



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2021, 5(4): 2630-2652.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.890](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.890)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAşTIRMA MAKALESİ

Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği*

Tuğba DAğ, Yüksek Lisans Öğrencisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir, e-posta: tugba.dag.01@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4571-4499>

Doç. Dr. Emrah KESKİN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Nevşehir, e-posta: ekeskin@nevsehir.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6565-4265>

Öz

Çalışmanın amacı, İzmir’de üretilen geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi açısından değerli bir unsur olduğunu ortaya koymayı ve İzmir ilinde üretilen geleneksel peynir türlerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, araştırma alanı olarak İzmir ve yakın çevresi (Tire, Ödemiş, Bergama, Karaburun ve köyleri, Seferihisar, Urla) belirlenmiş ve nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel yöntem çerçevesinde doküman incelenmesi ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak veriler toplanmıştır. Görüşme/mülakat sonucunda elde edilen verilere betimsel ve karşılaştırmalı analizler yapılmıştır. Sahadan gelen veriler ve literatür taraması neticesinde 4 ana tema ve 15 alt tema belirlenmiştir. Araştırmanın sonucunda, İzmir’in sahip olduğu geleneksel peynirlerin gastronomi turizmine herhangi bir katkı sağlamadığı ancak yöre peynirlerinin gastronomi turizmine katkı sağlayabilecek yüksek potansiyele sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

* Bu çalışma “Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği” adlı yüksek lisans tezinden hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Mutfak Kültürü, Geleneksel Peynir, İzmir.

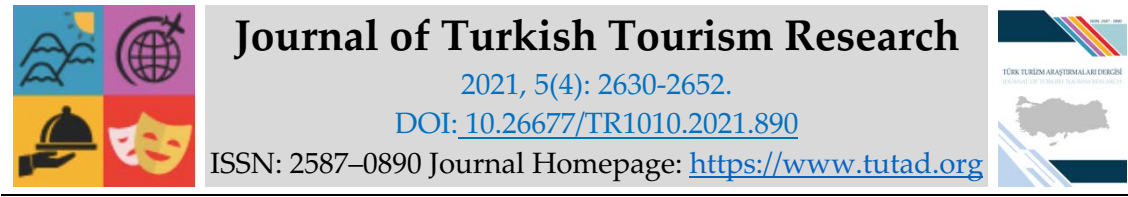
Makale Gönderme Tarihi: 28.08.2021

Makale Kabul Tarihi: 02.12.2021

Önerilen Atf:

Dağ, T. ve Keskin, E. (2021). Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4): 2630-2652.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

An Evaluation of Traditional Cheeses in Terms of Gastronomic Tourism: İzmir Case

Tuğba DAĞ, MSc. Student, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Social Sciences Institute, Nevşehir, e-mail: tugba.dag.01@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4571-4499>

Associate Prof. Dr. Emrah KESKİN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Nevşehir, e-mail: ekeskin@nevsehir.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6565-4265>

Abstract

The aim of the study is to reveal that the traditional cheese produced in İzmir are a valuable element in terms of gastronomy tourism and to determine the activities related to what kind of studies can be done in this context and to determine the traditional cheese types produced in İzmir. In line with the purpose of the study, İzmir and its immediate surroundings (Tire, Ödemiş, Bergama, Karaburun and its villages, Seferihisar, Urla) located in the Aegean region were determined as the research area and qualitative research method was adopted. Data were obtained by examining documents within the framework of qualitative method and semi-structured interview. Content analysis was performed as data analysis method. Relationships between the data obtained as a result of the interview and descriptive and comparative analysis were determined. Of the data from the field and the literature review, 4 main themes and 15 sub-themes were determined. It has been concluded that the traditional cheese of İzmir do not contribute to both tourism and gastronomy tourism but it has been determined that cheese have a high potential in the rich gastronomy culture of İzmir.

Keywords: Gastronomy, Culinary Culture, Traditional Cheese, İzmir.

Received: 28.08.2021

Accepted: 02.12.2021

Suggested Citation:

Dağ, T. and Keskin, E. (2021). An Evaluation of Traditional Cheeses in Terms of Gastronomic Tourism: İzmir Case, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(4): 2630-2652.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Türkiye'nin mutfak kültürünün oluşmasında, Orta Asya'dan başlayarak bugünkü Türkiye topraklarına kadar ilerleyen göç olaylarının, farklı ülkelerin fethedilmesiyle coğrafi alanın genişlemesi ve birçok uygarlığın hüküm sürdüğü Anadolu coğrafyasının oldukça önemli bir payı vardır (Aktaş ve Özdemir, 2005). Nitekim Türkiye'nin sahip olduğu bu zengin mutfak kültürü, köklü tarihi geçmişi ve turistik çekiciliğiyle gastronomi turizmi için tercih edilen bir ülke konumunda olmasını sağlamıştır (Dilsiz, 2010; Arslan, 2010).

Ege Bölgesinde yer alan İzmir sahip olduğu tarihi geçmişi ve çok kültürlü toplumsal yapısının etkisiyle sentezlenmiş bir mutfak kültürüne sahiptir (Dökmeoğlu, 2014). İzmir mutfağının kendine özgü ve zengin yapısı Türk mutfak kültüründeki yerini almasını sağlamıştır. İzmir'in gastronomik değerleri üzerine yapılan çalışmalarda ön plana çıkan lezzetler arasında; zeytin, zeytinyağıyla yapılan ot ve sebze yemekleri (şevketi bostan, enginar, turp otu, radika, cibes vb.) ile deniz ürünleri yerel lezzet unsurları arasındadır. Ayrıca İzmir gastronomisi kapsamında gevrek, lokma, boyoz, kokoreç, kumru, sübye şerbeti, şambali, midye dolma ve buzlu badem gibi sokak lezzetleri de İzmir'in gastronomik kimliğini oluşturan değerler arasında yer almaktadır (Türkoz Bakırcı vd., 2017; Erdoğan ve Özdemir 2018; Ağlamaz ve Öncüer Çivici, 2018). Ancak yörenin sahip olduğu geleneksel peynirlerin gastronomik bir lezzet olarak ön planda olmadığı görülmektedir.

Peynirler, üretildikleri çevreyi, toprağı ve yemek kültürünü yansıtmaktadır (Fusté-Forné, 2020a). Türkiye'nin de hemen hemen her bölgesinde kültürel alışkanlıklara ve hayvan türüne bağlı olarak farklı yapımla teknikleriyle kendine özgü tadı olan çeşitli yerel peynirler üretilmektedir (Durlu Özkaya ve Gün, 2007). Anadolu topraklarının denize açıldığı Ege bölgesinde yer alan İzmir'de de peynircilik oldukça gelişmiştir. Ege kıyılarından Orta Anadolu'nun batı kısmına kadar uzanan bölgenin hemen her köşesi bereketli doğal alanları, koyunları, keçileri, inekleri ve mandıraları ile zengin bir yapıya sahiptir. Bölgede koyun ve keçi yetiştiriciliğinin fazla olması, koyun ve keçi sütünden farklı şekil, renk ve lezzetlerde peynir çeşitlerinin üretimini artırmıştır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde Ege bölgesi 12 peynir çeşidiyle önemli bir değere sahiptir (Kamber, 2007b). Ayrıca bölgenin çok kültürlü yapısı da dikkate alındığında bölgede zengin bir peynir kültürünün varlığından söz edilebilir.

Tüm bunlar dâhilinde bu çalışma İzmir ve yakın çevresi (Tire, Ödemiş, Bergama) ile Yarımada (Karaburun ve köyleri, Seferihisar, Urla)'nın zengin gastronomi turizmi potansiyeli içerisinde sahip olduğu geleneksel peynirlerin önemini ortaya koymayı, gastronomik açıdan değerli bir unsur olduğunu belirtmeyi ve yörede üretilen peynir türlerini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda çalışmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Konuya yönelik derinlemesine sonuçlar elde etmek için yarı yapılandırılmış görüşme ve doküman incelemesi teknikleri kullanılmıştır. Elde edilen veriler nitel araştırmalarda kullanılan istatistik programı ile analiz edilmiştir. Hazırlanan bu çalışma peynirlerin kültürel mirası ve kimliği yansıtan önemli geleneksel gıdalar içerisinde yer aldığına değinmesinden dolayı da önem taşımaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Peynirin Tarihçesi ve Tanımı

İnsanoğlu muhafaza edilmesi oldukça zor olan sütün, dayanıklılığını artırmak ve taşımaya kolaylaştırmak için peynir, yoğurt, tereyağı gibi çeşitli ürünlere dönüştürmüşlerdir. Peynir de yüzyıllardan bu yana dünyanın hemen her yerinde, her toplumun tükettiği ve insanoğlunun eski kültürel miraslarından olan bir gıda maddesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kamber, 2007a).

Hammaddesi sadece süt olan peynirin çeşit olarak fazla olmasında; kullanılan sütün türü, kullanılan maya türü, pıhtıyı işleme şekli ve yöntemi, yağ durumu, olgunlaşma süresi ve koşulları, tuzlama biçimi gibi unsurlar önemlidir (Fox ve McSweeney, 2004).

Peynirin ilk olarak kimler tarafından nasıl, nerede, ne zaman yapıldığı kesin olarak bilinmemektedir. Kabul gören en yaygın görüş ilk peynir üretiminin, Arap bir gezgin tarafından sütün hayvan derisi torbada taşınırken tesadüfen elde edildiği yönündedir. Ancak 2012 yılında Paul Kindstedt tarafından yayınlanan "Cheese and Culture" adlı kitapta, peynirin M.Ö. 7000'den itibaren Anadolu'da çömlük kaplarda yapıldığı yönündedir (Kamber, 2005; Kindstedt, 2012; Ekinci, 2014; Bal Onur ve Aksoy Biber, 2017). Arkeolojik keşifler ise peynirin ilk izlerinin yaklaşık 8000 yıl önce, bazı bitki ve hayvanların evcilleştirildiği "Neolitik Dönem" de, Dicle ve Fırat nehirleri arasındaki "Bereketli Hilal" de görüldüğüne işaret etmektedir (Fox vd., 2017).

Mezopotamya'da M.Ö. 3500-3100 yılları arasında yapıldığı tahmin edilen bugün Bağdat Müzesinde sergilenen taş bir kabartmada yer alan figürler de Sümerlerin (M.Ö. 4000) süt teknolojilerini iyi bildiklerini göstermektedir (Ünsal, 2009). Yunanlılar ve Romalılar (M.Ö. 1000)'da peynirin birbirinden farklı türlerini yapmış olsalar da bunlar hakkında pek fazla bilgi bulunmamaktadır (Kamber, 2005; Ünsal, 2009).

Osmanlı İmparatorluğu'nda süt ve süt ürünleri ihtiyacı şehrin içindeki ve kazalarındaki üretimden özel peynir çeşitleri de devletin başka diyarlarından sağlanmıştır. Bunu yanı sıra Eflak, Rumeli ve bazı Karadeniz limanlarından İstanbul'a önemli miktarda tekerlek ve tulum peyniri ihraç edilmiştir. Limni ve Midilli adalarından taze peynir ihracatçısı; İzmit, Darıca ve Yalova gibi kasabalardan ise Musevi kaşar (Koşer, kaşer) peyniri ihracatçısı olarak söz edilmekteydi. 17. yüzyılda ki Osmanlı dünyası ile ilgili önemli bir kaynak olan Evliya Çelebi Seyahatnamesinde de İstanbul'da peynir üretimi yapan 400 tane esnafın olduğunu ve Kaşkaval Peyniri, Kesme Peyniri ve Teleme Peyniri gibi peynir çeşitlerinden bahsetmektedir (Pişkin, 2010).

Peynir, birçok kaynaktan, "kısmen veya tamamen yağı alınmış/alınmamış çeşitli hayvanlara (inek, koyun, keçi vb.) ait sütlerin, çeşitli süt ürünleri artıklarının (tereyağı, yoğurt, yayık altı veya peynir altı suyu) ya da bunlarının karışımlarının maya ve zararsız organik asitler veya ekşitme yolu ile oluşturulan pıhtısının, direkt ya da çeşitli tat ve koku verici maddeler katılarak değişik şekillerde işlenmesi sonucu olgunlaştırılmadan ya da çeşitli şekillerde olgunlaştırılmasıyla elde edilen ürün" şeklinde tanımlanmaktadır (Kamber, 2005:1).

Peynir diğer ülkelerde de çeşitli isimlerle tanımlanmaktadır. Örneğin, Hint yarımadasında "chiz", Rusya'da "sir", Bulgaristan'da "sirene", Macaristan'da "sajt", Polonya'da "ser", Romanya'da "brinza", İsveç'te "ost", Finlandiya'da "juusto", Yunanistan'da "tiri", Arabistan'da "cebbene" denilmektedir (Kamber, 2005; Ünsal, 2009). Peynir kelimesini karşılayan en eski Türkçe söz "Bışlak" olarak bilinmektedir. Bu söz ilk defa İbnü-Mühenna Lügati'nda görülür. Peynir kelimesinin Türkçeye Farsçadan geçmiş olduğu ve ilk olarak Mısır Memlüklerinin Türkçe sözlükleri ile eski Anadolu metinlerinde yer aldığı görülmektedir. Bu sözlüklerde peynirin, "benir, penir, beynir" gibi Farsça formlarda yazıldığı görülmektedirler. Yine bu sözlükte peynir karşılığı olarak "çıkıt, irimçik, çiet" gibi bazı Türkçe kelimelere de rastlanır (Ögel, 1978). Peynir ile ilgili öz Türkçe kelimeler ilk defa Uygur Türklerinde M.S. 750 yy' da rastlanılmaktadır. Kaşgarlı Mahmut'un "Divan-ı Lügati't-Türk" adlı eserinde taze peynirin "udma ve udhıtma" sözcüklerine karşılık geldiği görülmektedir. Ayrıca Kaşgarlı'nın Lügat'ın da Karluk lehçesinde peynirin ekşi süttten yapılan bir çeşidine de "sogut" dedikleri bilinmektedir (Ünsal, 2009).

Türkiye tarihi barındırdığı farklı kültürleri ve bulunduğu coğrafyanın sahip olduğu iklimsel özellikler sayesinde çok sayıda ve çeşitte geleneksel gıdaya sahiptir (Cumhur, 2017). Bu gıdalar içerisinde insanoğlunun uygarlığa geçişinin ilk simgelerinden biri olan, yaşantılar sonucu tesadüfi bir şekilde ortaya çıkan, kültürel zenginliği ve mirası temsil eden peynirler de geleneksel

bir ürün olarak değerlendirilmektedir. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yerel olarak üretilen ve tüketilen birçok geleneksel peynir çeşidi mevcuttur (Türkoğlu vd., 2003; Alichanidis ve Polychroniadou, 2008). Yapılan çalışmalarda Türkiye’de 130’dan fazla peynir çeşidi olduğu belirlenmiştir (Kamber, 2015). Anadolu’nun birçok bölgesinin sahip olduğu coğrafi farklılıklar, kullanılan sütün çeşidi, farklı peynir yapım teknikleri, kültürel farklılıklar gibi unsurlar birbirinden farklı tat ve lezzette peynirlerin üretilmesinde etkili olmaktadır (Hayaloğlu, 2008; Gün vd., 2010). Anadolu’daki bu peynir zenginliği en iyi kahvaltı sofralarında görülmektedir. Özellikle börek, yumurta, salata gibi yiyecekleri zenginleştirmek ve besin değerini artırmakla birlikte, ana yemeklerde ya da tatlı-tuzlu hamur işlerinde peynirler kullanılmaktadır (Ünsal, 2009; Croxford, 2010). Ayrıca bazı yöresel tatlıların içeriğinde de peynire rastlanılmaktadır (Ulu, 2019). Bunun yanı sıra şarap evlerinin menülerinde yöresel ve uluslararası peynir çeşitlerinden oluşan peynir tabaklarının yer aldığı görülmektedir (Swan, 2009).

İzmir’e Özgü Geleneksel Peynir Çeşitleri

Yapılan çalışma kapsamında, İzmir ilinde 6 tane geleneksel peynir tespit edilmiştir. Bu peynirler şu şekildedir;

- *İzmir Tulum Peyniri*: 10000 yıllık İzmir tarihinin sofraya kültüründe yer alan Bergama tulumu aslında daha çok İzmir tulumu adıyla anılmakta ve tanınmaktadır. İzmir’de özellikle Bergama, Ödemiş, Kiraz, Tire, Bayındır, Dikili ilçelerinde yaygın bir şekilde yapılmaktadır. Klasik tulum peyniri ile İzmir tulum peynirinin özellikleri ve yapılışı birbirinden farklılık göstermektedir. Klasik tulum peynirinde peynir tulumun kılız tarafına doldurulurken, İzmir tulumunda kılız tarafına doldurulmaktadır (Üçüncü, 2004; Kamber, 2007b; Bayar ve Özrenk, 2011).
- *Sepet Peyniri*; İzmir’in Karaburun ilçesindeki yaylalarda yapılan sepet peyniri keçi sütü kullanılarak hazırlanmaktadır (Kamber, 2005). Peynirin şekillendirilmesinde sepetler kullanıldığı için, bu geleneksel peynir sepet peyniri ya da kelle peyniri olarak adlandırılır. Sepetler nehir ve nemli alanların yakınında toplanan saplardan yapılmaktadır. Bazı yörelerde ise bu sepetler guva olarak isimlendirilmektedir (Kamber, 2007b).
- *İzmir-Karaburun Lorlu Keçi Tulum Peyniri*: İzmir’in Karaburun ilçesinde ve bağlı köylerinde yapılan bir peynirdir. Taze sepet keçi peynirinin avuç içi kadar büyüklükte doğranıp hafif tuzlandıktan sonra 1 hafta kadar bidonlarda bekletilir. Yapılan bu ön olgunlaştırma işleminden sonra keçi tulumuna 10 kg peynire 2 kg lor ölçüsüyle bir sıra peynir bir sıra lor şeklinde basılır. Ağız bağlanan tulum serin, havadar ve gölgeli bir yerde hafif eğik bir şekilde toprak zemine yerleştirilir. Ara ara çevirerek 3 ay boyunca olgunlaştırıldıktan sonra tüketilir (Kamber, 2007b; Ünsal, 2009).
- *Kopanisti Peyniri*: Kopanisti peyniri oldukça kabaran peynir olarak bilinmektedir. İzmir’in Çeşme, Karaburun, Foça ve Urla ilçelerinde yapılmakla birlikte, günümüzde Kopanisti’nin, daha çok Karaburun, Sakız (Khios) ve Midilli (Lesbos)’de geleneksel yöntemlerle birkaç aile tarafından yapıldığı görülmektedir. Yunancası *kopaniso*’dan türeyerek *kopanistos* olan sözcük Türkçeye çevrildiğinde ezilmiş, yoğrulmuş, dövülmüş anlamı kazanmaktadır (Ünsal, 2009).
- *Armola Peyniri*: Ege bölgesinde unutulmaya yüz tutan peynirlerden birisi olan Armola Peyniri sakin şehir olarak tescillenen Seferihisar ilçesinde ve köylerinde yapılmaktadır. Bazı kaynaklarda Armola’nın eski dönemlerde çobanların hayvanlarını olatmaya çıkardıkları zaman yanlarına aldıkları peynir, yoğurt gibi ürünlerden kalanların değerlendirilmesiyle ortaya çıktığı ifade edilmektedir. Yunanca’ da birlikte veya katmak/birliktelik anlamlarına gelen *armologos* sözcüğüne karşılık gelmektedir (Uhri, 2017; Bal Onur ve Aksoy Biber, 2017).

- *Tire Çamur Peyniri*: İzmir'in Tire kasabasında üretilen bu peynir, kasabanın adı ile anılmaktadır. Ekmeğe sürülmeye uygun olan yöresel bir peynirdir. Tire çamur peynirinin geleneksel yapımı, olgunlaştırılmış teneke tulum peynir salamurası ve lor peynirinin karıştırılması ile elde edilmektedir. Bu peynirin yapımında eskiden keçi ve koyun sütü kullanılırken, günümüzde ise inek sütü kullanılmaktadır (Kamber, 2005).

Yörede yapılan bu geleneksel peynirlerde keçi ve karışık süt kullanımının yaygın olduğu görülmektedir. Sepet (Kelle peyniri), Kopanisti, Armola ve Karaburun Lorlu Keçi Tulum Peynirleri keçi sütüyle yapılırken, İzmir tulum peyniri koyun sütü ya da karışık süttten yapılmaktadır. Bunun yanı sıra yöredeki geleneksel peynirlerde hem farklı kültürlerin izleri olduğu hem de kendine özgü tatları ve yerel özellikleri olduğu görülmektedir. Bu da yöredeki geleneksel peynir çeşitlerini gastronomi turizmi açısından değerli bir unsur haline getirmektedir.

YÖNTEM

Çalışma kapsamında İzmir'in sahip olduğu geleneksel peynir çeşitlerini, peynir kültürünü, bu kültürün gastronomi turizmi açısından ne şekilde değerlendirildiğini ve gastronomi turizmine nasıl katkı sağlayabileceğine ilişkin akademisyenlerin, ilgili yerel paydaşların ve geleneksel peynir üreticilerinin görüşlerinin derinlemesine incelenmesi amacıyla nitel yöntem tercih edilmiştir. Araştırma alanı olarak; çok kültürlü coğrafyasından miras kalan birçok geleneksel peynir çeşidine sahip olan İzmir ve yakın çevresi (Tire, Ödemiş, Bergama) ile Yarımada (Karaburun ve köyleri, Seferihisar, Urla) seçilmiştir. Araştırma deseni ise durum araştırması olarak belirlenmiştir.

Nitel yaklaşım çerçevesinde yapılan araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile doküman incelenmesinden yararlanılmıştır. Doküman incelemesi yoluyla geleneksel peynirler ve gastronomi turizmi ile ilgili yapılan çalışmalar incelenerek (Kamber, 2007a; Kamber, 2007b; Fusté Forné, 2015; Uhri, 2016; Karaca, 2016; Durusoy, 2017; İşevcan Ertamay ve İrigüler, 2018; Kayış ve Yaman, 2018; Keskin ve Dağ, 2020) araştırmanın amacına uygun soruların yer aldığı taslak görüşme formu oluşturulmuştur. Daha sonra bu taslak soru formu alan uzmanlarına sunulmuş, belirtilen öneriler doğrultusunda düzeltmeler yapılarak görüşme formuna son şekli verilmiştir. Katılımcılardan akademisyenlere ve ilgili yerel paydaşlara 7 soru, geleneksel peynir üreticilerine 7 soru yöneltilmiştir. Araştırmada verilerinin toplanabilmesi için hazırlanan soruların etik kurul izin belgesi Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Etik Kurulu'nun 08.06.2020 tarihi ve 2020.12.132 karar/sayı numarası ile alınmıştır. Görüşme verileri, 15.06.2020 – 29.07.2020 tarihleri arasında yüz yüze görüşme yapılarak toplanmıştır. Yapılan bu görüşmelerin her biri 45 ila 90 dakika arasında sürmüştür. Görüşmeler sırasında katılımcılardan izin alınarak ses kayıt cihazı kullanılmış ve notlar alınmıştır. Sadece yerel paydaşlarla yapılan görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılmayarak sorulara verilen cevaplar not edilmiştir.

Bu çalışmada katılımcıların belirlenmesi için amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme ile kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Maksimum çeşitlilik örneklemeyle incelenecek olgu ya da olayı en iyi temsil edebilecek maksimum çeşitlilikte bireyler seçilmesi amaçlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Kartopu örnekleme ise araştırma konusunun özelliğine sahip birkaç kişiyi belirleyerek görüşme yapmak ve görüşme sonun da bu katılımcılardan (kendileri gibi benzer özelliklere sahip kişilerin isimleri için) yönlendirme isteyerek yeni katılımcılara ulaşma sürecini ifade etmektedir (Berg ve Lune, 2015). Bu bağlamda araştırmanın amacına yönelik olarak İzmir'de gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde görev yapan akademisyenler ve ilgili yerel paydaşlar arasından belirlenen kişiler maksimum çeşitlilik

örnekleme yöntemiyle, geleneksel peynir üreticilerinden oluşan katılımcılar ise kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir.

Nitel araştırmalarda örneklemin niceliğinden çok niteliği önemli görülmektedir. Yani büyük gruplar yerine araştırmanın amacına uygun detaylı ve derinlemesine verinin toplanabileceği örneklem belirlenmelidir (Coyne, 1997; Baltacı, 2017). Ayrıca örneklem büyüklüğünü belirleyen önemli diğer iki faktör de veri doygunluğu ve veri yeterliliğidir. Yani araştırmacı sahadan veri toplamanın belirli bir aşamasında bilgilerin tekrarlanmaya başladığını fark edebilir. Bu aşama veri toplama açısından doyum noktası anlamına gelmektedir. Araştırma bulgularının yeterli bir biçimde ortaya çıktığına ve veri toplama aşamasının sonlandırılması gerektiğine işaret etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016; Creswell, 2020). Yapılan bu çalışmada, 8 akademisyen, 8 ilgili yerel paydaş ile 22 geleneksel peynir üreticisi örnekleme dahil edilerek toplamda 38 katılımcıya ulaşılmıştır.

Nitel araştırmalarda veri analizi yaratıcılık, çeşitlilik ve esneklik anlamına gelir. Nitel araştırmalar birbirinden farklı özellikler taşır. Bu nedenle araştırmacının hem araştırma hem de toplanan verilerin özelliklerinden yola çıkarak var olan analiz yöntemlerini de inceleyerek araştırması için uygun bir veri analiz planı geliştirmesi gerekmektedir. Her ne kadar alanyazında farklı analiz yaklaşımları olsa da genel olarak veri analizi betimsel analiz ve içerik analizi şeklinde iki grupta incelemek mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu çalışmada oluşturulan görüşme metinlerinin veri analizi için içerik analizinden yararlanılmıştır.

Elde edilen verilerin analizi için ses kayıtları deşifre edilerek Word belgesine aktarılmış ve bilgisayar ortamında satır satır birkaç kez okuması yapılmıştır. Daha sonra ilgili literatürden yararlanılarak bir kod şeması oluşturulmuştur. Oluşturulan bu kodlar bir araya getirilerek kategoriler oluşturulmuştur. Ardından birbirleriyle ilişkili olan kategoriler bir araya getirilerek ana kategoriler (tema) belirlenmiştir. Böylece araştırma sistematik bir şekilde analiz edilmiştir. Tüm bu işlemleri kolaylaştırmak ve sistematik bir veri analizi için nitel veri analiz programı olan "MAXQDA Analytics Pro 2020" programı kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda inandırıcılığının sağlanmasında önemli bir hususta kodlama işlemine bağlı olduğu ve bu kodlamalarında en az iki farklı kodlayıcı tarafından yapılması gerektiği yönündedir (Bilgin, 2010). Bu bağlamda analiz sürecinin güvenilirliğini sağlamak için alanında uzman üç farklı araştırmacı belirlenerek kodlama ve temalar oluşturması istenmiştir. Daha sonra hem araştırmacı hem de alan uzmanlarının oluşturmuş olduğu kod ve temalar karşılaştırılarak kategoriler ve isimleri belirlenmiştir. Böylece hem uzman görüşüne başvurulması hem de nitel veri analiz programı kullanılması çalışmanın güvenilirliğine katkı sağlamıştır.

BULGULAR

Yapılan bu çalışma "İzmir' in sahip olduğu geleneksel peynir kültürünün gastronomi turizmine katkı sağlamakta mıdır?" ve "İzmir'in geleneksel peynirlerinin gastronomi turizmine katkı sağlaması için neler yapılmalıdır?" temel sorularından yola çıkarak katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular betimsel ve karşılaştırılmalı olarak ele alınmıştır. Betimsel bulguları ortaya koyabilmek için kelime frekans analizi (MAXDicto), kelime bulutu ve kod-alt kod-bölümler modeli; karşılaştırmalı bulguları ortaya koyabilmek için ise çapraz tablo kullanılmıştır.

Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında 8 akademisyen, 8 ilgili yerel paydaş ve 22 geleneksel peynir üreticisi ile görüşmeler yapılarak araştırma problemine yönelik veriler elde edilmiştir. Katılımcılardan akademisyen ve ilgili yerel paydaşlara K1,... K16; geleneksel peynir üreticilerine P1,...P22

şeklinde kodlar verilmiştir. Tablo 1’de katılımcılara ilişkin yaş, cinsiyet ve mesleki durumlarına ilişkin demografik bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Mesleki Durum
K1	Kadın	36-45	Akademisyen
K2	Erkek	36-45	Akademisyen
K3	Kadın	36-45	Akademisyen
K4	Erkek	36-45	Akademisyen
K5	Kadın	26-35	Akademisyen
K6	Erkek	46 ve üzeri	Akademisyen
K7	Erkek	26-35	Eğitmen Şef- Akademisyen
K8	Kadın	26-35	Akademisyen
K9	Erkek	46 ve üzeri	Ticaret Odası Üyesi
K10	Erkek	36-45	Ticaret Odası Üyesi
K11	Erkek	36-45	Perakende Süt Ürünleri Firma Sahibi
K12	Erkek	36-45	Perakende Süt Ürünleri Firma Sahibi
K13	Erkek	36-45	Ticaret Odası Başkanı
K14	Kadın	26-35	Belediye Mandırası/ Gıda Mühendisi
K15	Kadın	36-45	Danışman Gıda Mühendisi
K16	Erkek	46 ve üzeri	Taşpakon İzmir Temsilcisi / Öğretmen
P1	Kadın	46 ve üzeri	Emekli
P2	Erkek	46 ve üzeri	Çoban
P3	Erkek	46 ve üzeri	Esnaf
P4	Erkek	46 ve üzeri	Esnaf
P5	Erkek	36-45	Mandıra Sahibi
P6	Kadın	46 ve üzeri	Ev Hanımı
P7	Kadın	46 ve üzeri	Ev Hanımı
P8	Erkek	36-45	Mandıra Sahibi
P9	Kadın	46 ve üzeri	Emekli
P10	Erkek	36-45	Mandıra Sahibi
P11	Erkek	36-45	Köy Muhtarı
P12	Kadın	36-45	Ev Hanımı
P13	Kadın	26-35	Gıda Mühendisi
P14	Kadın	26-35	Ev Hanımı
P15	Kadın	46 ve üzeri	Ev Hanımı
P16	Erkek	36-45	Çiftçi
P17	Erkek	46 ve üzeri	Çoban
P18	Erkek	46 ve üzeri	Çoban
P19	Erkek	46 ve üzeri	Çoban
P20	Kadın	46 ve üzeri	Çoban
P21	Kadın	46 ve üzeri	Esnaf
P22	Kadın	46 ve üzeri	Esnaf

Araştırmaya 17 kadın, 21 erkek olmak üzere toplam 38 kişi katılmıştır. Katılımcıların 6'sı 26-35 yaş aralığında, 15'i 36- 45 yaş aralığında ve 17'si 46 yaş üzerindedir. Mesleki durumları incelendiğinde 8'i akademisyen, 2'si ticaret odası üyesi, 2'si perakende süt ürünleri firma sahibi, 1'i ticaret odası başkanı, 3'ü gıda mühendisi, 1'i dernek başkanı, 2'si emekli, 5'i çoban, 3'ü mandıra sahibi, 5'i ev hanımı, 4'ü esnaf, 1 köy muhtarı ve 1 çiftçi şeklinde olduğu görülmektedir.

Ana Temalara ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar

Araştırma bulgularını elde etmek amacıyla yapılan görüşmelerde her bir kişiden elde edilen veriler deşifre edilerek MAXQDA Analytics Pro 2020 istatistik programına proje olarak tanımlanmıştır. Daha sonra temalar, alt temalar ve kodlar belirlenmiştir. Sahadan elde edilen veriler ışığında toplamda 417 kod belirlenmiş olup, ana ve alt temalara ilişkin kod sayıları Şekil 1'de görselleştirilmiştir. Ana temalar ve alt temalara ilişkin açıklamalar ise Tablo 2'de özetlenmiştir.

Kod Sistemi				
▼	Kod Sistemi			417
▼	Gastronomik Kimlik			0
	Yerel Tarih ve Mutfak Kültürü			18
	Etnik Çeşitlilik			14
	Mutfak Ürünleri			11
▼	İzmir'in Geleneksel Peynir Kültürü ve Üretimi			0
	Geleneksel Peynir Kültürü			29
	Mutfak Kültürü İçerisinde Peynirin Yeri			30
	Peynirlerin Geleneksel Üretim Durumu			45
▼	Gastronomik Bir Ürün Olarak Geleneksel Peynirler			0
	Turistik Bir Ürün Olarak Geleneksel Peynirler			38
	Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmine Kat...			40
	Geleneksel Peynirlerin Tanıtılması ve Pazarlanması			115
▼	İzmir'in Geleneksel Peynir Çeşitleri ve Yapılışı			0
	İzmir Tulum Peyniri			13
	Karaburun Lorlu Keçi Tulum Peyniri			1
	Sepet Peyniri			6
	Kopanisti Peyniri			5
	Armola Peyniri			10
	Tire Çamur Peyniri			4
▼	Meslek Grubu			0
	Geleneksel Peynir Üreticisi			22
	Akademisyen ve Yerel Paydaşlar			16

Şekil 1. Ana Temalar, Alt Temalar ve Kod Sayısına İlişkin Kod Sistemi

Araştırmada dört ana tema belirlenmiş olup bunlar “gastronomik kimlik, İzmir'in geleneksel peynir kültürü ve üretimi, gastronomik bir ürün olarak geleneksel peynirler, İzmir'in geleneksel peynir çeşitleri ve yapılışı” dır. *Gastronomik kimlik*; yerel tarih ve mutfak kültürü, etnik çeşitlilik, mutfak ürünleri, *İzmir'in geleneksel peynir kültürü ve üretimi*; mutfak kültürü içerisinde peynirin yeri, geleneksel peynir kültürü, peynirlerin geleneksel üretimi durumu, *gastronomik bir ürün olarak geleneksel peynirler*; geleneksel peynirlerin tanıtılması ve pazarlanması, geleneksel peynirlerin gastronomi turizmine katkısı, turistik bir ürün olarak geleneksel peynirler, *İzmir'in geleneksel peynir çeşitleri ve yapılışı*; karaburun lorlu keçi tulum

peyniri, İzmir tulum peyniri, sepet peyniri, kopanisti peyniri, armola peyniri, Tire çamur peyniri alt temalarından oluşmaktadır.

Tablo 2. Ana ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar

Ana Temalar	Alt Temalar	Açıklamalar
Gastronomik Kimlik	Yerel Tarih ve Mutfak Kültürü	Yörenin sahip olduğu köklü tarihi geçmişi, tarihi ve kültürel varlıkları ile sahip olduğu mutfak kültürünün gastronomi turizmüne yansımaları ifade etmektedir.
	Etnik Çeşitlilik	Yörede yaşamış ya da yaşamakta olan ve farklı kültürel özelliklere sahip gruplar arasındaki etkileşimin yiyecek içecek kültürü üzerindeki etkisini ifade etmektedir.
	Mutfak Ürünleri	Yöre mutfağına özgü olan ve yemeklerinde sıkça kullanılan ürünleri ifade etmektedir.
İzmir'in Geleneksel Peynir Kültürü ve Üretimi	Mutfak Kültürü İçerisinde Peynirin Yeri	Yörenin sahip olduğu geleneksel peynirlerin, yöre mutfağındaki kullanım alanını ve tüketim biçimini ifade etmektedir.
	Geleneksel Peynir Kültürü	Yörenin sahip olduğu kozmopolit yapının geleneksel peynirlere yansımaları ifade etmektedir.
	Peynirlerin Geleneksel Üretim Durumu	Gastronomik bir ürün olarak yöredeki geleneksel peynirlerin şu anki üretim durumunu, geleneksel üretimde yaşanan sorunları ifade etmektedir.
Gastronomik Bir Ürün Olarak Geleneksel Peynirler	Turistik Bir Ürün Olarak Geleneksel Peynirler	Yörenin sahip olduğu geleneksel peynirlerin genel anlamda ve yöreyi ziyarete gelen turistler tarafından gastronomik bir değer olarak tanınırlığını, bilinirliğini ifade etmektedir.
	Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmüne Katkısı	Gastronomik bir değer olarak yörenin sahip olduğu geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi içerisindeki yerini ifade etmektedir.
	Geleneksel Peynirlerin Tanıtılması ve Pazarlanması	Gastronomik bir ürün olarak ön plana çıkan geleneksel peynirin, yörede gastronomi turizmi kapsamında ön plana çıkarılması için yapılabilecek aktiviteleri ifade eder.
Geleneksel Peynir Çeşitleri ve Yapılışı	İzmir Tulum Peyniri	Yöreye özgü peynirlerin geleneksel olarak nasıl yapıldığını ifade etmektedir.
	Sepet Peyniri	
	Kopanisti Peyniri	
	Armola Peyniri	
	Tire Çamur Peyniri	
	Karaburun Lorlu Keçi Peyniri	

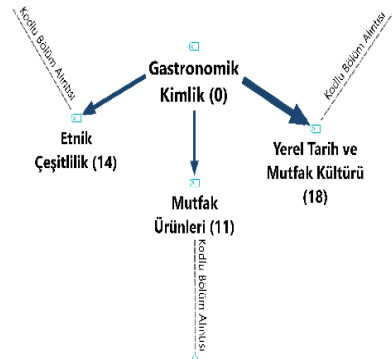
Betimsel bulgular için kelime frekans analizi, kelime bulutu ve kod-alt kod-bölümler modeli kullanılmıştır. İzmir'in geleneksel peynirlerine ilişkin anahtar kavramların hangileri olduğunu ortaya çıkarabilmek için ilk olarak kelime frekans analizi yapılmıştır. Bunun için de "MAXQDA Analytics Pro 2020" istatistik programının MAXDicto modülü kullanılmıştır. Katılımcıların tüm ifadeleri listelenerek sözcüksel bir taramaya tabi tutulmuş ve kelimeler listelenmiştir. Ancak Türkçe'nin sondan eklemeli bir dil olması nedeniyle bazı kelimelerin (Örneğin; peynir, peynirleri, İzmirli, armolayı, tulumu vb.) birleştirilmesi, gruplandırılması ve ayrı bir listeye aktarılması gerekmiştir. Bu işlemin sonunda elde edilen sonuçlara göre hariç listesi (için, lakin, gibi, yani, şey, ama, fakat birkaç, ancak, var, vb. kelimeler) oluşturulup tüm belgelere uygulanarak analizlere son hali verilmiştir. Buna göre 5,086 kelime frekansı ile 120 kelime grubu tespit edilmiştir.



Şekil 2. Kelime Frekanslarına İlişkin Kelime Bulutu

İzmir mutfak kültürünü Türkiye'nin bir özeti olarak görüyorum. Nasıl Türk mutfakları farklı medeniyetleri, farklı kültürleri barındırıyorsa İzmir'de aynı şekilde. Bir sefarad mutfakından tutun, bir Levanten mutfakına, Yunan, Balkan, Doğu Akdeniz, Anadolu mutfaklarına kadar bunların hepsini barındıran mutfak İzmir mutfakları. Çünkü bulunduğu coğrafi konum itibarıyla bir sürü medeniyetle ya da geçmişte farklı milletlerle iletişim halinde olmuş ister istemez bu da mutfaklara yansımış.

Günümüzde ki turistlere baktığımızda artık turistler bir bölgeye tatil amaçlı gelmiyor. Aynı zaman da o bölgenin yerel kültürünü deneyimlemek istiyor. Yerel kültürün deneyimlenmesinde ise ilk basamaklardan biri de gastronomidir. Yani biz bu yerel değerleri aslında mutfaklara kültürün yansıması olarak görülebiliyoruz. Gastronomi artık sadece bir yeme içime eyleme değil onun ötesinde geçti ve kimi noktalarda turizmin önüne geçti ve ana motivasyon kaynağı oldu.



Zeytin ve zeytinyağı yemeklerin yanı sıra ot ağırlıklı yemeklerden oluşan bir mutfaklara sahiptir. Bunun yanında taze deniz ürünlerini de bulabiliyorsunuz. Ama biraz daha denizden uzaklaştıkça kırsala doğru etinde ön plana çıktığını söyleyebilirim.

Şekil 3. Gastronomik Kimlik Kodu ile İlgili Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölümler Modeli

Şekil 2'de yer alan her kelime, frekansının büyüklüğüyle doğru orantılı bir şekilde gösterilmiş, yani bir kelime diğerlerinden büyük ise bu o kelimenin frekansının diğerlerinden büyük olduğunu ifade etmektedir. Şekil 2'deki kelime bulutunda dikkat çeken ilk kelimeler "peynir (900), İzmir (389), tulum (356), kültür (119), süt (169), tanıtım (154), gastronomi (132), deri (130), geleneksel (119), turizm (111), armola (106), keçi (82), kopanisti (62) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, kelime bulutu aracılığıyla yapılan veri görselleştirmesinin sonucunda öne çıkan kelimelerin konu ile uyumlu olduğu söylenebilmektedir.

Kod-alt kod-bölümler modeli kullanılarak da alt temaların kodlanma sıklığı tespit edilmiş ve katılımcıların alt temalara ilişkin ifadelerine yer verilmiştir. Katılımcıların görüşlerinin dağılımını

gösteren kod-alt-kod bölümler modeline Şekil 3'te, Şekil 4'te, Şekil 5'te ve Şekil 6'da yer verilmiştir.

Şekil 3, incelendiğinde gastronomik kimlik ana temasına ait yerel tarih ve mutfak kültürü alt teması 18 kez, mutfak ürünleri 11 kez, etnik çeşitlilik ise 14 kez kodlandığı görülmektedir. Gastronomik kimlik ana teması ile ilgili katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

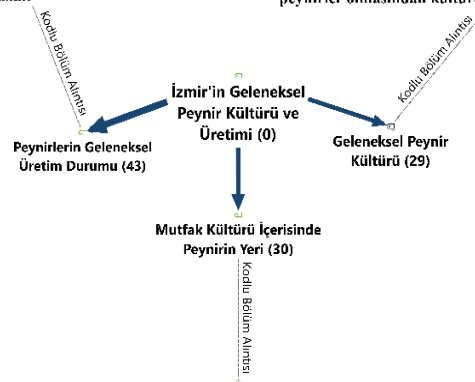
"... Türkiye'nin her bölgesi birbirinden farklı yemek kültürlerine sahiptir. Ege çok karakteristik kendi içinde. Çok fazla azınlık kültürü ve farklı yemek kültürlerini de içinde barındırmış bir bölge özellikle İzmir. Sokak yemeklerinin bile bir kısmı sefaradlardan ve Yahudilerden gelmekte. Onun için çok güçlü ve renkli bir alt yapı var. İzmir çok fazla çeşitliliği barındıran bir bölge. Yani bir Yörük'ten de bahsediyoruz örneğin Seferihisar'ın, Karaburun'un bir dağına gittiğimizde, şehrin içine geldiğimizde daha burjuva bir şehir kültürü de var. Levanten kültürü, Sefarad kültürü gibi birçok kültür şehrin her şeyine nüfuz etmiş..." (K7)

"... İzmir mutfağında zeytinyağı ile lezzetlenen sebze, ot ve balık yemekleri ile Akdenizli mutfak özellikleri dikkati çeker. İzmir mutfağında sebze ve ot yemekleri ile balıklardan yapılan yemekler de ön plandadır. Hayvancılık faaliyetlerinin yoğun olduğu iç ve kırsal kesimde de et, süt ve buğdaya dayalı olarak şekillenen mutfak kültürü görülüyor..." (K16)

"...Aslın da gastronomi turizmini düşündüğümüz de tarihi yapıların korunmasında çok işin içine kültürel yapıların korunması yani insanların geçmişte yaşadıkları geleneklerin, yaşam biçimlerinin, tüketim alışkanlıklarının onların korunması tabii ki de bence önemli bu anlamda o geleneklerin yaşatılması önemli. Gastronomi turizmini değerlendirdiğimiz zaman bir yere özgü ürünlerin sadece tüketilmesi olarak değil, bu tüketimi yaparken de insanlara bir deneyim yaşatılması yani o kültürün mutfak ürününe ait bir deneyim yaşatılmasıyla turistik bir ürüne döndüklerine inanıyorum..." (K8)

Kopanisti sadece sıcak yaz aylarında yaparız ve yapması çok zordur. Bazen ya tutar ya tutmaz. Elle yoğrulduğu için güç ister birazda hani bir makine ya da alet de olmaz tutmaz illa ki el değmesi gerekiyor. O yüzden herkes de çok yapmaz kopanistiyi öyle sabır işidir. Emek gerekir. Benden başka yapan uğraşan vardır. Ama ben de yapamaz olunca benim çocuklarım yapar mı sanmam hepsi şehirde çalışıyor uğraşmazlar.

İzmir mutfak kültürüne baktığımızda çok çeşitli ve kozmopolit bir yapısı olması çünkü bu bölgede zamanında özellikle kurtuluş savaşı zamanı öncesinde, Osmanlı zamanında birçok insan yaşamış ve dolayısıyla Türk kültürünün yanında birçok kültürde bir arada yaşamış oluyor. Bu etkileşimden yemeklerde etkileniyor haliyle. Peynirlerde de bunun etkisini görüyoruz bence kopanisti, armola gibi. Bölgede yaşayan Rumlar dan öğrenilen peynirler olmasından kültürel olarak bir Rum, Yunan izlerini taşıdığı söylenebilir.



Peynir İzmir mutfak kültüründe genellikle kahvaltıda tüketilmektedir. Bunun yansısı İzmir'in meyhane kültüründe de önemli bir yere sahiptir. Özellikle İzmir deri tulumu, teneke tulumu. Ayrıca İzmir Kumrusun'da tulum olmazsa olmazdır. Otlu gözlemlerde de genellikle peynir kullanılır. Gevrek ve Tulum peyniri de ayrılmaz ikili olarak eşleşir.

Şekil 4. İzmir'in Geleneksel Peynir Kültürü ve Üretimi Kodu ile İlgili Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölümler Modeli

Katılımcıların ifadelerinde turistlerin doğal, tarihi, kültürel yerleri ziyaret etmenin yanı sıra bölge yemeklerini de merak ettiklerini, dolayısıyla o yöre insanının geçmişteki yaşam biçimlerinin,

tüketim alışkanlıklarının, geleneklerinin yani mutfak kültürünün yaşatılmasının önemli olduğu sıkça vurgulanmıştır. İzmir'in bulunduğu konum itibarıyla hem bir liman kenti hem de tarih boyunca çeşitli yollarla göç alan bir şehir olması ve sahip olduğu köklü tarihi geçmişiyle bünyesinde çeşitli etnik grupları ve kültürleri barındırdığı bu çeşitliliğin de mutfak kültürüne yansıdığı ifade edilmiştir. Özellikle göçebe Türkler, Rumlar, Yunanlar, Sefaradlar, Arnavutlar, Makedonlar, Levantenler vb. toplulukların mutfak kültürünün oluşmasında etkili oldukları görülmektedir. Bununla birlikte katılımcılar İzmir mutfak kültüründe ön plana çıkan ürünlerin zeytin ve zeytinyağı, bölgeye özgü otlar ve deniz ürünleri olduğuna vurgu yapmışlardır.

Şekil 4, incelendiğinde İzmir'in geleneksel peynir kültürü ve üretimi ana temasına ait peynirlerin geleneksel üretim durumu alt teması 44 kez, mutfak kültürü içerisinde peynirin yeri 30 kez, geleneksel peynir kültürü 29 kez kodlandığı görülmektedir. İzmir'in geleneksel peynir kültürü ve üretimi ana teması ile ilgili katılımcıların verdiği ifadeler şu şekildedir;

"...Bergama da bu peyniri birkaç Yörük köyünde yapılmaya başlanmış Çaltıkoru köyü diye biliyorum. Zamanla, İzmir'in diğer ilçe ve köyelerine yayılmış ve İzmir tulum peyniri olarak anılmaya başlamış. Bu peyniri, Orta Asya'dan Anadolu'ya giriş yapan özellikle de Bergama ve Balıkesir arasında 'ki bölgede dağ köylerini oluşturan Yörük atalarımız yapmışlar..." (P1)

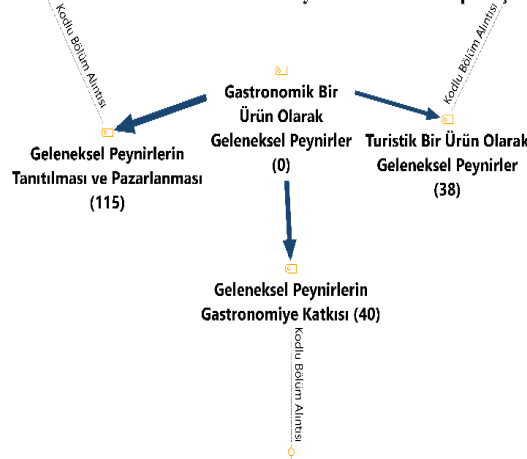
"...İzmir mutfak kültürüne baktığımızda çok çeşitli ve kozmopolit bir yapısı olması yöre yemeklerini de etkileniyor haliyle. Peynirlerde bunun etkisini görüyoruz bence kopanisti, armola gibi. Bölgede yaşayan Rumlar dan öğrenilen peynirler olmasından kültürel olarak bir Rum, Yunan izlerini taşıdığı söylenebilir..." (K8)

"...derinin yapımından Armola'nın olgunlaşmasına kadar olan sürecin zahmetli olması yüzden artık kimse Armola yapmakla uğraşmıyor. Tulumu her seferinde indirip kaldırmak zor. Kontrol etmek lazım sürekli kurtlanmasın, kuş gagalamasın, böceklenmesin diye. Armola yapmak ayrı bir iş çünkü emek ve zaman istiyor..." (P16)

Katılımcıların İzmir'in geleneksel peynir kültürünü ve üretimini değerlendirmeleri sonucunda bölgenin sahip olduğu çok kültürlü yapının yemek kültürünü etkilediği gibi peynir kültürüne de yansıdığı sıkça vurgulanmıştır. Özellikle Karaburun da yapılan kopanisti peynirinin bölgede eskiden Rumlar ile Türklerin birlikte yaşadıkları, komşuluk yaptıkları dönemde öğrendiklerini ve bugünlere kadar geldiğini ifade etmişlerdir. Seferihisar ve çevresinde yapılan Armola peynirinin yapımı itibarıyla elde kalanı değerlendirme şekli olması Türk kültüründen gelen bir gelenek olarak değerlendirilmekle birlikte yine bu yörede yaşayan Rumların peynirin yapılışına kendi dillerinde birlikte anlamına gelen "armola" ya da "armogolos" ismini verdiklerini günümüzde de yöre halkının bu ismi kullanmaya devam ettiği dikkat çekmektedir. Bu bağlamda yöre peynirleri İzmir'in çok kültürlü coğrafyasının getirdiği kültürel mirasın bir sonucu olduğu söylenebilir. Sofra kültüründe ve yöre mutfağında ise peynir genellikle kahvaltılarda, otlu yemeklerin içerisinde ve meyhane kültüründe meze olarak yer aldığı sıkça vurgulanmıştır. Ayrıca İzmir'in gastronomik bir ürünü olan "gevrek ve İzmir kumrusu" ile tulum peyniri eşleştirilmesi dikkat çekmektedir.

Fuarlar da illerin ortak stantlarında peynirin bulunması gerekiyor. Alaçatı da ot festivaline geliyor insanlar ve orada da peynirler olmalı. Bu yöreye özgü bir ürün olan ot ile peynir aynı anda neden kullanılmasın.

Ege bölgesinde peynir çok ön plan da olan bir ürün değil. Çünkü İncir, zeytin, üzüm bu ürünler altında İzmir mutfağının önemli ürünleri. Dolayısıyla bütün gastronomi turizmi bu üç ürün üzerine kurulu diyebiliriz. Ancak ön plan çıkartılabilir.



Yani kayıtlara geçen bir şey olduğunu zannetmiyorum. Çünkü özellikle buradaki peynirler için gelip tadına bakılması gibi bir gastro tur yok. Bir Kars gibi değil mesela. Orda bir peynir müzesi açıldı ve bir anda her şey değişti. Bir an da ön plana çıktı, tanıtımlar yapıldı. Ama İzmir de böyle bir tanıtım yok.

Şekil 5. Gastronomik Bir Ürün Olarak Geleneksel Peynirler Kodu ile İlgili Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölümler Modeli

Gastronomik bir ürün olarak geleneksel peynirler ana temasına ait geleneksel peynirlerin tanıtılması ve pazarlanması alt temasının 115 kez, geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi turizmine katkısı alt teması 40 kez ve turistik bir ürün olarak geleneksel peynirler alt teması ise 38 kez kodlandığı tespit edilmiştir. Gastronomik bir ürün olarak geleneksel peynirler ana teması ve alt temalarına ilişkin katılımcı ifadeleri ise şu şekildedir;

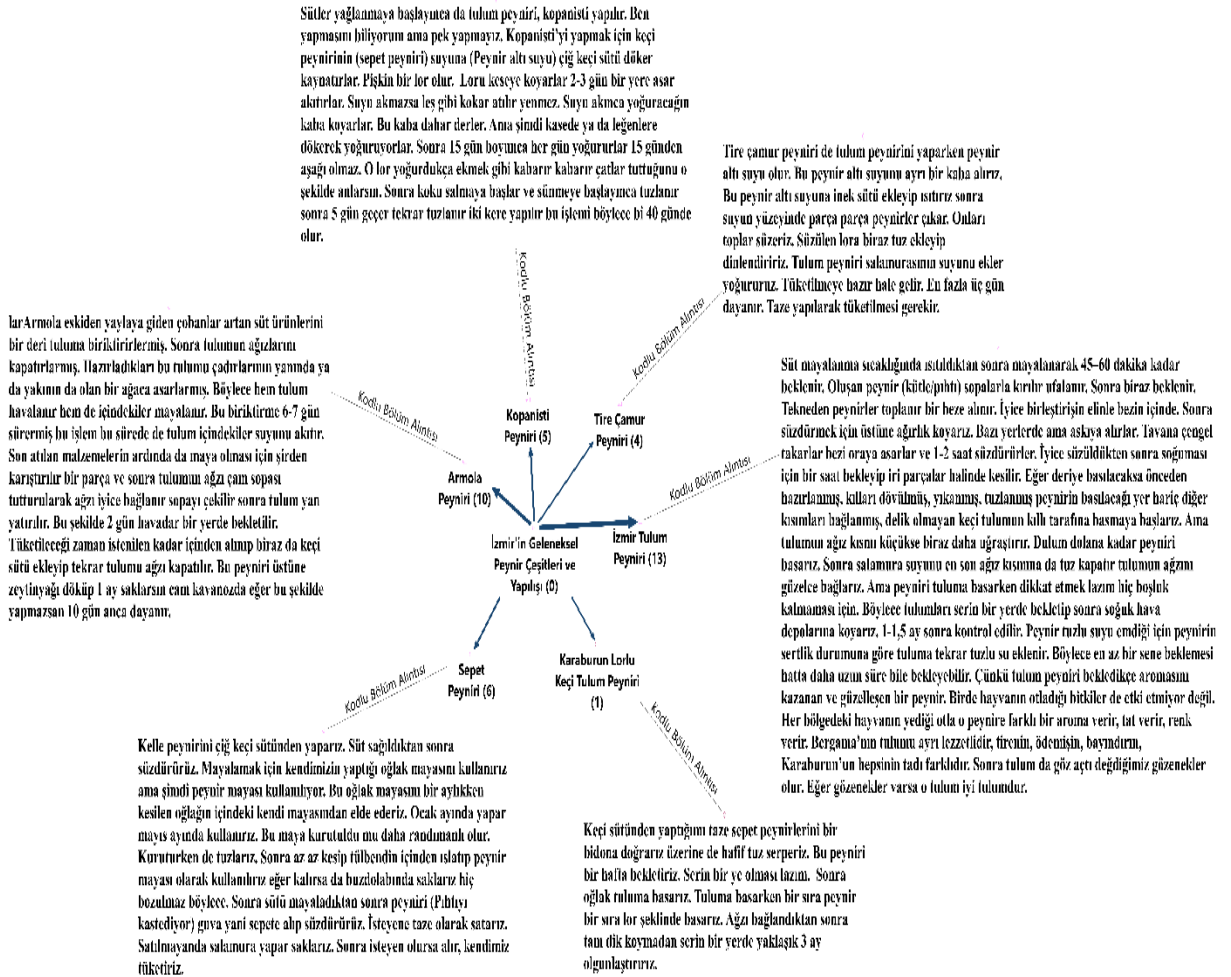
“...yeterince bu yörenin peynirlerinin tanındığını düşünmüyorum. Yani tulum da isim olarak biliniyor gerçek tulumun da adını tam bilmezler...” (K15) “... bölgedeki tarihi yerleri görmeye gelenler var. Onlar işte burada sabah kahvaltısı yapacakları doğal ürünlerin olduğu yerler soruyorlar. Sonra burada yiyebilecekleri buralara özgü yemeklerin neler olduğunu soruyorlar. Sonra bu yemekleri nerde yiyebileceklerini soruyorlar...” (P1)

“... şöyle ki İzmir’in Bergama tulumu biliniyor. Ama yöredeki bazı peynirler çok butik kalmış peynirler ve bilinirliği yok. Aslın da çok tarihi, çok güzel ama çok butik kalmış peynirler. O yüzden bu peynirlerin isimlerinin duyulması lazım. Bunun üretimin azlığından kaynaklandığını daha doğrusu kendi yöresinde üretiminin ve tüketiminin yapılmasından dolayı...” (K5)

“... karakılçık ve armola festivali ile birlikte bir turist çektik ama bilmeyerek geldikleri için merak edip ulamaşa gelmişeler. Hani festival devam eder ve yine turistler gelmeye devam ederse bir katkı sağlar belki...” (P15)

Katılımcıların ifadelerine göre yöredeki geleneksel peynirlerin turistik bir ürün olarak ön plana çıkmadığı fakat zengin bir potansiyele sahip olduğu sıkça vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra İzmir tulum peynirinin yerleşmiş bir adı olduğu, bilinirliğinin yöredeki diğer peynirlere oranla fazla olduğu, yörede yer alan diğer geleneksel peynirlerin ise üretildiği yerde daha çok bilindiği ve tüketildiği sıklıkla vurgulanmıştır. Geleneksel peynirlerin gastronomi turizmine katkısı açısından bakıldığında şu an için istenilen değerde olmadığı, ancak çekici hale getirilerek gastronomi turizmine katkı sağlayabileceği vurgulanmıştır. Yöredeki geleneksel peynirlerin ön

plana çıkmamasındaki en önemli faktörün ise tanıtım eksikliği olduğu ifade edilmiştir. Katılımcılar peynirlere yönelik çalıştaylar, festivaller, ulusal ve uluslararası fuarlar gibi etkinlikler yapılmasını, yöredeki ilgili paydaşların ve üniversitelerin kültürel bir miras olan peynir geleneğinin kaybolmaması için birlikte hareket etmeleri gerektiğini vurgulamışlardır.



Şekil 6. İzmir'in Geleneksel Peynir Çeşitleri ve Yapılışı Kodu ile İlgili Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölümler Modeli

İzmir'in geleneksel peynir çeşitleri ve yapılışı ana temasına ait İzmir tulum peyniri alt teması 13 kez, armola peyniri alt teması 10 kez, sepet peyniri alt teması 6 kez, kopanisti peyniri alt teması 5 kez, tire çamur peyniri alt teması 4 kez ve karaburun lorlu keçi tulum peyniri alt temasının ise 1 kez kodlandığı tespit edilmiştir. İzmir'in geleneksel peynir çeşitleri ve yapılışı ana teması ve alt temalarına ilişkin katılımcı ifadeleri ise şu şekildedir;

"... biz kendi keçilerimizin dersinden yaptığımız tulumun içine evde arta kalan peynir, yoğurt, çökeleği koyarız ya da tulumla yaptığımız peynir bitmiştir kırıntıları kalmıştır onun üzerine yoğurt, kendi yaptığımız keçi peynirini koyarım sonra da keçi sütü koyarız başka hiçbir şey koymayız. Yani tamamen Armola'yı keçi sütünden yaparım. Sonra bu tulumun ağız kısmını sütü sızdıracak şekilde ne gevşek ne çok sıkı sütü sızdıracak şekilde bağlanır. Sonra serin havadar bir yere tulum asılır. 15 gün 1 ay arası bekler. Sonra tüketilecek kadar tulumdan çıkarılır ve yine keçi sütü eklenir yine 15-20 gün beklenir. Sonra yine tulumdan ihtiyacın kadar alırsın yine keçi sütü eklersin. Eğer eklemesen peynir kurur gider yaban olur (Yani bozulur iyi olmaz). Ben keçiden yaptığım için tadı da o yüzden diğer yapılan Armola'lardan farklı

olur kimine göre güzel gelir beğenir kimisi de güzel bulmaz. Alışkın olan insan, çocukluğun da bu tadı bilen çok arar bu peyniri. Eğer tekrar süt ilave etmezsek süzüle süzüle sert çökelek gibi dağılmaya başlıyor. İşte baktıklarında sertleşmiş peynir süt döküyorlar bu hem peyniri çoğaltıyor hem de yumuşak bir kıvam oluşuyor...” (P15)

“...5 kuşaktır dededen miras aldığım çobanlığı yapıyorum. Keçilerde sağdığımız sütü mandıralara verimiz birazını da kelle peyniri yaparız. Kelle peynirini yazın sabah sağılan sütü ayrı, akşam sağılan sütü ayrı peynir yaparız. Sağdıktan 1 saat sonra peyniri süzer çiğden mayalarız. Mayamızda oğlak mayasıdır. Kımız mayasıdır yani. Oğlakların anneden ilk emdiği süte kımız deriz ve oğlak anasını emerken kesildiğinde işkembesinde mayayı kımızla karıştırıp tuzlanız sonra da kuruturuz. Peynir yapacağımız zamanda bu mayayı kullanırız. Sütü mayaladıktan 45 dakika 1 saat sonra pıhtı olur süzdürmek için guva dediğimiz örme sepetlere alırım 1 gün böylece bekler. Ama artık sepet peynirinin sepetini ören kalmadı naylonlar çıktı ona koyuyoruz...” (P19)

Yörede geleneksel olarak peynir üretimi yapan ve yapmış olan katılımcılardan toplanan veriler doğrultusunda İzmir tulum peynirinin geleneksel yapımında tulum basıldığı, günümüzde ise çoğunlukla tenekelere basıldığı, kullanılan sütün ise yöreden yöreye değiştiği; armola peynirinin değerlendirme geleneğinin bir sonucu olarak ortaya çıktığı ve tulum basılarak yapıldığı ancak günümüzde mandıralarda kazanlarda karıştırılarak yapıldığı; tire çamur peynirinin eskiden tulum bir sıra lor ve peynir şeklinde basıldığı lorunda bu sayede lezzetlendiği ve tulum peyniriyle birlikte satıldığı ama günümüzde tek başına satılan bir ürün haline geldiği; kopanisti peynirinin sadece keçi sütünden ve elle yoğrularak yapıldığı ve herhangi bir makine kullanılarak yapılmaya çalışıldığı da peynirin bozulduğu; sepet peynirinin ise keçi sütüyle yapıldığı ve elde örülen sepetlere basılırken günümüzde bu sepetleri ören kişilerin olmamasından dolayı plastik süzgeçlere basıldığı ifade edilmiştir.

Temalara İlişkin Karşılaştırmalı Bulgular

Alt temalarda akademisyen, ilgili yerel paydaş ve geleneksel peynir üreticisi ayrımı yapılarak çapraz tablo ile karşılaştırmalı analiz yapılmıştır. Karşılaştırmalı analiz her iki gruba sorulan sorular çerçevesinde ortak çıkan temalar üzerinden yapılmıştır. Yukarıda yer alan tabloya göre İzmir'in geleneksel peynir kültürü ve üretimi alt teması olan geleneksel peynir kültürü ile ilgili akademisyen ve yerel paydaşlar 18 kez bahsederken, geleneksel peynir üreticileri 11 kez; mutfak kültürü içerisinde peynirin yeri alt temasından akademisyen ve yerel paydaşlar ile geleneksel peynir üreticileri 15 kez; peynirlerin geleneksel üretim durumu alt temasından akademisyen ve yerel paydaşlar 11 kez, geleneksel peynir üreticileri ise 34 kez; gastronomik bir ürün olarak geleneksel peynirler alt teması olan turistik bir ürün olarak geleneksel peynirlerden akademisyen ve yerel paydaşlar 18 kez, geleneksel peynir üreticileri 20 kez; geleneksel peynirlerin gastronomi turizmine katkısı alt temasını akademisyen ve yerel paydaşlar 20 kez, geleneksel peynir üreticileri 20 kez; geleneksel peynirlerin tanıtılması ve pazarlanması alt teması akademisyen ve paydaşlar tarafından 91 kez, geleneksel peynir üreticileri tarafından ise 24 kez bahsedilmiştir.

Karşılaştırmalı tablo bulgularına göre her iki grubun geleneksel peynir kültürü, peynirin mutfak kültürü içerisindeki yeri, peynirlerin turistik bir ürün olarak gastronomi turizmine katkısı ve peynirlerin tanıtılması konusunda ortak görüşler bildirdikleri söylenebilir. Geleneksel peynirlerin üretim durumu konusunda ilgili yerel paydaşlar ve akademisyenler; peynirlerin geleneksel yöntemlerle üretilmemesinde yapım aşamalarının zor olması, zamanla fabrikasyona geçilmesi ve geleneksel üretim maliyetlerinin fazla olmasına vurgu yaparken; peynir üreticileri ise hayvan yetiştiriciliğine ve bu işle uğraşan kişilere yeterli desteğin, iyileştirmelerin yapılmaması olarak görmektedirler.

İzmir'in Geleneksel Peynir Kültürü ve Üretimi			
• Geleneksel Peynir Kültürü	18	11	29
• Mutfak Kültürü İçerisinde Peynirin Yeri	15	15	30
• Peynirlerin Geleneksel Üretim Durumu	11	34	45
Gastronomik Bir Ürün Olarak Geleneksel Peynirler			
• Turistik Bir Ürün Olarak Geleneksel Peynirler	18	20	38
• Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmine Katkısı	20	20	40
• Geleneksel Peynirlerin Tanıtılması ve Pazarlanması	91	24	115
Σ TOPLAM	173	124	297

Şekil 7. Temalara İlişkin Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösteren Çapraz Tablo

SONUÇ ve ÖNERİLER

Destinasyonların sahip olduğu özel yemek türlerini tatmak veya bir yemeğin yapılışını görmek amacıyla gerçekleştirilen seyahatleri içeren gastronomi turizmi, aynı zaman da bölge kültürü ile yemeklerini de araştırarak yerel ve geleneksel ürünlerin önemini ortaya koymaktadır (Hall vd., 2003; Çalışkan, 2013; Durusoy, 2017). Günümüzde bir turizm ürünü veya cazibe unsuru olarak yiyeceğin ön plana çıkması ve turistlerin alışkın oldukları ortamdan çıkarak, farklılıkları deneyimleme isteklerinin gastronomi kavramında bir araya geldiği görülebilir. Böylece gastronominin, bir bölgenin kültüründe ve kimliğinde önemli bir etki yaratarak seyahat motivasyonunda giderek önemli bir hale gelen miras kaynağı olduğu söylenebilir.

Medeniyetlerin beşiği olan Anadolu'nun her bir bölgesinin sahip olduğu iklimsel, coğrafi ve kültürel farklılıklar çeşitli mutfak kültürlerinin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Son yıllarda Türkiye sahip olduğu mutfak kültürünü ve geçmişinden bugüne taşıdığı kültürel değerlerini ön plana çıkarmaya başlaması Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyeli yönünden derin ve etkinliği yüksek stratejik zenginliklere sahip olduğunu göstermektedir (Bucak ve Aracı, 2013; Dilsiz, 2010). İzmir de tarihi sekiz bin yıl öncesine dayanan, nesilden nesile zenginleşerek aktarılan tamamen özgün yapısıyla mutfak kültüründeki yerini almıştır. Bu mutfak kültürünün oluşmasında yörenin çok kültürlü toplumsal yapısının (Rum, Boşnak, Arnavut, Girit, Sefarad, Levanten, Türk ve Yunan) etkisi önemli rol oynamaktadır (Özdoğan, 2016).

Yemek, kültür ve kimlik ilişkisi incelendiğinde bölgeden bölgeye, toplumdaki topluma farklılıklar göstermesi o toplumun yemek mirasını yansıtarak eşsiz ve taklit edilemeyen bir yapıya dönüştürmekte böylece bölgeye özgü gastronomik kimliğin oluşmasına imkân sağlamaktadır (Haven-Tang ve Jones, 2006; Henderson, 2009; Beşirli, 2010). Alanyazın incelendiğinde; Danhi (2003), Monin ve Durand (2003), Harrington (2005) ile Harrington ve Ottenbacher (2010) gibi birçok araştırmacının gastronomik kimliğin unsurlarını, kapsamını ve oluşum sürecini ele alan çalışmaları bulunmaktadır. Bu çalışmalara bakıldığında gastronomik kimlik kavramında; "yerel kültür, coğrafya, kültürlerarası etkileşim, tarih, yemek kültürü, inançlar, görgü kuralları, etnik çeşitlilik, yöreye özgü yerel yiyecek malzemeleri ve lezzetleri, iklim vb." faktörlerin ön plana çıktığı ve bölgeye özgü bir gastronomik kimlik oluşturulmasında etkili olduğu görülmektedir. İzmir'in de bulunduğu coğrafya ve tarihsel yapı süreç içerisinde mutfak kültürünün gelişmesine katkı sağlamıştır. İzmir mutfağının Türk, Levanten, Rum, Sefarad, Girit gibi toplulukların uzun yıllar birlikte yaşamaları sonucunda oluşan sentez bir mutfak kültürüne sahip olduğu görülmektedir. Bu mutfak kültüründe ön plana çıkan ürünlerin ise zeytin ve zeytinyağlılar, bölgeye özgü otlardan yapılan yemekler ve salatalar, deniz ürünleri, iç kesimlere doğru ise kırmızı et ve tahıl ürünlerinin olduğu yönündedir.

İzmir'in sahip olduğu çok kültürlü yapısı, bulunduğu coğrafya, yerel tarihi, kültürü, etnik çeşitliliği, mutfak ürünleri gibi unsurlar yöre mutfağını gastronomik kimlik anlamında değerli kılmaktadır. Tüm bunlar dahilinde bu çalışmada yer alan, gastronomik kimlik ana ve alt temalarından elde edilen sonuçların alanyazındaki çalışmalarla paralellik gösterdiği ifade edilebilir.

Araştırma da İzmir'in geleneksel peynir kültürü ve üretimi ile ilgili görüşmeler sonucunda, yöredeki peynir çeşitliliğini çok kültürlü coğrafyasının getirdiği kültürel mirasın bir sonucu olarak oluştuğu ifade edilebilir. Özellikle Karaburun'da yapılan kopanisti peynirinin eskiden bölgede yaşayan Rumlar ile Türklerin komşuluk ilişkileri neticesinde yaşanan kültürel etkileşimin sonucunda öğrenildiği görülmektedir. Bu nedenle tarihi eskiye dayanan ve günümüze kadar ulaşan kopanisti peynirinin kültürel miras niteliği taşıdığı söylenebilir. Seferihisar ve çevresinde yapılan armola peynirinin de yapımı itibarıyla eldekini değerlendirme şekli olması Türk kültüründen gelen bir gelenek olduğu ve bu yörede yaşayan Rumların peynirin yapılışına kendi dillerinde birlikte anlamına gelen "armola" ismini verdikleri dikkat çekmektedir. Bu durum yöre peynirlerinin kuşaktan kuşağa aktarılacak bugünlere kadar gelen bir miras olduğunu göstermektedir.

Sofra kültüründe ve İzmir mutfağında peynirin, genellikle kahvaltılarda, otlu yemeklerde, salatalarda, makarnalarda, meyhane kültüründe meze olarak ve İzmir'e özgü sokak lezzetleri olan "gevrek" ile "İzmir kumrusu"nda öne çıktığı görülmektedir. Bu noktada yöre peynirlerinin kullanım alanı genişletilerek çeşitli yemeklere entegre edilmesi gerekmektedir. Bu durumda da İzmir'de bulunan yiyecek-içecek işletmesi sahiplerine ve şeflere büyük iş düşmektedir. Özellikle işletme sahipleri yabancı peynirlerden ziyade hem yörenin hem de Türkiye'nin sahip olduğu peynir çeşitliliğini göz önüne alarak menülerinde, yemeklerinde geleneksel peynirleri kullanmaya özen göstermelidir.

Araştırmada yöre peynirlerinin geleneksel yöntemlerle üretiminin çok fazla yapılmadığı, yapan kesiminde kendi tüketimi için yaptıkları ortaya çıkmıştır. Özellikle tulum ve armola peynirlerinin geleneksel üretimi için gerekli olan tulumun elde edileceği derinin bir bütün halinde çıkarılmasından, dikilmesine, temizlenip tuzlanmasına ve muhafaza edilmesine gibi birçok aşama içermektedir. Bu nedenle tulum peyniri yapımı ciddi anlamda bir zanaat, sabır, işçilik ve zaman gerektirmektedir. Bunu yanı sıra sürekli bir üretim için tulum imalatı yapılması gerekmele birlikte peynirin aromasını kazanması içinde en az 1 yıl uygun koşullarda saklanması üreticiye oldukça ciddi bir maliyet yüklemektedir. Bu nedenle artık İzmir tulumu tenekelerde, armola peyniri ise kazanlarda karıştırılarak üretimi yapılmaktadır. Kopanisti peyniri de sadece el gücüyle yoğrulmuş ve keçi sütüyle yapılmaktadır. Herhangi bir makineyle yoğrulduğunda ya da inek sütü kullanıldığında peynir bozulmaktadır. Bu nedenle el gücü ve emek isteyen bu peyniri yörede yapan çok fazla kişi yoktur. Aynı şekilde lorlu keçi tulum peyniri de yörede tek bir aile tarafından yapılmaktadır. Sepet peyniri ya da kelle peyniri ise diğer peynirlere oranla yörede en çok yapılan peynir olsa da peynire şeklini veren sepetler günümüzde artık ören kişiler olmadığı için plastik süzgeçler de şekil almaktadır. Bu da bir geleneğin daha yok olduğunu göstermektedir. Bu nedenle hem bir geleneği ve kültürü yansıması hem de lezzet ve aroma açısından değerlendirildiğinde geleneksel yöntemlerle yapılan üretimin kaybolmaması gerekmektedir. Bunun içinde ilgili kuruluşlar yöredeki peynir üreticilerini desteklemeli, geleneksel peynirlere yönelik mevzuatlar iyileştirilmelidir. Büyük miktarlarda üretim yerine sınırlı miktarlarda üretim yapan, ürünün tadına, lezzetine önem veren, geleneksellikten ve yerellikten uzaklaşmayan butik üretim peynir için de yapılmalıdır. Ayrıca turistlerin peynir yapım ve tadım süreçlerini deneyimlemeleri sağlanmalıdır. Peynir satışı yapılan yerlerde peynirin geleneksel olarak üretimini içeren tanıtım filmlerinin gösterimi sağlanabilir. Peynirlerin geleneksel yapım yöntemleriyle ilgili kurslar açılarak geleneksel üretimin genç kuşaklara

aktarılması sağlanabilir. Böylece hem yöredeki peynirlerin geleneksel üretim şeklinin devam ettirilmesi sağlanır hem de bir geleneğin kaybolması engellenmiş olur.

Çalışmadan elde edilen araştırma bulguları incelendiğinde yöredeki geleneksel peynirlerin turistik bir ürün olarak ön planda olmadığı ancak var olan zengin potansiyelin çekici hale getirilmesiyle gastronomi turizmine katkı sağlayacağı belirlenmiştir. Bunun yanı sıra yöredeki geleneksel peynirlerin genellikle üretildikleri yerde daha çok bilindiği ve tüketildiği, ancak İzmir ya da Bergama tulumunun diğer peynirlere oranla bilinirliğinin fazla olduğu söylenebilir. Yöredeki geleneksel peynirlerin ön plana çıkmamasındaki en önemli faktörün tanıtım eksikliği olduğu bu yüzden de yörenin geleneksel peynirlerine yönelik tanıtım ve reklam çalışmaları, coğrafi işaret ve patent çalışmaları, tanıtıcı broşürler, peynir rotaları, çalıştaylar, festivaller gibi etkinlikler ile uluslararası fuarlara katılım sağlanması gerektiği ortaya çıkmıştır. Bu duruma yönelik yapılacak çalışmalarda özel sektör, üniversite ve kamu iş birliği içerisinde hareket ederek tanıtımı konusunda stratejiler geliştirebilirler.

Özellikle İzmir Ticaret Odası ve Ödemiş Ticaret Odasının İzmir tulum peyniri ile ilgili coğrafi işaret ve patent çalışmaları yöredeki diğer peynirler içinde yapılması sağlanabilir. Geleneksel peynir reçeteleriyle ilgili çalışmalar yapılarak bu reçeteler kayıt altına alınabilir. Yerel yönetimler kendi bölgelerindeki peynire yönelik satış yerlerini açabilirler ve kooperatifleşmeyle destek verilebilir. Peynir üzerine İzmir’de müze kurulması sağlanarak geleneksel peynir üretim süreci, hangi ekipmanların kullanıldığı ve yöre kültüründeki öneminin anlatılması sağlanabilir. Böylece hem yörenin sahip olduğu geleneksel peynir çeşitlerinin üretiminin devam etmesine hem de turistik bir unsur haline gelerek gastronomi turizmine katkı sağlayabilir.

Uluslararası alan yazında cheese tourism olarak karşımıza çıkan kavram peynir yapımı ve süt üretimi geleneklerine sahip olan doğal, kırsal, dağlık alanlara ziyareti içeren, özel ilgi turizmi kapsamındaki etkinlikleri ifade etmektedir. Bu etkinlikler sadece peynir tadımlarını değil aynı zamanda yemek turları, festivalleri ve yerel pazarlara ziyaretleri kapsayan ve gıda tüketimine odaklanan bir dizi etkinlikle birlikte peynirin tanıtımı ve satışına da olanak sağlamaktadır. Örneğin Fransa’daki Camembert köyü (Camembertvillage in France), Hollanda’daki Gouda Peyniri Pazarı (Gouda Cheese Market in The Netherlands) veya ABD’deki Wisconsin Peyniri Yolları (Wisconsin Cheese Trails in the USA) gibi bölgeler turizm cazibesi ve motivasyon unsuru olarak peynirin önemini öne çıkarmışlardır (Fusté-Forné, 2020a). Hollanda’nın dünyaca ünlü Gouda şehrinde üretilen ve bölge insanını, tarihini, sosyal ve kültürel yapısını yansıtan Gouda peynirinin seyahat motivasyon unsuru olarak önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Fusté-Forné (2020b) tarafından yapılan çalışmada, bölgede bulunan peynir pazarı sayesinde peynirin yapımı, tüketimi, satışı ve pazarlamasına yönelik faaliyetlerin kültürel unsurları yansıttığı böylece bölgenin turistik çekiciliğini artırdığı ifade edilmiştir. Avrupa’nın önemli peynir bölgelerinden biri de İspanyadır. Özellikle İspanya peynir üretiminde kültürel ve tarihi geleneğe sahip kaliteli birçok bölgesi bulunmaktadır. Bu duruma en güzel örnek Roncal peynirinin hem turistik bir cazibe unsuru hem de etnik kimliğin bir sonucu olarak ortaya çıkması verilebilir. (Rachão, Breda, Fernandes ve Joukes, 2018).

Fusté-Forné (2020c)’nin orta büyüklükte bir Avrupa şehrinde satılan peynirler üzerine yaptığı bir çalışmada İspanya’nın Manchego ve Zamorano yerel peynirlerinin turistler tarafından otantik bir hediye olarak görüldüğü ifade edilmiştir. İzmir de sahip olduğu doğal alanları ve küçükbaş hayvan varlığı ile birçok peynir çeşidine sahip değerli bir bölgedir. Bu çeşitlilik turistik bir cazibe unsuruna dönüştürülerek gastronomi turizmine katkı sağlayabilir. Bölgede peynir gezi noktaları oluşturulabilir. Özellikle verimli ova üzerine kurulmuş olan Urla “Urla Bağ Yolu & Rotası” ile birçok yerli ve yabancı turisti ağırlamaktadır. Peynir ve şarap birbiriyle eşleşen iki ürün olması ve bölgenin iki ürün açısından da zengin bir potansiyele sahip olması gastronomi turizmine katkı sağlayabilir. Özellikle bölgede bulunan şarap evlerine düzenlenen tadım turlarının menülerinde

yabancı peynirler yerine yörenin yerel peynirlerine yer verilmesi sağlanabilir. Ayrıca restoranlara ve otellere peynir konusunda danışmalık verilerek ziyaretçilerin damakta kalıcı bir tadım yapmaları sağlanabilir.

Peynir bir kültür, miras, gelenek, geçmiş, yaşanmışlık ve belki de eskileri hatırlatan bir tat olarak sofralarda yer almaktadır. Peynir coğrafyadan, iklimden, kültürlerden, tarihten, insanlardan ve birçok unsurdan beslenerek farklı bir tat, aroma ve lezzet kazanır. Bu yüzden yapıldığı bölgenin kimliğini yansıtan bir üründür. Bu nedenle yapılacak diğer çalışmaların Türkiye'nin tüm bölgelerinin sahip olduğu geleneksel peynirler içinde yapılması önerilmektedir. Ayrıca geleneksel peynirler ile ilgili yapılacak bir sözlü tarih çalışması hem yörelerin tarihini, geleneklerini, kültürünü hem de sahip olduğu geleneksel peynir kültürünü bir bütün içerisinde görülmesini sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Ağlamaz, E. ve Öncüer Çivici, M.E. (2018). Yerel Halkın Gözünden İzmir'in Simge Yemeklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Travel & Tourism Research*, 13: 50-69.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2005). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. (1. Basım), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alichanidis, E. and Polychroniadou, A. (2008). Characteristics of Major Traditional Regional Cheese Varieties of East Mediterranean Countries: A Review, *Dairy Science and Technology*, 88: 495-510.
- Arslan, Ö. (2010). Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Bal Onur, B. ve Aksoy Biber, N. (2017). *Peynir Aşkına*. (1. Basım), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Baltacı, A. (2017). Nitel Veri Analizinde Miles-Huberman Modeli: *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1): 1-15.
- Bayar, N. and Özrenk, E. (2011). The Effect of Quality Properties on Tulum Cheese Using Different Package Materials, *African Journal of Biotechnology*, 10(8): 1393- 1399.
- Berg, B.L. ve Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Çeviren, Aydın, H.) Konya: Eğitim Kitabevi.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik: *Milli Folklor Dergisi*, 22(87): 159-169.
- Bilgin, N. (2010). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. (3. Basım), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü.E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30): 203-216.
- Coyne, I.T. (1997). Sampling in Qualitative Research. Purposeful and Theoretical Sampling; Merging or Clear Boundaries: *Journal of Advanced Nursing*, 26(3): 623-630.
- Creswell, J.W. (2020). *Nitel Araştırma Yöntemleri*, (Çevire, Bütün, M. ve Beşir Demir, S.) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Croxford, S. (2010). *Türkiye'nin Peynirleri*. (Çeviren, Gürcan, D.), İstanbul: İnkılap Kitabevi.

- Cumhur, Ö. (2017). Geleneksel Gıdaların Endüstriyel Üretime Aktarılması, 1. *Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi*, Mersin Üniversitesi 28-30 Eylül 2017. Mersin. ss: 396-401
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik: *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2): 39-51
- Danhi, R. (2003). What is your country's culinary identity? *Culinology Currents*, Winter 2003, 4-5
- Dilsiz, B. (2010). Türkiye'de Gastronomi ve Turizm: İstanbul Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Dökmeoğlu, G. (2014). *Kent Mutfağı ve Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme: İzmir Kent Mutfağı Örneği*, (Ed: O.N. Özdoğan), 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Durlu Özkaya, F. ve Gün, İ. (2007). Anadolu'da Peynir Kültürü. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 10-15.
- Durusoy, Y.Y. (2017). Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanması Üzerine Analitik Bir Araştırma: Kars Kaşarı Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Ekinci, M.B. (2014). Coğrafi İşaretlemede Kullanılan Moleküler Biyolojik Teknikler. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana. ss: 390-395.
- Erdoğan, S. ve Özdemir, G. (2018). İzmir Destinasyonunda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştırma. *A Research on, Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3): 249-272.
- Fox, P.F. and McSweeney P.L.H. (2004). *Cheese: Chemistry, Physics and Microbiology*. London: Academic Press.
- Fox, P.F., Guinee, T.P., Cogan, T.M. and McSweeney, P.L. (2017). *Fundamentals of Cheese Science*, Springer, New York.
- Fusté Forné, F. (2015). El turisme gastronòmic: autenticitat i desenvolupament localen zones rurals: Documents d'Anàlisi Geogràfica 61(2):289-304.
- Fusté-Forné, F. (2020a). Developing Cheese Tourism: A Local-Based Perspective from Valle De Roncal (Navarra, Spain): *Journal of Ethnic Foods*, 7(1): 1-9.
- Fusté-Forné, F. (2020b). Say Gouda, Say Cheese: Travel Narratives of a Food Identity: *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22:100252.
- Fusté-Forné, F. (2020c). Savouring Place: Cheese as a Food Tourism Destination Landmark: *Journal of Place Management and Development*, 13(2): 1753-8335.
- Gün, İ., Avcı, U. ve İnal, M. (2010). Karına Basılarak Muhafaza Edilen Geleneksel Süt Ürünleri. 1. Uluslararası Adriyatik'ten Kafkaslar'a Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 261-264.
- Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. and Cambourne, B. (2003). *Food Tourism Around the World*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Harrington, R.J. (2005). Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food: *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3): 129-152.
- Harrington, R.J. and Ottenbacher, M.C. (2010). Culinary Tourism – A Case Study of the Gastronomic Capital, *Journal of Culinary Science & Technology*, 8, 14-32.

- Haven-Tang, C. and Jones, E. (2006). Using Local Food and Drink to Differentiate Tourism Destinations Through a Sense of Place, *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(4): 69-86
- Hayaloğlu, A. A. (2008). Türkiye'nin Peynirleri-Genel Bir Perspektif. Türkiye 10. Gıda Kongresi, *Gıda Teknolojisi Derneği*, 729-732.
- Henderson, J C. (2009). Food Tourism Reviewed: *British Food Journal*, 11 (4): 317-326.
- İşevcan Ertamay, S. ve İrigüler, F. (2018). Gastronomi ile İlgili Genel Kavramlar (Ed: A. Akbaba ve N. Çetinkaya), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kamber, U. (2005). *Geleneksel Anadolu Peynirleri*. Ankara: Miki Matbabcılık.
- Kamber, U. (2007a). The Traditional Cheeses of Turkey: Cheeses Common to All Regions: *Food Reviews International*, 24(1): 1-38.
- Kamber, U. (2007b). The Traditional Cheeses of Turkey: The Aegean Region: *Food Reviews International*, 24(1): 39-61.
- Kamber, U. (2015). Traditional Turkey Cheeses and Their Classification: *Van Veterinary Journal*, 26(3): 161-171.
- Karaca, O. B. (2016). Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi: *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2): 17- 39.
- Kayış, V. ve Yaman, H. (2018). Turizm Sektöründe Yabancı Menşeli Peynirlere Alternatif Olarak Geleneksel Türk Peynirlerinin Yer Almasına İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 105- 124.
- Keskin, E., ve Dağ, T. (2020). Identity of cheese: A research on the cheeses of the Aegean Region in Turkey, *Journal of Ethnic Foods*, 7(1): 1-9.
- Kindstedt, P. (2012). *Cheese and Culture: A History of Cheese And it's Place in Western Civilization*, Green Publishing, Chelsea.
- Monin, P. and Durand, R. (2003). *Identity Jumpshipping in French Elite Restaurants: The Influence of Nested and Crosscutting Identities*. Ecole de Management.
- Ögel, B. (1978). *Türklerde Yemek Kültürü*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Özdoğan, O.N. (2016). Ege Bölgesi Yöresel Mutfağı, (Editör) Zencir, E.: *Yöresel Mutfaklar içinde* (ss. 166-195) Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.
- Pişkin, N. (2010). *Peynir Dair*, (Ed: A. Ceylan) İstanbul: Metro kültür yayınları.
- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., and Joukes, V. (2008). Food Tourism and Regional Development: A Systematic Literature Review, *Eur J Tour Res* 21:33-49.
- Swan, S. (2009). *Türkiye'nin Peynir Hazineleri*. (Çeviren, Duru, O. ve Duru, S.) İstanbul: Boyut yayın grubu.
- Türkoglu, H., Ceylan, Z.G. and Dayisoylu, K.S. (2003). The Microbiological and Chemical Quality of Orgu Cheese Produced in Turkey, *Pakistan Journal of Nutrition*, 2 (2): 92- 94.
- Türkoz Bakırcı, G., Bucak, T., ve Turhan, K. N. (2017). Bölge Gastronomi Turizmi Üzerine Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 230-240.
- Uhri, A. (2016). *Anadolu'nun Mutfak Kökenleri*. İstanbul: Ege Yayınları .
- Uhri, A. (2017). *Armola ve Kopanisti Üzerinden Peynirin Serüveni*. Gastro Metro Dergisi, İstanbul: Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık.

- Ulu, E.K. (2019). Türk Mutfak Kültüründe Peynir Tatlıları: *Aydın Gastronomy*, 3(1): 37-42.
- Üçüncü, M. (2004). *A'dan Z'ye Peynir Teknolojisi*. (I. Cilt), , İzmir: Ege Üniversitesi Meta Basımevi.
- Ünsal, A. (2009). *Süt Uyuyunca*. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (10. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.