriz, daha iyiye nasıl gidebiliriz, daha eşit, adil bir dünyaya nasıl gidebiliriz' diye bakıyoruz. Böyle bir dönüşüm hareketi. Bunun içerisinde de Slow Food bir hareket olarak asla üçgen yapıya sahip değil. Yani tepede birileri, siz onlardan icazet alıyorsunuz diye bir düzen söz konusu değil. Coğrafyasına bağlantılı birlikler oluşturuyoruz. Bunlara, 'convivium' diyoruz. Biraz zor bir ismi var. Roma'dan, onun kendi tarihinden, şehri ifade etme, konuşma biçiminden.

Bu yerel birlikler yerel tasalarını, yerel meselelerini gıda üstünden konuşuyorlar. Niye gıda üstünden konuşuyorlar? Çünkü gıda bizleri birleştiren durum. Bizler günün sonunda basit birer organizma bütünüyüz. Önce karnımızı doyuracağız ki, gezegenin üstündeki bizatihi varlığımızı devam ettirelim. Sonra da gezegen üstündeki türümüzün devamı için çoğalacağız. Bu iki basit işlemi ne olursa olsun yapmak durumundayız ve burada gıda her şeyden önce geliyor. İyi, temiz, adil gıdaya eşit erişim hakkında daha sıradan bir şey olamaz. Slow Food bunun üstünden konuyu açıyor ve işin ekonomisini, kültürünü, sosyal yapılanmasını, adaletini gıda üstünden konuşurken toplulukların kendileriyle yüzleşmesini ve bir dönüşüm hareketi içinde kendilerini daha iyi, daha doğru bir geleceğe taşıması için araç olmaya çalışıyor. Bu anlamda Slow Food bir platform, bir network. O yüzden yaptığımızı etkinliklerin hiçbir tanesi, tek katmanlı olamıyor. Peynir sütünden gittiğimiz, Slow Cheese var. Balık üzerinden gittiğimiz, Slow Fish var. Terra var. İki yılda bir yaptığımız, Madre toprak ana toplantımız var. Dünya genelinde herkesin bir ay geldiği, balığından, ekmeğinden, etinden, sütünden, her katmanda konuştuğumuz. Ama bunlar günün sonunda, hiçbir zaman tebliğle noktalanmıyor. Yani biz dört gün, binlerce insan bir araya gelip, onlarca yüzlerce konuşma, paneller, tartışmalar yapıp sonra bir tebliğle çıkmıyoruz. Biz oradan beraberimizde yalnız olmadığımız hissiyle, başkalarının tecrübesiyle ve gerektiğinde kimlerle örgütlenebileceğimiz bilgisiyle çıkıyoruz ve onları yereli-mize taşıyoruz.

Şimdi, zeytinimize gelip bakalım. Bu günlerde, çok ağır tecrübelerden geçiyoruz. Soma Yırca'da yaşadığımız İngilizce 'land graving' yani 'toprak gaspı' diye geçen bir şeyin yeni bir rengi. Biz bunun benzerini biliyoruz ki, Filistin'de İsrail'in yerleşme stratejileri içinde zeytin

üreticileri de yaşıyor. Bilmiyordum ama bugün öğrendim bir üretici dostum sayesinde, İtalya'nın güneyinde turizmciler, alan açabilmek için ağaçların hastalanmasını sağlıyorlarmış. Böyle bir zaman diliminden geçiyoruz. Dolayısıyla zeytinimize Soma'dan, Filistin'den, İtalya'nın güneyinden nereden bakarsak bakalım aslında bir var olma biçimi olarak, yeniden bakmamız gerektiğine uyandık. Özellikle bu zeytin alanlarına ilişkin kanun tasarısının beşinci defa Meclis gündemine geldiği dönemde, şirketlerin kestim ne olacak, parası neyse veririmci-liğinin üstüne eklenmesi üzerine biz de "bu katmanların yan toprak ana toplantılarında, balık, peynir toplantılarında yaptığımızı yapamaz mıyız? Yaparız, niye yapmayalım?" dedik. Bunu niçin İtalya daha önce düşünmemiş bilmiyoruz.

Terra Madre'de gittiğimizde güzel de bir Türkiye delegasyonumuz vardı, rengârenk. Çok çeşitlilikle birlikte, yaşama şansımız oldu. Yeryüzü pazarımız, bir ödül aldı. Yedikule Bostanla-rının, tarihi bostanlar olduğunun yanında Soma Yırca'da yaşanan meseleyle, sürekli meclise gelmekte olan bu kanun tasarısını uluslararası gündeme sokabildik. Uluslararası gündeme getirmemiz şu anlama geldi: Batı, bir sorunun adını çok çabuk koymuyor. Ama Güneydoğu Asya hemen, "bu bir toprak gaspıdır" dedi. Birlikte hareket etmemiz gerekiyor. Essedra diye bir çalışmamız var. Bu Dünya üzerindeki yerel toplulukların coğrafyalarıyla hal, hamur olarak özel üretimlerinin envanterini çıkarmaya çalışan, onların kaybolmasının karşısında durmaya, ayak diremeye çalışan bir çalışmadır. Bu envanter çalışmasını, Nuh'un Ambarı diye Türkçeye çevirmeyi de seviyoruz. Bir tufan var ve durumu korumaya çalışıyoruz. Buradan üretici birlik-lerini oluşturarak, üretime devam edenlere de 'presidia' diye bir unvan veriyoruz. Bunun biz-deki örneği, Kastamonu'nun İslamgazi ilçesindeki 'siyes' üreticileridir. Siyes, şu ana kadar var olan bilgiler, belgeler dahilinde evcilleştirdiğimiz ilk buğday olarak biliniyor. Bunu geleneksel anlamıyla, bulgura çevirmeye devam eden bir üretici topluluğu bulduk. Bunun yaşayıp devam edebilmesi için böyle bir unvan da var. İtalya, aynı bu mantığı "acaba ben zeytine, zeytinya-ğına uygulayabilir miyim?" dedi. Uluslararası sisteme uyabilecek ama ulusal manada ayakta durabilecek, bir zeytin veya zeytinyağı ağı kurabilir miyim? Bunun lezzetle veya zeytinya-ğının kalitesiyle alakası yok. Ağacı koruma gayesiyle alakası var. Soma Yırca'nın, İtalya'daki etkileridir bunlar.

İki yüz yaş üzeri ağaç topluluklarından, zeytinyağı yapan üretici birliklerinden yapmaya baş-ladı. Bunun arkasından biz zaten hafif hafif kaşınıyorduk, toplanıp konuşmamız gerekiyor diye. Biz, "bir Slow Olive toplamak istiyoruz" dedik onlarda, "olur" dediler. İtalyanların aklına gelmediği için itiraz edebilirler diye düşündük ama itiraz etmediler. Slow Food'un, güzel yanı bu. Hepimiz aynı network içinde yükseleceğiz, eşitiz. Eşitiz, çünkü bu gezegen üstünden hep-i-miz aynı evin, aynı geminin içinde, aynı felakete gidiyoruz. Bu işin içinden, beraber çıkacağız. Dünya'nın ilk Slow Food zeytin, zeytinyağı buluşmasını Türkiye'de yapacağız. Yeri konuşurken de koruyucu liderimiz Carlo Pecuni, Ayvalık'ı önerdi. Zeytin'in bugüne kadar bilinen coğrafi anayurdu, Mardin'in Suriye sınırındaki Derik ilçesidir. Slow Food buluşmasını zeytini konuş-madığımız, zeytinin yurdu olduğu için de ayakta durması, konuşulması, sahiplenmesi gere-ken yerde Derik'te yapmayı önerdik.

Yedi yüz rakımlı Derik, zamanında bir Ermeni köyüdür. Ermeniler gittikten sonra orada kalanlar zeytin yapmayı da, işlemeyi de bilmiyorlar. Şimdi ağaçlar arasında apartmanlar var. Seksen tane ana üreticileri ve üretici birlikleri var. Eğer memleketimizin üzerinde, beklediğimizin üstünde, altından kalkamayacağımız sıkıntılar oluşmazsa, inşallah önümüzdeki günler bugünlere daha aydınlık günler olursa, bizim inadımız, direncimiz, sizin buradaki ev sahipliğiniz gibi ortamlar bizim hızımıza hız katarsa, önümüzdeki yıl Nisan ayının ortasında Mardin’de Dünya’nın ilk Slow Food Zeytin Zeytinyağı Buluşması’nı tertip ediyor olacağız. Slow Food, endüstri buluşması değildir. Sadece üreticiler için değildir. Çünkü zeytinin ekonomik, üretici, tüketici, folklor tarafı var, zeytin bir kültürdür. Bunları bir araya getirip, bir network oluşturmaya çalışacağız. İtalya, Filistin, Ayvalık, Mut, Derik’teki üretici de gelip oraya bakabilsin, bir şeyler konuşabilsin, yalnız olmadığını görsün. Burada ilan etme şansı verdiğiniz için de, özellikle İzmir Akdeniz Akademisi’ne çok teşekkür ediyorum.

Slow Food-Lezzetler

Şemsa DENİZSEL

[Uluslararası Aşçı]

Ne şanslıyım ki, zeytinyağıyla yemek pişirebiliyorum. Çünkü zeytinyağı gibi bir nimet var ve onun olduğu bir coğrafyada yaşıyorum. Bana göre bu nimeti kullanmamak, yaşadığımız dünyaya bir hakaret olur. Egeli değilim. Sonradan Egeli olanlardanım. Aslında İstanbulluyum. Ömür boyu geliştirdiğimiz damak lezzetimizin, damak tadımızın temeli evde atılıyor. Zeytinyağıyla tanışmam, babamın sayesinde. İlk yıllarda ağır geldiği için annemle zeytinyağına, makine yağı diye burun büktük. Damağımı, ne de olsa alışık olduğumuzu arıyor. Zaman içinde yavaş yavaş zeytinyağını öğrendik, kıymetini anladık. Benim için evde başlayan zeytinyağı yolculuğu, Ayvalık'la devam etti. Bir gün gelip, bir lokantam olduğunda ve bu işi, profesyonel olarak yapıp ekmeğimi buradan kazanmaya başladığımda hiç düşünmeden zeytinyağıyla pişirmeye karar verdim. Yerine göre, lezzetine ihtiyaç duyup kullandığımız bir sürü yağ var. Ama zeytinyağı benim gönlümün yağı ve ne kadar pahalı olursa olsun, zeytinyağıyla yemek pişirmeye devam ediyorum. Aslında çok bonkörce davrandığım hatta o bonkörlüğün ziyan olduğunu da düşündüğüm anlar oluyor. Ama yine de zeytinyağından vazgeçemiyorum. Onun yerine biraz daha az şnitzel yapmayı tercih ediyorum. Zeytinyağı kullanmaya devam ediyorum çünkü bunun tamamının temelinde lezzet var. Lezzetli olmayacaksa, neden yemek yiyoruz? Tabii ki yaşamak için yememiz lazım ama lezzeti hayatımızda tutarak, hayata biraz daha umutla bakabilme imkânımız olduğunu düşünüyorum. Biraz daha pozitif olabilme imkânımız olduğunu düşünüyorum. Lezzeti, hayatımdan çıkarmayı hiçbir şekilde düşünmem.

Zeytinin hasat zamanında, o yılın yağlarının tadına bakıyorum. Yağın detayları şöyleymiş, asidi böyleymiş, bunlarla ilgili kendimi hiçbir zaman konu uzmanı olarak görmüyorum. O sene benim için hangi yağ, ağız tadına daha uygunsa onu alıyorum. Zeytinyağını hep aynı yerden almıyorum. Benim için yolu belirleyen tek şey ağızım, damağım, pişirdiğim yemek. Nasıl bir lezzete ulaşmak istiyorum? Araç olarak zeytinyağını, nasıl kullanabilirim? En kötü şartlarda bile, mutfağımda üç çeşit zeytinyağı oluyor. Zaman zaman, beş altı çeşit olabiliyor. Hep sızma zeytinyağı kullanıyorum. Küçük üreticilerden veya büyük üreticilerin özel olarak ürettikleri yağlardan, tadarak temin etme şansım oluyor. Özellikle yemeklerini bitirirken kullanılan son yağı, yemek cinsine göre seçiyorum. Domates salatası kadar basit bir şeyi bitirirken kullanmak isteyeceğim zeytinyağıyla, palamut yahni üstüne koymak isteyeceğim zeytinyağı farklı. Dolayısıyla farklı zeytinyağlarına gidiyorum. Ne mutlu ki zeytinyağı, bu çeşitliliğe imkân kılan bir yağ. Çıktığı topraktan başlayıp ağacın tipine, mineral dengelerine, o yıl ne kadar yağmur aldığına, ne kadar kurak geçtiğine kadar veya zeytinin cinsine göre zengin bir çeşitlilik var. Dolayısıyla, her yıl yeni bir macera oluyor. Çünkü bu özellikler, değişkenlik gösteriyor. Her yıl yeni bir heyecan ve o zeytinyağlarını, muhtelif yemeklerde bitirme yağı olarak kullanıyorum. İşte bu, bana yemeğin tüm havasını değiştirme imkânını tanıyor. Ne mutlu ki, zeytinyağı var. Yemeye ve pişirmeye devam.

Anadolu'dan Zeytin İzlenimleri

Nilhan ARAS

[Gazeteci, Slow Food Ankara Birliği Üyesi]

Kadim kültürlerde ve uzantısı yaşamlarda, ağaç ve hayat/yaşam ilişkisi çok güçlüdür. Hatta çoğu kez hayat çizgisinin, ağaç üzerinden anlatılması bir gelenektir. Bazı durumlardaysa ağaç hem ağaçtır, hem de metafor. Bazı ağaçlarsa, özellikle çok önemlidir. Zeytin ağacı, bunlardan bir tanesidir. Hayat ağacıdır. Biz varken ve yokken o var. Yaşam bizden öncekinden, bize gelirken de tanıktı ve bizimleydi. Bizden çocuklarımıza, torunlarımıza geçeceği zaman da orada olacak. Anadolu insanı, bunun her zaman farkındadır.

Zeytin ağacı, Anadolu insanı için çok şey demek. İki-üç gün önce tanık olduğum, bir olayı anlatacağım. Bu olayı, dergimizde on beş yıl birlikte çalıştığım, bir süre önce emekli olup, Ayvacık'ta bir eve taşınan arkadaşım sayesinde tanık oldum. Denize altmış metre mesafede, evinin bulunduğu yerin arkasındaki geniş çamlık alanlarda, yedi tane Yörük köyü var. Her köy, adını çam sözcüğünden alıyor. O akşam yukarıdaki köylerden birinde sünnet düğünü vardı, biz de gittik. O köy de, yaşayanlar çeşitli sebeplerden dışarı açılmıyorlar, birbirleriyle evleniyorlar. Köy, diğerleri gibi çamlık fakat köyün zeytinle şöyle bir bağı var; bir çocuk doğduğu zaman, üç tane ağaç dikilir. Bunlardan bir tanesi, meyve ağacıdır. Meyveleri hem evdeki tüketim için, hem de yeri gelirse gelir kaynağı olur. İkinci ağaç, gerekli zamanda satılacak bir ağaçtır. Kü-tüğü için dikilir. Üçüncü ağaçsa, o çocuğun hayat ağacıdır. Hayat ağacı, o çocuğun simgesidir; kendisinden sonra çocuğuna kalır vs. vs. Hiç istenmez, ama gerekirse satar, geçimini sağlar. Üç ağaç geleneği, Anadolu'nun pek çok yerinde vardır. Ama burada olduğunu bilmiyordum, arkadaşım sayesinde öğrendim, en taze bilgi olduğu için anlattım. Ne ki, ilginçlik devam ediyor. Zeytin ağacı çok gerekli olduğu zaman satılıyor, dolayısıyla sadece zeytin ağacı değil o. Yaşamın büyüklüğünü ve boyutlarını ifade eden, 'hayat ağacı' anlamını taşıyor ama yaşam-sal ihtiyaçlarımızı gidermek için paraya ihtiyacımız olduğu kabulüyle, parayı karşılıyor orada. Zeytin ağacı, paranın yerine geçiyor, parayı anlatan metafor oluyor. Ancak burada bir nokta çok önemli ve hayati; gerekli zamanlarda o ağaç satılıyor ama ağacın satılma koşulları var. Örneğin, siz arsanızı satıyorsunuz, haliyle içindeki zeytin ağacını da devretmiş oluyorsunuz. Ancak isterseniz arsanın kendisini satın zeytin ağacını kendinize bırakacak bir anlaşma düzenleyebiliyorsunuz ki, yörede çoğunlukla böyle yapılıyor. Çünkü, zeytin ağacı kıymetli! Anlaşma şekil değiştirebilir tabii ki, ama zeytin ağacı, hayata dair pek çok şeyi simgeleyen bir varlık işte.

Zafer Can, çok değerli bilgiler verdi. Onun anlattıklarının bir uzantısıdır söylediklerim. Anadolu'nun bazı yerlerinde yaşadığınızı göstermek, varlığınızı anlatmak için bir ağaç dikersiniz ve birçok yerde de bu, zeytin ağacıdır. Ayvacık'ta da bu, arsamı veririm zeytinimi vermem, arsamı veririm, ağacımı satmamla karşılık buluyor. Çok taze olduğu için bu örneği vermek istedim.

Nedim Atilla: Zeytinle ilgili başka gözlemlerin var. Özellikle, evlere konuk oluyorsun. Tanık

oluyorsun. İnsanlar, nasıl zeytin yiyorlar? Biraz onu anlatalım. Hakikaten kitaplardan okuyoruz, ediyoruz ama birebir yaşamak başka bir şey. Yıllardır zeytinle uğraşırdım ama ne zaman ki, *Ağaçtan İnsana Zeytin Anıları* kitabını yapmaya karar verdiğimizde Kozak, Yund dağ köylerine gittik. Kaz Dağları'ndaki, Tahtacı Türkmenleri ağacı keseceklerse önünde namaz kılarlar, bu özür namazıdır. Bir rekât namaz kılmadan, hiçbir ağacı kesmezler. Oraya gittiğimizde başka bir şeyi öğrendik, şaşırdık. Hasat başlayacaktı. Bütün köylüler, hasada gitmeden önce en yaşlı ağaçları bulup onları kucakladılar. Kitabımda, fotoğrafı bile var ve enteresan ilahî gibi bir melodi söylediler. İşte onu, *Slow Olive*'de görüntülü olarak da anlatacağız. Anadolu'da böyle enteresan, pagan zamanlardan kalma alışkanlıklar devam ediyor. Ama zeytin, yemek konusunda da bazı alışkanlıklar var. Biraz da bizlere onları anlattır mısınız.

Nilhan Aras: O kucaklama ve benzeri davranışlar, aslında hepimizin özendiği, azla çok yaşamının örneği. Hem şükretmek için hem de, "Hakkım az bu Dünya'da, hep alıyorum, onun için beni affet" anlamında özür dilemek için. Alacağı zaman da hem şükrediyor, özür diliyor, hem diğerinin varlığını kabul ettiğini gösteriyor vs. vs. Anadolu'da böyle diğerinin varlığını kabul eden örneklerin yanında, çok tuhaf şekilde tersi örneklerle de yani kabul etmeme durumlarına da rastlamak mümkün. İlk kez, Trabzon Maçka'da yaşadığımı anımsıyorum. Hayretler içinde kaldım ve sustum. Çünkü konuşmak çözüm değildi, anlamayacaktı. Değil kabul etmek, var olanı reddediyordu. Büyük bir lokantanın sahibiyle konuşurken -oraya nasıl geldiysek hatırlamıyorum- o bölgenin, bir zamanlar hep zeytinlik olduğunu söyledim. "Hayır," dedi "Biz Türküz ve tereyağı yiyoruz." Bu, benim için çok şaşırtıcıydı. Anadolu'da, zeytin tüketimi, zeytine bakış ve zeytini tanımlama çok keskin çizgilerle ayrılabilir. Örneğin benim annem Mersin'in Mut ilçesinden, babam Silifke'den. İlk deneyimim o zamandı, sonra bunu hep kanıtlayan örneklerle karşılaştım. Anadolu'da evde genellikle yeşil zeytin tüketiliyor, yeşil zeytin de çoğunlukla da kırılarak yeniliyor. Oysaki metropollerde, biz siyah zeytin seviyoruz. Daha çok salamura seviyor. Kusura bakmayın, bu benim naçizane fikrim, ağzının tadını bilen de, sele zeytin seviyor. Böyle kesin bir ayırım var.

Anadolu'da zeytinini, asla Samir Bayraktar'ın anlattığı, bizlerin okuyup öğrendiği, hocalarımızın çok iyi listeleyebildiği gibi tanımlamıyorlar. Cinsiyle, adıyla söylemiyorlar; tüm zeytinler yerli zeytin. Nereye giderseniz gidin, yerli zeytin buluyorsunuz. Bu hesapla, Silifke'de de, Tire'de de yerli zeytin var. Tabii hepsi başka başka zeytin ama hepsi yerli zeytin. Üretici küçük bir alanda yaşıyor ve Dünya'yı yaşadığı yer üzerinden tanımlıyor. Zeytin de buna dâhil. Ve yerli deyince tüm sorunlar çözülüyor gibi algılıyor.

Nedim Atilla: Az önce Samir'in de anlattığı; Tavşanyüreği zeytinini daha çok Anamur, Alanya arasında var. Beylik zeytiniyse Kaş, Kumluca arasındadır. İkisini de sorarsan yerli ürün. Hâlbuki, o kadar birbirinden farklı lezzetler veriyor ki.

Nilhan Aras: İsimlerini söylemedikleri gibi en iyi, en sağlıklı, lezzeti en fazla alacağımız üretim biçimi hangisidir, diye araştırma da yapmıyorlar. Geçmişten gelen deneyimle, çoğunlukla zeytinini kırıyorlar. Bazı cinslerin kırması, gerçekten çok lezzetli oluyor. Zeytin, Anadolu

ürünü olmasına rağmen sekiz-dokuz yıl önce, Doğu Anadolu'nun bazı bölgelerinde, zeytin yenilmiyordu. Saklama koşullarını çok iyi bilseler de. Peynirleri var, çok tuzlayarak yiyorlar. Balık buldukları zaman tuzlamayı biliyorlar. Buna rağmen “bir yerden zeytin alalım da tuzlayalım, saklayalım” demiyorlar çünkü zeytin hakkında bir damak bilgileri yok. Herhâlde bilmedikleri için ihtiyaç da duymuyorlar, hayatlarında olmadığı için böyle bir ihtiyaçları da yok. Kahvaltıda zeytin yemiyorlar. Bir kez, istediğim için değil de gittiğim o yeri anlamak için, “Zeytin yok mu?” diye sordum. “Yok, biz yemiyoruz, istiyor musun? Bir yerden bulalım.” dediler. Doğu Anadolu'nun hem yukarısında hem de aşağısında zeytin çok sevilirken, o noktalarda hiç zeytin yok. Bilgisi yok, isteği yok. Böyle bir kesin ayrım var.

Başka bir ciddi ayrımdan daha bahsetmek istiyorum; Metropollerde zeytini seviyoruz, kendimize göre iyisini alıp iyi şekilde sunmak istiyoruz. Anadolu'da bir çok yerinde zeytin, sadece bir yiyecek. Acilen karın doyurmak için önemli bir ihtiyaç maddesi, o kadar. Bizim yaşamadığımız bir geçmişleri var, ağaç kültürünü onlar bin yıldır yaşıyorlar, biliyorlar. Farkında olmadan hala da yaşamaktalar. Ama bunu tuhaf bir şekilde unutma eğilimindeler ve bunun uzantısı olarak, zeytini hak ettiği gibi tüketmiyorlar. İyi bir kahvaltı yapıyorlar, ortaya bir tabak zeytin konuyor ama sadece karın doyurulsun diye. Ağacını bu kadar önemseyen, kendisini o ağaçla, Dünya'daki yaşam süresini, o ağaç üstünden biçen birisinin o ağacın meyvesini bu kadar değersiz görmesi ve göstermesi benim için kesin ayrımlardan bir tanesiydi. Metropollerde ağaç yetiştiriyor. Anadolu insanı kadar, zeytin ağacına dokunmamışız. Ama buna rağmen, onun meyvesini biz daha çok önemsiyoruz. Bu da bana şaşırtıcı geliyor.

Nedim Atilla: Slow Food Özel Oturumu sona erdi. Hepinizi, Slow Food'a üye olmaya bekliyoruz. Çok teşekkür ediyoruz.



Fotograf: TOLGA ÖZMEN

IV. OTURUM

HUKUKSAL VE TEKNİK ALTYAPI 'ZEYTİNLE HUKUKUMUZ VAR!'

M O D E R A T Ö R

Ümit ERDEM

[Prof. Dr., Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Emekli Öğretim Üyesi]

K O N U Ş M A C I L A R

Murat Fatih ÜLKÜ

[Avukat]

Deniz BAYRAM

[Avukat]

Şehrazat MERCAN

[Avukat]

Prof. Dr. Ümit ERDEM

M O D E R A T Ö R

Aramızda dinleyici olarak, Prof. Dr. İlhan Tekeli hocamız da var. İzmir Akdeniz Akademisi'nin, böyle güzel bir toplantıyı gerçekleştirmesi, çok önemli bir güncel maddenin ayrıntılarıyla tartışılabilmesine neden oldu. Bu kapsamda, emeği geçen herkese teşekkür ederim. Konuşmacı arkadaşlarımı tanıtmak istiyorum; Sayın Şehrazat Mercan. Kendisi, İzmir Barosu çevre avukatlarındandır. Hep mücadele veren, zeytin için özellikle çok çalışmaları, kavgaları olan, mutlulukları da olan birisidir. Onlarla birlikte büyük çaba sarf eden, doğruya ulaşmak için özverili çalışmalara bulunan, Murat Fatih Ülkü arkadaşımız. O da, İzmir Barosu'nun çevreci avukatlarındandır. O da aynı şekilde, bu çalışmalarda görev yapan, halkın yanında, zeytinin yanında, zeytine dokundurtmamak için uğraş veren arkadaşlarımızdandır. Hem avukat, hem aktivist bir başka arkadaşımız, Deniz Bayram. Bugün, zeytinin hukukunu tartışmaya açalım istedik. Çünkü, unuttuğumuz konu bu oluyor. Sonrasında da üzülüyoruz, sıkılıyoruz, uğraşıyoruz, çok daha fazla paralar harcayarak tekrar başa dönüyoruz. Onları, bir irdeleyelim istedik.

Bir Hukuk Serüveni: Zeytin

Murat Fatih ÜLKÜ

[Avukat]

Zeytin neden bir hukuk serüveni? Geçenlerde, büyük bir şirketin bir üst düzey yöneticisi dedi ki, "Uygarlıkla doğanın çelişkisi var." Aslında demek istedi ki, uygarlık istiyorsanız, gelişmek istiyorsanız, onunla çelişen doğadan vazgeçeceksiniz. Tabii böyle bir basit cümle gibi duruyor ama arkasında deyim yerindeyse yüzyıllardır gelen derin bir felsefeyi yansıtıyor. Burada uygarlığın yerine, kapitalizmi koyalım, tam da söyledikleri yerli yerine oturuyor. Daha çok kar, sürekli kar...

Onun bir de kibar adı var, ben telaffuz etmekte zorlanıyorum. 'Kar maksimilizasyonu' diyorlar. Bunun peşinde kapitalizm, bunun önünde bir sınır istemiyor. Bunun için her türlü mücadeleyi veriyor. Şimdi tabii zeytinle de bunun çok yakından bir ilgisi var. Zeytin, doğa konusunda kapitalizme en çok direnen -yani bu direnmeyi söylerken gerçek anlamıyla söylüyorum- bir doğa parçası. Bunu, mistik anlamlarıyla da olsa hakikaten önemsiyorum. Hakikaten, ölmez ağaç olduğu için mücadelesi de derinden oluyor ve er ya da geç kazanıyor. Burada şunu sorgulamak istiyorum, belki bu bireysel olarak kendimizi sorgulamamıza da bir fayda yaratacak. Dönelim işadamı mıydı, üst düzey yönetici miydi bilmiyorum o kişi, neyi kastediyor? Betonlaşmayı kastediyor. Neyi kastediyor? Vahşice, çılğınca sanayileşmeyi kastediyor. Neyi kastediyor? Madencilik kastediyor. Neyi kastediyor uygarlıktan? Enerjiyi, termik, hidroelektrik santrallerini kastediyor. Uygarlık, bu mu? Önce bunu sorgulayarak başlamak gerekiyor.

Orhan Veli Kanık'ın, 'Garip Akımı'nı tanıttığı kitabın girişindeki yazısının sonunda şöyle bir cümlesi vardır: "Şairaneliğe dair ne varsa, aleyhinde olmak lazımdır" der: Bugün de artık buraya geldik. Bize uygarlık diye, gelişme diye yutturulmak istenen şeylerin aleyhinde olmak zorundayız. Artık geçici, etkisini kısa sürede yitirecek önlemlerle kaybedecek bir zaman yok. Orhan Veli Kanık gibi, devrimci bir yaklaşıma ihtiyaç var. Geçen gün, *Cumhuriyet* gazetesinde okudum; Yüz aydın, çeşitli alanlardan gelen aktivistler Paris'te toplanacaklar. Neden toplanacaklar? Önemli bir iklim değişikliğiyle ilgili toplantı öncesi, fosil yakıtlarının yani kömür başta olmak üzere yakılmasının yasaklanması ve bundan enerji elde edilmesiyle ilgili bir açıklama yaptılar. Artık dünya buraya gidiyor. Zeytine dönersek, zeytincilikle ilgili kanuna bir madde kondu. Zeytinlik alanlarda ve bu alanların üç kilometre yakınında, zeytinlerin gelişmesini engelleyecek nitelikte, kanunda iki tane teknik tabir var. Zeytinciliğin gelişmesini engelleyecek nitelikte toz ve duman çıkaran işletmeler yapılamaz. Zeytinyağı fabrikası hariç, küçük ölçekli tarım-sanayi işletmesi hariç dendi. Bu madde, bugün zeytinlik alanların korunmasındaki en önemli madde haline geldi. Zeytincilikle ilgili kanunun, yirminci maddesidir bu. Tabii kapitalizm bu, durur mu? Bunu aşmamız lazım. Bunu aşmak zorundayız. Nasıl aşabiliriz? Zeytinlik alanlar, Türkiye'nin yatırım yapılabilir, ulaşımı en kolay, kapitalizm açısından en karlı alanlar. Bunu nasıl aşabiliriz? Bu durumu, somut yaşadığım olaydan yola çıkarak anlatayım.

Siyanür altın madeni işletmeciliği Türkiye'ye, Balıkesir il sınırları içinde bulunan, Havran'dan girmek istedi. Orada yöre halkının, yerel yöneticilerle birlikte olağanüstü bir direnişiyle karşılaştı. O direniş, Türkiye'de zeytinle ilgilenen insanların, direnme kültürüne sahip olmalarının etkisiyle ilk sonucunu verdi. Çevre Bakanlığı'ndan geçmedi. Daha sonra, altın madeni işletmeciliğiyle nerede karşılaştık? Bergama'da karşılaştık. Orada, Sefa Taşkın'la tanıştık. Oradaki mücadeleye, Türkiye'ye mal oldu. Bergamalı köylülerle tanıştık. Peki, sonra? Altın madeni işletmeciliği, 2005-2006 yılında tekrar Havran'a geldi. Ama bu sefer kozunu iyi oynayacaktı. Tedbirini almıştı. Dedi ki, "Ben gerekli önlemleri aldım". Ben orada delme, patlatma suretiyle alacağım cevherimi. Götürüp başka bir yerde, siyanür basacağım. Mahkemenin kafası karıştı ve bilirkişi incelemesi yapalım. "Bakalım hakikaten zararı var mı, yok mu?" Bilirkişi raporu geldi. Orada, "Bunlar zeytinlik alanların içinde, iki yüz metre yakınında bu altın madeni ama önlemleri almışlar. Bu durum zarar vermez" diye bir rapor verdi. Biz, kararı temyiz ettik. Danıştay 8. Dairesi kararı şu gerekçeyle bozdu. Bakın bu çok enteresan ve Türkiye'de zeytinlik alanların korunmasıyla ilgili tarihi bir karardır. Dedi ki, "Zeytincilik Yasasında 20. maddedeki yasak, kesin bir yasaktır. Ve siz bir madencilik faaliyetinin, bir altın madencilik faaliyetinin zeytinlere zarar vermeyecek şekilde, toz ve duman çıkarmadığını iddia edemezsiniz. Bu hayatın olağan akışına aykırıdır. Madencilik faaliyeti toz ve duman çıkarır, bu da zeytinciliğe zararlıdır". Kararı bozdu. Yerel mahkeme direndi. Dosya, Türkiye'de idari yargıda en üst organ olan Danıştay İdari Dava Daireleri Genel Kurulu'na gitti. Ve geçtiğimiz günlerde, -belki haberiniz olmuştur- Danıştay İdari Dava Daireleri Genel Kurulu da aynı 8. Daire gibi, "Madencilik faaliyetleri, zeytinlere zarar verir. Gerekli tedbirleri aldığınızı iddia bile edemezsiniz" dedi. Buradan, nereye geleceğim? Zeytinin, hukuk serüveninde bence önemli bir noktadayız. Zeytinlik alanlarda yapılan tüm faaliyetler için, altın madeni işletmeciliğine ilişkin bir karar var. Alt alta sayalım; termik santrallere, altın madencilik dışındaki maden işletmelerine ve taş ocaklarına alan açan bir karar bu. Hatta bu, bütün bu zeytinlere zarar verebileceğini düşündüğümüz ve zeytinler dışında da çok da büyük zararları olan işletme faaliyetlerine karşı çok önemli bir karar. Bu kararı, ne kadar kullanacağız? Bu kararı veren yargıyı ne kadar rahatlatacağız? Bunu zaman gösterecek. Tabii şunu da önemle anlatmak gerektiğini düşünüyorum; özellikle madencilik faaliyetleri açısından, bir madencilik yaklaşımı vardır: "Bir yerde maden varsa, çıkar kardeşim. Öyle ya da böyle çıkacak. Bu bir değer, çıkaracağız onu." Anlatmaya çalışır, dersiniz ki; O madenin üstünde bir flora, bir bitki örtüsü, bir ekosistem, bir fauna, bir canlı varlığı var. Onlar hemen, o canlı bitki örtüsünün taşınabileceğini söyleyip madeni oradan taşıyamayacaklarını söyleyip, "Allah onu oraya koymuş, çıkaracağız. Ama bitki örtüsünü taşıyoruz" derler. Bu nedir biliyor musunuz? Ormanları yok edip, "iki milyar ağaç diktik" diyen yaklaşımdır. Yani kocaman ormanı, tekil ağaçtan ibaret gören bir yaklaşımdır. Ormanın, binlerce yıl orada yaşayan canlıların karşılıklı etkileşimiyle oluşan bir ekosistem olduğunu reddeder. Ama reddetmek, onun haddine değil. Unutturmaya çalışan, büyük şehirlere ilgisiz yerlere ağaç dikerek, orman yaptığını ya da bize yutturmaya çalıştığını zanneden bir anlayıştır işte o.

Danıştay İdari Dava Daireleri Genel Kurulu'nun kararıyla, yargı önünde ağır bir yenilgi aldı.

Demek ki o zaman, o kapitalizm sakin olacak. Öyle her yerdeki maden mutlaka, ne pahasına olursa olsun çıkmayacak. Zeytinlik alanlarda, ormanlarda, milli paklarda çıkmayacak. Bunu burada, söyleyen bir avukat dediği için olmayacak bunlar. Çok hızlı geliyorlar. Birazdan muhtemelen Şehrazat Mercan hanım bu konuları anlatacak. Zeytinlik sahalarını, bu kanundaki korumasını delmek istiyorlar, önce yönetmelikle delmek istediler. Nasıl? Zeytinlik alanlardaki enerji, maden gibi yatırımlara izin verilsin. Ve daha da önemlisi, zeytinlik alan kavramını yirmi beş dönümden büyük yerler için kullanalım. Yani, yirmi beş dönümden küçük parselleri, zeytinlik alan saymayalım. Kanundaki korumadan uzak turalım. Buna insan sadece gülebilir. Çünkü zeytinlikleri, yirmi beş dönüm diye bölen biziz. İnsanoğlu, fani...

Oysa zeytinlik alanlar, o ekosistem bizim yarattığımız o yapay mülkiyet ve parsel sınırlarını tanımazlar. Ne oldu? Bu yönetmelik yine Danıştay'dan döndü. Peki, şimdi nerede? Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde, "Yönetmelikle yapamadığımızı kanunla yapacağız" diyorlar. Türkiye'de böyledir. İdarenin, yargıdan döner işlemleri. O zaman, "Yargının iptal edemeyeceği kanun yapalım" der idare. Hatta daha da abartırlar. Kanunu, Anayasa Mahkemesi iptal eder diye, Anayasa hükmü koymaya çalışırlar. Şimdi neyle karşı karşıyayız, Türkiye'nin bu gürültülü döneminde? Hepimizin içini acıtan bu dönemde, belki biraz unutulmuş duruyor. Mecliste, o yasa teklifi veya yasa tasarısı öylece duruyor. Yani, kanun içine o maddeyi sızdırmaya çalışıyorlar. "Kanun içine koyarsak, Danıştay İdari Dava Daireleri Genel Kurulu, öyle kararlar veremez" diyedüşünüyorlar.

Şunu söylemek istiyorum: Zeytin üreticisi, bugün direniyor. Neden? Çünkü zeytin, üreticinin hayatını doğrudan ilgilendiriyor. Biz şehirli insanlar, ne kadar direneceğiz? Ne kadar ses çıkarmaya çalışacağız? Ne kadar örgütlü yapıları harekete geçirmeye çalışacağız?

Küçük bir notla bitirmek istiyorum sözlerimi. Kapitalizm, bizim zayıf yanımızı yakaladı. Şimdi hepimiz, sosyal medya kullanıyoruz. Ve sosyal medyada beğenme ve paylaşmayla, -bunları önemsemediğim için söylemiyorum- ama beğenme ve paylaşmayla bir şeyleri doruğa çıkardığımızı zannediyoruz. Bence, sosyal medyayı da kontrol altına almak isteyen kapitalizm buna gülüyor. Bir karikatür görmüştüm, onunla tamamlayayım: Böyle bir toplantı, yine böyle bir çevre duyarlılığıyla ilgili, iki kişi kapıdan giriyor, dört kişi oturuyor. Biri diyor ki, "Facebook'ta dört bin kişi beğenmişti niye burada dört kişi var" diyor. O yüzden biz ne kadar direneceğiz? Sorun burada. Hukuk, yargı yanımızdaysa, biz ne kadar ses çıkaracağız?



Fotoğraf: TOLGA ÖZMEN

Yırca Özelinde Zeytinde Hukuksuzluk!

Deniz BAYRAM

[Avukat]

Böyle bir sempozyumda özellikle geçtiğimiz ve bu yıla zeytin mücadelesi olarak adını yazdıran, Yırca Köyü'nün hukuk mücadelesini anlatmak, benim için gerçekten çok önemli. Sizlere bugün burada zeytini konuşurken, biz zeytin yasasını, zeytinin geleceğini, zeytinin hukuki durumunu konuşurken Yırca'da nasıl bir mücadele verildi? Biraz önce meslektaşımın da bahsettiği şirketler, idari kararlarla aslında zeytinlik alanları, tarımsal alanları nasıl gasp ediyor? Türkiye'de nasıl bir toprak gaspıyla karşı karşıyayız bunlardan söz edeceğim.

17 Eylül 2014 tarihinde, gecenin bir vakti Yırca köylülerinin, zeytinlik arazileri, Kolin Şirketler Grubu tarafından, tel örgülerle çevrelendi. Gece yarısından sonra dozerlerle, inşaat araçlarıyla zeytinlik alanlara girerek zeytin ağaçlarını köklemeye başladılar. Tam da o gece, nöbet başlatan Yırca köylüleri bu dozerlerin önüne geçerek bir şekilde bedenleriyle -aslında hukuki mücadele, hukuki süreç bir yandan devam ederken, hukukun geç kalması, zaten hiç alınmaması gereken, hukuka aykırı idari kararların alınması nedeniyle onlar- direnişe geçerek bu inşaat araçlarını, dozerleri durdurarak zeytin ağaçlarını korudular. Bugün, Türkiye'de zeytinle ilgili, tarımsal üretimle ilgili konuşurken kömürlü termik santraller hakkında, -biraz önce meslektaşımın da değindiği üzere- enerji politikaları hakkında konuşmada, o konuşma bir şekilde eksik kalıyor. Çünkü bugün Türkiye'de çok ciddi bir alanda enerji yatırımları tarımsal toprağı, zeytinlik alanları, ormanlık alanları, milli parkları ve tabiatı koruma alanlarını bir şekilde gasp ediyor. Neden?

Şu an Türkiye'de, yirmi iki tane aktif termik santral mevcut. Her geçen gün, Enerji Bakanlığı'na başvurusu yapılan ve bir şekilde süreci ilerleyen seksen kömür yakıtlı termik santral projesi de mevcut. Bilindiği üzere bu projeler, daha çok su kaynaklarının yakınında kurulmakta. Çünkü termik santraller aynı zamanda soğutma suyu kullandıkları için bu suyu bir şekilde bir yerden temin etmek zorundalar. Bu denizde oluyor. Denizin olmadığı yerlerde barajlardan, yeraltı sularından, göletlerden ve su kaynaklarından sağlıyorlar bu suyu. Aynı zamanda kömürlü santrallerin pek çoğu, -yani yarısı kadar diyebileceğimiz bir oran- ithal kömüre de dayalı olduğu için başka ülkelerden gelecek olan kömür nedeniyle limanların olması, yine deniz kenarında santral projelerinin seçilmesinin bir nedeni. 'Zeytin Yasası' değişikliğinin, zeytinlikler üstündeki korumanın kaldırıldığı zaman ne olacak aslında bir yandan bunun provası yapıldı. Yırca'da yaklaşık sekiz bine yakın zeytin ağacının bulunduğu bir bölge. Aynı zamanda orada, 1950-1960'larda kurulmuş bulunan bir termik santral var. Elektrik Üretim A.Ş.'ye [EÜAŞ] ait olan Soma Elektrik Üretim ve Ticaret A.Ş. Genel Müdürlüğü [SEAS] Termik Santrali. 1970'li yıllarda, bir kapasite artımına gidilmiş ve şu anda çok ciddi bir kapasiteyle çalışıyor. Yerleşim alanlarına çok yakın bir şekilde çalışıyor. Yırca köyüne çok yakın. Yırca köyünde bugün hangi

eve giderseniz gidin, mutlaka solunum cihazıyla yaşamak zorunda kalan insanlar var. Bu konuyla ilgili, ilerdeki süreçlerde çeşitli sağlık örgütleriyle birlikte sağlık araştırmaları yapmayı düşünüyoruz.

Ama Yırca'da ölüm oranlarının genellikle akciğer kanserine bağlı olması, köy nüfusunun yarısından fazlasının solunum hastalıklarına maruz kalması, solunum cihazıyla yaşamak zorunda olan çocukların olması zaten mevcuttaki kömür santralinin ne kadar ciddi bir sağlık etkisinin, çevresel etkisinin yanı sıra sağlık etkisinin de olduğunu ortaya koyuyor. Hemen SEAS'ın yanına kurulmak istenen, Kolin Termik Santrali'nin yayımlanan acele kamulaştırma kararıyla ilgili *Resmi Gazete*'yi okuyunca haberdar olduk.

10 Mayıs 2014 tarihinde, bildiğiniz üzere Türkiye'deki en korkunç Soma maden faciası meydana geldi. Hemen 13 Mayıs tarihinde, *Resmi Gazete* de bir kararla, Kolin Termik Santrali'nin yapılması için, Yırca'da ciddi bir miktar alanın acele kamulaştırılmasına ilişkin bir idari karar yayımlandı. Biz bunu, Manisa İl Tarım Müdürlüğü'ne, bilgi edinme başvurusu yapıp bu alanın tarımsal özelliğini, tarım alanı olup olmadığını sorduk. Manisa İl Tarım Müdürlüğü'nden gerçekten bu süreçte en çok yanımızda olan, Yırca köylülerinin yanında olan kurum olduğunu söyleyebilirim. İl Tarım Müdürlüğü'nden, aslında bu alanların zeytinlik alan olduğunu, zeytinlik alan olduğu nedeniyle 'Zeytin Kanunu'nun korumasına aykırı hareket edildiği, bu nedenle de aslında buradaki projeye kendilerinin olumsuz cevap verdiğini ama buna rağmen projenin ilerlediğine ilişkin bir cevap verdi.

Dün de, Çevresel Etki Değerlendirmesi İzin ve Denetim Genel Müdürlüğü [ÇED] kararlarıyla ilgili sorular olmuştur. Bir yatırımı, faaliyete geçirirken sadece bir idari karar alınmıyor aslında. Sadece, ÇED kararı alınmıyor. Çok yönlü bir yatırım kararı ve bunun arkasından gelen çok yönlü bir idari kararlar silsilesi ortaya çıkıyor. Bu nedenle de bugün yerel mücadelelerin, çevre hareketinin aslında mücadele etmesi gereken alan da bu çok yönlü idari kararlar silsilesine karşı çok yönlü bir hukuki mücadele oluyor.

Bugün ne yazık ki ÇED raporları, gerçek bir çevresel etkinin değerlendirilmesi değil, tamamen projelere onay vermek, projelere izin vermek için otomatik bir araç haline getirilmiş durumda.

Çevre Bakanlığı'nın, ÇED sürecinde bu projelerin gerçek çevresel etkilerinin oluşturulmasıyla ilgili hiçbir etkisi ve etki gücü olamıyor. Biz bu yatırımın diğer alınan kararlarına baktığımızdaysa, bu konuyla ilgili belediyeden çeşitli imar kararlarının, imar süreçlerinin işletilmiş olduğunu gördük. Çevre Bakanlığı'nın hiçbir inceleme, araştırma yapmaksızın bu alanda, ÇED onaylama kararını vermiş olduğuna tanık olduk. Elimizde kalan, sadece acele kamulaştırma kararıydı. Bu karar, Bakanlar Kurulu tarafından alınmış bir karardı. Dolayısıyla bu alınan acele kamulaştırma kararına karşı, Danıştay'da dava açmaktan başka bir şansımız kalmamıştı. Şimdi biraz süreci açıklayacağım ama tam olarak da burada, Türkiye'deki enerji politikası neden bu şekilde insanları mülksüzleştiren, çiftçileri mülksüzleştiren, tarım toprağını ve zeytinlikleri gasp eden bir aşamaya gelindi. Biraz, bu noktaya değinmek istiyorum. Sonrasında yine, Yırca'ya döneceğim. Türkiye'deki elektrik üretimine, 2002 yılından 2011 yılına doğru

baktığımızda, çok ciddi bir artış olduğunu görüyoruz. Çünkü bunun nedeni, özellikle 2009 yılında söz konusu olan, 2005-2009 yılları arasında ve 2009 yılından sonra meydana gelen bu sıçrama aslında çok önemli. Ve stratejik olarak, siyaseten alınmış olan kararlara göre enerji ve elektrik üretimi sıçrama gösteriyor.

2005 yılında alınmış olan, Enerji Stratejisi Kararı ve 2009 yılında alınmış olan Elektrik Üretimi Stratejisi, Türkiye'deki bütün kömür kaynaklarının kullanılması ve termik santrallerin, kömüre dayalı enerji üretiminin birincil enerji üretimi olarak kurgulanması, enerji üretiminin çoğunluklu olarak bu santrallerden karşılanmasına yönelik bir strateji ortaya konuldu. Aynı stratejide şu ifadeye yer verildi: "Elektrik üretiminin sağlanması için, elektrik enerji üretiminin kömürden sağlanması için de gerekli bütün yasal düzenlemeler yapılmalıdır." Sonra ne geldi arkasından? Türkiye'deki, hukuk yapım süreçleri. Meslektaşım buna biraz değindi, ben de kısaca bahsedeceğim.

Torba yasalar, ikincil mevzuat aracılığıyla 'Zeytin Kanunu' gibi çevresel alanları, çevresel değerleri, tarımsal toprağı koruyan kanunların bypass edilmesi gibi bir süreçle karşı karşıya kaldık. Tıpkı, 'Zeytin Kanunu'nda olduğu gibi. 'Zeytin Kanunu', ilk başta zeytin yönetmeliğiyle değiştirilmek istendi. Sonrasında, Danıştay bunu normlar hiyerarşisine aykırı bulduğu için, "Siz kanunla koruma altında olan zeytinlik alanları, yönetmelikle koruma dışına çıkaramazsınız" diye iptal etti. Ama bu bizim çok sık karşılaştığımız, bugün millî parklarda da ormanlık alanlar da koruma alanlarından çıkarılırken çok sık karşılaştığımız bir durum.

Yönetmelikler, genelgeler aracılığıyla birincil kanunların, yasaların hatta uluslararası sözleşmelerin yüklediği, yükümlülüklerin bypass edilmesi gibi bir süreçle karşı karşıyayız. Yürürlüğe konmayan, bir mevzuat söz konusu. Buna ilişkin değerlendirmeler, hala mevzuat olarak yürürlüğe konmadı. Ve bu şekilde yıkıcı projeler, tıpkı Yırca'da olduğu gibi devam ediyor. Aslında her ne kadar bir mevzuat değişikliği yapılmasa da zeytinlikler kamulaştırarak, yıkıcı projeler için bir fiili durum oluşturuldu. Acele kamulaştırmalar ve tarım dışı amaçlı kullanım izinleri. Biliyorsunuz, Türkiye'de şu anda Toprak Koruma Kanunu'nun bir maddesi var. 2000'li yıllarda yapılan değişikliklerle, çevre mevzuatının enerji stratejisi nedeniyle değiştirildiği bu dönemde, değiştirilen bir yasa maddesiyle tarım alanları eğer alternatif bir alan bulunmuyorsa ve enerji projesi stratejik yatırım olarak söz konusuysa bunların, İl Tarım Müdürlükleri tarafından hazırlanan etüt raporlarıyla, Tarım Bakanlığı tarafından alınan bir kararla hemen tarım dışı kullanım izni alınması söz konusu oluyor. Yürürlüğe konmayan mevzuat, Türkiye'nin Avrupa Birliği sürecinde de ayak dirediği, Aarhus Sözleşmesi. Yerel halkların, proje hakkında düşündüğü, projeyi isteyip istemediği ve onların görüşüne etkin bir şekilde dayandığı projeden söz ediyorum. Yine hava kalitesinin iyileştirilmesine ilişkin, Avrupa Birliği uyum mevzuatı, hiçbir şekilde yürürlüğe konmuyor. Neden bu mevzuat şu anda yürürlüğe konmuyor? Bütün hazırlıklar söz konusu olmasına, gerçekleşmesine rağmen hala bekleyen, yirmiden fazla, sekize yakın proje olduğu için. Seksene yakın, yatırım projesi izin beklediği için. Eğer bu mevzuat yürürlüğe konduğunda, bu izinler alınamayacağından bu izinler bekletiliyor.

Enerji stratejisinden bahsettim. Linyit ve taşkömürü yataklarının, 2023 yılına sadece ve sadece enerji üretimi için kullanılması, bunun hukuki yansımalarından da Türkiye'deki bütün yasal mevzuatının enerji stratejisi kapsamında değiştirildiği. Ve bugün aslında baktığınız zaman 2004 yılında, Maden Yasası'nda değişiklik gerçekleştirildik.

Milli parklar, meralar, sit alanları, özel koruma bölgeleri gibi pek çok alan, maden arama ve işletme faaliyetine açıldı. Ve madenlerin yarattığı işte su kirliliği, yine tarımsal alanların gaspı ve bunlara verdikleri zarar da yasalarla aslında bir anlamda izin verildi. Bakın size, 2003-2006 yıllarında bu yasal değişikliklerin sonucunu görmek açısından 2003-2006 yılları arasında maden işletme izni yılda ortalama, bin iki yüz seksen ikiyken 2007 yılında bu sayı, iki bin seksen dokuz oldu. Yani iki yıllık bir süreçte, iki katına çıkarmak gibi durum söz konusu. Bu izin, maden işletme izin alanına baktığımızda da, üç bin altı yüz otuz yedi hektardan, on bir bin gibi bir rakama sıçradığını görüyoruz. Çok ayrıntısına girmeyeceğim ama enerji stratejisi kapsamında, bugün nasıl tarım alanında küçük ölçekli ya da büyük ölçekli çiftçilere söz konusu olan işte tarım stratejisi, belirli hedefler, tarımda üretim hedefleri ya da üretim hedeflerinin yanında bazı teşviklerden bahsediyoruz.

Bu teşvikler nasıl azaltıldıysa, azaltılmasa bile etkisi olmayan teşvikler ya da stratejiler haline döndüyse aslında bunun nedeni, enerji stratejisi olduğunu söyleyebiliriz. Aynı bölgelerde, agresif bir şekilde enerji stratejisini uygularken, maden işletme izinlerini bu kadar ciddi orana çıkartırken ve kömür enerjisine bu kadar öncelikli olarak kurarken hiçbir şekilde sizin o topraklarda, o alanlarda tarım stratejisini, tarımsal üretimi hedeflemeniz gibi bir durum söz konusu olamaz. Bu durumun somut örneği, Soma...

Soma'daki insanların, maden dışında başka hiçbir iş alanında istihdam alanında izin vermemeyen, bütün alternatiflerin ortadan kaldırılmasıdır. Soma gibi geçmiş yıllarda tarımsal üretimin çok fazla oranda olduğu, çiftçi, köy nüfusunun çok ciddi olduğu Soma'da bütün bu enerji stratejisi Soma'yı ne hale getirdi, onu görebiliyoruz. Soma'ya baktığımızda bugün merkez nüfusu, köy nüfusu diye bir şey kalmadı. Merkez nüfusu, köy nüfusunu çok ciddi bir anlamda aşmış durumda. Sadece, SEAS ve sonrasında madenler, redevans anlaşmaları, maden linyit çıkarma, Kolin Termik Santrali, Zorlu'nun da bir santral projesi vardı, vazgeçtiler. Buradaki kömür yatırımları nedeniyle, bütün tarımsal alanlar gasp edilmiş durumda. Toprak gaspı çok ciddi oranda söz konusu oluyor. Bütün tarım alanları, tarım dışı amaçla kullanılıyor.

Ormanlık alanlar ve Soma'daki mevcut, Sevinçler Barajı ve su kaynaklarının tamamı da Soma'da daha önce sulu tarım, tütüncülük yapılabiliirken termik santraline etkileri nedeniyle ve yine su alanlarını yok etmesi nedeniyle sulu tarımdan da geçilmiş. Zaten tarımsal üretim, çok ciddi anlamda düşmüştür. Tütüncülükten vazgeçmek zorunda kalan, Yırca köylüleri, bütün bu süreçte termik santralin yakınında üretebildikleri tek ürün olan zeytinciliğe başlamışlar. Üstelik hemen termik santralin yakınında bulunan bu zeytinlik alanlarda, zeytincilik yapmaya başlıyorlar. Ama sonra, Kolin Termik Santral projesi nedeniyle, acele kamulaştırma kararı alınıyor. Bugün, acele kamulaştırma kararları, enerji yatırımları için olmazsa olmaz haline

dönüşmüş durumda. Aslında kanuna baktığınızda sadece savaş durumu, olağanüstü hal gibi durumlarda alınan acele kamulaştırma kararları, bugün sadece artık enerji yatırımları için, enerji projeleri alınabilecek bir duruma geldi. Ve bu acele kamulaştırma kararları, size tebliğ edilmiyor. Çiftçilere, köylülere tebliğ edilmiyor. Sadece, *Resmi Gazete*'de görebiliyorsunuz. Zaten çiftçilerin, köylülerin de hayatın olağan akışında, *Resmi Gazete* takibi yapması çok beklenbilir değil. *Resmi Gazete*'de ilan ediliyor. Tebligatta bir sürü sorun oluyor. Ve bir gün çiftçiler, yataklarından kalktıkları ve arazilerine gittikleri zaman bir şirketin gelip idari bir kararla, hazinenin kendilerine teslim etmeleriyle topraklarının etrafında çitleri görebiliyorlar. Kendi arazilerine, giremeyecek duruma geliyorlar. O bölgede, yaşayan köylülerin o süreçte basına konuşurken ve insanlarla iletişim kurarken söyledikleri bir şey vardı. Bunun çok önemli olduğunu düşünüyorum: "Biz burada, SEAŞ Termik Santrali'nin zararını yıllardır çekiyoruz. Hasta oluyoruz, yaşama alanlarımız da gasp edilmiş durumda. Kapı komşumuz, termik santralle yaşamak zorundayız. Ama buradan toplanan zeytin, sadece bizim değil aynı zamanda sizin zeytininiz. Buradan toplanan zeytin, sizin sofranıza gelen zeytin" dendiği anda Türkiye'de pek çok insanlar, kentlerde yaşayan insanlar gerçekten, Yırca'da toplanan zeytinin kendi sofralarına geldiğini gördükten sonra Yırca'ya inanılmaz destek gelmeye başladı. Davayı da desteklemeye başladılar. O dönemde, pek çok insandan telefonlar alıp, davanın gidişiyle ilgili sorular almıştık. Ve nasıl destek olabileceklerini, nitekim binlerce de fidan bağışladılar. O zeytin fidanlarını, ektiler ve büyütüyorlar. Termik santral ve bunun gibi çok zararlı enerji yatırımlarından ortaya çıkan emisyonlar, ağır metaller aynı zamanda var olan zeytinliklere sadece üç kilometre uzaklıkta olmalı diyor yasa. Ama biz bugün, o üç kilometreyi de, var olan yasayı da maalesef kaybetmek aşamasındayız.

Zeytinlikleri korumak istiyorsak, bırakın kaybetmeyi, mevcut yasayı saklı tutmayı, daha ileriye götüren bir taleple karşılarına çıkmalıyız. Çünkü literatürdeki çalışmalar, termik santral gibi projelerden ortaya çıkan ağır metal, hava kirliliğinin çok daha ciddi bir uzaklık seviyesinde zeytin yapraklarına, zeytinlere, ürünlere temas ettiğine ve bunun da besin zincirine katılarak insanlara sağlık etkisini ortaya çıkardığını kanıtlayan pek çok bilimsel çalışma söz konusu. Bugün Yırca'daki duruma dair, kısaca iki cümleyle söyleyeyim. Yırca'da, Danıştay kararı iptal etti. Zeytinlik kararlarını da emsal göstererek uyumlu bir karar verdi.

Danıştay'ın aslında pek çok kararı, enerji yatırımları için acele kamulaştırma kararının uygulanamayacağına ilişkindi. Ama bu kararında aynı zamanda, "hem sen savaş ve olağanüstü hal durumları için ortaya çıkarılmış acele kamulaştırmayı enerji yatırımları için kullanamazsın, hem de zeytinlik alanında, zeytincilik kanundan dolayı söz konusu olan koruma nedeniyle, zeytinlik alanda termik santral yapamazsın" diyerek projeyi iptal etti. Tabii ki şirket ve EPDK temyiz etti. İdari Dava Daireleri Kurulu da benzer bir karara vardı. Ve bu kararın yanı sıra, gene çevre hareketine en büyük katkılarından bir tanesi de, biz sadece bu davayı köylüler adına açmamıştık. Orada toprağı olan köylüler, adına açmamıştık. Aynı zamanda da Greenpeace olarak, bir çevre örgütü olarak açmıştık. Danıştay bu kararında, "Greenpeace bir çevre örgütü olarak çevreyi korumak için, zeytinlikleri korumak için her türlü hukuki mücadeleyi verebilir, her

türlü hukuki başvuru ve davayı açabilir" diyerek Greenpeace'in de bu davda menfaatin kabul etmiş, davayı açma yetkisi olduğunu söylemiştir. Bu karar da bugün pek çok çevre örgütünün, derneğin, barolarının da bu tür davalara müdahil olmaları, açabilmeleri açısından önemli bir karar diye düşünüyorum.



Bu Nasıl Hukuk?

Şehrazat MERCAN

[Avukat]

Sempozyuma geldiğiniz için çok teşekkür ederim. Bu çok önemli mücadelede, yalnız olmadığınızı hissettiriyorsunuz. Ayrıca adettendir diye söylemiyorum, İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin Tarımsal Hizmetler Dairesi'ni, kurmasını, köylere destek vermesini, ardından İzmir Akdeniz Akademisi'nin kurulmasını bölge için çok önemiştir. Umarım İzmir'in, bölgenin suyunu, havasına, yaşamına çok büyük katkıları olur. Buradan, kendilerine teşekkür ediyorum. Sizlere, biraz karışık gelebilecek bir sunum yapacağım. Sonunda sorularla belki daha netleştiririz. Hakikaten şu günlerde kafamız karışık. Barış istiyoruz, zeytin yaşıyor istiyoruz. Ama her şey üstümüze geliyor. Yirmi yılda şunu yaptım, bunu yaptım demeyi doğru bulmuyorum. Pek çok kişiyle beraber mücadelemizi sürdürdük ve sürdürüyoruz. Onun için şurada, sadece isimlerini sayarak, onların isimlerini de burada yankılanmasını, karşılığını bulmasını düşünüyorum. Bu hissi bir şey...

İlk davayı Arif Ali Cangı'yla beraber, Ayvacık Küçükkuşu'da, karayolu için çok büyük çapta zeytin kıyımına engel olmak için hazırlamıştık. Orada, 1939 yılında çıkmış, Zeytin Kanunu'nun aslında ne kadar muhteşem bir kanun olduğunu gördük. 1995 yılına gelinceye kadar da, çok ciddi destekleyen değişiklikler yapıldığını görmüştük. Dava, kazanılmıştı. Daha sonra, o bölgede başka arkadaşlar, başka mücadeleleri yürüttüklerinde hep yardımcı olmaya çalıştık. Fakat çok sıkı takip edemedim. Arkasından biz buralarda uğraşırken, Kemalpaşa Halilbeyli köyünde, bir mücadeleyle başladık. Orası başarılı, kurtuldu derken kendi evimin hemen çok yakınına başka bir taş ocağı, asfalt kırma, elem şantiyesi kurulması gibi bir haber geldi. Derken evimin arkasında başladığım mücadeleyle, yani Urla Yağcılar köyünden Özbek, Birgi haberleri geldi. Çok yakında, Birgi'de vazgeçmek zorunda kaldılar. Oraya CHP Milletvekilleri, İzmir Büyükşehir Belediye Başkanımız, hepsi gelmişlerdi. Güçlü bir çıkış vardı. Bildiğim kadarıyla şimdilik orası durdu. Sonra, Çeşme Germiyan köyünde hala mücadele ediyoruz. ÇED olumlu kararını, 2008 yılından beri üç defa iptal ettirdik. Kemalpaşa'dan biraz önce bahsetmiştim, Halilbeyli köyünde sekiz ay bir sivil itaatsizlik, bir direnme hikâyemiz vardı. Başarıyla sonuçlandı. Yine Kemalpaşa'da, orayı unutmuştum. Torbalı'ya da geleceğiz demek ki. Evet, insan unutuyor çok dolaşınca. Kemalpaşa'dan o zaman çıkalım. Akalan'ı, hatırlar mısınız bilmiyorum. Burada köylüler, karayolu için yapılmak istenen bir taş ocağına direndiler. İş makinelerini sokmadılar. Köyden geçirmediler. Şu anda ikisi kadın, on dokuz kişi yargılanıyor. Davalarını yürütüyorum. Çok umut verici gitmiyor ama şundan eminim: O köye, giremeyecekler. Sonra Manisa, Develi mücadelemiz oldu. Salihli'de Kabızlı direnişimiz odu. Davalarımız oldu. Muğla'ya uzanmıştık. Fethiye'de Yeşil Üzümlü, İncirköy, Koruköy. Orada yapılmak istenen bir çimento fabrikasına karşı çalışmamız oldu. Açılan iki davamızı da kazandık. Ardından, Akalan'dan önce daha vahim bir şey yaşadım. Aslında, öğretmenim. Öğretmenlik yaparak, iktisat ve hukuk okumuştum.

Bergama'nın ilk görev yerim olması, Zeytindağ'ın ilk görev yerim olması nedeniyle benim için çok ayrı bir anısı vardı. Buradan bir haber geldi. Büyük bir İzmir şirketi, birbirine birleşik yedi bölgede aklınıza ne gelirse; Taş ocağı, kırma eleme tesisi, kireç fabrikası yapacaklardı. Yedi saha için, ÇED gerek değildir. Bir de ÇED, olumlu kararları almıştı. Bunu biraz daha açmak istiyorum. Çünkü ülke gündemiyle ilgili de çok önemli bir davaydı. Yedi dosyada da raporlar aleyhimize geldi. Göz göre göre aleyhimize verdiler. Ben böyle söylüyorum, başka türlü söyleyemiyorum. Ardından duruşması vardı. Bu arada zeytin yönetmeliği değiştirilmişti ve biz işte Balıkesir, İzmir bütün bu bölge, odalar, odaların avukatlarıyla ortaklaşa açtığımız, altı dava vardı. 17-25 Aralık oldu. İdari Dava Daireleri Kurulu'ndan, yürütmeyi durdurma kararı geldi. Duruşmaya girdiğimin ikinci günü, elimde bir silahtır işte o! Hemen elimdeki kararı uzattım. Ve o davaların, yedisini de kazandık. Ama şimdi oraya yönelik başka bir saldırı var. Orada, çok büyük kapasiteli bir çimento fabrikası için, ÇED süreci yürütülüyor. Bergama Belediye Başkanını arayıp, "Bize yardım edin" dedik. "Biz de, ÇED dosyası üzerinde çalışıyoruz" dedi. Torbalı'da da Çatak ve Torbalı'nın Taşkesik çöp depolama alanlarına baktık. Bunlara bakarken, aradan yirmi yıl geçivermiş ama mücadele devam ediyor. Yasal süreçte neler oldu? Biraz önce de söylemiştim; 1939 tarihli bu yasa, kendi sistematığı içinde mükemmel bir yasa, çok imkân veriyor. Bir kere, "yabani deliceleri aşılalım" diyor. Bunları kazandıranları, ödüllendiriyor. "On dönümden az yerdeki deliceleri aşılabilir ve mahsulleri zeytin haline getirirsen tapusunu sana veririz" diyor. Tapuyu verdikten sonra, "şu kadar yıl satamazsın" diyor. Diyor ki, "Zeytin ağacı için, zararlılarla mücadele kapsamında ithal edeceğin ilaçtan vergi almam, desteklerim." Hatta 1990 yıllarda, galiba bir yasa daha var. 2874 sayılı yasa galiba. Ek olarak şunu getirmiş; "Gıda Tarım Hayvancılık Bakanlığı işte harnup, menengiç sayarken, özellikle zeytinlik alanları, delicelik alanlarının dahi kadastrasını yap" diyor. Kısaca, "Bu alanları, kayıt altına al ve kazanalım. Ülke kazansın, üretici kazansın" diyor. Bu kadar görevler yüklemiş, bu kadar ayrıcalıkları olan bir yasayı bakın ne hale getirmeye çalışıyorlar. Biraz önce bahsettiğim gibi, önce kararlarla delmeye çalıştılar. Hakikaten, hep iyi bir karar aldığımızda tabi gelgitler yaşıyorum. İyi bir karar aldığımızda hâkimler var diyoruz. Bazen de istemediğimiz durumlar ortaya çıktığında, "Allah kahretsin, okumadı mı? Bilmiyor mu?" diyorum. Canınız sıkılıyor, bu gelgitleri yaşıyoruz. Daha kötüsü biz bunlarla yol alırken, yönetmelik değişikliği yaptılar. Bakın yönetmelik değişikliğiyle, her iki avukat arkadaşım da kısmen değişti, jeotermalden başlayıp hani bir şirket kurarken lazım olur diye her şeyi yazarsınız ya inşaat, gıda vs. vs. diye. Bunlar da, aynen böyle yönetmelikte değişiklik yaparken, akıllarına ne gelmişse yazmışlar. En sonunu da şöyle başlamışlar; "Kamu yararı bulunan hallerde, zeytinlik alanlar kullanılabilir." Bu ne oluyor? Yirminci maddedeki, üç kilometre mesafede toz, duman çıkaran tesis yapılamaz falan derken her şey yapılabilecek bir hale geliyor. Ve en önemlisi de yasaya aykırı bir şekilde mahsülдер zeytinlik tanımının getiriyor. Bir şey daha ilave ediliyor. Zeytinlik saha, yirmi beş dekaradan az olamaz deniyor. Neden olamasın? Ege'de, yirmi beş dekar arazi öyle çok yok. Büyük toprak sahipleri yok burada. Sonra her biri, on dekar, beş dekar olsa bir köyün toplamda beş yüz dekar zeytinliği varsa bunu adam başı bölüp de zeytinlik saymayacak mıyız? Yani son derece kötü niyetle hazırlanmış, son derece talana açık bir yönetmelik hakkında açtığımız davada,

önce yürütmeyi durdurma kararı Danıştay 6. Dairesi tarafından reddedildi. Sonra, İdari Dava Daireleri Kuruluna itiraz ettik. Oradan, yürütmeyi durdurma kararı aldık. Yeni aldığımız bir habere göre, henüz gerekçeli karar elimize gelmedi. Edremit'te bir avukat arkadaşımıza gelmiş. Yönetmeliğin iptal yönünde karar çıktı. Şimdi ne yapacaklar? Kanun değiştirecekler. Geçen yıl, Urla bölgesinde havuz medyasından bir şirketin, ÇED süreciyle ilgili Bakanlık toplantısına gitmiştim. Nurettin Demir vardır, Muğla Milletvekili. Urla'da, İzmir'de oturur, onunla beraber gittik. O toplantı, başarılı geçti. Kısmen bir sevinçti bizim için. Bana ve Özgür Özel'e dediler ki, "Ertesi gün gitme. Yarın buraya tarım komisyonuna, zeytin yasası gelecek tam sana göre. Aman gitme" dediler. Gitmedik, kaldık ertesi günü. Maalesef zaten bu yasa, Tarım Komisyonu'nda görüşülmesi gerekirken, daha öncesinde Tarım Komisyonu'nda görüşülmemiş. Enerji Tabii Kaynaklar Komisyonu'nda görüşülmüş, oradan geçmiş tepki alınca. Tarım Komisyonu'na gazların almak için diyelim kaba tabirle getirilmiş canhıraş bir şekilde savunuyoruz. Bölgenin milletvekilleri olsun, işte sivil toplum örgütleri, Ulusal Zeytincilik Konseyi olsun hepsi savunuyor ama artık eskiden o bölgede, bu gibi değişiklikler beşinci defa geliyor ya da altıncı defa. Bu kanunu değiştirmeye kalktıklarında, o bölgenin iktidar milletvekilleri de karşı çıkıyordu. O yüzden bugüne kadar sürüklenmişti ama şu anda öyle bir ortam yok. Şu anda ülkenin gidişatıyla bizim bölgemizi koruyan, işimize çok yarayan ve bence yasal mevzuatta çünkü av, yabani hayatı koruma işte arkadaşlarım saydı daha birçok yasa delindi. Eğer son kalan bu yasa da deldirirsek, sarı öküzü vermiş olacağız. Ben onun için, burada olmanızı çok önemsiyorum. Her birimiz olduğumuz yerde, bir ateş yakmalı, birbirimize destek vermeliyiz. Zeytin yasasını aslında, Türkiye'nin nereye gittiğiyle ilişkilendiriyorum. Heyecanımı hoş görün. Çünkü hala iyi karar aldığımızda, bir şeyi başardığımızda çok heyecanlanıyorum. Bugün de size buradan bir şeyler aktarabiliysem ne mutlu bana.

Prof. Dr. Ümit Erdem: Sayın Şehrazat Mercan'a, biz de teşekkür ediyoruz. Ben de hatırlatma olsun diye küçük bir şey anlatıp, sözü sorularınız ve katkılarınız için sizlere bırakmak istiyorum. Yıl, 1924-1936 arası, Atatürklü yıllar... 1936 yılında zeytin yasası Atatürk'ün öngörüsüyle hazırlanıyor ve 1939 yılında yasalıyor. Türkiye büyüme içinde... Amerika, telaşlanıyor. Üç tane adama rapor hazırlattırıyor. Nedir böyle, bu gidişat falan. İşte bu gidişat içinde yıllar geçiyor, Truman Doktrini ortaya çıkıyor. Marshall yardımı deniyor. Ve o sırada, Bursa'da İhsan Kaplayan bir şiir yazıyor. Sarısözen, bunu besteliyor. Türkü herkesin ağzında, çok hoşuma gidiyor. O yüzden paylaşıyorum sizlerle. "Zeytinyağlı yiyemem aman/basma da fistan giyemem aman" diye bir türkü çıkıyor. Ve annem, basma almazdı mesela aşağılanırdı diye. Zeytinyağı yemiyor, yemeye başladı. Çünkü yıllık kişi başına tüketim, bir buçuk litreye öyle düştü bu memlekette. Bizim kuşak iyi bilir Amerikalılar, 'zirai mahsul fazlaları yardımı' adı altında, Vita'dır, bilmem ne teneke yağdır ortalığı kaplıyor. Tenekenin üstünde el görüntüsü var, "el veriyoruz" diyorlar. O günlerden, bu günlere gelindi. Bunu o zaman gören bir meslektaşımız, büyüğümüz, rahmetli Dr. Osman Nuri Koçtürk'tür. 1966 yılında, bir kitap yazıyor: *Gıda Emperyalizmi*. Hala, Ziraat Mühendisleri Odası İzmir Şube yayını olarak bulunabilir. Ve sömürgeciliği, orada açıklıyor. Zeytini, zeytinyağını ortadan kaldırmak için nasıl savaş verildiğini, nasıl bir algı yönetimi olduğunu

ortaya koymaya çalışıyor. Bunu, sizlerle paylaşmak istedim. Hala televizyonlarda bir sürü ne olduğu belli olmayan yağlar anlatılıyor, reklamı olmasın diye çok fazla bir şey söylemiyorum. Al üstüne sür, ohh ne güzel tereyağı kokusu var gibi. Bunlara inanmayalım, lafı da fazla uzatmayalım diye düşünüyorum. Soru ve katkılarınızı alabiliriz şimdi söz sizlerde...

SORULAR - KATKILAR

Soru-Katkı: Deniz Bayram'a, sormak istiyorum. Türkiye'de bugün hâlihazırda yirmi iki tane termik santral çalışıyor. Bunlar, kömürle çalışanlar değil mi?

Deniz Bayram: Evet. Bir şey eklemek istiyorum. Yanılmıyorsam bizim maden yasamız, 1930'lu yılların başında çıktı. Maden yasalarının özünde şöyle bir şey vardır. Dünya'da tek bireysel mülkiyetin önüne geçen yasa, maden yasalarıdır. Ve bizim yasamızda yanılmıyorsam Almanlardan alındı ve XX. yüzyılın başında veya XIX. yüzyılın sonunda Almanya'da çıkmış. Yani bu, ne demektir? Sizin bahçenizde herhangi bir maden bulunduğu zaman devlet kamulaştırır bunu. Ne için yapmışlar? Savaş kazanmak için. Çünkü o devirde, I. Dünya ve II. Dünya savaşları için maden gerekiyordu. Bizim yasamızda, 1984 yılından sonra, Özal'dan sonra da özel sektöre açıldı madenlerimiz, yasamız değişti. En son, DSP-ANAP-MHP Hükümetinin son döneminde çıkartmak istediği ama beceremediği şeyi, 2004 yılında AKP çıkarttı. Maden Kanunu'nda ve bazı yasalarda değişiklik diye. Ve burada da şöyle bir şey yaptılar; artık arkeolojik sitler, milli parklar, her yerde maden aranıp çıkartılabilir hale getirildi. CHP bunu, Anayasa Mahkemesi'ne götürdü. Anayasa Mahkemesi, 2011 yılında bu yasayı iptal etti. İşte, altı-yedi yıllık süreçte atı alan da Üsküdar'ı geçti. Şehrazat Mercan az önce çok güzel söyledi; "Baskı grubu, grupları oluşturmamız gerekiyor." Maden kanunun özündeki, bireysel mülkiyetin önüne geçen olayı değiştirmemiz gerekiyor. Dünya'daki birçok ülke bunu değiştirdi. Biz buna karşı çıktığınız zaman da, "Siz, ülkenin kalkınmasını istemiyor musunuz? Vatan haini misiniz?" diye söyleniyorlar. Bugün Dünya'da, kişi başına düşen millî geliri en yüksek ülkelerden biri, Japonya'dır. Kişi başına yıllık geliri, elli-elli beş bin dolar. Ve Japonya'nın bugün bir tane madeni yok.

Prof. Dr. Ümit Erdem: Arkadaşlarımdan eklemek istedikleri bir şeyler var mı?

Murat Fatih Ülkü: Türkiye Barolar Birliği'nin, Çevre Kent Komisyonu var. İki yıldır, bu komisyondayım. Oralarda, odaların avukatları da var. Yoğun bir şekilde çalışan otuz civarında avukatız. Hepimizin baktığı konular farklı. Taş ocakları, maden hukuku, RES'le ilgili ki bizim yarın da da, bölgemizde RES'le ilgili çok ciddi sıkıntılar var. Biga yarımadasında, yirmi tane termik santral kurmaya kalkıyorlar. Üstelik Biga'daki ÇED dosyalarından, arkadaşlarımdan duyduğum kadarıyla kullanılacak kömür Güney Afrika'dan getirilecek ve tonu üç dolar. Bu kadar berbat bir kömür kullanacaklar orada. Temel anlayışımız şu; Biz yenilenebilir enerji taraftarıyız. Ama bunu doğru yerde ve kaldırılabileceği kadarıyla yapmak gerekiyor. Yani öyle alanlar var ki, oraya rüzgâr elektrik santral tribünü bile kuramazsınız, kıyamamazsınız. Söyleyeyim; Cunda adasına kurmaya kalktılar. On tane tribün geliyordu. Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü bile karşı çıktı. Zeytini savunurken, enerjiyle ilgili tartıştığımız zaman, "Bize, enerji lazım işte telefonun şarjı bitiyor, on dakika duramıyorsun" diyorlar. Keşiflerde, duruşmalarda saldırıyorlar. Tehdit alıyoruz, rüşvet teklifleri alıyoruz. Hepsini yaşıyoruz. Ama daha çok bilgilenme ve toparlanmaya ihtiyacımız var.

Deniz Bayram: Bir noktayı daha açılığa kavuşturmak istiyorum. Evet, Türkiye’de kömürle çalışan yirmi iki tane aktif termik santral var. Bir de ayrıca doğalgazla çalışanlar var. Onların da, çevreye çok ciddi zararları söz konusudur. Yine nükleer projesi, Akkuyu’da nükleer enerji projesi şu anda hayta geçirildi, ÇED kararı çıktı ve orada da yine bir zeytinlik alan söz konusu proje alanında. Yine, RES’lerle ilgili de baktığımız zaman biraz önce Şehrazat Mercan’da söyledi, toprak gaspı yapan, zeytinlik alanı gasp eden, ormanlık alan, koruma altına yapılan çok ciddi RES yatırımı da söz konusu. Sadece enerji meselesiyle ilgili şunu söylemek istiyorum; Soma’da, Soma Kaymakamı “Deniz Hanım böyle diyorsunuz da, telefonunuzun şarjını nereye takıyorsunuz?” diyordu. Artık hence enerji konusunda da, maden konusunda da bu kadar çok kömürlü santralin zararlarına maruz kalan yereller olmak üzere başta, hence şunu da yapabilir ve taleplerimizi yüksek sesle söyleyip dile getirebiliriz diye düşünüyorum. Kalkınma böyle olmaz. Bu, bir kalkınma değil. Burada enerji politikasına ilişkin söylememiz, yenilenebilir enerji kaynaklarının toprak gaspı yapmadığı sürece, ormanlık alanları ve çevreyi tahrip etmediği müddetçe merkezîyetçi bir enerji sistemi değil, sadece yerelin enerji ihtiyacı için bir enerji üretimine odaklanan bir sistem söz konusu. Şu anda Türkiye’de enerji üretimi, merkezîyetçi bir sistemdir. Bugün Soma’da, termik santrallerle üretilen enerji, Soma Yırca’nın ihtiyacı için değil; Ankara, İzmir, İstanbul gibi mega kentlerin ve buralardaki inşaat sektörü gibi farklı yatırımlara harcanan enerji söz konusu. Dolayısıyla burada, bunu göz önünde bulundurarak enerji politikasından söz etmek önemli diye düşünüyorum.

Prof. Dr. Ümit Erdem: Efendim, bunu zaten ilk ekologlar söylüyor; “Tamam, şarja takmadın ama iyi de kardeşim, üç gün susuz kalabiliyor musun? Enerjiyi içebilecek misin? Ne yapacaksın?” Sonrada bizlere “istememezükçüler” deniyor. Hâlbuki hiçbir bilim insanı, “istememezükçü” olabilir mi? Gelişmiş ülkeler aynı şeyi yapmıyorlar mı?

Şehrazat Mercan: Deniz Bayram’a katılıyorum. Aslında bütün politikalar enerjiye endeksli yürütülüyor, tarım politikası da dâhil. Örneğin zeytinlik alanların, yirmi beş dönümün altına düşürülmesini Tarım Gıda Bakanlığı Komisyonu değil, Enerji Komisyonu’nda yaptılar. Tarım Bakanlığı da, “Bizim projemiz değil, Enerji Komisyonu’nun projesi” diye ifade etti. Buna endeksli yürütülüyor. Aynı konu, jeotermaller için de geçerli. Tarım arazilerinde, yoğun bir biçimde jeotermal elektrik santralleri yapılmaya başlandı. Örneğin Aydın’da, incir kurutulmasında problem yaşanmaya başladı, incirler hastalanmaya başladı, kurutulamıyor. Salihli’den Sarıgöl’e kadar, iki bine yakın jeotermal kuyuları için izin verildiği söyleniyor. Orada da buhar ve ısı yükselmesi, gene üzüm kurutmada önümüzdeki dönem ciddi problemler yaşanacak. Çok ciddi üzüm hastalıkları meydana gelecek. Bu, tarımda daha fazla ilaç, daha fazla kimyasal kullanımı demektir. Bu kimyasallar için fabrika kurmak demek. Gene enerji problemi karşımıza dikilecek. Tabii ki, bütün enerji sistemleri doğaya bir tarzda zarar verir. Bizim sorunumuz en az zarar veren şekilde bunu örgütleyebilmektir. Enerjinin bu anlamda merkezileşmesine karşı çıkmak gerekir.

Prof. Dr. Ümit Erdem: Demokratik bir tarzda, yerellerin inisiyatifinde geliştirilmeli. Bizlere büyük görev düşüyor. Vatandaş olalım, vatandaş. “Sen önden git, biz arkadan geliyoruz” sözüyle olmuyor. Olmuyor. Olay bu.

Ümmühan Tibet: Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi başkanayım. Bu mücadeleniz için özellikle sizlere, sektörümüz adına şükranlarımı arz etmek istiyorum. 2007 yılında kurulduğumuzdan bu yana, 3573 Sayılı yasaı delmek üzere altı defa meclise değışiklik teklifi verildi. Topyekûn bir direnişle, bu teklifleri engelledik. 16 Haziran 2014 tarihinde bu defa EPDK, torba yasasının içine konularak gündeme geldi. Yine topyekûn bir direnişle, sümen altı oldu. Bildiğim kadarıyla, Tarım Komisyonu'na gelmedi. Sanayi Komisyonu'nda görüşüldü ve şu anda sümen altında bekliyor. Korkum, o yasa bir gece bile yürürlükte kalsa talan olacak. Verilecek ruhsatlarla, yılların emeği bir anda mahvolacak. Bakın Avrupa Birliği 2366/98 sayılı tüzüğünün, 4. maddesinde zeytin ağcı, zeytinlik alan kavramı tanımlanıyor. 100 metrekaare ile yani bir ar ile on ar arasında, birim alnı olarak gösteriliyor zeytinlik. EPDK torba yasasında, yirmi beş dekar deniyor. Söylediğiniz gibi, ülkemizde yirmi beş dekarın altında binlerce parsel var. Bir anda ruhsatlar verilir ve mahvolur. Haliyle bu konu çok önemli ve zeytinciliğimizin hayati meselesidir. Bu, hiçbir politikanın temelene sığmayacak kadar büyük bir milli meseledir. Hepimizin vatandaşı, yurttaş olarak buna karşı çıkmamız gerekiyor.

Prof. Dr. Ümit Erdem: Tabii ki söyledikleriniz çok önemli. Arazi senin olur, üstündeki zeytin benim olur. Var mı böyle başka bitki? Yok. Durum budur. Başka soru var mı?

Soru-Katkı: Hukuk ve siyasi mücadelenin başarıya ulaşması, kazanması için -Şehrazat Mercan'ın bu yirmi yıllık mücadelesinde de pratiğinde yaşadığı gibi- halk, kitle hareketinin destek olması gerekiyor. Bunu hepimiz biliyoruz, konuşmacılar da ifade ediyorlar. Maalesef hukukta, iki kere iki dört etmiyor. Siyasi alanı da söylememe gerek yok, herkes biliyor. Bu mücadelelerde gerekli kitlesel hareketin -ki konuşmacılar vurguladı- geniş kapsamda sadece üreticiyi değil, tüketiciyi de ilgilendiriyor. Bir küçük ilave yapabilir miyiz? Ve bu doğruysa sizden de onay ya da eksikse uyarı almak istiyoruz. Bu dayanışma yani kitlesel dayanışma, sadece işte mücadelelerin sonuçlanmaya başladığı ya da belli aşamalarda tıkanıdığı yerde olması yeterli değil diye düşünüyoruz. Çünkü bir tek zeytin yasası değil, tohum yasası, şeker yasası, petrol yasası gibi sorunlarımız var. On beş günde, on beş yasa geçmiş. Truman Doktrini'yle okullarda, Amerikan peyniri yedirme sürecinden gelen anlayış. Önerimiz şu; olması gereken diye düşündüğümüz, doğruluğuna inandığımız her alanda duyarlı bireyler ve tüketicilerle, bu amaca ulaşmak için kesinlikle kooperatiflerle işbirliği yapmanız gerekiyor diye düşünüyoruz. Gerek birim kooperatifleriyle, hatta daha kestirme yolu üst birliklerimiz olan köy kooperatiflerimizle. Dün, ilginç sorular vardı; "Zeytinyağının ne kadarına güvenirsiniz?" Zeytinyağının her türlü hileyi kaldırdığı bir süreçte, kooperatiflere güvenebilirsiniz. Her şeye rağmen kooperatifler en güvenilir, en demokratik yapılardır. Küçük üretici deyince, tek çare de kooperatiflerdir. Nasıl ki, yüz yirmi beş dönüm üstüne zeytinlik pek bulunmuyorsa ki Ege ölçeğinde doğru bir tahlildir bu. Kooperatifme ürün getiren üreticilerin %96'sı, on dönümün altıdır.

Prof. Dr. Ümit Erdem: Çok doğru bir konu. Zaten ülkenin, bir sorunu da budur. Görüyorum Foçahılar, Kemalpaşahılar neden buradalar? Her yer termik doldu. Bildiğim kadarıyla, hala da ekleniyor. Aliağa'nın durumu, ölümüne kalkınma! 1960 yılında, sanayi bölgesi olarak karar alınmış ama bu böyle devam etmez. Bunun bir yolunu bulmak lazım. Görevlerimizi hemen kısaca

tekrar edip, bitirelim. Bir kere demek ki, muhtarlara çok iş düşüyor. *Resmi Gazeteyi* takip etsinler. Onlara bir görev de bu verilmeli ki, arkadan dolanmaları önleyebilsinler. Ve en önemlisi, acele kamulaştırma denilen şeyle uğraşsın bir grup. Torba yasalar dendi bu noktada, örgütlülük çok önemli. Kooperatif dendi, üst kurul dendi. El ele olmalıyız. Yani tatlı kardan, zarar etmeyelim diye uğraşanlara, fırsat vermemek lazım. Sefa Taşkın, bugün bir konuşma yapacak. Sivil itaatsizlikle yıllarca uğraş verdi. Bu kavramda Senih Özay'ı da, rahmetli Noyan Özkan'ı da analım. Hukuksal anlamda, öncü çevreciler oldular. O halde, onların belirlediği gibi sivil inisiyatifi, sivil itaatsizliğe dönüştürebiliyorsak, en önemlisi de tam bir yurttaş olabiliyorsak, "Sarı öküzü vermiyoruz", demektir.

V.OTURUM

ZEYTİN VE TASARIM: 'ZEYTİNE DOKUNUNCA...'

M O D E R A T Ö R

Tevfik BALCIOĞLU

[Prof. Dr., Yaşar Üniversitesi Öğretim Üyesi]

K O N U Ş M A C I L A R

Umur Kemal OZANOĞULLARI

[Seferihisar Zeytin Üreticileri Birliği 2. Başkanı]

Dr. Orhan IRMAK

[Endüstri Ürünleri Tasarımcısı]

Gamze GÜVEN

[Endüstri Ürünleri Tasarımcısı]

Prof. Dr. Tefvik BALCIOĞLU

M O D E R A T Ö R

Bu oturumumuzda tasarım ve zeytin ilişkisini irdelleyeceğiz. Ama öncelikle bir noktaya değinmem gerekiyor. Tasarım, çok geniş bir konu. Her ne kadar oturum başlığı, 'Zeytin ve Tasarım' diye gö-zükse de, biz daha çok ambalaj tasarımına ve sorunlarına yoğunlaşacağız. Tasarım ve zeytin-zeytinyağı ilişkisi çok boyutlu bir ilişki. Sadece endüstriyel tasarımı, ambalajı değil, grafiğı, tipografiyi, mekânı, mimariyi de içine alan boyutları var. Yani başlı başına bir sempozyumum konusu olacak nitelikte. Nitekim geçmişte, -ilgililer ve ilgilenmek isteyenler içinde söyleyeyim-, endüstriyel tasarım ve tarım konusunda, Agrindustrial Design: Olive Oil, Wine and Design [Tarıma Dayalı Sanayilerde Tasarım: Zeytinyağı, Şarap ve Tasarım] başlıklı iki büyük sempozyum düzenlendi İzmir'de. Yani, tarımla endüstriyel tasarımı bağlayan bir isim altında, tarımla endüstriyel tasarımın ilişkisini, tarım aletlerini, mekânlarını, paketlemeyi, ambalajı irdelleyen kapsamlı iki uluslararası konferans, İzmir Ekonomi Üniversitesi tarafından düzenlendi ve bildiriler yayınlandı.

Bugün burada, zeytin ve zeytinyağının markalaşma sürecini de kapsayacak şekilde paketlenmesi ve ambalaj sorunları, genel tasarım ilkeleri üzerinde yoğunlaşacağız. Önce sözü Sayın Umur Kemal Ozanoğulları'na vereceğim. Kendisi, Seferihisar Zeytin Üreticileri Birliğı 2. başkanıdır. Bir üretici açısından, sorunların neler olduğunu bize aktaracak. Sonraki konuşmacılarımız; Dr. Orhan Irmak ve Gamze Güven paket, ambalaj tasarımında Türkiye'nin en önemli isimlerindendir. Onları davet ettik. Lütfettiler, İstanbul'dan geldiler. Orhan Irmak bize genel olarak pazarlama süreci içinde, ambalajın endüstriyel tasarımın önemine değinecek. Daha sonra Gamze Güven'de, özel olarak şişeleme ve zeytinyağına kadar inen bir çerçeve içinde, konuya odaklanarak bir değerlendirme yapacak. Gamze Hanım ile Orhan Bey'den bahsetmek isterim. Kendileri, ODTÜ mezunlarıdır. Bu alanda, çok önemli çalışmalar yapıp, çok sayıda uluslararası ödöl kazanmış tasarımcılarımızdır. Böyle mütevazı ve sakın durmalarına bakmayın. Aslında yaptıkları işlerle, bizim alanımızda çok ses getiren kişilerdir. Bunun ötesinde tabii daha fazla bir şey söylememe gerek yok. Google dünyasında yaşıyoruz. Orhan Irmak'ın, elliye yakın uluslararası ve ulusal ödülleri var. Her ikisi de tasarım alanında, medarı iftiharlarımızdır diyebilirim. Dışarıdan birisi olarak baktığımda, yapacakları sunumlarda kendilerini öveceklerini hiç sanmadığım için ben bu açıklamayı gerekli buldum. Böyle bir açılış ve kısa tanışma konuşmasından sonra sözü, Sayın Umur Kemal Ozanoğulları'na vermek istiyorum.

Üretici Gözüyle Kalite Kavramları ve Ambalaj Arasındaki İlişki

Umur Kemal OZANOĞULLARI

[Seferihisar Zeytin Üreticileri Birliği 2. Başkanı]

Zeytini kısaca anlatarak başlayacağım. Zeytin ağacı, “adildir, temizdir ve sağlıklıdır” dendi. Ama bir de, zeytinin vefalı tarafı vardır. Zeytin kendisine verilenin fazlasını, geriye verir. Terk edilse dahi sizi terk etmez. Daima arkanızda durur, sizi bırakmaz. Ürünlerini vermeye devam eder. Başka bir ağaç türünde yapılacak bazı ihmaller, sonuç itibarıyla ölümcül olmasına karşın, zeytin bu tip ihmallerde, ölmez ve hayata devam eder... Ölmez Ağacı olduğu için...

Şimdi, zeytini başarılı bir üretim sürecinden geçirmek ve zeytin ürünlerini almak için; öncelikle zeytin varyetesine uygun bir toprağa sahip arazide üretim yapılması gerekiyor. Usulüne uygun toprak işleme, sulama, gübreleme, budama vs. bakım işlemlerinin yerine getirilmesi gerekiyor. Hasat zamanında, cinslerin olgunlaşma sürecine göre yapılması, ayriyeten kendiliğinden yere dökülen veya dökülmüş zeytinlerle dalından elle toplanmış veya silkme cihazlarıyla yapılmış hasadın birbirine karıştırılmaması gerekiyor. Yani kalitenin sağlanması için, yere düşmüşlerle, düşmemişlerin mutlaka ayrılması gerekiyor. Hasadı yapılan zeytin tanelerinin vakit kaybetmeden [ki bu çok hayati bir nokta] bekletilmeden kasalarda, çuvallarda değil, eski usulde olduğu gibi değil, mümkünse hemen işleme alınacağı fabrikalara sevk edilmesi gerekiyor. Fabrikalarda bekletilmeden, konvansiyonel olanlar veya organik olanlar ayrı hatlarda hemen işleme alınması gerekiyor.

Elde edilen sofralık zeytin veya zeytinyağının, uygun depolama koşullarında saklanması gerekiyor. Bu işlem, zincirin önemli bir halkasıdır. Bu noktayı ıskaladığınız, kaybettiğiniz zaman, güzelliği veya kaliteyi kaybetmiş oluyorsunuz. Dolayısıyla yağın, çok iyi krom-nikel depolarda saklanması gerekiyor. Malumunuz, depoların üstüne azot gazı basılması gerekebilir veya üst kapaklar, kullanıldıkça zeytinyağı, aşağıya doğru gidip havayla temasını azaltmalıdır. Üreticilerin bir araya geldiği TARİŞ, Gödence Kalkınma Kooperatifi gibi kooperatifler ve Seferihisar Zeytin Üreticileri Birliği gibi birlikte olunan kuruluşlar vasıtasıyla, nitelikli zeytinyağı üretimi sürdürülebilmektedir. Birlik olarak, bunu becerdiğimizizi düşünüyorum. Bu arada üyelerimizden bir tanesi de, Gödence Kooperatifi’dir; onların müthiş birikiminden ve deneyiminden her zaman faydalanıyoruz. Bize, yol gösteriyorlar. Katkı koyuyorlar. Aksi takdirde onların varlığı olmasaydı, yapmakta olduklarımızı başaramazdık. Çünkü işler, elli altı kişilik bir kadroyla başladı.

Son yıllarda gerek mevsimsel, gerekse hastalık nedenleriyle zeytin ve zeytinyağı üretiminde ciddi iniş çıkışlar yaşandı. Herkes bunu bilmekte, herkes tarafından da bu yaşandı. Litresi, üç lira doksa kuruştan zeytinyağı satıldı. Böyle bir zeytinyağı satışı yaklaşık olarak, bir lira altmış kuruş zararla başlamak gibidir. Beş lira elli kuruşa, mal olur zeytinyağı. Buna karşılık biz,

zararla başlayan bir üretici kitlesiyle karşı karşıyaydık. Fiyat-maliyet-fayda denkleminde, sonuç olumsuz ve negatif olursa, üretici elbette ürünü toplamaktan dahi imtina eder, kaçınırdı. Şimdi amacımız, herhangi bir zeytinyağı üretmek değil. Sanayi tipi, rafinalık zeytinyağı üretmek değil. Amacımız kaliteli, ekonomik değeri, katma değeri yüksek zeytinyağı üretmektir. Bütün bunu da üyelerimize ve artacak olan üyelerimize vermeye, anlatmaya çalışıyoruz. Dikte etmeye çalışıyoruz. Üretim ve sonrası süreçlerde kalite açısından gözlemek ve taklip etmek de Seferihisar Zeytin Birliği'nin ve bütün üretici birliklerinin sorumluluğudur. Yani üretilen bu zeytinyağı nasıl ambalajlanıyor? Nasıl pazara veriliyor? İnsanlar bunları ne şekilde alıp tüketiyorlar? Bu konudaki gözlemlerimizi, birazdan sizlere sunacağım.

Diğer yandan bizlerin, tüketicilerin beklenti ve isteklerini dikkate almak mecburiyetimiz var. Bu nedir? Eskisi gibi değil. Tüketiciler daha farklı, daha orijinal, daha düzgün, daha estetik bir takım ambalajlarla ürünleri almak istiyorlar. Dolayısıyla kaliteli zeytinyağının, kaliteli ambalajlarda saklanması, ambalajın insan sağlığı açısından mükemmel, rahat taşınabilir, ergonomik, temini kolay, sürdürülebilir ve elbette ekonomik olması arzu edilmektedir. Seferihisar Zeytin Üreticileri Birliği olarak üreticinin pazarda kendi ürünlerini başıbozuk, kontrolsüz, hijyenik olmayan pet şişelerde, kullanılmış pet şişelerde, satışa çıkardığını bir dizi çalışmalarla gözlemledik.

Bunları tabii önlemeye çalışıyoruz ve belli bir noktada da nispeten bu konuda başarıya ulaştık diyebiliriz. Pazarlarda gördüğümüz kullanılmış pet şişelerde tüketiciye sunulan zeytinyağları sunularda da görüleceği gibi tam bir başıbozukluk örneği olarak görülmektedir. Şimdi sunuları vereceğim: Gerçeklerin, bir miktar göz önüne gelmesi açısından faydalı olacaktır düşüncesindeyim. Gördüğünüz gibi, 'natürel zeytinyağı' ve bir 'su peti' plastik şişesi içinde. Bütün bunlar, maalesef sektörün dağınıklığının bir görüntü realitesi. Sorunlarla ilgili bizler mücadele ediyoruz. Bunlarla ilgili eğitim seminerleri veriyoruz, bu şekilde işi yapmamamız gerektiğini tek, tek üreticilerimize anlatıyoruz. Bizim üreticilerimiz, bu konuda belli bir noktaya gelmiş ve konuyu anlamış durumdalar.

Öte yandan bu pazarların dışında, mutena semtlerde de; örneğin Güzelyalı, Alsancak gibi semtlerde de, lüks ürünler satılan şarküterilerde dahi kırk yedi-elli kiloluk olan, saklama ve taktim ortamı, yeşil plastik varillerdir. Elli-elli beş litrelik plastik zeytinyağı bidonlarında, zeytinyağının açık olarak satıldığını görmekteyiz. Bu tip uygulamalarda, ambalajdan bahsetmek söz konusu değil. Aynı eski yoğurtçularda olduğu gibi, tüketicinin kendi getirdiği kullanılmış ambalaj da, ambalaj adına, şekil dâhil her şeyi belirleyecek tek unsur olmaktadır. Aldığı ürünü, getirdiği o kullanılmış şişe veya kap neyse o şekilde koruyacaktır. Yolda da kirlenecekse kirlenecek veya bozulacaksa bozulacaktır. İzmir gibi kültür düzeyi yüksek bir kentte, bu tip satışların yapılması, tüketici bağlamında aldatıcı, şaşırtıcı olduğu kadar mevzuat bağlamında da büyük bir boşluk ve uygulama eksikliğinin olduğunu göstermektedir. Bu gelişigüzel, sağlıklı olduğu tartışılır ambalajlarda tüketiciye sunulan zeytinyağının, kalitesinin ne ve nasıl olduğuyla ilgili üstünde tek bir işaret veya yazı bulunmamaktadır. Yani bir etiketle nasıldır, nicedir, menşei nedir, kime aittir, asidite nedir, peroksiti nedir gibi bilgilerin hiçbirini görememekteyiz. Hâlbuki,

bunlar birer ihtiyaç. Tüketici bunlara alışmalı ve talep etmelidir!

Kentin büyük olduğu, arz ve talebin iniş çıkışı, mevzuattaki eksiklikler yaşanan kargaşanın kaynağı olarak görülse de, bizce bu durumun ivedilikle bertaraf edilmesi, kargaşanın giderilmesi, sektörün ve kamunun hayrına, sağlıklı tek çıkış noktası olduğudur. Üretici birlikleri için sorunun çözüm reçetesi, malumdur. Ülkemizde tüketicinin en fazla talep ettiği ambalaj şekli, bir ve iki litrelik pet şişeyle, beş litrelik teneke kaplardır. Bunları gözlemliyoruz. Bu klasik ve bilinen ambalaj uygulamaları yanı sıra günümüzde daha çağdaş, daha estetik ve daha küçük miktarları içeren ambalajlar, gittikçe daha fazla talep görmekte ve yaygınlaşmaktadır. Pet şişelerin ucuzluğu ve temin kolaylığı nedeniyle, üretici ve tüketicinin ekonomik taleplerine doğrudan çözüm gibi gözükmesi nedeniyle cazip, ekonomik açıdan çekici ve üreticiye satışta maliyet kolaylığı sağlamsı nedeniyle, bertaraf edilmesinin kolay olmayacağı malumdur. Kısaca bu iş düzeltilmesi biraz zor ama aşılması gereken bir iştir. Bu anlamda, kamuoyu çalışmaları yapılması gerekiyor. Hem bilinçli tüketici bunu istemeli hem de dürüst, bilinçli ve üretime kalite noktasından uzun vadeli bakan üretici bunu takip etmelidir. Geçtiğimiz, 2014 üretim yılında zeytinyağının fiyatı rekor ve talepte ibrenin zeytinyağından yana galebe çalması nedeniyle nihai ambalajın fiyatındaki payının azalması, nispi azalması nedeniyle, üretici artık daha fazla ambalaja para harcayabilir hale gelmekte.

Litresi, üç lira doksa kuruş olan toptan satıştan, litresi on beş-on altı liraya satışa gelmiş bir sektör artık ambalajı daha çok düşünür, bu konuda daha cömert davranır bir hale geldi. Rahatlıkla bu noktada daha fazla para harcanabilir. Biz umuyoruz ki önümüzdeki yıllarda da zeytinyağının ulaşmış olduğu fiyat, aşağıya doğru inmeyecektir. Umudumuz odur. Zeytin ve zeytinyağı için üretilen teneke ambalajlarda, sanayicilerden en azından asgari bir ihtiyaç olarak teneke-lerin içlerinin laklı olması beklenmektedir. Aksi takdirde, bu sağlık açısından zararlıdır. İçindeki zeytinyağının oksidasyonunu sürdürecektir. Mevzuatla ve yasal koşullarla zorunlu olması, yaptırımlarının olması, teminat altına alınması başarı için olmazsa olmaz düşüncesindeyiz. Bunları biz mutlaka birer yönetmelikler, yasaların emirleri altındaki yönetmeliklerle hayata sokmalı ve takip edebilir hale getirmeliyiz. Bu anlamda yerel yönetimler, kontrol sistemleri mekanizmaları da işlemeli ve sonuna kadar yapıcı kuralları dikte etmelidir. Üreticiler tarafından satılacak olan ürünlerin, kendisine ait ve üyesi olduğu zeytinyağı kooperatifi veya birlikleri tarafından mutlaka kalite parametreleri onaylatılmış ve bu parametrelerin yetkili etiketler vasıtasıyla ilanı gerekir düşüncesindeyiz. Bu tüketicilerin korunması açısından da çok gereklidir. Ayrıca şarküteri ve pazar yerlerinde dökme, kaynağı ve kalitesi belirsiz zeytinyağı satışlarının mutlaka mevzuat ve yaptırımlarla önlenmesi gerekir düşüncesindeyiz.

Daha önceki toplantılarda da hepimiz dinledik. Zeytinyağı ambalajıyla iyi korunursa, doğru saklanırsa raf ömrü iki yıl gibi uzun bir süredir. Bu noktada küçük ambalajların yaygınlaştırılması üretici ve tüketici açısından büyük önem taşımaktadır diye düşünüyoruz. Belirtilmesi gereken diğer önemli bir noktaysa, Türkiye’de depolama sorunlarının varlığı ve çözümlerinin henüz kusursuzluğu yakalamış olmadığıdır. Lisanslı depoculuk gibi makro projeler askıda kalmış, sektör 2015 yılına gelinceye kadar bu anlamda sıkıntılarından arındırılamamıştır. Zincirin

her halkasındaki sıkıntılar, diğer halkayı da kaçınılmaz olarak etkilemektedir. Biri yoksa diğeri de yok. Yani birinde kaliteyi kaybettiğiniz zaman diğerinden de kaliteyi geri döndüremiyorsunuz. En alta inmiş oluyorsunuz.

Ambalaj ve tüketiciye sunum, tüketicinin alışkanlıklarını olumlu yönde değiştirmek, yeni değerler katmak sektör için çok önem arz etmektedir. Sektörün unsurları daha çok bir araya gelmeli, sorunları, gereksinimleri ve orijinal tasarımlar, çözüm anlamında buluşmalı. Arzulanan ilerleme ve inkişaf gerçekleştirilmelidir.

İşin hayata dair kısmı anlamında, halkımıza daha çok zeytinyağı tüketim alışkanlıklarını artırmanın yollarını bulmak biz üreticilere, akademisyenlere, tasarımcılara ve yerel yöneticilerin önünde çözülmesi zorunlu ve kaçınılmaz bir ödev ve gerçeklik olarak durmaktadır. Şimdi, bu noktada, bütün bu güzelliklerin, büyük bir hamleyle yapılan, silsileyle sürdürülen bu güzelliklerin, son derece zalim bir ateşle yok olabileceğini anlatmak istiyorum. Seferihisar Zeytin Üreticileri Birliği olarak hepimiz, geçen hafta sadece iki tane büyük ve bir küçük yangın anlattık. Bütün bu anlattığımız kalite, eğer yangın olursa yok demektir. Ve yine 3573 sayılı yasadan bahsedildi. Eğer onun koruması olmazsa bir kilometre yakınına dahi çobanın yaklaşamayacağı zeytinliklere, çobanlar mera açmak için girmeye devam ederse, bu zeytinliklerde ne kaliteli ürün üretebilir, ne de onların varlığına, sahip çıkabiliriz. Zeytinin vefası da işte orada biter diye korkuyor, endişe ediyoruz. Bu anlamda da tasarımcılara, yangından korunmak anlamında, yangınla ilgili bir takım önlemleri alan teknik sistemlerle bize yardımcı olması açısından da seslenmek istiyoruz.

Markalaşmada Ambalaj Tasarımının Rolü

Dr. Orhan IRMAK

[Endüstri Ürünleri Tasarımcısı]

Direkt üretici tarafından ambalaja yönelik ihtiyaçları çok güzel ifade ettiniz, çok güzel özetlediniz. Ben de tasarımcı açısından bu ihtiyaçları, biraz da marka ekseninde dile getirmek istiyorum. Biz tasarımcıların çok iyi bildiği ama tasarımcılar dışında belki çok iyi bilinmeyen bir fuardan bahsedeceğim: İsaloni. Milano'da, her sene kurulan mobilya fuarıdır. Burası sadece mobilyaların değil, yaklaşan trendlerin, yaşam tarzlarının ve gelecekte bizi tasarımla birlikte nelerin beklediğinin görülebildiği, tasarımcılar için kutsal sayılabilecek bir yer. Bütün tasarımcılar, düzenli olarak veya belli aralıklarla bu fuara giderler. Gelecekte neler olacağına dair trendleri, biraz da orada görmeye çalışır. Dediğim gibi adı, mobilya fuarı ama bir hafta boyunca Milano tasarımla yatar, tasarımla kalkar. Sadece mobilya da olmaz aslında. Örneğin, Heineken orada fütüristik bir bar açar, yeni içki deneyimini sunar. Başka firma, deneysel aydınlatma tasarımlarından bahseder. Bir başka firma, yeni nesil otomotivini tanıtabilir veya tamamen teknolojiye geline son noktayı, bir gösteriş olarak tüm tasarımcılarla ve tasarıma ilgi duyan insanlarla buluşturur. Bu fuar, başka şeylere de ev sahipliği yapmıştı.

2005 yılında, Samsung'un başkanının orada yaptığı bir toplantı vardı. Samsung, bütün üst düzey yöneticilerini oldukça kalabalık bir grup halinde, Milano'ya o fuar döneminde götürüp global toplantısını orada yapmıştı. Samsung'un o zamanki Ceo'su şöyle diyor: "Bu kadar yer varken, neden bu konferansı Milano'da yapıyorum? Samsung ürünleri global, premium standartları karşılamak zorunda. Bunu yapmak için fonksiyonel ve teknik konuların yanında tasarım ve marka gibi alanlarda da rekabetçi yanımız güçlendirmeli ve duygusal duvarları aşmalıyız." Aradan on yıl geçti, Samsung'un bugün geldiği noktada, sanırım hepimizin dikkatini çeken bazı özel şeyler var. Bunlar sadece ürün performansı değil, aslında markaya ve tasarıma yapılan yatırımla çok alakalı. Marka bugün modern literatürde artık sadece bir logo değil, tüketicilerin hafızasındaki yer olarak tanımlanıyor. Marka imajının, tüketiciler tarafından nasıl algılandığı da en az ürün performansı kadar önem taşıyor. Ve zeytinyağı sektörü için de, marka imajını oluşturan en kritik unsurlardan biri hiç kuşkusuz ambalaj. Bu sadece zeytinyağının konusu mu? Değil. Burada benim de yaratıcı yönetmeni olduğum Orhan Irmak Tasarım'da geçen yıllarda ambalajını yaptığımız ürünleri, A'dan Z'ye sıralamaya çalıştım: Ayran, bebek maması, bıçak, cips, çikolata, çay bardağıyla başlayıp neversim, oda kokusu, vücut losyonu, yalıtım malzemesi, yatak örtüsü gibi çok çok farklı sektörlerle ulaşan çok geniş bir alan. Ambalaj tasarımı bu anlamda aslında önemi son derece yüksek ve giderek de artan bir başlık.

Peki, ambalaj tasarımı nedir? Kısaca buna değinmek istiyorum. Ambalaj tasarımı bir ülkedeki sosyo-ekonomik gelişmeler, sanayileşme, markalaşma, perakendecilik ve tasarımın gelişimini yansıtan stratejik bir hizmet alanı. Buradaki kelimelere baktığımızda sosyo-ekonomik

gelişmeler aslında bir yerde ihtiyaca, talebe ve alım gücüne işaret ediyor. Bu talep oluştuğundan sonra sanayileşme de bu talebi karşılamak üzere ürünlerin üretilmesini, markalaşmaysa bu üretilen ürünlerin, bir marka altında satılmasını ifade ediyor. Perakendecilik de bu markalı ürünlerin tüketiciyle buluşacağı yeri. Dolayısıyla ambalaj tasarımı aslında çok geniş yelpazede, çok farklı sektörlerle iletişim halinde ve çok farklı dinamikleri içinde barındıran bir alan. Ve ambalaj tasarımındaki gelişim, ülkedeki toplumun gelişmesini yansıtıyor. Türkiye’de bugün kişi başına ambalaj tüketimi, yaklaşık yıllık iki yüz dolar. Batı Avrupa’da kişi başına ambalaj tüketimi, yaklaşık üç yüz elli dolar. Araştırmalar özellikle markanın önemini ortaya koymak adına market alışverişinin 2/3’sinin rafta marka kararıyla yapıldığını gösteriyor. Aslında biz cebimizde bir kâğıt üstünde -veya aklımızda fark etmez- alışverişe giderken yoğurt, kola, ekmek, zeytinyağı gibi bir ihtiyaç listesiyle gidiyoruz. Ve bunların hangi marka ürünün satın alınmasıyla sonuçlanacağı kararı, rafta veriliyor.

İşte rafta, o karar anında da ambalaj çok kritik bir rol oynuyor. Bu nedenle de ambalaj tasarımı, bugün sessiz satıcı olarak tanımlanıyor. Marka ve ambalaj tasarımı ilişkisindeki en kritik nokta, ambalajın strüktürel tasarımı yani formudur. Ve bunun marka bilinirliği içindeki rolü. Beynimiz, dünyayı formlarla algılıyor. Öncelikle insan beyni, üçüncü boyutta formları görüyor. Büyüklük, küçüklük, derinlik... Ve ondan sonra renk, ondan sonra metin gibi unsurlara gidiyor. O nedenle de, form bir markanın bilinirliğinde en önemli konulardan birisidir. Başka bir üründen örnek vermek istiyorum. Komili zeytinyağı şişesinin tasarımcısı Gamze Güven, bugün aramızda. Konuyu, zeytinyağına bağlayacaksa yapılan iş, ikonik bir çalışmadır. Son dönemlerde, ambalaj tasarımı alanında yapılmış ve ikonik olarak bir yere gelmiş, bir başarı göstermiş örneklerden birisidir. Peki, sadece form mu? Değil.

Marka ve ambalaj tasarımı ilişkisinde diğer bir kritik noktaysa, görseller. Marka hikâyesini tüketiciye aktarırken kullanılan görseller de ambalaj tasarımının son derece kritik, önemli bir üyesidir. Geçen yıl raflara çıkan, bir dondurma markası bize dedi ki; “Ben, Fransız bir şefim ama Türk tüketicisine geleneksel bir tatlı sunacağım, kabak tatlısı.” O zaman, bunu nasıl görselleştirmeliyiz sorusu ortaya çıktı. Geleneksel anlamda bir kabak tatlısı olmaması gerekiyordu. Ama yabancı bir markanın da, hissedilir bir şekilde dokunuşunun olması gerekiyordu. İşte o noktada bütün o kare tabaklar, modern kullanılan çatal bıçaklar, son derece bu marka imajının tüketiciye anlatılmasında kritik öneme sahipti.

Benzer şekilde, Penti için kendi yenilenen yüzünü ve yurtdışına açılan ihracat hedeflerini karşılamak üzere, “nasıl bir ambalaj görselliğine ihtiyacımız var” dediğimizde orada da moda stilistleriyle, moda fotoğrafçılarıyla oturduk, tartıştık. Birçok farklı pozlara baktık. Oradaki bayanların ayak duruşundan, kadrja giren o ele kadar aslında birçok detay düşünüldü. Çünkü bunların hepsi marka imajında tüketiciye bazı kimi zaman bilinçaltında, kimi zaman doğrudan mesajlar veren öğeler. Tipografi, ister logo tasarımında olsun, ister ambalaj tasarımında, bir markanın ve ürünün kimliğini yansıtan en temel öğelerden bir diğeridir. Türkiye’de yaşayan tasarımcılar için en çok ıstırap çektiğimiz noktalardan birisi; ne okumayı seviyoruz, ne de

yazmayı seviyoruz. Dolayısıyla da, tipografi ülkemizde en az gelişmiş başlıklardan birisidir. Tabelalarda, inanılmaz farklı kimliği yansıtan tipografi tercihleriyle karşılaşırız. Hâlbuki siz klasik bir şey söylemek istiyorsanız, bir markaya dair onun ne kadar köklü olduğunu anlatmak istiyorsanız ona uygun bir tipografi tercihi yapmalısınız. Veya o markanın ne kadar genç dinamik, ne kadar gençlere dönük olduğunu anlatmak istiyorsanız, bunların hepsinin anahtarı tipografi de gizlidir.

Bunlar bizim yaptığımız örneklerde değil ama özellikle kozmetik alanında dikkatimi çeken ve tipografiyi strateji olarak kullanan örnekler yer vermek istedim. Ve dördüncü olarak da renk; tüm duyularımıza hitap eden önemli bir ambalaj tasarımı öğesidir. Ve renk, marka kimliğini oluştururken aynı zamanda, ürün kimliğinin ifadesi olarak da kullanılıyor. Milka için Bonibon ambalajlarını yenilerken global olarak Milka morunu kullanmak zorundaydık. Marka diyor ki, bize şu kodlarla tanımlanmış renk, global marka rengimdir. Ve bu markayla, ambalaj tasarımı yaparken asla farklı bir mor tonunu kullanamazsınız. Benzer şey, bu dondurma markası içinde geçerli. Ambalajlarında altın rengi sahiplenmiş ve bir şekilde onunla anılır olmuştur. Bunlar marka kimliğinin iki tane örneği. Başka örnek vermek istediğim iki firmaysa yerli bir marka, Lezita için yaptığımız balık çalışması. Lezita, biliyorsunuz tavuk markası. Dolayısıyla bizim için zorlu bir süreçti: Tavuk markası olarak bilinen bir markayı, balık markası haline dönüştürmek. O noktada, mavi rengi biraz da ürün kimliği olarak kullanmaya çalıştık. Veya Activex için, anti-bakteriyel sabun yaparken tercih ettiğimiz beyaz renk, onun tüketici nezdindeki medikal algısını öne çıkaran en kritik öğeydi. Tüm bu öğeleri başarıyla kullanan yenilikçi bir ambalaj, tüketicinin dikkatini çekecek ve rafta da satın alma kararında muhakkak etkili olacaktır. Ayrıca marka kimliğinin parçası olarak hatırlanmasında ve tekrar satın almasında da rol oynayacaktır. Çünkü ambalaj tasarımı, markayı farklılaştırır, ürünü rafta görünür kılar. Tüketicisi, satın almaya ikna eder. Ve tüketiciyle marka arasında duygusal bir bağ kurar.

Bugün Türkiye'deki zeytinyağı firmaları için, hem iç piyasada markalaşmada hem de diğer ülkelerle rekabette, ambalaj tasarımı kritik bir öneme sahip. Takipçi konumundan, rekabetçi duruma geçişin anahtarlarından biri de hiç kuşkusuz ambalaj tasarımıdır. Yatırım maliyeti düşük ama marka imajına ve satın alma kararında, etkisi çok büyük stratejik bir araçtır. Hep ambalaj tasarımı çok pahalı, ulaşılmaz bir öğe gibi yansıtılır ama aslında değildir. Özellikle çalıştığımız global firmalarda edindiğimiz, öğrendiğimiz şey şu: Bir proje, bir ürün eğer planlanıyorsa onu tüm hammaddesinden, ambalaj tipinin tedarikine kadar planlarken, ambalaj tasarımının da o süreç içinde, doğru zamanda doğru yerle başlaması çok kritiktir. Bu öğrendiklerimizi, zeytinle bir şekilde bağdaştırmak istiyorum. Zeytinyağı ambalajında fark yaratmak için kime, ne sorumluluk düşüyor? Bana göre öncelikle sorumluluk üreticide, marka sahibinde. Çünkü öncelikle onların bir vizyon ve kararlılık ortaya koyması gerekiyor. En temel başlangıç noktası bu: Vizyon ve kararlılık. Ondan sonra sorumluluk, tasarım ofisine geçiyor. Tasarım ofisinde de bu anlamda ciddi bir tecrübe, yaratıcılık ve inanç olması gerekiyor. Peki, o kadar mı? Bu yeterli mi? Değil. Bu noktada ambalaj üreticisi, en az tasarım ofisi kadar önemli. Çünkü ambalaj üreticisinin azimle, merakla, yeniliğe açık bir şekilde, bu zincirin halkası olarak,

o sorumluluğu üstlenerek bu zinciri tamamlaması gerekiyor. Ancak bu üç paydaş, doğru bir ortak dili konuştuğunda, gerçekten zeytinyağı anlamında başarılı işler ortaya koyacağımıza inanıyorum.

Orhan Irmak Tasarım ofisi olarak biz, uluslararası birliğin üyesiyiz; GLBA-Global Local Branding Alliance'i Türkiye ve Orta Doğu'da biz temsil ediyoruz. Ama bizimle beraber New York, Şangay, Berlin, Moskova, Sao Paulo ve Johannesburg olmak üzere altı tane ambalaj tasarımı ofisi daha var. Global Local Branding Alliance olarak, herkes kendi ülke ve bölgesindeki uzmanlıklarını birbiriyle paylaşıyor. Altı ayda bir, bir araya geliyoruz. Yaratıcı ekiplerimizdeki tasarımcıları değiş-tokuş etmeye başlıyoruz. Ve aynı zamanda da beraber araştırma yapıyoruz.

Şişe Tasarımı Temel Kriterleri, Başarılı Zeytinyağı Şişesi Tasarımları ve Üretim Sorunları

Gamze GÜVEN

[Endüstri Ürünleri Tasarımcısı]

Burada olduğum için çok mutluyum. Çünkü çok sevdiğim bir konudan, zeytinyağından bahsedeceğiz. İki gündür oturlara katılıyorum. Çok önemli konulardan bahsedildi. Kooperatifleşmenin ne kadar önemli olduğu, hukuk savaşlarını... Gerçekten büyük bir mücadelenin içindeyiz, "diren zeytin" diyorum. Zeytinle, altı-yedi yıl önce yolum kesiştiği zaman, aşık oldum. Zeytinyağı ambalajı tasarımı yapacaktık. Anadolu Cam ile Türkiye İhracatçılar Meclisi ortak projesi, 'Türkiye'nin Zeytinyağı Şişesi Tasarımı' istenmişti. Açılan bir konkur için dört tasarımcı olarak davet edildiğimizde, zeytinyağıyla gerçekten tanışma fırsatı buldum.

Onun dışında bütün çocukluğum, gençliğim Ayvalık'ta, yazlıkta zeytin ağaçlarının arasında geçti, ama benim için hoş bir dekordu. Arada soframızda yediğimiz, ama işin aslında ne kadar geçmiş bir tarihe dayandığını ve gerçekten bir kültür olduğunu, proje içine girince yaptığım araştırmalar sonucunda, öğrendim ve onu keşfedince de âşık oldum. Bugün, sizlere zeytinyağı ambalajıyla ilgili yaptığımız üç projeden bahsederek, deneyimlerimi aktarmak istiyorum. Çünkü bütün bu süreçte gerek marka kimliği oluşturmak açısından, gerek ambalaj tasarımlarının hayata geçmesi sürecinde, tedarikçilerle azimli uğraşlar sonucunda, geline noktalarındaki olumlu olumsuz yanlardan biraz bahsederek, hem küçük üreticilerin, hem büyük markaların, hem iç, hem dış pazarda nelerle karşı karşıya olduklarından bahsetmek istiyorum. Ve bunlar üstünde belki tartışma başlatabiliriz diye düşünüyorum. Tabii bu hikâyemiz, marka yaratmak üzerine kurulu. Bir kere iyi iş, ne istediğini bilen üreticiden başlıyor.

Zaten ürünün kaliteli olduğunu, pazarlanabilir bir ürün olduğunu varsayıyoruz. Daha sonra biz devreye girdiğimizde iyi bir brief verilmesi gerekiyor. Çünkü o yağın özellikleri aktarılması lazım ki biz ona göre tasarımı olgunlaştırabilelim. Daha sonra da hakikaten meraklı ve azimli tedarikçiler gerekiyor. Biz bu üç projede de, bunu işbirliğiyle gerçekleştirdik. Tedarikçilerin büyük çabaları sonucunda, ür-ge geliştirmeleri sonucunda aslında hayata geçebiliyor iyi tasarımlar. Bu arada, özellikle zeytinin renginden bahsetmek istiyorum. Çünkü çok az bir ürüne herhalde bahsedilmiştir. Kendine has bir rengi var, zeytin yeşili diyoruz. Yabancı literatürde de adı, Olive Green. Türkçe de de var, zeytin yeşili. Bence, yeşil tonlarında en güzel renk. Nitekim ambalaja da yansıyan bir renk. Çünkü zaten zeytinyağında koyu renk ambalajla sergilenmesi gerektiği için bulunmaz bir fırsat, böyle bir renge sahip olması. Şimdi, TİM ve Anadolu Cam'ın ortak projesiyle altı-yedi yıl önce kapımızı çaldıklarında, Türk zeytinyağını daha katma değerli bir ürün haline getirmek için dökme zeytinyağı yerine, özgün bir ambalajın tasarlanmasını ve

bu ambalajlarla Türk zeytinyağının pazarlanmasını istediklerini aktardılar. Bu ambalajı birçok küçük üretici ve büyük üreticilerin de kullanıp ihraç etmesini, Türk markası zeytinyağını oluşturmak için kült bir şişede pazarlamak istediklerini söylediler. Çok heyecan verici bir projeydi. Çok güzel bir brief hazırlanmıştı. Araştırmalar inanılmazdı. Tarihinden, zeytinyağı kültüründen, üretim kısıtlarından, dolum kısıtlarından, teknik kısıtlardan da bahseden çok güzel kapsamlı bir raporla bize geldiler. Ve biz dört tasarımcı, birçok tasarım yaptık. Yedi tanesi seçilip Türkiye'deki büyük ve küçük üreticilere görücüye çıktı. Dört tane tasarımımız vardı. İki seçilerek, numune üretildi. Bir tanesi, Biolive. Biz burada aslında zeytinin isimsel kökü 'zeta', 'ölümsüzlük' anlamındaydı. Bunu çok önemsedik. Çünkü ölümsüz ağacın izindeydik. Bu arada Nedim Atilla'nın kitaplarını da okuduk. Hakikaten çok güzel fotoğraflar vardı ve bu ölümsüzlük üstüne olan kurgudan yola çıkarak acaba bu ölümsüzlüğü şişe üstüne, üçüncü boyutta nasıl yansıtabiliriz? Hem elle tutulması kolay olup, ergonomik olacak, hem de kült şişe haline nasıl getirebiliriz diye tasarladığımız alternatiflerden biri, Biolive'di. Zeytin ağacı, kutsal kitaplarda da hayat ağacı olarak geçiyordu. Bu hayat, yaşam ve ölümsüzlük döngü olayını, ölümsüzlük sembolüyle de bu üründe anlatmaya çalıştık. Üçüncü boyutta, aslında şöyle bir fırsat daha yaratıyordu. Şişenin önü ve arkası farklıydı, üçüncü boyuttaki algılanan sonsuz işareti yanda elips, birazcık da zeytin yaprağını ya da tanesini anımsatan bir elips şekline dönüşüyordu. Ve iki yönlü farklı kullanılabilecek, farklı tipte etiket ya da baskı yapılabilecek bir imkân sağlıyordu.

Bu şişeyle farklı farklı üreticiler sadece grafik, baskı ya da renklendirerek kendi kimliklerini ortaya koyacaklar, şişe ortak olacaktı. Anadolu Cam, o dönemlerde altı yüz bin adedin altında cam ambalaj, özgün tasarım yapmıyordu. Gerçi o rakam daha sonra, üç yüz bin adetlere düştü. Ama küçük üreticiler için bu rakamlarda stok yapmak ve bu maliyetlere katlanmaları mümkün değildi. Dolayısıyla İtalyan şişe alıyorlardı ve belki de yağdan daha çok şişeye para ödüyorlardı. Dolayısıyla buna yönelik, dökme zeytinyağı yerine, markalı zeytinyağı satmak için geliştirilmiş çok güzel bir projeydi. Diğer bir tasarımımız, Etnolive idi. O da, yağdanlık tasarımından çıkmış. O formu nasıl yalın hale getirebiliriz, kolay etiketlenebilir, konik yüzeyleri olan, isteyen alt isteyen üst parçayı grafikle, etiketiyle kullanabileceği, farklı kombinasyonlarla markaların birbirinden çeşitlenebileceği alternatif bir tasarımdı.

Bir diğeri de, Geolive. Geolive, aslında zeytin ağacından esinlenmiş bir tasarımdı. Çünkü zeytin ağacı zamana direnen, bütün iklim koşullarının olumsuzluklarının etkisiyle kendisini dönüştürdüğü, heykelleşen bir ağaçtı. Acaba bu şişede, Efesli filozof Heraklitos'un "evrende değişmeyen tek şey değişimin kendisidir" sözü gibi zeytin ağacı hep kendisini dönüştürüyor, değişime uğrattırıyor ve yaşamaya devam ettiriyordu. "Bunu şişeye nasıl yansıtabiliriz" diye düşündük. Aynı zamanda kolay kavranabilen, elden düşmeyen ve dolumda, etiketleme sırasında, sorun yaratmayacak bir ambalaj olması gerekiyordu. Alttaki daire, kesit gövdede kare kesite dönüşüyor sonra tekrardan omuza doğru daire kesite dönüşen, dönüşümü yalın şekilde sembolize eden bir tasarımdı. Ve diğer tasarımlar içinde üreticiler tarafından en çok beğenilerek bu şişe seçildi. Bu da bizim, favori şişelerimizden biriydi. Ve dört boy olarak, üretime alındı. Geolive, ile genelde piyasada yağlı tamamen kapatan büyük etiket alanlardan kurtulunmasını ve yağın

gözükmesini istiyorduk. Koyu renk ambalajda da olsa etiket alanını sınırlamak, yağın rengini göstermek istiyorduk. Ön ve yan tarafında kullanılabilecek farklı tip etiketler, farklı şişeler olmasına imkân sağlıyordu. Bir şişeden, iki farklı şişe türetmenin de yolunu açıyordu. Doksan derece çevirdiğinizde, yan tarafında düz hatlı bir şişeye dönüşüyordu. Dördüncü tasarımımdı, İdolive idi. Zeytin bereketin sembolüydü. Bereket sembolü, Mezopotonya ve Anadolu toprağından çıkmıştı ve sekiz bin yıllık hikâyesi vardı. Anaerik toplulukların bereket sembolü olan idollerini, ambalaja yansıtabilir miyiz diye yola çıktık. Bereketli zeytin idolünü diye çalıştığımız bir tasarımdı. Sonuç olarak bu ürünler, Anadolu Cam tarafından ilk gösterdiğim Biolive ve Geolive seçildi ve numuneleri camdan üretildi. Zeytinyağı üreticilerine görücüye çıktıktan sonra, bu yedi tasarımdan bizim Geolive seçildi, dört boy olarak üretildi. Rahmi Koç Müzesi'nde bir tanıtımla, bir lansman gecesiyle, hologramlı gösteriler, video filmlerle teşhir edildi. Daha sonraki süreçte bazı üreticiler, ihracatta bunu kullandılar. Muhtemelen iç pazarda da bazen görüyorum. Hatta kaldığımız otelde de gördüm. İzmirli bir üretici hiç düşünmediğimiz bir şekilde değişik bir etiket kullanılarak, üçüncü boyutta sardırılmış. Fakat ilginç başka bir şey daha yakaladım. Son yıllarda, devamlı Ayvalık'a gittiğim için onlarca Karadut suyu üreticileri bu şişeyi kült bir şişe olarak, bütün Ayvalık ve Edremit yöresinde, iletişim görsellerinde de sarı bir kimlik yaratarak, yol boyunca satıyorlardı. Bizim bu zeytinyağı için düşündüğümüz şişeyi, başka bir şişe kullanmadan hep aynı şişeyi karadut için çok güzel şekilde kullanmaya başladılar. Zeytinyağında ne kadar başarılı oldu bilmiyorum ama iç pazarda da kült bir şişe olarak karadut için kullanıldı. İşte basında çeşitli zamanlarda bu proje ve seçilen tasarım haberleri çıktı. Ve bu şişeler üretilmiş halleriyle, ulusal ve uluslararası bazı ödüller de aldı. Dört boyuyla şu an piyasada. Anadolu Cam'ın portföyünde. Daha sonra, bir butik üretici geldi ve bize dedi ki, "Organik zeytinyağı üretiyorum. Kendi başıma çok yüksek adetlerde üretim yapmadığım için, hazır şişeyi bana yeniden kimliklendirir misiniz?" Tabii, bizim şişemiz var, Anadolu Cam seri üretiyor. Bunun zeytine has organik degade cam boyamasıyla ve zeytin dalını anımsatan el işçiliğiyle, kıymetli bir şekle büründürdük. Organik bir ürün olduğunu yansıtan bir şekilde, yeniden bir kimliklendirme sürecine girdik. Üretici tamamını boyamak istemedi, zeytinyağının rengini de göstermek istiyordu. Aslında çok doğru bir yaklaşım değil, çünkü zeytinyağının koyu renk şişede olması lazım ama en azından yarıya kadar boyayarak organik yağlarını kısmen güneşten koruyarak, bu şekilde kimliklendirdik. Kısa bir süre sonra Türkiye'nin zeytinyağı projesinden sonra, Komili firması dedi ki, "Ana gıda olarak biz, Unilever'den markayı satın aldık. Bu en eski, en köklü zeytinyağı markamızı, pazardaki lider markamızı, kendine has güçlü bir kimlikle piyasaya çıkarmak istiyoruz ama öncelik hedefimiz pet şişedir. Sonra da cam şişede üreteceğiz. Bize böyle bir çalışma yapar mısınız?" Tabii, zaten çok heyecanla zeytinyağı sürecine başlamıştık. Bu kez, Etnolive'de yakalamış olduğumuz bereket kültürünü yansıtabileceğimizi kurguladık. Çalışmalarımızda ilk sorduğum, araştırdığım soru şuydu; milattan öncelere kadar giden, Anadolu'daki Antik Yunan ve Roma döneminde acaba bu zeytinyağları nasıl kaplarda saklanıyordu? Yere gömülü dev küplerden, masaya nasıl bir kapla geliyordu? Bunu araştırmıştık ve bereket kültürü bizim için önemliydi. Tasarladığımız ambalajlar, hep bilinçaltında onu çağrıştırıyordu. Kibele, bereket kültürü ve zeytin ayıklayan Anadolu kadınına da bir şekilde

çağrıştırtan bir formla, ikonik bir şişe yaratmaya çalıştık. İlk sunduğumuz dört konseptten biri, bereketti ve o fokus gruplar tarafından seçildi. Sonra onun iki varyasyon şişesi üzerinde, fokus gruplarda kalitatif ve kantitatif testlere girildi. Maket çalışmalarını yaptık. Proporsiyonlarını kalıptan çıkabilir, üretilebilir bir hale getirmeye çalıştık. Tüm bu çalışmalar sonucunda, süreç çok iyi yönetildi. Bu anlamda, pazarlama zaman ve tasarım yönetimi çok başarılıydı. Etiket tasarımını, grafik tasarımcı arkadaşımız Murat Celep'le çalıştık. Büyük etiket istemiyorduk şişeyi kapatmamalıydı. Çünkü zeytinyağının kendi rengini göstermek istiyorduk.

Nitekim, Clear etiketle Komili'nin kurumsal kimliğini de biraz değiştirerek bu ambalajları yaptık. Şu an marketlerde hala bunlar bulunuyor ve üç boyu var. İki litresinin de çok ilginç anısı oldu. Tedarikçi, Plaş Ambalaj'dı. Bize maksimum bütün ölçüleri, kalıp ölçü kısıtları vermişlerdi. Ben de tüm dataları teslim edip, tatile gitmiştim. Aradan iki-üç gün geçtikten sonra bir telefon geldi, "Gamze Hanım size yanlış ölçüler vermişiz. İki litrelik ambalajların, bir buçuk santim yandan daralması lazım, kalıplara sığdıramıyoruz." Olamaz, elle tutulabilmesi için, özellikle küçük elli bir hanımlar için kritik bir değerdi. Mümkün değil. Zaten yukarı gidemiyoruz rafa sığması için. Yana gidemeyince arkaya doğru gideceksiniz, bu sefer kavranamaz. Bu hacmi nereye sığdıracağız? Bayağı ince ayarlarla sonunda kavranabilir ve üretilebilir hale iki litreği de getirdik. Ama tedarikçilerin tabii kısıtları, etiketleme kısıtları, dolum kısıtları, paletlerde üst üste dizilen ambalaj yükü top load nedeniyle deformasyon sorunu, ısı farkıyla yağın vakum yapma riski, deforme olmaması, içine göçük olmaması gibi ambalaj tasarımında dikkat edilecek birçok parametre var. Bize, şişe tasarımcısı diyorlar. Aslında doğru ama şişe deyip geçmemek gerekiyor. Tüm bu parametrelerle, doğru tasarıma ulaşmak epey bir mesai alıyor. Bir ürün tasarımından çok da farklı değil süreç. Daha sonra teneke ambalajda, biz yeni ürünü tasarlamıştık. İri zeytin, iştah açıcı görselleri olan bir grafik tasarım olarak. Fakat ikonik bir şişe olmasından dolayı Komili'de üst düzey yönetim den bir kişi bastırdı. "Hayır, bizim ikonik pet ambalajımızı teneke üstüne basalım" diye. "Peki" dedik. Yaklaşık altı aydan sonra, ilk teneke tasarımımızı dönüştürdük ve pet ambalajlı versiyonuyla pazara çıktı. İlginç bir kriterdi. Bu da bizim için deneyim oldu. Daha sonra da, cam ambalajı istendi. Tabii bu cam olanda bizim için çok kıymetliydi. Organik, taş baskı, erken hasat, hatta çekirdeksiz sıkma yaptılar. Özel bir ürün. 0,3 asitli olan ürün ve soğuk baskı, cold pressed. Altı tip ürünü var Komili'nin. Her birine transfer baskıyla, kendi özel üretim tekniğini ya da özelliğini anlatan bir illüstrasyonla hikâyesini yazan tasarım yaptık. Cam ambalajın tabii özelliği daha ince uzun bir boynu olan ve organik zeytin renginde boyamayla gerçekleştirdik. Ve aynı zeytin dalı desenlerini, cama işledik. Tabii burada cam ambalaj konusunda, Anadolu Cam'ın da müthiş bir ür-ge süreci var. Daha önce çok fazla da yapmadığı, alıştırırmalı kalıp yaptı. Kalıptan bu desenlerin çıkabilmesi için normalde tam kalıp ayırım yeri iki yandadır. Kalıp bu şekilde açıldığı için dümdüz bir hat olur. Hâlbuki bunda kalıptan çıkabilmesi için boyundan başlayarak gövdeyi takip eden kenardan, daha sonra tekrar inen kalıp izinin belli olmadığı, eğrisel bir kalıp ayırım yeri olan özgün bir çalışma oldu. Ve bu süreçte, Anadolu cam ile bir ür-ge süreci yaşadık ve beraberce bunu başarmış olduk. Daha sonra da ödüllerimiz geldi. Şu anda her iki ürün, marketlerde bulunuyor.

S O R U L A R - K A T K I L A R

Prof. Dr. Tevfik Balcıoğlu: Bu oturumda, kendi adıma gerçekten çok önemli şeyler öğrendiğimi düşünüyorum. Bunları kısaca özetleyip, tartışmaya açmak isteyeceğim. Birinci konuşmacımız Umur Bey bize, başka bir döneme girmek üzere bulunduğumuzu anlattı. Dökme satımın artık ortadan kalkması gerektiği, küçük ambalajın şart olduğu, piyasa denetiminin önemli olduğu ve pet şişe devrinin bitmesi gerektiğini özellikle vurguladı. İkinci konuşmacımız Orhan Irmak, söylediklerinin yanı sıra bir başka önemli noktanın altını çizdi ki, ben vurgulamak gereği hissettim. O da şu; eğer siz, küresel bir oyuncu olmak istiyorsanız o kürede, o düzeyde kişilerle, ilişkilerle, o düzeyde tasarımlarla var olabilirsiniz. Bu çok önemli bir konudur. Yani sadece kendi şirketiyle, İstanbul'da değil ama Dünya'nın dört bir tarafındaki bağlantılarıyla, Dünya'da ne olup bittiğini görerek, fark ederek tasarıma ve markalaşmaya yaklaşıyorlar. Türk zeytinyağı için de böyle olmalıdır diye düşünüyorum. Rakiplerimizi bilmeden, yakından izlemeden ve Dünya çapında tasarımcılarla çalışmadan, markalaşma şansımız olmayacak. Önce o sahayı, iyi tanımalıyız. Ve o sahaya göre oyuncu, o sahaya göre antrenör, o sahaya göre de seyirci bulmalıyız. Buradan da üçüncü konuşmacımız, Gamze Güven'in söylediklerine değinmek istiyorum. Bizim tasarımda ve sempozyum bağlamında, zeytinyağı şişesinde kimlik arayışımız belli bir olgunluğa gelmiş durumda. Bu konuşmayı, Şişecam'la sanırım 2005 yılındaki konferansta yaptık. Bana o zaman söyledikleri, "Yüz binden aşağı şişe üretmiyoruz" olmuştu. Bu rakamların artık üretilebilir bir düzeye geldiğini ve bu özgün tasarımlarla, Türk zeytinyağını dünya pazarında tanıttak bir kimliğe kavuşturdukların görüyorum. Gamze Hanım'ın söylemediği, bir başka önemli şey daha var. Sanırım bunu dolaylı olarak anlattı: Tasarım, kolay bir şey değil. Gördüğünüz gibi, çok emek veriliyor! Bunun sonunda getirisi de gerçekten bence o emeğin karşılığını, ona yapılan yatırımı rahat rahat geri döndürecek, hem de çok daha fazlasıyla geri döndürecek nitelikte. Bu toplantıdan öğrendiğim ana fikirler, bunlar oldu diyebilirim. Ama şimdi isterseniz konuyu foruma açalım. Sorularınızı alabiliriz.

Soru-Katkı: Öncelikle, bütün konuşmacılara teşekkür etmek istiyorum. Gerçekten çok ama çok önemli bir konuyu konuştular. Dinlerken aklıma şu geldi; kaliteli ambalajın hitap ettiği kitle Türkiye'de daha bilinçli, gelir seviyesi de biraz daha iyi durumda olan bir kitleyi hedefliyoruz. Ama benim gördüğüm, o kitlenin son yıllarda kafası çok karıştırıldı. Türkiye'de bilinçli olması gereken kitle, bugün ambalajlı yumurta alacağına çamura bulanmış yumurtayı tercih ediyor çünkü organik izlenimi veriliyor. Artık kafalar çok karıştı. İstanbul'dan Karaburun Yarımadası'na yaz aylarında kaç kişi geliyor bilmiyorum, gördüğüm şey şu; köy zeytinyağını fiyat yüksek olsa da açıkta almayı tercih ediyor. Çünkü köy zeytinyağı izlenimi var. On liralık turşuyu, iki yüz liraya gelen turistlere satıyorlar. Gelen kişinin bakış açısı şu; ürün köyde yetişmiştir, organiktir, sağlıklıdır. Kesinlikle yanlış da anlaşılacak istemem. Bu nasıl aşılabilir? Böyle çarpık gelişme, Türkiye'de var. Bu nasıl aşılabilir?

Gamze Güven: Ben bir şey önerebilirim. Aslında güzel bir süreç başladı. İnternette satış ve Ayvalık yöresinde birçok butik üretici bunu kargo ücreti almadan yönlendirebiliyor. Bunu

yaygınlaştırmak için neler yapılabilir diye tasarımcı olarak da düşünüyorum iki gündür. Hakikaten kargo şirketleri, zaten bunun iletişimini de yapabilir. Çünkü Türk iç piyasasındaki yağ tüketiminin kesinlikle artması lazım. Üç hafta önce, Midilli'deydim. Midilli'de çok güzel yağlar var. Organik yağın, beş litresini yirmi altı euroya satıyorlardı. Ve bizim bu sene hakikaten yüz lirayı bulmuş olan yağımızdan daha ucuzunu, ekonomik kriz nedeniyle Yunanistan çok çok ucuza satıyor. Bütün dünyaya da satıyor. Rekabet etmek, çok zor. Türk zeytinyağını, Dünya'ya satmak için ne kadar müthiş mücadele verildiğini biliyorum. Bu sene Moskova'da, Prodexo fuarına, Gelibolulu İşadamları Derneği'yle birlikte katıldık. Ticaret Odasını, Büyükelçiliği ziyaret ettik, ticaret ataşesiyle görüştük. Hakikaten pazara girmek çok zor. İspanyollar on yıl önce, pazarı domine etmişler. Beşinci sınıf yağları satıyorlarmış. Rusların damak zevki de o beşinci sınıf yağa alışmış bir anda. Çok ilginç parametreler var. Ama öncelikle iç pazardaki, tüketimi artırmak için kaliteli yağın dağıtımının halledilmesi ve çok yaygın şekilde iletişiminin yapılması lazım. Bu anlamda da kargo şirketleriyle, iletişim üstüne çalışmalar yapılabilir.

Soru-Katki: Orhan Irmak'a, farklı bir şey soracağım. Amerika'da kaldığım zaman, hep organik zeytinyağına bakıyorduk. Özellikle, Yunanlıların zeytinyağını buluyorduk. Türk organik zeytinyağını, hiç bulamadık. Sizin de verdiğiniz örnek, durumun farklı olmadığını gösteriyor. Merak ettiğim, tasarımda artık daha az kağıt kullanayım, daha küçük etiket yapayım diye bir trend var mı? Çöpü azaltmak anlamında. Çünkü tüketicilerde -belki Türkiye'de- bu yok henüz ama Dünya'da öyle bir trend var.

Dr. Orhan Irmak: Evet, var. Bunu en keskin olarak herhâlde bayanlar deterjan ve yumuşatıcı ambalajlarında görüyordur. Artık konsantre olarak, daha küçük ambalajlarda satılıyor. Küçük ambalaj, sadece ambalaj malzemesi değil. Aslında onu, o ürünün bir yerden bir yere nakliyesi, orada çevreye verdiği zarar, oradaki maliyetle de aslında topyekûn bir zincirdeki bazı masrafları ve bunun doğaya olumsuz etkisini azaltmak olarak görmeliyiz. Orada, ilginç parametreler var. Ambalajda bazı şeyleri küçültmeye çalışıyorsunuz, bu da yine tüketicideki algıyla çok alakalı. Deterjan sektörüyle çalışırken, konsantre deterjan ve yumuşatıcılara Avrupa Birliği kadar hızlı geçemedik. Çünkü araştırmalar şunu gösteriyordu: Ev hanımları için ne kadar çok deterjan, ne kadar çok yumuşatıcı koyarsa o kadar iyi bir iş yapmış, kendini ispatlamış ve dışarıya da göstermiş oluyordu. Böyle bir algı da var. Diğer açıdan, ambalaj gerçekten gıda güvenliğiyle de alakalı bir konu. Umur Bey bahsetti; kim üretti? Ne zaman ve nerede üretti? Bunların hepsini bu ambalajdan okuyabiliyorsunuz. Ama bir yandan da çevresel etkiler açısından da farklı bir yerde duruyor. Dünya ölçeğinde, ambalajsız ürün satımına doğru gidiş var. Amerika'da, kuruyemiş reyonunda örneğin içinde fıstıkların olduğu bir yer var. Kendi kavanozunuzu götürüyorsunuz ve oradaki çeşmeden kuruyemişleri doldurabiliyorsunuz. Fındık, direkt öğütülerek kendi kavanozunuza fındık ezmesi olarak doluyor. Bu tür trendler var. Ama bu ambalaj tasarımcılar için bir tehdit değil. Bazen de böyle sorular geliyor. Ambalaj bir ürünü üretildiği yerden raf ömrünü uzatarak sağlıklı bir şekilde koruyarak, son tüketiciye ulaştırmanın bir aracıdır. Biz en iyi ürünü, en uygun fiyata ve her yerde istiyoruz. Bunu da

sadece ambalajla sağlayabiliyoruz. Aslında insanların gelip organik bir şeyleri bulmak ümidiyle, biraz da romantik olarak turistik geziler yapması kötü değil. Yeter ki, o ihtiyaca doğru ambalajlarla karşılık verelim. Yerel değerleri, buranın kimliğini yansıtan ambalajlar olsun. O zaman, zincir galiba tamamlanmış olacak.

Soru-Katkı: Zeytinyağı tadım uzmanıyım. Burada genellikle, marka imajı konusunda yapıldı tüm konuşmalar. Bir markanın nasıl yüceltilmesi gerektiği, tüketicinin nasıl etkilenmesi gerektiği üstüne ağırlıklı olarak bilgilendik. Oysa biz gayet iyi biliyoruz ki, rafları süsleyen birçok marka içinde, oldukça kalitesiz yağları kaliteli yapmış imajıyla, reklamıyla pazarlamaya devam ediyorlar. Burada tüketici, direkt olarak aldatıldığının farkında olması gerekiyor. Nasıl ki peynirin, zeytinin tadına bakarak alan tüketici, inşallah yakın bir zamanda zeytinyağının da tadına bakıp kavrayarak seçmeyi öğrenecek. Bunun da, vurgulanması gerektiğini düşünüyorum. Orhan Bey'in bahsettiği verilerden hareket ederek, Batı Avrupa'da üç yüz elli dolar kişi başına olan ambalaj masrafının, Türkiye'de iki yüz dolar olduğunu söyledi. Batı Avrupa'yla, Türkiye'yi kıyasladığımız zaman gelir seviyesi, tüketim harcamaları belki on kat fark eder. Ve orada, hemen hemen hiçbir ambalajsız ürün yok. Ambalaj, hayatta çok daha büyük yer edinmiş. Bunu kıyaslayınca, Türkiye'nin ambalaja çok daha yüksek bedel ödediğini fark ettim. Ambalaj sektörünün sorunu, maliyetlerini düşürmelerinde fayda var diye düşünüyorum.

Prof. Dr. Tevfik Balcıoğlu: Teşekkürler. Sorudan ziyade bir yorum diye algılıyorum. Yanıt vermek isteyen olur mu?

Ümmühan Tibet: Sektörümüz maalesef büyüyemiyor. Özellikle, kayıt dışılık çok fazla ve bu sektörün büyümesinin önündeki en büyük engel. Yıllardan beri şunu öneriyoruz; "Lütfen ürettiğiniz ürün markalı olsun. Tarım Bakanlığı'ndan işletme kayıt numarası alın" diyoruz. Ama şimdi de bütün Anadolu markalı, kalitesiz, taklitli ve tahşişli ürünlerle dolu. Mesaimin, yüzde yetmişini bunlarla mücadele ederek geçirmek durumunda kalıyorum. Ama bu bizim markalı, ambalajlı üretim yapmamızın önünde engel olmamalı. Bir tasarımcı olarak, benim sizde ricam şu; acaba taklit edilemeyen, çünkü hile kadar taklit ürün de çok fazla raflarımızda. Taklit edilemeyen, hologram da taklit edilmeye başlandı. Markalı, ambalajlı ve ürün güvenliğiyle beraber ürün kalitesi yüksek ürünlerle, Türk tüketicisine ulaşmamız gerekiyor. Tabii ki, Dünya raflarında da ambalajlı Türk markalarıyla yer almamız son derece önemli. Her defasında, hedefimiz bu oldu. Özellikle aktif ve dinamik Türk tüketicisi, şimdi medyanın da aracılığıyla zeytinyağına yöneldi. Bu yönelme doğrultusunda, siz değerli tasarımcılarımızın, gençlere yönelik alma isteği uyandıran, daha cazip hale gelebilecek ambalaj tasarımları neler olabilir? Bu konularda umuyorum ki sektörümüzde sizlere daha çok ulaşacaktır. Marka yaratmak isteyen çok sayıda girişimci var. Bunlara yönelik neler yapılabilir? Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi olarak sizlerle beraber olmaktan büyük mutluluk duyacağız bu anlamda. Çünkü Türk tüketicisi, zeytinyağını tanımıyor, tanıdığını da yanlış tanıyor. Bu algıyı değiştirmek adına sizlere çok ihtiyacımız var.

Soru-Katkı: İstanbul'da yaklaşık bine yakın noktaya toptan gıda dağıtımı yapabilen, bir

şirketin sahibiyim. Birkaç sorum var. Toplumun bütün kesimlerine, dağıtım yapabilen noktalarda arkadaşlarım çalışıyorlar. Pet, sağlıklı mıdır? Cam şişeyle, peti karşılaştırdığımızda yağın kalitesinde mesela iki yıllık bir süre doğru saklama koşullarında geçse bile, sağlığa etkisiyle bir farklılık var mıdır? Bu, birinci sorum. İkincisi, cam-pet tasarımıyla ilgili piyasada böyle bir ürün var mı? Şu anda cam-pet gibi camla petin karışımı ambalaj tipi daha var. Bu yaygın mı? Bunun yaygınlaştırılması, cam şişeyle ilgili olan maliyeti düşürür mü? Üçüncü sorum da, teneke tasarımı sadece bilinen, klasik dikdörtgen ya da kare teneke midir? Yoksa Dünya’da farklı tarz teneke tasarımları var mıdır? Buradan, şuraya gelmek istiyorum. Zeytinyağını alıyorum İstanbul’da Bağdat Caddesi’nde, Nişantaşı’nda ya da bugün tasarlanan sizin bahsettiğiniz ürünleri satmak çok zor değil. Tasarlanıyor, şarküteri ya da iyi marketlerde insanlar satın alıyor. Ama bunu Sultanbeyli’de, Bağcılar’da satmak lazım. Ortalama 1,8 litre tüketimi artırabilmek için kaliteli ürünün, daha da yaygınlaştırılması gerekiyor. Örneğin et fiyatları, son birkaç yıldır artıyor. Kırk-elli liraya geldi. İnsanlar, et yemeyeyim demiyor. Parasına göre, gidiyor et alıyor. Evet, şikâyet ediyor ama et yiyor. Dolayısıyla zeytinyağı da, en az et kadar yemek pişirmede belki ondan daha yaygın bir şey. Etin içine yumurta kıramazsınız ama zeytinyağının içine yumurta kırarsınız. Ete banıp, ekmekle yiyemezsiniz ama zeytinyağına banıp yersiniz. Bugün fiyatlara baktığımızda, on altı-yirmi lira arasında. Etin fiyatı daha pahalı ama et tüketimini bilmiyorum. Zeytinyağıyla ilgili, bir yatırım yapmak istiyorum. Balıkesir, Havran’lıyım. Yirmi yıl, orada yaşayıp İstanbul’a gittim. Bu anlamda, çok önemli bir yolu var aslında zeytinyağının. Son bir yıldır, et fiyatlarının artması ama tüketimin o kadar düşmemesi buna bir örnek.

Soru-Katki: İki sitemim var. Birincisi, Karaburun’daki pis yumurtayı ön plana çıkıyoruz hata mı ediyoruz diye. Köyde üretilen ürünü, pazara nasıl sunabiliriz onu düşünmemiz gerekiyor. Onu daha iyi koşullarda, tüketiciye nasıl sunmalıyız? Bence onu düşünmeliyiz, bunun için ne yapabiliriz? Zeytin birliği arkadaşımıza da sitemim, Seferihisar’da evet pazarda pet şişede satılan zeytinyağı var. O üreticinin, elindeki yağı nasıl şişeleyip pazara sunmalıyız? Bunun için ne yapalım? Seferihisar’da, sadece Gödense Kooperatifi yok.

Prof. Dr. Tevfik Balcıoğlu: Bunları sitem değil, soru olarak alıyorum. Köydeki, o yumurtaya kimse pis demedi. Farklı bir algı oluşturduğundan bahsedildi. Onu doğru bir çerçeveye oturtmak gerekir. Burada, algı operasyonları çok önemli. Hakikaten iyi tat adlığımızı düşündüğümüz, daha doğrusu beğendiğimizi düşündüğümüz zeytinyağı, en iyi zeytinyağı mı? Az önce Gamze Hanım, “Rusya’da beşinci sınıf zeytinyağı, en kaliteli zeytinyağı diye kabul ediliyor” dedi. Niye? Öyle bir tat algısı oluşturulmuş ve ona bağlı olarak da bir pazar oluşturulmuş. Burada yapılması gereken işlerden birisi de, bu bilinçlenmeyi sağlamak olmalıdır diye düşünüyorum. Şimdi sözü konuşmacılara bırakacağım. Hatırlatayım. Pet şişeler, ne kadar sağlıklıdır? Pet-cam şişeler piyasaya sürülüyor bununla ilgili görüşünüz nedir? Farklı teneke tasarımları var mı? Evet, var. Kendim gördüm. Silindirik şeklinde, teneke tasarımları var.

Gamze Güven: Mümkün, onun cevabını kısaca vereyim size. Geçmişte, petin öncesinde PVC vardı biliyorsunuz. Çok ciddi sağlık sorunları yaratan, kanserojen maddeydi ve tüm Dünya’da

yasaklandı. Yakın zamana kadar aslında Türkiye’de, üç-beş yıl öncesine kadar PVC hala kullanılıyordu ama Allah’tan şimdi yok. Pet, nispeten plastikler içinde iyi. Ama biliyorsunuz ki, su şişesini güneşte sakın bırakmayın, kanserojen olur diyorlar. Güneşte kalırsa, bence o da kanserojen değerlere ulaşacaktır. İyi korunma koşullarında, bence saklanmalı. Benim de hep sorguladığım bir konu, neden hep renkli petler yapılıyor? Madem güneş ışığından yağlı korumak gerekiyor, neden koyu pet yapmayalım? En azından, koyu petlerle bence bir nebze yağımızı koruyabiliriz. Ama pet, neden tercih ediliyor? Cam şişe aslında çok çok pahalı değil. Yaklaşık adetlere bağlı tabii ama peti diyelim ki, on beş kuruşa mal ediyorsanız cam şişeyi de, seri üretilmiş olanını seksen kuruşa mal edebiliyorsunuz. Ama yine de, üç-dört katı bir maliyet farkı var. Esas tercih edilmesinin temel nedeni, maliyet de değil. Kırılmaması olayı ve nakliyedeki, hafifliğidir. Bu nokta da bence aşılması gereken sorunu, maalesef aşamadık. Bütün Dünya, küçük ürünlerde zeytinyağını cam şişeye koyuyor. Bu, gittikçe yaygınlaşacaktır. Bir de, Anadolu Cam yüksek adetlerde cam şişe üretimi ve maliyetleri dolayısıyla, yüksek adetli şişede düşürmesi biraz aşıldı. Anadolu Cam butik üreticiler için düşük adetlerde üretime yavaş yavaş geçecek ama onun haricinde başka üreticiler de var Türkiye’de. Aslında özgün tasarımda, üç-beş-on bin adet şişe imal ettirmek mümkün. Bir farkı, bunun ayrı otomatik üretimden olduğu için içindeki nominal dolum seviyesi çok hassas olamayabiliyor. Et kalınlığı, değişken olduğu için. Vidalı kapaklı olabiliyor. Ama Yunanistan’da görüyorum. Gerek uzun şişeleri, gerek zeytinyağı şişeleri olsun çok değişik şişeler var ve bunu butik üreticiler üretiyor. Bulgaristan’da böyle üreticiler var, Türkiye’de de var. Ve çok büyük maliyetler değil. Seksen kuruşluk Anadolu Cam şişesi yerine, orada birim fiyat cam şişe başına, iki liraya çıkabiliyor. Baskısıyla birlikte, bunu göz önüne alıp katma değerli satmak gerekiyor. Bir diğeri, pet-cam. Şu anda, Doğanay firmasının çok büyük yatırımla yaptığı özel projedir. Yaygınlaşma imkânı biraz zor gözüküyor. Çünkü makine tamamen ona endeksli; fabrikada dolum hattı uyan ısıya bir de onu almaları gerekecek ki, küçük üreticiler için bu çok gerçekçi değil. Son olarak, çok güzel bir konuya değinildi. Ambalajsız ürün, Dünya’da yeni trend. Dünya’da, çeşitli süpermarketlerde ambalajsız ürün marketleri oluştu. Kuruyemiş örneği verildi. Kesimlikle zeytinyağı için çok büyük bir fırsat. Burada kooperatifler, birlikler bir araya gelip belli marketlerle anlaşıp beş-on markanın işte otomat makinesinde kendi markalarıyla, kendi şişenizin dolumunu yapıp çok rahatlıkla ambalaj maliyetinden, tüketiciyi fedakar ettirip maliyetleri düşürerek yaygınlaşmasını sağlayabiliriz diye düşünüyorum.

Prof. Dr. Tevfik Balcıoğlu: Evet, gördüğünüz üzere tasarımcılar, her an tasarım yapmaya devam ediyorlar. Tabii, burada önemli olan şu: Gamze arkadaşımızın otomat makinelerdeki yağların kalitesinin ve bilgisinin doğru şekilde verilebiliyor olması. Ki, siz bardağınızı, şişenizi uzattığınızda ne aldığınızı çok iyi bilirsiniz diye.

Soru-Katkı: Pet ve cam arasındaki ilişkiyi açıklamak istiyorum. Çünkü ambalajdan, gıdaya geçen iz bileşenlerine, mikrasyon diyoruz. Ve su, nötr bir içecek. Buna rağmen son yıllarda yapılan bilimsel çalışmalar göstermiştir ki, plastik ambalajdaki su sağlığa çok zararlı. Çünkü ftalatlar, bifeniller suda çözünüyor. Yağın da plastik tarafından çözünen, çok önemli

bileşenleri var. Bunlardan dioksin o kadar sağlığını için zararlı ki, sözgelimi insanoğlunun neslini etkileyebilecek yumurtlamayı engelliyor. Zeytinyağına biz, sağlık diyoruz. Zeytinyağı, sağlıklı olarak tüketiciye ulaşmalı. Bu anlamda da zeytinyağı ve plastik ne olursa olsun hiçbir türünü yan yana getirmemeliyiz. O bakımdan zeytinyağı, camdan ambalajlanmalı. Cam ambalajla sunulmalı veya teneke tabii ki. Ama bunun yanı sıra petle, zeytinyağı asla yan yana gelmemeli diyorum ve bunu bir kalite uzmanı ayrıca gıda analizleri yapan bir kişi olarak söylüyorum. Diğer taraftan cam-pet konusu. Ben de çok heyecanlanmışım ilk duyduğumda. Çünkü hakikaten camın dezavantajlarını gideren bir şey gibi düşünmüştüm. Geçtiğimiz günlerde bu konuyla ilgili, konu uzmanlarıyla görüştüğümüzde şunu öğrendim ki plastiğin içine silika püskürtülerek, cam imajı yaratılıyor. Bence tüketiciyi yanıltan bir ürün. Ve yine öğrendiğime göre, Paşabahçe tarafından mahkemeye verilmiş, cam ismi kullanıldığı için. Cam sağlıklıdır, zeytinyağı sağlıklıdır ve ikisi birlikte kullanılmalıdır. Diğer dezavantajları yönüyle tabii ki ilave tedbirler alınabilir.

VI. OTURUM

MARKALAŞMA, TANITIM, PAZARLAMA, KONUMLANDIRMA, DAĞITIM: 'ZEYTİNİN ADI YETER...'

M O D E R A T Ö R

Ece GÜÇER

[Eğitmen]

K O N U Ş M A C I L A R

Cengiz DİKMEN

[Tariş Genel Müdürü]

Chirstopher DOLOGH

[Kristal Yağları Genel Müdürü]

Ekrem ÖZER

[Özaltun Tarım Ürünleri Genel Koordinatörü]

Pelin OMUROĞLU BALTIOĞLU

[OLIVURLA Zeytin&Zeytinyağı Üreticisi]

Selin ERTÜR

[Selativo, Zeytinyağı Eksperi, Üreticisi]

Ece GÜÇER

M O D E R A T Ö R

Konumuz marka. Marka olunca da, konunun uzmanı, markaya gönül vermiş, bu konuda senelerdir çalışan konuşmacılarımız var. O nedenle, birkaç konuya dikkatinizi çekmek istiyorum. Nedim Atilla çok güzel bir şey söyledi; “Bu topraklar, bizi adam etti” dedi. Ben de bu topraklarda yetişmiş, zeytinci bir ailenin torunu olarak bu topraklar sayesinde burada olduğumu düşünüyorum.

Değerli konuşmacılarımız neler yaptıklarını, sektörde nelerle boğuştuklarını, hangi konularda nasıl başarılar elde ettiklerini anlatacaklar. Hem endüstriyel tasarımcı olarak, hem de marka ve pazarlama uzmanı olarak, iki gündür tüm konuşmaları dinlemeye çalıştım. Bazen çok üzıldüm, bazen çok sıkıldım, bazen çok sinirlendim, bazen de çok heyecanlandım. Bu oturumda biz çok şanslıyız. Çünkü bizden önceki konuşmacılar, bize konuşma zeminimizi çok güzel hazırladılar. Meslektaşlarım, çok önemli vurgular yaptılar. Ben de, benzer şeyler söyleyeceğim. Trendler nereye doğru gidiyor? Markaları nasıl konumlandırmak lazım? Bunun üzerine özellikle kafa yoruyorum. Tabii ki yaratıcılık ve fikir çok önemli. Ama şunu unutmamak gerekli; plan yapmak, planlı yaşamak gerekiyor. Profesyonel çalışan insanlar olarak biz hep söyleriz; iş hayatımızın hep planlar üstüne kurulu olması gerekiyor diye. Ama plan yaparken atladığımız bir şey var. Hep yarını planlıyoruz. Yükleme yapılmış yarınların geldiğini, çoğu zaman fark etmiyoruz. Bugün aslında, dünkü yarındır. Bana gelen yaklaşımlar genellikle şöyle: “Emekli olunca, zeytinyağı işine girmek istiyorum. Ne önerirsiniz?” İleride yapmayı planlıyorsanız, ileride değil şimdi başlayın. Zeytinyağı ve zeytin bir hobi değildir. Hobi olarak yapılamaz. Ne düşünüyorsanız bugünden planlayın, bugünden yapmaya başlayın. İki gündür çok güzel notlar aldım. Çok güzel planlar yapmaya başladım, konuşmacılarımızdan çok güzel fikirler edindim. Bunun arkasının gelmesi gerekiyor. Biz burada konuşuyoruz, arkadaşlarımızla, çevremizle, iş hayatımızla paylaşıyoruz. Ama arkası gelmiyor. Devamının gelmesini dileyerek; profesyonelleri, gönül verenleri, çalışmak isteyenleri ortak bir platformda buluşturduğu için İzmir Akdeniz Akademisi’ne çok teşekkür ederim. Markalar demeyeceğim, marka insanları burada. Markalarına yatırım yapmış, markalarını yöneten, bu konuda çok başarılı isimler burada. Söz, Cengiz Dikmen’e bırakıyorum.

Markalaşma Sürecinde Tariş Zeytinyağı

Cengiz DİKMEN

TARİŞ Genel Müdürü

TARİŞ Zeytin Zeytinyağı Birliği'nin satış pazarlama firması olan, TARİŞ Zeytin A.Ş.'nin Genel Müdürüyüm. Bu yıl, bizim için önemli. TARİŞ olarak, yüzüncü yılımızı kutluyoruz. Zeytin ağacı için erken olsa da, markalar için yüzyıl oldukça önemli. Zeytin ağacı yüz yaşında, gençliğini yaşamaya başlar. Birazdan sizlere anlatacağım hikâyemiz TARİŞ markasının son on beş yılına ait marka ve iletişim çalışmalarını kapsayacaktır. Ama bu yüz yılı ve yüz yılın içindeki bazı çalışmaları da yine sizlerle paylaşacağım.

TARİŞ, bir kooperatiftir. Ve kooperatiflerimizin olduğu bölge, Ege Bölgesi'dir. Marka yolculuğumuz, Ege'nin bu coğrafyasındaki otuz iki kooperatif ve yirmi sekiz bin üretici ortağının birlik ve emeğiyle oluşmuştur. TARİŞ, yirmi sekiz bin üretici ortağıyla beraber aynı zamanda sektörün en modern ve gelişmiş teknoloji tesislerine sahiptir. Az önce söylediğim gibi her ne kadar anlatacağım marka serüveni son on beş yılı kapsayacak olsa da, TARİŞ bu yüz yıllık marka hikâyesi içinde birçok iletişim çalışmasında bulunmuştur. Ve bu iletişim çalışmalarıyla ilgili olarak, seçtiğim bazı örnekleri buraya getirdim.

Önceki oturumda tasarımcı arkadaşlar, tasarımın zamanın ruhuna ve sosyo-ekonomik yapısına uygun olması gerektiğini belirttiler. TARİŞ, bu süreçte dönemin sosyal ve ekonomik yapısına uygun olarak birçok iletişim çalışmasında bulunmuştur.

Hedef kitle kavramı, o zaman da var. Evet, sunumun başında söylediğim gibi çalışmalarımızı ve yol haritamızı kendimize özgü bir dille anlatacağız. Biz neler yaptık, bunu anlatacağız. Pazarlamanın belki teknik kavramlarından bahsetmeyeceğiz ama bu kavramların içinde biz yolumuzu nasıl çizdik, neleri ve nasıl yaptık bunları anlatmak istiyorum. Yol haritamızda 2000 yılı, neden bizim için önemli bir milattır?

Özellikle 2000 yılı sonrasında tüketicinin artık kral olduğu, Dünya'daki değişimle birlikte markaların üretim odaklı olmaktan ziyade, pazar odaklı olmaya başladıkları bir dönemdir. Bu değişimi TARİŞ kendi içinde yaşamış ve öncelikle organizasyon yapısını, pazarlama yaklaşımını değiştirerek kendi yol haritasını belirlemiştir. Bu nedenle bizim için milattır. Bu organizasyon içinde de, TARİŞ Zeytin A.Ş. profesyonel bir satış pazarlama firması olarak 2001 yılında kurulmuştur. Bu örgütlenme çalışmasından sonra ilk yaptığımız iş, müşteriye dinlemek olmuştur. Her ne kadar hepimiz bu çalışmaların içinde hep müşteriye dinliyoruz, pazardan bu verileri alarak SWOT analizi yapıyoruz diyoruz ama bir şeyi itiraf etmek gerekiyor o da, bu konuda kendi objektif görüşlerimiz dışında sübjektif görüşlerimizin de olduğunu da bilmemiz. Ve burada konusunda uzman, yetkin, kalitatif ve kantitatif araştırmalar yapan firmalarla çalışmamız lazım. Bu konuda, birçok grupla çalışarak öncelikle pazarı analizi ettik. Böylelikle

pazarın yapısı, zeytinyağı kullanım alışkanlıkları ve markamızın tüketici için ne ifade ettiği net bir şekilde belirlenmiştir. En önemlisi TARİŞ markasının bizim gözümüzle değil, müşterinin gözünde ne olduğunu anlamaya çalıştık. Bu çalışmaları, firmalar olarak zaman zaman ihmal ediyoruz. Bunu, bir gider kalemi olarak görüyoruz. Çünkü bildiğimizi düşünüyoruz. Ama bugün Dünya’da en önemli arayış, tüketici trendlerini anlamaktır. Çünkü tüketici, artık eski tüketici değil. Kendi yerel hayatı içinde, Dünya’ya sürekli bağlı ve her türlü konudan etkileniyor. Bu anlamda da müşteriye dinlemek şimdi ve bundan sonra da önemli olacaktır. Biz müşteriye dinledik, bundan ne elde ettik? Şunu gördük; tüketici zeytinyağını, [2000 yılında yapılan ilk çalışmadan bahsediyorum] yalın, doğal ve saf olarak tanımlıyor. Üründe aradığı özellikleri de söylüyor. Berrak olmasını, saf olmasını istiyor.

TARİŞ markasını, 2000’li yılların başında nasıl tanımlıyor? TARİŞ, Ege’nin güvenilir, köklü, samimi, dürüst, ilkeli bir markasıdır. İnsanlara sıcak geliyor. Devletle biraz özdeşleştiriliyordu o günkü çalışmalarda. Özellik anlamında; güvenilir, Egeli, sıcak, samimi ve idealist olması görünüyordu. Bunlar olumlu görünen ciddi özellikler. Çünkü birazdan oluşturacağımız marka kişiliğimiz ve değerlerimiz için baz teşkil eden ifadeler bunlar. Ama aynı zamanda markamıza, dışarıdan bakan bir gözle de şunu gördük; TARİŞ bölgesel bir markaydı, evet, yaş ortalaması yüksekti, tüketiciye uzaktı, çünkü dağılımı çok düşük seviyeydi. Marka imaj haritasındaki yeri, tüketici tarafından çok net bir şekilde ifade edilemiyordu. Bilinirlik düzeyi, Ege dışında oldukça düşük seviyelerdeydi. Bu tespitlerden sonra ilk yaptığımız şey, markanın özüne odaklanmak olmuştur. Böylelikle marka kişiliğimiz, değerlerimiz ve konumlandığımız buna göre oluşturulmuştur. Orta ve uzun dönemli planlama çalışması yapılarak markanın özüne inilmiştir. Planlama çalışmasında da yine konusunda uzman marka danışmanlarıyla ve ajanslarla çok ciddi çalışmalar yürüttük. Bu çalışmalar sonucunda marka kişiliğimizi artık şu şekilde ifade edebiliyorduk. TARİŞ; Egeli, uzman, köklü, güvenilir, sıcak, samimi, doğal, dürüst ve idealisttir. Marka değerimizi de güven ve uzmanlık üzerine kurduk. Marka konumlandığımızı artık yapabiliyorduk. Çünkü marka konumlandırması birazdan anlatacağım gerek iletişim çalışmalarında gerekse ürün geliştirmede en önemli yol haritasını oluşturacaktır.

Tüm çalışmalar, bu marka konumlandırması üstüne inşa edilmiştir. Öğleden önceki sunumu çok fazla önemsiyorum. Çünkü tasarım ve üründe farklılaşma, konumlandırmada hedeflediğimiz yere gelebilmek için yaptığımız en önemli stratejik adımlar olmuştur. TARİŞ’te, ilk işe başlarken ürün çeşitliliğini artırarak ve tasarımsal olarak farklılaşarak işe başlamıştır. Bu amaçla ambalajlarımızı ve etiketlerimizi yeniledik. TARİŞ büyük bir cesaretle, klişelerden uzaklaşarak özgün tasarımlar oluşturmuştur.

TARİŞ, Egelidir ve Ege koleksiyonu yapmaya en yetkin firmalardan bir tanesidir. Burada otuz iki kooperatifin ayrı ayrı ürünlerini şişeledik ve farklı tat ve lezzetleri tüketicilerimize sunduk. Özellikle yurtdışında, aromalı zeytinyağı tüketimi var ve bizde bu kitleye hitap etmeye çalıştık. Tabii her değişim, karşısında bir direnç getirir. Biz de ilk yaptığımız çalışmalarımızda ve etiketlerimizde, o direnci yaşadık. Ve sonunda tüketici, ürünlerimizi fazlasıyla benimsedi. En son, 2015 yılında değişiklik yaptık. O değişiklikte de, dirençle karşılaştık ama bu defa direnç oldukça azaldı.

Tasarımsal yaklaşım çok önemlidir. Ama aynı zamanda şunu unutmamak gerekir; yenilik yaptığınızda aynı gün, aynılaşmaya başlıyorsunuz. Çünkü sektör, sizi bir şekilde takip ediyor. O nedenle tasarımı, sadece pazarlamada kullanılacak tek atımlık bir çalışma olarak düşünmemek gerekiyor. Bunu şirketinizin yaptığı her işte, basın çalışmalarında, fuar organizasyonlarınızda ve yapacağınız her adımda kullanmanız lazım. Çünkü tasarım bizim açımızdan, pazarlama açısından şunu ifade ediyor: Bugün artık tüketici, 2000 yılı sonrasında klasik pazarlama enstrümanlarına karşı bağımsızlık kazandı. Tasarım yaklaşımına bakınca, aslında evlerimiz de değişti. Bazen soruyorlar: "Niye bu kadar şık şişeler yapıyorsunuz? Bu şişelerle ne anlatıyorsunuz?" Bazı eleştiriler hala gelmeye devam ediyor. Ama cesaret etmek gerekir. Biz de şunu söylüyoruz; "Yirmi-otuz yıl önce hepimiz tel dolaplı mutfaklarda yaşıyorduk. Zeytinyağlarımızı, tezgâh altına koyuyorduk." Ama şimdi corion tezgâhlar, bembeyaz minimal yapılar içinde bu ürünlerimizi sergiliyoruz. Oraya yakışan ürün ve tasarımlar koymak gerekirdi. Biz de bu trendi takip ediyoruz. Önümüzdeki günler ne getirir? Ambalajsız ürünler mi getirir? Onu da izleyeceğiz. En son etiket çalışmalarından bazı örnekleri sizlerle paylaşıyorum. Evet, bunu en sona sakladım. Adı: 'Asırlık'. Nedim Atilla çok güzel bir şey ifade etti; "Bu topraklarda zeytin ağacı, bizden önce de vardı ve bizden sonra da var olmaya devam edecek." Evet, bu topraklarda, bin yılın üstünde zeytin ağaçları var. Bizden önce de vardılar ve bizden sonra da olmaya devam edecekler.

TARİŞ'in, yüzüncü yılını kutluyoruz dedim. Biz de bu yıla özgü, aynı zamanda zeytin ağacının uzun ömrüne atıfta bulunmak için üç yüz elli yıllık ve onun üstündeki zeytin ağaçlarından bir ürün geliştirip adına, 'Asırlık' dedik. Bunu da özel noktalarda, tüketicilerimize paylaşıyoruz. Bu, yüzüncü yılımıza ait özel bir çalışma. Bütün bu çalışmalar sonunda tabii ki, ödüllendirildik. Hem ulusal hem de uluslararası alanda, hem ürün kalitesi hem de ambalajlarıyla. Bir önceki oturumda, bir beyefendi şunu demişti. Ürünler şık ambalajlı ama içindeki kalite ne? Evet, çok doğru. Zeytinyağını, özünden uzaklaşmamak gerekir. Zeytinyağının doğru özelliklerini, ürünün içine yansıtmak gerekir. Tabii ki ambalajı ve şişemizi değiştirdik ama kalitemizi artırarak. 2006 yılından beri katıldığımız, Dünya'nın en iyi natürel sızma yağlarının olduğu katalogda mutlaka bir ürünümüzle yer aldık. Aldığımız bütün ödülleri saymayacağım. Örneğin, 2012 yılında Türkiye'de 'Altın Ambalaj Yıldızları Yarışması'nda çintemani motifli ürünümüzle, tüm ambalaj ürünleri içinde altın ödül aldık. Aynı ürün, uluslararası tasarım yarışmasında da altın ödül almıştır.

Bunun dışında birçok ürünümüz katıldıkları yarışmalarda, ödüllere Türkiye'yi temsil etmişlerdir. Ürünlerimiz, bu yarışmalarla kalitesini tescil ettirmiştir. Ödüllerin bizim için önemi budur, tescil ettirmektir. Birazdan, iletişimde nasıl bir strateji izledik? Bunu tüketicilerimize nasıl anlattık? Onları sizlerle paylaşmak istiyorum. Konumlandırmada hatırlarsınız, TARİŞ Egelidir demiştik. Evet, TARİŞ gerçekten, Egelidir. Kooperatif olmamız, bunun somut kanıtıdır. Haritayı o yüzden gösterdim. Pazarlamayla ilgili, herhangi bir kitabı açtığımızda hep şu cümle çıkıyor karşımıza: Pazarlama, bir hikâye anlatmalı. Evet, hikâye anlatmalı ama biz hep şöyle söylüyoruz; pazarlamadaki bu hikâye ürünüyü, insanıyla, hizmetiyle gerçek ve özgün bir hikâye olmalıdır.

Tariş bu iletişim çalışmalarını, televizyon dışında da yazın basın yoluyla da desteklemiştir. Dağıtım kanallarımız bayiler, ulusal zincirler, e-ticaret, mağazalarımız ve horeca'lardır [hotel, restaurant ve catering]. 2000 yılında yaptığımız çalışmalarda TARIŞ'e atfedilen en önemli etkilerden bir tanesi, TARIŞ'in bölgesel marka olması, bilinirliğin az olması ve tüketicilerin ürüne ulaşmaktaki zorluklardı. Ürünü alanların çoğu Ege ziyaretinde, Ayvalık, Cunda veya İzmir'e yaptığı ziyaretlerde oradaki kooperatiflerimizden alıyordu. Bunu yaygın dağıtım stratejisini benimseyerek çözdük. Bugün Türkiye'de, bütün illere hizmet eden bir bayi satış kanalı ve doğrudan çalıştığımız ulusal zincir mağazalarımız var.

Daha sonra üçüncü dağıtım kanalı olarak, TA-ZE satış mağazalarını açtık. Bu aynı zamanda, TARIŞ'in öncü ve yenilikçi kimliğinin de bir eseridir. TA-ZE mağazaları, TARIŞ ve zeytinin ilk hecelerinin birleşimidir. Biz burada sadece zeytinyağını anlatmadık. Aslında bizi burada cesaretlendiren, Ege mutfak sanatıydı. Evet, Ege, Akdeniz'in işidir. Ege mutfak sanatının içinde, zeytinyağı başrolde. Bunun dışında mağazalarımızda kapariler, kurutulmuş domatesler, deniz tuzu ve bu bölgeye has bazı ürünleri tabii ki zeytin, zeytinyağı, sabunları koyarak bir kültür oluşturmaya çalıştık.

Türkiye olarak, uluslararası pazarda en büyük derdimiz kendimizi anlatamamak. Türkiye'nin bir lezzet, zeytin, zeytinyağı ülkesi olduğunu anlatmakta çok zorlanıyoruz. TA-ZE mağazalarındaki amacımız da, Türk zeytinyağını ve TARIŞ markasını, Türk markası olarak tanıtmaktır. Mağazalarımızı, zeytinyağından etkilenerek sade, yalın ama değerli ve doğal tasarım yaklaşımıyla dizayn ettik. 2002 yılından itibaren, TARIŞ internet sitesini tüketicilerimizle buluşturuyoruz. Bu site tasarımında da yine tüketici beklentileri ve alışveriş trendleri dikkate alınmıştır. 2000 yılından sonra başlayan bu çalışmaların sonucunda, hem satış artışı gerçekleşmiş hem de TARIŞ artık sadece Ege'de bilinirliği yüksek bir marka değildir ama ulusal bir marka olmayı başarmıştır. Bu değişim ve gelişme ülkemiz coğrafyasına özgün, taklit edilemez ve marka değerine sahip çıkarak, kooperatiflerin algısının eksi olduğu bir dönem de, Türk çiftçisinin emeğinin nasıl markalaşabileceğinin somut kanıtı olduğu için önemlidir.

Dünya Markası Olma Yolunda Türk Zeytinyağı

Christopher DOLOGH

[Kristal Yağları Genel Müdürü]

Kristal zeytinyağlarının, üçüncü neslini temsilen buradayım. Tabii tecrübem, bu salondaki birçok büyüğümden, hocamdan, uzmanımdan çok daha az. Sizlere gerek Türkiye'yi dolaşarak, gerekse Dünya'yı dolaşarak Türk zeytinyağı için, Türk zeytinyağının gelişimi için gördüğüm fırsatı kısaca anlatacağım. Cengiz Dikmen'in de dediği gibi, yurtdışına çıktığımızda en büyük sıkıntımız, konuştuğumuz şey markamızdan önce hangi coğrafyadan, hangi ülkeden geldiğimiz.

Türk zeytinyağını uluslararası alanda anlatmaya ve orada temsil etmeye çalışıyoruz. Ama biraz değil çok daha uğraşmamız lazım. Ülkemizin TARIŞ gibi, Kristal gibi bildiğinden şaşmayan, kalitesinden ödün vermeyen, kültürünün üstüne ekleyerek devam etmeye gayret eden markalara ihtiyacı var. Bu markalar var. Biraz çalıştık mı, biraz uğraştık mı, biraz da düşünüp iyi planladık mı, şimdi göstereceğim rakamlar sizlere nerelere gelebileceğimizi çok rahat anlatacak.

Zeytinyağını anlatmaya başlamadan önce, Dünya'daki bitkisel yağ üretimine bir göz atalım. Dünya bitkisel yağ üretimi içinde, zeytinyağının payına bakalım. Kaçınız aşağı yukarı %2 olduğunu biliyordu acaba? Dünya'da üretilen, tüketilen bitkisel sıvı yağlar içinde zeytinyağının payı sadece %2. Düşünsenize, inanılmaz bir fırsat var önümüzde. Zeytinyağını bugün konuşuyoruz, bunu %3 yaptığımızda, %50 büyümeye demek arkadaşlar. Dünya zeytinyağı üretimi içinde, Türkiye'nin payı ne? Ona bir bakalım. Aşağı yukarı, senelik dinamiklere göre, %5-8 arasında gidip geliyor. Dünya'nın çok özel bir ürününün, çok da büyük olmayan bir üreticisiyiz demek bu. Şimdi, hep anlatılan bir ayakkabıcı hikâyesi vardır; İki tane satıcı gönderiyor patron. Bir tanesi diyor ki, "ya patron burada kimse ayakkabı giymiyor. Mümkün değil satamayız." Diğeri farklı bir açıdan bakıyor, "Patron, burada kimsenin ayağında ayakkabı yok, parayı koyacak yer bulmayacağız" diyor. Bence şu anda durumumuz, ikinci satıcıyı iyi anlatıyor. Ama neden? Son, yirmi dört yıl boyunca bu istatistikler, Uluslararası Zeytinyağı Konseyi ve Amerika Tarım Bakanlığı ve Dünya Bankası verileriyle oluşturulan özetler. Son yirmi dört yıl boyunca, Dünya zeytinyağı tüketim trendine bakıyoruz ve 2010-2011 yılından sonra belli dinamiklerden dolayı yavaşladığını görüyoruz. Zeytinyağı nerede tüketiliyor? %50-70 arası, Avrupa Birliği ülkelerinde tüketilirken, %10 Amerika'da tüketiliyor. Gerisi de Dünya'nın farklı ülkelerinde tüketiliyor. Avrupa Birliği ve Uluslararası Zeytinyağı Konseyi üyesi ülkelere, kişi başı zeytinyağı tüketimi ne olmuş? Yunanistan 16,3. İspanya 10,4. İtalya 9,2. Lüksemburg bile 5,5. Peki, Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi [UZZK] üyesi olmayan ülkelere bakalım; Filistin 3,2. İsviçre 1,7 diye gidiyor. Amerika tabii ki kişi başına, aşağı yukarı bir kilo tüketiyor. Nüfusun da büyüklüğü Amerika'yı tüketim konusunda dev yapıyor. Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi [UZZK] üyesi ülkelere bakalım. Suriye 7 kilo, Türkiye 2-2,2 arasında gidip geliyor. Baktığımızda üretici bir ülke için

oldukça düşük bir rakam. Ama şu anda, yetmiş sekiz milyon olduğumuzu varsayarsak iki kilo dediğimizde, aşağı yukarı yüz altmış-yüz yetmiş bin ton ürettiğimizde ancak bunu tüketecek kadar. Daha fazlası yok ki, tüketelim. Daha fazlası var da, tüketmiyoruz değil.

Peki, Türkiye'de Ayçiçek yağı tüketimine bir bakalım. Tahminlerinizi hazırlayın. Kişi başı, on dört kilo çiçek yağı, iki kilo zeytinyağı tüketiyoruz. Çünkü belli yerlerde zeytinyağı tüketimi-miz hala çok düşük. Ayçiçek yağının kötülemek anlamında değil ama zeytinyağının krallığı tartışılmaz. İki kere iki, dört! Dünya zeytinyağı ithalatına bakalım; Türkiye'nin ne kadar tüketildiğine, ne tüketiyormuş ona baktık. Demek ki iç pazarda, inanılmaz bir fırsatımız var. Üretimimiz arttığı anda -Cengiz'in Bey'in de çok güzel anlattığı gibi- tüketicimizin de istediğini yaptığımız ve kalitemizden ödün vermediğimiz takdirde Türkiye'deki markalarımızın daha da kuvvetlenmesi, hatta yeni ve çok güçlü markalarımızın çıkması seneler içinde işten bile değil. İthalata bakalım. En büyük ithalatçı Amerika, Japonya, Çin, Brezilya, Kanada. Dünya zeytinyağı ihracatçılarına bakalım. Bunlar IOC provisional, yani kesinleşmemiş tahmini rakamlar. Ama Türkiye'ye baktığımızda, toplam sekiz yüz bin tonluk bir ihracat içinde, ülkemizin istediğimiz seviyede olmadığını görüyoruz. Ne demek bu? Fırsat var mı, yok mu? Var değil mi? Doğruları yaptığımız takdirde, inanılmaz bir fırsat var. Bütün bunlara karşılık olarak, Dünya zeytinyağı üretimine baktığımız zaman son senelerde bir periyodisiteden, Dünya'daki hava değişimlerinden kaynaklı bir sıkıntı içerisinde. Buna karşılık, ülke bazında tahmini IOC verileridir bunlar. Zeytin ağacı sayımız, İtalya'yı geçmiş durumda. İspanya'dan sonra ikinciyiz. Ne demek bu? Yani biz doğruları yaptığımız takdirde gelecek olan mahsulle hem kendimizi besleyeceğiz, hem de Dünya'yı besleyeceğiz demek. İlk akla gelen yapılacakları söyleyeyim; Türkiye'de şu anda zeytinyağı iç piyasada Tarım Bakanlığı patronajında, yurtdışı destekler için Ekonomi Bakanlığı patronajında, ülkemizi yurtdışında ve Uluslararası Zeytin Konseyi nezdinde temsil eden Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü var. Bir de bizler varız, İhracatçı Birliği var, tabii Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi'ni [UZZK] unutmamak lazım. Dolayısıyla o kadar farklı sektör bileşeni ve farklı görüşler var ki bunların mutlak surette bir araya gelip 2023 hedefimiz, dört yüz elli bin ton dediğimiz de, yani bugün yüz elli-yüz altmış bin tonlardan bahsederken üç katına çıkacağız dediğimizde, bunun mutlak surette, stratejik bir yol haritasının hazırlanması gerekiyor. Uluslararası bir marka olacaksak, hem kendi kültürümüzün içinde zeytinyağını daha fazla tüketiyor olmamız, hem de dışarıda tükettirebilmek için kalitemizin yükselmesi lazım. Bunu yaparken de verimliliğimizi de artırmamız lazım ki, bizden büyüklerle fiyat konusunda mücadele edebilelim. Bu üretimi, zararlıyla mücadelesi, toplaması, sıkması, muhafazası ki bunların içinde lisanslı depoculuktan bahsedebiliriz.

Global oyuncu olduğunuzda, bunları da mutlak surette hayat geçirmeniz gerekiyor. Her zaman konuştuğumuz bir konu, tağşişle etkin mücadeledir. Buna ödün vermeden devam etmemiz gerekiyor. Çünkü her zaman bitkisel yağın, zeytinyağında gözü var, bunu unutmayın. Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım faaliyetlerinin son sürat devam etmesi gerekiyor. Türk zeytinyağı olarak anlatılmayı isteyen, anlatılmaya ihtiyacı olan bir üründür. Yurtdışında kendimizi anlatmamız, yurtiçinde de güzel, lezzetli yemeklerimizin içinde daha fazla kullanılmalıyız. Son bir konu, bu

büyüme trendinde, ihracat fevkalade önemli.

İhracat yani Türkiye içerisindeki tüketim büyümesi, organik bir büyümeyken, yurtdışında hazır pazarlar var. Dolayısıyla, Ekonomi Bakanlığımız tarafından verilen desteklerin mutlak surette Dünya konjonktürüne, Dünya fiyatlamasına ve yurtdışına çıktığımızda rekabet ettiğimiz ülkelerdeki fiyatlamalara uygun olarak düzenlenmesi ve kesin surette bunun mahsup şeklinde değil nakdi iadeye çevrilmesi gerekmektedir. Yolumuz açık, rüzgârımız bol olsun.



Fotoğraf: TOLGA ÖZMEN

Zeytinyağı ve Markalaşma Sürecine Genel Bakış

Ekrem ÖZER

[Özaltın Tarım Ürünleri Genel Koordinatörü]

Üç kuşaktır zeytinyağcılık yapan bir ailenin, üçüncü kuşağını temsilen buradayım. Doğma büyüme Ayvalıklıyım. "Zeytin ağacının altında doğanlardan" diye bir ibare vardır. Onlardan biriyim. Gıda mühendisiyim. Aydın Koçarlı'da son üç yıldır, Özaltın Tarım İşletmeleri adı altında bir kuruluşta, ticari koordinatörlük yapmaktayım. Markalaşmayla ilgili, bir takım teorik bilgilerimi ve geçmişte yaşadığım bazı pratikleri sizinle paylaşmak istiyorum.

Hepinizin de bildiği gibi, markalaşma çok uzun, meşakkatli ve bence yedi tane temel unsurdan oluşan bir süreçtir. Birinci süreç, konumlandırmadır. İlginizi çekebileceğini düşündüğüm için daha çok pratikleri paylaşmak istiyorum. Konumlandırmada hangi ürünü, daha doğru-su hangi kalitedeki ürünü nerde pazarlamayı, nerde satmayı planladığımız önemlidir. İkinci olarak, ürün geliştirmek ve fiyatlandırmak önemlidir. Ki zeytinyağı bu konuda, çok göreceli fiyatlandırmalara sahip olabilecek bir ürün. Çünkü şu anda raflarda sadece natürel sızma ve Riviera ana konseptinde olan iki ürün var. Ama birazdan bahsedeceğim. Bunu daha da çeşitlendirmek mümkün olabilecek. Üçüncü olarak, markalaşmada reklam ve tanıtım ki bu çok çok önemli. Dördüncüsü, promosyon. Beşincisi, dağıtım. Altıncısı, müşterinin sadakati ve alışkanlıkları. Yedincisi de, karlılık ve o ürünün geleceği. Teorik olarak böyle konuşunca, kafanız biraz karışmış olabilir. Sonuç itibarıyla Türkiye'de ve yurtdışında Türk yağının markalaşması noktasında aslında çok ciddi sıkıntılarımız var. Şu anda raflarda, birinci ligde olan belli markalar var. Bir de, ikinci ligimiz var. Markalaşmaya çalışan, butik dediğimiz, yöresel bazı bölgelerde. Yani ulusal zincirlerde bulamayacağımız, gerçekten yüksek kalite spesifikasyonlarına haiz ürünler çok. Fakat bu kadar markalaşmanın önünde, bu kadar bilgi birikimiyle, bu kadar harcamayla yapılan işlerin önünde, o kadar büyük iki sıkıntı var ki. Ayvalıklı olarak size şöyle örneklerle açıklayayım; bakıyorsunuz ayakkabı satan bir mağazanın önünde, no name piramit şeklinde beyaz teneke huzmesi görüyorsunuz. Müstahsilden halka satış. Bir bakıyorsunuz meşhur Ayvalık tostçuların önünde, beyaz tenekeler. Son dönemde gittiniz mi Ayvalık'a bilmiyorum. Bir bakıyorsunuz İstanbul yolu üstünde, özellikle Havran bölgesinde, Gömeç'ten de başlıyor. Bir sürü, no name ürünler. Kesinlikle zeytinyağı satmadıklarını, size garanti edebilirim.

Bir tarafta markalaşmaya uğraşan, bir sürü para harcayan, reklam giderleri, bir sürü istihdam yaratmaya çalışan sanayi kuruluşlarını görün. Bir tarafta da, zeytinyağının adını lekeleyen, şöyle kötüdür diyen o kadar insanla bunun savaşını yaptık ki. Yirmi bir senedir, bu işin içindeyim.

İşte Körfez, Aydın, Güneydoğu olsun, her tarafın farklı lezzetleri var. Biliyorsunuz bu seçicilik,

göreceli bir kavramdır. Ayvalıklıyım, Ayvalık'ta büyüdüm, Ayvalık yağını severim. Aydın'da doğmuş büyümüş bir adam, Aydın yağını seviyor. Buna hayır, bu kötüdür, bu iyidir diye bir şekilde konumlandıramayız. Ama asıl üstünde vurgulamak istediğim ikinci bir konu da tahşiş. Şu anda özellikle Aydın Bölgesi'nde, kimin ne yaptığını çok iyi bilen, takip eden bir insanım. Yağların 1/3'ünde inanın nebati yağ karışımı, özellikle kanola yağı karışımı olduğunu tespit ettik. Şöyle ki, İzmir'deki bazı simsar arkadaşlarımız, otuz beş-kırk yıldır çok ciddi şekilde kanola yağı satışlarının arttığını ve benim de Aydın'da olduğumu bildikleri için sen de almak ister misin yaklaşımıyla geldiklerinde gerçekten şaşırdım. Nasıl olabilir böyle bir şey? "Vallahi tanker tanker kanola yağı satıyoruz Aydın'a" dediler. Acaba dedim oteller mi alıyor?

Yaz sezonu, Kuşadası, Didim, Akbük gibi otellerin bulunduğu mevkiler var. Spesifik bazı yerler söylediler. Tabii onu ismen zikretmek istemiyorum. Bunların tamamı, yağ ana arterlerinin olduğu ilçeler diyelim. Nitekim yüz-iki, yüz-beş, yüz kiloluk küçük küçük müstahsilin bize getirdiği partilerde dahi -bize ait üç tane zeytinyağı fabrikası var ve burada- ortalama altı-yedi bin ton civarında zeytin sıkıyoruz. Biz, imalatçıyız. Dışarıdan yağ almamaya gayret ediyoruz. Dışarıdan alınan yağları analiz ettiğimizde, içinde zeytinyağı harici nebati yağ görüyoruz. Daha da merak edip uzun analize soktuğunuzda, içindeki yapının kanola yağı olduğunu tespit ediyorsunuz. Dolayısıyla bütün bunlar, kendi içimizde zeytinyağına zarar veren bazı noktalar. Ve bunların, mutlaka önüne geçilmesi lazım. Yazık, günah yani. Cezalarının çok caydırıcı olması gerekiyor. Çok caydırıcı olması lazım ki, insanlar bir daha buna yeltenmesin. Türkiye'de ve yurtdışında bizi temsil eden, gerçekten alnımızın akı Türk yağları var.

Yurtdışındaki bir takım deneyimlerimi de anlatayım. 1996 yılında, Ayvalık merkezinde bir aile şirketimiz vardı. Abim, Amerika'da ekonomi tahsili okuduğu için San Francisco'da bir depo açtık. Ben, üretimden sorumlu kişi olarak Ayvalık'taydım. Böyle bir sacayağı oluşturduk. Türk yağını, Amerika'da lanse ederiz noktasında 'Sergini' adında bir marka yarattık. Yani, bu niye bir Türk ismi değildi? Amerika'daki pazar, çok çetin bir pazar. Bir müşterinin, büyük bir alıcının önüne gittiğiniz zaman size bakıyor. İtalyan, İspanyol, Yunan değilse yağınız sizi, Arap kategorisine sokuyor. 1996 yılından bahsediyorum, böyle bir kategori oluşmuştu. Ya Arap yağı, ya İtalyan, ya İspanyol, ya da Yunan yağı. Bunlar, sözde 'A kalite' oluyormuş. Türkiye'den yapılan ihracatlara bakınca, bunların büyük bir çoğunluğunun dökme ve Avrupa Birliği'ne gittiğine görürsünüz. Onlar da karıştırıp İtalyan, İspanyol yağı olarak birçok ülkeye ihraç ediliyor. Özellikle de Amerika'ya. Dolayısıyla ülkemizin en iyi yağını, en iyi şekilde ambalaj tasarımı yapıp galonluk tenekeler yaptık. Restoran zincirlerine, oraya buraya girelim dedik. Product Turkey yazma zorunluluğu da vardı o zaman. Biz, o bayrağı bir taşıyalım, yapabilir miyiz dedik. Ne oldu biliyor musunuz? Altı ay boyunca üç tane elamanla çeşitli yerlere pazarlanmaya çalışıldı. Ürünü tadıyorlar, mükemmel ama Türk yağı diyorlar. Ne fark eder ki? Bin altı yüz altmış dolarıydı, New York varilli zeytinyağı satışı. Dökme de satıyorduk Amerika'ya. Kaliforniya'ya satıyorduk. Adamlar şişeleyip, Kaliforniya yağı diye satıyorlardı. Ama başka çare yoktu. O yağlar ne oldu biliyor musunuz? Hepsini depodalar patlatılıp varillere döküldü ve zararına satıldı güzelim Türk yağı. Burada, dört yüz-dört yüz elli bin tonluk bir üretim kapasitesine sahip olduğumuzda,

masaya yumruğumuzu vurabileceğiz.

Biz bir sene yüz elli, diğer sene yüz altmış, diğer sene iki yüz bin tonla yurtdışında güçlü ve Türk yağın tanıtacak bir oyuncu olamayız. Neden? Geçen seneki ihracatlara bakalım; on iki bin ton civarında yağ ihraç edebilmiş Türkiye. İhraç edebilmiş. Neden? Ürün mü yoktu? Vardı. İspanya'da, sekiz yüz-sekiz yüz elli bin ton istihsal oldu. Yani aslında çok fazla şansımız vardı. Ama ne oldu? İşte bunu takdirinize sunuyorum. Son olarak, önümüzdeki hasat dönemi içinde bir bilgi vermek istiyorum. Henüz rekor tahminleri yapılmadı, tespit için çalışmaların başladığını biliyorum. Fakat Türkiye'nin bu konuda her yeriyle bağlantılı bir insan olarak, Güneydoğu haricinde aldığım haberler beni çok üzüyor. Üretim aşamasında yani beklenen zeytin rekoru olarak. Umarım duyduklarım doğru olmaz. Çünkü alt alta koyduğumuz zaman ortaya, geçen yıldan daha az bir mahsul beklentisi çıkıyor. Bu da, şu anda raflara yansımış fiyatların belki de daha da yükseleceği anlamı ve Türkiye'deki zeytinyağı tüketiminin maalesef azalacağı anlamına geldiğini düşünüyorum. Şahsi kanaatim bu.

Şu anda bile çok ciddi, fiyat tepkileri var. Beş kilo çiçek yağıyla, beş kilo zeytinyağını kıyaslıyor insanlar. Biri elma, diğeri armut. Bunu fark etsin insanlar. İkiyi aynı şey değil. Dört yüz-dört yüz elli bin tonlara çıktığımız zaman çok daha rahat bir şekilde, insanımız zeytinyağını tüketin diyorum.

Ece Güçer: Bir-iki cümleyle konuşmaya destek olmak istiyorum. Bilmiyorum bu konuşmalar-dan sonra, bu sektörde marka yaratmak isteyen yeni arkadaşlarımız ya da yeni kişiler çıkar mı diye endişeleniyorum. İki gündür, sektörle ilgili konuşulanların zorlukları, nelerle mücadele etmemiz gerektiği de anlatıldı. Ama şunu söylemek istiyorum; Avrupa Birliği kriterlerine uygun, iki kriter var. KOBİ'lerin desteklenmesi için, Avrupa Birliği'nin desteklemesi için bir istihdam, ikincisi de ihracat kapasitesinin ve istihdamın artırılması. Eğer siz hazırladığınız iş planlarıyla, fikir sadece tek başına yeterli değil. Herkesin, bir fikri var. Fakat bunu bir iş planı haline getirebiliyorsanız Avrupa Birliği'nin desteği var. Bunu ne olur unutmayın. Avrupa Birliği'nin istediği şey şu; samimi olacak, tüketiciye asla yalan söylemeyecek, hızlı olacaksınız. Üçüncüsü farklı olacaksınız, marka farklılaşma demektir. Tüketici olarak, şu sorunun cevabını bulmalıyım; neden A markasını değil de, sizi tercih edeyim? Eğer bunun cevabını verebiliyorsanız, bir planınız varsa önünüz açık olsun diyorum.



Fotoğraf: TOLGA ÖZMEN

Zeytin ve Kadın

Pelin OMUROĞLU BALCIOĞLU

[OLIVURLA Zeytin&Zeytinyağı Üreticisi]

Öncelikle, İzmir Büyükşehir Belediyesi'ne, İzmir Akdeniz Akademisi'ne böyle bir sempozyum düzenledikleri ve zeytinle ilgili bu kadar farklı gurupları bir araya toplayıp, hepimizi iki gün daha fazla zeytin ve zeytinyağı düşünmeye sevk ettikleri için teşekkür ediyorum. Ece Güçer'i ve TARIŞ'ı markasız ve daha küçük ölçekte üretim yaptığımız dönemlerden, organik zeytin ve zeytinyağı konularında birlikte çalışma fırsatı elde ettiğimiz dönemlerden tanıyorum. Konu, 'Zeytin ve Kadın' olduğu için, kendi hikâyemi anlatarak başlamak istiyorum. Tariş'le yaptığımız ilk çalışmalardan bugüne en büyük değişiklik, artık markalı bir üretim yapıyor olmamızdır. Aslında bu süreçte markadan ziyade, markamızı bulunduğu noktaya bir kadın gözüyle nasıl getirmeyi hedeflediğimi anlatmak ve bu süreci kısaca paylaşmak istiyorum.

1998 yılında, ilk zeytin ağacımızı dikerek başladı hikâyemiz. Babam, on bin ağaçlık bir zeytinlik hayali kuruyordu. Ziraat eğitimimi tamamladıktan sonra, o da çok keyiflenerek Urla Yağcılar köyünde evimizin yakınında, kolay ulaşabileceğimiz, gözetimimizde olabilecek zeytinliğimizin temelleri atılmış oldu. Bahsettiğim o yıllarda, bilmeden bazı ilkleri yapmaya cesaret etmişiz. Ve şimdi sektörün nerden nereye gittiğini takip ederken, hakikaten biz de nereden nereye yol almışız ve hangi sıkıntıları atlattığımızı diye baktığımda aslında gövdesi büyüyen bir zeytin ağacı beliriyor gözümde. Her ne kadar butik olsak da, tarlada zeytin üretiyor olsak da bir bilinmezdi bizim için ziraat.

Tarladan sofraya kadar olan bütün o sürecin içinde yer alan bir üretici, bir kadın olarak neyle karşılaşacağımı bilmeden, aslında büyük bir hayalin peşinde koşmuş ve koşuşturmuşum çevremdekileri. O kadar çok inanmışız ki kendi hayalimize. Eğitimim gereği, bahçe bitkileri değil ama örtü altı yetiştiriciliği olduğu için, zeytin varyete seçiminden önce bazı araştırmalar yaptım. Üniversiteyi bitirdikten sonra Amerika'da öğrendiğim organik tarımla, zeytini buluşturmaya karar verdim. O yıllarda, zeytin ve organik tarım daha telaffuz edilmiyordu. Şimdi geriye dönüp baktığımda, esas hedef aslında doğru gen kaynaklarına ulaşmak olmalıymış. Ve maalesef o yıllarda bu gen kaynaklarından, doğru varyete seçimlerinden çok fazla istifade edemedik. Bize genel politikalar çerçevesinde Ayvalık, Gemlik önerildi. Domat'ın yeni yeni bölgeye uyum gösterdiği söylenildi. Oysa Urla Yarımadası'ndan bahsediyorduk. Daha verimli olduğu söylenen varyeteler üzerinde, bu bölgeye ait bilimsel verilere ulaşamıyorduk. Sonuç olarak bize önerilen varyeteler üstünde, yatırımlarımızı yaptık. Ve yıllar içinde, on iki bin ağaca kadar ulaştık. Üretim yapmaya başladıktan sonra, zeytin danesiyle karşılaşınca, zeytine aşk ve tutkuyla sarıldık. Bu süreç içinde aslında kadın nerede devreye giriyor? Önce, mitolojiyle başlayalım. Pek çoğunuz biliyorsunuz ki Athena, zeytin dalını barışı temsil ve sembolize eden, Dünya'da ilk ağaç olduğu söylenen zeytinin sembolü olarak hayatımızda yer alan bir mitolojik heykeldir. Zeytine ilk dokunduğumuzda, hakikaten köylülerle birlikte bu işi yapabileceğimize

inandım. Zaten içinde bulunduğumuz Yağcılar köyündeki kadınlarla, temasta bulunduk. Onlar zeytini nasıl hasat edip işliyorlardı? Atalarından ne öğrenmişlerdi? Geleneksel yöntemleri nasıl, uygulama yöntemleriyle ilgili çok şey öğreneceğimizi düşündük ve onlarla irtibata geçtik. Yanımızda çalışıp, hasatlara yardımcı oldular. Beni ilk karşılaşışlarında ve köylülerin bakışlarında kentte doğmuş, büyümüş, ziraat okumuş ukala bir kız hissediyordum. “Sen ne bilirsin?” diye çok bakışlar aldığımı hatırlıyorum. Yakın çevrem, “Makyajlı çiftçi” benzetmesiyle de karşılaştığım çok olmuştur. Ama zaman içinde güzel paylaşımlardan, çok sonra genç bir kadın olarak onları titizlik ve heyecanla dinlemeye çalıştım. Tam da bu dönemde zeytin hasadı sırasında, hurma diye bir ağaçtan bahsettiler. O güne kadar, ‘hurma zeytinini’ hiç bilmeyen ben, yeni bir buluş yapmışçasına sevindim.

Ağacın varyetesinin yıllar sonra Erkence olduğunu ve iklimden dolayı, havada doğal olarak bulunan mantarın yere düştüğü anda yenilebilme özelliğini yarattığı, fermentetik bir olgunlaşma süresi içinde hurmalaştığını gördük. Ve bu ağaçlara aslında çiftliğimizde, beş yüz-dokuz yüz yaşlarında ağaçlarla çevrelendiğimizi fark ettik. Ve hurmanın kıymetini, Urla Yarımadası’nda yaşayanların, bu toprakların eski sahipleri, karşı kıyıda yaşayan Rumların çok daha iyi bilip değerlendirdiklerini, hatta hurmanın oraya ihraç edildiğini fark ettik. Dolayısıyla yıllar sonra, Erkence diye bir varyeteden haberdar oldum. Ağacın zaten formu olağanüstü, pek çok slaytta da gördük. Ve bu ulu ağaçların bizlere, birer kültürel miras bıraktığını fark ettik. Bu ağacın, yörenin zeytin ve zeytinyağını keşfetmeye çalıştık. Ve o kültür içerisinde, kadının nerede durduğuna baktık. Çünkü sunumlarda, Mısır’da kadınında yer aldığı zeytin hasadının şu anda, maalesef köylerimizde hala aynı sistemlerle hasat edildiklerini -yani sırkla dövülmek suretiyle zeytini aşağıya düşürmesini- gözlemliyoruz. Bu şekilde hasat edilmesinin yanlış olduğunu ve olabildiğince, elle hasat yapılması gerektiğini öğrendik ve aynı bilgileri, bulunduğumuz bölgeye de aktarmaya çalıştık. Kendi çiftliğimizde kurduğumuz ve hiç bekletmeden sıkığımız ve bu yolla elde ettiğimiz zeytinyağlarını köylülere tattırarak, her gelen üreticiye bekletmeden zeytinlerini toplattırmaya, randevulu sıkım presiplerini oturtmaya gayret ederek, kaliteli zeytinyağı üretimi konusunda bir seferberlik başlattığımızı düşünüyorum.

Bu durumu, bir kadın perspektifinden tanımlamaya çalışınca mükemmeliyetçilik ve kalite anlayışıyla karşılaşıyorum. Çünkü hakikaten zeytinci bir alenin kızı değilim. Sıfırdan bir tesis kurduk. Zeytini, zeytinliğin içinde öğrenmeye başladım. Kalite kriterleri eğitimleri, tadım eğitimleriyle bilgilerimi, deneyimlerimi arttırmaya çalıştım. Kendimi olabildiğince geliştirmeye çalışıyorum ki, gelecek nesillere bu bilgilerle daha güzel zeytinlikler ve korunması gereken emanetler bırakabilelim. Her ürün, değer verildiği yerde kıymetlidir. Önce bizler, yani kadınlar değer vereceğiz. Daha sonra çocuklarımıza ve yeni nesillere, bu değere sahip çıkmaları için çocukluklarından itibaren damaklarında ve hatırlarında iz bırakan zeytine, yer açmalarını öğreteceğiz. Sürdürülebilir bir zeytincilik olması, iklimin ve ağacın meyve vermesi için bütün şartların sorunsuz olması beklenir. Ancak küresel iklim değişikliği, yöremizde keskin rekolte kayıpları yaşatmaya başladı. Kendi çiftliğimizdeki son üç yılda, iki kere tecrübe ettiğimiz %70 oranında rekolte kaybı yaşıyoruz. Ve şimdi bu durum, gelecek nesillere aslında hangi

varyeteyle zeytinliklerin var olması gerektiğiyle ilgili bir soru işareti oluşturuyor. Bence bundan sonra zeytinlik tesisi yapmak isteyenlerin düşünmesi gereken konu; hangi varyeteyle yola çıkacakları olmalı. Yöresel olan ve yöreyle birlikte anılan çeşitlere bakmak olmalı. Bir yörenin, kendi varyetesi çok kıymetlidir. Yıllar içinde bulunduğu bölgeye adapte olmuştur. Son beş yılda eskiye oranla takip edebildiğim ıslah ve gen kaynaklarıyla ilgili, daha iyi çalışmalar var. Bizler kendi zeytinliğimizi kurmaya başladığımız yıllarda, bu bilgilere erişemedik ve bu nedenle yanlış seçim yaptığımızı düşünüyorum. Çünkü çok büyük bir ekonomik kayıptan bahsediyoruz. Üç sene içinde iki defa rekolte kaybı, bir üretici olarak bizi çok zorluyor. Markalaşma sürecinde de ürünümüzün sürdürülebilir olması, bizi ayakta ve hedefte tutabilir. Madem markalaşma oturumu içindeyiz, bu yıl yaşadığımız ürün kaybının ve öncekilerin hatta bundan sonra olabileceklerin, yarattığımız markanın sürdürülebilirliği açısından bir tehdit olduğunu da konuşabiliriz. Bu durumun çözüm önerileri, neler olabilir diye tartışabiliriz.

Tarladan, sofraya dedik. Bir kadın olarak ailem tarafından bu işi oluşturmak, markalaşmak için çok desteklendim. Finansal yatırım, babam ve annem tarafından üstlenildi. Ama hayaller üretme isteği, belki yine kadının hayatı devam ettirme arzusu ve onunla birlikte gelecek nesillere bir miras bırakma ya da ürünün o bölgede en iyi, en kaliteli şekliyle var olabilmesi, duyularımıza anlatabilme, kalite standardizasyonlarını yükseltme adına çalışmalar yapmaya gayret ettim.

Güzel oluşumlara bir örnek göstermek isterim. Slow Food ayağıyla başlayan, fakat sonra Doğal Sofra olarak hayatına devam eden ve Urla'nın tarihini, kültürünü, tabiatını ve gastronomisini temel alan bir gurup duyarlı insanın bir araya gelip, gönüllü olarak gelecek nesillere bu değerleri aktarabilmesi adına oluşturduğu gurup. Yıl içinde yaptığımız değişik kutlama ve etkinliklerle, yöreselliği anlatan; dede-nine tarifleriyle kahvaltılar, Ot Toplama Festivali, Toprak Ana Günü'yle hala yaşatmaya çalıştığımız günlerden bazıları. Zeytin ve zeytinyağı dediğimizde Urla'nın gastronomik kültüründe, her daim kullanılan bir hammadde bahsediyoruz. Sıradan bir ziraat olmayan zeytini, bir hammadde olarak değil ancak 'zeytinlik' olarak nitelendiren Yarımadalıların ürettikleri zeytinyağını, maalesef yeterince tanımadıklarını fark ettim. Urla içinde yağhanelerin önünden yürürken, hakikaten içinizi ürperten, midenizi kaldıran ve nefes alma zevkinizi öldüren kokularla karşılaştınız. Bu tanımlara uyan zeytinyağın ünü; dışarıda Urla'nın yağı, 'makine yağı' gibidir tanımlarını kırmaya çalışan bazı projeler ve etkinlikler düzenledik Urla Slow Food gurubuyla birlikte. İlk eğitimleri çok güzel ve yoğun katılımlarla, 'Zeytinyağının Kalite Kriterleri ve Tadım Etkinlikleri' olarak düzenledik. Bu sayede Urla, ilk defa kaliteli ve kusursuz zeytinyağı konusunda ilk adımlarını attı. Daha sonra biz de gerek kendi işletmemizde gerekse çiftliğimizde gastronomi turizmi içerisinde gelişen ve bu konuda turlara katılan yerli, yabancı misafirlere zeytin, zeytinyağı tadım etkinlikleri yapmaya başladık. Şeflerle iletişim halindeyiz, gelecek nesillerin şeflerine zaman zaman zeytin ve zeytinyağı kültürü konusunda tecrübelerimizi aktararak, yöreselliği ve zeytinyağı tüketimin önemini anlatmaya ve arttırmaya çalışıyoruz.

Gerek çiftlikte, gerekse işletmemizde, gerekse eğitimlerde, her daim kadınlarla çalıştık.

Urla'nın, yeni markalar yarattığına şahit olduk. Bu bizi sevindirdi ve daha güçlü olabileceğimiz inancını arttırdı. "Yerelde üretilen, yerelde tüketilmelidir" mottosuyla, butik üretici olarak pazarlama ve markalaşma süreci içinde gastronomiyi çok önemli bir ayak olarak görüyorum. Dolayısıyla yine kadın üreticiler ve yeni nesil, 'zeytin yediren kadınlar' olarak da belki ifade edilebilir diye düşünüyorum.

Zeytin ve zeytinyağını en kaliteli üretmenin yolu olan itina, bilgi, tecrübe ve hijyen gibi konularda, en üst dikkati göstermeye çalışıyoruz. Üretimimiz tamamen kasalar içine hasat edilen, hiç bekletilmeden değerlendirilen ve kusursuz, natürel sızma kalite kriterleri içerisinde olabilecek zeytinyağı hedefiyle üretim yapıyoruz. Şefler bizim için, hep önemli dedik. Zeytinyağımız ile Urla'nın zeytinlerinin var olabilmesi için gastronomik denemeler yapmak üzere, uluslararası şeflerle ortak çalışmalar yürütüyoruz.

Zeytin hayattır, 'Zeytine Dokunma' diren zeytin. Geçen yıl Bağbozumu Şenlikleri'nde bir etkinlik. Urla Doğal Sofra gurubumuzla birlikte, bir imza kampanyasıyla destek verdik. Her alanda kadın... Doğal Sofra grubumuzda, zeytin için büyük bir etkinlik yapıldı. Hepimiz birer doğasever olarak, zeytin sever olarak bu etkinliğe destek çıkmaya çalıştık.

Konumuz kadın olunca, süsünden de bahsetmek gerekir. Kadın kendine bakmak ve baktırmak ister. Genç kalmak, hayatın içinde kalmak, canlı ve güzel olmak ister. Aynaya baktığında gördüğü kadını sevebilmek, beğenmek ister. Kadının süsüne bir örnek; zeytinli kolye ve küpeler. Kadın üreticiler, çok ince bir iğne oyasıyla zeytinden nadide çalışmalar yapmışlar. Kendim de özellikle zeytinle ilgili toplantılarda, gündemi olan konularda bizzat takmayı çok sevdiğim bu kolyeyi üstümde taşıyorum. El sanatlarıyla uğraşan, zeytini sanat yönüyle ön plana çıkaran kadınlar olduğunu da size aktarmak ve anlatmak istiyorum.

İşletmemizde hem zeytinyağı, hem de sofralık zeytin üretiyoruz. Zeytin ve zeytinyağının doktorlar ve anneler tarafından daha iyi öğrenilip, anlaşılmasını ve bu yönde tüketimlerinin desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum. Özellikle anne olan kadınların yeni bilgilerle donatılmasını, çocuklarına yedirdikleri zeytinin kalitesi, zeytinyağının kalitesini bilerek tercih etmesini ve böylece sağlıklı çocuklar yetiştirmesinin önemini anlamaları için tanıtım eğilimlerinin, ulusal bir politika haline gelmesini arzu ediyorum.

Bir anne olarak, ben de oğlumu büyütürken; boğazı ağrıdığına, grip olduğunda, zeytinyağının kimyasal özelliklerinin sağlık iksiri olarak kullanılması yönündeki bilgilere sahip olduğum, zeytinyağı içirerek tedavi etme yolunu tercih ettiğim doğrudur. Dolayısıyla zeytinyağının, sağlık kriterleriyle ilgili yaklaşımlarına, faydalarına gerçekten inanan ve neticesini gören biri olarak zeytin kalite kriterleri konusunda, ekibimizle keyifli çalışmalar yaptığımızı sizlerle de paylaşmak istiyorum.

Son söz olarak Urla'yı, Urla zeytinyağını, tarihi ve kültürel değerleriyle kadın bakış açısı ve desteğiyle tanıttığımı anlatmak istedim. Ailemin desteğiyle şu an, Olivurla markasıyla üretimimize devam ediyoruz.

Butik Zeytinyağının Ödüllere Varan Öyküsü

Selin ERTÜR

[Selativo, Zeytinyağı Eksperi, Üreticisi]

Butik zeytinyağı üreticisiyim. On iki yıldır, Edremit'te 'Selatin' adı altında butik zeytinyağı üretiliyor. Edremit'te zeytinci bir aileden gelsem de, benim zeytinyağı hikâyem İtalya'da başlıyor. Orada, Tarım Fakültesi'nin zeytinyağı bölümünde mastır programındaydım. Orada çok şey öğrendim. Sonra, Floransa'da 'oleolog' oldum. Sekiz yıl, Marco Mugelli ile oradaki bir gıda laboratuvarında, zeytinyağı üzerine çalıştım. Şimdi bunları niye anlatıyorum? Çünkü bunları çok soruyorlar. Nerede öğrendin, nasıl yaptın diye. O sekiz yıl, benim için zor bir süreçti ama şu anki durumumu oraya borçluyum. Bana göre iyi bir butik üretici olmak istiyorsanız, ya da butik üretim yapmak istiyorsanız öncelikle iyi bir oleolog olmanız gerekiyor. Oleolog ne demek dersanız: Oleolog, işlediği zeytini mükemmel bir kalitede duyuşsal kalitesini yani tad ve kokuyla bağlantılı bütün duyguları artırarak ve çeşitlendirerek üretimi yapabilen kişi demek. Bunun dışında oleolog, tek tip veya farklı tipteki zeytinlerden çıkan yağları sınıflandırma yeteneğine sahip bir yaratıcılığı olan, ürettiği yağları, uygun yiyeceklerle iyi eşleştirebilen ve bu uyumu sağlayabilen kişi demek.

Türkiye'de zeytin üreticisi olmakla, fabrikaya gelen bu zeytini işlemek arasında bir kopukluk oluyor. Yani bu iki durumu, iyice koordine edebilmeniz gerekli. Türkiye'de üretim hatalarını çok görüyorum. Şimdi herkes bana biraz sıçrayacak ama Türkiye'de üretilen yağların yüzde doksan beşi, bana göre organoleptik olarak tat ve kokuda hatalıdır. Türkiye'de butik üretimde ilk hedef, bu üretim hatalarını düzeltmek olmalıdır. Türkiye, daha ilk olması gereken normal sıfır hatalı veya az hatalı olan yağı yapamıyor.

Bir oleolog; hem butik üretim, hem de standart yağlar için tek tip veya farklı tipteki zeytinleri blend yapma yeteneğini de kullanarak çok yönlü yağ üretmeyi bilir ama bu iş çok eğitim, bilgi ve tecrübe istiyor. Öncelikle Türkiye'deki zeytinyağı üreticileri, sızma kriterlerinin birinci kuralı olan, 'sıfır hata'da yağı üretmeyi bilmesi gerekiyor. Tamam, bu iklim koşullarında ve bu ekonomik şartlarda, çok zor ama en azından, az hatalı yağları üretmelerini bekliyorum.

Butik üretim deyince, "Butik üretim nasıl olmalı?" dersanız altyapınız olmadan yağları sağdan soldan toplayıp havalı şişelere koyup, süslü isimler vererek, üzerine de romantik yazılar yazarak ve bunu yüksek fiyatta satarak butik üretici olunmuyor. Çoğunun, içeriği sıfır. Butik üretici olmak çok zor, zahmetli ve emek isteyen bir iş. Ayrıca çok detaycı ve kontrolcü bir kişiliğinizin de olması lazım. Mesela benim üretimimde tek bir zeytin tanesini bile, kimseye emanet etmek yok. Çünkü butik üretimde, tüm süreci garanti etmeniz lazım. Yani standart yağ değil, butik üretim. Resmen sanat eseri gibi, yağ üretmeniz gerekiyor. Tabii ki bu çok zor ama çok bilgi isteyen, adanmışlık isteyen, yorulmak isteyen bir süreçtir. Bunu herkes yapabilir ama dediğim gibi bu noktalara dikkat etmemiz gerekiyor. Tüketici kitleniz kim dersanız, zeytinyağını Türki-

ye'de kritik edecek bir tüketiciler kitlesi henüz yok. Ama meraklı bir grup var. Bunu benden yağ alanlardan da biliyorum. Bunlar çok okuyan, çok gezen, soru soran ve öğrenmeye hevesli bir grup. Parası olan demiyorum, sağlıklı beslenmeye özen gösteren bir grup. Ben de kendi müşterilerim için çok emek verdim. Çünkü hep onlara anlattım, iyi bir zeytinyağının nasıl olması gerektiğini onlara tattırdım. Dolayısıyla böyle bir grup var ve iyi zeytinyağı tüketmek istiyorlar.

SORULAR - KATKILAR

Soru-Katkı: Çeşme yarımadasında siz varyeteden veya çeşitlemeden bahsettiniz. Domat, Trilya ve Gemlik türü. Hangisi iyi sonuç verdi?

Pelin Omuroğlu Balcioğlu: Varyete, iyi netice verir demek. Şu an itibarıyla artık zor. Çünkü son dört-beş yıldır, ciddi bir iklim değişikliği yaşıyoruz. Tropik iklime geçtik. Bunu hakikaten daha önceden de bütün meteoroloji uzmanları söylüyorlardı, öngörüyorlardı. Ancak bizzat tecrübeyle yaşayıp fark ettiğim için, bazı varyetelerde artık keskin davranışlar olduğunu söyleyebiliriz. Ama gördüğüm kadarıyla, bölgesel farklılıklar var. Gödence'de, 'erkence' varyetesi ve diğer varyetelerin çok keyifli olduğunu ve ürünün bol olduğunu söyleyebilirim. Ama biz Urla'da, Yağcılar köyünde aynı keyfi, aynı varyetelerle yaşamıyoruz. Dolayısıyla bizim yarımada oldukça büyük bir coğrafyaya sahip. Bunu yine araştırma enstitüsüne veya bu senenin raporlarına göre, geçmiş son dört seneyi de belki varyetelere göre bir çalışma yapıp, rekolte sonuçlarıyla açıklarlarsa daha doğru, daha kesin ve net bilgilerle cevaplayabiliriz diyorum.

Soru-Katkı: İzmirliyim, kadın doğum uzmanı olarak çalışıyorum. Zeytin merakım, beş yıl önce başladı. Eşim, Amerikalı. Burada bir toprak almak için beni çok teşvik etti. Hangi ürünü seçelim derken, en son hem endüstriyel bir ürün olduğu için, hem de saklama kolaylığı olduğu için zeytine karar verdik. İnternet üstünden de araştırarak, doğum yerim olan Salihli Demirköprü Barajı'nın yanında, beş yüz metre kuzeyinde, bana bir yer nasip oldu. Beş yıl önce, araziyi alırken kendisini davet ettiğim arkadaşım, burada nasıl ürün yetişir, hangi ağaç olur, hangisi uygundur? Ya da iklimi, yeri uygun mudur? Sorularla karşılaştım. Evimin olmadığı çok güzel bir araziden söz ediyorum. Bunu, tabii ki sadece bir keyif amacıyla yapmadım. Yani belki de, beni bu iş hayatımdan çekip çıkaracak bir kurtuluş olarak da gördüm. Çünkü doktorluk yapmak, çok yorucu. Emekliliğimde bir işle uğraşmak istedim ama iş işi doğuruyor. Beş yıldır, sofralık zeytin yapmaya başladım. Yağ sıktırmak üç yıl önce organik sertifikası aldım. Gelgelelim koskoca Salihli'de, zeytinimi organik ortamsa sıkacak bir fabrika bulamadım. Normal sıkıp, normal fiyattan satıyoruz. Ama zeytinim gerçekten organik. Çünkü hiçbir sakıncalı ilaç kullanmıyorum, hiçbir ot öldürücü kullanmıyorum. Bütün maaşımı, her şeyimi bu işe yatırıyorum. Kısacası, ürünümde çok eminim. Akhisar'da bir yakınım vesileyle birisiyle tanıştım. Orada da kuyulara koyuyoruz. Kuyuların da organik olduğundan eminiz ama bu kuyuların, sertifikası mı olmalı? Bu ürünleri, organik olarak nasıl satabilirim? Marka oluşumuna girmeye, cesaret edemiyorum. Çünkü çok uzun yıllar var, belki ömrüm yetmez. Zeytinime, yağıma güvenecek insan bari onu organik tüketsin. Maddi bir beklentim de yok.

Soru-Katkı: Foça'da üreticiyim. Burada üç tane büyüğümü görüyorum. Eski mesleğim olarak, Sayın Christopher'in dedelerini tanırım. TARİŞ genel müdürü olan Cengiz Bey'i, Kırkağaç'ta genel müdürlük yaptığı zamandan tanırım. Biraz önce Ekrem Özer, kanola yağı kanşımıyla ilgili, tahşiş yapıldığından bahsetti. Otuz yıl, zeytinyağı içerisinde olan bir insan olarak tahşişin ne olduğunu, ne olmadığını bilirim. Ancak kanola yağından bahsedince, beni biraz üzdü. Neden? Kanola yağı, bu ülkede üretilmiyor. Herhalde ithal ediliyor, tahşiş yapılıyor. Yine benim bildiğim,

Kristal Zeytinyağları Türkiye'de en büyük ihracatçıdır. Bilgilerim doğrultusunda, altı-yedi bin ton yılda ihracat yaparlar. Onun için kendilerine sorum şu olacak; bugün artık yasalarımızda ürün borsaları oluşturuldu. Ancak yağda ve yağlı ürünlerde ürün borsaları, Ege'de kurulmadı. Kurulma temayülü de yok. Sayın Christopher'a, Sayın Cengiz Bey'e ve Ekrem Özer şunu önereceğim; bir araya gelip, Ege ve Türkiye'nin önce stokunu borsalar yoluyla stoklayınız. Benim de, bir-iki bin kilo zeytinyağım olur. Ama satamıyorum. Şu anda Foça'da depolarımda, kantarımda duruyor. Ben ve benim gibi ülkede on iki bin değil, on beş bin aile var. Müfettişliğim döneminde, Antep'ten başlayarak bütün Türkiye'yi dolaştım. İnsanlar ürünlerini satacak yer bulamıyorlar. Önce karşınızdaki üç tane büyük marka, bir araya gelsinler de yağlı tohumlar ürün borsalarını oluştursunlar. Biz de diyelim ki, siz gerçekten Türk zeytinciliğini ve zeytinyağını kurtaran en büyüklersiniz. Sorum ve söyleyeceklerim bundan ibaret.

Soru-Katkı: Yaklaşık, yirmi yıl organik sektörde çalıştım. Yabancı menşeli, kontrol ev sertifikasyonun genel müdürlüğünü yaparken, Türkiye'nin her yerini gezdim. Siz ürününüzü organik olarak üretiyorsanız, bir kontrol ve sertifika organizasyonu tarafından sertifikalanıyorsunuzdur. Her aşaması sertifikalı olması gerektiği için ürünün işlenmesi aşamasında da bir tesiste, bu işin yapılması ve oranın da sertifikalı olması lazım. Eğer siz bir tane o bölgede sertifikalı işletme bulamadıysanız, kendiniz orayı sertifikalatabilirsiniz. Yani böyle bir çözüm yolu bulabilirsiniz. Sizin kontrol organınız, ürün işleneceği zaman gelip görür orayı, kontrol eder ve ürünü bu şekilde pazarlayabilirsiniz. Başka çözüm yolları da var. Onu ayrıca size aktarırım.

Soru-Katkı: Oturum, benim için oldukça bilgilendiriciydi. Ekrem Bey'in anlattığı konu oldukça ilgimi çekti. Ürününü, Amerika'da satamadıklarından bahsetti. Ülkenin marka olmasıyla da ilgili bu konular. Son dört yıl, bayağı marka olduk ama bu olumsuz anlamda oldu. Benim sadece burada öğrenmek istediğim ülkenin marka olması dışında, nasıl ki Fındık Tanıtım Birliği var ve Türk Hava Yolları'nda [THY] yolculuk yaptığınız zaman fındık verip tanıtım yapıyorlar. İç tüketimi artırmak için böyle bir şey zeytinyağı için düşünülmüdü mi? İhracatı düşünmüyorum ben. Önce biz tüketelim. Böyle bir şey var mı, yoksa düşünülmüyor mu?

Ecce Güçer: Zeytinyağı Tanıtım Komitesi adı altında, ihracatçı birliklerinin Türk zeytinyağını tanıtmak için birtakım çalışmaları hala devam etmektedir. Öyle bir komite de mevcuttur. Ulusal Zeytin Zeytinyağı Konseyi Başkanı aramızdadır. Konseylerimiz arasında, ürün konseyleri arasında ilk kurulan konseydir. Yanlışsam düzeltin Ümmihan Hanım. Bununla ilgili, Uluslararası Zeytinyağı Konseyi'nin de kısmi desteğiyle yapılan bir düşüncesi var. Kendi üye ülkelerine ülke içindeki tüketimi artıracak faaliyetlerle, pazarlama, tanıtım faaliyetleriyle ilgili fonlar açıp destekler veriyor. Bununla ilgili geçmiş yıllarda yapılan, bir hayli çalışmalar var. Yani sadece halka yönelik değil. Halka yönelik de çalışmalar var. Demek ki, biraz daha hedef kitlemizi geliştirmemiz lazım. Ama doğru, yapılacak olan çok şey var. Ekrem Bey'in dediği gibi ihracatçı birlikleri, kamu spotu çalışması yaptı. Bizler, bu kamu spotu çalışmasına destek olduk. Televizyonlarda döndü, dönmeye devam ediyor. Biz nasıl ulaşacağız size, onu çözmemiz lazım. Ama bu konuda. İki tane şey var. Birincisi Ekrem Bey'in dediği gibi ihracatçı birliklerinin Zeytin Zeytinyağı Tanıtım Komitesidir. Onlar da aktif ve Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi [UZZK] ile el ele

yürüyorlar. UZZK'nın, Türkiye'deki zeytinyağı tüketimini artırıcı faaliyetler var.

Soru-Katkı: Öncelikle Christopher Dologh'un sunumunda aktardığı rakamları, bize çok sevimli sunduğu için teşekkür etmek istiyorum. Dünya bitkisel yağ üretimi içinde zeytinyağını %2,2 olduğunu söyledi. Baktım, bazı yüzler değişti. Aslında konuştuğumuz şu: Zeytinyağının majör bileşikleri dediğimiz %99'u diğer oranlarda, birbirine oranları farklı olsa da, asitler hepsinde var. Oleik asit, hepsi var. Minör bileşikler dediğimiz, %1'in altındaki oran farklılık yaratıyor. Günlerce veya yıllardır konuştuğumuz farklılık, %1'lik minör bileşikler. Bu nedenle, o küçüklük farklılık yaratıyor. Farklılığı çok güzel değerlendirmek gerekiyor. Bir de burada Pelin ve Selin Hanımlar başarılı işlere yol açmışlar. Aramızda da butik zeytinyağı markası kursam, bir şeyler yapsam niyetinde olanlar var. Biraz şeytanın avukatlığını yapacağım. Türkiye, butik zeytinyağı markası çöplüğü. Bunu nerden görüyorsunuz? İzmir'deki fuara gidin. Her yıl iki-üç tane iyi niyetli, genç arkadaşlarımız orada stantlar açıp bir şeyler yapmaya çalışıyorlar. İkinci, üçüncü yıl yapılarını sağlam ayaklar üstüne kuramadıkları takdirde, yok oluyorlar. Üzüldüğüm bir örnek vereceğim. 'Sadece Zeytin' diye bir marka oluştu. Üç-dört yıl bu marka devam etti. Çok güzel şişe tasarımı yaptılar ve kurucu arkadaşlar da öyle bu işi bilmeyen arkadaşlar değildi. Türkiye'nin çok sayılı firmalarının genel müdür yardımcıları ve genel müdürleriydi. Ve pazarlamayı biliyorlardı. İşlerinde de çok başarılılardı. Üç-dört yıldan sonra götüremediler. Selin ile Pelin Hanımın çok büyük avantajları var. Arka planlarında, zeytin kültürü içinde gelmiş aileleri var. Keşke her aileden bir Selin Hanım, bir Pelin Hanım çıksa da ailenin geçmişten gelen kültürünü, zeytinliklerini marka haline getirse ve sayıları bol miktarda artsa. Ekrem Bey konuşmasında birinci lig, ikinci lig tanımlamasını kullandı. Büyük markalar birinci ligdir, diğerleri ikinci ligdir. Bu tanımlamayı kabul etmiyorum. Sadece kulvarları farklıdır. Butik markalar, ikinci lig değildir. Kulvarlar farklıdır. Butik üretim farklıdır, konvansiyonel üretim farklıdır. Yolları ayırdır. Aynı ürün üzerine çalışsalar da. Bu nedenle bunu kabul etmediğimi belirtmek istiyorum.

Ümmühan Tibet: Değerli konuşmacılarımıza, teşekkür etmek istiyorum. Gerçekten tüm boyutlarıyla, markalaşmanın önemini bize çok iyi anlattılar. İki günlük çalışma sonunda şu andaki edindiğim bilgi, bizlere iki ev ödevi çıkarttı. Bir tanesi, Ece Hanım'ın bahsettiği, butik üretim için bir yol haritası belirlemek. Bir diğeri, zeytinyağının sektörümüzün ilerleyebilmesi, büyüyebilmesi adına bundan sonraki aşamada depolama ve lisanslı depoculuk, vadeli işlem borsası ki Sayın Christopher bunu çok güzel izah etti. Bu konularda, daha ciddi adımlar atması adına Ankara ile daha ciddi faaliyetler yapacağız. Bunun yanı sıra zeytinyağıyla, diğer bitkisel yağlar arasındaki fark sadece minör bileşenler değil. Lütfen biz zeytinyağcılar bunu çok iyi anlayalım. Buradaki en önemli fark, yağ asitleri kompozisyonundaki oran. Aynı yağ asitleri bulunabilir. Niye biz, anne sütüyle eşleştiriyoruz zeytinyağını? Bu oran nedeniyle, eşleştiriyoruz. Hiçbir yağın, yağ asitleri kompozisyonu -ki %98'ini oluşturur bu- insan sağlığı için bu kadar dengeli miktarda değil. Bakın bütün doktorlarımız, omega yağ asidi tüketin diyorlar. Çünkü elzem yağ asidi, vücudumuz bunu sentezleyemiyor. Mutlaka dışarıdan almamız lazım. Ama omega yağ asitleri, iki tarafı keskin bıçak gibidir. Çünkü omega yağ asitleri, çoklu doymamış yağ asidi demektir. Üçlü, beşli, yedili bağ içeren yağ asidi demektir. Ve bunlar bağ adedi arttıkça dengesizdir. Yani

oksijen almaya çok heveslidir. Açtır. Oksitlenir. Zeytinyağındaki omega3 yağ asidinin miktarı, anne sütüyle eşdeğerdir. Tam günlük rejim için de bizim ihtiyacımız kadardır. Onun için fark, minör bileşenlerde değil, tamamı farklı. Zeytinyağıyla bitkisel yağ, bunu çok keskin bir şekilde söylüyorum. Lütfen mukayese etmeyelim. Birbirinden A ile B kadar farklı. .

Soru-Katkı: Gönüllü olup, bu işe gönül veren kişiler mutlaka bu üretime girsinler. Yalnız çok uzatmadan şunu söylemek istiyorum; çeşit seçimi soruldu, arazi seçimi soruldu. Bu konulara girmeden önce kesinlikle danışmanlardan çok çok iyi fikir aldıktan sonra bu işe başlayın. Çünkü on beş-yirmi bin fidanla zeytinlik kurup, beş sene sonra söken çok gördüm. Kesinlikle çok iyi olaya hâkim olmadan lütfen yetiştiriciliğe başlamayın.

Ece Güçer: Çok teşekkür ediyoruz.

VII. OTURUM

TARIM TURİZMİ/GURME TURİZMİ: 'TANESİ AVUÇLARIMDA, TADI DAMAĞIMDA KALDI...'

M O D E R A T Ö R

Ahmet GÜZELYAĞDÖKEN

[Gurme-Yazar]

K O N U Ş M A C I L A R

Betül ÖZTÜRK

[Yrd. Doç. Dr., İzmir Ekonomi Üniversitesi Mutfak Sanatları Enstitüsü Bölüm Başkanı]

Prof. Dr. Artun ÜNSAL

[Yazar, Gurme]

Serdar ÇELENK

[İzmir Turist Rehberleri Odası Başkanı]

Doç. Dr. Levent KÖSTEM

[Köstem Zeytinyağı Müzesi Kurucusu]

Yrd. Doç. Dr. Koray VELİBEYOĞLU

[İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Mimarlık Fakültesi Öğretim Üyesi]

Ahmet GÜZELYAĞDÖKEN

M O D E R A T Ö R

Öncelikle konuşmacılarımızı takdim ederek başlamak istiyorum; Yrd. Doç. Dr. Betül Öztürk, İzmir Ekonomi Üniversitesi Mutfak Sanatları Yönetimi Bölüm Başkanı bize; zeytin ve bölge kültürü üzerine kurgulanmış, yaşam kültürüyle ilgili bir sunum yapacak. Bugün bizim büyük şanslarımızdan bir tanesi değerli hocam, Prof. Dr. Artun Ünsal teşrif ettiler. Ege'nin yerel ürünleriyle, turizmin niteliklendirilmesiyle ilgili bir konuşma yapacak. Devamında, Serdar Çelenk arkadaşımız, İzmir Turizm Rehberleri Odası Başkan Yardımcısı, o da turizmin çeşitlendirilmesi ve pazarlama konusunda farklı bir sunum yapacak. Değerli hocam, Levent Köstem İzmir'e mal olmuş kıymetli isimlerden bir tanesi. O da, çok başarılı olduğu doktorluk hekimlikten farklı bir boyutta, Türkiye'de müzecilik ve müze kültürü, kültür turizmi üzerine bir sunum yapacak. Ben deniz; Ahmet Güzelyağdöken, sadece soyadımın farklılığından dolayı buradayım. Konumuz açık bir konu; işin içerisinde gurme, turizm, yemek içmek var; yani muhtemel ki keyif var.

Zeytin ve Bölge Kültürü Üzerine Kurgulanmış Bir Yaşamı Paylaşmak

Betül ÖZTÜRK

[Yrd. Doç. Dr., İzmir Ekonomi Üniversitesi Mutfak Sanatları Enstitüsü Bölüm Başkanı]

Son oturumda, bu kadar güzel bir birliktelik ve kalabalıkla beraber olmak çok güzel. İzmir Akdeniz Akademisi'ne ve İzmir Büyükşehir Belediyesi'ne bu organizasyonu için önce tebrik ediyorum. Başta Ahmet Güzelyağdöken'e ve organizasyon ekibine bu nazik daveti içinde teşekkür ediyorum. Bahsettiğim konu ne kadar basit gibi gözükse de aslında çok zor. Çünkü yıllarca bilimle uğraşıp zeytinyağını, zeytini bilimsel açıdan inceledikten sonra kültürel açıdan incelemenin aslında ne kadar zor olduğunu fark ettim. Fakat İzmirli ve Ege kültürünü almış biri olarak şöyle çocukluk yıllarıma döndüğümde de hakikaten zeytin dallarında çok fazla vakit geçirmiş bir insanım ve zeytinin tarihini de araştırırken baktım mitolojiden başlıyor. Efsanelere konu oluyor. Klazomenai'de zeytin işçiliklerinin bulunması, iki bin beş yüz yıl öncesine dayalı bir tarih, tabii biraz bilimselde çalışınca, "Nasıl zeytinyağı üretiliyor? Duyusal analizlerine ne kadar önem veriyorlar?" Bunları da ister istemez araştırmış oluyorsunuz.

Zeytin toplamak içinde, bir sürü cihaz var ama hala köylerde çiftçilerimiz kestane ağacıyla, zeytini silkererek, kadınlar hala bir araya gelerek, gündeliklerini çıkarmak için bir arada zeytin ağacında toplanıyorlar.

Araştırma yaparken, Ege Bölgesi'nin ne kadar zengin olduğunu, yaşları nerdeyse iki bin yılına varan binlerce kültürü görmüş olan belki de, kişiyi tanımış olan zeytin ağaçlarına rastladım. Keşke onlardan, daha fazla bilgi alabilsek. Ama şunu da fark ettim ki, Bodrum'un Bitez mahallesinde, özellikle yaşları sekiz yüz-iki bin arasında değişen zeytin ağaçları şu an uydu da işaretlenerek bir kültürel miras olarak yer alacak. Ve böylece özellikle bu konuyla ilgili olan kişilerin, bu ağaçları ziyaret ederek turizme katkısı bulunacağını da düşünmek gerekiyor.

Çocukluğumda, aklıma gelen zeytin toplamalarında en önemli şeylerden biri; o soğukta parmakları olmayan eldivenleri giydiğiniz de artık parmaklarınızın uçlarını hissetmezsiniz. Burununuz akar, elinizin tersiyle burnunuzu silmeye çalışırsınız. Ve yıllarını, gönlünü bu işe vermiş olan insanların yılmadan her gün Ayşe hanımın zeytinliğinden çıkıp, Fatma teyzenin zeytinliğine gidip, oradan Ahmet ustanın zeytinliğine gidip sırasıyla herkesin zeytinlerini topladığına şahit oldum. Böylesine güzel bir birlikteliğin, aslında yaşamımızda da ne kadar önemli bir kültürü oluşturduğuna tanık olmuş oluyoruz.

Zeytin toplamak, çok kolay değil gerçekten çok zor. Kış mevsiminin soğukun getirdiği bütün zor koşullara rağmen yılmadan, tükenmeden herkes çalışıyor. Zeytinin ne kadar kıymetli bir ürün olduğunu, aslında büyüklerimizle konuştuğumuz zaman daha iyi anlıyoruz. Tabii diğer taraftan da yine bütün çiftçi kadınların yaptığı peynirden tutun, yazdan hazırladıkları

yiyeceklerle beraber, dualarını ederek orda bir piknik havasında vakit geçirip onların çocukluk anılarını dinlemek de size zeytin toplarken aslında kazandırdığı başka bir özellik oluyor. Hayatımda hiç zeytinyağı satın almadım. Oturumları dinliyorum çok pahalı deniliyor ama inanın litresi ne kadar hiç bilmiyorum, bir fikrim yok ve şunu söyleyebilirim ki anneannem zeytinyağı kullanırdı kızartma yaparken, onu bile atmazdı. Büyük varillerde biriktirilir, filtrelenir, süzülür ve sabun yapılırdı. Zeytinyağı o kadar kıymetli bir üründü. Branşım kimya, açıkçası benden daha güzel sabun yapıyordu yani, bütün bahçesinde atık zeytinyağı bile değerlendirilir. Ki hala da bu köylerimizde devam ediyor. Bizse tağşiş ediyoruz, başka şeylerle karıştırıyoruz ve bunları satmaya çalışıyoruz ama bir taraftan var olan kültürleri de yok ediyoruz. Tabii; “Zeytin toplanınca, hemen zeytinyağı sıkılıyor mu?” diye, ben bilmiyorum açıkçası çünkü bizde zeytin toplandığı zaman herkes oturur, sofralık zeytin için seçim yapardı. Salamurasını, kırmalık zeytini, dilmelik zeytini çünkü bütün herkes kendi bahçesinde, zeytinini birkaç tane çuvala özel türler olarak ayırır. Onlar hiçbir şekilde, sıkımaneye gönderilmez. Onların içinden, ayıklama yapılır. Ona göre temizlenir ve sofralık zeytin için de ön hazırlık yapılmış olur ki, kışın herkes evinde zeytinini yesin diye.

Hep zeytinyağından bahsedildi ama zeytin meyve olarak, gerçekten çok güzel ve hani şunu da söyleyebilirim ki, cilde iyi gelen bir ürün. Zeytin aynı zaman da sadece yağ olarak tüketmek değil yemekte gerçekten özellikle biz kadınlar için cildi gayet diri tutan bir yiyeceğimiz. Ege Bölgesi’ndeki zeytin türlerinden, şu ana kadar defalarca bahsedildi. Ama Ayvalık, Memecik, Erkence ve Uslu bunların başında geliyor. Mutfak Sanatları Bölümü olarak, İzmir yöresine baktığımızda tabi unutmamız gereken bir konu var. Ege Bölgesi sadece meyveleriyle örtülü ve zengin bir bölge olmayıp aynı zamanda otlarıyla, değişik bitki örtüsüyle de mutfak kültürünü, gurme turizmini oldukça harekete geçiren bir bölgedir.

Bir bölgede yaşayıp farklı tat, koku ve renge dayalı değişik zeytinyağlarına sahip olabilen, ender bölgelerden biriyiz. Kuzey Ege, Güney Ege’ye baktığınızda tamamen farklı, aynı tür olsa bile zeytinyağının elde edildiği bir yerdeyiz. Tabii şimdi, mutfak sanatları da söz konusu olunca, zeytinyağı en çok kullanılan ürünlerin başında geliyor. Kaldı ki antioksidanca zengin olması, tıp da kullanımının oldukça artması bugün kanser gibi gerçekten ölümlerle karşı karşıya gelen hastalıklarda bile bir tedavi özelliğinin bulunması, bunun bilimsel çalışmalarla da desteklenmesi zeytin ve zeytinyağını bir kez daha önemli hale geliyor. Bizlerde kızartmalarda zeytinyağını tercih ediyoruz. Çünkü genelde bitkisel yağlar yüz elli-yüz altmış derecede de okside olurken, zeytinyağı iki yüz kırk dereceye kadar dayanabilen ve antioksidan özelliğini koruyabilen bir yağdır. Şunu da kabul etmem gerekir ki; evlerde açıkçası duman olmuyor mu, oluyor ama teknoloji ilerledi havalandırmalarımız iyi çalışıyor. Ama şunu da eklemem gerekiyor; odun ateşinde zeytinyağında kızartılmış bir patatesin yerini hiç bir şey tutmuyor.

Gastronomiyi tanımlarken, aslında yaşam kültürümüzün sofraya aktarılmış bir hali olarak tanımlarız. Türk halkı, akşam yemeklerinde bir araya gelip, bütün günümüzü nasıl geçirdiğimizi konuşuruz. Bir taraftan yemeklerimizi yeriz ve orda paylaşımlarımızı artırırız. Gastronomi, her ülke de farklı bir şekilde icra ediliyor.

Zeytinyağının kullanımına gelince çiğ olarak tüketilmesi, özellikle bizim tavsiye ettiğimiz bir durum. İster baharatlarla karıştırın, isterseniz yumurtanızın üzerine zeytinyağı ve baharat karışımını, isterseniz peynirinizin üzerine zeytinyağını sofralık zeytinlerimizle daha kahvaltı da başlayarak hayatımızın her noktasında çok fazla yer tuttuğunu fark edeceksiniz. Diğer türlü, İzmir Bölge olarak sekiz bin beş yüz yıllık bir geçmişe sahip. Zeytinyağı, gastronomide birinci aktör olarak tanımlanırken, otlarımızda ikinci aktördür. Zeytinyağıyla, Ege otlarını birleştirdiğiniz zaman vazgeçilmez bir tat elde ediyorsunuz. Ebegümecisinden, arapsaçına, radikasına, ısırganına, eşek helvasına kadar daha sayamayacağım birçok çeşit otumuz var. Bugün Akdeniz diyeti olarak adlandırılan ama bana göre aslında Ege diyeti olan, çok sağlıklı bir mutfağa da sahip olabilen bir kültürüz. Tabii sadece otlarımız değil, enginarıyla, baklasıyla, kabak çiçeğiyle, lahanasıyla, her şeyiyle çok değişik de bir sebze kültürüne de sahibiz. Zeytinyağı yine en çok kullanılan ürünler arasında. Gerçekten çok sağlıklı beslenebilen, bulunduğumuz bölgenin her türlü olanağından taze, günlük, kendi üretebilen bir halkız ve bundan da yararlanıyoruz. Her yıl düzenlenen zeytin hasat şenliklerinde dikkatimi çeken şey; artık sadece yurtiçinden insanların değil, yurtdışından insanların da zeytin toplamak için geldiği tabi bu özellikle Uzak Doğuluların dikkatini çekiyor. Ama onlar da bu kültürü öğrenmek, bu çok kıymetli olan ürünün nasıl yapıldığını, ne zorluklarda elde edildiğini görebilmek ve yaşayabilmek adına bölgemize geliyorlar.

İlk araştırmaya başladığımda, Kahramanmaraş, Mardin ve Antep üçgeni içerisinde çok öncesinde yetiştirilmeye başlandığını, oradan daha çok batıya doğru yayıldığını öğrendim. Ama bir rota çizerek olursak, Akdeniz sınırları içerisinde ilerlediğinizde Türkiye'nin güneyiyle, batısından değişik tat, değişik kültür, değişik yemek tariflerine rastlayabileceğiniz çok güzel bir rota çizmiş oluyorsunuz. Buna da, zeytin ve zeytinyağı rotası da diyebiliriz. Artun Ünsal'ın bir çalışmasına denk geldim, *Ölmez Ağacın Peşinde*. Ailemin zeytinliğinde çok vakit geçirdim, babamla annem de geçirdi, anneannemler, babaannemler de geçirdi. Kaç nesil geçirdi, açıkçası bilmiyorum. Ama o zeytin ağaçlarının daha birçok nesli besleyeceğini, refah ve bolluk içinde yaşatacağına inanıyorum. O yüzden de bu var olan kültürü bozmamak, hem elde edilen tüm ürünün zeytin ve zeytinyağı olarak sofralarımızdan eksik etmemek adına hepinize teşekkür ediyorum.



Fotoğraf: TOLGA ÖZMEN

Geçmişten Geleceğe Zeytinyağı ve Yaşam: Yerel Turizmin Geliştirilmesine İlişkin Gerçekçi Hayaller

Prof. Dr. Artun ÜNSAL

[Yazar, Gurme]

Anadolu'da zeytin ve özellikle zeytinyağının, köklü bir geçmişi vardır. Bu nedenle, ortada ihmal edilmemesi gereken bir kültürel miras ve turistik/ekonomik potansiyel söz konusudur. Bu alanda neler yapılabilir? İçinde bol hayal bulunan, bir fikir jimnastiğine davet edeceğim sizleri.

Aslında, sizlere çok da yeni bir şey söylemeyeceğim; daha önce, çeşitli bilimsel toplantılarda ve gazete yazılarımda birçok kez dile getirmeğe çalıştığım konulardır bunlar. Gel gelelim, hâlâ güncelliklerini koruyorlar. Bu inadımdan, vazgeçmiyorum...

Efes'ten Truva'ya, neredeyse hiçbir yerde duraklama yapılmayan, mevsimi görece kısa ve yöreye çok önemli bir gelir getirmeyen 'Kuzey Ege Turizmi'ni canlandırma hayaliyle, nacizane görüşlerimi üçlü bir grupta içinde ele alabilirim:

- 1- Arkeoloji ve özellikle zeytincilik arkeolojisi;
- 2- Geleneksel yağhanelerin turistik amaçlarla kullanımı;
- 3- Zeytin ve zeytinyağı dışındaki peynir, yoğurt, köy ekmeği gibi yöresel ürünlerinde bu tabloya dâhil edilmesi gereği.

Bu bağlamda, gerek yöresel kalkınma gerekse turistlerle yöre halkının daha yakından kaynaşması için halktan kopuk otel veya butik otellere göre daha uygun bir çatı görevi yüklenecek köy pansiyonculuğunun desteklenmesi. Ayrıca zeytin, zeytinyağı, peynircilik ve yoğurtçuluğun yanı sıra; ekşi mayalı köy ekmeçiliği -hatta halı ve kilimcilik- alanlarında atölyeler açılarak, bölgeye ziyaretçi çekilmesi, gelenlerin ışık ve mandıralara yakın köy pansiyonlarında konaklaması sağlanabilir.

Sonuçta, her üç alanın da birbiriyle, adeta bileşik kaplar düzeniyle, iç içe olduğu açıktır. Ege'nin yöresel ürünleriyle, turizmin birlikteliği aynı zamanda yerel kültüre sahip ve bekçilik yapan ancak yeterince gelir elde edemeyen üretici insanımız için, bir yöresel kalkınma projesi olma özelliğini taşımaktadır. Deniz, güneş, tarihi eserler, eğlence kadar; kültürel zenginliklerimiz de turistleri çekmeli. Kültürel zenginliklerimiz açısından, bir yaşam tarzı olan zeytincilik dışında da bölgenin elinde birçok önemli koz bulunmaktadır. Yöresel ürünler ve yöresel mutfakta buna dahildir. Önemli olan, çeşitli seçeneklerle, hem turisti çekmek hem de ona konaklama olanağı sunmaktır. Şimdi biraz daha ayrıntıya girebiliriz.

I- Anadolu'da zeytin, zeytinyağı arkeolojisi ve etnografisinin turistik ve ekonomik potansiye-
lini ihmal etmeyelim. Öteden beri hep vurgulamaya çalışırım: Ülkemizin zengin zeytincilik
ve zeytinyağı kültürünün arkeolojik boyutu kadar etnografik boyutu da önem taşımaktadır.
Geleceğe daha sağlıklı yaklaşabilmek için geçmişin iyi bilinmesi şarttır. Ancak bunun da ar-
keolojik buluntularının çoğalmasına bağlı olduğu açıktır. Öte yandan, mevcut zeytin kültürü-
nün geleneksel özellikleri, modern ekonomi ve teknolojik gelişmeler sonucu unutulmaya terk
edilmemeli ve korunmalıdır. Her iki alanda elde edilecek başarının, zeytin yağlarımızın daha
iyi tanınması ve ticari değerinin artmasının yanı sıra, turizm ve gelirleri yönünden de önemli
bir katkısı olacağını düşünmeliyiz. Peki, bu konuda neler yapılabilir?

a- Arkeolojik kazılarda, zeytinyağı arkeolojisine de önem verilmesi yöresel turizmi de geliştirecektir. Her şeyden önce, gerek devlet gerekse özel sektör kuruluşları tarafından Türkiye'de zeytin, zeytinyağına ilişkin arkeobotanik ve arkeolojik araştırmalar hızlandırılmalı ve desteklenmelidir. Ayrıca, uluslararası fonlardan yararlanma olanakları araştırılmalıdır. Ülkemizin geleneksel zeytincilik bölgelerinin, aynı zamanda birer tarih hazinesi olduğu açıktır. Mevcut ve başlatılması düşünülen kazılara katılan bilim insanları arasında, zeytincilik konusunda arkeolojik, botanik, kültürel birikimi olan uzmanlar, öğrenciler ve yörelerin amatör tarihçileri de ne kadar çok yer alırsa, konumuz açısından bu kazıların, çok daha verimli olacağı açıktır. Arkeologlar, arkeobotanikçilerle zeytincilik teknolojisini iyi bilen, deneyimli çevre insanları arasında ilişkiler güçlendirilmelidir.

b- Arkeolojik kazılara, devletin yanı sıra özel destek de şart. Arkeolojik kazıların desteklenmesi konusunda, örneğin Urla'daki Klazomenai'de olduğu gibi, Komili gibi büyük firmaların finansal desteği önem taşımaktadır. [Borusan-Eczacıbaşı-Doğuş-Efes Vakfı; Aydın'da Efes Pilsen, İzmir Torbalı'da Sabancı Vakfı gibi, İzmir Teos'ta, Aydın'da Sultanhisar Nysa kazılarında Yaşar Holding gibi.] Ancak işadamlarımızın, zeytin ve zeytinyağı borsalarının, Ticaret ve Tarım Odaları'nın yerel katkısı kadar, seçilmiş [belediye] ve atanmış [Özel İdare] yerel yönetimlerin, İl Tarım Müdürlüklerinin de bu tür girişimlere artan ölçülerde destek vermesi gerektiği de unutulmamalıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı da elbette böyle çabaların arkasında olmalı, sınırlı da kalsa, tüm olanaklarını seferber etmelidir. Hepsinden de önemlisi, zeytincilik arkeolojisi konusunda halkın bilinci artırılmalıdır. Bu konuda, Çanakkale'den İzni'ye, Ayvalık'tan, Çandarlı ve Milas'a, [Hatay'dan Gaziantep'e ve Urfa'ya], yerel yönetimlere büyük iş düşmektedir. Örneğin, Altınoluk, Burhaniye, Ayvalık, Edremit, Akhisar ya da Dikili Belediyelerinin geleneksel olarak düzenledikleri zeytincilik sempozyumlarının, diğer zeytin beldelerinde de yapılması çok yararlı olacaktır. Böylelikle, zeytinciliğimizin güncel sorunlarının tartışılmasının yanı sıra, geçmişin mirası kültürel zenginliklerin ortaya çıkartılması ve korunması konusunda gerekli ortak bilincin, güçlenmesine katkıları olacaktır.

II- Ege'nin zeytin, zeytincilik geçmişinin, arkeolojik ve etnolojik potansiyelinin hayata geçirilmesi de Kuzey Ege turizmine ivme kazandıracaktır. Anadolu'da zeytinciliğin, zengin antik geçmişi Çanakkale'den Muğla'ya [Bu arada, Antalya'dan Maraş'a, Urfa'ya, Gemlik'ten Sinop'a hatta Artvin'e] artık gözler önüne serilmelidir. Örneğin Urla yakınlarında bahçelerde, tarlalarda bölük

pörçük bulunan eski eserler bir araya getirilebilir, yok olmuş çürümüş ahşaplar yenilenirken, ilkel presler yeniden işler duruma getirilebilir. [Tabii, hurdacıya gitmemişse]. Fransa, İtalya ve İspanya'da Roma döneminden kalma bir çok değirmen ve pres kalıntısı, elden geçirilerek küçük kasabalarda zeytincilik müzesine, başarıyla dönüştürüldüğünü ve bölgeye turist çekmekte olduğunu da bu arada anımsatabilirim. Örneğin, Küçükkuşu'da zeytinyağı müzesi. Benim de Akçay Zeytinli'de, Evren Ertür Zeytinyağı Galerisi'nin kuruluşunda mütevazı bir katkı olmuştur. Aydın Kuşadası'nda da böyle bir müze vardır.

a- Eski yağhaneler, butik otel ve kültür merkezlerine dönüştürülebilir. Özellikle, Ege'de deniz kenarlarında geçen yüzyılda kurulan yağhanelerin birer birer kapanmakta olduğunu, bir bölümünün eğlence mekanlarına dönüştürüldüğünü, artık gerek kalmayan donanımıysa hurdacılar tarafından satılıp, parçalandığını hepimiz üzülen izliyoruz. Kontinü sistemlerin daha çok ve daha hızlı zeytin işleme kapasitesi de halen iyi durumda olan birçok sulu yağhanenin, ömrüne son vereceği bir kehanet değildir. Deniz kenarına kurulu bir iki eski yağhanenin, artık otel olarak hizmet verdiğini de ekleyeyim. Ama bu örnekler, İtalya, İspanya ve Yunanistan'da görülenlerin yanında, devde kulak gibi kalıyor. Aynı şekilde, daha içeri bölgelerde bu tür eski binalardan kimi zaman etnografik müze olarak yararlanılması, çevrede bulunan yıkıntı değirmenlerden ve yağhanelerden gelen mengeneler, değirmen taşları, eski lancalar, fıçılar, sac ya da cam damacanelerle zenginleştirilmesi yönünden de, söz konusu ülkelere göre çok gerilerdeyiz. Kaldı ki, eski yağhanelerin sadece otellere veya müzelere dönüştürülmesi kadar, yöresel kültür merkezlerine mekân olmaları da önemlidir. Gerek oteller, gerekse müzeler belli dönemlerde hizmet verir, oysa kültür merkezi daha sürekli ve canlıdır, turistten çok çevre halkına dönüktür.

Bu aşamada, özellikle Körfez belediyelerinin, Edremit, İzmir Zeytin ve Zeytinyağı Borsalarının, Ayvalık, Burhaniye Ticaret Odaları'nın zengin deneyimleriyle, kıyılarımızda halen yıkılmaya mahkûm yağhaneleri diriltme projelerini geliştirebileceklerini ya da destek verebileceklerini düşünüyorum. Örneğin Güre'de, Eski Yağhane zeytinyağı üretemez artık. ÇED raporu alamaz. Denize sıfır konumuyla, turistlere otel olabilir. Ayrıca, avlusunda zeytin, zeytinyağı, peynir satış butikleri de kurulabilir. Çevreye zeytin hasat ve zeytinyağı sıkma turları yapılabilir.

Otel ve müze gibi kültür merkezlerinin ortaya çıktığını hayal edersek -ki hayal etmek, gerçekçilik değil midir?- bir bölümü yerel zeytincilik müzesi, öteki bölümü kültür merkezi olarak hizmet verebilecek bu tür mekânlarının yılın belli bölümlerinde zeytincilik folklor festivallerine de olanak sağlayacağını, bununsa bölge zeytin ve yağlarının tanıtımına ve pazar paylarını artırılmasına büyük bir yan katkısı olacağını sanıyorum. Hep birlikte, 'hayal edelim', çünkü bundan yıllarca önce Altınoluk'ta yaptığım bir konuşmada çizdiğim hayali tablonun gerçek olmaması için hiç bir neden yok: Truva'da, Gölpinar'da, Babakale'de, Sivrice'de, Asos'da ya da Ayvacık'da ya da Lamponia yıkıntılarında bir adım Kozlu'da, belki de İzmir Urla'da, Karaburun veya Bayındır'da ortaya çıkarılmış ya da çıkarılacak antik Elen ya da Roma değirmen ve yağhanesinin, uzmanlarla elden geçirilerek çalışan bir müze-işliğe dönüştürüldüğünü düşünelim... Küçükkuşu'da, Altınoluk'ta, Güre'de, Ayvalık'ta, Çandarlı Körfezi'nde eski adıyla Zeytin Körfezi'nde [Elaia] otele dönüştürülmüş, tarihi bir yağhanede buluşalım... Edremit'te, Seçuk

Şirince'de, Milas'da, [Aynı şekilde Hatay'da, Antep'te, Kilis'de] yerel zeytincilik müzesi haline getirilmiş, eski bir yağhaneyi gezdiğimizizi düşünelim. Zeytincilik yörelerinin bağrından çıkmış ressam, yazar ve ozanlarımızı bir araya getirelim. Bu sihirli ağacın, meyvesi ve yağının eserlerine nasıl yansıdığını, bir kez daha yerinde görelim, duyalım... Küçükkuşu'da, Altınoluk'ta, Aydın Bozdoğan'da, kültür merkezlerinin girişimleriyle düzenlenen yöresel zeytincilik festivallerinde, 'el' ve 'ayak' yağı çıkarmada çeşitli yöresel farklılıkları canlandıralım, saf zeytinyağının çıkarılışı ve bunu izleyen geleneksel törenleri yaşatalım. [Zeytinyağı-kuru incire batırılıp, yufkayla yeniyordu Aydın'da. Zeytin hasadı sona erdiğinde tarla sahibi zeytin ağacına bağlanıyor, bahşiş mukabili kurtuluyordu Edremit'te örneğin]. Sadece hasat geleneklerini canlandırmakla yetinmeyelim, zeytinyağlı yemekler de yiyelim. Yörüğünden Türkmenine, muhacirinden yerlisine, manavına insanlarımızı seferber edelim. Gelenlere yağ ve zeytin tattıralım, isterlerse satalım. Çevre'de bulunan sulu baskı ya da süper presli bir yağhaneyi, soğuk sıkım az ancak kaliteli üretim yapmasını sağlayalım. Ürünün yağhaneye gelişinden, yağ olarak çıkışına ve depolanmasına dek hijyen koşullarının titizlikle uygulanmasını sağlayalım. Unutmayalım ki, Avrupa'nın en önemli peynir ve zeytinyağı firmalarının mevcut tesislerinde ya da ticari himayelerinde, daima geleneksel yöntemlerle üretim yapan küçük kuruluşlar vardır. Bu kuruluşlar aynı zamanda, turistlerin ve damak severlerin büyük ilgisini çekmektedir. Değişik bölgelerde açılmış, kontinü tesisleri de ziyaret edelim. Dahası, sadece zeytinyağıyla yemek yapan yöresel lokantaları da ziyaret edip, karnımızı doyuralım. Hayallerimiz bitmedi...

III- Köy pansiyonculuğu, kamusal ve STK destekleriyle geliştirmelidir. Zeytin, zeytinyağının yanı sıra, atölyeler kurularak, peynir, yoğurt ve köy ekmekleri üretimine turistlerin de katılımı sağlanabilir. Turizmi geliştirme konusunda çabalarımızı sadece zeytinyağı ve zeytinle sınırlamayalım, öteki kültürel zenginliklerimizi de, 'halka açalım'. Şık butik oteller, kırsal da güzel duruyor. Ama, konukların yerli halkla ilişkileri çok sınırlı. Oysa köylülere turizm kredisi verilirse, pansiyonculuk artar, konaklama standartları düzelir. İşte böyle bir ortamda zeytin hasadı, yağ üretimi, peynir üretimi yakından izlenir hatta turistlere mahsus, atölyeler de açılabilir. Hayal edelim; Bektaş-Sivrice'de, Havran'da sadece zeytin değil, yoğurt ve keçi peynirleri üretimi. Karaburun'da zeytinyağının dışında, keçi peyniri ve kopanisti üretimi. Dahası Karaburun'da, sepet peyniri için sepet üretimi geleneksel usulde, delikli plastik kovalarda değil... Bergama'da tulum peyniri [teneke ve deri], Kınık'da domates kurutması. Yerel pansiyonculuk, burada da geçerli olabilir. Çan'da, Kazdağı'nda, Yörük ve Türkmen köylerinde peynircilik ve köy ekmekleri turizmi de yerel pansiyonculuk teşvikiyle geliştirilebilir, tıpkı Kırkaağaç'da zeytincilik, ekşi mayalı köy ekmeği üretimi de atölyelerde desteklenebileceği gibi. Çanakkale Ezine'de zeytincilik, peynircilik gibi. Babadere'de, örneğin peynir mandıralarının yanı sıra pansiyonculuk yapılabilir. Babakale'de balık var ama pansiyonculuk zayıf. Babakale'de, geleneksel bıçak üretimi ustaları da var. Atölyeler kurulabilir. İzmir Urla'da eski yağlıklar ortadan kayboluyor. Seferihisar Gödense Kooperatifi bile kontinü sisteme geçti. Üzümcülük, şarapçılık yapıyor, hâlâ sabun ve peynir yapıyor. Özellikle, köy peyniri, peynir kırığı, lor karıştırılıp süzme yoğurtla yapılan Armola peyniri gerçek bir yerel üründür. Pansiyonculuk teşvik edilmeli Gödense'de de.

Ege'nin yörük halılarını yapan ev tezgâhları da turist, kursiyer kabul eden atölyelere de dönüşebilir. Halkın geliri artar.

Özetle, arkeolojik tarihi miras kadar, yöresel geleneklerimiz, üretim yöntemleri de unutturulmamalıdır. Zira turist için asıl çekici olan, bu tür üretim yöntemleridir. Sanayi tipi zeytinyağı, peynir, yoğurt üretimi... Turizme katkısı olmaz pek. Oysa, Çanakkale-Ayvacık Kozlu'da, Aydın Bozdoğan'da, İzmir Menderes de el ve ayak yağı üretimi canlandırılıp, yöresel festivallerle birleştirilse iyi olur. Burhaniye deve güreşleri, yemek festivali, peynir atölyeleri, yerel pansiyonculuk, köy lokantaları, hesaplı oteller... Hayallerimizin sonu yok. Evet, Efes-Truva arasını durmadan geçen yolcuları, durdurmanın zamanı artık gelmiştir...



Turizmin Çeşitlendirilmesi, Nitelik ve Pazarlama

Serdar ÇELENK

[İzmir Turist Rehberleri Odası Başkanı]

Şanssızlığım, hemen değerli hocamın arkasından konuşmak herhalde. Hocam konuşmanız için çok teşekkür ediyorum. Çok keyif aldım, onun için söylüyorum. Biz rehberiz, irticalen konuşuruz; metine çok bağlı kalmayız ve mümkünce turizmin büyük resminden, küçüğüne doğru inip toparlamaya çalışacağım. Turizm deyince, klasik bir tanımlama var; insanlar çeşitli nedenlerden dolayı seyahat ediyorlar ve buna turizm diyoruz. Bir de, o kişi yirmi dört saat bir yerde kalıyorsa ona turist diyoruz.

Önce Türkiye’de yaptığımız turizmin resmini çizmeye çalışayım. Biz birazcık yani her şeyi abarttığımız gibi, turizmde de bazı şeyleri abartmışız. Yavaş yavaş, sindire sindire gitmek yerine birden, “Haydi arkadaşlar!” diye... Sonuçta, bir tarafları sakat ‘bir turizm çeşidi’ ortaya çıkmış. Ben buna, “doldur boşalt turizmi” diyorum. Kitle turizmi, çok istemediğimiz bir şey. Ülkemize de çok faydası olmayan bir turizm. Şöyle de bir kanı oluştu; bunu en ufağından, en büyüğüne kadar hani makamsal olarak, insanların kafasında böyle bir algı yaratıldı. Ne kadar çok turist gelirse, o kadar iyi. Biri çıkıyor diyor ki; “Türkiye’ye, yirmi beş milyon turist gelecek.” Ondan sonra yetmiyor, daha çok turist gelsin. Büyüklerimiz çıkıp diyorlar ki; “otuz beş milyon turist gelecek!” Hakikaten de geliyor. Otuz sekiz milyon turist gelmiş geçen yıl ve bıraktıkları para yirmi yedi milyon dolar. Bıraktıkları para derken, cebinden çıkartıp burada olmak için harcadığı para. Yanlış anlaşılmasın, bu para kar falan değil. Bazılarına da bu yetmiyor, diyor ki; “elli milyon turist gelmesi lazım.”

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği’nin [TÜRSAB] seçimleri olacak, başkan adaylarından bir tanesi dedi ki; “2023 yılında yüz milyon turist, yüz milyar turizm geliri” olacak. Birde bu kişiler, sektörün en tepesinde olan insanlar. Bakanlığa bakıyorsunuz, onlar da farklı değil. Onlarda, aynı doğrultuda gidiyor. Sonra dönüp bakıyoruz, turizm ne için yapılır? Şan, şöhret için, nam olsun, insanlar gelsin ülkemizi görsün diye mi turizm yapıyoruz? Hayır. Bu, bir ekonomik hareket sonuçta para için yapıyoruz. Bu, bir profesyonel iştir. Bundan para kazanmayı amaçlıyoruz. “Ülkemize çok insan gelsin ama ucuz iş yapalım” böyle bir turizm şekli var. 99 Euro ücretle, bir Alman olarak, sizi Türkiye’ye götüreceğim. Bu fiyatın içinde; uçak parası, bir hafta otobüsle doluşturacağım otel ve kahvaltısı içinde, bir de başınıza profesyonel lisanslı bir rehber vereceğim. Bir hafta sonra da tekrar transferinizi yapıp, havaalanına ülkenize uçakla döndüreceğim. Size çok inandırıcı gelmeyebilir, ama bu gerçek. Böyle bir turizm şeklimiz var.

Her yıl Türkiye’ye, kaç kişi geliyor? Bin kişi, iki bin kişi mi? Hayır. Yüz bin kişi, iki yüz bin kişi geliyor. Nasıl oluyor? Üç tane, istasyonları var: Deri, halı, kuyumcu mağazaları. Bu alanlarda,

çok büyük profesyonel insanlar çalışıyor. O, 99 euro da Türkiye'ye falan gelmiyor. Yanlış anlaşılmasın, onlar komisyon olarak yurtdışında kalıyor. Turist kişi, sıfır olarak Türkiye'ye ayak basıyor ve Türkiye'de ne alışveriş yapıyorsa, bunların istatistikleri tutuluyor. Gelen turiste, profesyonel tezgâhtarlar halı satmaya çalışıyor. Turist, halı dükkânına girmekte zorunlu, programında da yazıyor. Adam diyor ki; "Ya giderim ne olacak, 99 Euro'ya Türkiye'ye gidiyorum sonuçta." O masumane şeylerden bir tanesi, orada Hereke diye satılan halılar. Ama o halılar Hereke'den gelmiyor, Çin'den geliyor. Çin Hükümeti de bunu legal hale getirmek için, 'menşei saadetnamesi' diye bir sertifikası alıyor. Bu sertifika orijinal. Bu sertifika, nerede yapıldı? Bunu yasal olarak Ticaret Odası'nın vermesi için, oranın isminin Hereke olması lazım ama bir Çin kasabasının ismini de değiştirip, 'Hereke' yaptılar.

Ahmet Güzelyağdöken: Serdar, fazla sırlara girdik gibi...

Yok, yok bunu herkes bilsin, nasıl turizm yapıyoruz bilin lütfen. Neyse, gerçekten böyle bunların içinde hiç abartı yoktur, doğru şeyler söylüyorum. Çok kısa toparlayayım başka şeylere geleceğiz, yani esas anlatmak istediğim şeylere geleceğiz. Bunlarla, biz turizm yapıyoruz. Kadına dedim ki; "Türkiye'ye ilk gelişiniz mi?" "Yok, yirmi yedinci seferdir geliyorum" dedi. "Pardon dedim?" "Yirmi yedinci sefer, geliyoruz. Eşimle beraber, 100'er euro vererek bir hafta evde kalamıyoruz, onun için geliyoruz. Türkler, kaç para ödüyorsa bizde öyle ödüyoruz. Taksicisi dâhil, herkes tanıyor. Ucuza yiyoruz, içiyoruz. Buradaki iklimde çok güzel" dedi. Tamam güzel. Şimdi biz de göğsümüzü gere gere geçen seneki istatistiklere bakarak diyoruz ki, "otuz sekiz milyon turist getirdik. Kaç kuruş bıraktı? 700 euro, pardon 700 dolar, bıraktığı para kar değil. Şimdi bakıyoruz, 38 milyar doları Avustralya'da getiriyor. Aşağı yukarı, benzer bir rakam turizm girdisi var. Kaç kişiden getiriyor? Altı buçuk milyon turistten kazanıyor bunu. Yani bizim 700 dolar girdisi olan turist değil bu, onlara 5300 dolar ödeyen turist gidiyor. Ne yapıyor? Oturduğu yerden gazoz kasası gibi turist taşıyıp götürmüyor. Kendine göre kaliteli servis, altyapı hazırlamış ona göre de para talep ediyor.

Dolayısıyla turistin gittiği yer, zırt pırt gidilecek bir yer de değil. Şimdi bizde, turistte misafirperver davranacağız diye, onun müziğini çalıyoruz. İşte onun fast foodunu ikram ediyoruz gibi. Hâlbuki turist kendinde olan bir şeyi görmek, yemek için gelmiyor. Buranın kültürünü tanımak için geliyor yoksa adamın ne işi var burada memleketin de otursun oturduğu yerde veya başka bir ülkeye gitsin ama bizi, kültürümüzü tanımak, yemeğimizi yemek için geliyor.

Yunanistan'a gidin, bir tane yabancı müzik çalmazlar. Hep kendi, Yunan müziğini çalarlar. Çok da güzel bir atmosfer oluşur ve Yunanistan da olduğunuzu hissedersiniz. Gidin Alanya'ya veya Kuşadası'na, Türk müziği duyamazsınız veya Türk kültürüne uyan bir şey yoktur. Oraya da işte o, 99 euroluk turist gider. O da, para bırakmaz. Hem para bırakmıyor. Gelsin mi? Gelsesin, lütfen gelsesin ben rica ediyorum, bu turist buraya gelsesin. Şunu anlatmaya çalışıyorum; biz turizm yaparken zannediyoruz ki; hava, su bedava, artezyeni vuruyor ama bu memleketin suyunu harcıyorsunuz siz orada. Ormanını yakıyorsunuz, bilinçli olarak. Orman Bakanı çıkıyor diyor ki; "Buraya asla bir şey yaptırmayacağız, buraya asla inşaat yapılmayacak, hemen

ağaç dikmeye başlıyoruz” diyor. Aradan birkaç ay geçiyor, orada heyhulâ gibi bir inşaat ortaya çıkıyor. Güvercinlik Koyu’nda bu var. Yani ormanımızı tüketiyoruz turizm adına, devasa hava alanları yapıyoruz turizm gelişsin diye bunlar hep suyumuz veya başka değerlerimiz. En basitinden, kültürel kirlenme yaşıyoruz. Böylesine kitle turizmi yaparsanız ama sizin kültürünüze saygılı turist gelirse orada bir sorun oluşmuyor. Yani şimdi bu söylediklerimin hepsi gerçektir. Bu biraz da, az bir kısımdır. Hoş olmayan şeylerde var ama problem şuradan kaynaklanıyor; biz el yordamıyla ‘mış gibi’ bir şeyler yapmaya çalışıyoruz. Koltuğa yapışıyor birisi, ben burada sağlam olayım diye, bir şey yapıyormuş gibi davranıyor, ama yapmıyor. Turizm Bakanlığı’mız da maalesef böyle insanlar çok. Turizmi bilmeden, turizmi yapıyormuş gibi yapıyorlar.

Yurtdışındaki fuarlarda, Rehberler Odası olarak dedik ki; “Fuarlara gidiyorsunuz orada standa Almancı çocuğu tutup koyuyorsunuz, adam Türkiye’yi bilmiyor. Sadece lisan biliyor diye ona veriyorsunuz 110 euro günlük, orada gelene broşür dağıtıyor. Bırakın biz yapalım, sizden para da istemiyoruz. Sadece uçak, otel masraflarımızı karşılayın. Çünkü bizim, yirmi sekiz dilde bin on dört tane İzmir’de rehberimiz var. İstedığınız kalitede, istediğiniz kadar iyi rehberi biz size tahsis edelim. Japonya’da gitsin Japonca konuşan rehberimiz, Amerika’ya gitsin İngilizce diğeri Almanya’ya gitsin. Böyle bir uygulamayı, Berlin’de onlara göstermek için yaptık. Biz gidelim rehberler olarak anlatalım, bizi en güzel biz anlatabiliriz. Üstelik, “para da istemiyoruz” diyoruz. Yok, olmadı. Kafalarında başka bir hesapları, kitapları mı var, bilmiyorum.

İzmir özeline gelelim; Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu Bey, son yıllarda bizimle çok yakın temas haline geçmeye başladılar. Sorular soruyorlar, bu harika bir durum. Eğer bütün yöneticilerimiz böyle davranırlarsa, inanıyorum hep birlikte kol kola gireceğiz. Turizm Bakanlığı olmadan olur mu? Olmaz, asla olmaz. Benim makamlara veya yapılan yani orada oturan kişilere karşı, yapılan işlere karşı asla bir önyargım yoktur. Kol kola gireceğiz. İzmir’de biraz o konuda çalışıyoruz. Turizmin çeşitlendirerek daha nitelikli hale getirilmesi gerekiyor. Doldur boşalt, gazoz kasası gibi bir turizm şekli değil, daha şahsi yani insanları buluşturup, turizmi tabana yayarken, gelirini de tabana yayacağız. Hem de doğru işler yapıyor olacağız. Bu konu bitmez, saatlerce konuşabiliriz.

Dünya’da ve Türkiye’de Zeytinyağı Müzeleri

Doç. Dr. Levent KÖSTEM

[Köstem Zeytinyağı Müzesi Kurucusu]

Aslında biz doğaya nasıl davranıyorsak, etrafımızdaki insanlara da öyle davranıyoruz, engellilere de öyle davranıyoruz. Zamanında, Köy Enstitüleri’ni kapatmasaydık, bu ülke doğaya nasıl davranması gerektiğini bilecekti ve o bahsedilen kötü turizm örnekleri de bana göre olmayacaktı. Türkiye’nin kaderi, o dönemde değişti. Artun Ünsal, çok güzel şeylerden söz etti. Söz ettiği konuların, büyük bir kısmını yapmaya çalıştım. Anadolu’yu, Ege’yi gezerek çok fazla malzeme topladım, yaklaşık on beş yıldır bu işle uğraşıyorum. Doktorum, Ortopedi uzmanıyım. Aslında müzecilik ilk olarak, soyluların kişisel zevklerini tatmin etmek için olmuş daha sonra biriktirme merakı ortaya çıkmış.

Geleneksel müzecilik; toplama, koruma, bakımını yapma şeklinde ve bunları bir depoda, bir alanda tutma şeklinde. ‘Çağdaş Müzecilik’ aslında böyle değil. ‘Çağdaş Müzecilik’; iletişim kurma, eğitme, çocukları eğitime üzerine kurulu bir işlev üstleniyor. ‘Çağdaş Müzecilik’ anlayışının temelinde, her türlü müzenin kendi konusu içinde bu çok önemli, olabildiğince çok eseri toplayıp korunmasını sağlamak, bunları halkın yararına sunmak. Müzeler üstlendikleri görev nedeniyle de, birer açık üniversite şeklinde.

İlk müze, milattan üç yüz yıl önce, İskenderiye’de kurulmuş, İlk modern müze, 1683 yılında İngiltere’de kuruluyor, Türkiye’de ilk müzeler, 1847’lerde ortaya çıkıyor. Cumhuriyet ilan edildiğinde, Türkiye’de beş civarında müze var. Daha sonra Atatürk’le birlikte, müze sayısı artıyor. Atatürk’ten sonra, ‘Çağdaş Müzecilik’ gerilemeye başlıyor. Bugün ülkemizde, doksan dokuz müze müdürlüğü, doksan iki özel müze, bin iki yüz doksan dört koleksiyoner var. Ben de koleksiyonerim. Sadece, St. Petersburg’da yüz üç müze bulunduğunu söylersek, ne kadar kötü durumda olduğumuzu anlayabiliriz. ‘Çağdaş Müzecilik’ anlayışının gelişmesi, müzelerin birer eğitim kurumu haline gelmeleri sonucu ortaya çıkıyor. Bilim, sanat, folklor, antik eşyalar gibi çeşitli konularda eşyaları toplayan müzelerle birlikte, işte oyuncak, mask, modern tren müzeleri kuruluyor. Ve son on beş yılda da, zeytin ve zeytinyağı müzeleri böyle kuruluyor. Aslında Türkiye’de en önemli eksikliklerden bir tanesi de, ‘Çocuk Bilim Müzeleri’. Bizim belediyelerin süratle, Çocuk Bilim Müzeleri’ni kurması gerekiyor ki, hurafelere o çocuklar inanmasınlar.

Dünya’da zeytin ve zeytinyağı müzeleri, Akdeniz kıyısı ülkelerde var. İnternette bu konuda bütün bu müzeleri tutan kaydını tutan bir site var, yirmi altı müze olduğu görülüyor ama benim bildiğim bazı müzeler burada görünmüyor. Bundan daha fazla olduğunu düşünüyorum. Mesela Edremit’te, Enver Ertürk Müzesi bu müzeler içerisinde gözüküyor. Sitenin kendi verilerinde, müzelerin hangi ülkelerde çok olduğu görülüyor, on dört tane İspanya’da var ama şuna inanın Türkiye’deki müzeler, bunların hepsinden çok daha güzel, küçük olanı da büyük olanı da. Yurtdışındaki müzelerin çoğu eski bir zeytinyağı fabrikası olarak kullanılmış,

kullanıldığını içindeki eski fabrika malzemelerini koruyarak, müzeye dönüştürüldüğünü görüyoruz. Türkiye haricindeki müzelerin genel olarak kurucuları fabrikanın sahibi aileler, büyük firmalar, belediyeler. Yunanistan'da bir bankanın, iki tane hatta İpek Müzesi'ni de içine alan üç tane müzeyi finanse ettiği görülebilir. Size birkaç örnek vermek istiyorum; Midilli'de ki Agias Paraskevi kasabasındaki Zeytinyağ Üretim Müzesi [bu eski bir zeytinyağı fabrikası] bu banka tarafından sponsorluk edilerek, Avrupa Birliği fonlarıyla kurulmuş bir müze. Bu banka, biraz önce söylediğim gibi Kalamata'daki yani Spata'daki müzeyi de finanse etmiş, İpek Müzesi'ni, Çevre Müzesi'ni de oluşturmuş. Mesela, "Bilim Kurulu olması gerekiyor, enstitü gibi davranması gerekiyor" dedik. Artun Ünsal Hocam dün uyardı; "Türkiye'de enstitü diyemezsin, çok zor dedi", bana göre doğru söylüyor. Biliyorum ama bizde, 'enstitü' gibi diyerek bunun tırnak içinde söyleyeceğiz. Burada müze, aslında eski bir zeytinyağı, buharlı bir zeytinyağı fabrikası, o makinenin aynısı bende de var. Bu sistem, Anadolu'da da, Ege'de de kullanılmış.

İkinci müze, Atina'nın güneyinde Sparta Zeytinyağı Müzesi. Bu müzeyi gördüğünüzde; bir müze nasıl az malzemeyle, nasıl güzel kurulabilir ve ne kadar çok bilgi verebilir onu görüyorsunuz. Eski bir elektrik üretim fabrikası, toplam alanı beş yüz metrekareyi geçmiyordu. Müzeye dönüştürülmüş daha çok yazı, çizi ve tablolar şeklinde konumlanmış. Çok hoş mimarisi var. Buraya girdiğinizde, aslında benim neden Urla'da müze kurmam gerektiğini daha çok anladım. Buraya baktığınızda sadece Filistin, İsrail yöresinde eski zeytinyağı fabrikalarının, işletmelerinin olduğunu görüyorsunuz ama daha sonraki dönem yani M.Ö. 600-700'lere, geldiğinizde Urla'nın tek işaretlenmiş yer olduğunu görüyorsunuz. O bakımdan, Urla çok önemli. Bunu, malzeme toplarken fark ettim.

Mesela Ayvalık, Edremit tarafında malzeme toplarken, belli bir tarihe kadar gidip malzeme bulabiliyorsunuz. Daha eskilerini, bulamıyorsunuz. Bütün eski malzemelerin hepsi bu yarımada da ve bizim çevremizde yani Klazomenai, Erythrai çevresinde. Bizim o bölgedeki tarlaları gezdiğinizde, tarlanın içinde Romalılardan kalma hayvan yalağı olarak kullanılan, Terepatumları görüyorsunuz ki, müzelerin hiçbirinde Terepatum yok, bir tane ben bulabildim. Bu bakımdan bizim müzeyi kurduğumuz yer, tam Erythrai ile Klazomenai sınırında, yaklaşık bizim müzeyi kurduğumuz yerin üç yüz metre veya beş yüz metre ilerisinde sınır taşları bulunuyor ve etraf inanılmaz derecede eski zeytinyağı fabrikasıyla dolu. Eski zeytinyağı fabrikalarını konumlanması için, bunları hep hayal ettik. Fakat hiçbir zaman ne köylü sattı, ne satın almak istedim ne de herhangi bir iş için devletten veya belediyeden yardımda bulamadım. Terepatumlar maalesef yıkıldılar ve çoğu gitti, bir tanesini sadece bildirdik. O da, Zeytineli köyünde. Tescil ettirdik, yıkıntılar altında duruyor çok yazık, görseniz içiniz paralanır.

Ertan İplikçi var, Klazomenai'nın bütün çizimlerini yapan, çok değerli bir insan. Kendisi, bütün o bölgedeki taşların tek tek nerede olduğunu biliyor. Bunların hepsi bizim müzemizde var, eksik yok. Yurtdışındaki bu iki müzede de birçok fabrika maket olarak kullanılmış ben maket olarak var olan bu malzemelerin hepsinin orijinallerini bularak, birer fabrika olarak kurdum. Şu anda, onun üzerine fabrika kurduk. Müzenin girişine geldiğinizde, sizi Ayak Zeytinyağı Fabrikası taş olarak karşılıyor. Çok aradım, en sonunda Gaziemir'de bir köyde toprak altında buldum.

Prof. Dr. Artun Ünsal: Ayak Zeytinyağı Fabrikası mı var?

Doç. Dr. Levent Köstem: Var hocam, şöyle var. Klazomenai'den çok daha eski bir teknikten söz ediyorum. Müzemize buyurur gelerseniz orada gösteririm. Urla Belediyesi'ne dedim ki, "Urla meydanının ortasına heykel şeklinde ayak zeytinyağını koyalım." Bu buharlı bir fabrikanın maketi de, müzede bulunabiliyor.

Adatepe Zeytinyağı Müzesi, 2001 yılında Mahmut Boynudelik tarafından, dostları, arkadaşları, eşi tarafından kurulmuş. Çok da güzel bir kitap çıkardı geçen yıl, bütün oraları gezdik. Sabunhanenin, aynısını buldum. Ben de kurdum müzenin içine, müze yaklaşık üç yüz elli-dört yüz metrekare güzel bir müze güzel fikir veriyor. Bir ahşap sonsuz vidalı pres, bandonlar, eski bir sabun fabrikası olarak kullanılmış.

Evren Ertürk Müzesi, 2005 yılında Edremit'te kurulmuş ama müze olarak geçmiyor. Zeytinyağı İşleme Aletleri Galerisi olarak geçiyor. Mesela benim çok aramama rağmen zor bulabildiğim varil terazisini, geçen yıl bulabildim. Eşekle dönen bir sistem, bunların müzenin içerisine biz fabrikasını kurduk.

Rahmi Koç Endüstri Müzesi, hakikaten Dünya'da gördüğüm en güzel müzelerden bir tanesi, bunun içinde de zeytinyağı bölümü var. Çok güzel düzenlenmiş. Dikili Bademli'de bulunan fabrikanın oraya hediye edilmesi sonucunda oluşturulmuş. Bunun aynısını, bizim müzenin içerisine kurduk, bağlantıları da yapmak üzereyiz.

Klazomenai Zeytinyağı İşliği önemli, M.Ö. VI. yüzyılda mutlaka daha öncesinde de bunlar var ve bulunduğu önemli bir şey sağlamıştı. Aynısı, biz birebir ölçekte bizim müzenin içerisine kurduk. Orayı gezemeyenler, bizim müzenin içerisinde bunu gezebilecekler. Bunu bize, Ertan İplikçi çizdi.

Kuşadası'nda çok güzel bir müze var. Oleatrium Zeytinyağı Müzesi, çok malzeme toplanmış durumda. Gürsel ve Hasan Tonbul ailesi tarafından kurulmuş, çok malzeme toplanarak oluşturulmuş bir müze.

Biz, ne yapıyoruz? Biz, on beş yıl önce aslında turizm projesi yapmaya başlamıştık. Bir organik zeytin çiftliği kurdum ve zeytinyağı müzesi kurmaya çalıştım. Aslında biz yaşayan bir müze kurmaya çalışıyoruz.*

Ama 'enstitü' gibi davranan ve yaşayan bir müze olmasını istiyoruz. Köstem Zeytinyağı Müzesi içerisinde, müzemiz beş bin iki yüz metrekare kapalı alana sahip, yaklaşık yirmi bir dönüm de bir bahçe arazisi var. Zeytinyağı Müzesi'nin içinde; sabun, hijyen temizlik müzesi de var.

Ayrıca; ahşap, seramik atölyeleri, toplantı salonları, çocuk oyun zeka gelişim salonu, kontinü zeytinyağı fabrikası, zeytinyağ deposu, restoran, kafe, satış dükkanları, organik tarım bahçesi,

* Yayına Hazırlayanın Notu: Dünya Zeytinyağı Günü kapsamında, Köstem Zeytinyağı Müzesi 26 Kasım 2017 tarihinde açılmıştır.

doğal çocuk oyun bahçesi, misafirhane ve yüz yirmi beş araçlık otoparkımız var. Bu müzenin bulunduğu arazide, butik bir otel kurmak istedim. İzin vermediler, sonra Turizm Bakanını inşaatı ziyarete geldikten sonra "Müzenin bulunduğu alan içerisine butik otel kurmak istiyorum" dediğimde, "Niye burada butik bir otel yok?" dedi. Özel İdare, "Zeytinyağı fabrikası, müzesinin içerisinde bir butik otelin ne işi var" dediğini söyledim. Daha sonra, arka taraftan arazi alarak oraları yavaş yavaş kurma aşamasına geldik ama en önemlisi benim çok önem verdiğim bir konu, 'engelsiz bir müze' kurmaya çalışıyoruz. Türkiye'de, engelsiz müze hiç yok. İzmir Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde, 'Engelsiz 2013 Kongresi'ni yaptık. Burada, kırmızı bayrak standartları ve yönetmeliği oluşturduk. Üç yıldızlı kırmızı bayrak alacak şekilde bir müze oluştuyorum, önemli bir kısmı bitti. Müzemiz Urla Uzunkuyu'da. Yola cephemiz var. Çiftlik arazilerimize çok yakın, aşağı yukarı üç yüz elli dönümlük bir çiftliğimiz var. On iki bin adet ağaç diktim. Çoğunun başında bulundum. Toplam, on üç bin ağacımız var. Genellikle Ayvalık türü zeytinlerimiz var; Memecik, Trilye cinsleri, yerli zeytinler var. Kurulduğu günden itibaren, organik sertifikaya sahibiz. Enginar, organik olarak var. Buca bardacıkları topladım, Buca'lı olduğum için. Çiftliğimizin yolunu, geçen hafta İzmir Büyükşehir Belediyesi tarafından asfaltlandı. Özellikle çiftlikte kalan ailenin çocukları kışın okula çok zor gidiyordu, o bakımdan Aysel Özkan Hanıma çok teşekkür ediyorum. Çiftliğimizde, zeytin ağaçları yeni organik tarım kurallarına göre yapmaya çalışıyoruz.

Eşimle birlikte, hakikaten çok emek harcadık. Müzemize, değerli hocalarımızdan bu konuyla ilgili bir proje çizdik ve o projenin hiç dışına çıkmadım. Projede, belirli bölümler var. Köy, köy doluştım. Bütün Ege'de, çok yardımcı oldular. Söküp aldığımız fabrikaları almasaydım haddehaneye gidip inşaat demiri olacaktı. Müze içerisindeki fabrikaların hepsini çalışır vaziyette aldık. Bandonlar depolarda bulunmuş, atılmış vaziyetteydi. Şu an görseniz tabi tanıyamazsınız. Soma'da, Turgut Alp'ten gidip malzemeleri aldık. Çünkü bazılarını, orada bulabiliyorsunuz. Biz almazsak, hepsi demir yığınına dönüşecekti. 1900'lerin başında gelmiş bir sabun kazanı, şu anda bir inşaatta demir olarak var olacaktı. İşte bu bahsettiğim kazan, çok güzel hale geldi. Biz her söktüğümüz, her kaldırdığımız yeri fotoğrafladık ve orijinallerine uygun olarak tekrar kurduk.

Fabrikayı başlangıçta, bomboş bir arazi olarak aldık. Eğer almasaydım, şu anda bir balık işleme tesisi olacaktı. Zaten yirmi günlüğüne, bir kanunun bir yönetmeliğini değiştirdiler. Maalesef Zeytineli ve Zeytinler köyünün içerisine, balık temizleme tesisi kurdular. Bütün etrafı rezil etmeye başladı bile, topladıkça topladım. Çok emek harcadık bunlara.

Zeytinyağının taş formu, birde ahşap formları var. Bir de, elle parçalanana var. Önce çizimlerini yaptık. Üç boyutlu hale getirdik bunları ve müzenin içinde yerleşimlerini yaptık. Müzemizdeki Osmanlı işliğini, Surname-i Hümayun kitabındaki var olan bir sayfadan alınmıştır. Çok güzel çalışıyor, şahane zeytinyağı sıkıyor. Ayrıca, bir Roma dönemi işliğini de kurup, bitirdik.

Ortopedistim. Ortopedinin amblemi bir ağaçtır. O amblemi, zeytin ağacına dönüştürdüm ve üzerine bir damla koydum, içinde Urla Klazomenai Amforası'nı koyarak bir amblem yarattık, Ertan İplikçi yarattı bunu da. Taşınır bölümünde, orijinalliği hiç bozulmamış bir Harry Fer-

guson traktörümüz var. Bir kumlama merkezi kurduk, günlerce bunları kumladık temizledik. Sonra binaya dönüştürmeye başladık ve bunların yerlerini hazırladık.

Bana göre şu anda buharlı fabrikaları ve eski fabrikaları tek kurabilen zorlukla yaşantısını sürdürebilen bir insan Sezai Usta, Kendisi Bergama'da yaşıyor. İnanılmaz bir bilgisi var ve yıllarca da, ezme taşları yapmış bir kişi. Sabun Müzesi kurmaya çalışıyoruz. Zeytinyağıyla çok alakalı ama biz buna sadece sabun demedik, 'Sabun, Temizlik ve Hijyen Müzesi' diyoruz. En eski dönemde sabun nasıl yapılırdıdan, endüstriyel öncesine kadar bütün hepsini çizdik. Şu anda sadece, hamamı kaldı. Hamamını, yapmaya çalışıyoruz. Çünkü Avrupa, vebadan kınılırken Anadolu hamamları sayesinde bu hastalıktan kurtulmuş.

Osmanlı İşliğini, Erdoğan Ustamız yaptı. Ertan İplikçi çizdi, çok güzel zeytin sıkıyor. Klazomenai Zeytinyağı İşliği'nin, bire bir ölçekte aynısıdır. Zeytineli köyündeki zeytinyağı fabrikasının bire bir aynısını, orijinal taşlarıyla yaptık. Taşlar çok orijinal, çünkü bir usta 1870'de Girit'ten geliyor, elinde bir keser ve bir keskiyle, sadece Yarımada bölgesinde bu tesisleri kuruyor. Dörtlü taş sistemi, sadece bu bölgede var. Bu taşları, oradaki bir hayvan damının basamağı olarak buldum.

Bir gemi yapıyoruz, geminin kanunu yapıyoruz. Bahçelik alanımızda, çocuklara eğitim veriyoruz. Gelip geziyorlar, okullarla ilişkilerimiz var. Eşimle, Kültür Eğitim ve Müzecilik Vakfı'nı kurduk ve müze kısmını oraya yaptık.

Doktorluğumu, sürdürüyorum. Bugüne kadar çok fon bulmaya çalıştım ama hiç fon bulamadım. Ticaret Odası, Sanayi Odası, Avrupa Birliği fonları her tarafa başvurdum. Olmadı. Bir tek fon buldum; o da emeğim, bütün bunları emeğimle yapmaya devam ediyorum.

Ortak Akıl, Kent Belleği Oluşturma, Coğrafi Konumlandırma ve Yöntem

Yrd. Doç. Dr. Koray VELİBEYOĞLU

[İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Mimarlık Fakültesi Öğretim Üyesi]

Tabii son konuşma oldu. Kendi perspektifimden, bir değerlendirme yapmaya çalışacağım. Gurme ve tarım turizmi konusuna, odaklanmak istiyorum. Her ikisini birden, coğrafi konumu da dikkate alarak yapmaya çalışacağım. Şimdi eğilimlerden, dönüşümlerden biraz bahsedelim. Serdar Çelenk çok güzel bahsetti, kitle turizminden bir kayış var. Bunu, net olarak görüyoruz. Kitle turizmi, halen dominant olsa da ve halen çok önemini korusa da başka şeyler şekillenmeye başladı. 'Deneyim ekonomisi' dediğimiz şey, nasıl bizim için özellikle turizm aktivitesi için önemli olmaya başladı? Onunla ilgili birkaç şey söylemek istiyorum.

Deneyimin, burada basamakları var. Bireyin kendi deneyimlemesi ya da bu işin kolektif olarak, toplumsal olarak deneyimlenmesi konusu var. Diğer tarafta da bunun birkaç aşaması var. Yani birinci, ikinci, üçüncü nesil diye ayırabileceğimiz, 'deneyimi yaşama biçimleri' olarak tarif edebileceğimiz konu var. Tematizasyon konusu işte; Disneylandlar'dan tutun, alışveriş merkezlerine, bu temalar üzerine kurulma konusu eskidir ve bu size belli bir alanda toplu olarak bir deneyim yaşatma amacındadır. Yani burada tematizasyonla yaşanan şey, belli bir konu, tema etrafında orada geçireceğiniz hoş vakit, eğlence ve onun üzerinden yaşanan deneyim olarak tarif edilebilir. Bu biraz daha bireysel, biraz daha izole kişinin orada alacağı haz duygusuyla daha fazla ön plana çıkarılmış bir konu. İkinci konu, bu 'deneyim ekonomisi'nde bugün belki biraz bu birlikte üretme konusu da, aslında birlikte de ele alınabilir. Üreticiler daha dramatik aktiviteler tasarlamaya çalışırken, heyecanın veya şöyle diyelim gösterinin dozu arttıkça üretici tarafından da daha sofistike olması gerekiyor. Yani daha fazla, daha farklı hazlar, daha farklı heyecanların, size sunması gerekiyor. Temel hizmetler sunmadan, size özel hizmetler sunmaya kadar gidecek bir çerçevede, yol alması gerekiyor. Yeni nesil kahve zincirleri örneği verilecekse, o anlamda verilebilir. Tek bir iş üzerine uzmanlaşmış, temel işi dışında size bir sürü işi aynı zamanda yapmaya çalışan ve onunla ilgili sadece tüketilecek bir ürün değil, o üründen daha fazlasını vermeye çalışan bir şey. Üretici tarafını biraz zorluyor 'deneyim ekonomisi', çünkü siz daha yenilikçi olmak zorundasınız. Servisinizde ve ürün çeşidinizde yenilikçi olacaksınız. İşte bu, sizi zorlamaya başlıyor. Ama son dönemlerde, buna da eleştiriler var yani sadece üretici kısmı dikkate alınıyor. Tüketici yani üretenin size sunduğu hizmetleri, tüketmekle sorumlu kişi midir? Yoksa bu tüketim ve üretim ilişkileri birlikte tasarlanabilir mi? Yani ikisi aynı anda, bu deneyimi üretebilir mi, konusu da ön plana çıkmaya başladı. "Sen de yap, sen de başar!" konusu, biraz daha ön plana çıkmaya başladı. Kişi artık pasif pozisyonundan, o kültürü veya bulunduğu yeri deneyimleme pozisyonunda çünkü kendisi, onu üretir hale gelmeye başladı. Dolayısıyla üreticinin sadece size sunduğu hizmetlerden, biraz daha fazlasını görmeye başladık.

Son kolektif düzeye geldiğimizde, iletişim olanaklarının da çok geliştiğini düşünürsek artık klasik bir üretici tüketici mantığının da ötesinde konuşmamız gerekir. Bu çok yönlü olmaya başladı yani servisi sağlayan çok farklı kaynaklar olmaya başladı, bunları tüketenler çok farklı olmaya başladı. Arada, etkileşim arttı. Örneğin birbirlerine yemek tarifi vermek isteyenler, bunların oluşturduğu topluluklar gibi kısımlar olmaya başladı. Bu deneyim konusunda somut olan, yani bize sunulan maddi olan hizmetlerden daha soyut olanlara doğru da kaymaya başladı. Dolayısıyla burada giderek biraz da soyutlaşma düzeyi artıyor. Bu durumda bir topluluk oluşturma deneyimi olarak 'slow food' örnek verilebilir. Bu topluluk oluşturma ve ortak akıl üretme konusu, biraz daha ön plana çıkmaya başladı. Özellikle bu benim özetimin içinde olduğu için ben buna, özellikle yer ayırmak istedim.

İşte bu hem kitleler tarafından üretilen, hem kitlenin ürettiği bilgilekle, akılla, ortak akılla üretilen bilgilerin de ortalıkta dolaştığını ve bunların çok yönlü olarak paylaşıldığını söyleyebiliriz. Dolayısıyla hizmet sağlayanlar çeşitlendi, bunları tüketenler ve üretenler arasındaki farklar da oluşmaya başladı.

Milano EXPO'da geleceğin gıda bölgeleri konseptinde şöyle bir fikirle ortaya çıktılar; "Her ürünün, size anlatacak bir hikâyesi vardır." Şimdi biz normalde, bu üretim tüketim ilişkilerini insanların etkileşimi üzerinden de algılıyoruz. İşte biri üretecek, diğeri tüketecek veya işte biraz önce anlattığım gibi üreten, tüketen birlikte hareket edecek. Fakat burada diyor ki, "Nesnelerin İnterneti" [Internet of Things] diye bir şey var onlar son dönemde diyorlar ki; "Ürün de konuşabilir, makine de konuşabilir. Onlar da size bilgi verebilir." Yani bu, ne demek? Kabaca, bir ürünün size kendisi hakkında bilgi vermesi. İşte yağlılık oranım budur, benim içimde bu kadar şeker var, işte beni yerseniz bu kadar kilo alırsınıza kadar gidebilecek bir karşılıklı etkileşim ortamını size sunabilir.

Biraz önceki perspektiften bakarsak bir mekânımız ve ürünlerimiz var. Aslında ürünler, o kadar pasif değil. İçindeki bilgiler size ne olduğunu, içinde ne olduğunu, nerede üretildiğini, neler olduğunu da söyleyecek durumdalar ve bunları algılayacak, kullanacak bir grubu da var. Şimdi geleceğin gıda bölgesinde, böyle bir hikâye yazılmış; "ürün size, kendi hikâyesini anlatacak duruma gelecek" diyor.

Örneğimizle devam edelim; coğrafya konusunu biraz ele almaya çalışacağım. Şimdi bir yarımada üzerinden, bir model üzerinden, bunu kaba hatlarıyla örneklemeye çalışacağım. Bir doğa katmanımız var, en alt tabakada. Topografya bunun alt kısmı diyelim, bu bizim için en özellik arz eden yer. Çünkü esas yere kimliği, çeşitliliği, biricik, benzersiz olma durumunu bu veriyor. Bunun üzerinde diğer iki katman, fiziksel ve işlevsel katmanımız var. Bu fiziksel ve işlevsel katman, bize insan yapımı hareketler olarak geliyor. Mesela fiziksel katmanda bahsettiğimiz yollar, ulaşım ağı gibi insanların daha çok kolektif olarak tüketeceği kısım. İşlevsel kısımdaysa bu altyapıları kullanan üretim tüketim tesisleri, mesela müzeler var. Mesela köy pansiyonları, tarım işletmeleri, çiftlikler var ve bunlar, bu üretim tüketim ağları içinde bu operatörleri kullanıyorlar. Bizim müdahalemiz, buraya kadar. Yani fiziksel ve işlevsel katmanda etkileme,

dönüştürme şansına sahibiz ama diğer en üst katman yani bireyin, hane halkının veya kentlinin katmanı bizim doğrudan denetimimizde ve etkileyebildiğimiz bir alan değil. Daha çok kişinin kendi bireysel tercihini, tercihlerine göre şekillendirdiği ve bu ağlardan hangisinde hareket edecek, hangisinde ne bulacağını, kendisinin seçtiği bir alan. Burada ne yapılabilir? Burada doğrudan karar verici olamasak bile, buradaki davranış etkilenebilir. Bu etkileme biçimini, nasıl yapabiliriz? İşte burada, turizm pazarlaması ve diğer ilişkili alanlar devreye giriyor.

Bu katmanları kısaca örneklersek; şimdi doğal ve kültürel varlıklar, koridorlar, kümeler, anıtlar yani tekil ve çoğul elemanlar bizim için doğa katmanını oluşturuyor. Örneğin bir anıt zeytin ağacı, bizim için o tekilliği nedeniyle önemli, diğer taraftan da belli bir yerde o zeytinlerin kümelenmesi orada bir zeytin kimliğini yaratabilmek adına çok önemli. Şimdi burada bakarsak, Akdeniz'in kurucu öğelerinden birinin zeytin olduğunu biliyoruz. Bu çok da söylendi, bunu hemen geçeyim. Türkiye'deki zeytin coğrafyasına baktığımızda, benzer durum söz konusu. Ege Bölgesi, özellikle çok önemli.

Bu coğrafi dağılım nasıl algılanmış? Bizim mekansallaşmayla ilgili sorunlarımız var. Bakanlık düzeyinde de var, diğer düzeylerde de var ama bazı önemli çabalar var. Türkiye Turizm Stratejisi [2007] 'bir zeytin koridoru tarif edeyim' diyor. Şimdi, zeytin koridoru ne demek? Aslında böyle tekil yerleşimler yerine, zeytini bir yerleşimler bütününe yayabilmek demek. Bu, bölgeye ekonomik anlamda da bakarsanız çarpan etkisinin artırılması demek. Yani üç bin kişiye ulaşacakken, üç milyon kişiye ulaşacaksınız. "Bunu nasıl yapıyorsunuz?" Zeytin koridoru ya da bunun gibi araçlarla. Şimdi bu zeytin koridoru olayında tarif edilen; Gemlik, Mudanya, Balıkesir, Bandırma yöresi belirlenmiş, daha sonra tabi bundan da vazgeçildi. Son güncellemelerde daha çok, Trakya koridoru üzerinde duruluyor. Trakya kültür koridoruyla, zeytini eşleştirdiler. Dolayısıyla, sanki Türkiye'nin tek bir bölgesinde böyle bir şey varmış gibi bir durum ortaya çıktı. Kısacası, Ege Bölgesi'nde zeytinle ilgili herhangi bir şey yok.

İzmir'deki turizm koridoru meselesine bakarsak, 1970'li yılların planlarından itibaren gelen, bugüne kadar süren bir durum var. İki tane, esas koridor meselesi var. Birincisi, tarih koridoru olarak tarif edilen koridor; Bergama Selçuk akslı bu ve İzmir kent merkezinde de Kemeraltı bölgesine referans veriyor, böyle bir kuzey-güney çalışan bir koridor bu. Şimdi bu koridorun kimliği, son günlerde güçlendi. Selçuk ve Bergama, 'UNESCO Kültür Mirası' listesine girdiler ve bu çok önemli. Diğer taraftan da bu koridoru besleyecek, benim fiziksel katman dediğim kısım İZBAN dediğimiz banliyö-tren hattı gelişmeye başladı. Dolayısıyla bu bahsettiğimiz o katmanların, üst üste çakışma olayı burada gerçekleşiyor. Yani fiziksel katmanınız olacak, üzerine işlevsel katmanınızı koyacaksınız daha sonra da hane halkı veya kentlinin burayı tercih etmesini sağlayacak koşulları yaratacaksınız. İşte bu koridor esprisi bunu yaratmak için önemli. Bir de deniz koridoru var burada gördüğünüz, deniz koridoru da tabi Çeşme, Foça aksı biraz da o konuştuğumuz tarihi arka planı da var, yani Foça, Çeşme, Klazomenai, Erythrai bunlar önemli bir deniz ligini de aynı zamanda oluşturuyorlar. Buradaki kimlik de güçlenmeye başladı. Büyükşehir Belediyesi'nin mesela deniz ulaşımıyla ilgili, dış körfeze seferler oluşmaya başladı. Bu deniz ulaşımı, bir fiziksel katman olarak çok önemli. Çünkü bu olmadan, diğerlerini geliştire-

tirmemiz mümkün değil. İnsanların denizi, deniz ulaşımını sevmesi lazım. Bu koridorun aktif hale gelebilmesinin önemli koşullarından biri, bu yani hizmetler var ama bunların kalıcı hale gelmesi gerekiyor. Dolayısıyla, sadece fiziksel katman işimizi görmeyecektir. Diğer katmanları da güçlendirmemiz gerekecektir.

Tarıma bakalım: İzmir'deki tarım koridorlarına bakın, bunlar genel olarak havzalar boyunca uzanıyor yani Bakırçay'ı, Gediz'i, Küçük Menderes Havzası'nı görüyor. Yarımada'ya baktığımızda, Yarımada daha turizm olarak baktığımızda gelişmiş. Yarımada'nın durumu farklı biraz daha butik, biraz daha küçük ölçekli üretim bölgeleri var. O belki de, nitelikli ürün yelpazesiyle ve oluşturduğu ağla, bunu farklı bir noktaya getirebilir. Şimdi bu tarım koridorlarıyla, biraz önce anlattığım, turizm koridorları üzerinden ara kesit yaratacaksak eşleştirebiliyor olmamız gerekiyor. Bu da elimizdeki değerlerden, yerel varlıklardan başlıyor. Peki, bu varlıkların bizim için önemi nedir? Aslında varlıkların tekilliği yani anıt ağaç mesela hani olması yanında bir de, oluşturdukları coğrafik dağılıma da bakmak gerekiyor.

Örneğin, zeytin rotası yaparsanız, zeytin nerede bilmeniz lazım. Bu çok önemli bir şey, bir de kümелendiği yerden aynı zamanda bir kimlik ögesi olarak da sunulabilir. Burada oturup, zeytin ağaçlarının ne olduğuna bakmadık. Dikili tarım arazilerini içinde, başka ağaçlarda olabilir. Narenciye, başka ürünler ama zeytin de çok var. Potansiyel olarak, zeytin ekilebilecek alanlar var. Böyle bakıldığında, Karaburun'da, Urla-Seferihisar aksında bir konsantrasyon görüyorsunuz.

Sonra bunların üzerinde, o fiziksel katmanı geliştirebilmenin yollarından bir tanesi rota oluşturmak. Mesela bir zeytin rotası oluşturmak bu seçeneklerden bir tanesi, bunun tabii Dünya üzerinde çeşitli örnekleri var. Size, bir peynir rotası getirdim Almanya'dan ya da işte masal rotası getirdim, lavanta rotası getirdim. Fransa'dan, zeytinin de rotası var. Bütün bu katma değerli ürünler; İspanya, Yunanistan, İtalya gibi zeytin ve zeytinyağı konusunda ileriye gitmiş ülkelerden çıkıyor.

İşte bu örneklerden bir tanesi Yunanistan'dan çıkan, Zeytin Yolu Kültür Rotası. Avrupa Konseyi'nin, kültür rotaları projesi var. Bu proje içinde, Avrupa'yı birbirine bağlayacak kültürel aksların, rotaların yaratılması esas amaç. Bu kapsamda, tematik bir sürü rota var. Bu aralar, daha çok seramik rotasının üzerinde duruyorum. 1998'den beri, zeytin rotası var. 2005 yılında programa alınmış, yirmi ülkeyi kapsıyor. Akdeniz coğrafyasının, tamamını alıyor. Şimdi, Yarımada Zeytin Rotası'na baktığımız zaman, o fiziksel katmanı oluşturan doğal varlıkların eşleştirildiği birer rota olarak sunulacak. Bununla ilgili, fazla detaya girmek istemiyorum. Projeyle ilgili ayrıntı, uygulamayla ilgili ayrıntı daha sonra sunulacak.

Yarımada bölgesindeki işlevsel ağlara baktığımızdaysa, konumuz tarım ve turizm. Ne yapılır? İşte biraz önceki sunumda da gördüğümüz zeytin, zeytinyağı teknolojileri müzesi gibi bir şey yapılabilir. Başka şeyler yapılabilir, işte yerel yemekler, köy mutfakları, yerel restoranlar, bu bahsettiğimiz o fiziksel katmandaki rotaların yaşaması için elzem. Bunlar olmadan, rotaya çok da ihtiyacımız olmuyor. Dolayısıyla bunun üzerinde işleyecek, çalışacak şeylere ihtiyacımız var. Her detayın üzerinde çalışılması, durulması gereken konular. Doğal olarak,

Artun Ünsal'ın da bahsettiği gibi sadece doğal varlıkları değil, içinde kültürel varlıkları da barındırması gerekiyor. Zeytinyağı işliğini, sadece bir kültürel miras değil aynı zamanda endüstriyel miras olarak da görmemizde fayda var. Yani bir endüstriyel miras rotası yapıyor olsaydık, bunun içinde mutlaka zeytinyağı işliklerini koymamız gerekirdi.

Gastronomi turizmine de, değer zinciri oluşturma açısından bakalım. Şimdi işlevler olarak baktıysak, 'Y' ekseninde ziyaretçi sayılarımız var, diğer 'X' ekseninde de aktiviteler ana aktivite mi oldu? Tamamlayıcı, bir aktivite mi oldu? Ziyaretçi sayısı eğer bir gurme turizmi gibi bir şeyden bahsediyorsa, ziyaretçi sayısı tabii ki düşük olacak. Ama birincil amacı bu turizmin, oradaki yemek kültürüyle ilgilenmek olduğu için, esas amaç seyahat amacı bu oluyor. Dolayısıyla bu kısım, biraz daha sayıca az ama esas olarak bununla ilgilenenlerce oluşturuluyor.

İkincil olarak mesela yemek pişirme turizmi, yemek turizmi gibi bir şeye baktığımız zaman bu ana amaç olmayabilir. Evet yemeği görmek istiyoruzdur bu zaten turizm aktivitesinin, %30'u-%40'ı belki bunun üzerine kurulu. Ama diğer şeyleri de görmek istiyor. Bölgedeki arkeolojiyi, tarihi, yerel varlıkları vs. görmek istiyor. Bir de, tamamlayıcı faaliyetler var. Bunlar aslında yemek faaliyetiyle ya da işte gurme turizmi gibi onun özelliğiyle ilgilenen bir şey değil. Başka bir şey için var orada onu da tamamlayıcı olarak sunuyorsunuz. Yani yemek zaten her zaman sunmanız gereken bir şey dolayısıyla bunu tamamlayıcı faaliyet olarak sunuyorsunuz. Böylelikle burada daha fazla kişiye ulaşip ulaşmakla birlikte, ziyaretçi sayısı çok olmakla birlikte ana amaç bu olmamış oluyor. Bu üçlüyü birlikte çalıştırabilmek, belki o değer zinciri açısından önemli olabilir.

Yarımada için baktığımızda, bu bölge üzerinden örneklemeye devam edelim; mesela bir pazarlar kültürünün olması. Yani bu antika pazarı, ekolojik pazar, gece pazarı, üretici pazarları gibi bir çeşitlilik sunuyor. Üçüncü alana geçerseniz, bu bizim daha az etki edebildiğimiz ama daha fazla etkileyebileceğimiz alana gelirse, hane halkının alanında burada tabi şeyler ortaya çıkıyor. Kişiler kullandıkları araçlarla, oluşturdukları topluluklarla, bu ortama dâhil oluyorlar. Bir cep telefonu uygulaması olabileceği gibi, birlikte konu üzerinde düşünmeye çalışan slow food gibi topluluklar da olabilir. Bunlar kolektif anlamda ya da bireysel anlamda, bizim tercihlerimizi oluşturmamızı sağlıyorlar. Yani biz bu hangi restoranları seçeceğiz, hangi yollardan hareket edeceğiz gibi konuları oluştururken yani bu dağarcığımızı oluştururken bunlar oldukça etkili oluyor.

Tabi bunların arasında festivaller, hasat şenlikleri gibi konular oldukça önemli. Zaten bunlarla ilgili çalışmalardan bir örnek olarak, Urla'da hazırlığı sürdürülen zeytin hasat şenliğini örnek olarak verebilirim.

Konumuzun en önemli noktalardan bir tanesi şuydu, bu katmanlar var peki biz bunların hepsini birden nasıl çalıştıracamız? O sinerjiyi, nasıl yaratacağız? Bunların araçlarını üretmek gerekiyor. Sinerji, sonuçta yaptığınız eylem sonucunda ortaya çıkıyor veya çıkmıyor. Ama biz bunun acaba araçlarını, tarif edebilir miyiz? Burada, sorulması gereken soru bu. Hepimiz biliyoruz aktörlerin birlikte çalışmaları, bu sinerjiyi oluşturacak ama biz araçsal olarak

baktığımızda etkileşim, işbirliği, çeşitlilik ve paylaşım üzerinden bunları tarif edebilir miyiz? Şimdi birkaç örnek vermek istiyorum. Etkileşim ve işbirliği nasıl kurulabilir? Çeşitlilik nasıl yaratılabilir? Kaynakları birlikte kullanma, ortak kullanma nasıl başarılabılır? Uzakla olan etkileşimi, nasıl sağlayabiliriz? Esas olan, yakınlık olan etkileşimimiz. O yörede yaşayan insanla, bir selamlaşmadan öte o insanlarla tanışabilmek önemli. Etkileşim uzakla da kurulabilir, yakınlıkla da kurulabilir. Bir ağ oluşturma, network oluşturma bizim için bu etkileşimi yaratmanın araçlarından bir tanesi.

İkinci tema olarak restoranlar çalışılmış, restoranlarda da 'kalite etiketi' kullanılmış. Bu etiketle ilgili olarak, zeytinyağı kullanımının ön plana alması, yerel mevsimsel ürünleri, sebze ve meyveleri kullanması, yemeklerin geleneksel tariflere göre pişirilmesi veya en azından Akdeniz tarzına sadık kalması, yemek hakkında bilgilendirme ve beslenmenin yararlarını ortaya koyacak etkinlikler sergileyebilenlere bu etiketler sağlanmış. Aynı zamanda yerel yönetimler içinde nasıl hareket edebileceklerine yönelik, ayrıntılı rehber oluşturulmuş. Bu tür programda, bu aradaki etkileşimle birlikte çalışmak kültürünü oluşturabilmek adına önemli. İkinci konu, işbirliği konusu. Bellek oluşturabilmemiz için, bu işbirliği konusu oldukça önemli. Çünkü tek başına değil başka kentler, ülkeler hatta o ülkelerin kentleri arasında bazı birlikler var. Mesela, 'İtalyan Zeytinyağı Kentler Birliği' gibi birlikler var. Bir de bunların daha üst organizasyonu olabilecek 'Akdeniz Zeytin Şehirliği Birliği' var. Türkiye o birliğe üye mi diye baktım, Didim Ziraat Odası'nın üye olduğunu gördüm. 'Akdeniz Zeytin Şehirleri Birliği'nin Ayvalık'taki toplantısında, Ayvalık, Edremit, Gemlik ve Burhaniye de başvurmuş.

Sonuçta buradan da şöyle bir şey çıkarılması bekleniyor; "Türkiye Zeytinci Kentler Birliği veya Zeytin Kentleri Birliği kurulabilir mi?" gibi bir şey var. Bunun da, zannediyorum Edremit öncülüğünü yapıyor. Burada, bu bellek oluşturma konusunda, bu birliklerin rolleri çok önemli. Ekonomik temelli bir birlikten bahsetmiyorum yani işte Zeytin Üreticileri Birliği Kooperatifleri'nden ziyade, zeytini bir yaşam tarzı haline getirmiş, bir kimlik öğesi haline getirmiş kentler, bunların oluşturduğu birlik ve deneyim transferinden bahsediyorum. Tabii ki bu işin ekonomik ayağı var ama esas olarak burada kentlerin bir araya gelmesi, 'Tarihi Kentler Birliği' ya da 'Sağlıklı Şehirler Birliği'nde olduğu gibi, zeytinde de bu tür organizasyonlar var. Peki, çeşitlilik nasıl sağlanacak?

Çeşitlilikte birbirini tamamlayıcı faaliyetler yani hem ihtisaslaşma olmalı yerleşimler arasında hem de birbirlerini tamamlayıcı faaliyetler olmalı. Yani herkes, her şeyi aynı anda yapmaya çalışmamalı. Bu da çok önemli bir şey. Bunların oluşturduğu bir ağ ve bahsettiğim konuları içeren bir boyutu olmalı. Bununla ilgili, belli çalışmalar var ve devam ediyor. Ama burada şunu da yabana atmamak gerekiyor, burada köyler, küçük yerleşimler önemli. Neden önemli? Kimlik öğelerini taşıyabilmeleri anlamında çok önemli. Yani kendi iç bütünlüklerini koruyabilmeleri anlamında, Yarımada çok önemli bir bölge. Nüfusu elli bin ve altı olan yerleşimleri barındırıyor. Bu bir avantaj aslında ama herkes her şeyi, aynı anda yapmamak kaydıyla ve bu bahsettiğimiz katmanları oluşturabilmek kaydıyla. Böyle bir çeşitlilik sağlamak mümkün.

SORULAR - KATKILAR

Soru-Katkı: Sekiz yıl önce köylerde, kasabalarda özellikle doğal güzelliklere, tarımsal üretime, yöresel kültüre ve tarihe dayalı turizmi geliştirmek için bir dernek kurduk. Üniversiteler, Bakanlıklar, yerel yönetimlerle, girişimcilerle bu konuda iş birliği yapıyoruz. Tabii ki bir girişimci, tarım turizmini nasıl yapabilir? Bunun cevabını, pratik anlamda burada veremiyoruz. Genellikle değerli konuşmacılar, çok güzel bir şekilde planlamasını anlattı, örneklerini bahsettiler. Katkı koymak için söz aldım. Biz bu konuda, girişimcilere yol haritası hazırlayabiliyoruz. Genel anlamda da şunu söyleyeyim; turisti getiren kim? Seyahat acentesi. Bugün Türkiye’de tarım turizmini yapan, ilgilenen acenteler var fakat tam anlamıyla dört dörtlük bir tarım turizmini yapan henüz bir seyahat acentesi tanımıyorum. Dolayısıyla, Turizm Seyahat Acenteleri, Büyükşehir Belediyesi, konaklama tesisleri sahipleri, tarımsal üreticiler ve Milli Eğitim Bakanlığı bu konuda iş birliği yapmak durumundadırlar.

İZMİR ZEYTİN SEMPOZYUMU ZEYTİN SONUÇ BİLDİRGESİ

2-3 Eylül 2015 tarihlerinde İzmir Akdeniz Akademisi tarafından, Ahmed Adnan Saygun Sanat Merkezi'nde gerçekleştirilen, "Ölmez Ağacın Peşinde/Zeytinime Dokunma!" İzmir Zeytin Sempozyumu'nda açılış konuşmaları dışında, sekiz oturum ve sekiz forum olarak yürütülmüş, 'Örgütlenme', 'Zeytin, Zeytinyağı ve Kalite', 'Zeytin ve Üretim Teknikleri ve Verimlilik', 'Hukuksal ve Teknik Altyapı', 'Zeytin ve Tasarım', 'Markalaşma, Tanıtım ve Pazarlama', 'Tarım-Gurme Turizmi' ve 'Slow Food' konularında uzmanlar açıklamalarda bulunmuş, konular forumlarda katılımcılara açılarak, soru-katki ve yorumlarla tartışılmış, ortaya çıkan bu fikir, düşünce ve görüşlerle sempozyum tamamlanmış ve bir sonuç bildirgesi kamuoyuyla paylaşılmıştır. Sempozyum; köyler, ilgili kamusal ve özel kurum ve kuruluşlar başta olmak üzere, İzmir ili çevresiyle Edremit'ten Antalya'ya, zeytine dokunan hemen her kesimden oluşan bir topluluk tarafından devamlı olarak izlenmiştir. Bu şekilde gerçekleştirilen sempozyumda ortaya çıkan tespitler aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Zeytin ve ürünlerinde örgütlenmek önemlidir. Bu kapsamda kooperatifleşme ivedilikle ele alınmalı, sendikalaşma olgusu da ileri aşamada ayrıca değerlendirilmelidir. Böylece tüketicilerin, üreticilerle birlikte örgütlenerek araçları ortadan kaldırdıkları topluluk destekli tarım uygulamaları geliştirilerek, sanayi türü üretime karşı ekolojik üretimin temelini oluşturan kooperatifler öne çıkarılmalıdır. Bu görüşler çerçevesinde, Tariş ve Marmara Birlik gibi kuruluşların da, çiftçinin yanında yer alacak bir yapıya dönmeleri zorunludur.
- Bölgesel ekolojik koşullar, zeytin çeşidi seçiminde önemli yer tutmaktadır. O yüzden ilgili ekolojik analizlere göre yöreye uygun zeytin çeşitleriyle çalışmak zorunludur. Çünkü verim ve kalite değerleri, sürdürülebilir olmalı bu kapsamda sektör içi ve dışı denetim sağlanmalıdır. Varsa ilaç kullanımı ayrıca denetlenmelidir.
- Üretim planı yapılması, zorunludur. Uzmanlarca yapılacak plan ve bakım programıyla üretim arttırabilirken, zeytincilik yaşamı sürdürülebilir duruma getirilebilecektir. Bu kapsamda, sulama, budama, hastalık ve zararlıların yönetimi gibi konular başta olmak üzere, gerektiğinde devlet destekli olmak üzere, meslek içi ve dışı sürekli eğitimler gerçekleştirilmelidir. Organik üretim için ilgili planlamalar yapılarak önlemler alınmalı, devlet tarafından tüm süreci kapsayan destek ve teşvikler oluşturulmalıdır.
- Bu alanda ilgili, mevzuata harfîyen uyulmalıdır. Bu kapsamda, mevcut yasa ve yönetmeliği zeytin aleyhine değiştirme girişimlerine son verilmeli, ayrıca diğer sektörlerdeki yasa ve yönetmeliklere dokunarak dolaylı yoldan zeytinin yıpratılmasına izin verilmemelidir. Uluslararası sözleşmeler de, bu kapsamda ayrıca göz önünde tutulmalıdır. Burada, sekiz yıllık bir süreçte sonuçlanan bir madencilik faaliyeti davasında, Danıştay İdari Dava Daireleri Genel Kurulu'nun Ağustos 2015 tarihinde verdiği kararı belirtmekte yarar görülmektedir.

K a r a r ;

- Zeytinlik alanlarda yürütülecek tüm faaliyetlere ilişkin olarak, öncelikle dikkate alınacak düzenleme, 3573 sayılı “Zeytinciliğin Islahı ve Yabancıların Aşılattırılması Hakkında Kanun Hükümleri”dir.”

- Bu Kanun Hükümleri [md.20] gereğince, zeytincilik sahalarında bu sahalar Üç kilometre mesafe içinde gerekli tedbirler alınmış olsa bile, zeytinyağı fabrikalarıyla küçük ölçekli tarımsal sanayi işletmeleri hariç -ki bu işletmeler için bile, Tarım ve Köy işleri Bakanlığı’nın izni gerekirken- kimyasal atık bırakan, toz ve gaz emisyonu çıkaran ya da sayılan olumsuz sonuçlara yol açma ihtimali bulunan tesisler yapılamaz ve işletilemez.

- “Zeytinliklerle kaplı maden arama sahalarında, zeytincilik alanlarına çok yakın maden işletmesinde zeytinliklere zarar vermeden, toz ve gaz emisyonlarına neden olmadan faaliyette bulunulması, hayatın olağan akışına aykırıdır” diyerek, zeytinlikleri kurtarmıştır. Bu karar zeytine dokunan herkesi ilgilendirmektedir. Dikkatle değerlendirilerek, ilgili yerlerde kullanılmalıdır.

• AVM, duble yol, termik santral gibi yapılanmalarda, zeytinliklerin korunması öncelikli olmakla devletçe bu duruma yönelik önlemler alınmalıdır.

• Zeytin varlığı, ürünleri, tarımı ve ticareti konusunda da devletçe destek ve teşvikler üzerinde durulmalı, en önemlisi çiftçinin ve küçük üreticilerin ekonomik yapısı, üretimi sürdürülebilirliğini sağlayacak biçimde ele alınarak düzeltilmelidir. Bu kapsamda, ağaçların sigortalanması ve süreli işçilerinde sigorta kapsamına alınabilmesi düşünceleri de geliştirilmelidir.

Sempozyumdaki bütün bu görüş, düşünce ve tespitler ışığında; mitolojik, dinsel, kültürel, sosyal ve sosyoekonomik bir varlık olan ve ülkemiz tarımsal dokusunun %3’ünü oluşturan zeytin aynı zamanda ülkelerin zenginliğini de oluşturmaktadır. Hak ettiği değerin verilmesi, çoğaltılması, geleceğe taşınabilmesi bir dünyalı görevidir. Kamuoyuna saygıyla sunulur.

İzmir Akdeniz Akademisi Zeytin Sempozyumu Düzenleme Kurulu



Sefa TAŞKIN

[Bergama Belediye Başkanı 1994-1999 Dönemi Başkanı]

Zeytin üreticisiyim. Babadan, dededen, atadan gelen zeytincilik geleneğimiz var. Öyle söylerler ki, ananem Midilli muhaciridir. Bergama civarındaki ilk zeytinyağı fabrikalarını, deyim yerindeyse kadın haliyle o kurmuştur. Zeytin, bir kültür tabii ki... Bu kültürü, iki günden beri çok değerli konuşmacılar bize aktardılar. Değerlendirmeye geçmeden önce, İzmir Büyükşehir Belediyesi'ni ve İzmir Akdeniz Akademisi'ni kutluyorum, günlük belediye işlerinin yanı sıra İzmir'in ve bölgenin gittikçe önem kazanan zeytincilik sorununu böylesine nitelikli bir toplantıyla kamuoyuna yansıtmaya çalışması, son derece saygıdeğer bir girişim. Bu girişimin artarak sürmesini bekliyorum.

Bu sempozyumun, içinde yaşadığımız barış haftası içinde düzenlenmesi; zeytinin, zeytin dalının barışıyla olan ilgisini de bize anımsatması, andırması, ayrıca saygıdeğer bir davranış olarak görüyorum.

Zeytincilikle ilgili her şey hemen hemen bu iki gün boyunca her boyutu konuşuldu. Şöyle bir ortam çıktı ortaya; Zeytin, zeytincilik kendi başına bir bilim. Bütün bilimlerden faydalanan öylesine bir bilim ki, insanların günlük hayatını etkileyen, geçimini sağlamayı sağlayan ve kimyasından fiziğine, matematiğine kadar her türlü alanda bilimden faydalanabilen kendi başına bir bilimdir. Bilim teorisi ya da bilim kuramı ele alındığında, bilim genelde birçok katlı/katmanlı bir yapıya benzetilir. Bunun temelinde matematik vardır, onun üstünde fizik, kimya, biyoloji... Yapı böylelikle büyür. Binanın çatısı dünyaya bakıştır, düşünce sistemidir, felsefedir. Bilimin bir felsefesi vardır, bilimin felsefesi iyi kavrandığı zaman atomu parçalayanlar, her halde atom bombası yapıp milyonlarca insanın ölmesine neden olmazlardı.

Peki, zeytin yetiştiriciliğiyle birlikte zeytinin bir felsefesi var mı? Zeytinin bir felsefesi ya da bakışı olmalı mı? İsterseniz kısaca beraber bunu aramaya çalışalım. Size bu yönde bir metin aktarmak istiyorum.

ZEYTİN AĞACI VE BARIŞ

Akdeniz, Ege kıyılarında akşamüstleri güneşe doğru baktığınızda zeytin ağaçları gelin gibidir! Yaşlısı, olgunu, genci sanki gelin duvaklarını bezeyen gümüş tellerle süslüdür! Zeytin ağaçlarının koyu yeşil yaprakları akşam güneşinin yorgun ışıklarıyla birlikte göz alıcı gümüş rengine dönüşür! Doğaya verdiği eşsiz güzelliğin yanı sıra, 'zeytin ağacı' sanki doğanın bir mucizesidir. Toprağa düşen zeytin tanesinden, tohumdan üreyen fidan, bildiğimiz zeytin ağacı değildir. Biz, Kuzey Egeliler doğada kendiliğinden büyüyen yaban zeytin fidanlarına, 'delice' diyoruz. Çalıya benzer bu bitki hem yaşamak için kayalık toprağa deli gibi saldırır, hem de küçücük meyvelerinin yağı yok denecek kadar azdır. Yani bu bodur ağaç yağ üretecek kadar 'akıllı' değildir! 'Deliceler', Akdeniz'in bu delişmen makileri bilgili çiftçiler tarafından aşılanır, 'akıllı' hale dönüştürülür. Bugün bizim, 'zeytin ağacı' olarak bildiğimiz ağaçlar bu, 'akıllı'

ağaçlardır! Kendi tohumundan üremediği, ancak çelikle, aşıyla çoğaldığı için zeytin ağacına kimileri 'kısır ağaç' der, kimileri de 'akıllı zeytin'in var oluşunu ilahi güçlere bağlar! Zeytin ağacı, sanki 'gizemli' bir ağaçtır.

Öte yandan bu kadim ağaç giderek Akdeniz-Ege kültürünü belirleyen temel öğelerden biri haline gelir. Sevinçte, acıda, türküde, şiirde 'o' vardır! Zeytin ağacı ve çevresi insanı insan yapan, 'sevgi'nin mekânı, birbirine kavuşamayan sevenlerin çıktıkları acının tanığıdır! Anadolu insanının motiflerini tuvaline, halkın deyişlerini şiirlerine yansıtan, "Karadutum, çatal karam"ın şairi, Bedri Rahmi Eyüpoğlu yüreğindeki sevdâ yangınına, 'Sitem' adlı şiirinde zeytin ağacıyla paylaşır:

*"Önde zeytin ağaçları arkasında yar
Sene 1946
Mevsim sonbahar
Önde zeytin ağaçları neyleyim neyleyim
Yâr yar...
Seni kara saplı bir buçak gibi sineme sapladılar..."*

Sonra gür soluklu, Ruhi Su alır sazı eline! 'Sol' dünya görüşü nedeniyle yıllarca hapis yatan, Türk halk müziğini saziyle evrensel boyutlarda yorumlayan 1940'lı yılların Opera sanatçısı, 'basbariton' Ruhi Su, o derin ve görkemli sesiyle, Anadolu insanına olan sevdasını bir Ege türküsünde bir garip zeytin ağacına anlatır:

*"Evlerinin önü zeytin ağacı
Dökülmüş yaprağı kalmış siyeci
Eğer gönlün bende yok ise
Sen bana kardaş de canım ben sana bacı"*

Zeytin ağacı Anadolu'nun aynasıdır!

İnsanlık, yazmaya başlamakla kendi kültürünü kalıcı hale getirmeye, edindiği yaşam deneyimini gelecek kuşaklara daha kolay aktarmaya başladı. Belki de bu nedenle, "Tarih yazıyla başlar!" diyor. Bugün yazmak için kullandığımız harflerin en temel olanları, göçebeliği bırakıp yerleşik tarım toplumuna geçen ilk insanların uzun yıllar boyunca yarattığı bir buluştur. Onların yaşam biçimini, kültürünü yansıtır.

Kadim Mezopotamya dillerinde A, 'alfa'; 'öküz'dür. B, 'beta, beth, beyt'; 'ev'; G, 'gama, gamal'; 'deve'dir. Z, 'zet, zai, zertum' ise 'zeytin'.

İlk yerleşik insanların en çok gereksinim duyduğu nesnelerdir bunlar. Öylesine önemli ve saygı değerdirler ki seslerini, sözlerini yazıya dökerken kullandıkları harfleri bu nesnelere benzetirler.

Akdeniz-Ege insanı zeytin ağacının, 'ölümsüz' olduğunu kabul eder. 'O', ölmeyen bir ağaçtır! Türk dilinin ölümsüz ustası Nazım Hikmet, "İnsanlık durumu, ölüm ve yaşam" arasındaki bağı sorgularken, boşuna zeytin ağacına başvurmaz:

“Yaşamayı ciddiye alacaksın
Öylesine ciddiye alacaksın ki
Mesela yetmişinde bile zeytin ağacı diyeceksin
Öyle çocuklara falan kalır diye değil
Ölümden korktuğun halde
Ölüme inanmadığın için...”, der!

Ölümsüzlük, 'kutsal' kabul edilen metinlerin de konusudur!

Adem ve Havva'nın, Aden'deki cennetten kovulmasına neden olan, meyvelerini yedikleri, onlara cinselliklerini tanıtan 'bilgi ağacı', 'incir ağacı' ise, onun hemen yanındaki 'ölümsüzlük ağacı' da, 'zeytin ağacı'dır! İnsanlık kendi serüvenini yaşarken, 'bilgi'yi ve 'ölümsüzlüğü' hala arayıp durmuyor mu? Zeytin ağacının yaşamındaki her bir evre ayrı bir öyküdür! Yetişkin zeytin ağacının yapraklı dalı nasıl, 'barışın' ve 'zaferin' simgesi sayılıyorsa, 'zeytin fidanı'da insanlarda bir umut, bir sevinç, bir mutluluk, geleceğe güvenle bakma simgesidir. Eski Ahit, "Tanrıyla yapılan eski antlaşma" denen *Tevrat*'ın 'Mezmunlar' bölümünde, 128. Mezmur'da, Hacc'a giden Musevi'ler okudukları İlahi'de, mutluluğu onunla tanımlar: "... *Evin içinde karın Meyveli asma gibi olur Oğulların sofranın çevresinde Zeytin fidanları gibi olur...*" Evet, insanların oğulları, kızları zeytin fidanı gibidir!

Zeytin ağacı mütevazıdır ama gönlü ganidir!

Olgun zeytin ağacı doğadaki canlılığın en belirgin ifadesidir. Onun bereketi ve dayanıklılığı, kökü toprağa tutunmuş tüm ağaçlara ve hatta insanlara örnektir. Göksel dinlerin kutsal kitaplarından *Tevrat*, insanlara; "olgunluğu, hakkaniyeti ve doğruluğu" anlatırken 'zeytin ağacı'nı işaret eder! *Tevrat*'ın, 'Hakimler' bölümünün 9. Bap'ında bu kutsal ağacın erdemine dikkat çekilir; "*Vaktiyle ağaçlar kendilerine kral meshetmek için gittiler; ve zeytin ağacına dediler: Bize kral ol! Ve zeytin ağacı onlara dedi: Allah'ın ve insanın bana mesh ettikleri yağı mı bırakayım da, ağaçlar üzerinde sallanmaya mı gideyim?*" 'Kral olmak, güç sahibi olmak' ya da 'sahibi olduğu iktidarı elden bırakmamak' için kimi insanlar olmadık dalavereler çevirirken, 'zeytin ağacı' 'üretici' olmayı yeğler, 'iktidar sahibi olmayı' elinin tersiyle iter!

Eski zamanlarda, eylemli insanın yaşamı gün doğumundan gün batınına dek sürerdi. Gece-leri Dünya karanlık ve ürkünçtü. Bir tek gökyüzü ve onu süsleyen envayi çeşit yıldızlar soğuk evrende insanlara yoldaşlık ediyordu! Ateş ve ışık karanlık gecelerde insanın yardımcısıydı. Günü uzatıyor, insanı doğa koşullarına boyun eğmekten uzaklaştırıyordu.

Zeytin ve hayvan yağlarından elde edilen ışık insanın ateşten sonra bulunduğu en önemli buluşlardandır. Bir kap içine konmuş yağın içine sarkıtılan ipin dıştaki ucunun yakılmasıyla, yağ bitene dek elde edilen ışık insanlığın karanlık gecelere üstün gelmesinin başlangıcıdır. 'Kandillerin' ışığı yüzyıllarca insanları aydınlattı. Dış dünyayı aydınlatan bu mucizevi ışık insanın içsel dünyasının aydınlanmasında da açıklayıcı oldu! Türkçe ile en iyi, *Kur'an-ı Kerim* meal'i,

tefsiri yapan Muhammed Esed'in diliyle, 'Nur' suresinin 35. ayet'inde 'Allah', zeytin ağacını ve yağının verdiği ışığı örnek göstererek kendi konumunu insanlara anlatır: *"Allah göklerin ve yerin nurudur. O'nun nuru içinde kandil bulunan bir oyuktan yayılan ışığa benzer. O kandil ki sırça fanus içindedir; o fanus ki, inci gibi parıldayan bir yıldızdır sanki. Ve o kandilin yakıtı, ne doğuda ne de batıda eşine rastlanmayan mübarek bir zeytin ağacından alınmaktadır. Ve o ağacın yağı öyle arı-duru, öyle parlak ki, neredeyse ateş değmeden de ışık verecek. Nur üstünde nur! Allah erişmek isteyeniyi nuruna eriştirir; işte bunun içindir ki Allah insanlara örnekler vermektedir..."*

Zeytin ağacı eşsiz bir ışıktır. O ışık yüzlerce yıldır Anadolu'yu ve insanlığı aydınlatıyor.

İnsan topluluklarının kimliği değişse bile, bu ışık aydınlığını yüzyıllardır sürdürüyor. İ.Ö. 2. binyılda, -dört binyıl önce- Anadolu'ya ve Ege'ye Hitit İmparatorluğu egemendi. Arkeolojik, tarihsel ve dilsel verilerden, İ.Ö. 2. binyılda, Batı Anadolu'da, Ege kıyılarında Luvi dili ya da Luvisel diller konuşan insanların yaşadığı, bu bin yılın özellikle ikinci yarısında beylikler kurdukları, o dönemin büyük Hitit Devleti'ne kafa tutukları biliniyor.

Bugün görüyoruz ki; Ege'nin iki yakasında; Yunanistan ve Anadolu kıyılarındaki birçok yerin adı, Ege'nin kadim yerli halkının dilinden geliyor. Son yıllarda yapımına başlanan ve Türkiye Cumhuriyeti'nin en büyük limanı olarak tasarlanan, Çandarlı Limanı'nın merkezi; Bergama-Zeytindağ-Kazıkbağlar'ın adı, Helen Çağı'nda, 'Elaia'ydı. 'Elaia', Helence, 'zeytinyağı' demektir. Aynı yerin adı, İ.Ö. 2. bin yılda Hitit Çağı'nda 'Daini' idi ve bu Anadolu ve Ege'nin ilk yerli halklarından Luviler'in dilinde de, 'zeytinyağı' anlamına geliyordu. Genç Türkiye Cumhuriyeti de zeytin bahçeleriyle kaplı bu yöreye 'Zeytindağ' dedi.

Zeytin ağacının kültürü ne kadar köklüdür! Bu topraklarda kesintisiz varlığını sürdürüyor. Anadolu'dan esinlenen, Atina'da odaklanan, izleri bugün bile bizleri etkileyen bir uygarlık kuran; "felsefe'den matematik'e, tiyatro'dan politika'ya" kadar günümüz düşünsel yaşamımızın temelini oluşturan değerleri bize aktaran Helenler'in, Yunanistan yarımadasına İ.Ö. 2. bin yılın ortalarında, Balkanlar'ın yukarısından, Tuna Nehri boylarından geldikleri düşünülüyor. Daha sonraları İ.Ö. 1200'lerden itibaren tüm Ege kıyılarına yayıldılar. Ve bu insanlar, bu topraklarda yaşayan yerli halkla kaynaşıp yeni bir uygarlık kurdular. Eski Ege kültürü olayları öykülerle anlatmayı sever: Deniz gibi oynaktır, sözler, söylenceler! Her olguya bir kulp bulmayı, olayları örneklerle açıklamaya bayılır! Antik Helen kültüründe, zeytin ağacının varoluş 'söylence'si, Atina kentinin kuruluşuna, bu kentin adının konmasına, korunmasına bağlanır. Eski Ege dini'nde baş tanrı; insanları yöneten, doğaya egemen olan, insanlar arasındaki ilişkilere karışan Tanrı, 'Zeus'tur. Mitoloji, söylenceler Zeus'u bize öyle anlatır ki, 'O' sanki hem tanrı kadar erişilmez, hem de insan kadar, insandır! Öykü ya: Tanrılar Tanrısı Zeus, 'Tanrılar meclisini' birlikte yaşadıkları 'Olympos' denen yüce dağda toplantıya çağırır. Konu; Sonradan adı, 'Atina' olacak kentin adını kim koyacaktır? Kentin koruyucusu kim olacaktır? İnsanlara en çok yararlı olacak varlığı onlara armağan eden kimse, bu onura 'O' sahip olacaktır. Tanrılar ve Tanrıçalar değişik önerilerle yarışmaya girer. Ancak en dikkate değer olanlar; Zeus'un kızı; 'akıl ve bilim'

Tanrıçası 'Athena' ile Zeus'un kardeşi 'denizlerin' Tanrısı 'Poseidon'un sunduğu önerilerdir. Gür saçları ve sakalları yosunla kaplı, üç uçlu mızrağın taşıyıcısı, köpüklü denizlerin egemeni 'Poseidon'; ince ayakları çevik, gürbüz gövdesi güçlü, yeleli rüzgârla savrulan 'at'ın insanlar için, savaşta ve barışta yararlı olacağını düşünür ve onu insanlığa sunar!

Zeus'un çatlayan alnından çıktığına inanılan ve bugün Berlin'deki, Pergamon Müzesi'nde, günümüz Bergama'sından yüz yirmi yıl önde koparılmış, beş metre yüksekliğinde görkemli bir heykeli bulunan, günümüz Türk bestecilerinin en seçkinlerinden Vedat Sakman'ın bu heykel onuruna olağanüstü güzel bir müzik bestelediği 'Athena', tüm Tanrıları şaşırtan bir sunum yapar. Onun insanların yararı için önerdiği varlık; yabancı, delice bir zeytin çalısını aşılayıp akıllıya dönüştürdüğü bir, 'zeytin ağacı'dır. Akıl tanrıçası, akıllı ağacı insanlığa armağan etmiştir. Yarışmayı, 'Athena' kazanır! Hem kente adını verir(!) hem de bu kentin koruyucusu olur. Helenler, çok önem verdikleri bu nitelemeye, koruyuculuğa 'Pallas' derler. Evet, işe bakın ki, günümüz 'Batı' dünyasının kendi kültürüne temel aldığı, 'Helen' kültürünü Batı kültürünün uygarlık, kentlilik başlangıcına, bu söylemle, 'zeytin ağacını' koyuyordu.

O kültür ki, Homeros'lardan, Solon'lara, Platon'lardan Vergilius'lara, Aristoteles'lerden İbni Batuta'lara gidecek, uzanacak günümüze varacaktı! Ne kadar ilginç bir sorunsaldır? Kültürümüzün temelinde 'zeytin'; onun simgelediği 'üretim' mi vardır? Üretimi yaratan emek ve binlerce yıldır biriken bilgi değil midir?

Zeytin ağacının verdiği ürünlerin kültürel yüceliği günlük hayatımıza aynı seçkinlikle yansımaz. Zeytin ağacını yetiştirmenin, onu yaşatmanın yanı sıra ondan ürün, verim almanın, ürünlerinden yaşam gailisini karşılayacak gelir elde etmenin zorluğu hiç de küçümsenemez. Örneğin Ege'nin lacivert sularına yaslanmış Anadolu yamaçlarını süsleyen zeytinliklerin kimi yerlerde yok edilmek istendiği ortadadır. Altın aramak gerekçesiyle, Kaz Dağları ve Madra Dağları'nın delik deşik edilmesi yetmiyormuş gibi, günümüzde maden yasası çerçevesinde, zeytincilik yasası değiştirilerek, tüm zeytinlikler toza dumana boğulmaya, kesip parçalanmaya kalkışılıyor. Soluk almamızı daha zora sokacak termik santraller yapmak için, Soma-Yırca'da olduğu gibi, kimi yetkililer gözlerini kırpmadan, vicdanları sızlamadan, bilime olduğu kadar kutsal kitaplara da meydan okurcasına, binlerce zeytin ağacını dev gibi makinelerle kesip paramparça ediyorlar.

İzmirli kör ozan Homeros'un, üç bin yıl önce 'sıvı altın' dediği zeytinyağını veren zeytinliklerin yerine, 'altın madeni' işletmesi adı altında siyanürlü, ağır metalli, zehirli atıkları toprağı koyuyorlar. Yanlış hesap sonucu, Balıkesir-Havran Ovası'nı sulamak için, zeytin ağaçlarının yuvası olan bir vadiye, yapımı önce sevinçle karşılanan bir baraj, zeytin üreticilerine inanılmaz sorunlar yaratıyor. Günde iki bin-iki bin beş yüz adet, yüz-iki yüz kilo gram sinek yiyen ve üreticinin, zeytin sineği zararlısına karşı mücadelesine yardımcı olan yarasalar, baraj yapımı sırasında yuvaları bozulduğu için ortadan kayboluyor. 2009 yılında, o bölge zeytincileri büyük gelir kaybına uğruyor. Çevreye etkisi iyice düşünülmeyen, iyi araştırılıp değerlendirilmeden, yalnızca ekonomik kaygılarla ve güncel ihtiyaçları karşılama güdüsüyle yapılan müdahaleler

hiç beklenmeyen olumsuzluklarla karşılaşılmasına neden olabiliyor. Biliniyor ki, içinde yaşadığımız doğa binlerce yıllık oluşumun sonucudur. Doğal besin zinciri, doğanın kendi dengesini kurmasında en önemli etkidir. Doğanın dengesiyle oynanması yalnız diğer canlıları değil, insanların varlığını da tehdit ediyor.

Oysa Türkiye'nin zeytinlikleri kapladığı alan bakımından Dünya'da beşincidir. Son yıllarda Anadolu insanı, devlet tarafından da desteklenen girişimcilikle, büyük bir istekle dağa taş zeytin ekiyor. Zeytin ağacı varlığımızın, yüz milyondan yüz altmış milyona ulaştığı ifade ediliyor.

Ülkemiz hızla, Dünya'da ikinci büyük zeytinliklere sahip ülke olma yolunda ilerliyor. Uzmanlar, daha on iki milyon zeytin fidanı dikilebilecek alan olduğunu bildiriyor. Bu potansiyel değerlendirildiğinde, Türkiye Gayri Safi Milli hasılasının yüzde on beşinin zeytin ağaçlarından sağlanacağı hesaplanıyor. Zeytin ağacı, ağırbaşlılıkla birlerce yıldır insanlığa faydalı olmayı sürdürüyor ama her tuttuğu altın olmasını isteyen Frigyalı Midas gibi, kimse kusura bakmasın, açgözlülerin para hırsı bir türlü bitmiyor.

İnsanlığa günlük yaşamında bunca yararı olan, manevi değerlerinin oluşmasında, insanlığın kutsal saydığı inançlarda da yol açıcı olan zeytin ağacı, toplumsal ve siyasal olaylarda da yön göstericidir. Taşıdığı ölümsüzlük kavramı, onca acılara, yıkımlara, yok oluşlara neden olan 'savaş'ın karşısına dikilir. Zeytin ağacı ve zeytin dalı, 'savaş'a karşı 'barış'ın, hatta 'umut'un simgesi olur. Bazen 'tek başına' dağlarda bayırlarda poyrazla süzülür, bazen 'bir orman gibi kardeşçesine' yamaçlara yayılır, süsler.

Eski Helen dünyasında, "daha iyi olmak, insanlara örnek olmak" amacıyla yarışmalar yapılırdı. 'Uсталık' anlamına gelen 'athlos' sözcüğünü İzmirli ozan Homeros, 'yarışma' anlamına kullanıyordu. Yarışmaları kazananlara büyük saygı duyulur, 'genç adamı' simgeleyen, 'Kuros' denen heykelleri yapılırdı. Çıplak yarışan genç adamlardan, birinci gelenin başına Atina'daki Zeus Tapınağı'nın hemen arkasında bulunan kutsal zeytin ağacından, altından yapılmış bir orakla bir çocuk tarafından kesilen 'zeytin dalı'ndan yapılmış bir 'taç' takılırdı. Zeytin dalı, "üretimin, ürünün, dingin yaşamın", kısaca 'barış'ın simgesiydi. Bugün de çekişme, çatışma, savaş istemeyenler karşısına, 'zeytin dalı' uzatmıyor mu? 'Zeytin dalı'nın getirdiği barış kavramı, 'İbrani dinler'de de vardır. Büyük tufan sonunda Nuh'un gemisi, Ağrı ya da Cilo Dağı'nın tepesine oturunca, etrafı engin sularla çevrili Nuh peygamber, basılacak toprak aramaları için gemiden gökyüzüne üç kuş salar. Üçünden de birer dilek dilenir. 'Kelaynak kuşu' bereket getirecektir. Çünkü ürünlerdeki börtü böceği yer bu kuş ve üretimin verimini arttırır. 'Kırlangıç' yıldırım gibi uçar ve yeni yuva yapmanın ustasıdır. Ondan 'yeni bir çağ' başlatması beklenir. 'Güvercin' ise her zaman sakin, sessiz ve uyumludur. 'Güvercin'den, 'barış' getirmesi umulur. Kuşlardan bir tek, 'güvercin' geri gelir. Gagasında bir 'zeytin dalı' taşımaktadır. İnsanlık, 'bereket ve yeniçağın' ötesinde 'barış' umut etmelidir. Bu kavram, dünyamızda yüzyıllardır varlığını sürdürüyor. 'Güvercin ve zeytin dalı' barışın simgesidir. Dünya'da barışı sürdürmek amacıyla yapılan yarışmalarda kazanan gençlerin başına, 'zeytin dalından yapılmış bir çelenk' koymak adettir. Binlerce yıllık zeytin ağacı, 'dünyada barışın' egemen olmasına yardımcı olmaya devam etmektedir.

Çağımız ve bölgemiz uzun yıllardır yüz binlerce erkeği, kadını, çocuğu ölüme sürükleyen, yerinden yurdundan eden, göç yollarına iten acımasız bir savaşı yaşıyor. Akdeniz, koca deniz kaçak göçmenlerin boğulduğu bir mezar çukuruna dönüşüyor. Afgan, Filistinli, Iraklı, Suriyeli çocukların, savaşın neden olduğu perişanlığına yürekler dayanmıyor. Vahşi çeteler insanları kudur kudur kesmenin yanı sıra insanlığın en ender tarihsel değerlerini, mirasını da yıkıyor, yok ediyor. Ülkemizde, barışçıl ortamlarda konuşularak, anlaşılabilir çözümlenecek sorunlar çatışmalara yönlendirilerek içinden çıkılmaz bir hale sokulmaya çalışılıyor. Ülkemiz Orta Doğu'nun karanlık savaş bataklığının derinliğine çekilmek isteniyor. Mustafa Kemal Atatürk'ün dediği gibi, "Ulusun hayatı tehlikeye girmedikçe savaş bir cinayettir." Evet, "Yurtta barış, Dünya'da barış" olmalıdır. Zeytin ağaçları ürün vermeli, ürünlerini insanlar hakça paylaşmalı, yağının ışığı bize sonsuzluğu, kökleri ölümsüzlüğü anımsatmalıdır. İnsanlar başlarında yaşam kaygısı, savaş korkusu değil barış çelenkleri taşımalı. 'Barış' hepimize; insanlığa, ekmek kadar, su kadar gereklidir. Aklımızın ve bilgimizin, zeytin dalıyla birlikte, ülkemize ve dünyaya barış getirmesi, barışı kalıcı hale getirmesi dileğiyle, hepinizi saygıyla selamlıyorum.

İZMİR ZEYTİN SEMPOZYUMU DANIŞMA KURULU

Doç. Dr. Alp Yücel Kaya [EÜ İİBF İktisat Bölümü]

Ahmet Güzelyağdöken [İşadamı, Gurme, Yazar]

Aysel Özkan [İzmir Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreter Yardımcısı]

Prof. Dr. Ayşe Filibeli [DEÜ Çevre Mühendisliği Bölümü/İzmir Akdeniz Akademisi Ekoloji Koordinatörü]

Ayşegül Karakoyun Seçgin [İzmir Büyükşehir Belediyesi Kırsal Kalkınma Şube Müdürlüğü]

Prof. Dr. Aytaç Gümüskesen [EÜ Gıda Mühendisliği Bölümü]

Azmi Sabri Akbaytürk [İzmir Büyükşehir Belediyesi Kırsal Kalkınma Şube Müdürü]

Duygu Elakdar [Urla Tarım, Turizm ve Kültür Derneği Başkanı]

Ertuğrul Tugay [İzmir Büyükşehir Belediyesi Tarımsal Projeler Müdürü]

Funda Erkal Öztürk [İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sanat Daire Başkanı]

Yrd. Doç. Dr. H. Zafer Can [EÜ Ziraat Fakültesi]

Yrd. Doç. Dr. Koray Velibeyoğlu [İYTE Şehir Bölge Planlama Bölümü]

Doç. Dr. Levent Köstem [Köstem Zeytinyağı Müzesi Kurucusu]

Nedim Atilla [Gazeteci, Slow Food Lideri, Yazar]

Çağatay Özcan Kokulu [Gödençe Kalkınma Kooperatifi Başkanı]

Pelin Omuroğlu Balcioğlu [OLIVURLA Zeytin&Zeytinyağı Üreticisi]

Prof. Dr. Uygun Aksoy [EÜ Ziraat Fakültesi]

Prof. Dr. Ümit Erdem [EÜ Ziraat Fakültesi Emekli Öğretim Üyesi/Avrupa Ekolojik Federasyonu Yönetim Kurulu Üyesi]

Ümmühan Tibet [Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi Başkanı]

Ünal Kaya [Zeytincilik Araştırma İstasyonu Müdürü]

Ziya Çavdar [Ziraat Yüksek Mühendisi]

İZMİR ZEYTİN SEMPOZYUMU DÜZENLEME KURULU

Doç. Dr. Alp Yücel Kaya [EÜ İİBF İktisat Bölümü]

Dr. Ayşegül Sabuktay Aktaş [İzmir Büyükşehir Belediyesi İzmir Akdeniz Akademisi Müdürü]

Ayşegül Karakoyun Seçgin [İzmir Büyükşehir Belediyesi Kırsal Kalkınma Şube Müdürlüğü]

Melek Demir [İzmir Büyükşehir Belediyesi İzmir Akdeniz Akademisi Ekoloji Asistanı]

Prof. Dr. Uygun Aksoy [EÜ Ziraat Fakültesi]

Prof. Dr. Ümit Erdem [EÜ Ziraat Fakültesi Emekli Öğretim Üyesi/Avrupa Ekolojik Federasyonu Yönetim Kurulu Üyesi]

İnsanlık kendi serüvenini yaşarken, bilgiyi ve ölümsüzlüğü hala arayıp durmuyor mu?

Zeytin ağacının yaşamındaki her bir evre, ayrı bir öyküdür. Zeytin yapraklarının dalı nasıl barışın simgesi sayılıyorsa, zeytin fidanı da umut, sevinç, mutluluk ve geleceğe güvenle bakmanın bir simgesidir.

Zeytin ağacı savaşa karşı barışın, karanlığa karşı umudun simgesidir. Tek başına dağlarda, bayırlarda dimdik durur poyrazla süzülür, *bir orman gibi kardeşçesine* yamaçlara yayılır.

Zeytin ağacı, doğadaki canlılığın en belirgin ifadesidir. O'nun bereketi, dayanıklılığı, kökü toprağa tutunmuş tüm ağaçlara ve insanlara örnektir.

Zeytin ağacı, eşsiz bir ışıktır. O ışık, yüzlerce yıldır Anadolu'yu ve insanlığı anlatıyor.