



T.C.

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

**GELENEKSEL PEYNİRLERİN GASTRONOMİ TURİZMİ
AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: İZMİR ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tuğba DAĞ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Emrah KESKİN

Nevşehir

Aralık, 2020

GELENEKSEL PEYNİRLERİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: İZMİR ÖRNEĞİ

Tuğba DAĞ

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans, 2020
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Emrah KESKİN**

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; İzmir'in zengin gastronomi kültürü içerisinde sahip olduğu geleneksel peynirlerin önemini ortaya koymayı, yöre gastronomisi açısından geleneksel peynirlerin değerli bir gastronomik unsur olduğunu belirtmeyi, sahip olduğu geleneksel peynir potansiyelini, gastronomi turizm açısından ne şekilde değerlendirebileceği ve İzmir'de üretilen geleneksel peynir türlerini belirlemeyi amaçlamıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda, araştırma alanı olarak Ege bölgesinde yer alan İzmir ve yakın çevresi (Tire, Ödemiş, Bergama) ile Yarımada (Karaburun ve köyleri, Seferihisar, Urla) belirlenmiştir. Araştırma verileri Haziran - Temmuz 2020 tarihleri arasında saha çalışması yapılarak elde edilmiş ve nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel yöntem çerçevesinde doküman incelenmesi ve yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla veriler toplanmıştır. Veri analiz yöntemi olarak da içerik analizi yapılmıştır. Bu çalışmada katılımcıların belirlenmesi için amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme ile kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve toplamda 38 katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında 8 akademisyen, 8 ilgili yerel paydaş ve 22 geleneksel peynir üreticisi örnekleme dahil edilmiştir.

Toplanan veriler istatistik programlarına yüklenerek uygun analiz teknikleriyle analiz edilmiştir. Görüşme/mülakat sonucunda elde edilen verilere betimsel ve karşılaştırmalı analizler arasındaki ilişkiler tespit edilmiştir. Bu kapsamda veri analiz stratejisi olarak içerik analizi yapılmıştır. Sahadan gelen veriler ve literatür taraması neticesinde 4 ana tema ve 15 alt tema belirlenmiştir. Betimsel bulguları ortaya koymak için kelime bulutu ve kod-alt-kod modeli, karşılaştırmalı bulguları ortaya koymak içinse çapraz tablo kullanılmıştır. Kelime frekans analizi sonucunda oluşturulan kelime bulutunda “peynir, İzmir, tulum, kültür, süt, tanıtım, gastronomi,

deri, geleneksel, turizm, armola... vb.” kelimelerin en çok tekrar ettiği belirlenmiştir. Alt temaların kodlanma sıklığı tespit edebilmek için kod-alt kod-bölümler modeli kullanılmış ve en sık tekrar eden alt temaların; yerel peynirlerin tanıtımı ve pazarlanması, peynirlerin geleneksel üretim durum, yerel peynirlerin gastronomi turizmine katkısı, turistik bir ürün olarak yerel peynirler olduğu tespit edilmiştir. Katılımcı ifadeleri doğrultusunda, yöredeki peynirlerin bilinirliğinin az olmasında ki en önemli faktörün tanıtım eksikliği olduğu, peynir hazırlarken kullanılan geleneksel yöntemlerin zorluklarından dolayı tercih edilmediği ve bu yüzden kaybolmaya yüz tuttuğu ortaya çıkmıştır. İzmir’in sahip olduğu geleneksel peynirlerin hem turistik bir ürün olarak hem de gastronomi turizmine herhangi bir katkı sağlayamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca İzmir’in zengin gastronomi kültürü içerisinde peynirlerin yüksek bir potansiyele sahip olduğu bunun değerlendirilmesi için çeşitli çalışmaların yapılması gerektiği tespit edilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Geleneksel Peynir, İzmir, Mutfak Kültürü, Kültürel Miras

**A EVALUATION OF TRADITIONAL CHEESES IN TERMS OF
GASTRONOMIC TOURISM: İZMİR CASE**

Tuğba DAĞ

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences
Gastronomy and Culinary Arts Department, Master Thesis, 2020**

Supervisor: Assist. Prof. Emrah KESKİN

ABSTRACT

The aim of this study is to reveal the importance of the traditional cheeses İzmir has as a part of the rich gastronomic culture, to state that traditional cheeses are a valuable part of local gastronomy, how one can evaluate the potential of traditional cheese in terms of gastronomic tourism 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) and the Peninsula (Karaburun and its villages, Seferihisar, Urla) located in the Aegean region were determined as the research area. Research Fieldwork was conducted between June and July 2020 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. In this study, one of the purposeful sampling methods, maximum diversity sampling and snowball sampling method were preferred to determine the participants, and a total of 38 participants were reached. 8 academicians, 8 relevant local stakeholders and 22 traditional cheese producers were included in the sample. The collected data were uploaded into statistical programs and analyzed using appropriate analysis techniques. Relationships between the data obtained as a result of the interview and descriptive and comparative analysis were determined. In this context, content analysis was performed as data analysis strategy. As a result of the data from the field and the literature review, 4 main themes and 15 sub-themes were determined. Word cloud and code-sub-code model were used to reveal descriptive findings, and cross tables were used to reveal comparative findings. In the word cloud created as a result of word frequency analysis, "cheese, İzmir, tulum, culture, milk, promotion, gastronomy, leather, traditional, tourism, armor ... etc." It was determined that the words were most repeated. In order to determine the coding frequency of sub-themes, the code-sub-code-sections model was used and the most frequently recurring sub-themes were determined to be the

promotion and marketing of local cheeses, the traditional production of cheeses, the contribution of local cheeses to gastronomy, and local cheeses as a tourist product. It was revealed that the cheeses in the region were lacking in terms of promotion, the traditional methods used in cheese preparation were not preferred due to the difficulties and therefore they were about to disappear. It has been concluded that the traditional cheeses of Izmir do not contribute to both tourism and gastronomy tourism. In addition, it has been determined that cheeses have a high potential in the rich gastronomy culture of Izmir, and various studies are required to evaluate this and suggestions have been made.

Keywords: Gastronomy, Traditional Cheese, İzmir, Culinary Culture, Cultural Heritage

TEŞEKKÜR

Başta bilgi ve tecrübesiyle tezin hazırlanmasına katkıda bulunan, danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi. Emrah KESKİN'e teşekkürlerimi sunarım. Tezimin yönteminde belirttikleri fikirleri, eleştirileri ve önerileriyle bana yol gösteren canım arkadaşım Öğr. Gör. Dr. Ezgi KIRICI TEKELİ'ye, Arş. Gör. Gökhan YILMAZ'a, Dr. Öğr. Gör. İhsan KAZKONDU'ya ve jüri üyeleri Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Akın ÖZEN'e ve Dr. Öğr. Üyesi Ali SOLUNOĞLU'na teşekkür ederim.

Hayatım boyunca her zaman yanımda olan, aldığım tüm kararlarda beni destekleyen annem Zehra DAĞ ile abilerim Harun ve Hasan DAĞ'a, bugünlerimi en çok görmek isteyen ama sonsuzluğa uğurladığım babam Cuma DAĞ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tanıdığım günden beri beni hiç yalnız bırakmayan, tüm eğitim hayatım boyunca sabırla, özveriyle destek olan ve her zorluğumda yanımda olan canım dostum Öğr. Gör. Gülsüm TABAK'a ve manevi babam olarak hep yanımda olan Durmuş Ali AYDEMİR ve ailesine teşekkür ederim.

Araştırmamın saha çalışmasında bana yardımcı olan Merve KORKUT'a ve İzmir Ticaret Odası üyeleri ile Ödemiş Ticaret Odası Başkanı'na yardımları için minnettirim.

Karabük, 2020

Tuğba DAĞ

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	ii
KABUL VE ONAY SAYFASI	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
TEŞEKKÜR	viii
İÇİNDEKİLER	ix
KISATMALAR VE SİMGELER	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
TABLolar LİSTESİ	xiv

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI

1.1. Gastronomi Kavramı	6
1.2. Gastronominin Tarihsel Gelişimi	12
1.3. Gastronomi ve Yemek Kültürü	15
1.4. Gastronomi Turizmi	17
1.5. Gastronomi Turizminin Bölgesel Gelişime Katkısı	23

İKİNCİ BÖLÜM

PEYNİR

2.1. Peynirin Tarihçesi.....	27
2.2. Peynirin Tanımı	32
2.3. Peynirin Geleneksel Bir Ürün Olarak Değerlendirilmesi.....	35

2.4. Türk Mutfak Kültüründe Peynir.....	40
2.5.1. İzmir Tulum Peyniri.....	42
2.5.2. Sepet Peyniri	47
2.5.3. İzmir-Karaburun Lorlu Keçi Tulum Peyniri.....	49
2.5.4. Kopanisti Peyniri	49
2.5.5. Armola Peyniri.....	52
2.5.6. Tire Çamur Peyniri	53

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GELENEKSEL PEYNİRLERİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: İZMİR ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	55
3.2. Araştırmanın Yöntemi	55
3.2.1. Araştırma Probleminin Belirlenmesi	56
3.2.2. Araştırma Alanı.....	58
3.2.3. Araştırmanın Deseni/Tasarımı.....	59
3.2.4. Veri Toplama Aracı	60
3.2.5. Katılımcıların Belirlenmesi.....	62
3.2.6. Veri Analiz Stratejisinin Seçimi ve Verilerin İşlenmesi.....	65
3.3. Nitel Verilerin Geçerliliği ve Güvenilirliği	67
3.4. Verilerin Analizi ve Bulgular	71
3.4.2. Ana Temalara ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar.....	73
3.4.3. Araştırmaya Yönelik Betimsel Bulgular.....	76
3.4.4. Gastronomik Kimlik, İzmir'in Geleneksel Peynir Kültürü ve Üretimi, Gastronomik Bir Ürün Olarak Yerel Peynirler ve Geleneksel Peynir Çeşitleri ve Yapılışı Temalarına İlişkin Karşılaştırmalı Bulgular.....	93
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	95
KAYNAKÇA	104

EKLER	122
Ek-1: Gönüllü Katılımcı Bilgilendirme Formu	122
Ek-2: Akademisyen ve İlgili Yerel Paydaşlar ile Yapılan Görüşmelere İlişkin Görüşme Formu.....	123
Ek-3: Peyniri Üreticileri ile Yapılan Görüşmelere İlişkin Görüşme Formu	124
Ek-4: Katılımcıların Görüşme Sorularına İlişkin İfadeleri.....	125
Ek-5: Katılımcıların Görüşme Sorularına İlişkin İfadeleri.....	138
ÖZGEÇMİŞ	151



KISATMALAR VE SİMGELER

FAO: Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü

IFCN: Uluslararası Tarım İşletmesi Karşılaştırma Ağı

TDK: Türk Dil Kurumu

TSE: Türk Standartları Enstitüsü

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

UNWTO: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Ana Temalar, Alt Temalar ve Kod Sayısına İlişkin Kod Sistemi.....	74
Şekil 2. Kelime Frekanslarına İlişkin Kelime Bulutu	77
Şekil 3. Gastronomik Kimlik Kodu ile İlgili Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölmeler Modeli	78
Şekil 4. İzmir'in Geleneksel Peynir Kültürü ve Üretimi Kodu ile İlgili Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölmeler Modeli.....	82
Şekil 5. Gastronomik Bir Ürün Olarak Yerel Peynirler Kodu ile İlgili Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölmeler Modeli.....	85
Şekil 6. İzmir'in Geleneksel Peynir Çeşitleri ve Yapılışı Kodu ile İlgili Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölmeler Modeli.....	89
Şekil 7. Temalara İlişkin Katılımcı Görüşlerinin Dağılımını Gösteren Çapraz Tablo	94

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Ege Bölgesi Geleneksel Peynirleri	37
Tablo 2: Karadeniz Bölgesi Geleneksel Peynirleri	37
Tablo 3: İç Anadolu Bölgesi Geleneksel Peynirleri.....	38
Tablo 4: Marmara Bölgesi Geleneksel Peynirleri.....	39
Tablo 5: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Geleneksel Peynirleri	39
Tablo 6: Doğu Anadolu Bölgesi Geleneksel Peynirleri	39
Tablo 7: Akdeniz Bölgesi Geleneksel Peynirleri	40
Tablo 8: Katılımcılarla İlgili Bilgiler	64
Tablo 9: Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler.....	72
Tablo 10: Ana ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar.....	75

GİRİŞ

Kültür, toplumu oluşturan fertlerin toplumsal ve tarihsel gelişim süreci içinde yarattıkları maddi ve manevi değerler ile bunları sonraki nesillere iletmede kullanılan tüm unsurlar olarak ifade edilmektedir (TDK, 2019; Beşirli, 2012). Türkiye ise birbirinden farklı birçok kültürel değere sahip ülkelerden biridir (Çoşkun, 2010). Bu farklı kültürel değerlerin ön plana çıktığı en önemli göstergelerden biri de geleneksel gıdalar ve yöresel mutfaklardır (Köten vd., 2014). Mutfaklar, toplumların gelenek ve görenekleri, sosyo-kültürel boyutları, refah durumları gibi etmenlere bağlı olarak birbirlerinden farklı gelişim süreçleri göstermişlerdir. Bunun yanı sıra, toplulukların yaşam alanlarını belirleyebilmek için verdikleri mücadelelerin ve göçlerin neden olduğu yer değiştirmeler de mutfak kültürünün belirlenmesinde önemlidir (Düzgün ve Özkaya, 2014). Kültürel zenginlik ülke genelinde üretilen geleneksel gıda ürünleri üzerinde oldukça etkili olmaktadır (Demirbaş vd., 2006). Geleneksel gıdalar, toplumların yemek kültürlerinin ve beslenme alışkanlıklarının gelişmesinde büyük rol oynamasının yanı sıra (Köten ve Ünsal, 2014), kültürel zenginliğin ortaya konulmasında da son derece önemlidir (Demirci vd., 2014).

Bertozzi'ye (1998) göre geleneksel ürün, bir grubun sembolüdür, belirli bir alana aittir ve o bölgede yaşayan bireylerin iş birliğini ifade eden bir unsurdur. Bu tanım bir ürünün geleneksel olması için bir yöreyle veya bölgeyle ilişkili olmasını ve zaman içinde sürekliliğini sağlayacak olan bir dizi geleneğin parçası haline gelmesi gerektiğini ifade etmektedir (Jordana, 2000). Ilbery ve Kneafsey (1999), yaptıkları çalışmada yerel ürünleri, sosyo-ekonomik bir kimliğe sahip kırsal alanlarda farklı işletmeler tarafından üretilen veya sağlanan doğal ürünler veya hizmetler şeklinde tanımlamıştır. Yerel ürünler kırsal alanların gelişmesine ve sürdürülebilirliğine katkıda bulunan ve bölge kültürü ile bağ kurulmasında önemli rol oynayan unsurlardan biridir. Özellikle son yıllarda turistler sadece görsel duyularına hitap eden geziler yerine tüm duyularına hitap eden seyahatler talep etmeye başlamışlardır. Bu durum, yöreye ait mutfakları, destinasyonun tanınmasında ve güçlenmesinde önemli hale getirmiştir (Galvez vd., 2017). 2010 yılında UNESCO'nun da mutfağı bir miras unsuru olarak görmesiyle yemek ve kültür arasındaki ilişkinin önemi kabul

edilmiştir. Böylece yemek, gastronomi ve mutfak gelenekleri bir kültürün temel unsurları arasında yer almıştır (FustéForné, 2015a).

Gastronomi turizmi; turistlerin bir destinasyondaki yerel gıda ürünlerini tatma veya gıda ile ilgili ürünleri satın alma ile benzersiz gıda üreten bölgenin özelliklerini deneyimleme gibi faaliyetleri kapsayan turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Shenoy, 2005). Kısacası, bir kültürün yiyecekleri aracılığıyla keşfedilmesi anlamına gelmektedir (Long, 2004b). Yapılan çalışmalar sonucunda Türkiye'nin gastronomi turizmi faaliyetleri içerisinde bölgesel ve uluslararası alanlarda düzenlenen festivaller, şenlikler, mutfak günleri gibi etkinlikler dikkat çekmektedir. Bu festival ve şenlikler arasında geleneksel ürünlerin önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir (Çalışkan ve Koç, 2012). Türkiye'de yerel gastronomi etkinliklerinde en çok karşılaşılan gıdalar; üzüm ve bağbozumu, peynir, sebze, zeytin ve zeytinyağı gibi yöresel ürünlerdir (Çağlı, 2012).

Dünya çapında peynir yapımı büyük bir endüstriye sahiptir. Çünkü gıda bilimi ve teknolojisindeki gelişmeler ürünlerin seri üretilmesine olanak sağlamıştır. IFCN-International Farm Comparison Network (Uluslararası Tarım İşletmesi Karşılaştırma Ağı) tarafından yapılan son araştırma sonucuna göre 2017 yılında dünya genelinde üretilen toplam süt miktarının %25,4'ü Amerika, Yeni Zelanda, Fransa, Danimarka, İsviçre, Hollanda, Hindistan, Kanada, Almanya, Çin ve İrlanda gibi ülkelerin önde gelen süt firmaları tarafından işlenmektedir (Kongo ve Malcata, 2016; ulusalsutkonseyi.org.tr).

Peynir denildiğinde ilk akla gelen ülkeler genellikle Fransa, Norveç ve İsveç'tir. Peynir, Fransız gastronomisinde çok önemli bir üründür ve genellikle Fransız şarapları ve kültürü ile eşleştirilir (Almli, vd., 2011; Roberts ve Micken, 1996). Norveç'te ise peynir atıştırılabilirlik olarak tüketilmesinin yanı sıra daha çok kahvaltıda ve öğle yemeğinde ve bunun yanı sıra sandviçlerde kullanılır (Almli, vd., 2011). Bununla birlikte dünyada, halen zengin çeşitlilikteki geleneksel peynirler küçük ölçekli üreticiler vasıtasıyla yapılmaktadır (Kongo ve Malcata, 2016). Türkiye'de ise son yıllarda peynir üzerine, slowcheese peynir festivali (Bodrum), Göle kaşar festivali, Ezine peynir festivali, Ulusal Türkiye peynir festivali, Çemişgezek dut ve peynir festivali gibi etkinlikler yapılmaktadır (Öztürk ve Öztürkler, 2016). Bu nedenle peynir önemli bir gastronomik değer olarak görülmektedir.

Çalışma kapsamında uluslararası alanyazında “Cheese and gastronomy” ve “Cheese and tourism” kelimeleri taratılarak incelenmiş ve ulaşılan bazı kaynaklarda “cheese tourism” kavramı karşımıza çıkmıştır (Gerz ve Dupont, 2006; Fusté-Forné 2015b; Fusté-Forné, 2016; Fusté-Forné ve Berno, 2016). Peynir turizmi, peynir yapımı ve süt üretimi alanlarına ziyareti içerdiği ve bu özel ilgi turizminin öncelikle kırsal, dağ ve doğal alanlarda uygulandığı anlamına gelen etkinliği ifade etmektedir. Peynir temelli turizm uygulamaları ve deneyimleri ise sadece peynir tadımlarını değil aynı zamanda yemek turları, festivalleri ve yerel pazarlara ziyaretleri kapsayan gıda tüketimine odaklanan bir dizi etkinliği içermekle birlikte peynirin tanıtımı ve satışına da olanak sağlar. 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 faktörü olarak peynirin önemini öne çıkarmışlardır (Fusté-Forné, 2020). Bunun yanı sıra İspanya’da, Avrupa’daki ve dünya çapındaki en önemli peynir bölgelerinden birisidir. 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).

Peynirler, üretildikleri çevreyi, toprağı ve yemek kültürünü yansıtmaktadır (Fusté-Forné, 2020). Türkiye’nin de hemen hemen her bölgesinde kültürel alışkanlıklara, ortam şartlarına hayvan türüne bağlı olarak alışlagelen farklı yapım teknikleriyle kendine özgü bir tadı olan çeşitli yerel peynirler üretilmektedir. Anadolu’da üretilen birçok yerel peynirin karakteristik özelliklerine göre sınıflandırılması, geleneksel üretimin standardize edilip geliştirilmesi ile dünyaya tanıtılması peynir çeşitliliği ve kültürel mirasın devamlılığı açısından önemlidir (Durlu Özkaya ve Gün, 2007).

Anadolu topraklarının denize açıldığı Ege bölgesinde yer alan İzmir’de peynircilik oldukça gelişmiştir. Ege kıyılarından Orta Anadolu’nun batı kısmına kadar uzanana bölge, binlerce yıl çeşitli uygarlıklara ev sahipliği yapmasının ardından, bölgenin hemen her köşesinde, bereketli doğal alanları, koyunları, keçileri, inekleri ve mandıraları ile zengin bir yapıya sahip olmuştur. Koyun ve keçi yetiştiriciliğinin

fazla olması, keçi ve koyun sütünden farklı şekil, renk ve lezzetlerde peynir çeşitlerinin üretimini artırmıştır (Kamber, 2007b).

Yapılan literatür taramalarında gastronomi turizmi kapsamında peynirin önemi ve kullanımını ele alan az sayıda çalışmaya rastlanılmıştır. Anadolu'nun binlerce yıl çeşitli uygarlıklara ev sahipliği yapması ve hayvan yetiştiriciliğine katkı sağlayan bir coğrafyaya sahip olması ile Anadolu peynir çeşitliliği açısından oldukça zengindir. Ancak genel olarak, Türkiye'nin zengin bir peynir kültürüne ve birikimine sahip olmadığı düşünülse de aslında Anadolu'da 130'dan fazla peynir çeşidi olduğu tespit edilmiştir (Kamber, 2015).

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 yapılan 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 peynir alanyazınına katkı sağlayacağı için önem arz etmektedir

Yapılan çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları değerlendirilmiştir. Ardından gastronomi turizminin bölgesel gelişime ve kalkınmaya katkılarına değinilmiştir. İkinci bölümde peynirin tarihçesi ile peynir kelimesinin geçmişten günümüze aldığı isimler hakkında bilgi verilmiştir. Ardından hem peynirin geleneksel bir ürün olarak hem de Türk mutfak kültüründeki önemi ortaya konulmuştur. Daha sonra İzmir'in sahip olduğu geleneksel peynirlere yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise İzmir'in sahip olduğu geleneksel peynir çeşitlerini, peynir kültürünü, bu kültürün gastronomi turizmi açısından ne şekilde değerlendirildiği, gastronomi turizmine nasıl katkı sağlayabileceğine ilişkin akademisyenlerin, ilgili yerel paydaşların ve geleneksel peynir üreticilerinin görüşlerinin derinlemesine incelenmesi amacıyla nitel yöntem tercih edilerek veriler toplanmıştır. Araştırmanın amacı ve önemi, probleminin belirlenmesi, araştırma alanının seçimi, araştırma deseninin belirlenmesi, veri toplama araçlarının seçimi,

katılımcıların belirlenmesi, veri analiz stratejisinin seçimi ve verilerin işlenmesi detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Daha sonra nitel analizler ve bulgular kısmına yer verilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri, araştırmanın ana ve alt temaları ile betimsel ve karşılaştırmalı bulgulara yer verilmiştir. Son olarak da katılımcı ifadelerine ekler kısmında yer verilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI

1.1. Gastronomi Kavramı

İnsanlık tarihinden bugüne kadar gelen süreçte, insanlığın ön önemli ve hayati sorunlarından biri besin arayışıdır. Bu arayış zaman içinde toplumların refah seviyelerinin artması ve teknolojik gelişmelerle birlikte birtakım değişikliklere uğramıştır. Bu değişikliklerden yiyecek çeşitlerinin artması, servis şekillerinin daha estetik hale gelmesi ve yemeklerin hazırlanış şekilleri hayatımıza gastronomi kavramını getirmiştir. Gastronomi, mutfak kültürü içinde yer alan içecek ve yiyeceklerin sofraya düzenlerini, yapılaşlarını, lezzetlerini, görselliklerini ve bunlar arasında bulunan ilişkileri incelemektedir. Aynı zamanda bu lezzetli yemek ve içecekleri araştıran kişiler tarafından da “sanatsal bir faaliyet” olarak nitelendirilen disiplin şeklinde bir tanımlamalarda yapılabilmektedir (Gökçe, 2016; Şengül ve Türkay, 2016).

Turizm destinasyonlarındaki rekabetin artmasıyla yerel kültür, turistleri çekmek ve eğlendirmek için giderek daha değerli bir faaliyet kaynağı haline gelmiştir (Richards, 2002). Özellikle yerel kültürün kendine özgü mutfağı, belirli turistik yerlerin tanınmasında ve ayırt edilmesinde önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Başka bir deyişle, son zamanlarda uluslararası turist çekme potansiyeline sahip olan mutfak ya da gastronomi kavramları, turizm endüstrisi içerisinde de önemli bir unsur olmaya başlamıştır (Horng vd., 2010; Kivela vd., 2005; Boniface, 2003).

Gastronomi kelimesinin etimolojik kökenine baktığımızda Yunancada mide anlamına gelen “gaster” ve yasa anlamına gelen “nomas” kelimelerinden geldiği görülmektedir. Bu durum gastronominin yeme-içme ile ilgili kuralları olduğunu göstermektedir. Yani neyin, nasıl, neden, nerede, ne kadar, ne zaman hangi şekilde, hangi uyumla yenilmesi ve içilmesi konusunda rehberlik ettiği ya da tavsiyeler

içerdiği sonucuna ulaşabilir. Burada bahsedilen tavsiye ve rehberlik yeme-içme ile alakalı beceri ve bilgilerin kazanılmasına olanak sağlamaktır (Kivela ve Crotts, 2006; Santich, 2004).

Oxford İleri Düzeyde Öğrenci Sözlüğünde (Oxford Advanced Learner's Dictionary) gastronomi, "iyi yiyecekleri; seçme, pişirme ve yeme bilimi ve sanatı" şeklinde ifade edilirken (Crowther, 1995), Ansiklopedi Britannica, gastronomiyi "kaliteli yemekleri seçme, hazırlama, servis etme ve tadını çıkarma sanatı" olarak tanımlar (Kivela ve Crotts, 2005). Türk Dil Kurumu Sözlüğünde ise "yemeği iyi yeme merakı" ve "sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi" olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda, gastronomi ürünleri öznellik ve estetik faktörler içerdiklerinde sanat; gastronomi alanında üretilen bilgiler öznellik ve rasyonellik faktörleri içerdiklerinde bilim olarak kabul edilebilir (Hegarty ve Antun, 2010).

Harrison (1982) gastronomi kavramını dört ana bölüme ayırmıştır. Bunlar; pratik gastronomi, teorik gastronomi, gıda gastronomisi, teknik gastronomi şeklindedir. *Pratik gastronomi*, dünyanın çeşitli ülkelerinin mutfaklarına ait yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, üretimi, servis edilmesi ve uygulanması çalışmalarını kapsamaktadır. Ayrıca pratik gastronomi ham ürünün bölgesel, estetik, ulusal ve kültürel olarak yenilebilir ürünlere dönüştürülmesinde için gerekli olan teknik ve standartlarla ilgilidir. Bu ham yiyeceklerin menülere ve ona eşlik edecek içeceklere dönüştürülmesi, pratik gastronomi uzmanlık alanlarından biridir. *Teorik gastronomi*; pratik gastronomi destekleyen sistem ve işleme süreçlerine odaklanan, yemek tarifleri, yemek kitapları üzerine yoğunlaşan bölümdür. Başarıyı en yüksek seviyeye çıkarmak için yapılması gereken çeşitli prosedürleri kaydeder. Fiziksel süreçler için teorik planlamaları, menüleri, tabakları ve içecekleri formüle etmek ve hazırlamak teorik gastronomiyle ilgilidir. Teorik gastronomi, yüzyıllardır dünyanın klasik ve ulusal yemeklerine ilham veren ve onurlandıran yaratıcılığın kaynağıdır. *Teknik gastronomi*; pratik gastronominin temelini oluşturur. Gastronomi alanındaki herhangi bir şeyin sistematik olarak değerlendirmesini sağlar. Menü mühendisliği, mekân mühendisliği gibi alanların yer aldığı bölümdür. Mekân mühendisliği için yapılan standartların üretim ve servisi alanlarına yönelik planlanır. Ayrıca küçük ölçekli üretim ile seri üretim arasında bir bağlantıdır. Satış karması analizi görünümü olarak tanımlanan menü mühendisliği de bu yaklaşımı ilerletir (Kasavana ve Smith,

1982) ve bu nedenle teknik gastronomi yaklaşımının bir parçasını oluşturur. Teknik gastronomi aynı zamanda uygun yiyeceklerin, yeni üretim alanları, yeni üretim yöntemleri (sousvide gibi) üzerine çalışmalar yaparak bu süreç boyunca performanslarını güvenli bir şekilde izlenmesi ve değerlendirilmesiyle ilgilidir. *Gıda gastronomisi*; yiyecek ve içecekler ile bunların oluşumlarıyla ilgilidir. Temel olarak alkollü ve alkolsüz içeceklerin yiyecekler üzerindeki rolü ve uyumu konuları bu alanın içerisinde yer alır. Çalışanların, zamana ve mevsime bağlı değişen gıda ve içecekleri takip etmesi, kurutulmuş ve dondurulmuş gıdaların kalite ve saklama koşulları ile talep, kalite ve depolama konularını etkin bir şekilde değerlendirmek gıda gastronomisinin ana hatları olarak karşımıza çıkmaktadır (Gillespie ve Cousins, 2012).

Son dönemlerde gastronomi, bir coğrafi bölgenin kültürel kimliğinin yansıması olarak desteklenmektedir. Çünkü gıda nüfusun sosyal, kültürel ve çevresel mirasını yani, yerli halkın kendine has özelliklerini yansıtmaktadır (Brunori ve Rossi, 2000). Yapılan araştırmalar ve birçok yazara göre de gastronominin tarihsel, kültürel, bilimsel, sanatsal gibi birçok farklı yönü olan çok geniş bir kavramı ifade ettiğini belirtilmektedir. Bu da gastronomi kavramının tek bir tanımının yapılmasını engellemektedir. Gastronomi kavramı ile ilgili yapılan bazı tanımları şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Hegarty ve O'Mahony (2001) gastronomiyi, “yiyecek hazırlamada kullanılan unsurları ve reçeteleri; yiyecek hazırlama, pişirme ve sunma yöntemleri; yiyeceklerin miktarını ve çeşitliliğini, sevilen ve sevilmeyen lezzetleri; gıdaların sunumu ile ilgili gelenek, görenek ve inançları; kullanılan ekipmanları” kapsayan bir kavram olarak açıklamaktadır.
- Gillespie ve Cousins (2001)’e göre gastronomi, “iyi yiyecek-içecek zevki ile ilgilidir” yani yemeklerden ve içeceklerden alınacak keyfin sınırlarını incelemektedir. Ayrıca yiyecek ve içeceklerin birlikte nasıl sunulacağı, hangi yemekle hangi içeceğin kullanılmasını gerektiğini belirtmesinin yanı sıra yenilikleri ve değerlendirmeleri yapar.
- Scarpatto (2002) göre gastronomi “en iyi yemeği arama ile yemek üzerine düşünme olgusunu kapsadığını yani, yemeğin yalnızca tüketiminin değil aynı

zamanda o yemeği ortaya çıkaran ekonomik, sosyokültürel ve coğrafi etkenlerin de öğrenilmesi” Şeklinde açıklamıŐtır.

- Richards (2002) tarafından gastronomi, “yemeğin hazırlanması, pişirilmesi, sunumu ve tkutilmesi” olarak tanımlanmaktadır Cohen ve Avieli, (2004) gastronomiyi, “insan refahı ve beslenmesini ilgilendiren her konuda sağlanmış kapsamlı bilgi birikimi” Şeklinde tanımlanmıştır.
- Baysal ve Küçükaslan (2003)’a göre gastronomi “insan refahı ve gıdasını ilgilendiren her konuda sağlanmış kapsamlı bilgi birikimi” Şeklinde tanımlamışlardır.
- Santich’e (2004) göre gastronomi “yeme-içme konusundaki kurallar ve düzenlemeler olarak görmekte ve bu bağlamda tarihsel, kültürel ve çevresel etkilere bağlı olarak sadece yiyecek ve içecek odaklı değil, aynı zamanda yiyecek ve ieeğin nasıl, nerede, ne zaman, neden yenildiği ve iildiğine odaklanan bir bilim” olarak açıklamıŐtır.
- Kivela ve Crotts (2006)’a göre gastronomi; “iyi yemek yeme, sağlıklı olan ve iyi bir düzene sahip, tadı ve lezzeti hoş mutfak, yemek nizamı ve düzeni” olarak ifade etmiştir. Ayrıca kültür-yiyecek arasındaki ilişki üzerinde yođunlaŐmıŐtır.
- Eren (2007) gastronomi kavramını; “tüm sanatsal ve bilimsel unsurlar eŐliđinde yiyecek ve içeceklerin, tarihsel geliŐiminden başlayarak bütün özelliklerinin anlaşılmasını, uygulanmasını ve günümüze uyarlanması süreçlerini kapsayan bir bilim dalı” olarak ifade etmiştir. Bir başka ifadeyle gastronomi, “kültür ve yemek arasındaki iliŐkiyi inceleyen yeme-içme bilimi ve sanatı olarak” tanımlanmaktadır (avuŐođlu 2011). Bu nokta da gastronomi; (Hatipoğlu, 2014);
- Dünyanın birçok ülkesinin ulusal yemek ve içeceklerinin keŐfedilmesine olanak sağlamakta,
- Yiyecek ve içeceklerle ilgili malzemelerin ne Şekilde kullanılacağının anlaşılmasını sağlamakta,
- Yiyecek ve içecek aracılığıyla farklı kültür ve ülkelerin mutfaklarındaki benzerliklerin ve farklılıkların bir arada görülmesine olanak tanımaktadır.

- Doğdubay ve Giritlioğlu (2008) gastronomiyi “insanlara yiyecek ve içecek hizmetlerinin nasıl ve ne şekilde yapılacağını gösteren bir bilim dalı” olarak ifade etmişlerdir.
- Altinel (2009) gastronomi kavramını, “insan refahı ve gıdasını ilgilendiren her konuda sağlanmış oluğu kapsamlı bilgi birikimi” olarak tanımlamıştır.
- nl ve Doğan (2008) gastronomiyi “sağlığa uygun şartlarda hazırlanan, kaliteli sunuma sahip, lezzetli ve güzel görünen mutfak ve yemek düzeni” olarak tanımlamaktadırlar.
- Beşirli (2010) gastronomiyi, “kültürel çerçevede değerlendirmekle birlikte gıdaların üretilmesi, taşınması, saklanması ve tüketilmesi sürecinde yapılan işlerin de kültürle ilgili olduğunu” belirtmektedir.
- Aslan (2010) gastronomi kavramını, “yemek pişirme sanatı, iyi yemek merakı ve mutfak kültürü” şeklinde tanımlamaktadır.
- avuşoğlu (2011) gastronomiyi, “kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen yeme- içme bilimi ve sanatı” olarak ifade etmiştir.
- Can ve arkadaşları (2012) gastronomi kavramını, “hem tketelebilir olan her türlü yiyecek ve içeceklerin kültürle ilişkisini hem de iyi yeme ve içme sanatını araştıran bir disiplin olduğunu” belirtmişlerdir.
- UNWTO (2012), turist deneyiminin bir parçası olarak gastronominin, ziyaretçilerin yerel gıda ürünlerini tatma, deneyimleme ve satın alma yoluyla bir destinasyonun mirasına erişmelerine izin verdiğini ne sürmektedir.
- Deveci, Türkmen ve Avcıkurt (2013) gastronomiyi; “sanatsal, tarihsel bilgiler ve bilimsel unsurlar ile i içe olan yiyecek ve içeceklerin kendilerine özgü özelliklerinin anlaşılmasını, gelişimini, uygulanması ve günümüze uyarlanması çalışmalarını barındıran bir bilim dalı” olarak tanımlanmaktadır.
- ney (2013) gastronomi kavramını “sunumda kullanılan araç gereteki estetik ve güzelliğin ne çıktığı, hazırlanan yiyecek ve içeceklerin beş duyuya hitap eder şekilde güzelliklerinin ne çıkarıldığı bir sanat dalı” olarak ifade etmektedir.
- Sırse (2014)’ye göre gastronomi, “bir kültürü ve yaşam tarzını tanımak için vazgeçilmez bir unsur olup kültür, gelenek, sağlıklı yaşam tarzı ve sürdürülebilirlik gibi geleneksel turizmde yer alan yeni eğilimlerle ilişkili değerler” olarak ifade etmektedir.

- Sarioğlan (2014) gastronomiyi, “insanın sadece fizyolojik ihtiyaçlarını değil aynı zamanda sosyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarını da karşılayarak fiziksel ve ruhsal sağlığı etkileyen bir süreç” olarak ifade eder.
- Aydın’a (2015) göre gastronomi, “yeme-içme kültürünün tarihsel gelişme sürecinden itibaren tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmasını kapsayan süreç” şeklinde elealmıştır.
- şengül ve Türkay (2016)’a göre gastronomi, “yiyecek ve içecekler ile bunların hazırlanmasını, sunum şekillerini, sunumun estetiği ve yemeğin tadını ve tüm bu değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen bir sanat dalı” olarak tanımlamaktadırlar.
- Lpez-Guzmn vd., (2017) gastronomiyi, “turistik yerlerin rekabet edebilirliğini artıran en önemli çekim faktörleri arasında olan ve turistlerin ziyaret ettiği bölgelerin kültürel unsurlarından biri olan yerli olanı arama ile giderek daha fazla özdeşleşen turistik ziyaretler” olarak ifade etmişlerdir.

Bahsedilen tüm bu tanımlar gastronominin, sadece yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasını, sunumunu ve tkutilmesini ele alan bir kavram olmadığını göstermektedir. Gastronomiyi ekonomik, kültürel, sosyal ideolojik ve politik yapıyı içerisine alan, insanların yemek yeme ihtiyaçlarının fizyolojik yönünün dışında, farklı kültürleri tanımada dünyaya açılan bir pencere olarak da nitelendirebiliriz. Bunun yanı sıra gastronomiyi, yiyecek ve içeceklerin hazırlanışında ve sunulışunda estetik güzelliği amalamasından dolayı, estetik değerlerin tamamını bünyesinde barındıran bir kavramı da ifade ettiğini söylenebilir (Altınel, 2009). Ayrıca gastronominin belirli bir bölgede üretilip-tkutilen yiyecek ve içecekler ile bunları etkileyen önemli tarihsel olayları, dini inanışları, ritüelleri, üretim ve pişirme tekniklerini ve yemek tkutilim şekillerini anlama çabası içerisinde olduğunu söyleyebiliriz (Dinçer vd., 2014).

Bu nedenle gastronominin;

- İnsanların yemek yeme nedenlerini, tercihlerini ve bunlar üzerinde etkili olan faktörler için psikolojiyle,
- Yiyecek ve ieeğin toplumsal iletişimdeki yeri ve dışarıda yemek yeme nedenleri açısından sosyoloji ve ekonomiyle,

- Kullanılan araç ve gereçlerin geçmişi söz konusu olduğunda ise tarihle ve diğer birçok bilim dallarıyla ilişkili olması çok yönlü bir kavram olduğunu göstermektedir (Kivela ve Crofts 2006). Bu da yapılan çoğu tanımın gastronominin belirli bir yönüne vurgu yaparken, gastronomiyi bir bütün olarak tanımlanmasını zorlaştırmıştır (Gillespie ve Cousins, 2001).

1.2. Gastronominin Tarihsel Gelişimi

İnsanoğlunun varoluşundan beri en temel ihtiyaçlarından biri olan yemek yemenin gerekliliği, insanlık tarihi kadar uzun bir geçmişe dayanmaktadır (Belge, 2001). Başlangıçta yemek yemek insanların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için gereken bir gereksinim olarak görülmekteydi. Ancak bu durum zamanla bir sanata ve zevke dönüşmüştür (Doğan, 2018). Böylece birçok kaynakta yeme-içme sanatı ve bilimi ya da zevk veren yemeklerin-yiyeceklerin tüketimi olarak bahsedilen gastronomi kavramından söz edilmeye başlanmıştır (Santich, 2004). Gastronomiyle ilgili ilk öncülerin Eski Yunan'a dayandığı bununla birlikte M.Ö. 5. yüzyıldan itibaren Çinliler ve Romalılar olmuştur. Batı toplumlarında bugün ki anlamda kabul edilen gastronomi ilkeleri, Rönesans döneminde, Fransa ve İtalya'da gelişmeye başlamıştır (Öney, 2013). Bu dönemde sağlıklı beslenmenin insan sağlığı açısından tıbbi öneminin olduğuna odaklanılması, Platina tarafından yazılan "Of Honest Indulgence and Good Health" (yemek pişirme ve beslenme kitabı) gastronomi araştırmacıları için belki de günümüzde gelinen aşamanın başlangıcını oluşturmaktadır (Scarpato, 2002).

Gastronomi kavramının kelime olarak ilk kullanımı M.Ö. 4. Yüzyılda Sicilya asıllı bir Yunanlı olan Arcestratus'un yazdığı yiyecek ve şarap rehberi özelliğine sahip olan kitapta söz edilmiştir. Bu kitabın orijinal ismi "The Art of High Life" yani "Lüks Yaşam Sanatı" anlamına gelen "Hedypatheia" kelimesi uzun bir zamandan sonra Athenas tarafından "Gastronomi" olarak çevrilmiştir (Scarpato, 2002).

Etimolojik olarak incelendiğinde eski Yunan'da gastronomi terimi, "gastro" ağızdan başlayarak mide ve uzantılarını içeren tüm sindirim sistemi ile ilgili, "nomi" ise yönetmelik, yönerge veya düzen anlamına gelen terimlerden oluşmaktadır (www.etymonline.com, 2019). Yine bazı gastronomi ile ilgili kaynaklarda tarihte ilk kabul edilen yemek tariflerinin M.Ö. I. yüzyıl ile M.S. III. yüzyıl arasında yaşamış

Latin Apicius (yemek meraklısı diye kabul edilen ve anılan kişi) tarafından ortaya konulduğundan da bahsedilmektedir (Çelik, 2017; Aydın, 2015).

Arkeologlar M.Ö. 1700 yılına ait yemek tarifi niteliği taşıyan çivi yazısıyla yazılmış kil tabletler bulmuşlardır. IX yüzyıla ait bu tabletler de de bir yemeğin hazırlanışı bağlamında hayvanın kesiminde son biçimin verilip servisinin yapılmasına kadar olan tüm süreçlerin anlatımı söz konusudur. Bu durum ise yemek pişirme sanatının temellerinin Mezopotamya’da atılmış olabileceğini düşündürmektedir (Dilsiz, 2010; Aydın, 2015).

1801 yılına gelindiğinde Gastronomi kavramı, Fransız şair olan Joseph Berchoux’un, “Gastronomie ou L’Homme des Champs a Table” (Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan) adlı eserinde yazdığı bir şiir ile tekrar gündeme geldi. Şair bu şiirinde gastronomiyi en iyi, güzel, nitelikli yiyecek ve içeceklerden keyif ve tat alma anlamında kullanmıştır. Ardından iki yıl sonra Croze-Magnan tarafından “Gastronomie a Paris” yani “Gastronomié” adlı eserin basılmasıyla bu kavram yaygınlaşmaya başlamıştır (Larousse, 2005). Yazar kitabın da gastronomi kavramını “bütün şart ve yaşlarda tadılabilen sanat” şeklinde tanımlaması kavramın içerik olarak da zenginleşmeye başladığını göstermektedir (Göker, 2011).

Ancak gastronomi kavramıyla ilgili ilk resmi ve bilimsel çalışma Fransız Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından yapılmıştır. 1825 yılında “La Physiologie du Gout” yayımlanmış ve “The Physiology of Taste” olarak İngilizce’ye birçok kez çevrilmiştir. 2016 yılında da eser “Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler” Türkçeye çevrilmiştir (Gürsoy, 2014). Brillat Savarin gastronomiye olan bakış açısı yemek pişirme veya tadım yapmanın ötesinde, sosyal bilimler ve fen bilimleri ile yakın ilişki içerisinde olan sentez bir bilim olarak görmüştür. Brillat Savarin’in gastronomiyi; “yiyeceğe dönüştürülebilir maddeleri bulmada ve hazırlamada herkese kılavuzluk eden rehberliğin”, “gıda maddelerinin sınıflandırmasını yaptığı için doğa tarihinin”, “gıda maddelerinin özelliklerini inceleyip analiz ettiği için fizik ve kimyanın”, “en iyi ürünü hesaplı fiyata alarak karlı bir biçimde satmanın yollarını aradığı için ticaretin”, yemekleri uyarlayarak tat duyusuna haz verecek hale getirdiği içi aşçılık sanatının” bir parçası olarak görmektedir. Bu bağlamda Savarin gastronomiyi “İnsanların yediği her şey hakkında

bilgi sahibi olması, yediğini anlaması ve bunlarla ilgili elde ettiği tecrübe” şeklinde ifade etmiştir (Hatipoğlu, 2014).

Brillant Savarin’ın gıda ve içecek bilimi ile ilgili yaptığı bu çalışmalar hem diğer çalışmalara öncülük etmiş hem de disiplinler arası bir çalışma alanı olduğuna işaret ederek modern gastronominin gelişimine de katkı sağlamıştır (Kivela ve Crotts, 2006). Bu eserlerin ortaya konulmasıyla birlikte gastronomi kavramının gelişimi de artmaya başlamış ve 1835 yılında Fransız mutfak sözlüğüne “İyi Yemek Yeme Sanatı” olarak eklenmiştir. Ayrıca 1920’de, ziyaretçilere hem yerel yemek için rehber olması hem de ziyaretçileri yöresel gastronomi turizmine yöneltmek amacıyla “Gurme Rehberi” yayımlanmıştır (Karım, 2006).

Gastronomi kavramı hayatımıza girdiği andan itibaren günden güne gelişmiş ve farklı boyutlar kazanarak ilerleme göstermiştir. Halen de gastronomiyle ilgili pek çok çalışma yapılmaya devam etmektedir. Özellikle 2005 yılında Joel Robuchon tarafından yayınlanan “Larousse Gastronomique (Dünyanın En Büyük Mutfak Ansiklopedisi)” ve bunun gibi birçok kitap, dergi sayesinde geniş kitlelere ulaşan gastronomi yayınları gastronomiye ve gastronomi turizmine olan ilginin artmasını sağlamıştır (Göker, 2011; Çifçi, 2019).

Türkiye’de ise gastronomi ile ilgili çalışmalar 1980’li yıllarda başlamış ve 2009 yılında Ömer Kılıç tarafından hazırlanan “Yemeğin Tarihi” adlı kitap gastronomi yazınında örnek teşkil etmiştir (Göker, 2011). Öte yandan, ilk Türk yemek kitabı olan “Melceü't-Tabbâhin” (aşçıların sığınağı) bir tıp hocası olan Mehmet Kâmil tarafından yazılmış ve 1844 yılında İstanbul’da yayımlanmıştır (Acar ve Sürücüoğlu, 2014).

Nitekim insanın en temel fizyolojik ihtiyaçları arasında olan yeme-içme faaliyetleri bir süre sonra fizyolojik bir ihtiyaç olmanın ötesine geçmiş ve artık sosyal statü ve prestij gibi anlamlar kazanmıştır (Özbay, 2017). Yiyecek maddelerinin yemeye uygun hâle getirilmesiyle ilgili süreçlerini bilme, deneyimleme isteklerinin yeme içme eylemini fizyolojik bir ihtiyaç olmaktan çıkararak kültürel bir yapı hâline dönüştürmüştür (Işgın, Şengel ve Genç, 2017; Beşirli, 2010).

1.3. Gastronomi ve Yemek Kültürü

İnsanlığın var olduğu ilk yüzyıllardan beri yaşamını sürdüren medeniyetlerin tamamı buldukları doğal çevreye (coğrafi konumu, sahip olduğu iklim) ve kültüre (dine, tarih ve etnik çeşitliliğe, yerel gelenekler, değerler) göre değişik damak tatlarına sahip olmuşlardır. Bunun yanı sıra göçler, savaşlar, ticari faaliyetler gibi etkenlere bağlı olarak yaşanan etkileşimle birlikte mutfak kültürleri şekillenmiş ve çeşitlenmiştir. Bu etkileşimler farklı ülkelerin daha önce bilinmeyen yiyecekleri ile yerli besin maddelerinin birlikte kullanılmasını sağlamış ve yeni pişirme teknikleri kültürler arasında öğrenilmeye başlanmıştır. (Sandıkcıoğlu, 2007; Mennell, Murcott ve Van Otterloo, 1992). Meydana gelen bu değişimler sonucunda insanların yemek alışkanlıklarında, düzenlerinde ve yemeklerinde yenilikleri beraberinde getirmiştir (Akman, 1998). Bu durum yaşanan fiziki ve kültürel coğrafyanın yemek kültürü üzerinde özel bir rol oynamasının yanı sıra bölgesel hatta yöresel mutfakların ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Bir başka deyişle mutfak kültürlerini değerlendirirken coğrafya, tarih, iklim, hayatta kalma mücadeleleri ve yaşam tarzları gibi unsurlar unutulmamalıdır. Çünkü bu unsurlar bir ülkenin mutfağında pişirilecek yiyecek türlerini etkilemektedir (Long, 2004a).

Her yöre mutfağının tarih içerisinde gıda üretimi ve tüketimiyle ilgili sahip olduğu yöntemler, gelenekler, görenekler, alışkanlıklar, kullandığı aletler gibi kültürel miras unsurları yerel kültürünün temel öğeleri niteliğindedir. Bütün bu öğeler yörelerin mutfakları ve yemekleriyle ilgili bilgiler vermekte, fikirlerin oluşmasını sağlamaktadır. Bu da yemek kavramının bölgesel kültürün asli unsurlarından biri haline geldiğini söyleyebiliriz (Yıldız, 2016).

Günümüzde de insanlar artık karınlarını doyurmak için yemek yemekte, farklı tatlardan zevk almak, farklı atmosfere, manzaraya sahip yerler deneyimlemek istemektedirler (Yüncü, 2010). Seyahat tercihlerinde ise artık, bölgenin sahip olduğu mutfak kültürü de önemli rol oynamaya başlamıştır. Çünkü yabancı ya da yerli turistler ziyaret edecekleri bölgenin yöresel mutfak kültürünü tanımak, denemek, yemeklerin hazırlanış şeklini ve pişirilme yöntemlerini yakından görmek istemektedirler (Pekyaman, 2008). Bu da mutfak ve mutfak kültürünü, turistler için bir destinasyonun tercihinde en çok ilgi duyulan çekicilik unsuru olmasını sağlamaktadır (Ulusoy 2008). Bir başka deyişle yemek, basit bir karın doyurma işlevi

olmaktan çıkmış, bireysel ve toplumsal yönleri olan sosyal yönüyle de yaşadığı kültürün etkisinde olan kültürel bir unsur olmuştur (Beşirli, 2010; Sandıkçı 2007).

Dünya da mutfak geleneği olmayan toplum bulunmamaktadır (Çalışkan, 2013). Bu mutfak kültür içerisinde yer alan, bölgenin kendine özgü yerel kıyafetleri, yerel mutfak ekipmanları, pişirme yöntem ve teknikleri gastronomi faaliyeti içerisinde yer alarak turistlerin ilgisini çekmektedir. Özellikle yörede orijinal malzemelerle üretilmiş lezzetleri deneyen turistlerbu yemeklerin tariflerini istemekte hatta bazı malzemelerini satın alabilmektedirler. Böylece turistler kendi ülkelerine döndükleri zaman yedikleri yemeği hazırlamayı deneyebileceklerdir. Bir bakıma mutfak yöresellikten çıkıp ulusallaşmaya başlayacaktır (Göktan, 2000).

Mutfak kültürü yakın bir zamana kadar göz ardı edilen alan olmuştur. Ancak baktığımızda, mutfak kültürü her zaman bir geleneğin ve kültürün en uzun süre hayatta kalan kısmıdır. Başka bir deyişle, bir toplumun birçok farklı kimliğinin bir araya geldiği ve ulusal duyguların en çok hissedildiği mutfaklar günlük yaşam tarzlarının, alışkanlıkların, dini inançların, geleneklerin ve göreneklerin aynası olmuştur. Toplumlarda yeme üslubunun değişmesi ve sosyal olarak yemenin değerinin yükseltilmesi turizm faaliyetlerindeki hareketlenmelerinin sebeplerinde biri olmuştur. Bu da son yıllarda “Yiyecek ve içecek kültürünün bilime ve sanata dönüşmesi” olarak da nitelendirilen gastronomi turizmini önemli hale getirmiştir (Küçükaltan, 2009; Moira, Mylonopoulos ve Kontoudaki, 2015).

Ülkemiz mutfak kültürünün oluşmasında, Orta Asya’dan başlayarak bugünkü Türkiye topraklarına kadar ilerleyen göç olaylarının, farklı ülkelerin fethedilmesinin ve birçok uygarlığın hüküm sürdüğü Anadolu coğrafyasının oldukça önemli bir payı vardır (Aktaş ve Özdemir, 2005). Ülkemizin yedi farklı bölgesi birbirinden farklı lezzetleri barındırarak birçok çeşitte ürün suna bilen dünyanın en önemli mutfaklarından biridir. Ülkemizin sahip olduğu bu zengin mutfak kültürü, köklü tarihi geçmişi ve turistik çekiliğiyle gastronomi turizmi için tercih edilen bir ülke konumunda olmasını sağlamıştır (Dilsiz, 2010; Arslan, 2010). Kısacası bir ülkenin yahut bölgenin, mutfak ve mutfak kültürü, kendine has yemeği ve lezzeti turistlerin destinasyon tercihlerinde etkili olurken, aynı zamanda o yemeği yiyen kişiyi kültürel düzenin ve toplumsal kültürün bir parçası haline getirmektedir (Ulusoy, 2008; Çapar ve Yenipınar, 2016).

Gastronominin ilerlemesinde tarih ve geleneksel kültürlerin önemli bir yer tutmasında dolayı gastronomi ve kültür iç içe girmiş durumdadır. Bu nedenle gastronomiyi kültür boyutu üzerinden ele aldığımızda şu özellikler karşımıza çıkmaktadır (Altinel, 2009; Hatipoğlu, 2014; Uyar ve Zengin, 2015; Çağlı, 2012; Kivela ve Crotts, 2006; Baysal vd., 2007);

- Gastronomi çok yönlü sanatsal ve yerel disiplinler arası bir bilimdir. Bu da yöreye özgü her türlü sanatsal ve kültürel değerleri gastronominin yapı taşlarından biri yapmaktadır.
- Gastronomi, ziyaret edilen bölgede yaşayan insanlarla ve onların kültürleriyle etkileşime girme fırsat verir.
- Gastronomi, müze, film, alışveriş, müzik, festival, yöresel mutfak gibi kültürel konularla ilgilenen turistler arasında yüksek yönlü olumlu bir etkileşim sağlar.
- Gastronominin deneyimsel bir aktivite olması kültürel etkileşimin başlamasını sağlar.
- Bunun yanı sıra gastronomi, yerel kültürün turizm odaklı kalkınmasına da katkı sağlar.

1.4. Gastronomi Turizmi

Gıda tüketimi kavramı sadece beslenme ihtiyaçları için değil, aynı zamanda zevk için ve diğer sosyal, kültürel, politik faaliyetler arasındaki bağlantıları kurmanın bir yolu olarak da kabul edilmektedir. Turizm de son yirmi yılda yerel mutfaklara olan ilginin artmasıyla birlikte, destinasyonlar temel turizm ürünü olarak gıdaya odaklanmaya başlamıştır. Özellikle de turistlerin seyahat ederken bütçelerinin neredeyse yarısını yiyecek ve içecek için harcamaları gıdayı hem turizm ürününün hem de bir destinasyonu pazarlanma aracı olarak kullanılmasını da önem kazandığını söyleyebiliriz (Kumar, 2009; Boyne, Williams ve Hall, 2002).

İnsanların geçmişi arayışta olmaları, kültürel değerleri öğrenme isteği her geçen gün çoğalarak yaygınlaşmaktadır. Mutfaklarda, bir destinasyonun kültürünü ve yaşam tarzını betimlemede önemli bir rol oynamaktadır. Günümüzde de yerel yiyecekler bir turist için önemli bir seyahat faktörü olabilmektedir. Çünkü yemek sadece turist için temel bir ihtiyacı değil, aynı zamanda o destinasyonun kültürel unsurlarını öğrenmenin, tasvir etmenin de yoludur (Karamustafa ve Ülker, 2017). Bunun

sonucun da turizmden sağladıkları geliri artırmak isteyen ülkelerin turistik ürün bileşenlerindeki çekicilik unsurları arasına mutfak kültüründe dahil etmeye başlamalarına neden olmuştur (Bucak ve Aracı, 2013; Oğuz, 2016; Karum, 2009).

Son dönemlerde de insanların yiyecek olgusuyla daha fazla ilgilenmeye başladığı görülmektedir. Özellikle gazete, internet, dergi ve televizyon programları gibi görsel ve basılı birçok medya aracında neredeyse her gün yiyecek veya içeceklerle ilgili haberlerin, programların yer almaya başlamasıyla gıdaların ve mutfak kültürünün ön planda çıktığını göstermektedir. Yaşanan tüm bu değişim ve gelişmeler yeni bir turizm yeni bir turizm hareketi olan “gastronomi turizmi” olgunun ortaya çıkmasında rol oynamıştır (Aksoy ve Sezgi, 2015; Gökdeniz, vd., 2015).

Gastronomi turizmi sadece turistlere hitap etmekle kalmıyor, aynı zamanda bir destinasyonun sürdürülebilir kalkınmasına da katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte bir destinasyonun sahip olduğu mutfak kültürünün tatil deneyimine kalite sağlamada anahtar bir unsur olduğu da düşünülmektedir (Quan ve Wang, 2004). Mevcut araştırmalar, yerel gıdanın önemli bir turistik cazibe unsuru olduğunu ve sadece gıdaya özel ilgi duyanlar için değil, aynı zamanda yiyecek ve gıda konusuna daha gündelik bir tavrı olanlar için de turistik deneyiminin merkezinde olduğunu vurgulamaktadır (Henderson, 2009).

Tarım, turizm ve kültür gastronominin kaynağı niteliğinde olması destinasyonun, bölgesel bir çekicilik aracı olarak pazarlanmasını ve konumlandırılmasına olanak tanımaktadır. Yemekler için gerekli besinleri üretmede tarım, tarihi ve otantikliği ifade etmede kültür, gerekli alt ve üst yapıyı oluşturma turizm bir destinasyonun gastronomi turizmi destinasyonu olarak pazarlanabilmesi için önemli bir rol oynamaktadır (DuRand ve Heath 2006). Bütün bu unsurlar gastronomi turizmi çatısı altında toplanarak yerli ve yabancı ziyaretçilerin destinasyona ilişkin görüşlerini doğrudan etkilemekte ve tekrar ziyaret etme niyetlerini belirlemektedir (Boğan ve Sarıışık, 2017).

Hall ve diğerleri (2003)’ne göre gastronomi turizmi; “temel motivasyon faktörü özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmek” şeklinde bir tanımla yapmıştır. Bu tanım bize herhangi bir restorana yapılan gezinin gastronomi turizmi olduğu anlamına gelmediğini, bunun yerine belirli bir bölgeye

özgü yiyecek türünü tatma, üretim süreçlerini görme, deneyimleme arzusu veya ünlü bir şefin yemeklerini tatma arzusunun gastronomi turizmi kapsamına yer aldığını göstermektedir.

Hall ve Sharples (2003) ise turistlerin özel bir gıdayı tüketme isteği, belli bir yöreye ait ürünü tüketme isteği ve bir aşçı tarafından hazırlanan yemeği tatma isteğine yönelik yapılan seyahatlerin gastronomi turizmi faaliyetlerinin gerekçesi olarak sıralamışlardır. Gastronomi kavramında olduğu gibi, gastronomi turizminin tanımı konusunda da tek bir tanımda uzlaşmanın oldukça zor olduğu görülmektedir. Literatürde gıda ve turizm faaliyetleri ile ilgili çalışmalara baktığımızda “gastronomi turizmi”, “gıda turizmi”, “şarap turizmi” ve “mutfak turizmi” gibi çeşitli isimlerle tanınmaktadır (Çağlı, 2012).

Gastronomi turizmi ile ilgili yapılan diğer tanımlara bakıldığında, tarihsel bir konu ya da bir toplumun kültürünün yansıması olarak; kültür ve gıda arasındaki ilişkinin incelenmesine atıfta bulunmuştur (Santich, 2004). Bu bağlamda, gastronomi turizmi kavramı ilk defa 1998 yılında Lucy M. Long tarafından “culinary tourism” adıyla turistlerin farklı kültürlerin sahip oldukları yiyecekleri deneyimleme düşüncesinden ortaya atılmıştır (Kivela ve Crotts, 2006).

Long (2003)’un “Culinary Tourism” adlı kitabında gastronomi turizmi, “bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyecek ve içecek malzemelerinin yemeğe dönüştürülmesi için hazırlanmasını, sunumunun yapılmasını, yiyeceklerin tüketilmesini, yemek yeme sırasında gerçekleştirilen ritüellerini ve fiziki ortamda yer alan farklılıkları keşfetmek ve anlayabilmek amacıyla gerçekleştirilen turizm hareketi” olarak tanımlamaya çalışmıştır. Bu tanım gastronomi turizminin iki yönünü içerir (Long, 2004a). Birincisi, turistlerin yeni yiyecekleri ve bu yiyeceklerle ilişkili yeni kültürleri keşfetmeleriyle ilgilidir. İkincisi ise, gıdaları pazarlanabilir ve çekici kimlikler haline getirir. Çünkü yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, muhafaza edilmesi, ikram edilmesi ve yemek yeme gelenekleri gözlemlenebilir kültürel farklılıklardır (Hegarty ve O’Mahony, 2001). Ayrıca, yemek kültürleri “fiziksel, sosyal, kültürel, ekonomik ve estetik faaliyetler ve sistemler ağı” olarak belirtilmektedir (Long, 2004a). Bu kavram, yemek kültürlerinin turizm için bir dizi etkinliği mümkün kılabileceğini göstermektedir. Daha da önemlisi yiyecek

kültürünün, günlük rutin faaliyetlerin içerisinde yer almasına zemin hazırlayarak gastronomi turizmine yardımcı olabilir (Long, 2004a).

- Hall ve Mitchell (2000) gastronomi turizmini, “yerel mutfakları tanımak, yerel lezzetleri tatmak, yörede bulunan ürünlerin üretiminden tüketimine kadar geçen süreci izlemek, bölge mutfağına özgü olan yemekleri tespit etmek ve deneyimlemek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm çeşidi” olarak ifade etmişlerdir.
- Wolf (2002) gastronomi turizmini, “bir destinasyonun yiyecek ve içeceklerini keşfetme ve tatma amacıyla seyahat etmek, kalıcı ve ender gastronomi tecrübelerinin tadını çıkarmak” olarak tanımlamıştır.
- Richards (2002) gastronomi turizmi kavramını, “turistlerin yemek yapmayı öğrenebilmeleri, içeriğinde kullanılanlar malzemeler hakkında bilgi sahibi olabilmelerini, bu yolla gelişebilmeleri ve mutfak geleneklerinin içinde nasıl var olduğuna katılabilmeleri açısından giderek büyüyen yaratıcı bir sektör” şeklinde tanımlamaktadır.
- Hall ve arkadaşları (2003) gastronomi turizmini, “birincil ya da ikincil motivasyon kaynağı olarak yerel üreticilere, gastronomi festivallerine, restoranlara, gıda tadım yerlerine yapılan ziyaretleri içeren bir turizm türü” olarak tanımlamaktadır.
- Shenoy (2005) gastronomi turizmini; “turistin gittiği noktadaki faaliyetlerinin yöresel yiyecek ile ilgili olması, yöresel yiyecek deneyiminin seyahat davranışını etkileyen önemli bir neden olması, yöresel yiyecekleri satın alma ve benzersiz yiyecek üretimi yapan bölgelerde yemek deneyimi yaşamak gibi faaliyetler” şeklinde tanımlamaktadır.
- Kivela ve Crotts (2006) gastronomi turizmini, “unutulmaz ve eşsiz bir gastronomi deneyimi yaşamak amacıyla yeni yiyecek ve içecekleri keşfetmek” olarak ifade edilmiştir.
- Smith ve Xiao (2008) gastronomi turizmi kavramını, “kişinin farklı bir mutfak sisteminin parçası olan yiyeceklerin hazırlanması, servisi, malzemeleri ve yemek tarifleri ile karşılaşması” şeklinde ifade etmektedirler.
- Surenkok ve diğerlerine (2010) göre gastronomi turizmi, “özel bir restoranı ziyaret etmek, özel bir yemeği yemek, bir yiyecek marketini veya şarap

mahzenini ziyaret etmek sonucu doğan hareketlilik” şeklinde tanımlamaktadır.

- Karim ve Chi (2010)’ye göre gastronomi turizmi, “farklı yiyecek-içecekleri tatma, üretim sürecini görme, değişik kültürleri mutfak geleneklerini inceleyerek öğrenme, yeni öğün sistemleri ve yeme stillerini keşfetme gibi istekleri doğrultusunda gerçekleştirilen, seyahat ve konaklamayı da kapsayan bir ilişkiler bütünü” şeklinde tanımlamışlardır.
- Yüncü (2010) tarafından gastronomi turizmi, “asıl hedef olarak farklı bir yemek deneyiminde bulunmak veya bir yemeğin üretim sahasında hazırlanışını izlemek amacıyla yiyecek üreticilerini, gastronomi festivallerini ve şenliklerini ziyaret etmek” şeklinde tanımlanmaktadır.
- Harrington ve Ottenbacher (2010) gastronomi turizmini, “turistlerin daha önce yaşamadıkları bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşayabilmeleri için seyahat motivasyonu oluşturan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli boyutlarda destek olan turizm şekli” olarak tanımlamışlardır.
- Lin ve arkadaşları (2011)’na göre gastronomi turizmi, “yiyecek ve içecekleri tatmak amacıyla seyahat etme ya da en azından seyahatin bir kısmında yiyecek ve içecekleri tatma motivasyonu ile hareket etme” şeklinde tanımlamışlardır.
- Tsai ve Horng (2012) gastronomi turizmini, “yapıldığı yörenin özelliklerini taşıyan özel yiyecekleri keşfetmek, unutulmaz lezzetler denemek için seyahat etmek” olarak tanımlamışlardır.
- Akgöl (2012)’e göre gastronomi turizmi, “temel motivasyon faktörü özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmek” şeklinde açıklamaktadır.
- Durlu Özkaya ve Can (2012) gastronomi turizmini; “farklı kültürlere özgü yiyecek ve içecekleri yine o kültüre özgü bir şekilde tüketmek için seyahat etmek” biçiminde ifade etmişlerdir.
- UNWTO (Dünya Turizm Örgütü, 2012)’ya göre gastronomi turizmi, “seyahatlerini kısmen veya tamamen, bir yerin mutfağını tatmak ya da gastronomi ile ilgili aktivitelerine katılmak için planlayan turistler ve ziyaretçiler için geçerli olmaktadır” şeklinde tanımlamışlardır.

- Deveci ve diğerkleri (2013)'ne göre gastronomi turizmi “daha önce yaşanmamış bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşamak için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli ölçüde yardımcı olan turizm şekli” olarak tanımlanmaktadır.
- Williams, Williams ve Omar (2014) gastronomi turizmini, “uluslararası, bölgesel veya yerel seyahatler esnasında çekici, otantik, unutulmaz yiyecek ve içecekleri deneyimleme amacıyla seyahat edilmesi” olarak tanımlamaktadır.
- Zengin, Uyar ve Erkol (2015) gastronomi turizmini, “restoran ve otellerde turistler için yemeklerin hazırlanması yerine, yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyim yaşamak amacıyla turistlerin seyahat etmesi” şeklinde bir tanımlama yapmışlardır.
- Şahin (2015) ise gastronomi turizmi, “bir bölgedeki “benzersiz ve unutulmaz” yiyecek, şarap gibi bölgeye özgü diğerk gastronomik öğeleri deneyimlemek amacıyla söz konusu bölgeye gerçekleştirilen seyahat” olarak tanımlanmaktadır.
- Walter (2017) tarafından yapılan tanımına göre gastronomi turizmi, “yemek, dünyada ki bütün topluluklar ve kültürler için yaşamın temel unsurudur, dünyanın soyut mirasının önemli bir bileşeni olma özelliğini de taşımaktadır. Birçok gastronomi destinasyonu büyük oranda yerli ve yabancı turistler için giderek artan cazibe merkezleri haline gelmiştir. Gastronomi ile turizm arasındaki bağlantılar, yerel gelenek ve çeşitliliği desteklemenin yanı sıra, markanın ve pazarın desteğine yardımcı olan, kültür iletimi sağlayan, yerel ekonomik kalkınma, sürdürülebilir uygulamalar ve gıda deneyimleri için bir platform oluşturmaktadır” şeklinde tanımlanmıştır.

Gastronomi turizmi, yeni kültürlerarası görüşlerin, hızla büyümenin, toplumsal ve ekonomik kalkınmanın beslendiği önemli bir bileşen olarak görülmektedir (Ignatov, 2003). Bu kapsamda gastronomi turizmini; yöresel mutfak kültürünü tanımak, bölgeye ait ürünlerin yetiştirilmesini ve toplanmasını deneyimlemek, yöreye has bir lezzetin tadımını yapmak, mutfağın sahip olduğu geleneksel araç ve gereçleri tanımak, ünlü restoranların yemeklerini yemek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm çeşidi olarak tanımlanması mümkündür.

Genel olarak bakıldığında da gastronomi turizmi, turistler tarafından tüketilen yerel kültürün bir parçası, tarım ve ekonomik gelişimin bir parçası, bölgesel turizmin gelişmesinde ve tanınmasında etkili bir faktör, bölgelerin pazarlanmasında önemli bir anahtar hem küreselleşmenin hem de yerelleşmenin bir göstergesi ve turistler tarafından tüketilen ürün ile hizmetlerin oluşturduğu bir bütünü ifade eder (Yüncü, 2010; Hall, Mitchell ve Sharples, 2003).

1.5. Gastronomi Turizminin Bölgesel Gelişime Katkısı

Yemek, bir toplumun kendisini, yaşama tarzını ifade şekli aynı zamanda kültürel mirasının da en önemli parçalarından biridir. Bir bölgenin kendine özgü yöresel yemekleri, o bölgeyi diğer bölgelerden farklılaştırarak çekiciliğine katkı da bulunan önemli bir unsurdur (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008; Bucak ve Ateş, 2014). Çünkü yöresel yemekler, kaynağını yöresinin topraklarındaki ürünlerden almakla birlikte o yöreye ait özel üretim metotlarıyla üretilmektedir (Polat, 2017). Bu durum ulusal ve yerel ölçekte, yiyecek-içecek tüketimini turizm hareketi içinde önemli bir unsur haline getirmektedir (Kaşlı, vd., 2015; Rand, Heath ve Alberts, 2003). Çünkü turizmin gelişmesiyle birlikte ülkelerin turizm pazarından pay elde etmek istemeleri bölgeler arasındaki rekabeti arttırmıştır. Böylece yerel kültürün bir parçası olan gastronomi turizmi turistleri çekmek ve rekabet avantajı sağlamak konusunda önemli bir role sahip olmuştur (Richards, 2002).

Gastronomi turizmi sayesinde bölgelerin gastronomik ürünleri tanıtılmakta, bölge turizminin sürdürülebilirliği sağlanmakta, sosyal ve ekonomik gelişim için bir değer zinciri yaratılmaktadır (Soner, 2013). Gastronomi turizmiyle bölge halkı ve turist arasında kurulan iletişimden doğan duygusal bağ destinasyon imajı ve pazarlaması üzerinde olumlu etkiler oluşturur. Turistlerin yörede tattıkları lezzetler belleklerinde bir iz bırakarak daha sonra o yöreyi anımsamalarını sağlamakta ve bölgesel etkileşimin bir aracı haline getirmektedir. Böylece turistlerin yaşadıkları bu gastronomik deneyim o yörenin tekrar ziyaret edilmesinde etkili olmaktadır (Çavuş, Işık ve Yalçın, 2018). Bu sayede bölgeyi ziyaret eden turistlerin ürünlere harcadığı para bölge ekonomisinin, yerel üreticinin ve diğer sektörlerin gelişmesine hem de turistler için yüksek kaliteli yiyecek ve içeceklerin üretilmesine olanak sağlar katkı sağlamaktadır (Birdir ve Akgöl, 2015; Üzümcü, 2018).

Everett ve Aitchison (2008)'da yaptıkları çalışmada, kırsal bölgelerde gastronomi turizminin teşvik edilmesini böylece bölgedeki üreticilerin, çiftçilerin ve küçük işletmelerin turizmden elde ettikleri gelirlerini arttırmasına yardımcı olacağını düşünmektedir. Hjalager (2002) ise hiyerarşik bir sıra izleyen gastronomi tipolojisi modeli önermiş ve aşamanın sonunda bölge için en yüksek performansın sağlanacağını savunmuştur. Bu modele göre birinci derece de yer alan yöreye özgü gelişim, turizm bölgelerinin ortak ağ çalışmalarını, mevcut ekonomik yapılarını ve temel gastronomi çalışmalarını içerisine almaktadır. Bir bölgede yeteri kadar konaklama tesisinin bulunuyor olması, ziyaretçilere yetecek düzeyde yiyecek içecek işletmelerine sahip olması ziyaretçilerin gastronomi turizmi için o bölgeyi seçmelerinde etkili olan faktörlerdir. Diğer yandan yiyecek fuarları/etkinlikleri, yerel mutfakların gelişmesi, o bölgede gastronomi turizminin ne düzeyde gerçekleşiyor olduğunu gösteren birinci derece göstergeler arasında yer almaktadır. İkinci derece yatay gelişim göstergeleri olarak adlandırılmaktadır. Kalite kontrol ve pazarlamadan sorumlu kurumların kurulması, ürün kalitesi konularını kapsamaktadır. Kalite standartlarının pazarlanması, geleneksel yiyeceklerin modernizasyonu yatay gelişime örnek olarak gösterilmektedir. Üçüncü derece gelişim göstergeleri olan dikey gelişim, turizm endüstrisine ekonomik açıdan katkı sağlayacak en güçlü elementler bu aşamada yer almaktadır. Yerel yiyecek festivallerinin yapılması, yiyecek müzelerinin kurulması, yiyecek ya da ürün rotalarının kurulması turizm endüstrisine katkı sağlayan en güçlü elementler olarak gösterilmektedir. En gelişmiş aşama olan dördüncü derece yani çapraz gelişim, medya kuruluşlarının yerel gastronomiye yer vermesini, yerel gastronomi üzerine akademik çalışmaların yapılmasını, diğer sektörler ile iş birliği içinde olmayı ve ar-ge çalışmalarını kapsamaktadır (Hjalager, 2002).

Gastronomi turizmi, birçok alanda ekonomik girdi sağlayan sektörlerden biridir. Örneğin konaklama tesisleri, seyahat acenteleri, yiyecek-içecek işletmeleri gibi birçok turizm paydaşına ekonomik katkılar sağlamaktadır. Ayrıca yerel gıda tedarikçileri, aşçılık kursları, tarım üreticileri gibi gastronomi ile ilgilenen tüm birimler, gastronomi turizmi sayesinde kazançlar elde etmektedirler (Hüner, 2014).

Gastronomi turizminin sadece ekonomik değil hem bölgesel kalkınma üzerinde hem de yerel kültürün ve kimliğin güçlenmesine de katkı sağlayacağı ileri sürülmektedir.

Bunun en temel sebebi gastronomi turizminin kültürel mirasa ve sosyal yapıya sahip çıkarak bunları gelecek kuşaklara aktarılma konusunda oluşturduğu bilinçtir (Hall, Mitchell ve Sharples, 2003).

Seyahate çıktıkları yerlerin kendine has gastronomik ürünlerini tatmaktan zevk alan, bu seyahatler sırasında ciddi harcamalarda bulunan ve yaşadıkları deneyimlerini başkalarıyla paylaşan turistler; yılın her döneminde bölgede bulunan konaklama tesislerinin açık olmasını sağlayarak bölge ekonomisini canlı tutmaktadır (Çakır, 2017). Böylece bölgede etkin olan gastronomi birimleri olumlu etkilenecek, bölgeye yeni yatırımların yapılmasına, var olan yatırımların geliştirilmesine, bölgenin özgün değerlerinin korunmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca bölgelerde yapılacak olan imaj ve reklam çalışmalarıyla turist sayısı artırılarak bölge halkına ve ekonomisine ciddi avantajlar sağlanması mümkündür (Hüner, 2014).

Gastronominin mevsimsel pazarlama stratejilerinin üzerinde bir kaynak olması, doğal güzellikleri bakımından fakir olan bölgeler için de bir fırsat yaratmaktadır. Gastronominin bölgesel kalkınmaya katkısı;

- Bir bölgedeki kırsal turizmin ve tarımsal ekonominin gelişmesine,
- Bölgelerin sahip olduğu gastronomik kaynakların tur, festival ve imaj olanaklarını yaratmada kullanmasına,
- Yiyecek ve içeceklerin bölgelerin çekicilik unsurunu destekleyici faktörler olarak kullanabilmesi şeklinde üç ana başlıkta toplayabiliriz (Eren, 2016).

Kivela ve Croots (2005) ile Richards (2002) bölgeler için gastronomi ve gastronomi turizminin yararlarını şu şekilde özetlemektedirler;

- Bir bölgeyi ziyaret edenlerin ve ziyaret etme potansiyeline sahip turistlerin pazar bölümlerine ayrılmasına ve hedeflere göre konumlandırılmasına, gastronomi katkı sağlamaktadır.
- Gastronomi turizmi, tarihi yapılara ve birtakım doğal çekim unsurlarına (deniz, kum, güneş, doğa, vb.) sahip olmayan destinasyonlar için çok önemli bir kaynak olabilmektedir.
- Gastronomi turizminin, sezonluk olmaması yani bütün bir yıl uygulanabilir olmasından dolayı, zaman ile ilgili sorunları gidermek gibi olumlu bir etkiye de sahiptir.

- Bir bölgenin durağanlaşan turizm etkinliklerinin, gastronomi turizmiyle birlikte canlanması sağlanır.
- Gastronomi turizmi kırsal bölgeler için sürdürülebilir ve kalkınma odaklı yatırımlara ortam hazırlayarak destek vermektedir.

Gastronomi turizminin; markalaşma ve pazarlama faaliyetlerinde sağladığı yararlar ise (Alvarez, 2012);

- Pazarın konumlandırmasını ve belirlenmesini,
- Restoranlar, turizm endüstrisi ve gıda üreticileri arasında bağ kurulmasını,
- Özel restoranların gelişmesine,
- Ulusal ve yöresel mutfak profilinin ortaya çıkarılmasına,
- Kaliteli bir mutfak deneyimi sunulmasına, yemek yemenin teşvik edilmesine, gastronominin desteklenmesine,
- Gastronomiyle ilgili yaşam tarzı çekiciliğinin vurgulanarak ve konumlandırılmasına,
- Mutfak şeflerini dünya sıralamasında konumlandırılmasına,
- Eğitim, öğretim ve yetenek kazandırmasına,
- Turist gereksinimlerini karşılayacak ürünler üretilebilmesine,
- Ulusal ve bölgesel markaların, gastronomi ile iletişimini sağlanmasına,
- Bölgesel mutfağın, otantik biçimde küresel seviyede sunulabilmesi, olarak sıralanabilir.

Kısacası gastronomi turizmiyle turistlerin yöresel ürünleri tanımasının yanında, köklerini bilmeleri, üretim süreçlerini deneyimlemeleri bu ürünleri kültür turizminin bir ürünü haline gelmesini sağlamaktadır. Böylece bölge ekonomisi, istihdamı ve kültürel mirası üzerinde olumlu etkiler yaratmakta, kültürel, coğrafi ve kırsal özelliklerin sürdürülebilirliğini, özgünlüğünü ve somutlaştırılmasını sağlayarak sürdürülebilir turizmin gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

PEYNİR

2.1. Peynirin Tarihçesi

İnsanoğlu muhafaza edilmesi oldukça zor olan sütü, dayanıklılığını artırmak ve taşımamasını kolaylaştırmak için peynir, yoğurt, tereyağı gibi çeşitli ürünlere dönüştürmüşlerdir. Bu ürünler arasında çeşit olarak fazla olan peynir de yüzyıllardan bu yana dünyanın hemen her yerinde, neredeyse her toplumunun tükettiği ve insanoğlunun en eski kültürel miraslarından biri olan gıda maddesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kamber, 2007a). Çeşitli kaynaklarda birçok yazar dünyada 1000 ile 4000 arasında peynir çeşidinin olduğunu ileri sürmektedirler (Sandine ve Elliker, 1970; Walter ve Hargrove, 1969 aktırn: Stanley, 1998; Burkhalter, 1981). Hammaddesi sadece süt olan peynirin, bu kadar çok çeşidinin olmasında; kullanılan sütün türü, kullanılan maya çeşidi, pıhtıyı işleme şekli, işlenme yöntemi, yağ durumu, olgunlaşma süreci ve koşulları, tuzlama biçimi gibi birçok farklılıklardan kaynaklanmaktadır (Fox ve McSweeney, 2004).

İnsanoğlunun, uygarlığa geçişindeki ilk simgelerden olan ve aynı zamanda kültürel zenginliğin de işareti olarak tüketilen peynirin ilk olarak kimler tarafından nasıl, nerede, ne zaman yapıldığı kesin olarak bilinmemektedir. Ortaya atılan birçok rivayete göre bu konu ile ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. Bu görüşler; R.W. Menges'a göre ilk peynir üretiminin, Arap bir gezgin tarafından sütün hayvan derisi torbada taşınırken tesadüfen elde edildiği, Herodot, Strabon ve Hipokrat, peynirin ilk İskit Türkleri tarafından kısırak sütü ile yapıldığını, Kosikowski, peyniri Türklerin ve Moğolların ataları olan toplulukların Asya'dan Avrupa'ya göç ettikleri sırada keçi sütünden fermente ürünler yapabildiklerini, Kuntze, Fin göçerleri tarafından peynir yapım tekniğinin keşfedildiğini, Paul Kindstedt ise 2012 yılında yayınladığı "Cheese and Culture" adlı kitabında peynirin M.Ö. 7000'den itibaren Anadolu'da çömlek

kaplarda yapıldığı yönündedir (Kamber, 2005; Kindsted, 2012; Ekinci, 2014; Bal Onur ve Aksoy Biber, 2017).

Peynirin keşfi kesin olarak bilinmemekle birlikte muhtemelen tesadüfen ortaya çıktığı düşünülmekte, 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 inanılmaktadır (Fox vd., 2017).

Evcilleştirme ilk başlarda, paleolitik dönemdeki avcı-toplayıcı topluluklar da hayvanın eti, postu ve kemikleri için yapılırken Neolitik dönemde yani insanların tarıma, hayvan yetiştiriciliğine yöneldiği bu dönemde yerini süt, süt ürünleri ve yüne bırakmıştır (Uhri, 2016). Bereketli Hilal’de yaşayan Neolitik köylüler tarafından tarla bitkilerinin yetiştirilmesi, özellikle doğal yaşam alanları olan dağlık bölgelerin yakınına keçi ve koyunları da çekmiştir. Bu nedenle, ekin ve hayvan yetiştiriciliğinin başlamasından kısa bir süre sonra, keçi ve koyunların güneybatı Anadolu’nun Toros Dağları ve Batı İran’daki Zagros Dağları’nın eteklerinde M.Ö. 8000 ila 7000 civarında evcilleştirildiği sanılmaktadır. İneğin ise, M.Ö. 6100-5800 civarında Makedonya ve Anadolu’da evcilleştirildiği tahmin edilmektedir (Barker 2006; Hole, 1989; Cauvin 2000).

Koyun ve keçilerin evcilleştirilmesi M.Ö. 7000 yılına kadar Bereketli Hilal boyunca meydana gelmiş olsa da yapılan kemik örneklerinin analizi hayvanların süt üretimi için değil, et için yetiştirildiğini göstermektedir. Çünkü bu dönem insanların hayvanlardan elde edilen sütü laktoz enziminin eksikliğinden dolayı tüketemedikleri düşünülmektedir (Barker, 2006). Etten süt üretimine geçiş ile ilgili ilk kanıtın Çanak Çömlekli Neolitik dönemden kalma çömlek parçalarındaki süt yağı kalıntılarının bulunmasıyla ortaya çıkmıştır (Evershed vd., 2008). Ayrıca Çanak çömlek gelişimi, genel olarak gıda depolama, işleme, taşıma ve mutfak kapasitesi açısından ileriye doğru büyük bir adımdı (Kindsted, 2012).

Çanak çömleklerin yapılmasıyla sütçülüğe geçişin eşzamanlı olması, sütün artık seramik kaplarda toplanıp saklanabileceği anlamına geliyordu. Neolitik insanın, depoladığı fazla süt barındırdığı bakteriler ve sıcaklığın etkisiyle laktik asit üretmeye başlaması yumuşak topaklaşmaları oluşturmaya başlıyordu. Yani süt fermente olarak pıhtılaşmış oluyordu. Pıhtılaşmış sütün kırılabilirliği ve karıştırıldığında katı pıhtıların sıvıdan (bu sıvı peynir altı suyu olarak adlandırılmıştır) ayrılma eğilimi hızlı bir

şekilde ortaya çıkarak toprakların taze tüketilebileceğini öğrenmiş oldular. Bunu yanı sıra Neolitik insanın sütü sıvı bir şekilde tüketmelerine engel olan laktozun büyük bir kısmının bu sıvı (peynir altı suyu) ile çıktığı için peyniri daha sindirilebilir hale geldiğini fark etmeleri bu toprakları içerisinde ki sıvıdan (peynir altı suyu) ayırmak için etkili bir araç geliştirmeye teşvik etti. Yeni kazanılan çömlekçilik uzmanlığı sayesinde, elek olarak nitelendirilen delikli seramik kaplar yenilikçi bir çözüm sağladı. Tüm bu bilgilerin yapılan kazılar da ortaya çıkan arkeolojik tabakalarda görüldüğü yönündedir (Kindsted, 2012). Bununla birlikte, arkeolojik kayıtlarda delikli seramik kapların (delikli eleklerin) ortaya çıkışı ile sütçülüğün Yakın Doğu ardından da Avrupa'ya gelişi ardından modern çağ da kullanımına ilişkin etnografik kaydı, nerdeyse bu kapların en başından beri peynir yapımı için kullanıldığı anlamına gelmektedir. Gerçekten de 20.yy'ın başlarında bu seramik kaplar, orta Avrupa'daki geleneksel peynirlerin yapımında hala kullanılmaktadır (Bogucki 1984; aktın Kindsted, 2012).

Bakıldığında ihtiyaçtan fazla sütün olması, ardından seramik kapların varlığı ve sütün pıhtılaşması peynir yapımının kapısını açmış ve sütçülük başladıktan kısa bir süre sonra Bereketli Hilal boyunca yaygınlaşmıştır. M.Ö. 6500-6000'e karşılık gelen arkeolojik tabakalarda bulunan çömlek parçaları üzerinde organik kalıntıların (özellikle lipitlerin) analizi, bu döneme ait kapların süt ürünlerini depolamak için yaygın olarak kullanıldığını doğrulamıştır. Ayrıca Kalkolitik Çağ'a gelindiğinde bazı kap formlarının sadece tereyağı veya peynir için kullanılmış olabileceği söylenebilir (Evershed vd., 2008).

Özetle, M.Ö. 7.binyılda peynir yapımının keşfi Neolitik insan için ileriye doğru büyük bir adımdı çünkü sütün olağanüstü besin değerine sahip hali olan peyniri insanların beslenmesinde önemli bir yiyeceğe dönüştürdü. Bu sayede peynir yapımının değeri bu halklarda kaybolmadı ve bu bilgi onlarla birlikte taşınarak yerleştikleri her yerde peynir yapımına devam ettirmelerini sağlamıştır (Kindsted, 2012).

Neolitik halkların çeşitli nedenlerle Yakın Doğu' dan güneye doğru, Mezopotamya'nın güney kesimlerine, doğuda; İran, Afganistan, Pakistan ve İndus Nehri'ne doğru göç etmeleri belki de peynir yapımını Mezopotamya ve Mısır uygarlıklarına bu yolla taşımıştır. Son olarak da göç iki ayrı yol izleyerek kuzey ve

Batı'da karadan önce Türkiye üzerinden Trakya ve Balkan yarımadasına, daha sonra Tuna ve Ren Nehirleri boyunca kuzeye doğru, Kuzey Denizi ve İngiltere'ye ulaşır. İkinci göç hareketi ise Doğu Akdeniz sahilinden batıya doğru Yunanistan, İtalya, Fransa ve İspanya'nın kuzey Akdeniz kıyılarına doğru ilerledi. Neolitik insanın, göç ettiği bu bölgelerde yapılan arkeolojik kazılarda çıkarılan çanak çömlek kırıkları, yanlarında süt üretimini, tereyağı ve peynir yapımını içeren Yakın Doğu kültürünü de beraberinde getirdiklerini göstermektedir. Böylece M.Ö. 4500'lü yıllarda Neolitik Yakın Doğu kültürü, Akdeniz havzasına, Avrupa'nın çoğuna ve Orta Doğu'ya egemen olmuş ve Hindistan'a kadar uzanmıştır (Kindsted, 2012).

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 teknolojisini iyi bildiklerinin göstermektedir. İnekler sağılarak sütleri bir kaptan toplanıyor ve ardından yayılıyor. Sümer ve Akadların ise 200'e yakın peynir çeşidini bildikleri tahmin edilmektedir (Ünsal, 2009).

Hititlere ait tabletler de yer alan metinler de "GA" ideogramı sütü, "GA.KIN.AG" ideogramı peyniri, "GA.KALA.GA" ideogramı ise koyun sütü ile yoğurt anlamına gelen sözcükleri ifade etmektedir. Bunun yanı sıra "GA.EM.ŞU" sözcüğünün ekşimik süt anlamına gelişi süttan bazı fermantatif yöntemlerle değişik ürünlerin elde edildiğini gösteren kanıtlar olarak kabul edilmektedir. Hititlerin süt ürünleri ile ilgili ürünleri hayvan dersinden yapılan tulumlara, küplere ya da çömlekler de saklanmış olabilecekleri düşünülmektedir (Karauğuz, 2006; Albayrak, Solak ve Uhri, 2008).

Babil (M.Ö. 2000) döneminde de peynirin "soyluların yiyeceği" olarak görülmekteydi. M.Ö. 5000 yıllarına ait süt süzme kaplarının İsviçre'nin Neuchatel gölü kıyılarında yapılan arkeolojik kazılarla bulunması, peynir yapımına Sümerlerden de önce başladığını göstermektedir. Ayrıca Fransa ve İtalya'da antik dönem (M.Ö. 2800) yapılan kazılarda da süt süzme kaplarının varlığı peynirin bu dönemde yapıldığına işaret etmektedir (Kamber, 2005; <http://eng.ege.edu.tr>).

Tevrat'ta da peynir den bahsedilmekle birlikte eski İbranice eserlerde Kudüs'te yer alan atletizm alanının "peynir İmalatçıları Ovası'nın" yakınlarında olduğunda bahsederek peynirin önemini vurgulamaktadır. Peynir için kullanılacak süt, keçi derisinden yapılan bir torbaya konulur. Ardından bir işkembe parçası atılır. Deri torbadaki süt pıhtılaşınca elleriyle pıhtı kırılarak bu parçaların güneşte kurutulduğu

ve tuzlanarak tüketildiği yazmaktadır. Ancak Tevrat'ta, keçi sütü içerisine organ parçası atılmasının yasak olmasına rağmen peynirin bu şekilde yapılarak yenmesi “mekruh” olarak sayılmamaktadır. Bundandır ki Yahudiler yenilebilir peynire “mubah” anlamına gelen “kaşer” kelimesini kullanmaktadırlar ve belki de “kaşar peynirinin” ismi bu İbranice kelime den gelmektedir (Kamber, 2005).

Yunanlılar ve Romalılar (M.Ö. 1000)' da peynirin birbirinden farklı türlerini de yapmış olsalar da bunlar hakkında pek fazla bilgi bulunmamaktadır. Bu peynirler hakkın da sadece koyun ya da keçi peynirleri olarak bahsetmişlerdir. Her iki toplumda da peynir sadece alt ve orta sınıfın değil, soylu sınıfının da yiyeceğiydi. Sadece kullanılan süt sınıflar arasında değişmekteydi. Alt tabaka olan halk inek ve keçi sütünden peynirleri tüketmektedirler. Soylu sınıfı ise koyun sütünden yapılan peynirleri tüketirlermiş. Roma imparatorluğun' da özel olarak peynir ile ilgili ziyafetlerin düzenlendiği, Romalı askerlere ise günlük gıda haklarında buğday, tuz, koyun eti, şarap ve domuz yağı yanında 27 gr peynir verildiği kayıtlara geçmiştir. Helenlerin ise Olympos dağındaki tanrılarına sundukları hediyelerde peynirin de bulunduğu görülmektedir. Ayrıca Yunan site devletlerinin aralarında düzledikleri olimpiyatlarda sporcuların güçlenmesi için peynir yedikleri görülmektedir (Ünsal, 2009; Kamber, 2005).

Orta çağ boyunca peynir teknolojisinin ve peynir çeşitlerinin gelişimine en önemli katkıyı manastırlar ve feodal beylikler sağlamıştır. Manastırlar, Avrupa'da tarımın ilerlemesine ve peynir de dahil olmak üzere gıda mallarının geliştirilmesine ve iyileştirilmesine önemli katkılarda bulundular; birçok peynir çeşitleri manastırlarda geliştirilmiştir. Örneğin bir peynir türü olan “Munster” adı manastırdan gelmektedir. Ayrıca peynir bu dönemde ilaç olarak kullanılarak birçok hastalığı tedavi etmek içinde kullanılmaktadır (Fox, 2011).

17. yy' da Avrupa'dan göç edenler Amerika'da peyniri tanıtmaya başlamıştır. Göçmenlerin ilk olarak Atlantik kıyılarına yerleşmesinden dolayı sadece bu bölgeye özgü bir yiyecek olarak kalmıştır. 19. Yy' da İsviçre'de ekonomik krizin patlak vermesi sonucunda işsiz kalan halkın bir kısmının Wisconsin eyaletine göç etmesiyle peynir Amerika'nın iç kısımlarına doğru yayılmıştır. Avrupa kıtasından Amerika kıtasına taşınan peynirin endüstri düzeyinde üretimini yapan ilk fabrika 1851 yılında ABD' de kurulmuştur. Avrupa'da 1899 yılında İngiltere'de peynir fabrikası

açılmıştır. Peynir yapımında mekanizasyona geçilmesi 1930’larda olmuş, üretimdeki asıl teknolojik gelişmeler de mikroorganizmaların peynirdeki rolünün anlaşılmasıyla 30 yıl içerisinde gerçekleşmiş ve bugün de devam etmektedir (Kamber, 2005; Fox, 2011).

Günümüzde tüketilen peynir çeşitlerinin bazılarının daha beylikler döneminde üretildiği anlaşılmaktadır. 14. yüzyılda Aydınolu Umur Bey adına tutmacı tarafından yazılan “Tabiat-name’de” (insanı nasıl sağlıklı yaşatmalıdır anlayışına amacına yönelik yazılan bir eser) peynir türleri olarak taze peynir ve deleme (teleme) peynirini belirtilir. Osmanlı imparatorluğun da süt ve süt ürünleri ihtiyacı ise şehrin içindeki ve kazalarındaki üretimden olduğu gibi özel peynir çeşitleri de devletin başka diyarlarından sağlanmaktaydı. Saray’ın süt ürünleri “mastgiran-ı hassa” (saray yoğurtçuları ve sütçüleri) tarafından alınıyordu. Bunu yanı sıra Eflak, Rumeli ve bazı Karadeniz limanları İstanbul’a önemli miktarda tekerlek ve tulum peyniri ihraç ediyordu. Limni ve Midilli adalarından ise 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 ise İstanbul’da peynir üretimi yapan 400 tane esnafın olduğunu, Kaşkaval Peyniri, Kesme Peyniri ve Teleme Peyniri gibi peynir çeşitlerinden bahsetmektedir (Pişkin, 2010).

Osmanlı imparatorluğuna gelen peynir çeşitlerinden II. Beyazıt zamanında çıkarılan kararnamede de bahsedilmektedir. Bu kararnamede; taze lor, taze dil peyniri, taze çayır peyniri, Mudurnu peyniri, peynir, Karaman peyniri, Sofya peyniri, eşme peyniri, midilli peyniri, beyaz peynir, çimi tulum peyniri, İzmir tulum peyniri, Rumeli tulum peyniri, taze kaşkaval peyniri ve balkan kaşkaval peynirlerinin İstanbul’da tüketilen peynirler çeşitleri olduğundan söz edilir (Kamber, 2005).

2.2. Peynirin Tanımı

Peynir, birçok kaynakta “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).

Dünya sağlık örgütü (FAO)’nün peynir için genel standartlar kodeks’inde (Codex General Standard For Cheese) peyniri, “kaplanabilen ve peynir altı suyunun süt miktarını geçmediği, süttten elde edilmiş, olgunlaşmış veya olgunlaşmamış, yarı yumuşak, sert veya ekstra-sert bir ürün” olarak tanımlanmaktadır. Türk Gıda Kodeksi Peynir Tebliği göre ise peynir, “hammaddenin uygun bir pıhtılaştırıcı kullanılarak pıhtılaştırılması ve pıhtıdan peynir altı suyunun ayrılmasıyla ya da süttün permeatının ayrılmasından sonra pıhtılaştırılmasıyla elde edilen, farklı sertliklerde ve yağ içeriklerinde, salamura ile ya da kuru tuzlama ile tuzlanarak ya da tuzlanmadan, starter kültür kullanarak ya da kullanmadan, telemesi haşlanarak ya da haşlanmadan, çeşnili ya da çeşnisiz olarak, tekniğine uygun olarak üretilen, olgunlaştırılmadan ya da olgunlaştırıldıktan sonra tüketilen, çeşidine özgü karakteristik özellikleri gösteren süt ürünleri” şeklinde tanımlanmaktadır. Türk Dil Kurumu (2019)’na göre ise peynir, “maya ile katılaştırılarak süttten yapılan ve birçok türü olan besin” olarak tanımlanmaktadır.

Fox ve McSweeney peyniri, “dünya çapında çok çeşitli tat ve formlarda üretilen bir grup fermente süt bazlı gıda ürünlerine verilen genel ad” olarak ifade etmişlerdir. Etimolojik kökenine baktığımızda ise “peynir” “bir kalıp içinde yapılan” anlamına gelen Latince “formaticus” kelimesinden gelmektedir. Eski yunanca da kesilmiş süttün ya da taze peynir suyunun süzdürüldüğü, genellikle kamyş, saz yahut ağaç/çalı dallarından örülen sepete “formos” deniliyordu. Romalıların ise fırınlanmış killi topraktan ya da ağaçtan yaptıkları süzme kabına “forma” denilmiştir (Fox ve McSweeney, 2004). İtalyanlar da kelimenin anlamına sadık kalarak formaggio’yu benimsemişler ancak sözcüğü kalıp yerine değil, peynir anlamında kullanmışlardır. Fransızlar önce formage, formaige, fourmage, frommaige ve en son olarak da fromage sözcüğünü kullanmışlardır. Ancak peynir için İngilizlerin (cheese), Almanların (Käse), Hollandalıların (kaas), İspanyolların (questo) kullandıkları kelimeler Latince de pıhtılaşma anlamın da kullanılan “coagulum” kelimesinden ve peynir anlamına gelen “caseus”dan kökenini almaktadır (Ünsal, 2009).

Peynir diğer ülkelerde de çeşitli isimlerle tanımlanmaktadır. Örneğin, Hint yarımadasında Büyük Türk-Moğol İmparatorluğunun hüküm sürdüğü dönemlerde

bölgede konuşulan ortak Urdu dilinde peynire “chiz” denildiği bilinmektedir. 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. Belki de Türkçe “piş-, biş” kökünden gelen bu söz peynir olarak Anadolu’da kullanıldığını görüyoruz. Peynir kelimesinin Türkçeye Farsçadan geçmiş olduğu ve ilk olarak Mısır Memluklarının 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 rastlanır. “İrimçik” deyişi Memluklerde, “yoğurt yapmak için ısıtma sırasında kesilen süte” verilen bir ad iken Orta Asya dillerinde peynir anlamında kullanılmıştır (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 udhitma” sözcüklerine karşılık geldiği görülmektedir. Uygurca kökenli olan bu kelime uyutmak, katılaştırmak, maya ile bekletmek anlamına gelen “udhit” kelimesinden kökenini almaktadır. Ayrıca Kaşgarlı’nın Lügat’ın da Karluk lehçesinde peynirin ekşi süttten yapılan bir çeşidine de “sogut” dediklerini öğreniyoruz (Ünsal, 2009).

11. yy’ da Yusuf Has Hacip’in yazdığı “Kutadgu Bilig” de sadece devlet yönetimi ile ilgili bilgiler yer almamakta aynı zamanda Türklerin yemek kültürü ile ilgili bilgilere de yer verilmektedir. Örneğin bal, yumurta, sucuk (sokdu), pastırma (yazok), kuru yoğurt (kurut) ve peynir türlerinden söz etmektedir. Özellikle yağı alınmış yoğurdun süzülüp kurutulmasıyla elde edilen peynir türüne “kurut” dedikleri bilinmektedir. Bu peynir çeşidinin ateşte pişirilip tekrar kurutulması siyah bir renk almasına neden olur. Orta Aya Türklerinin Anadolu’ya getirdiği bu peynir çeşidine “kara kurut”, İran’da “kashk siyah”, ya da “tarf siyah” adı verilmiştir. Bugün ise Anadolu’nun birçok yerinde yağı alınmış süttten yahut yoğurttan yapılan bu peynire “keşk”, “kesük”, “kiş”, “keş” ya da “çökelek” denilmektedir (Ünsal, 2009).

2.3. Peynirin Geleneksel Bir Ürün Olarak Değerlendirilmesi

Geleneksel gıdalar “özel kutlamalarla, dönemle ilişkilendirilen veya sıklıkla tüketilen, genellikle bir nesilden diğerine aktarılan, gastronomik mirasın bir parçası olarak özel bir yöntemle üretilen, duyuşal özellikleri nedeniyle diğer gıdalardan ayrılabilen ve belirli bir yerel alan, bölge veya ülke ile ilişkilendirilen özgün ürünler” şeklinde tanımlanmaktadır (Guerrero vd., 2009). Sharif, Zahari vd., (2016) geleneksel gıda kavramını, “kültürel kimliğin bir parçası olarak, belirli bir gruba ya da etnik kökene ait insanların paylaştığı belirli hazırlık ve tüketim alışkanlıkları” şeklinde tanımlarken, Türk Gıda Kodeksi ise geleneksel gıdayı, “geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilen veya geleneksel bir bileşim ya da geleneksel bir üretim biçimi ile tanımlanan veya doğrudan geleneksel bir üretim biçimine dayanmamakla birlikte, böyle bir üretim tarzını yansıtan işlemlerden geçirilmiş olması nedeniyle aynı kategorideki benzer ürünlerden açıkça ayrılabilen ürünler” olarak tanımlamaktadır. Jordana (2000) ise geleneksel gıda tanımına farklı bir bakış açısı getirerek geleneksel gıdaların sürdürülebilir olmasının yanı sıra, bir bölge ile ilişkilendirilebilmesi ve zaman içerisinde değişmeyecek üretim tekniklerine sahip olması gerektiğini belirtmiştir.

Bir toplumun yemek kültürünün ve beslenme alışkanlıklarının gelişmesinde büyük rol oynayan geleneksel gıdalar aynı zaman da (Köten ve Ünsal, 2014), kültürel zenginliğinin ortaya konulmasında da son derece önemlidir (Demirci vd., 2014). Türkiye de tarihi geçmişi, barındırdığı farklı kültürleri ve bulunduğu coğrafyanın sahip olduğu farklı iklimsel özellikleri sayesinde çok sayıda ve çeşitte geleneksel gıdaya sahip olmuştur (Cumhur, 2017). Özellikle son dönemlerde gastronomi turizmi kapsamında turistler kültürel farklılıklardan doğan bu yöresel gıdaları tatma ve deneyimleme merakı içerisinde olmaları turistleri bu yiyeceklerin olduğu bölgelere seyahat etmelerinde itici bir güç olmuştur (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013).

Her ülkenin geleneksel gıdaları içerisinde, bölgeye/yöreeye özgü geleneksel peynirlerinin de ayrı bir önemi olduğu yadsınamaz bir gerçektir (Karaca, 2016). Geleneksel peynirler, insanoğlunun uygarlığa geçişinin ilk simgelerinden biri iken aynı zamanda kültürel zenginliği ve mirası temsil eden, kuşaktan kuşağa aktarılan, yaşantılar sonucu tesadüfi bir şekilde elde edilmiş geleneksel bir üründür. Ayrıca, her geleneksel peynir doğduğu bölgeyle ve o bölgenin sahip olduğu iklimsel koşullarıyla

da ilişkilidir (Alichanidis ve Polychroniadou, 2008; Saygılı, Demirci ve Samav, 2019). Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yerel olarak üretilen ve tüketilen birçok geleneksel peynir çeşidi mevcuttur ve sahip olduğu bu geleneksel peynirlerin varlığı kültürel zenginliğinde de bir göstergesidir (Türkoğlu, vd., 2003; Demirbaş vd., 2006).

Günümüzde Anadolu’nun birçok bölgesinde çeşitli tat ve lezzette peynirlerin üretildiği görülmektedir. Bu çeşitlilik de bölgelerin coğrafi farklılıkları, sütünden yararlanılan hayvanlar, kullanılan yapım teknikleri, peynirin olgunlaştırılması ya da olgunlaştırılmaması, bölgenin sahip olduğu bitki çeşitliliği, yöreye özgü kültürel farklılıklar, alışkanlıklar gibi unsurlardan kaynaklanmaktadır (Hayaloğlu, 2008; Gün vd., 2010).

Her yöre kendine özgü görgü, bilgi, adet ve örflerine göre çeşitli peynirler üretilmektedir. Türkiye’de üretimi yapılan peynir çeşidi ile ilgili Kamber (2015)’in yaptığı çalışmada, 130’den fazla peynir türünün olduğu, bu peynirlerin üretim yöntemlerinin bazı yörelerde benzerlik gösterse de kullanılan malzemelerin peynire farklılık kattığı belirtilmiştir (Kamber, 2015; Gönç ve Dinkçi, 2010). Her bir yörenin peyniri kendine özgü duyuşal ve kimyasal niteliklere, tada, aromaya, kaliteye ve görünüme sahiptir (Gezginç ve Köksalan, 2012). Bu bağlamda Türkiye’de bölgeler bazında üretilen birçok geleneksel peynirler bulunmaktadır. Tablo 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 incelendiğinde bölgelerin geleneksel peynirleri görülmektedir. Bu peynirlerin üretiminde inek sütü, koyun sütü ve keçi sütü kullanılmakla birlikte bu sütlerin karışımından da yapılan peynirler de bulunmaktadır. Ayrıca, bazı geleneksel peynirlerin yapımında sadece koyun ve sadece keçi sütü de kullanılabilir. Örneğin Ayaş ovma, Mihaliç, Kopanisti, Abaza, Çimi, Antep sıkma, Urfa beyazı, Divle, cabalti çökeleği, Erzincan tulum ve kazıklı peynirleri koyun sütünden, Balıkesir ve Karaburun keçi sepet peyniri, Ezine keçi peyniri, Gönen Yörük peyniri, Malatya keçi salamura peyniri, Hatay Yayladağı keçi peyniri, Isparta Eğridir keçi peyniri ve Denizli beyaz keçi peynirleri de keçi sütünden yapılan peynirlere örnek verilebilir (Kamber, 2008).

Yapılan çalışma kapsamında, İzmir ilinde yapılan geleneksel peynirlerden Bergama Tulum (İzmir Tulumu)’unun koyun sütünden, Karaburun keçi sepet peyniri, kopanisti, Karaburun lorlu keçi tulum peyniri, armola peyniri keçi sütünden, tire

çamur peyniri ise inek sütü tercih edilerek yapılan geleneksel peynirler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 1. Ege Bölgesi Geleneksel Peynirleri

Üretim Yerleri	Geleneksel Peynirleri
İzmir ve çevre yöreler	İzmir Tulum Peyniri
Tire	Tire Çamur Peyniri
Seferihisar	Armola Peyniri
Karaburun, Foça, Çeşme, Ayvalık	Sepet Peyniri
Manisa	Çayır Peyniri
Ayvalık	Kirlihanım Peyniri
Milas	Kırktokmak Peyniri
Bodrum	Posa Peyniri
İzmir, Çeşme, Foça, Karaburun	Kopanisti
Aydın	Kuru Ezme Peyniri
Afyon	Afyon Tulum Peyniri
İzmir ve Aydın'ın İlçelerinde	Kuru Çökelek
Milas	Kazıklı Peyniri
Ayvalık	Sepet Loru

Kaynak: (Kamber, 2005)

Tablo 2. Karadeniz Bölgesi Geleneksel Peynirleri

Üretim Yerleri	Geleneksel Peynirleri
Artvin, Trabzon, Rize, Bayburt	Kolette Peyniri
Tonya (Trabzon), Yusufeli (Artvin)	Tonya Peyniri
Trabzon	Cami Boğazı
Artvin	Tekne Peyniri
Çorum	Kargı Tulum Peyniri
Çamlıhemşin, Yukarıkavrun, Çat, Elevit, Çiçekli, Ayder Yaylaları (Rize)	Kadına Peyniri
Trabzon, Rize, Artvin	Minzi Peyniri
Trabzon	Minzi Kurut
Erzurum, Rize, Bayburt	Kurçı
Trabzon ve çevresi	Süt Kırması
Doğu Karadeniz Geneli	Ayran Kırması
Trabzon	İmansız Peyniri
Artvin, Trabzon	Yer Peyniri
Trabzon	Varil Peyniri
Mengen (Bolu)	Mengen Peyniri

Safranbolu, Yenice, Eskipazar (Karabük)	Karabük Peyniri
İnebolu (Kastamonu)	Cabalti Çökeleği
Sürmene, Akçabat (Trabzon), Artvin	Telli Peynir
Araklı, Sürmene (Trabzon), Çimen, Balağot Yaylaları (Gümüşhane), Bayburt	Aho Peyniri
Şavşat (Artvin)	Şor Peyniri
Trabzon, Araklı, Tonya, Çaykara, Posof, Of, Rize, Artvin	Külek Peyniri
Artvin (Şavşat), Ardahan (Posof)	Gorcola Peyniri
Tonya (Trabzon)	Tonya Kaşarı
Bayburt	Lorlu Kaşar Kırığı
Ordu, Samsun, Giresun (Tüm Karadeniz)	Ekşimik Peyniri
Rize	Ayran Peyniri
Ordu, Giresun	Keş
Giresun	Giresun Acı Peyniri
Trabzon	Su (Sulu) Peyniri
Artvin	Yumme Peyniri
Yusufeli (Artvin)	Eridik Peyniri
Trabzon, Artvin	Yayla Peyniri
Artvin (Yusufeli)	Telli Kremalı Peynir
Dumanlı (Tokat), Vakfikebir, Sürmene (Trabzon)	Tulum Kaşarı
Sarıgöl (Artvin-Yusufeli)	Yusufeli Küflü Köylü Peyniri

Kaynak: (Kamber, 2005)

Tablo 3. İç Anadolu Bölgesi Geleneksel Peynirleri

Üretim Yerleri	Geleneksel Peynirler
Divle (Karaman)	Divle Tulum Peyniri
Çankırı	Küpecik Peyniri
Gölbaşı (Ankara)	Gölbaşı Tulum Peyniri
Sivas	Küp Peyniri
Niğde	Gödelek Peyniri
Yozgat (Sorgun, Boğazlayan, Şefaati, Yerköy)	Çanak (Testi) Peyniri
Kırşehir, Nevşehir, Çankırı, Aksaray	Çömlek Peyniri
Kayseri	Kayseri Çömlek Peyniri
Tokat, Kayseri	Çiğleme Peyniri
Çankırı ve çevresi	Kesmük Peyniri
Akdağmadeni (Yozgat)	Biberli Çöklek
Ayaş (Ankara)	Ayaş Ovma Peyniri / Ayaş Basma Peyniri
Akçabelen (Konya)	Çepni Tulum Peyniri

Konya	Konya Küflü Peyniri
Ereğli (Konya)	Ereğli Bez Tulumu
Karaman	Karaman Tulumu
Beypazarı (Ankara)	Karaşar Tulumu
Çankırı	Ekşi (Siyah) Peynir
Sivas	Pesküten

Kaynak: (Kamber, 2005)

Tablo 4. Marmara Bölgesi Geleneksel Peynirleri

Üretim Yerleri	Geleneksel Peynirleri
Bursa, Balıkesir, Çanakkale	Mihaliç Peyniri
Bursa, Balıkesir	Sırvakta Loru
Sinop, Bolu, Düzce, Çanakkale (Biga), Balıkesir (Gönen), Hendek, Adapazarı, Bursa	Çerkez Peyniri
Hendek, Bilecik, Bursa, Düzce, Adapazarı, Kocaeli, Bolu, Sinop, Çanakkale	Abaza Peyniri
Adapazarı, Doğançay, Hendek, Arifiye	Balkabağı Küp Peyniri
Kırklareli, Tekirdağ, Edirne	Trakya Kaşarı
Yenişehir (Bursa)	Çoban Peyniri

Kaynak: (Kamber, 2005)

Tablo 5. Güneydoğu Anadolu Bölgesi Geleneksel Peynirleri

Üretim Yerleri	Geleneksel peynirleri
Şanlıurfa	Urfa Beyaz Peyniri
Gaziantep ve Kahramanmaraş çevresi	Antep Sıkma Peyniri
Diyarbakır	Örgü Peyniri
İslâhiye	Kartal Peyniri

Kaynak: (Kamber, 2005)

Tablo 6. Doğu Anadolu Bölgesi Geleneksel Peynirleri

Üretim Yerleri	Geleneksel Peynirleri
Erzincan, Tunceli, Bingöl, Elâzığ	Erzincan (Şavak)Tulum Peyniri
Elâzığ, Bingöl	Pestigen
Siirt, Hakkâri, Van, Bitlis	Cacık (Otlı Çökelek) Peyniri
Siirt	Köçer (Göçer) Peyniri
Pasinler, Aybastı, Gümüşhane (bazı köyleri), Siirt, Sarıkamış	Karın Kaymağı Peyniri
Siirt, Hakkâri, Van, Bitlis	Otlı Peynir
Muş, Bulanık	Motal Peyniri
Kars	Gravyer Peyniri

Van	Otlu Lor Peyniri
Hakkâri	Yaprak Peyniri
Kars	Şor Loru
Selim, Sarıkamış, Hanak, Damal	Saçak Peyniri
Erzurum, Ağrı, Kars, Ardahan, Muş	Civil (tel, çeçil) Peyniri
Kars	Kars Kaşarı
Tunceli	Tomas Peyniri
Kars	Deve Dili Peyniri
Hakkâri	Dövme Peyniri

Kaynak: (Kamber, 2005)

Tablo 7. Akdeniz Bölgesi Geleneksel Peynirleri

Üretim Yerleri	Geleneksel Peynirleri
Isparta ve çevre yörelerde	Akçakatık Peyniri
Silifke	Ham Çökelek
Burdur	Keş Peyniri
Isparta ve Eğirdir	Eğirdir Taze Kelle Peyniri
Hatay	Ezme Peyniri
Mut	Bez Kaşar Peyniri
Isparta	Sütçüler tortusu
Denizli	Süller Tuluk Peyniri
Akseki, Manavgat, Korkuteli	Tulum Keşi
Antalya, Mersin	Sütlü Peyniri
Yalvaç	Yalvaç Küp Peyniri
Akseki, Serik, Manavgat	Çimi Peyniri
Antalya, Denizli, Isparta, Burdur, Toroslar, Gönen	Yörük Peyniri
Isparta ve çevre yörelerde	Dolaz Peyniri
Hatay	Carra Peyniri

Kaynak: (Kamber, 2005)

2.4. Türk Mutfak Kültüründe Peynir

Anadolu'daki peynir zenginliği, peynirin çeşitli tariflerde kullanımına olanak sağlayarak yemek çeşitliliğinin artmasında etkili olmuştur (Ulu, 2019). Peynir hem tek başına tüketilen bir gıda maddesi hem de yemeklerde kullanılan bir yiyecektir. Bazı toplumlar peyniri tek başına tüketilebilen bir gıda maddesi olarak görürken bazıları yemeğin bir parçası olarak görebilmektedir. Peynirin yemeğe eklenebilmesi için belirli özelliklere sahip olması gerekmektedir. Rendelenebilen veya ufalanabilen peynir yemeğin üzerine kolayca serpiştirilebileceğinden, çoğu yemek tarifinde yer

alabilir. Eriyen peynirler ise sadece belirli yemeklere eklenebilmektedir (Croxford, 2010). Ayrıca bazı tatlıların içeriğinde de peynire rastlanılmaktadır (Ulu, 2019).

Peynir farklı yemek kültürüne sahip toplumlarda farklı zamanlarda tüketilen bir üründür. Örneğin, Türk kahvaltılarının ayrılmaz bir parçası olarak görülür. Yöresel peynir çeşitleri en iyi kahvaltılarda yansıtılmaktadır. Dilimlenmiş, ufalanmış birkaç peynir, ekme ve çaya eşlik edebilmektedir. Ayrıca peynir börek, yumurta, salata gibi yiyecekleri zenginleştirmek ve besin değerini artırmak içinde kullanılabilir. Atıştırmalık ve kahvaltılık yiyeceklerin dışında ana yemeklerde ya da tatlı-tuzlu hamur işlerinde de peynirden sıkça faydalanılır (Croxford, 2010; Ünsal, 2009).

Türk mutfağında ayrı bir yeri olan mezelerde çoğu zaman peynire rastlanmaktadır. Meyhane kültürünün meze tepsisinde ya da Türkler için özel olan çilingir sofralarında da yine peynir sunulmaktadır. Bunun yanı sıra şarap evlerinin menülerinde de yöresel ve uluslararası peynir çeşitlerinden oluşan peynir tabaklarının yer aldığı görülmektedir (Swan, 2009).

2.5. İzmir'e Özgü Geleneksel Peynir Çeşitleri

Temel besin maddelerinden biri olan süt ve süt ürünleri, insan beslenmesinde oldukça önemli bir yere sahip olup protein, vitamin ve mineraller bakımından oldukça zengindir. Peynir de içerdiği birçok değerli bileşikler ve sağlığa faydaları nedeniyle insanlar tarafından sütün en besleyici hali olarak tercih edilen süt ürünleri grubundandır (Evrensel vd., 2003; Gürses, 2002).

Türkiye'de beyaz, kaşar ve tulum peyniri gibi ticari tip peynirlerin yanı sıra kendine has geleneksel üretim yöntemine sahip olan ve keşfedilmeyi bekleyen orijinal, birçok geleneksel peynir çeşitlerimiz bulunmaktadır. Zengin bitki örtüsü, ovaları, yayları, dağları, bereketli topraklarıyla çok uzun yıllar birçok uygarlığa ev sahipliği yapan ülkemizin süt ürünleri kültürde oldukça uzun bir geçmişe sahiptir. İlk başlarda Ülkemizde üretilen ve tüketilen peynir çeşitlerinin az olduğu düşünülse de sahip olduğumuz coğrafya da birbirinden farklı yöntemlerle yapılan peynir çeşitlerimiz bulunmaktadır. Yapılan çalışmalar ülkemiz de 130'dan fazla peynir çeşidi bulunduğu göstermektedir (Türütoğlu vd., 2003; Eren, 2004; Kamber, 2005; Terzi, 2006). Bu çeşitliliğin; peynir yapımı için kullanılacak sütün elde edildiği hayvan türüne (inek,

koyun, keçi ya da bu sütlerin belli oranlar da karıştırılmasıyla üretilen peynirler) ve kullanılan maya (oğlak mayası ya da endüstriyel maya)'ya göre farklı peynirler ortaya çıkmaktadır. Ayrıca peynir yapımında çiğ ya da pastörize edilmiş süt kullanılması, farklı sıcaklıklarda sütün pıhtılaştırılması, pıhtının parçalanma büyüklüğü, farklı şekillerde süzülmesi ya da baskılanması, haşlanması ya da haşlanmaması ve en önemlisi farklı iklim koşulları, farklı sıcaklıklar, farklı mekanlar ve farklı olgunlaştırma süreleri gibi etkenlere bağlı olarak birçok karakteristik özelliklere sahip geleneksel peynirler ortaya çıkmıştır (Üçüncü, 2004; Durlu Özkaya ve Gün, 2007; Ünsal, 2009).

Anadolu topraklarının denize açıldığı Ege bölgesinde de peynircilik oldukça gelişmiştir. Bölge coğrafi olarak Ege Denizi'nin oluşturduğu birçok körfez, yarımada ve koylarda oluşmaktadır. İç kesimlere doğru batı-doğu şeklinde uzanan dağlar ve bu dağların arasında kalan verimli topraklara sahip ovalar yer alır. Özellikle bölgenin hemen her köşesinin sahip olduğu bu bereketli doğal alanlar büyükbaş ve küçükbaş hayvan yetiştiriciliğinin yoğun olarak yapılmasını sağlamıştır. Bu dağlık alanlar ve ovalar da otlayan hayvanların sütlerinden de birbirinden farklı aromada ve lezzette peynirler yapılmaktadır. Baktığımızda Ege bölgesinin 12 peynir çeşidiyle 5. sırada yer aldığı görülmektedir. Bölgede koyun ve keçi yetiştiriciliğinin fazla olması, keçi ve koyun sütünden farklı şekil, renk ve lezzetlerde peynir çeşitlerinin yapılmasına olanak sağlamıştır (Kamber, 2007; Ünsal, 2009). Tüm bu unsurlar ve bölgenin çok kültürlü yapısını da dikkat aldığımızda bölgede zengin bir peynir kültürünün varlığından söz edebiliriz.

Ege Bölgesi; Manisa, Uşak, Muğla, Kütahya, Denizli, Aydın, Afyon ve İzmir illerinden oluşmaktadır. Bu iller içinde İzmir, bünyesinde barındırdığı çeşitli uluslar İzmir mutfağının çeşitlenmesinde bir anlamda sentez bir mutfak olarak zenginleşmesinde etkili olduğu söylenebilir (Dilsiz, 2010; Zağralı ve Akbaba, 2015). Yörenin sahip olduğu çok kültürlü yapısı, coğrafi unsurları, iklimi gibi faktörler peynir yapımında yansımıştır. İzmir'de 6 çeşit geleneksel peynir tespit edilmiştir. Bunlar kopanisti peyniri, Karaburun lorlu keçi tulum peyniri, armola peyniri, sepet (kelle) peyniri, İzmir tulum peyniri ve Tire çamur peyniri dir. Yöre peynirlerinden Tire çamur peyniri, kopanisti ve Karaburun lorlu keçi tulum peynirleri, lor peyniri grubu içerisinde dikkat çeken ürünlerdir. Ayrıca Tire çamur peyniri, kopanisti

peyniri ve armola peyniri yumuşak ve sürülebilir nitelikte olan peynirlerdir (Kamber, 2005; Ünsal, 2009).

2.5.1. İzmir Tulum Peyniri

Tulum peyniri; “ham peynirin (teleme) ufalanıp, tuzlandıktan sonra deri tulumlara basılması ve belli bir süre olgunlaştırılması sonucu elde edilen peynir olarak” tanımlanmaktadır (Dağdemir, 2000). Türk Standartları Enstitüsü (TSE) (2006)’ye göre Tulum peynirini; “inek sütü, koyun sütü, manda sütü, keçi sütü veya karışımlarının pastörize edilmesi veya pastörize sütün tekniğine uygun olarak işlenmesi, gerektiğinde katkı maddelerinin ilave edilmesi ve olgunlaştırılması sonucu elde edilen mamul olarak” tanımlanmaktadır. Tulum peynirinin, karakteristik özellikleri olan tat ve aroması tüketiminde etkili olan unsurlardır. Bu peynir, keskin kokulu, besin değeri yüksek, genzi yakan acılıkta ve gözeneksiz bir peynir türüdür. Deri tulumunda yapılan peynirlerin ise rengi, deriyle temas etmesinden dolayı sarı olup iç kısımlarına doğru beyazlaşmaktadır (Durlu Özkaya ve Gün, 2007).

Peynirin dayanıklılığını artırmak amacıyla yapılan, küpte salamuraya yatırılması ya da hayvan derisinden elde edilen tulumlara basılması, toprak/kum altında ya da serin mağaralarda olgunlaştırılması yüzyıllardan bu yana günümüze kadar gelen bir yöntem ve damak tadı geleneğidir. Peynirin ömrünün uzaması yani yaşaması için yapılan bu (fiçı, torba, tulum, küp gibi araçları kullanma) geleneğin Orta Asya’dan Balkanlara dek oldukça yaygın olduğu yadsınamaz bir gerçektir (Ünsal, 2009; Atilla, 2015).

Tulum peyniri taze olarak tüketilmeyen bir peynir türüdür. Genellikle çiğ sütü mayalandırdıktan sonra, en az 3-5 ay olgunlaştırılarak tüketilir. Olgunlaşması içinse obruk, mağara ya da mahzen gibi yerlerde bekletilmesi gerekmektedir. Tulum peyniri yağlı ya da yağsız her çeşit sütten yapılabilirken yağlı koyun sütünden yapılan peynir daha lezzetli olmaktadır. Ülkemizde yapılan tulum peynirleri bölgelere göre çeşitli isimler almaktadır. Doğu ve İç Anadolu’da “tuluk peyniri”, Burdur yöresinde “boğalak” ya da “boğana”, Isparta’da “ilikme”, Tunceli, Erzincan, Malatya’da “tomas”, Konya’da “peynir bağanası”, Muş’ta “avrinç” denilmektedir (Kamber, 2005; Ünsal, 2009).

Tulum peynirleri ülkemizde, Trakya bölgesi hariç sıkça yapılan peynirler arasındadır. Her bölgede imalat biçiminin, olgunlaşma yerinin, kullandığı süt çeşidinin farklı

olması birbirinden değişik tat ve lezzette tulum peynirlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu da ülkemizde üretilen tulum peynirleri arasında standart bir üretimden söz edilmesini engellemektedir. Ülkemizde yapılan tulum peynirlerini iki gruba ayırırsak; bunlardan birincisi daha çok Güneydoğu, Doğu ve İç Anadolu bölgelerinde kuru tulum peyniri, ikincisi ise İzmir başta olmak üzere Aydın, Manisa, Denizli, Muğla olmak üzere Ege Bölgesinde üretilmekte olan salamura tulum peynirleri olarak ayrılmaktadır (Üçüncü, 2004; Tekinşen ve Tekinşen, 2005).

10000 yıllık İzmir tarihinin sofraya kültüründe yer alan Bergama tulumu aslında daha çok İzmir tulumu adıyla anılmakta ve tanınmaktadır. İzmir tulum peyniri Ege bölgesinde başta İzmir olmak üzere Aydın (Çine, Söke, Germencik Koçarlı) ve Manisa (Kula, Akhisar, Alaşehir, Turgutlu) illerinde üretilen önemli bir peynir çeşididir. İzmir’de ise özellikle Bergama, Ödemiş, Kiraz, Tire, Bayındır, Dikili ilçelerinde yaygın bir şekilde yapılmaktadır Geleneksel tulum peyniri üretiminde, koyun ve keçi sütleri kullanılmaktadır. Ancak son yıllarda tüketim miktarının artmasına bağlı olarak inek sütü de tercih edilmeye başlanmıştır (Üçüncü, 2004; Kamber, 200; Adıgüzel vd., 2009).

İzmir tulum peyniri üretiminde, çiğ süt (koyun ya da karışık süt) birkaç katlı kalın bezden süzöldükten sonra ısıtılmadan mayalama sıcaklığına getirilir. Ardından “100 kg süte 1-2 çay kaşığı hesabıyla” doğal maya ya da ticari maya eklenir. Bu mayalamanın süresi ustanın bilgisine göre değişir. 1-2 saat pıhtı oluşumu için beklenir. Oluşan pıhtı parmakla kontrol edildikten sonra ucunda ağaç çubukları bulunan 1 metre uzunluğunda ki “kıрма” denilen sopalarla nohut büyüklüğünde olacak şekilde parçalanır. 15 dakika pıhtının dibe çökmesi için beklenir. Bazı mandıralarda ise kazana 40-50 derece sıcaklıkta su dökölerek pıhtının dinlendirilmesi yapılır. Sonra çöken pıhtıyı elle bir araya toplayarak bir kitle haline getirilir. Bu pıhtıyı kazandan çıkarmak için sarkıtılan cendere bezinin içine tamamı alınarak bir ağaç yardımıyla çıkartılır. Çıkarılan bezin uçları bağlanarak suyunun süzölmesi sağlanır. Bu süzdürme işlemi iki şekilde yapılır. Birinci işlem genellikle Ödemiş, Bayındır ve Tire yöresinde cendere bezi mandıranın tavanındaki cengellere asılır ve kendiliğinden süzölmesi için 3-5 saat beklenir. Bu şekilde yapılan peynire ise “askıda tulumu” adı verilir ve elde edilen peynir serttir. İkinci yöntem ise kazanın içinde parçalanmış pıhtının tezgâh üzerine serilen cendere bezine yerleştirilir. Suyunun

süzülmesi için üzerine bir ağırlık konulur. Bu yolla elde edilen peynire de “baskı tulum” adı verilir ve diğerine oranla daha yumuşaktır (Kurt, 1996; Kamber, 2005; Atilla, 2015).

Peynir suyunun süzülmesi bittikten sonra elde edilen ham peynir, kalıplar halinde kesilir. Üzerine soğuk su dökülerek soğuması sağlanır. Ardında gözenekler oluşumu için 5- 10 dakika bekletildikten sonra ters yüz edilen peynir kalıpları içine konulacak malzemenin büyüklüğüne göre (teneke ya da tulum) tekrar kesilir. *Eğer peynir tulumu konulacaksa*, önceden hazırlanmış keçi deri tulumunun kılı tarafına bir sıra peynir üzerine tuz serpilerek içerisinde hava kalmayacak şekilde basılarak doldurulur. Doldurulan tulumun ağzı sicimle bağlanır. 7-10 gün arasında oda sıcaklığında bekletildikten sonra hazırlanan tulumlar soğuk hava depolarında, mağaralarda, obruklarda yahut olgunlaştırma mahzenlerine ağız kısımları yukarı olacak şekilde yerleştirilir. Eskiden bu soğutma işlemi Ödemiş, Tire, Bayındır yöresinde Bozdağ’daki mağaralarda yapılmış. *Tulum peyniri tenekeye konulacaksa* yine bir sıra peynir ve %7-9 oranında olacak şekilde tuz ilave edilir. 1, 1,5 ay sonra soğuk hava deposunda bekleyen peynirin kendi kendine bıraktığı salamura kontrol edilir. Eğer az ise salamura üzerine ilave edilir ve tenekenin ağzı kapatılır. Ancak bu ek salamura ilavesi deri tulumu yapılmamaktadır. Bu şekilde hazırlanan tulumlar mevsime ve bulunduğu yerin sıcaklığına göre yaklaşık 4-6 derece 90-120 gün süre ile olgunlaştırılır (Kamber, 2005; Ünsal, 2009; Bal Onur ve Aksoy Biber, 2017).

Doğal küflü tadı ve aroması için tercih edilen geleneksel tulum peyniri son yıllarda, maliyet açısından daha düşük olduğu için plastik bidonla, naylon çuvalarda, hatta bez tulumlarda yapıldığı görülmektedir. Ayrıca çiğ süt yerine pastörizasyon işleminden geçirilen süte starter kültür (aromayı verebilmek için) ve ardından maya eklenerek fabrikalarda üretimi gerçekleştirilmektedir (Adıgüzel vd., 2009, Tekinşen ve Tekinşen 2005). Geleneksel deri tulum peynirleri ise çoğunlukla dağlık, kırsal yörelerde köylü ve çiftçi aileler tarafından iç tüketime yönelik olarak yapılmaya devam etmektedir (Ünsal, 2009).

Tulum peyniri günümüzde ticari kaygılar, saklama, depolama alternatiflerinin artması, hijyene uygun olması, taşıma koşullarının uygun olması sonucu tenekelere basılmaya başlanmıştır. Tulum peynirinin tenekelere basılması 1960’larda

denenmeye başlandığı ve daha sonra birçok mandıra sahibinin de kullanmaya başlaması ile yaygınlaşmıştır (Akarçay, 2018).

Deri tulumun hazırlanması ise şu şekildedir; 2 yaşındaki erkek keçi derisi seçilir. Bu deriler tuzlanıp bir ay kadar bekletilir. Ardından kırkma ve temizleme işlemi yapılarak tekrar tuzlanır. Peynir yapma zamanı geldiğinde tuzlanmış olan deriler Arap sabunu ile iyice yıkanır. Bu işlem bittikten sonra derinin kol kısımları sicimle bağlanarak, kıllı kısmı içeride kalacak şekilde şişirilerek deliklerin olup olmadığı kontrol edilir ve var olan delikler kapatılır. Sonra deri üzerindeki kılları sopalarla vurarak uzaklaştırılır. Ardından tekrar yıkama işlemi yapılarak, temizliğinden emin olunan tulumlar kurutulur. Bu şekilde hazırlanan tulum, peynir basmaya uygun hale gelir (Kamber, 2005; Atilla, 2015; Yoldaş, 2017).

Klasik tulum peyniri ile İzmir tulum peynirinin özellikleri ve yapılışı birbirinden farklılık göstermektedir. Klasik tulum peynirinde peynir tulumun kılız tarafına doldurulurken, İzmir tulumunda kıllı tarafına doldurulur. Ayrıca klasik tulum peynirinde peynir tulumu tek kütle halinde basılırken, İzmir tulumunda kalıplar halinde basılması ve salamurada olgunlaştırılması İzmir tulum peynirinin ayırt edici özellikleridir (Üçüncü, 2004; Kamber, 2007; Bayar ve Özrenk, 2011).

Tulum peyniri bölgede kahvaltılarda domates, zeytin ve yumurta ile birlikte tüketilmektedir. İzmir’de meyhane kültürü sofrasında, ordövr tabağı içerisinde mutlaka tulum peyniri bulunur. Bunun yanı sıra salataların içerisinde de tulum peyniri kullanılmaktadır (Swan, 2009).



Resim 1. Tulum Peyniri

2.5.2. Sepet Peyniri

Sepet Peyniri, Türkiye'nin Ege bölgesinde yapılan geleneksel bir peyniridir. Yöre halkı sepet peynirini yapmayı göçmenlerden öğrenmiştir. 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 (Ercan, 2009; Kamber, 2007).

Sepet peyniri, Ege bölgesinin ilçeleri olan Karaburun, Burhaniye, Dikili, Foça, Çeşme, Urla, Ödemiş, Ayvalık ve Söke'de üretilmektedir. Özellikle Ayvalık, Çeşme ve Karaburun ya yapılanları oldukça meşhurdur. Sepet peynirinin yapımında genellikle kıl keçisi sütü kullanılmaktadır. Ancak Ayvalık-Cunda taraflarında koyun sütü, Ödemiş ve Söke'de inek ve koyun sütü karışımı, bazı yörelerde ise sadece inek sütü de sepet peyniri üretiminde kullanılabilir (Bal Onur ve Aksoy Biber, 2009; Kınık vd., 1999).

Tamamen keçi sütünden yapılan içi gözenekli, dışı beyazımsı, taze tüketilen Çeşme ve Karaburun sepet peynirinin lezzeti de yapılışı da biraz farklılık göstermektedir (Kamber, 2007; Ünsal, 2009).

Sepet peyniri üretiminde süt 30-40°C'ye ısıtılır ve peynir mayası ile aşılanır. Aşılamadan sonra ısı kapatılır. Pıhtılaşma 2 saat boyunca beklenir. 2 saatin sonunda, büyük topaklar kalmayana kadar pıhtılar parçalanır. Ardından pıhtının peynir altı suyundan ayrılmasını sağlamak için üzerine sıcak su (36-38 °C) dökülür. Peynir altı suyundan ayrılan pıhtılar 1, 3 veya 5 kiloluk "kova" ya da "guva" adı verilen sepetlere yerleştirilir. Üzerine ağırlık konulmadan, sepetteki peyniri kendi başına süzülme bırakılır ve bu süre zarfında yumuşak olan peynir sepetin şeklini alır. Peynir, üst yüzeyinin de sepet şeklini almasını sağlamak için ters çevrilir. Daha sonra peynir sepetten çıkarılır. Üst ve alt yüzeylere ince tuz serpilir, peynir sepete geri gönderilir ve süzme işlemi devam eder (Kınık vd., 1999; Ercan, 2009). Yaklaşık 18 saat sonra, peynir tek bir blok olarak kendini tutabildiğinde sepetten çıkarılır ve 10 gün arayla 1 ay boyunca tuzlam işlemi yapılır. Bu sürenin sonunda kelle yağını bırakır "malaşır" yani sızma yapar. Peynir 1 ay daha bekletildikten sonra ancak 2 ay'ın sonunda tüketebilir kıvama gelmektedir. Tam olgunlaşma için az 3 ila 3,5 ay

geçmesi gerekmektedir. Bu sürenin sonunda peynir hemen tüketilmeyecek ise salamura edilerek saklanmaktadır (Kamber, 2007).

İzmir'in Karaburun ilçesindeki yaylalarda yapılan sepet peyniri ise bu üretimden biraz farklılık göstermektedir. Bu yöre de yapılan sepet peyniri keçi sütü kullanılarak yapılmaktadır. Sabah ve akşam sağılan sütler bekletilmeden ve birbirlerine karıştırılmadan peynir yapılır. Sağımdan sonra süt bir bezle süzülür ardından "kırmızı mayası" ile mayalandırılır. 45 dakika bekledikten sonra oluşan pıhtı sepetlere konularak havadar ve serin bir yerde, süzülmesi için 1 gün bekletilir. Sepetten çıkarılan peynir bir bidon veya tenekeye alınarak, üzerine salamura suyu dökülür. Peynir 1-2 ay olgunlaştırıldıktan sonra tüketilebilir. Ama hemen tüketilmeyecek ise bu peynir salamura suyu korunarak 2 yıla kadar dayanabilmektedir (Kamber, 2005; Croxford, 2010).

Sepetlerin hazırlanması ise; köylülerin "gova" sepetler dere kenarlarındaki bataklılarda yetişen saz saplarından örülerek yapılmaktadır. Bu sepetlerin alt kısımları dar olup genişleyerek bir saksıyı andırmaktadır (Kamber, 2007; Ünsal, 2009). Peynir sepeti örme, oldukça zor ve el becerisi isteyen bir iştir. Son yıllarda ise yörede peynir sepeti ören kimse kalmadığı için sepet peynirlerini süzdürmek için plastik makarna süzgeçlerini kullanılmaktadır.



Resim 2. Sepet Peyniri

2.5.3. 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. Ağzı 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, 2007; Ünsal, 2009).



Resim 3. Karaburun Kıl Keçisi

2.5.4. Kopanisti Peyniri

Ovduka kabaran peynir olarak bilinir kopanisti peyniri. 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 yapılmaktadır. 1924 yılındaki mübadeleye kadar yarımadada yaşayan Rumlardan kalma bir peynirdir. Terk edilmiş bir Rum köyü olan Sazak (Sazaki)'da yapılan ve Sula Bozis'in "*Kapadokya Lezzeti*" adlı kitabında anlattığı Sazak keşkeği gibi kopanisti'nin de bu yarımada ve çevresinde yapıldığı, ayrıca keşkek gibi kopanisti peynirinin de Paskalya ve düğün sofralarının olmazsa olmazlarından olduğu tahmin edilmektedir (Uhri, 2017; Bal Onur ve Aksoy Biber, 2017).

Donnelly (2017)'in "The Oxford Companion to Cheese" kitabında ise kopanisti peynirinden şu şekilde bahseder; Yunan mevzuatına göre, Kopanisti'nin yüzde 56 maksimum nemi ve yüzde 43 minimum kuru yağ içeriği olmalıdır. Belirli bir bölgeye

tamamen uyum sağlamış olan ve beslenmesi o bölgenin florasına dayanan hayvanlardan elde edilen tüm çiğ inek, koyun ve keçi sütünden veya bunların karışımlarından üretilir. Sütün pıhtılaşması 28-30 ° C sıcaklıkta yaklaşık iki saat içinde gerçekleşir. Peynir kırıntılarının, pıhtılaşmasını tamamlaması ve asitliği geliştirmek için yaklaşık yirmi dört saat peynir kabında kalır. Daha sonra kesilir ve çıkarmak için kumaş çuvallara konur. Süzüldükten sonra pıhtı tuz eklenerek elle karıştırılır ardından bir kaba alınır ve yüzeyde açık renkli bir tabaka oluşana kadar yüksek, nemli serin bir yere konur. Bu aşamada, peynir kütesindeki mikrobiyal florayı eşit bir şekilde karıştırmak için lor elle yoğrulur ve karışım tekrar kabarana kadar tekrar serin alanda bırakılır. Bu süreç otuz ila kırk gün sonra olgun Kopanisti peyniri üretilinceye kadar üç ila dört kez tekrarlanır. Geleneksel şekilde üretilen Kopanisti peynirinin önemli bir özelliği de olgunlaşmayı hızlandırmak için taze pıhtıya yüzde bir olgunlaşmış Kopanisti peynirinin eklenmesidir. Bu olgun Kopanisti'ye “Mana” (Yunanca anne kelimesi) denir. Kopanisti'nin keskin tadı, uzo, tsipouro veya şaraba çok iyi eşlik eder. Bunun yanı sıra sofra peyniri ve peynirli turtada da tüketilebilir. Yerli halk biraz su ve biraz zeytinyağı ile nemlendirilmiş Kopanisti'yi ekmeği üzerine sürüp üstüne de domatesleri koyarak “Mykonianrusks” olarak adlandırılan bir yemek hazırlar.

Bir rivayete göre ise bu peynirin yapılışı rastlantı sonucu bulunduğu yönündedir. Bir şahıs, peynir suyundan elde edilen lor peynirini uzun süre saklamak için yoğurmuş. Sonra da kapalı bir kap içinde uzunca bir süre bekletmiş. Daha sonra da peyniri tuzlayınca bu peynir ortaya çıkmış. Zamanla da bu tekniği geliştirmişler. 1950-1960 yıllarında hayvancılığın ileri olduğu Karaburun ve Çeşme yöresinde oldukça fazla üretilen kopanisti peyniri ulaşım yetersizliği nedeniyle sadece Yunan adalarına ihraç edilmiştir (Kamebr, 2005).

Kopanisti, Yunancası *kopaniso*’dan türeyerek *kopanistosolan* sözcük Türkçeye çevrildiğinde “ezilmiş, yoğrulmuş, dövülmüş” anlamı kazanmaktadır. Keskin bir kokusu olan kopanisti peyniri yapılışı zor olmasa da sabır ve zaman isteyen bir peynirdir. Bu peynir yörede keçi sütünden yapılan sepet (yörede daha çok kelle denilmekte) peynirinden kalan peynir altı sularından yapılır. Kazanlara doldurulan peynir atlı suyu (80-85°C) ısıtılır. Peynir altı suyu ısınmaya başladığında “50 kg peynir suyuna 5-10 kg hesabıyla” taze keçi sütü karıştırılarak ısıtmaya devam edilir.

Daha sonra kazan ateşten indirilerek soğutmaya bırakılır. Bir süre sonra oluşan pıhtı kepçe yardımıyla bir tülbent ya da sepete alınarak ağzı kapalı bir şekilde 1-2 gün süzölmeye bırakılır. Süzölen lor “dahar” ya da “taar” adı verilen sırlı topraktan yapılmış çömlöklere alınır. Kabın içerisinde alınan lor kırıntı halinde parçalar kalmayacak şekilde elle yoğrulur ve ağzı bezle bağlanarak kapatılır. Bu yoğurma işlemleri hava sıcaklığına göre her gün ya da en geç üç günde bir olacak şekilde yoğurma işlemline devam edilir. Yaklaşık 3 hafta süren yoğurma işlemlinden sonra peynirin üst katmanı parlak bir görünüm alır yani yağlanır ve çatlaklar oluşmaya başlar. Ağır bir koku da yaymaya başlayan peynire bu aşamada tuzlama işlemleri yapılır. İlk tuzu verdikten sonra peynir iyice yoğrulur ve 3 gün bekletilir. 4 gün ikinci tuzlama yapılır. 7-10 sonra tekrar tuzlama yapılır ve yoğrulur. Tuzlama işlemleri bittiğinde yenecek duruma gelen kopanisti peynir, yoğurma işlemlerinin yapıldığı dahar kaplarında muhafaza edilir. Daharlar kapaksız olduğu için peynirin hava ile temas etmesini engellemek için üzerine zeytinyağı dökölerek bez ile kapatılır. Peynir bu şekilde evin serin bir yerine konularak tüketilir (Kamber, 2005; Ünsal, 2009). Kopanisti'nin, ekmeğe süröllebilecek derecede yumuşak, krema kıvamında ve rokor aromasında olmasından dolayı genellikle katık ve meze olarak kullanılmaktadır. Özellikle meze olarak kavun, rakı ve kopanisti geleneksel bir üçlüdür. Kahvaltı dışında özellikle yaz ayların da kavun ve beyaz üzüm ile katık yapılmaktadır (Uhri, 2017; Önen, 2018).

Günümüzde kopanisti yapımında kullanılan “dahar” kapları yerine plastik leğen veya cam kavanozlar kullanılmakta, metal kap ise peyniri bozduğu için kullanılmamaktadır. Yine muhafaza etmek içinse cam kavanozlar tercih edilmektedir. Üretimi ise genellikle aile içinde tüketilmek için yapılmakla birlikte az da olsa yörede kurulan yerli pazarında da satılmaktadır. Kopanisti peynirinin diğer peynirlerden farklı bir yapım tekniğini ve olgunlaşma süresi olmasından dolayı endüstriyellemeye pek uygun değildir. Çünkü elle yoğrulması gereken bir peynir olduğu için makine de yoğrulma işlemleri yapıldığında peynirin bozulmasına neden olmaktadır.



Resim 4. Kopanisti Peyniri

2.5.5. Armola Peyniri

Ege bölgesinde unutulmaya yüz tutan peynirlerden birisi olan Armola Peyniri sakin şehir olarak tescillenen Seferihisar ilçesinde ve köylerinde yapılmaktadır. Seferihisar'ın neredeyse bütün köylerinde yapılan bu peynir Ulaş köylülerine göre Rumcada “*peynir suyu*” anlamına geldiği söylenmektedir. Kelime anlamı olarak bakıldığında Armola “sızdırılmış” anlamında kullanılmaktadır (Uhri, 2017; Bal Onur ve Aksoy Biber, 2017). Seferihisar'da Cittaslow (yavaş şehir) hareketi kapsamında yapılan etkinlikler ile unutulmaya yüz tutan bu peynire karşı bir farkındalık yaratılmış ve küçük çapta geleneksel üretim yapan peynir üreticileri desteklenmiştir. Bu sayede peynir üreticilerinin sayıları artırılmaya çalışılmıştır (Onur ve Biber, 2017; Hocoğlu, 2010).

Armola peynirin Yörük kültüründen geldiği, elektriğin olmadığı ve bu nedenle de sütün, peynirin zor korunduğu zamanlardan kalma bir geleneksel peynir olduğu söylenmektedir (Onur ve Biber, 2017). Bazı kaynaklarda da Armola'nın çıkış hikayesinden şu şekilde bahsedilmektedir; eski dönemlerde özellikle çobanların (küçükbaş hayvancılarının) hayvanlarını otlatmaya çıkardıkları zaman yanlarına aldıkları günlük yiyeceklerden, azık olarak ekmek ve katık olarak peynir, yoğurt gibi ürünlerden kalanların değerlendirilmesiyle ortaya çıktığıdır. Bir başka deyişle küçükbaş hayvanlarının sütünden hem kendi tüketimleri hem de pazarda satmak için ürettikleri tulum peyniri, beyaz peynir, lor, çökelek, yoğurt, tereyağı gibi ürünlerin elinde az kalması sonucunda üreticilerin bütün bu ürünleri bir tulumun içine katarak biriktirmesiyle yeni bir ürün ortaya çıkıyor. Bölge de yaşayan Rumlar da bu yeni

ürüne Armola demişlerdir. Yunanca’ da birlikte veya katmak/birliktelik anlamlarına gelen *armologos* sözcüğüne karşılık gelmektedir. Dolayısıyla Armola’nın bir peynir çeşidinden ziyade zaman içinde daha çok bir değerlendirme yöntemi ve bu yöntemin adı da bu süt ürününün adı olduğu yönündedir (Uhri, 2017; Aras, 2010; Ünsal, 2007).

Armola peyniri, koyun ve keçi sütünden yapılır ancak günümüzde inek sütünden de yapılmaktadır. Geleneksel Armola peyniri; İzmir tulumu konmuş derinin peyniri bittikten sonra kalan kırıntıların ve diğer süt ürünlerinin eklenerek tulumda biriktirilmesi ile elde edilir. Birkaç gün sonra ise keçi sütü eklenir. Ardından tulum açık havada, gölge bir yere asılarak, rüzgârla havalandırılarak sızdırılması sağlanır. Bu şekilde tulum arada kontrol edilerek 15-20 gün bekletilir. Tulumdan çıkarılan peynir üzerine kekik, pul biber, zeytinyağı ve nane eklenerek kahvaltılarda tüketilir ayrıca salata ve soslarda da çok fazla kullanılır (Ünsal, 2007; Onur ve Biber, 2017). Günümüzde ticari olarak armola peyniri süzme yoğurt, lor peyniri ve bir miktar beyaz peynir kırıntısının pürüzsüz bir kıvam alana kadar karıştırılması ile elde edilmektedir (Yoldaş, 2017). Üretimini hem zahmetli olması hem de belirli bir standardının olmaması Armola’nın geleneksel ve ticari üretimini zorlaştırdığını söyleyebiliriz.



Resim 5. Armola Peyniri

2.5.6. 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. Yöre halkı tarafından tüketilen bu peynir genellikle sabah kahvaltılarında tüketilir (Kamber, 2005).

Tire çamur peynirini yapmak için ilk önce lor peyniri hazırlanır. Beyaz peynir ya da İzmir Tulum peyniri üretimi sırasında süzülen peynir altı suyu bir kaba toplanır. Peynir üretiminde inek sütü kullanılmış ise isteğe bağlı olarak biraz çiğ süt eklenir. Hazırlanan süt ve peynir altı suyu karışımı ısıtılır ve yaklaşık 30 dakika kaynama sıcaklığında tutulur. Isıtma işlemi sırasında oluşan çökelti süzme işlemi ile ayrıştırılarak, biriken lor peynirine yaklaşık%2–3 tuz eklenir. 4-5 saat beklemeye bırakılır. Daha sonra olgunlaştırılmış Tulum peyniri salamurası ilave edilerek iyice yoğrulur. Eklenen tuzlu su miktarı, peynirin istenen kıvamına göre ölçülür. Yayılmaya uygun yumuşak bir peynir olarak tüketime hazır hale gelir. Çamur peyniri, serin bir yerde muhafaza edilerek saklanır (Kamber, 2007).



Resim 6. Tire Çamur Peyniri

Yörede yapılan geleneksel peynirlerde keçi ve karışık süt kullanımının yaygın olduğu görülmektedir. Sepet peyniri (Kelle peyniri), Kopanisti, Armola ve Karaburun Lor Keçisi 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, yerel özellikleri olduğu görülmektedir. Bu da yöredeki geleneksel peynir çeşitlerini gastronomi turizmi açısından değerli bir unsur haline getirmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GELENEKSEL PEYNİRLERİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: İZMİR ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Geleneksel gıdaların, gastronomi turizmi içerisinde önemli bir yere sahip olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu geleneksel gıdalardan biri de bölgelerin sahip olduğu geleneksel peynirleridir. Özellikle gastronomi turizmiyle ön plana çıkan Fransa, İtalya, İspanya, Hollanda, İsveç gibi ülkelerin, gastronomik ürün olarak geleneksel peynirleri ön plana çıkarmaya başladıkları gözlemlenmektedir.

Türkiye'deki bütün bölgelerin farklı iklimsel ve coğrafi özelliklere sahip olması nedeniyle birbirinden farklı lezzet ve aromada geleneksel peynirlere sahip olduğu söylenebilir (Kara, 2011). Sahip olduğu bu geleneksel peynir varlığı, zengin bir peynir kültürünün, mirasının ve çeşitliliğinin de bir göstergesidir. Özellikle Türkiye'de de son yıllarda peynir üzerine yapılan etkinlikler geleneksel peynirleri önemli bir gastronomik değer haline getirmektedir. Tüm bunlar dâhilinde bu durum çalışması; İzmir'de üretilen geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi açısından değerli bir unsur olduğunu ortaya koymayı ve bu kapsamda ne gibi çalışmalar yapılabileceğine ilişkin faaliyetler ile İzmir ilinde üretilen geleneksel peynir türlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu çalışma peynirlerin kültürel mirası ve kimliği yansıtan önemli geleneksel gıdalar içerisinde yer aldığına değinmesinden dolayı önem taşımaktadır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Nicel araştırma yöntemlerinin deneklerin yaşam biçimlerini, hikayelerini, örgütsel yapılarını ve toplumsal değişmeyi açıklamada yetersiz kalması nitel araştırma yöntemlerinin kullanılmasına neden olmuştur. Çünkü nitel araştırmalar dünyanın sosyal yönünü araştırmaktadır. Nitel araştırmalar; sosyal gerçekliğin ve insan davranışlarının arkasında yatan nedenlerin disiplinler arası bütüncül bir bakış açısıyla anlaşılmasına çalışıldığı ve görüşme, gözlem, doküman analizi gibi nitel veri toplama

tekniklerinin kullanıldığı bir araştırma türüdür (Gürbüz ve Şahin, 2018; Altunışık vd., 2012).

Nitel araştırma dünyaya dair yorumlayıcı ve doğal bir yaklaşıma sahiptir. Bu da nitel araştırmacıların, insanların kendi doğal ortamlarındaki olaylara yükledikleri anlamları, kişilerin olaylara karşı öznel bakış açılarını keşfetmeye çalışması ya da yorumlaması anlamına gelmektedir. Yani nitel araştırma varsayımlara ve bireylere ya da grupların, sosyal veya insan sorununa yükledikleri anlamlara değinen ve araştırma probleminin incelenmesini kapsayan kuramsal/yorumlayıcı çerçevelerin kullanılmasıyla başlar (Creswell, 2020).

Sosyal hayatın akışı içerisinde yer alan olgulara odaklanan ve bu olguları herhangi bir değişikliğe uğratmadan inceleme amacı içinde olan nitel araştırmalar, modern sosyal yaşamın çok yönlü ve karmaşık doğasını ortaya koymak için kullanılan çeşitli bakış açılarını da içermektedir (Kitzinger, 1995; Maxwell, 2008). Özellikle kültür analizleri (etnometodoloji), olgu bilimi (fenomenoloji), durum çalışmaları, kuram oluşturma ve eylem araştırmaları gibi yaklaşımları kapsayan nitel araştırmalar, insana dair algı ve olayların, kendi çevresinden kopmadan ve derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır (Bogdan ve Biklen, 1997).

Yapılan bu araştırmada İzmir'in sahip olduğu geleneksel peynir çeşitlerini, peynir kültürünü, bu kültürün gastronomi turizmi açısından ne şekilde değerlendirildiği, gastronomi turizmine nasıl katkı sağlayabileceğine ilişkin akademisyenlerin, ilgili yerel paydaşların ve geleneksel peynir üreticilerinin görüşlerinin derinlemesine incelenmesi amacıyla nitel yöntem tercih edilmiştir.

3.2.1. Araştırma Probleminin Belirlenmesi

Nitel araştırmalar tasarlanırken öncelikli olarak araştırma probleminin belirlenmesi gerekmektedir. Araştırma problemi “neden, nasıl, niçin” soruları ile belirlenmektedir. Bu bağlamda araştırmanın problemine ilişkin temel soru “İzmir’ in sahip olduğu geleneksel peynirler gastronomi turizmine katkı sağlamakta mıdır?” ve “İzmir’in geleneksel peynirlerinin gastronomi turizmine katkı sağlaması için neler yapılmalıdır?” olarak belirlenmiştir. Araştırma nitel çalışma yapısına uygun olarak, keşfedici bir yaklaşımla yürütüldüğü için İzmir de üretilen geleneksel peynirleri belirleyerek bu peynirlerin gastronomik açıdan değerli bir unsur olduğu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırmada araştırmanın problemine ve amacına

uygun olarak katılımcılara yöneltilen demografik sorular dışındaki temel sorular şu şekildedir:

Akademisyen ve yerel paydaşlara yöneltilen sorular:

- 1. Kültürel ve tarihi değerlerin korunması turizmin geleceği için bir yatırım olarak düşünülürse; bu yatırımın gastronomi turizmine etkisi sizce ne olur?*
- 2. İzmir mutfak kültürü için neler söyleyebilirsiniz ve İzmir'e özgü peynirlerin İzmir mutfak kültüründeki yeri nedir?*
- 3. İzmir peynirlerinde hangi kültürlerin izleri görülmektedir?*
- 4. Bölge peynirlerinin gastronomi turizmine katkısı var mı? Düşünceleriniz nelerdir?*
- 5. İzmir'e özgü geleneksel peynirlerin gastronomik bir kimlik olarak ön plana çıkarılarak pazarlanması ve sürdürülebilirliği için ne gibi çalışmalar yapılmalıdır?*
- 6. İzmir'e özgü peynirlerin ülkemizde yeteri kadar tanındığını düşünüyor musunuz? Eğer yeteri kadar tanınmadığını düşünüyorsanız tanıtımı için neler yapılmalıdır?*
- 7. İzmir'e özgü geleneksel peynirler ile ilgili sergiler, tanıtım günleri, festivaller vb. etkinlikler yaptınız mı? Yapmadıysanız yapmayı düşünüyor musunuz? Kapsamlı bir değerlendirme yapabilir misiniz?*

Peynir üreticilerine yöneltilen sorular:

- 1. İzmir peynirlerinin de hangi kültürlerin izleri görülmektedir? Bu peynirlerin geleneksel üretimi ne durumdadır?*
- 2. Bu peynirlerin yöre mutfağındaki yeri nedir? Sofra geleneklerinde (kültüründe) bu peynirlerin önemi nedir?*
- 3. Peki, İzmir'e ait yerel peynirleri Türkiye'de yeteri kadar tanınıyor mu?*
- 4. İzmir'e ait olan geleneksel peynirlerin bilinirliğini ve tanınırlığını artırmak için neler yapılabilir?*
- 5. İzmir'de peynir ile ilgili gastronomi turizmi (köylere turlar, peynir festivalleri düzenlenmesi gibi) uygulansa sizce etki ne olur?*

6. *İzmir'e ait bu peynirleri tanıtmak için daha neler yapılabilir ve sizlere fayda sağlamasına olanak sağlar mı?*
7. *Bölgede yer alan bu peynirin geleneksel üretimini hakkında bilgi verebilir misiniz?*

Bu sorularla akademisyenlerin, yerel paydaşların ve geleneksel peynir üreticilerinin, görüşlerinden yararlanılarak temalar arasındaki ilişkiler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

3.2.2. Araştırma Alanı

İzmir'in sahip olduğu, turizm olanakları incelendiğinde birçok turizm türüne ev sahipliği yapabildiği görülmektedir. Deniz, kum, güneş turizmi, kültür, sağlık ve termal gibi turizm türleri açısından geniş seçenekler sunmaktadır (Ağlamaz ve Öncüer Çivici, 2018). Bunun yanı sıra İzmir'in farklı birçok medeniyete ve çeşitli etnik gruplara ev sahipliği yapması, kendi içerisinde birçok değeri ve dinamiği barındıran karakteristik bir mutfak kültürünün oluşmasında etkili olmuştur. Bu da İzmir'in gastronomik anlamada önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

İzmir'in gastronomik değerleri üzerine yapılan birçok çalışmada, İzmir mutfağın da ön plana çıkan lezzetler arasında; zeytin, zeytinyağıyla yapılan ot ve sebzelerden oluşan yemekler (şevketi bostan, enginar, turp out, radika, cibes gibi), deniz ürünleri yerel lezzet unsurları olarak öne çıkmaktadır. 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 lezzetsel değerler arasında yer almaktadır (Erdoğan ve Özdemir, 2018; Ağlamaz ve Öncüer Çivici, 2018; Türkoz Bakırcı, Bucak ve Turhan, 2017). Ancak yörenin sahip olduğu geleneksel peynirlerin gastronomik bir lezzet olarak ön plan olmadığı görülmektedir.

Geleneksel peynirler nesilden nesile aktararak üretilen ve her yörenin yemek kültürlerinde önemli bir yere sahip olan ürünlerdir. Türkiye'nin her yöresinin sahip olduğu birçok peynir çeşidi bulunmaktadır. Ancak çoğu geleneksel peynir sadece yöreye özgü olduğundan yöre halkı tarafından bilinip, tüketilmekte bölge dışında pek bilinmemektedir. Bu da geleneksel olarak yapılan peynirlerin üretiminin

kısıtlanmasına neden olmuştur (Ercan vd., 2011). Bu durum İzmir'in geleneksel peynirleri içinde geçerlidir. Özellikle İzmir'in çok kültürlü coğrafyası ve bu coğrafyanın mirası olan birçok geleneksel peynir (kopanisti, armola peyniri, karaburun sepet peyniri gibi) yöre dışında pek fazla bilinmemektedir. Bu nedenle belirtilen bu bilgiler dahilinde araştırmanın amacına uygun olarak Türkiye'nin ege bölgesinde yer alan İzmir ve yakın çevresi (Tire, Ödemiş, Bergama) ile Yarımada (Karaburun ve köyleri, Seferihisar, Urla) araştırma alanı olarak seçilmiştir.

3.2.3. Araştırmanın Deseni/Tasarımı

Nitel araştırmalarda desen, araştırma yaklaşımını belirleyen ve çeşitli aşamaların bu yaklaşıma göre tutarlı olmasına rehberlik eden bir strateji olarak tanımlanabilir. Nitel araştırma desenleri araştırmacıya, araştırma etkinliklerinin birbirleriyle tutarlı ve amaca uygun bir biçimde gerçekleştirilmesinde rehberlik etmekte; araştırma odağını, analiz ve veri toplama yaklaşımlarını belirlemede yön göstermektedir. Bununla birlikte nitel araştırma desenleri sınırları kesin çizgilerle belirlenmiş bir yönlendirme yapmamakta, araştırmacıya esnek bir yaklaşım sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Nitel araştırmalarda en sık ve en temel araştırma desenleri; anlatı araştırması, fenomenolojik araştırma, kuram oluşturma araştırması, etnografik araştırma ve durum araştırmasıdır (Saban ve Ersoy, 2017). Bu çalışmanın araştırma deseni ise durum araştırması olarak belirlenmiştir.

Durum çalışması deseni (örnek olay, vaka çalışması); güncel bir olguyu, bir ya da birkaç olayı kendi gerçek yaşamları çerçevesi içinde araştıran, sınırların kesin hatlarıyla belirli olmadığı, birden fazla veri veya kanıt kaynağının var olduğu durumlarda kullanılan görgül bir araştırma desendir (Yin, 1984). Bir başka tanımı ise, sınırlı bir sistemin nasıl işlediği ve çalıştığı hakkında sistematik bilgi toplamak için birden fazla veri toplama yöntemi kullanılarak o sistemin derinlemesine incelenmesini içeren metodolojik bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir (Chmiliar, 2010). Merriam (2013) ise durum çalışmasını, sınırlı bir sistemin derinlemesine incelenmesi ve betimlenmesi şeklinde tanımlamaktadır.

Creswell (2020) durum çalışmasını; araştırmacının zaman içerisinde sınırlandırılmış bir veya birkaç durumu çoklu kaynakları içeren veri toplama araçları ile derinlemesine incelediği, durumlara bağlı olarak temaların tanımlandığı nitel bir araştırma yaklaşımı şeklinde tanımlamıştır. Durum çalışması araştırmalarında bu

derinlemesine inceleme anlayışını suna bilmek için gözlem, deney, yüz yüze mülakat, doküman, görsel-işitsel materyal gibi birçok veri toplama yöntemi kullanılabilir. Çünkü tek bir veri kaynağına dayanan araştırmalar derinlemesine anlayışın geliştirilmesinde yeterli olmamaktadır. Bu yüzden durum çalışmaların da zengin ve birbirini teyit eden veri çeşitliliği elde edebilmek için birden fazla veri toplama yöntemi kullanılmalıdır (Creswell, 2020). Durum araştırmaları tekli ve çoklu durum araştırmaları olarak ikiye ayrılmaktadır. Tekli durum çalışmaları da kendi içerisinde bütüncül tek durum deseni ve iç içe geçmiş tek durum deseni olarak ayrılmaktadır. Bütüncül tekli durum deseni, içerisinde tek bir analiz birimi olan tek bir durumun incelendiği durumlarda kullanılırken, iç içe geçmiş tek durum deseninde incelenen durum, kendi içerisinde alt tabakalara veya alt birimlere ayırarak incelenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Bu kapsamda yapılan araştırmanın deseni olarak bütüncül tek durum deseni belirlenmiştir. Bu sayede araştırma hakkında derin bilgi elde edebilmek için sadece İzmir'e ait olan geleneksel peynirlerin gastronomi turizmindeki rolü durum olarak belirlenmiştir. Böylece ilgili paydaşlar ve peynir üreticilerinin görüşleri derinlemesine incelenerek geleneksel peynirlerin yöre mutfağındaki yerinden, yöreye özgü peynir kültürüne ve gastronomik bir ürün olarak yöredeki geleneksel peynirlerin nasıl değerlendirilebileceğine ilişkin ayrıntılı bilgilere ulaşılabileceği düşünülmektedir.

3.2.4. Veri Toplama Aracı

Nitel araştırmalarda görüşme, gözlem, odak grup görüşmesi ve doküman incelemesi (belge, resim, yazışmalar gibi) yaygın olarak kullanılan veri toplama araçlarının başında gelmektedir. Durum araştırmalarında ise araştırmacı mümkün olduğunca birden fazla veri kaynağını ya da türünü kullanması önerilmektedir (Yin, 1984; Hartley, 1995). Böylece yapılan araştırmanın veri tabanı zenginleşerek, araştırma sonuçlarının daha geniş bir bakış açısıyla yapılmasına ya da alternatif yorumlara ulaşılmasını mümkün kılacaktır. Bu durum aynı zamanda güvenilirlik ve geçerliliğin artmasında büyük ölçüde etkili olacaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Bu çalışmada nitel yaklaşımı çerçevesinde veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile doküman incelenmesinden yararlanılmıştır. Görüşme, nitel araştırmalarda en sık kullanılan ve etkili bir veri toplama aracı olarak

yerini almaktadır. Özellikle sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda görüşme yönteminin sık kullanılmasında bireylerin deneyimlerine, tutumlarına, şikayetlerine, inançlarına, duygularına ve görüşlerine ilişkin bilgi edinme de oldukça etkili bir yöntem olmasından kaynaklandığı belirtilmektedir (Şimşek ve Yıldırım, 2016).

Görüşme, katılımcı ve görüşmecinin birlikte yer aldığı, araştırma yapılan konuya yönelik hazırlanan sorular üzerinden yapılan konuşma sürecini olarak tanımlanan bir veri toplama tekniğidir (Merriam, 2018). Stewart ve Cash (1985) görüşmeyi, “önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaç için yapılan, soru sorma ve yanıtlama tarzına dayalı karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim süreci” olarak tanımlamıştır. Görüşme de amaç, görüşme yapılan kişinin konuya ilişkin bakış açısını öğrenmektir (Merriam, 2018). Görüşmeler yapılandırılmamış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmış görüşme şeklinde sınıflandırılmaktadır. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmacı bu görüşme tekniğiyle görüşme öncesinde bir form hazırlayarak görüşme ortamına göre belirlediği soruların ya da konu başlıklarının sırasını, sayısını değiştirebilmesine ve kayıt altına almasında rehberlik etmektedir. Hazırlanan görüşme formunun amacı, benzer konulara yönelerek farklı insanlardan benzer bilgilerin alınması sağlamaktır. Böylece yarı yapılandırılmış görüşme araştırmacıya hem görüşme rehberi doğrultusunda hareket etmesini hem de ihtiyaç duyduğunda konuyu derinleştirebilmesine olanak sağlamaktadır (Kozak, 2014; Gürbüz ve Şahin, 2018; Ekiz, 2009; Patton, 1987). Bu çalışmada da görüşmelerin birbirleriyle tutarlı olması hem de görüşme sırasında belli konuların atlanmaması için görüşme formu hazırlanmıştır. Bu sayede araştırmanın amacı doğrultusunda da katılımcıların görüşlerinin alınması sağlanmış ayrıca görüşme sırasında katılımcıların verdiği cevaplara istinaden ek sorularla derinlemesine veri toplanması mümkün olmuştur.

Her türlü işitsel, yazılı ve görsel materyal doküman olarak ifade edilmektedir. Araştırmanın geçerliliğini artırmak için görüşme ve gözlem yöntemlerinin yanı sıra çalışma problemi ile ilgili yazılı ve görsel materyaller de araştırmaya dahil edilebilir. Bu da doküman incelemesi ya da analizinin tek başına bir yöntem olabileceği gibi diğer kullanılan nitel yöntemlere ek bilgi kaynağı sağlaması açısından yarar sağlayabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu çalışmada da araştırmanın amacına uygun olarak oluşturulan görüşme formundaki sorular, doküman incelemesi

yoluyla elde edilmiştir. Geleneksel peynirler ile ilgili alan yazındaki çalışmalar incelenerek hazırlanan taslak soru formu üniversitede gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde de görev yapmakta olan öğretim üyesi olan iki uzmanın görüşüne sunulmuş ve yapılan geri dönütler doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılarak görüşme formuna son şekli verilmiştir. Görüşme formları Ek-1 ve Ek-3 de yer almaktadır. Bu sorular doğrultusunda İzmir'in geleneksel peynir kültürü, gastronomi turizmindeki yeri, katkısı ve bu kapsamda yapılan ya da yapılabilecek faaliyetlere ilişkin bilgiler toplanmıştır.

Yapılan durum araştırması çalışmasında tüm görüşmeler yüz yüze görüşme yapılarak gerçekleştirilmiş olup, konuya ilişkin veriler bu yolla toplanmıştır. Görüşme verileri, 15.06.2020 – 29.07.2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Yapılan bu görüşmelerin her bir 45 ila 90 dakika arasında sürmüştür. Görüşmeler katılımcıların belirlediği yer ve zaman da gerçekleştirilmiştir. Görüşme verilerinin kayıt edilmesinde üç yol kullanılmaktadır. Bu üç yoldan en elverişlisi ses kayıt cihazlarının kullanılması, ikinci yol görüşme esnasında not alınması, üçüncü ve en az tercih edilmesi istenen yol ise görüşme bittikten sonra görüşmeci tarafından görüşme boyunca konuşulanların not alınmasıdır (Merriam, 2018). Yapılan çalışmada görüşmeler sırasında katılımcılardan izin alınarak görüşmeler ses kayıt cihazı kullanılmış olup, sadece yerel paydaşlarla yapılan görüşmeler de ses kaydı yapılmamış elde edilen görüşler not edilmiştir. Böylece her iki durum da katılımcıların söylediklerine ilişkin notlar da alınarak en elverişli iki yol kullanılmıştır.

3.2.5. Katılımcıların Belirlenmesi

Bu çalışmada katılımcıların belirlenmesi için amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme ile kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmalarda, araştırmanın konusu olan kişi ya da olaylarla ilgili derinlemesine bir veri toplanması istendiğinde rastgele örnekleme seçimi yerine amaçlı örnekleme yöntemleri tercih edilmektedir (Özdemir, 2010). Bu kapsamda örnekleme stratejisi olarak maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılabilen ve incelenecek olgu ya da olayı en iyi temsil edebilecek maksimum çeşitlilikte bireyler seçilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Kartopu örnekleme ise ilk olarak araştırma konusunun özelliğe 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 eder (Berg ve Lune, 2015). Bu bağlamda yapılan bu çalışmada araştırmanın amacına yönelik olarak belirlenen örneklem İzmir’de gastronomi ve mutfak sanatları bölümün de görev yapan akademisyenler ve ilgili yerel paydaşlar arasından belirlenen kişilerden seçilmiştir. Geleneksel peynir üreticilerinden oluşan örneklemi belirlemek içinse geleneksel üretim yapan birkaç kişi belirlenip görüşme sonunda “bu konuda bilgi alabileceğim başka kimi önerirsiniz?” sorusu yöneltilerek katılımcılar belirlenmiştir.

Nitel araştırmalarla ilgili alan yazında sık karşılaşılan ve araştırmacıların da genellikle yanılığa düştüğü konu, örneklem ne kadar çok büyükse, o kadar fazla ayrıntı verebileceği böylece evreni daha iyi yansıtacağı yönündedir (Mertens, 2014). Bu durumun aksine nitel araştırmalarda örneklemin niceliğinden çok niteliği önemli görülmektedir. Nitel araştırmalarında, nicel araştırma geleneğindeki örnek sayısına önem veren bir yaklaşımla ele alınmasında pozitivist paradigmanın etkisi olduğu düşünülmektedir. Oysa ki nitel araştırmalarda örneklemin sayısını/büyükliğini hesaplamada belli bir kural ya da formül bulunmamaktadır (Baltacı, 2017). Baktığımızda hikâye analizi, olgubilim (Fenomenoloji) deseni gibi farklı teknikleri kullanan çok sayıdaki nitel çalışmalarda, az sayıdaki örneklem üzerinden oldukça detaylı veri toplandığı görülmektedir. Bu da nitel araştırmalarda veri büyüklüğünün, önemli olmadığına işaret etmektedir (Neuman ve Robson, 2014). Yani büyük gruplar yerine araştırmanın amacına uygun detaylı ve derinlemesine verinin toplanabileceği örneklem belirlenmelidir (Coyne, 1997).

Ayrıca örneklem büyüklüğünü belirleyen önemli bir diğer iki faktör de veri doygunluğu ve veri yeterliliğidir. Yani araştırmacı sahadan veri toplamının 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, 2018). Yapılan bu araştırmada toplamda 38 katılımcıya ulaşılmıştır. Tablo’8 de yer alan 16 akademisyen ve ilgili yerel paydaş ile 22 geleneksel peynir üreticisi örnekleme dahil edilmiştir.

Tablo 8. Katılımcılarla İlgili Bilgiler

Kurum, Kuruluş veya İşletme	Ünvan	Katılımcı Sayısı
Dokuz Eylül Üniversitesi Reha Midilli Foça Turizm Fakültesi	Doktor Öğretim Üyesi	1
	Araştırma Görevlisi	1
Dokuz Eylül Üniversitesi Seferihisar Fevziye Hepkon Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu	Doçent Doktor	1
	Araştırma Görevlisi	1
İzmir Ekonomi Üniversitesi Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksek Okulu	Doktor Öğretim Üyesi	1
	Öğretim Görevlisi	1
İzmir Ekonomi Üniversitesi Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksek Okulu	Eğitmen Şef	1
Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi/ Arkeoloji Bölümü	Doçent Doktor	1
İzmir Ticaret Odası	Ticaret Odası Üyesi	2
Ödemiş Ticaret Odası	Ticaret Odası Başkanı	1
Karaburun Belediye Mandırası	Gıda Mühendisi	1
Süt ve Süt Ürünleri Firması	Perakende Süt Ürünleri Firma Sahibi	2
Tüm Aşçılar ve Pastacılar Konfederasyonu	İzmir Temsilcisi	1
Mühendislik Firması	Danışman Mühendisi	Gıda 1
Peynir Üreticisi	Sepet Peyniri ve Kapanisti Peyniri	6
Peynir Üreticisi	Armola Peyniri/Seferihisar	6
Peynir Üreticisi	Karaburun Tulum Peyniri/ Karaburun Lorlu Peyniri/	1
Peynir Üreticisi	Tire Çamur Peyniri/ Tire	3
Peynir Üreticisi	İzmir Tulum Peyniri Ödemiş-Bergama-Tire	6
Toplam		38

Katılımcılar ile ilgili demografik bilgiler bulgular kısmında detaylandırılmış olup, Akademisyen, yerel paydaş ve peynir üreticilerinin yaşı, cinsiyeti, mesleki durumu sorularına yönelik bilgilere yer verilmiştir. Görüşme öncesinde akademisyen ve yerel paydaşlardan mail yoluyla randevu talep edilerek belirttikleri yer ve zamanda görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yer alan katılımcıların gastronomi

alanın da uzman, ilgili yerel paydaşların peynir konusundaki çalışmaları ve üreticilerin ise geleneksel olarak bu peynirleri yapmış olmalarına özen gösterilerek seçilmiştir. Ayrıca katılımcıların araştırma sürecine katılmasında gönüllülük esasına dikkat edilmiştir. Görüşmeye başlamadan önce her bir katılımcıya çalışma konusu hakkında bilgi verilmiş, gönüllü katılımcı formu dağıtılarak izinleri alınmış ve alınan izinle görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Araştırma kapsamın da kullanılan bilgilendirme formu Ek- 3 de yer almaktadır.

3.2.6. Veri Analiz Stratejisinin Seçimi ve Verilerin İşlenmesi

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 varolan analiz yöntemlerini de inceleyerek araştırması için uygun bir veri analiz planı geliştirmesi gerekmektedir. Alanyazında nitel verilerin analizi ile ilgili farklı yaklaşımlar, sınıflandırmalar bulunmaktadır. Ancak bu yaklaşımlarda değinilen önemli nokta, verilerin betimlenmesi ve temaların ortaya çıkarılması verilen önemdir. 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.

İçerik analizi; mesaj değeri taşıyan verilerin bir amaç doğrultusunda taranması, temalara (kategorilere) ayrılması, özetlenmesi ve bulguların araştırma amacı doğrultusunda analiz edilmesi, yorumlanması işlemlerini içeren araştırma yöntemidir (Şahin, 2008). Berg ve Lune (2015) içerik analizini, önyargıları, anlamları, kalıpları ve temaları tespit etmek amacıyla belirli bir dokümanın ya da materyalin (fotoğraf, video ve ses kayıtları) ayrıntılı ve sistematik olarak incelenmesi, yorumlanması olarak tanımlanmaktadır. İçerik analizinde veriler daha derin bir işleme tabi tutulur. Bu amaçla veriler önce kavramsallaştırılır daha sonra ortaya çıkan bu kavramlara göre veriyi açıklayan uygun temaların belirlenmesi gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Verilerin analizine başlamadan önce analiz birimi belirlenmeli, tümevarım veya tümdengelim yaklaşımlarından birinin belirlenmesi gerekmektedir (Braun ve Clarke, 2006). Bu çalışmada analiz birimi her bir katılımcının görüşme metni olarak belirlenmiştir. Araştırmanın amacına göre ise

tümdengelim veya tümevarım yaklaşımlarından birinin seçilmesi içerik analizi sürecinde yapılacak olan kodlama da önem taşımaktadır. Araştırılan konu ile ilgili herhangi bir kuramsal yapının olmaması durumunda ise tümdengelim yaklaşımı benimsenmektedir. Strauss ve Corbin (1990) araştırılan olguya ilişkin temel oluşturabilecek herhangi bir kuramın olmaması durumun da tümevarım yaklaşımının tercih edildiğini belirtmektedir. Baktığımız da nitel araştırmalarda araştırmacılar topladıkları veriler doğrultusunda araştırdıkları soruna ilişkin ana temaları ortaya çıkararak toplanan verilerin anlamlı hale gelmesine ve bir kuram oluşturma çabası içerisinde olmaktadır. Bu araştırmada da benzer bir çaba sarf edilmiş ve gastronomi turizmi kapsamında geleneksel peynirlerle ilgili kuramsal bir altyapının olmadığı da dikkate alınarak tümevarım yaklaşımı benimsenmiştir.

Bu kapsamda Strauss ve Corbin (1990)'in ortaya koyduğu modeldeki aşamalar izlenerek verilerin içerik analizi yapılmıştır. Bu aşamalar verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklindedir.

İçerik analizinde ilk aşama verilerin işlenmesi yani kodlanması olarak ifade edilir. Araştırma sorularına verilen anlamlı cevapların araştırmacı tarafından seçilip işlendiği aşamadır. Bu yüzden kodlama, nitel bir çalışmanın en önemli aşaması olarak görülmektedir. Çünkü görüşmeler sırasında araştırmacılar katılımcılara amaçları doğrultusunda sorular sorar ve katılımcılar da araştırmacılara bu doğrultuda cevaplar verirler. Ardından araştırmacılar verilen bu cevaplar sonucunda ortaya çıkan ifadelerin ve kelimelerin anlamlarına ulaşmak için çözümleme yapmak durumundadırlar. Yapılan bu çözümleme süreci nitel veri analizinde kodlama sürecine karşılık gelmektedir (Glesne, 2013). Kodlama yoluyla verilerin altın da yatan kavramlar ve aralarındaki ilişki ortaya çıkarılmaktadır. Böylece nitel araştırmalarda araştırmacı topladığı verilerden yola çıkarak araştırmanın problemine uygun ana temaları oluşturarak elde ettiği verileri anlamlı hale getirmekte ve yorumlanmasını sağlanmaktadır (Kıncal, 2014; Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Kodlama sürecinde araştırmacı, araştırmanın kavramsal çerçevesini ya da araştırma sorularını dikkate alarak verilerin içerisinde ne aradığının farkında olması gerekmektedir. Böylece araştırmanın amacı çerçevesinde verilerin kodlanması daha kolay olmaktadır. Verilerin kodlanması elle yapılabileceği gibi bilgisayar

programları yoluyla da yapılabilir. Özellikle nitel araştırmaları analiz için hazırlanmış bilgisayar programları araştırmacıya etkin ve verimli bir kodlama yapmasını hem de kodlamaları yapmada büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Verilerin kodlanması sürecinde araştırmacı veri setini birkaç kez okur ve ortaya çıkan kodlar üzerinde çalışması gerekir. Ortaya çıkan kodların sayısı verinin derinliğine kapsamına göre değişir. Araştırmacının kodlama sürecinde anlamlı bölümlere verdiği kavramlar veya kod isimleri araştırmacının kendisinden, okuduğu literatürden ya da verilerin içinden gelebilir. Önemli olan araştırmacının veriler arasında saptadığı anlamlı bir bölümü kavramlaştırırken ya kodlarken o bölümdeki anlamı iyi yansıtabileceği kavramı ya da kodu kullanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Yapılan bu çalışmada verilerin analizi için ses kayıtları deşifre edilerek Word belgesine aktarılmıştır. Daha sonra bu belgeler bilgisayara aktarılmış ve satır satır birkaç kez okuması yapılmış ve ilgili literatürden de yararlanılarak bir kod şeması oluşturulmuştur. Oluşturulan bu kodlar bir araya getirilerek kategoriler oluşturulmuş 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.

3.3. Nitel Verilerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Bilimsel araştırmaların sonuçlarının inandırıcılığı araştırmanın önemli ölçütlerinden kabul edilmektedir. Bu nedenle “güvenirlik” ve “geçerlilik” araştırmalarda kullanılan iki önemli ölçüttür. Nicel araştırmalarda özellikle bilimselliği belirlemesi açısından bu iki kavram oldukça önemlidir. Nitel araştırmalarda ise geçerlilik ve güvenilirlik kavramları yerine farklı kavramlar kullanıldığı görülmektedir. Bu çerçevede, “iç geçerlilik” yerine “inandırıcılık”, “dış geçerlilik” yerine “aktarılabirlik”, “iç güvenilirlik” yerine “tutarlılık” ve “dış güvenilirlik” yerine “teyit edilebilirlik” kavramları kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016; Creswell, 2020; Merriam, 2018).

Nitel araştırmada geçerlilik, araştırılan olgunun olduğu gibi ve mümkün olduğunca yansız bir şekilde gözlemlemesidir. Araştırma alanına yakınlık, yüz yüze görüşmeler sayesinde ayrıntılı ve derinlemesine bilgi toplama, gözlem yoluyla olayın gerçekte olduğü ortamda doğrudan bilgi toplama, elde edilen bilgilerin teyit edilmesi

için alana geri gidebilme ve ek bilgi toplama gibi özellikler nitel araştırmada geçerliliği oluşturmayı sağlayan önemli unsurlar arasındadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016; Merriam, 2018). Katılımcılara görüşmelerde sık sık “Bunu mu kast ettiniz?” veya “Sözlerinizden bunu mu anlamalıyım?” gibi geri dönüşlerle bulunarak katılımcı teyidi almak da geçerliği artırmaktadır. Araştırmacının elde ettiği verilerin başka bir uzman tarafından incelenmesine izin vermesi, yani uzman teyidini sağlaması da araştırmanın geçerliliğine olumlu bir katkı sağlamaktadır (Denzin ve Lincoln, 2008; Şimşek ve Yıldırım, 2016). Bununla birlikte elde edilen verilerin ayrıntılı bir şekilde rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara ne şekilde ulaştığını açıklaması araştırmanın geçerliliğini sağlayan önemli ölçütler arasında yer almaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016; Merriam, 2020). Nitekim bu araştırma kapsamında yapılan yüz yüze görüşmelerle derinlemesine ve ayrıntılı bilgi toplanmıştır. Toplanan bu veriler katılımcılar tarafından onaylanmış ve toplanan veriler ayrıntılı olarak rapor edilerek araştırma sonuçlarına nasıl ulaşıldığına dair açıklamalar yapılmıştır.

Nitel araştırmalarda geçerliliğin sağlanması konusunda araştırmacıya birtakım stratejiler sunulmaktadır. Bu stratejiler iç ve dış geçerlik olarak iki şekilde incelenebilmektedir. Merriam (1998) durum çalışmalarında iç geçerliliği sağlamak için çeşitlemenin kullanılmasını, uzun süreli gözlem yapılmasını, bulgular hakkında uzman görüşü alınmasını, veriyi veri kaynağına kontrol ettirilmesini, araştırmacının kendi görüş ve düşüncelerini çalışmanın başında belirtmesini ve katılımcıların bütün sürece dâhil edilmesini önermiştir. Kısacası iç geçerlilik, araştırma sonuçlarının anlamlı ve tutarlı olması, sonuçların farklı veri kaynakları, veri toplama yöntemleri ve analiz stratejileri kullanılarak teyit edilmesi, yapılan tahminler ve genellemelerin elde edilen verilerle uyumlu olmasını ifade etmektedir.

İç geçerliliği arttırmak için uygulanan bir diğer strateji ise üçgenleme tekniğidir. Bu teknik, araştırmacının araştırma sürecinde toplanan verilerin çeşitliliğini arttırmak ve araştırmaya mümkün olduğunca çeşitli bakış açılarını dahil etmek için yaptığı uygulamaları kapsamaktadır (Merriam, 2003). Bu sayede araştırmanı hem tutarlılığı, anlaşılabilirliği ve güncelliği hem de inanılabilirliğinin artırılmasına katkı sağlamaktadır (Yaşar, 2018).

Yapılan bu araştırmada toplamda 38 kişi ile görüşülmüş, bu görüşmelerin ilgili yerel paydaşlar, akademisyenler ve geleneksel peynir üreticileriyle yapılması araştırmaya

farklı açılardan yaklaşılmasını yani veri çeşitlemesi sağlamıştır. Veri toplama yöntemi olarak görüşme ve doküman incelemesi olmak üzere iki farklı teknik kullanılmış ve veri analiz stratejisi olarak içerik analizi türlerinden olan frekans analizi ve çapraz tablo analizi kullanılmıştır. Tüm bunlar elde edilen sonuçların kavramsal çerçeve ve verilerle uyumlu olduğunu ve aynı zamanda araştırmanın da iç geçerliliğe sahip olduğunu söylenebilir.

Diğer bir strateji olan dış geçerlilik ise, araştırma sonuçlarının evrensel niteliğe erişmesi veya genellenebilirliği olarak ifade edilmektedir. Ancak sosyal olayların, buldukları ortama göre değiştiğini varsayarsak araştırma sonuçlarının benzer grup ya da ortamlara doğrudan genellenememesi nitel araştırmaların zayıf yönü olduğu söylenebilir (Baltacı, 2018; Creswell, 2002; Guba ve Lincoln, 1994; Merriam, 2018; Teddlie ve Yu, 2007). Bu nedenle araştırmacı araştırmasını belirli ölçülerde genellenebilir olmasını ve aynı zamanda dış geçerliği sağlamak için bazı soruları dikkate almalıdır; “Araştırma örnekleminin, ortamının ve süreçlerinin özellikleri başka örneklerle karşılaştırma yapabilecek düzeyde ayrıntılı olarak tanımlanmış mıdır? Örneklem genellemeye izin verecek ölçüde çeşitlendirilmiş midir? Araştırma sonuçları araştırma sorusu ile ilgili kuramlarla tutarlı mıdır? Araştırma bulguları benzer ortamlarda kolaylıkla test edilebilir mi?”. Tabi ki nitel araştırma yapan her araştırmacı bahsedilen sorulara uygun cevaplar veremeyebilir ama araştırma sonuçlarının benzer durum, olay ve ortamlara genellenebilmesi için araştırmacının okuyucuya yaptığı çalışmanın tüm aşamaları hakkında ayrıntılı bir şekilde bilgilendirerek okuyucuyu ikna etmesi gerekmektedir (Connelly, 2016; Creswell, 2020; Golafshani, 2003; Hay, 2000; Makatouni, 2002; Şimşek ve Yıldırım, 2016).

Kısacası dış geçerlilik, örneklemin ayrıntılı tanımlanması ve genellemeye uygun olacak şekilde çeşitlendirilmesi, araştırma sonuçlarının araştırma sorusuyla tutarlı olması ve araştırma bulgularının benzer durum/ortamlarda da kolaylıkla test edilmesi anlamına gelmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016; Merriam, 2018). Yapılan bu araştırmada da amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme ile kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Ayrıca araştırma sonuçlarının, araştırma sorularıyla tutarlı ve benzer ortamlarda da test edilmesinin mümkün olduğu görülmektedir. Bu bilgiler dahilinde yapılan araştırmanın dış geçerliliğe sahip

olduğunu ve okuyucular tarafından dolaylı genelleme yapılmasına olanak tanımaktadır.

Nitel araştırmalarda araştırma sonuçlarının inandırıcılığın sağlanması açısından güvenirlik oldukça önemlidir (Yıldırım ve Şimşek 2013). İnanđırıcılıđı sağlamak için araştırmacının, kendisinin veri toplama aşamasına dahil olması, araştırma ve veri analiz süreci ile ilgili detaylı bilgi vermesi, toplanan verilerin metne aktararak doğrudan alıntılara yer verilmesi, kod Şeması kullanılarak kodlama yapılması ve bu kodlamanın en az iki farklı kodlayıcı tarafından yapılması ve araştırmacılar arasında kod Őemasının geliştirilmesi, kod Őemasının metne uygulanması, ve kategoriler belirlenme aşamasında tartişmaların yapılması gibi yollar bulunmaktadır (Kozak, 2014; Elo vd., 2014; Hall ve Valentin, 2005; Graneheim ve Lundman, 2004). Yapılan bu çalışma da araştırma yöntemi ve süreci ile ilgili detaylı bilgi verilmeye çalışılmıştır. Ayrıca veriler ile sonuçlar arasındaki bağlantıları göstermek amacıyla analiz edilen metinden katılımcıların ifadeleri doğrudan alıntı olarak verilmiştir.

Bunun yanı sıra içerik analizinin inandırıcılığının sağlanması konusunda önemli bir hususta kodlama işlemine bağlı olduğu ve bu kodlamalarında en az iki farklı kodlayıcı tarafından yapılması gerektiği yönündedir (Hall ve Valentin, 2005). Kodlayıcı güvenilirliği, farklı kodlayıcıların analiz edilecek metinleri benzer Şekilde kodlamaları ile ilgiliyken, kategorilerin güvenilirliği açık-seçik olmalarına bağlıdır nk belirsiz olan kategoriler, güvenilirliği azaltmaktadır (Bilgin, 2014). Bu bağlamda analiz sürecinin güvenirliğinin sağlanması konusunda analiz edilen metinler üzerinde araştırmacı tarafından kodlama yapılarak, kod Şeması oluşturulmuştur. Ardından üç farklı araştırmacı belirlenerek araştırma ile ilgili bilgiler verilerek görüşme metinleri üzerinden kodlama ve temalar oluşturması istenmiştir. Daha sonra hem araştırmacı hem de diğer araştırmacıların oluşturmuş olduğu kod ve temalar karşılaştırılarak tartişılmıştır.

Kodların metne uyarlanması ve kategorilerin belirlenmesi sürecinde ortaya çıkan bu farklı görüş ve tartişmalar da karşılıklı uzlaşıya varılarak ilk önce ortak kodlara sonra da temalara ulaşılmıştır. Oluşturulan bu kategoriler de gastronomi alanında uzman iki kişi tarafından da incelenerek görüş ve nerileri alınmıştır. Uzaman görüşleri karşılaştırılarak üzerinde tartişılmış ardından kategorilerin oluşturulması ve isimleri üzerinde uzlaşılarak tartişmalar sona ermiştir.

Tüm bu bilgiler dahilinde çalışma verilerine ait kod ve temalarının oluşturulmasında uzmanlar tarafından görüş alınması çalışmanın güvenilirliğine katkı sağlamıştır. Böylece hem araştırma kapsamında yapılan içerik analizinin hem de belirlenen tema ve alt temaların anlaşılır, açık-seçik ve araştırmanın amacıyla uyumlu olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın içerik geçerliliğini belirlemek içinde en çok kullanılan kelimeler belirlenerek kelime frekanslarına yer verilmiştir. Ayrıca bu çalışmada nitel veri analizi programlarından biri olan “MAXQDA Analytics Pro 2020” kullanılarak elde edilen sözel veriler sistematik hale getirilmiş, içerik analizi yapılarak kavramlar arasındaki ilişkilerin görsel olarak da ortaya konulması analizlerin geçerliliği ve güvenilirliği pekiştirilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi ve Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde saha araştırması kapsamındaki görüşmelerden elde edilen verilerin analizine ilişkin sonuçlar yer almaktadır. Bu bağlamda çalışmanın “İzmir’ in sahip olduğu geleneksel peynir kültürünün gastronomi turizmine katkı sağlamakta mıdır?” ve “İzmir’in geleneksel peynirlerin gastronomi turizmine katkı sağlaması için neler yapılmalıdır?” temel sorusundan yola çıkarak akademisyenler, ilgili yer paydaşlar ve geleneksel peynir üreticileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular bu bölümde yer almaktadır. Bu doğrultuda ilk önce katılımcılara ait demografik bilgiler, ana tema ve alt temalar ile bu ana tema ve alt temalara dair açıklamalara yer verilmiştir. Nitel araştırmalarda bulgular betimsel, ilişkisel ve karşılaştırmalı olarak değerlendirilmektedir. Kodların betimlenerek ortaya konulduğu bulgular betimsel, karşılaştırma yapılan kodların yer aldığı bulgular karşılaştırmalı, kodlar arasında ilişki olan bulgular ise ilişkisel bulgular olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmada, betimsel ve karşılaştırmalı 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.

3.4.1 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. Derinlemesine görüşme yapılan katılımcılar da akademisyen ve ilgili yerel

paydaşlara K1, K2, K3,...K16; geleneksel peynir üreticilerine P1, P2, P3, P4,...P22 şeklinde kodlar verilmiştir.

Bulgularda yer alan alıntılarda bu kodlara göre aktarılmıştır. Tablo 9’da katılımcılara ilişkin yaş, cinsiyet ve mesleki durumlarına ilişkin demografik bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 9. 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 6 kadın, 10 erkek olmak üzere toplam 16 kişi katılmıştır. Katılımcıların mesleki durumları incelendiğinde 8 akademisyen, 8 ilgili yerel paydaşlardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların 5’ü 26-35 yaş aralığında, 9’u 36- 45 yaş aralığında, 3’ü 46 yaş üzerindedir.

Araştırmaya katılan geleneksel peynir üreticilerinin 11’i kadın ve 11’i erkek olmak üzere toplam 22 kişidir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde 2’si 26-35 yaş aralığında, 6’sı 36-45 yaş aralığında, 14’ü ise 46 yaş üzeri olduğu görülmektedir. Katılımcıların mesleki durumlarına bakıldığında 2’si emekli, 5’i çoban, 3’ü mandıra sahibi, 5’i ev hanımı, 4’ü esnaf, 1 köy muhtarı, 1 çiftçi ve 1 gıda mühendisi şeklinde olduğu görülmektedir.

3.4.2. Ana Temalara ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar

Araştırma bulgularını elde etmek amacıyla yapılan her biri kişiden elde edilen veriler deşifre edilerek “MAXQDA Analytics Pro 2020” istatistik programına proje olarak tanımlanmıştır. Veriler kapalı ve açık kod sistemiyle elde edilmiş ve ana temalar, alt temalar, kodlar belirlenmiştir. Kapalı kod sistemi (tümdengelimsel) bir teoriye veya alanyazına dayalı olarak yani daha saha çalışmasına çıkmadan oluşturulmuş kod sistemini; açık kod sistemi (tümevarımsal) ise saha çalışmaları sonucu elde edilen veriler doğrultusunda kodların, alt temaların ve ana temaların oluşturulmasını ifade etmektedir. Açık kodlama yapılırken Strauss ve Corbin’in kodlama paradigmasından yararlanılmış ve bu çalışmada hem alanyazında hem de sahadan gelen verilerle bir kodlama yapılmıştır. Çünkü sadece alanyazı ya da sadece sahadan elde edilen verilerle bir kodlama yapılması eleştiriye neden olabilmektedir (Creswell, 2018). Böylece bir durum araştırması olarak desenlenen “Gastronomik kimlik, gastronomik

bir ürün olarak peynir, İzmir'in geleneksel peynir çeşitleri ve kültürü" kavramları ile ilgili derinlemesine ve bütünsel bir kavramsal çatı oluşturulmuştur.

Kod Sistemi	Kod Sistemi	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. 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 10’de özetlenmektedir.

Tablo 10. 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 turizmine 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 Turizmine 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		

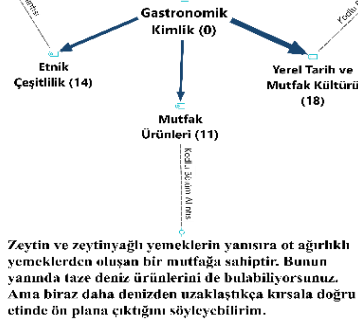
Tablo 10’de yer alan ana ve alt temalara ilişkin betimsel ve karşılaştırmalı analizler yapılmıştır. Verilerin görselleştirilmesi sırasında betimsel bulguları ortaya koyabilmek için kelime bulutu ve kod-alt kod-bölümler modeli; karşılaştırmalı bulguları ortaya koymak için çapraz tablo kullanılmıştır. Son olarak bazı katılımcıların araştırmanın amacına ve problemine uygun olarak hazırlanan sorulara verdikleri cevaplar Ek-4 de yer verilmiştir.

3.4.3. Araştırmaya Yönelik Betimsel Bulgular

Betimsel bulgular için kelime frekans analizi, kelime bulutu ve kod-alt kod-bölümler modeli kullanılmıştır. “İzmir’in geleneksel peynirleri” ne 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. Görüşmeye katılan 38 kişiye ait tüm ifadeler listelenerek sözcüksel bir taramaya tabi tutulmuştur. Öncelikle bütün katılımcıların ifadelerinde yer alan kelimeler listelenmiştir. Ancak Türkçe’nin sondan eklemeli bir dil olması nedeniyle bazı kelimelerin (Örneğin; peynir, peynirleri, İzmirililer, armolayı, tulumu vb.) birleştirilmesi, gruplandırılması ve ayrı bir listeye aktarılması gerekmiştir. Bu işlemin ardından bazı kelime gruplarının birleştirilmesi yapılmıştır. Bu işlemin sonunda elde edilen sonuçlara göre hariç listesi (için, lakin, gibi, yani, şey, daha, ama, fakat birkaç, bir, birlikte, ancak, var, arasında veya kelimelerinin yer aldığı liste) oluşturulup tüm belgelere uygulanarak analizlere son hali verilmiştir. Buna göre 5,086 kelime frekansı ile 120 kelime grubu tespit edilmiştir. Şekil 2’de kelime bulutuna yer verilmiştir.

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

Gastronomiyi kültürün bir parçası olarak görüyorum. Ben şöyle yorumluyorum gastronomi o toplumun kültürünün sofraya yansımış hali dolayısıyla sen bir yere gittiğinde oradaki özellikle yerel halkla yemek yediğinde siz onların geleneklerini, hayatlarını nasıl idame ettirdiklerini her şeyini öğreniyorsun. Dolayısıyla kültürün korunmasında gastronomi turizmi çok önem kazanıyor. Senin kendi kültürünü yansıtabilme, deneyimlemelerini sağlayabilmek gelen insanlara gastronomi turizmi ile mümkün olmaktadır. Bunu bir örnekle açıklamak gerekirse bu bölge için konuşursak katmer çok yaygın insanlar katmeri sadece yemek için değil nasıl yaptığında deneyimlemek istiyor ve bu da gastronomi turizminin bir parçası oluyor. Doğal olarak da sen kültürel bir parçanı paylaşmış oluyorsun.



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

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;

“... Kültürel ve tarihi yapılar bakıldığında aslında genel olarak turizm için oldukça önemlidir. Deniz, kum, güneş diye tabir ettiğimiz tatil üçlemesini saymazsak insanların kültür turizmi ne yoğun bir ilgi gösterdiğini söylemem pek yanlış olmaz sanırım. Yani insanlar bir anlamda ülkemizin her bölgesinde var olan kültürleri, yanmış tarihi görmek istiyorlar merak ediyorlar. Bu tarihi ve kültürel zenginliklerimiz son zamanlarda oldukça ön plana çıkan gastronomi turizmine de katkı sağlamaktadır. O dönemde yapılan yemeklerin, kullanılan aletlerin, yemeklerin ne şartlarda hangi ortamlarda yapıldığını öğrenmemizde yani bölgeye gelen turistlerin bir anlamda o dönemi deneyimlemesine katkı sağladığını düşünüyorum. Mesela bir yerin tarihi ile bilgi verdiklerin de ya da o bölge de yaşayan bir topluluksa bu işte bu dönemde kullanılan mutfaklardı diyor. O mutfak da kullanılan aletleri gösteriyorlar. Bu da gastronomi turizmine büyük bir oranda katkı sağladığını düşünüyorum. Çünkü yemeğin de tarihi geçmişi vardır. Osmanlı mutfakları mesela günümüze sadece yaptıkları binalar ya da el yazması eserler gelmedi mutfak kültürü de geldi. Şu an Osmanlı mutfakları popülerse o dönemin mutfak kültürünü öğrendiğimiz tarihi eserlere borçluyuz demek pek de yanlış olmaz...” (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 tabi ki de bence önemli bu anlamda o geleneklerin yaşatılması önemli. Bu durumun da gastronomi turizmine etkisi tabi ki de olur. 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 ve o şekilde de bir çekiciliğinin olduğunun ve gerçek anlamda onun adının gastronomi turizminin olduğunu düşünüyorum. Kültürlerin gelenekleri, görenekleri yaşam biçimleri bir şekilde korunursa ve bunların içerisinde o ürünleri nasıl tükettikleri insanlara anlatılırsa ancak o zaman gastronomi turizminin gelişimin de fayda sağlar. Çünkü bir turistin en çok aradığı şey deneyim. Ki alternatif turizm çeşitleri de bu yüzden çıkmış durum da. Eski den sadece deniz kum ve güneş bu üçlü insanlar için hep tatil demektir ya da bir kayak tatili tatil demektir. Yani kışın bir yere gitmek yazın bir yere gitmek bir anlamda dinlenmek için tatildi. Yani tatil demek bir dinlenme çeşidiydi. Eskiden insanlar uzun tatiller yaparlardı işte çocukların yaz dönemi ya da sömestr tatilin de ama şimdi yaşam şekillerinin ve trendlerin değişmesiyle tatillerin bir şekilde yapıları da değişti. Artık insanlar hafta sonları bu longweekend dediğimiz cumartesi, pazar ya da Cuma, cumartesi, pazar günlerinde üç günlük tatillerde yapabiliyor. Burada baktığımızda öncelikli etki bir şeyi deneyimlemek oluyor. Yani bir Kars' ı gördün mü dediğinde çıldır gölünün donmuş halini görüp onun bir fotoğrafını çekmek, oradaki peynirlerin yapıldığı köyüne gitmek, bir sabah kahvaltısını yerel bir ortam da yapmak, trenle gidip o gün doğumunu izlemek, şu an Kars'a uçakla gitmek değil trenle gitmek yani insanlar Kars'a gitmek ya da gördün mü derken bunları da için de arıyorlar. İşte gastronomi turizmi de işte bunu gibi. Sadece Kars'a peynirleri için gitmek değil yani iyi bir mandırada da ben Kars gravyeri bulabilirim ya da yapılan fuarlara Karslı üreticiler geldiğinde alabiliyorum. Burada önemli olan onu gidip yerinde görmek, nasıl yaptığını görmek, onların hikayelerini, yaşam şekillerini dinlemek bunlar olduğunda gerçekten ben gastronomik değerler içinde Kars'a gittim demek oluyor. O yüzden bence kültürel yapıların, değerlerin korunması bu anlamda çok önemli...” (K8)

“... Gastronomi aslında birçok alanla ilgili siz bir bölgeyi, şehri, kasabayı, köyü turizme açıyorsanız gastronomi olmak zorunda içinde. Çünkü gelen turist yemek yiyecek ve oranın kültürünü araştırarak. Kültürü de en iyi yansıtan gastronomidir. İnsanların yeme alışkanlıkları onların nasıl yaşadıklarını, nasıl ürettiklerini, ne ürettiklerini ortaya çıkarır. Bu da önemli ölçüde olayı gastronomiye ucunu çıkarır. Örnek veriyorum yaşam şekli tarıma dayalıysa tarıma dayalı bir model vardır ve ona göre bir yapılanma ve şekil oluştururlar. Ve ürettikleri de tarım ürünüdür onu yerler. Hayvancı toplumlarda daha göçebe ve daha farklı bir yapılanma modeli vardır. Bunun yanı sıra son 8-10 yıldır da artık kültür turizmi kapsamında tarihi yerleri, yapıları yani kültür turizmi içerisinde yer alan unsurları görmeye gelip yemek yenirken artık bu durum tam tersine döndü. Son 5 yıldır da yoğun ve etkin bir şekilde gastronomi turizmi kavramı insanların beynine yerleşti. Özellikle de yöneticilerin ve bu işte lider olan kişilerin, turizm şirketlerinin markajı altında gastronomi turizmi. Ona göre de yeni restoranlar ve alt yapıda değişim gösteriyor. Özellikle Antep ve Antakya bu işi çok hızlı bir şekilde yaptı. Bu da çok ciddi maddi kaynaklarla yaptılar bunu...” (K7)

“...Türkiye’yi coğrafi konum olarak düşünecek olursak tüm tarih boyunca göç alan ve göçebelerle yaşayan bir kültürü olmuştur. Ama İzmir özelinde konuşacak olursak İzmir 8500 yıllık bir tarihi geçmişe sahip olduğu bütün kaynaklar da yazıyor. İlk kurulduğu tarihten itibaren bir liman kenti olmasından ötürü çok fazla göç alan bir yer ve bide şöyle düşünecek olursak doğunun en batısı batının en doğusu, ege denizine çok önemli bir liman kenti, Anadolu topraklarına ulaşmadaki bir nokta ki bu deniz yoluyla çok fazla yapılıyor ve bu 8500 yıllık tarihi içerisinde İzmir toprakların da yapılan çalışmalara göre 78 ayrı kültürün varlığı tespit edilmiş. Şimdi 78 ayrı kültür demek 78 ayrı mutfak demek. Ve İzmir mutfağı bir şekilde zaman içerisinde bu kültürlerle hep bir uyum içerisinde yaşadıkları için o harmoni ile oluşmuş bir mutfaktır. Mesela bir Girit mutfağının notalarını İzmir mutfağına da görüyorsun. Girit yerlileri adalarda yaşayan ada halkı iken ana karaya alışveriş için geliyorlar. Mübadelenin en önemli noktalarından biri dünya da zaten 3 örneği olan tahaffuzhane yani karantinanın bulunduğu bir nokta aslında ilk başta Karataş da yer alan bu karantina büyüdükçe şehir merkezinde kaldığı için şimdi urla olarak bildiğimiz bölgeye taşınmış ve bunlar hep giriş noktaları o yüzde kayıt altına almak da kolay olmuş. Mübadele antlaşmasında sonra da karantina adası özellikle karşı

taraftaki Müslüman halkın bu ister Girit olsun ister Yunan ister Rum kökenli Müslüman halk olsun hep o kültürleri taşıyarak gelmişler bu bir kanalı. Diğer kanalı balkan savaşlarından kaçan muhacirler. Bir şekilde yerleştikten sonra hem kendi yörelerinden getirdikleri tohumları burada yetiştirken kendi yörelerinden öğrendikleri teknikleri buradaki coğrafi ürünlere uygulamaya çalışıyorlar. Mesela İzmir boyoz'u, Yahudilerin yaptığı boyoz ile İzmir boyoz'u arasında çok fark var. Oradaki göçmenlerin çalışmasıyla şekilleniyor malzemeler biraz değişiyor ve bugün bildiğimiz boyoz meydana geliyor..." (K3)

"... 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)

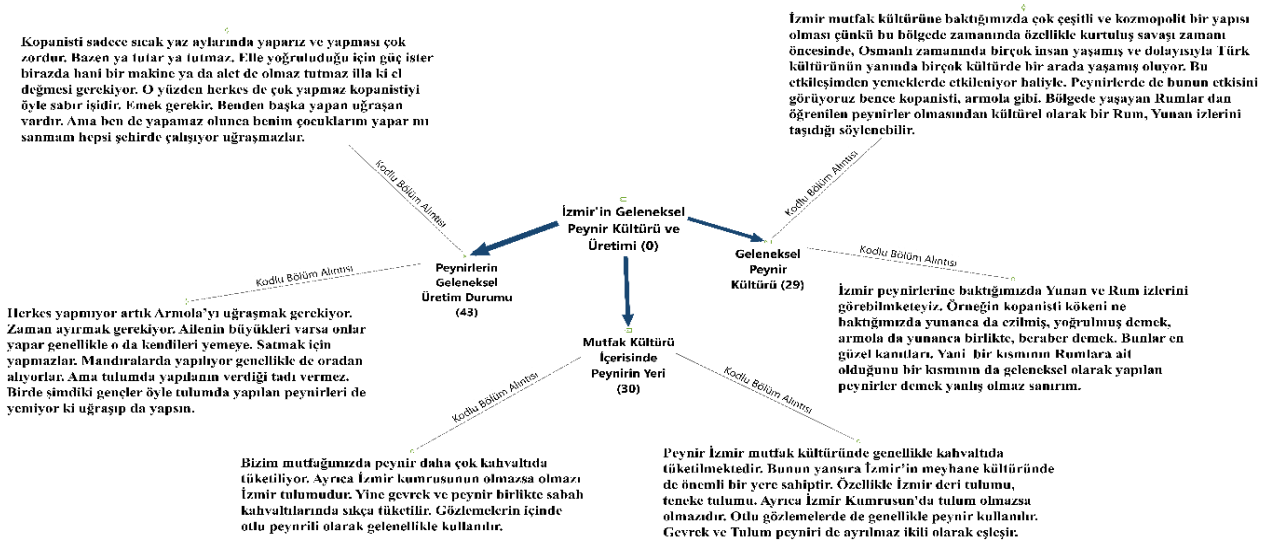
"... İzmir zaten bulunmuş olduğu coğrafya özellikleriyle Türk mutfağından tamamen ayrılan bir bölge. Ben İzmir'i kent mutfağı diyorum. Çünkü kendi dinamikleri, kendi yargıları ve değerleri var. Bunun en büyük nedeni ise tabii ki göç alması. İzmir e baktığımızda mübadele zamanın dan hatta onun da öncesinden Osmanlı zamanından leventtenler var. Bu nedenle İzmir de yerel farklılıklar çok. Bu da her ilçenin birbirinden farklı yemek kültürüne sahip olmasına neden olmuştur..." (K4)

"... 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)

"... İzmir'in mutfak kültüründe daha çok zeytinyağlılar ön plan da baktığımız da genel olarak. Yani ege mutfağı deyince zeytinyağlılar olarak biliniyor..." (K5)

“... Ve bu mutfak kültürünün içerisinde de harmanlanmış bir yapı var. O yüzden kendi içimizde ezelden beri koruduğumuz ağırlıklı olarak zeytinyağlılardan oluşan. Biraz kıyılardan iç kısımlardaki ilçelere gittiğimiz de ise hayvancılık ön planda çıkıyor. İşte kıyı da biraz daha balıkçılık urla, Karaburun vb yerler de balık ürünleri varken iç kısımdaki ilçelerde hayvancılık üzerine ürünler oluyor. Ama baktığımızda günün sonunda ağır yağların kullanımı hiçbir zaman İzmir de yok. Özellikle bütün mutfağın temelinde zeytinyağı var...” (K8)

Katılımcıların ifadelerinde deniz, kum güneş harici ülkemizin doğal, tarihi, kültürel yerlerini görmek için gelen ziyaretçilerin artık bölgenin yemeklerini, o yöre insanın geçmişte yaşadıkları gelenekleri, yaşam biçimlerini, tüketim alışkanlıklarını da merak ettikleri bu anlamda da hem geleneklerin hem de var olan mutfak kültürünün yaşatılmasının önemli olduğu vurgulanmıştır. İzmir’in bulunduğu konum itibariyle hem bir liman kenti hem de tarih boyunca çeşitli yollarla göç alan bir şehir olduğu ve sahip olduğu köklü tarihi geçmişiyle bünyesinde çeşitli kültürleri barındırdığı ve bu çeşitliliğin de mutfak kültürüne yansıdığı ifade edilmiştir. Özellikle göçebe Türkler, Rumlar, Yunanlar, Sefaradlar, Arnavutlar, Makedonlar, Levantenler vb. toplulukların bu mutfak kültürünün oluşmasında etkili oldukları görülmektedir. Bununla birlikte katılımcılar İzmir mutfak kültüründe ön plana çıkan ürünlerin zeytin ve zeytinyağlılar, bölgeye özgü otlardan yapılan yemekler ve salatalar, deniz ürünleri, iç kesimlere doğru ise kırmızı et ağırlıklı bir beslenme tarzının görüldüğüne vurgu yapmışlardır.



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

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 çünkü bu bölgede zamanında özellikle kurtuluş savaşı zamanı öncesinde, Osmanlı zamanında birçok insan yaşamış ve dolayısıyla birçok kültür bir arada yaşamış oluyor. Bu etkileşimden yemekler 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)

“...Çamur peyniri genellikle kahvaltılarda tüketilir. Ya da çayın yanın da ekmeğe sürersin yersin. Ya da simit le birlikte yeriz. Tulum peyniri aynı zamanda İzmir kumrusunun olmazsa olmazıdır...” (P4)

“...Peynir ise bu mutfak kültürünün aslında çok içerisinde. Çünkü burada bir meze kültürü de var ege de. Özellikle İzmir ve bütün egenin çevresinde rakıya eşlik eden bir model var. Mezelerin bir kısmında peynir kullanılıyor. Sokak yemeklerinde özellikle de kumru İzmir tulumu, domates ve yeşil biber ile yapılır. Ege kahvaltılarının vazgeçilmezi olarak çok çeşitli peynirleri vardır. Gevrek, peynir ve çay olarak tüketilir sabahları ya da öğle arası atıştırma olarak...” (K7)

“...Ama artık tulumu deride yapan çok az kişi var. Çünkü yapması zahmetli bir iş. Deri tulumu hazırlamasından peyniri tulumu basana kadar neredeyse 1 gün ki tulumu önceden hazır etmen lazım ki hazırlanması uzun sürüyor. Sonra bu peyniri yapıp satman için deri tulumu ihtiyacın var çok fazla ama keçi az zaten bir de hani büyük olsun ki deri fazla basa bilesin. Sonra tebliğ de deriye yasak geldi bir dönem şimdilerde kaldırıldı ama belli şartları var yine. Yani böyle olunca artık işletmelerde gerçek deri tulumu yapılamıyor. Eskiden küçük mandıralar vardı onlar kapandı

fabrikalar oldu. Fabrikalarda sürekli üretim yapmak zorunda yüzlerce deri bulması lazım oda imkânsız. Bu yüzden artık teneke tulum peyniri yapılıyor. Hem daha fazla üretebiliyorsun hem de deri kadar zahmetli değil. Bir de artık yeni nesil deri tulumun aromasını sevmiyor. Alışkın olmadıkları için yediremiyorsun. Ama tadını bilen de bu peyniri arar...” (P9)

“...Peynir çok karakteristik bir gıda şarap, peynir yani bunların bir karakteri var ya da vardı. Ama maalesef o kadar fabrikasyona döndük ki yöresel olarak yapılmamaya başlandı...” (K15)

“...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)

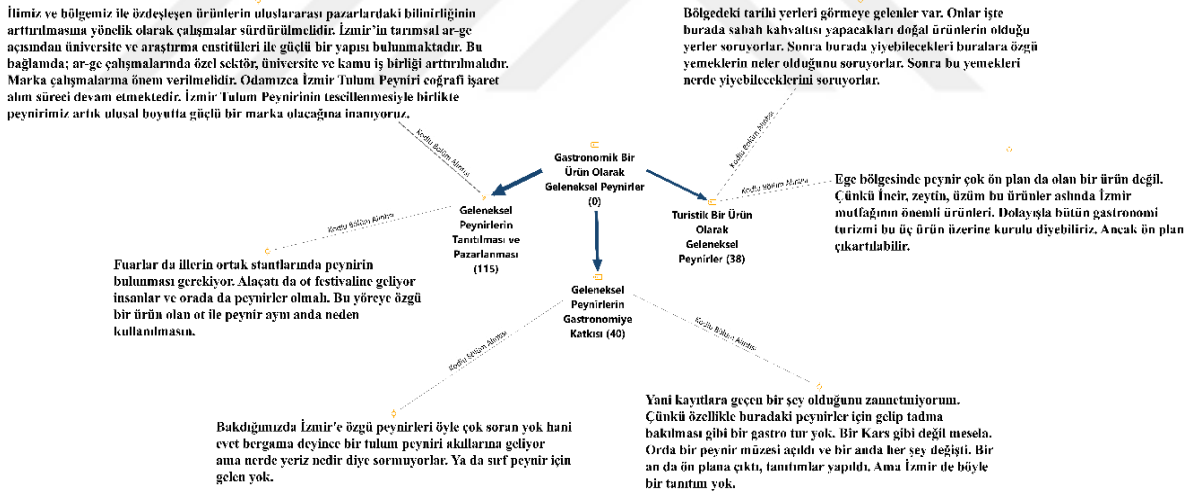
Katılımcılar İzmir'in geleneksel peynir kültürünü ve üretimini değerlendirmeleri sonucunda bölgenin tarih boyunca aldığı göçlerle oluşmuş kozmopolit yapısının yemek kültürünü etkilediği ve bu durumun peynir kültürüne de yansıdığını sıkça vurgulamışlardır. Özellikle Karaburun da yapılan kopanisti peynirinin bölgede eskiden Rumların ve Türklerin birlikte yaşadıkları, komşuluk yaptıkları dönemde öğrenilerek bugünlere kadar geldiği görülmektedir.

Seferihisar ve çevresinde yapılan armola peynirinin yapımı itibariyle elde kalanı değerlendirme şekli olması Türk kültüründen gelen bir gelenek olarak değerlendirilmekle birlikte yine bu yörede yaşayan Rumların peynirin yapılışına kendi dillerin de birlikte anlamına gelen “armola” ya da “armogolos” ismini verdiklerini günümüzde de yöre halkının bu ismi kullanmaya devam ettiği dikkat çekmektedir. İzmir ile özleşen tulum peynirinin ise Yörük kültüründen geldiği ve aslında bir saklama şekli olarak tulum basıldığı ifade edilmektedir. Bu bağlamda yöre peynirlerin İzmir'in çok kültürlü coğrafyasının getirdiği kültürel mirasın bir sonucu olduğunu söylenebilir.

Sofra kültüründe ve yöre mutfağında peynirin genellikle kahvaltılarda, otlu yemeklerin içerisinde ve meyhane kültüründe meze olarak da yer aldığı görülmektedir. Ayrıca İzmir'in gastronomik bir ürünü olan “gevrek ve İzmir

kumrusu” ile tulum peyniri eşleştirilmesi dikkat çekmektedir. Ancak yörenin sahip olduğu bu peynirlerin geleneksel üretim şekli ile çok fazla yapılmadığı, yapılsa da genellikle ailelerin kendi tüketimleri için yaptıkları sıkça ifade edilmiştir.

Tulum ve armola peynirlerinin geleneksel üretimlerinin yapılmamasında; tulum işçiliğinden, peynirin tulumla basılmasından tüketilebilecek duruma gelene kadar olan sürecin zor bir zanaat olduğu sabır ve özen gerektirdiği bu nedenle gençlerin bu geleneği devam ettirmek istemedikleri sıklıkla vurgulanmıştır. Karaburun da yapılan kopanisti peynirinin yöredeki birkaç aile tarafından yapıldığı bunu sebebinin de bu peynirin sadece el gücü ve keçi sütüyle yapılmasından kaynaklandığı görülmektedir. Özellikle kopanisti ve sepet peyniri üreticileri tarafından, yörede hayvancılık da yaşanan sıkıntıların fazla olduğu, çobancılığın zor bir meslek olması hem de bu mesleğin bir geleceği olmadığı düşüncesiyle aile bireylerinin devam ettirmek istemediklerini ve tüm bunların keçi den elde edilen ürünlerin yapılmasına engel olmaya başladığı sıklıkla vurgulanmıştır.



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 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)

“... ege bölgesinde peynir çok ön plan da olan bir ürün değil. Çünkü İncir, zeytin, üzüm bu ürünler aslında İzmir mutfağının önemli ürünleri. Dolayısıyla bütün gastronomi turizmi bu üç ürün üzerine kurulu diyebiliriz. Bu peynirler daha çok yerli halk tarafından biliniyor. Burada yaşayanlar, tüketenler biliyor aslında. Ancak ön plan çıkartılabilir... bir akşam yemeğinde sunulan peynir ile sabah kahvaltısında tükettiği peynirin tanınması arasında çok fark var. Akşam yemeklerinden sonra peynir yedikleri, için ve peyniri kendi yemeklerinde ve soslarında kullanıyorlar. Peynir tüketimi çok fazla olduğu için tanınırlığı da çok fazla oluyor. Biz daha çok peyniri yemeklerde bir malzeme olarak kullanmaktansa ayrı kahvaltıda kullanıyoruz bu nedenle de tanınırlığı da ona göre oluyor...” (K3)

“... armola pek fazla tanınmıyor. Şöyle bir şey festival de biz keçi peyniri de çıkarmıştık. Festivale gelen insanlar da keçi peynirine yaklaşıyorlardı armola peyniri bu mu diye. Armola bu diye gösteriyorduk yoğurt mu bu diyorlardı. Bende az çok neyle karşılaşacağımı bildiğim için çünkü kimse bu devirde deri de peynir görmüyor. Bizimde birkaç tane küçük derimiz vardı içinde az peynir olan onları asmıştım şemsiyeye. Geliyorlardı eğiliyorlar bir bakıyorlar sonra bunun içinde mi oluyor bu deyip kaçanlar oluyordu. Yani insanlar o kadar yabancı ki tulumu karşı onun içinden çıktığını görünce yemekte tereddüt ediyorlar...” (P14)

“... 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)

“...hani bölgeye de Birgi’yi, Bozdağ’ı ziyaret etmeye gelirler ama sırf peynir var diye gelmezler...” (K15)

“... öyle bir turistin gelip de peynir sorduğuna rastlamadım hiç...” (P18)

“... ama buralara gelen turist öyle İzmir tulumu alayım demez çünkü her yerde var büyük marketlerde ama deri tulumu yapılsa belki alırlar hani farklı diye ama teneke tulumu her marketten alabildikleri için İzmir’den peynir alıp giden yok diye düşünüyorum...” (P8)

“... herhangi bir katkısı olduğunu düşünmüyorum. Olmalı mı tabi ki de çünkü bölgedeki peynirlerimiz kıymetli ve değerli peynirlerdir. İzmir peynirlerini gastronomik anlam da iyi kullanabiliyor mu açıkçası çok da iyi kullanılabildiğini düşünmüyorum. İyi bir peynir Türkiye’nin her bölgesi en azından ulusal marketlerde ulaşabiliyorsunuz. Ama gastronomik anlamda bir yere gittiğiniz ki bu bölgeden örnek verirsek Urla’da olan popüler olan restoranların peynir tabağında bile şöyle güzel bir tulum peyniri yok...” (K12)

“... İnsanlar sadece buraya peynir için geliyorlar mı tartışılır ben zannetmiyorum. Ama geldiğinde bölgenin çeşitliğini görürken peynir bunun çok önemli bir parçası olduğu için peynir her zaman var. Belli yemek kültürlerinde mesela kasabalara, köylere gittiğiniz de peynirli makarnalar vardır kendi kültürünün içinde...” (K7)

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

“... karakılçık ve Armola peyniri festivalinin devam etmesi sağlamalı...” (P11)

“... Bu konu ile ilgili yapılacak fuarlar olur, bilimsel anlamda sempozyumlar, çalıştaylar olur, halka yönelik festivaller ya çeşitli birtakım etkinlikler olabilir. Bunu içinde hem bilimsel anlamda hem sektörel anlamda faaliyetlerde ve iş birliğinde bulunulması gerekiyor...” (K2)

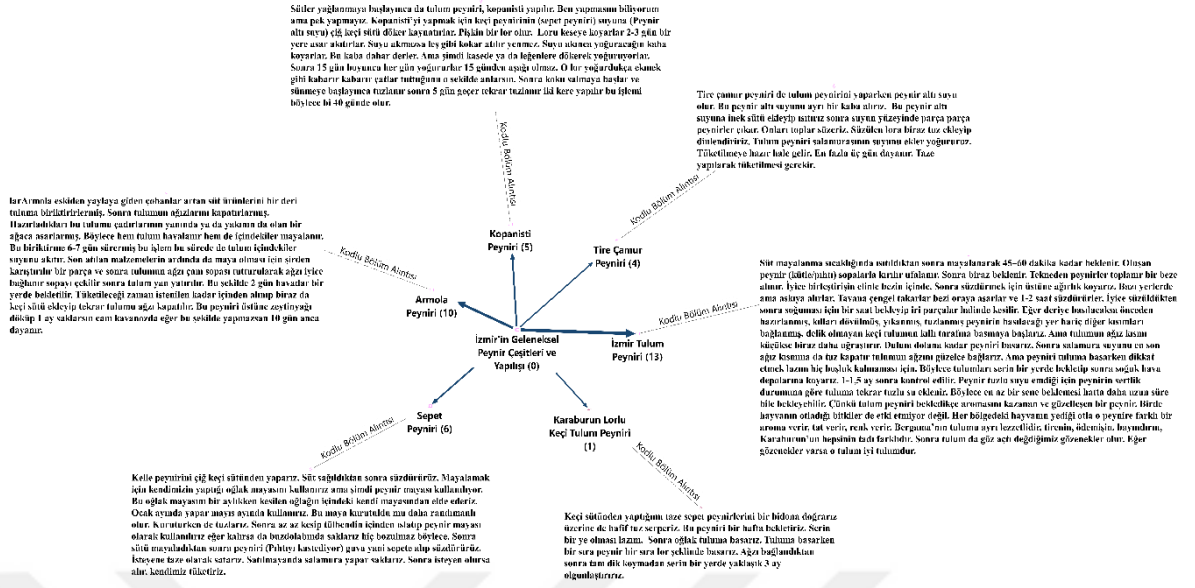
“... Armola’nın tanıtımına yönelik karakılçık ve armola festivalinden başka da bir çalışma yok. Yani festivaller sayesinde tanıtılır ama geleneksel şeklinin ticari ve seri bir üretimi olması zor. Ancak butik üretimi yönlendirici destekleyici çalışmalar ile bu geleneğin kaybolması engellenebilir...” (P14)

“... hizmet içi eğitim şeklinde mandıralarla iş birliği yapılarak geleneksel yöntemin devamı sağlanabilir. Yerel yönetimler kendi satış yerlerini açabilirler, kooperatifleşme ile de destek sağlanabilir...” (K6)

Katılımcıların ifadelerine göre yöredeki geleneksel peynirlerin turistik bir ürün olarak ön plana çıkmadığı ancak zengin bir potansiyele sahip olduğu sıkça vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra İzmir tulum peynirinin yerleşmiş bir adı olduğu, bilinirliğinin yöredeki diğer peynirlere oranla fazla olduğu ifade edilmiştir. İzmir ve ilçelerinde yer alan diğer geleneksel peynirler içinse üretildiği yerde daha çok bilindiği ve tüketildiği, bölgeyi ziyaret eden kişilerin ise bu ziyaretleri sırasında yiyecek gereksinimlerini karşılamak istediklerinde, yöre de bir pazar kurulmuşsa ya da yörede yapılan bir festival dönemi gelmişler ise ancak o zaman bu peynirlerle karşılaştıkları sıklıkla vurgulanmıştır. Ayrıca katılımcı ifadelerinde dikkat çeken diğer bir nokta ise keçi sütünden yapılan geleneksel peynirlerin laktoz intoleransı olan kişi ve kişiler tarafından keşfedildiği ve talep edildiği yönündedir.

Geleneksel peynirlerin gastronomi turizmine katkısı açısından bakıldığında şu an için istenilen değer de olmadığı, ancak çekici hale getirilerek gastronomi turizmine katkı sağlayabileceği vurgulanmıştır. İzmir'in sahip olduğu tarihi, doğal güzellikleri ile deniz, kum, güneş için gelen ziyaretçilerin daha fazla olduğu, ancak son yıllarda gastronomi turizmi ile birlikte İzmir'in mutfağının da ön plana çıktığı, peynirlerinde aslında İzmir mutfak kültürünün de ön plana çıkarılması gereken bir değer olarak görüldüğü ifade edilmiştir. Yöredeki geleneksel peynirlerin ön plana çıkmamasında en önemli faktörün tanıtım eksikliği olduğu ifade edilmiştir.

Yörenin geleneksel peynirlerine yönelik tanıtım ve reklam çalışmaları, tanıtıcı broşürlerin basılması, peynir rotalarının oluşturulabileceği, çalıştaylar, festivaller ile uluslararası fuarlarda sıkça yer alınması gerektiği, butik peynircilik üzerine çalışmalar yapılarak geleneksel peynir üretiminin devam ettirilmesini, yöredeki ilgili paydaşların ve üniversitelerin kültürel bir miras olan peynir geleneğinin kaybolmamasında birlikte hareket etmeleri gerektiği katılımcılar tarafından sıkça vurgulanmıştır.



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

“... İzmir tulum Peynir yapımında kullanılacak süt genellikle mevsimine göre karışım sütü ya da sadece koyun sütüdür. İzmir tulum peynirini Ödemiş, Tire, Bayındır, Bergama taraflarında mevsimine göre değişen sütlerden yapılıyor. Ama genellikle karışım süttten yapılıyor. Koyun, keçi ve inek karışımıdır. Süt mayalanma sıcaklığında ısıtıldıktan sonra mayalanarak 45-60 dakika kadar beklenir. Oluşan peynir ya da kütle işte sopolarla kırılır ufalanır. Sozra biraz bekleriz. Tekneden peynirler toplanır bir beze alınır. İyice birleştirişin elinle bezin içinde. Sozra süzdürmek için üstüne ağırlık koyarız. Bazı yerlerde ama askıya alırlar. Tavana çengel takarlar bezi oraya asarlar ve 1-2 saat süzdürürler. İyice süzöldükten sonra soğuması için bir saat bekleyip iri parçalar halinde kesilir. Eğer deriye basılacaksa önceden hazırlanmış, kılları dövölmüş, yıkanmış, tuzlanmış peynirin basılacağı yer hariç diğer kısımları bağlanmıç, delik olmayan keçi tulumun kıllı tarafına basmaya başlarız. Ama tulumun ağız kısmı küçükse biraz daha uğraştırır. Dulum dolana kadar peyniri basarız. Sozra salamura suyunu en son ağız kısmına da tuz kapatır

tulumun ağzını güzelce bağlarız. Ama peyniri tulumla basarken dikkat etmek lazım hiç boşluk kalmaması için. Böylece tulumları serin bir yerde bekletip sonra soğuk hava depolarına koyarız. 1-1,5 ay sonra kontrol edilir. Peynir tuzlu suyu emdiği için peynirin sertlik durumuna göre tulumla tekrar tuzlu su eklenir. Böylece en az bir sene beklemesi hatta daha uzun süre bile bekleyebilir. Çünkü tulum peyniri bekledikçe aromasını kazanan ve güzelleşen bir peynir. Birde hayvanın otladığı bitkiler de etki etmiyor değil. Her bölgedeki hayvanın yediği otlar o peynire farklı bir aroma verir, tat verir, renk verir. Bergama'nın tulumu ayrı lezzetlidir, tirenin, ödemişin, bayındırın, Karaburun'un hepsinin tadı farklıdır. Sonra tulum da göz açtı dediğimiz gözenekler olur. Eğer gözenekler varsa o tulum iyi tulumdur..." (P8)

"... keçilerin sütünden kış için kelle peyniri yaparız şimdi sepet peyniri denilse de buralarda kelle peyniri denir eskiden beri..."

Kelle peynirini çiğ keçi sütünden yaparız. Süt sağdıktan sonra süzdürürüz. Mayalamak için kendimizin yaptığı oğlak mayasını kullanırız ama şimdi peynir mayası kullanılıyor. Bu oğlak mayasını bir aylıkken kesilen oğlağın içindeki kendi mayasından elde ederiz. Ocak ayında yapar mayıs ayında kullanırız. Bu maya kurutuldu mu daha randımanlı olur. Kuruturken de tuzlarız. Sonra az az kesip tülbinden içinden ıslatıp peynir mayası olarak kullanılırız eğer kalırsa da buzdolabında saklarız hiç bozulmaz böylece. Sonra sütü mayaladıktan sonra peyniri (Pıhtıyı kastediyor) guva yani sepete alıp süzdürürüz. İsteyene taze olarak satarız. Satılmayanda salamura yapar saklarız. Sonra isteyen olursa alır, kendimiz tüketiriz..." (P17)

"...5 kuşaktır dededen miras aldığım çobanlığı yapıyorum. Keçilerde sağdığımız sütü mandıralara veririz 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. Kimiz mayasıdır yani. Oğlakların anneden ilk emdiği süte kimiz deriz ve oğlak anasını emerken kesildiğinde işkembesinde mayayı kimizle karıştırıp tuzlarız 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. Benim amca çocukları örerdi bu sepetleri onlardan alırdım. 1gün bekledikten sonra peyniri kalıptan çıkarırım serin havadar bir yerde bekletirim. 15

gün de peynir olgunlaşır tüketilir ama uzun süre saklayacaksak salamura yapar bidonlara koyarım. Bu böylece 1-2 sene dayanır...” (P19)

“... Kopanisti yaparken süt ve lorun iyi olması lazım. Keçi loru en iyisi ama koyun loru ile de karıştırılırsa olur. Sadece inek lorundan olmaz kopanisti. Lorun taze olması ve suyunun süzülmesi önemli. Mayıs ayından sonra toplanan süt yağlı olur ondan yapılır daha kaliteli lezzetli olur. Bir de hava önemli kuru ve sıcak bir hava olacak kopanisti için o yüzden yaz ayların da daha tez olur kabarır ve rengi değişir. Sırlı kaplarda dahar deriz onlarda yapılması ideal olanıdır ama şimdiler de evdeki kaplarla yapıyoruz. Lor bu kapların için de her gün kırılacak ama kabın etrafının temiz kalması önemli hiç kalıntı, parça kalmamalı yoksa kurtlanabilir. Kırıldıktan sonra kabın üzerine hava alacak bir bezle örteriz. Örteriz ki üzerine sinekler gelesin yoksa oda kurtlanmaya neden olur. Her gün kırılan loru (Yoğurma yani) hava şartlarına göre 10-15 gün de bilemedin 25- 30 günde kopanisti olur. Her gün kırılan (Yoğrulan) lor zamanla kabarıyor (Yani fermente oluyor) ve çatlıyor. Çatlaklardan yağ çıkmaya başlıyor bu olgunlaşır demek oluyor. Sonra azar azar tuz ekleyerek karma işlemini bitiririz...” (P21)

“... Beyler köyündenim peynircilik babamın mandırayı kurmasıyla devam etti. Armola'yı mandırada üretiyoruz. Eskiden geleneksel olarak da yapılırdı ama çok uğraştırıcı bir peynir. Ama köylerde yapanlar var (Ulamış, Gödençe, Beyler, Ulamış gibi). Armola eskiden yaylaya giden çoban artan süt ürünlerini bir deri tulumu biriktirirler. Ağzlarını kapatırlar. Sonra bu tulumu çadırlarının yanında ya da yakınının da olan bir ağaca asarlarmış. Hem tulum havalanır hem de içindekiler mayalanır. Bu biriktirme 6-7 gün sürer bu sürede de tulum içindekilerin suyunu akıtır. Son atılan malzemelerin ardında da maya olması için şirden karıştırılır bir parça sonra tulumun ağzı çam sopası sokulur ve ağzı iyice bağlanır sopayı çeker sonra tulum yan yatırılır. Bu şekilde 2 gün hava dar bir yerde bekletilir. Tüketileceği zaman istenilen kadar içinden alınıp biraz da keçi sütü ekleyip tekrar tulumu ağzı kapatılır. Bu peyniri üstüne zeytinyağı döküp 1 ay saklarsın cam kavanozda yok yapmazsan 10 gün anca dayanır...” (P11)

“... Armola peyniri eskiden dedelerimizin zamanında buzdolabı yokken derilere, tulum peyniri basıyorlarmış bolca tuzlayıp, deride olgunlaştırıyorlarmış. Deriyi sürekli kontrol ediyorlarmış işte tuzluyorlarmış kurtlanmaması, sineklenmesin, böceklenmesin diye. Sonra içinden olgunlaştıkça bu peyniri yavaş

yavaş tüketmeye başlıyorlar. Asılı duran tulumdan peynir lazım oldukça çıkarıp tüketiyorlarmış. Peyniri deriden çıkarırken derinin kolları var boynu var buralarda peynirin parçaları içinde kalıyor, deriye yapışıyor, ayırırken parçalanıyor içinde kalıyor. Tulumda peynir bittikten sonra tekrar tulum yapmadan, derinin içinde bu kırıntılar varken keçi süt döküyorlar üzerine. İçine süt dökünce bir de peynir kırıntıları olan tulumu boyun kısmından aşağıya gelecek şekil de ters çeviriyorsun, tulumun boyun kısmı da peyniri kaçırmayacak kadar sıkı bağlı, su sızdıracak kadar gevşek bağlı olacak şekilde bağlanıyor. Asmaların altına, yarı güneş gören, esinti alan, kuytu, gölge bir yere asılır. Zeytin ağaçlarına da çok asarlar. Bu şekilde küçük küçük damlalar halinde süzülüyor. Yukarıdan döktüğümüz süt derinin içinde süzülerek aşağıdan damlaya damlaya hem tulumun üst kısmında kalan karışımı koyulaştırıyor hem de olgunlaştırıyor. Bu şekilde 15-20 gün 1 ay kadar kalıyor...”

(P14)

“... biz kendi keçilerimizin dersinden yaptığımız tulumun içine evde arta kalan peynir, yoğurt, çökeleği koyarız ya da tulumu yaptığımız peynir bitmiştir kırıntıları kalmıştır onun üzerine yoğurt, kendi yaptığım 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. 15günle 1 ay arası bekler. Sonra tüketilecek kadar tulum dan çıkarılır ve yine keçi sütü eklenir yine 15-20 gün beklenir. Sonra yine tulumdan ihtiyacın kadar alırsın yine keçi sütü eklersin. Eğer eklemeszen peynir kurur gider yaban olur (Yani bozular iyi olmaz). Ben keçiden yaptığım için tadı da o yüzden diğer yapılan Armola'lardan farklı olur kimine göre güzel kimine göre gelir beğenir kimisi de güzel bulmaz. O yüzden Armola 'da biraz el lezzeti demek herkesin yaptığı bir olmaz bu peynirde. Alışkın olan insan, çocukluğun da bu tadı bilen çok arar bu peyniri. Eğer tekrar süt ilave etmezsek süzüle süzüle sert çökelek gibi dağılmaya başlıyor. Armola'nın özelliği sürülebilir, yumuşak daha kıvamlı olması o yüzden belli aralıklarla süt döküyorlar. İşte baktıklarında sertleşmiş peynir süt döküyorlar bu hem peyniri çoğaltıyor hem de yumuşak bir kıvam oluşuyor...” **(P15)**

“... aslında eskiden lor peyniri tek tüketilmezmiş. O yüzden tulumu deriye basarken bir peynir bir lor şeklinde basılırmış ve öyle deri tulumun ağız kapatılırmış. İşte olgunlaştıktan sonra peynir suyuyla o lor değişik bir aroma kazandığı için deri

tulum peyniri ile lor birlikte satılmış. Yıllar geçtikten sonra tek başına üretilen bir peynir oldu tire çamur peyniri.... Tire çamur peyniri de tulum peynirini yaparken peynir altı suyu olur. Bu peynir altı suyunu ayrı bir kaba alırız. Bu peynir altı suyuna inek sütü ekleyip ısıtırız sonra suyun yüzeyinde parça parça peynirler çıkar. Onları toplar süzeriz. Süzülen lora biraz tuz ekleyip dinlendiririz. Tulum peyniri salamurasının suyunu ekler yoğururuz. Tüketilmeye hazır hale gelir. En fazla üç gün dayanır. Taze yapıp tüketilmesi gerekir...” (P7)

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 lor ve peynir şeklinde basıldığı lora bu sayede lezzetlendiği ve tulum peyniriyle birlikte satıldığı ama günümüzde tek başına satılan bir ürün olduğu; kopanisti peynirinin sadece keçi sütünden ve elle yoğrulmuş yapıldığı ve herhangi bir makine tutmadığı; sepet peynirinin keçi sütüyle yapıldığı ve elde örülen sepetlere basılırken günümüzde bu sepetlerin ören olmadığı ve süzgeçlere basıldığı ifade edilmiştir. Ayrıca katılımcıların yöredeki peynirlerin geleneksel olarak nasıl yapıldığını, bu peynirlerin yapımındaki önemli noktaları, nasıl öğrendikleri ve peynir geleneği ile ilgili ifadelerde yer almaktadır.

3.4.4. Gastronomik Kimlik, İzmir’in Geleneksel Peynir Kültürü ve Üretimi, Gastronomik Bir Ürün Olarak Yerel Peynirler ve Geleneksel Peynir Çeşitleri ve Yapılışı Temalarına İlişkin Karşılaştırmalı Bulgular

Araştırmaya katılan akademisyenler ve ilgili yerel paydaşlar ile geleneksel peynir üreticilerinin yöredeki peynirlerin gastronomi turizmi açısından değerlendirmelerine ilişkin görüşlerinin karşılaştırması amaçlandığından karşılaştırmalı analiz türleri içerisindeki çapraz tablo tercih edilmiştir.

▼ 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

Katılımcıların İzmir'in geleneksel peynirlerinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmelerine ilişkin görüşleri "MAXQDA Analytics Pro 2020" yazılımına aktarılarak, alt temalar Akademisyen ve yerel paydaşlar ile geleneksel peynir üreticisi ayrımı yapılarak çapraz tablo ile karşılaştırılmıştır. Her iki gruba sorulan sorular çerçevesinde ortak çıkan temalar üzerinden karşılaştırma yapılmıştır. Yukarıda yer alan tabloya göre *İzmir'in geleneksel peynir kültürü ve üretiminin* 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 temasını akademisyen ve yerel paydaşlar ile geleneksel peynir üreticileri 15 kez; peynirlerin geleneksel üretim durumu alt temasını ise akademisyen ve yerel paydaşlar 11 kez, geleneksel peynir üreticileri ise 34 kez; *gastronomik bir ürün olarak geleneksel peynirlerin* alt teması olan turistik bir ürün olarak geleneksel peynirler akademisyen ve 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 ise akademisyen ve paydaşlar tarafından 91 kez, geleneksel peynir üreticileri tarafından 24 kez bahsedilmiştir.

Karşılaştırmalı tablo sonucunda her iki grubun geleneksel peynir kültürü ve peynirin mutfak kültürü içerisindeki yeri konusunda ortak görüşler bildirdikleri görülmektedir. Geleneksel peynirlerin üretim durumu konusunda ilgili yere paydaşlar ve akademisyenler yöredeki peynirlerin geleneksel yöntemlerle üretilmeme nedeni olarak peynir yapımının sabır, zaman ve özen gerektirdiği, zamanla fabrikasyona geçilmesi, geleneksel üretim de maliyetlerin fazla olması olarak görülürken; peynir üreticileri ise hayvan yetiştiriciliğinde gerekli iyileştirilmelerin yapılmadığı, hayvancılıkla uğraşan kişilere yeterli destek verilmediği, bu durumda gelecek kuşakların hem hayvancılıkla hem de peynirin geleneksel yöntemlerle yapımını

devam ettirmediği bu yüzden de kaybolmaya yüz tutuğunu ifade etmişlerdir. Peynirlerin turistik bir ürün olarak gastronomi turizmine katkısı konusunda ise her iki grubun ortak görüşler belirttiği bunun yanı sıra bu peynirlerin tanıtılması konusunda akademisyen ve yerel paydaşların ortak görüş bildirdikleri söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi turizmi, destinasyona ait özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin yapılışını görmek amacıyla gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanabilir (Hall vd., 2003). Bölge kültürü ve yemekleri arasındaki ilişkiyi araştıran bu alan; özellikle yerel ve geleneksel ürünlerin önemini ortaya koymaktadır (alışkan, 2013; Durusoy, 2017). Günümüzde bir turizm ürünü veya cazibe unsuru olarak yiyeceğin ön plana çıkması ve turistlerin alışkın oldukları ortamdaki 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 bu mutfak kültürlerini ve geçmişinden bugüne taşıdığı kültürel değerlerini ön plana çıkarmaya başlamıştır. Bu durum Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyeli yönünden derin ve etkinliği yüksek stratejik zenginliklere sahip olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin sahip olduğu bu zenginliklere Gaziantep'de fıstık, Kahraman Maraşı'da dondurma, Malatya'da kayısı, Kayseri ve Kastamonu'da pastırma, Diyarbakır'da karpuz, Afyon'da kaymak ve sucuk gibi birçok örnek verilebilir (Bucak ve Aracı, 2013; Dilsiz, 2010).

İzmir, 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, Anadolu ve Yunan) etkisi önemli rol oynamaktadır (zdoğan, 2016; Durusoy, 2017). Bu nedenle de İzmir mutfağı, bu kültürlerin etkisiyle sentezlenmiş ve kente mal olmuş bir mutfak olarak da tanımlanmaktadır (Dkmeoğlu, 2014). İzmir'in gastronomik değerleri üzerine yapılan birçok

çalışmada, İzmir mutfağında ön plana çıkan lezzetler arasında; zeytin, zeytinyağıyla yapılan ot ve sebzelerden oluşan yemekler (şevketi bostan, enginar, turp otu, radika, cibes gibi) ve deniz ürünleri yerel lezzet unsurları olarak öne çıkmaktadır. 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 lezzetsel değerler arasında yer almaktadır (Erdoğan ve Özdemir, 2018; Ağlamaz ve Öncüer Çivici, 2018; Türkoç Bakırcı, Bucak ve Turhan, 2017). Ancak yörenin sahip olduğu geleneksel peynirlerin gastronomik bir lezzet olarak ön planda olmadığı görülmektedir.

Yapılan bu çalışma, İzmir'in zengin gastronomi kültürü içerisinde sahip olduğu geleneksel peynirlerin önemini ortaya koyarak, gastronomi turizmi açısından değerli bir unsur olduğunu belirtmeyi ve İzmir'de üretilen geleneksel peynir türlerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda sahadan elde edile veriler betimsel ve karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Kelime frekans analizi (MAXDicto), kelime bulutu ve kod-alt kod-bölümler modeli kullanılarak betimsel bulgular, çapraz tablo kullanılarak da karşılaştırmalı bulgular ortaya konulmuştur.

Kelime frekans analizi, kelime bulutu kullanılarak görselleştirilmiş ve en sık tekrar eden kelimeler “peynir, tulum, süt, gastronomi, İzmir, geleneksel, kültür, armola, deri, keçi ve çamur” olmuştur. Araştırma İzmir'in sahip olduğu geleneksel peynir kültürünü ve gastronomi turizmi açısından değerli bir unsur olduğunu belirtmeye yönelik olduğu için, katılımcıların en sık tekrarladığı kelimelerin çalışmayla uyumlu olduğu görülmektedir.

Kod-alt kod-bölümler modeliyle alt temaların kodlanma sıklığı tespit edilmiş ve bulgular kısmında alt temalara ilişkin katılımcı ifadelerine yer verilmiştir. Araştırmanın gastronomik kimlik alt temaları ile ilgili elde edilen sonuçları;

- Bir destinasyonun sahip olduğu yerel tarihi, mutfak kültürü, mutfak ürünleri, gelenekleri, tüketim alışkanlıkları, yerel lezzetleri gibi birçok unsurun gastronomi turizminde ön plana çıktığı ve tüm bu unsurların korunarak gelen ziyaretçilerin deneyimlemesinin gastronominin ilk basamağı olduğu,
- İzmir'in bulunduğu coğrafi konumu ve tarihte birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması nedeniyle çok zengin bir kültürel çeşitliliği barındırdığını ve bu çeşitliliğin mutfak kültürüne yansdığı,

- İzmir mutfağının Türk, Levanten, Rum, Sefarad, Girit gibi birçok topluluğun uzun yıllar birlikte yaşamaları sonucunda bu toplulukların kendi kültüründen bir şeyler katarak oluşturdukları sentez bir mutfak olduğu,
- İzmir mutfak kültüründe ön plana çıkan ürünlerin zeytin ve zeytinyağlılar, bölgeye özgü otlardan yapılan yemekler ve salatalar, deniz ürünleri, iç kesimlere doğru ise kırmızı et, tahıl ürünleri ağırlıklı bir beslenme tarzının görüldüğü şeklindedir.

Yemek, kültür ve kimlik ilişkisine baktığımızda bölgeden bölgeye, toplumdan topluma farklılıklar göstermekte ve böylece o toplumun yemek mirasını yansıtarak gastronomisinin eşsiz ve taklit edilemeyen bir yapıya dönüşmesini sağlamaktadır (Henderson, 2009; Beşirli, 2010). Bu da yerel bir ürünün o bölgeyle eşleştirilmesini sağlayarak bölgeye özgü gastronomik kimliğin oluşturulmasına imkân sağlamaktadır (Haven-Tang ve Jones, 2006). Alanyazın incelendiğinde; Danhi (2003), Monin ve DuRand (2003), Harrington (2005), Fox (2007) 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, kültür, 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 bulunduğu coğrafyanın sahip olduğu iklim koşulları, verimli toprakları, coğrafi konumu tarımsal zenginliğin ve ürün çeşitliliğinin fazla olmasını sağlamıştır. Bunun yanı sıra hem bulunduğu konum itibarıyla hem de tarihte önemli uygarlıklara ve imparatorluklara ev sahipliği yapması, Batı ve Doğu kültürlerinin bir araya getirerek çok kültürlü bir ortamın oluşmasını sağlamıştır. İzmir’in sahip olduğu çok kültürlü yapısı, bulunduğu coğrafya, yerel tarihi, kültürü, etnik çeşitliliği yöre mutfağını gastronomik kimlik anlamında değerli kıldığı ifade edilebilir. Tüm bunlar dahilinde bu çalışmada yer alan, gastronomik kimlik ana ve alt temalarından elde edilen sonuçların alanyazındaki çalışmalarla paralellik gösterdiği ifade edilebilir.

Araştırmada yer alan İzmir’in geleneksel peynir kültürü ve üretimi alt temalarıyla ilgili elde edilen sonuçlar;

- İzmir'in kozmopolit yapısının yemek kültürünü etkilediği gibi bu durumun geleneksel peynirlerine de yansıdığı,
- En önemlisi Karaburun'da yapılan kopanisti peynir yapımının eskiden bölgede yaşayan Rumlar ile Türklerin komşuluk ilişkileriyle kuşaktan kuşağa aktarılarak bugünlere kadar gelen bir miras olduğu,
- Seferihisar ve çevresinde yapılan armola peynirinin yapımı itibarıyla eldekini 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 ve günümüzde de yöre halkının bu ismi kullanmaya devam ettiği,
- İzmir ve peynir denilince ilk akla gelen İzmir tulum peynirinin ise yörük kültüründen geldiği ve aslında bir saklama şekli olarak tulum basıldığı,
- Sofra kültüründe ve İzmir mutfağında peynirin, genellikle kahvaltılarda, otlu yemeklerde, salatalarda, makarnalarda ve meyhane kültüründe meze olarak yer aldığı,
- İzmir tulum peynirinin, İzmir'e özgü sokak lezzetleri içerisinde yer alan "gevrek" ile "İzmir kumrusu" nun tamamlayıcısı olduğu,
- İzmir'in sahip olduğu peynirlerin geleneksel yöntemlerle üretimini çok fazla yapılmadığı, yapan kesiminde kendi tüketimi için yaptıkları şeklindedir.

İzmir'in sahip olduğu peynir çeşitliliğini çok kültürlü coğrafyasının getirdiği kültürel mirasın bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Ancak yörenin sahip olduğu bu peynirlerin geleneksel üretim şekli çeşitli nedenlerle çok fazla yapılamadığı görülmüştür. Özellikle tulum (Bergama, Tire, Ödemiş) ve armola (Seferihisar ve çevresi) peynirlerinin geleneksel üretimi için gerekli olan tulumun peynir basımına uygun hale getirilmesi oldukça zahmetli ve sabır gerektirmektedir. Çünkü tulumun elde edileceği derinin bir bütün halinde çıkarılmasından, dikilmesine, temizlenip tuzlanmasına ve muhafaza edilebilmesi gibi birçok aşamayı içermektedir. Ardından peynir basıldıktan sonra tulumun uygun yerlerde bekletilmesi, olgunlaşmış yemeye hazır hale gelene kadar belirli aralıklarla kontrolleri yapılması gerekmektedir. Bu nedenle tulum peyniri yapımı ciddi anlamda bir zanaat, işçilik ve zaman gerektirmektedir. Bunu yanı sıra sürekli bir üretim için tulum imalatı yapılması

gerekmekle birlikte peynirin aromasını kazanması içinde en az 1 yıl soğuk hava depolarında bekletilmesi gerekmektedir. Bu da üreticiye oldukça ciddi bir maliyet yüklemektedir. Bu nedenle artık İzmir tulumu tenekelerde üretilmektedir. Böylece hem maliyet düşmekte hem de seri bir üretim yapılabilir. Armola'nın ise tulumda bekletilmesi yerine kazanlarda karıştırılarak paketlenip satılmaktadır.

Karaburun'da yapılan kopanisti peynirinin de yöredeki birkaç aile tarafından yapıldığı tespit edilmiştir. Bunun en önemli sebebi bu peynirin sadece el gücüyle yoğrularak ve keçi sütüyle yapılmasından kaynaklandığı görülmektedir. Çünkü bu peynir herhangi bir makineyle yoğrulduğunda ya da inek sütü kullanıldığında tutmamaktadır. Bu nedenle el gücü ve emek isteyen bu peyniri yörede çok fazla yapan kişi yoktur. Aynı şekilde lorlu keçi tulum peyniri de yörede tek bir aile tarafından yapılmaktadır. Sepet peyniri ya da kelle peyniri ise yine tamamen keçi sütünden yapılmakta ve diğer peynirlere oranla yörede en çok yapılan peynir durumundadır. Bu peynir eskiden çobanların keçilerini otlatırken sazlıklardan ördükleri sepetlere basarak şekil verilmekteyken günümüzde ise artık bu sepetleri ören kişiler olmadığı için peynirler plastik süzgeçler de şekil almaktadır. Bu da bir geleneğin daha yok olduğunu göstermektedir.

İzmir yarımadasında yer alan Karaburun ve köyleri buldukları konum itibarıyla kendine özgü iklimi, dağlık bitki örtüsü nedeniyle keçi yetiştiriciliği oldukça yaygındır. Ancak bölgeye kurulan rüzgâr santralleri, otoban yapım çalışmaları, zeytin arazilerinin çevrilmesiyle mera alanlarının daralması gibi birçok nedenle yörenin dengesinin bozulmaya başladığı, kıl keçisi yetiştiriciliği ve bu işi yapan çobancılığın zor bir meslek olması, yeteri kadar destek verilmemesi ve gençlerin de bu mesleğin bir geleceği olmadığı düşüncesiyle bu geleneği devam ettirmek istemedikleri görülmektedir. Bu nedenle hem halkın önemli bir geçim kaynağı olan hem de kültürel bir varlık olarak görülen kıl keçisi yetiştiriciliği kaybolmaya başlamaktadır. Bu durum İzmir'e özgü kültürel bir değer, miras ve zanaat olarak değerlendirilebilen geleneksel peynir kültürünün yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kaldığını göstermektedir. Bu nedenle hem bir geleneği, kültürü yansıtmaları hem de lezzet ve aroma açısından değerlendirildiğinde geleneksel yöntemlerle yapılan üretimin kaybolmaması bu geleneğin yaşatılması gerekmektedir. Bunun içinde ilgili kuruluşlar yöredeki peynir üreticilerini desteklemeli, tanıtım çalışmaları yapılmalı,

geleneksel peynirlerin piyasada yer almasını sağlayan mevzuatları iyileştirilmelidir. Büyük miktarlarda üretim yerine sınırlı miktarlarda üretim yapan, ürünün tadına, lezzetine önem veren, geleneksellikten ve yerellikten uzaklaşmayan butik üretimler peynirler için de yapılmalıdır. Böylece hem yöredeki peynirlerin geleneksel üretim şekli devam ettirilmesi sağlanır hem de genç kuşaklara aktarılarak bir geleneğin kaybolması engellenmiş olur.

Araştırmada gastronomik bir ürün olarak geleneksel peynirler alt temaları ile ilgili elde edilen sonuçlar;

- İzmir'in geleneksel peynirlerinin turistik bir ürün olarak ön plana çıkmadığı ancak zengin bir potansiyele sahip olduğu,
- İzmir'in ve evre ilçelerindeki geleneksel peynirlerin genellikle üretildikleri yerde daha çok bilindiği ve tüketildiği,
- İzmir gastronomisinin genellikle incir, ot, üzüm, zeytin ve zeytinyağlılar üzerine kurulu olduğu peynirin ise ön planda olmadığı,
- İzmir ve peynir denildiğinde genellikle ilk akla gelen İzmir tulumu ya da Bergama tulumu olması yöredeki diğer peynirlere oranla fazla bilinirliği olduğu göstermekte,
- İzmir'in geleneksel peynirlerinin gastronomi turizmine katkısı açısından bakıldığında şu an için istenilen değer de olmadığı, ancak çekici hale getirilerek gastronomi turizmine katkı sağlayabileceği,
- Yöredeki geleneksel peynirlerin ön plana ıkarılmamasındaki faktörlerden en önemlisinin tanıtım eksikliği olduğu,
- İzmir'in zengin bir festival kültürüne sahip olması son dönemlerde diğer peynirlerin de yavaş yavaş isminin duyulmasını sağladığı bu yüzden daha fazla çalışma yapılması gerektiği,
- Yörenin geleneksel peynirlerine yönelik tanıtım ve reklam çalışmaları, tanıtıcı broşürler, peynir rotaları, çalıştaylar, festivaller, uluslararası fuarlara katılım gibi çalışmaların yapılması gerektiği,
- Coğrafi işaret ve patent çalışmalarına ağırlık verilmesi gerektiği, şeklindedir.

İzmir'i ziyarete gelen turistler tarafından yöredeki geleneksel peynir çeşitlerinin tanınırliğının ve bilinirliğinin yeteri kadar olmadığı bu nedenle gastronomi turizmine katkısının olmadığı söylenebilir. Yörenin sahip olduğu bu geleneksel peynir

potansiyelini gastronomi turizmine kazandırabilmek için ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapılması gerekmektedir. Yapılabilecek çalışmaların başında İzmir'in geleneksel peynirlerine yönelik yurt içi ve yurtdışı tanıtım günleri, çalıştaylar, fuarlar yapılabilir.

Yöredeki peynirlerle ilgili ar-ge çalışmaları yapılabilir. Bu çalışmalarda özel sektör, üniversite ve kamu iş birliği içerisinde hareket ederek tanıtımı konusunda stratejiler geliştirebilirler. Geleneksel peynir reçeteleriyle ilgili çalışmalar yapılarak kayıt altına alınması ve butik peynircilik üzerine çalışmalar yaparak peynirlerin üretiminin devam ettirilmesi sağlanabilir. Peynirlerin geleneksel yapım yöntemleri öğrenilmeli ve kurslar açılarak genç kuşakların öğrenmesi sağlanabilir.

Yerel yönetimler kendi bölgelerindeki peynire yönelik satış yerlerini açabilirler, kooperatifleşmeyle destek verilebilir. Tire de kurulmuş olan "Tire süt kooperatifi" ile Karaburun'da kurulan "Karaburun Keçi Peyniri Mandırası" örnek verilebilir. Özellikle Karaburun'da kurulan mandıra bölgeye özgü kaybolma tehlikesiyle karşı karşıya olan keçi peyniri çeşitlerinin hijyenik ortamda üretilmesi, paketlenmesi ve pazarlanmasını sağlayacak hem de Karaburun'daki kıl keçisi varlığını ve kültürel değerleri korunması amacıyla "Karaburun Kent Konseyi Proje Grubu" tarafından projelendirilmiştir. Bu projeye kalkınma ajansı, belediye, kaymakamlık, bölgedeki tarımsal kalkınma kooperatifi ile kent konseyinin iş birliğiyle faaliyete geçmiştir. Böylece bölgenin kültürünü yansıtan kıl keçisi yetiştiriciliği, çok eski bir gelenek olan keçi kırkım şenliği ile bölgeye özgü peynir çeşitlerinin korunmasında yapılan önemli bir adımdır. Bu gibi çalışmaların İzmir'in diğer ilçelerindeki peynir ve kültürünü yansıtan değerler içinde yapılabilir.

Marka çalışmalarına önem verilebilir. Peynir üzerine İzmir'de müze kurulması sağlanarak geleneksel peynir üretimin ilk aşamasından en son tüketim safhasına kadar olan süreci, hangi ekipmanların kullanıldığı ve yöre kültüründeki öneminin anlatılması sağlanabilir. Coğrafi işaret ve patent çalışmalarına da ağırlık verilebilir. Özellikle İzmir Ticaret Odası ve Ödemiş Ticaret Odasının İzmir tulum peyniri ile ilgili coğrafi işaret ve patent çalışmaları yöredeki diğer peynirler içinde yapılması sağlanabilir.

İzmir’de birçok alanda festivaller yapılmaktadır. Gastronomi alanında ise ot festivali, enginar festivali, mandalina şenliği, geleneksel bağbozumu şenliği gibi festivaller düzenlenmektedir. Bu festivaller gibi İzmir’in geleneksel peynirleri ile ilgili festivaller yapılabilir. Örneğin Seferihisar “Atalık Ekmeği ve Armola Şenliği” Seferihisar’da yapılan armola peynirinin bilinirliğine katkı sağladığını söylenebilir. Bunu yanı sıra verimli ova üzerine kurulmuş olan Urla oldukça geniş üzüm bağlarına sahiptir. Bölgede tümü aile şirketlerinden oluşan butik işletmeler, birleşerek “Urla Bağ Yolu & Rotası” ile birçok yerli ve yabancı turistleri ağırlamaktadırlar. Peynir ve şarap birbiriyle eşleşen iki ürün olması ve bölgenin iki ürün açısından zengin bir potansiyele sahip olduğu düşünüldüğünde gastronomi turizmine katkı sağlayacaktır. Özellikle bölgede bulunan şarap evlerine düzenlenen tadım turlarının menülerinde yabancı peynirler yerine yörenin yerel peynirlerine yer verilmesi sağlanabilir. Ayrıca restoranlara, otellere şarapla tüketilecek doğru peynir konusunda danışmalık verilerek ziyaretçilerin damakta kalıcı bir tadım yapmaları sağlanabilir.

İzmir’de bulunan yiyecek içecek işletmelerinin mutfaklarında bölge peynirlerine daha çok yer vermeli ve peynirleri sadece makarna, salata ya da otlu gözlemelerde kullanımı sınırlı kalmayıp daha fazla yemeklere entegre edilmesi sağlanmalıdır. Genel olarak mutfak kültürümüzde de İzmir mutfağında da peynir kahvaltılarda tüketilmektedir. Bu algı değiştirilerek ana yemeklerimizin içerisinde ana ürün olarak kullanımın yaygınlaşması gerekmektedir. Bu nokta yiyecek-içecek işletme sahiplerine ve şeflere büyük iş düşmektedir. İşletme sahipleri yabancı peynirlerden ziyade Türkiye’nin sahip olduğu peynir çeşitliliğini göz önüne alarak menülerinde, yemeklerinde geleneksel peynirlerimizi kullanmaya özen göstermelidir. Şefler yaratıcılıklarıyla hazırladıkları bazı yemekler de geleneksel peynirleri kullanabilirler. Yeni yemekler deneyerek farklı tatlar ortaya çıkarabilir böylece hem işletmeye hem de Türk mutfağına farklılık katabilirler.

Peynir bir kültür, miras, gelenek, geçmiş, yaşanmışlık ve belki de eskileri hatırlatan bir tat olarak soframızda yer almaktadır. Peynir coğrafyadan, iklimden, kültürlerden, tarihten, insanlardan ve birçok şeyden beslenerek farklı bir tat, aroma, lezzet kazanmak ve bu yüzden de yapıldığı bölgenin kimliğini yansıtan bir üründür. Bu nedenle yapılacak diğer çalışmaların Türkiye’nin tüm bölgelerinin sahip olduğu geleneksel peynirler için de 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 sağlayacaktır.



KAYNAKÇA

- Adıgüzel G, Atasever M, Karakaya Y, Aydemir M, Ünsal C (2009) Chemical, Microbiological and Sensorial Properties of Tulum Cheese. *Asian Journal of Chemistry* 21(1): 572-580.
- Ağlamaz E, Öncüer Çivici ME (2018) Yerel halkın gözünden izmir'in simge yemeklerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Journal of Travel & Tourism Research* (13).
- Akarçay E (2018) Balkanlardan Ege'ye Peynirin Yolculuğu: İmren Mandıranın Sözlü Tarihi (Opus Yayınları, İstanbul).
- Akgöl Y (2012) Gastronomi turizmi ve türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin.
- Akman M (1998) Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yaralanma durumları ve Türk mutfağının turizme katkısı üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Aksoy M, Sezgi G (2015) Gastronomi turizmi ve güneydoğu anadolu bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3 (3): 79-89.
- Aktaş A, Özdemir B (2005) *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Alichanidis E, Polychroniadou A (2008) Characteristics of major traditional regional cheese varieties of East Mediterranean countries: a review. *Dairy Science and Technology* 88: 495-510.
- Altınel H (2009) Gastronomide menü yönetimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Altunışık R, Coşkun R, Bayraktaroğlu S, Yıldırım E (2012) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (Sakarya Kitabevi, İstanbul).

- Alvarez MC (2012) *Global Report on Food Tourism* (UNWTO, Madrid).
- Aras N (2010) *Peynir Dair* (Metro kültür yayınları, İstanbul).
- Arslan Ö (2010) Yabancı turistlerin yiyecek içecek işletmeleri, personeli ve türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi: alanya örneği. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Ankara.
- Aslan H (2010) Gastronomi turizminin turizm eğitimi programlarındaki yeri ve önemi bir uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi Anabilim Dalı, Konya.
- Atilla N (2015) Son 'kara' ve 'kıllı' izmir tulumcuları. Gastro Metro Dergisi (Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık, İstanbul).
- Aydın E (2015) Gastronomi turizminin şehir markalaşmasına etkisi: afyonkarahisar ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Bakırcı GT, Bucak T, Turhan KN (2017). Bölge gastronomi turizmi üzerine yöresel ürün festivallerinin etkisi: Urla örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(2) 230-240.
- Bal Onur B, Aksoy Biber N (2017) *Peynir Aşkına* (Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul).
- Baltacı A (2017) Nitel veri analizinde miles-huberman modeli. Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 3(1): 1-15.
- Baltacı A (2018) Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1): 231– 274.
- Bayar N, Özrenk E (2011) The effect of quality properties on Tulum cheese using different package materials. *African Journal of Biotechnology* 10(8): 1393-1399.
- Baysal A, Küçükarslan N (2003) *Beslenme İlkeleri ve Menü Planlaması* (Ekin Kitabevi, Bursa).

- Beer S, Edwards J, Fernandes C, Sampaio F (2002) *Regional Food Cultures: Integral to the Rural Tourism Product* (Routledge, New York).
- Belge M (2016) *Tarih boyunca yemek kültürü* (İletişim Yayınları, İstanbul).
- Berg BL, Lune H (2015) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Eğitim Kitabevi, Konya).
- Beşirli H (2010) Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor Dergisi* 22(87): 159-169.
- Birdir K, Akgöl K (2015) Gastronomi turizmi ve türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi* 3(2): 57-68.
- Bogdan R, Biklen, SK (1997) *Qualitative research for education*. (Allyn ve Bacon Boston, MA).
- Boğan E, Sarıışık M (2017) *Gastronomi ve Menü Planlama* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Boniface P (2003) *Tasting Tourism: Traveling For Food And Drink* (Ashgate Publishing, Burlington).
- Boyne S, Williams F, Hall D (2002) *On The Trail Of Regional Success: Tourism, Food Production And The Isle Of Arran Taste Trail* (Routledge, New York).
- Britannica E (1993) *Encyclopædia Britannica* (University of Chicago, Chicago).
- Brunori, G, Rossi A (2000). Synergy and coherence through collective action: some insights from wine routes in Tuscany. *Sociologia ruralis* 40(4): 409-423.
- Bucak T, Ateş U (2014) Gastronomi turizminin il turizmine etkisi: çanakkale örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies* 28: 315-328.
- Bucak T, Aracı ÜE (2013) Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 16(30): 203-216.
- Burkhafer G (1981) *Catalogue of Cheeses*. International Dairy Federation, Brussels.
- Can A, Sünnetçioğlu S, Durlu Özkaya F (2012) Füzyon mutfağı uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısı. 13. Ulusal Turizm Kongresi, Antalya, Türkiye, Aralık 7-9.

- Cauvin J (2000) *The Birth of the Gods and Origins of Agriculture* (Cambridge University Press, Cambridge UK).
- Chmiliar I (2010) *Multiple-case designs* (SAGE Publications, USA).
- Codex Standart (2003) *Codex General Standard for Cheese (A-6-1978, Rev.1-1999, Amended)*.
- Connelly LM (2016) Trustworthiness in qualitative research. *Medsurg Nursing* 25(6): 435-437.
- Coyne IT (1997) Sampling in Qualitative Research. Purposeful And Theoretical Sampling; Merging Or Clear Boundaries. *Journal of Advanced Nursing* 26(3): 623-630.
- Creswell JW (2002) *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative* (Prentice Hall Upper Saddle River).
- Creswell JW (2017) *Araştırma Deseni Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*, çev. Selçuk Beşir Demir. (Eğiten Kitap Yayıncılık, Ankara).
- Creswell JW (2020) *Nitel Araştırma Yöntemleri* (Siyasal Kitabevi, Ankara).
- Crowther J (1995) *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (Oxford University Press, Oxford).
- Croxford S (2010) *Türkiye'nin Peynirleri* (İnkılap Kitabevi, İstanbul).
- Cumhur Ö (2017) Geleneksel gıdaların endüstriyel üretime aktarılması. *1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik* 28-30.
- Çağlı IB (2012) Türkiye'de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: gastronomi turizmi örneği. Yüksek Lisan Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Bölge Planlama Bilim Dalı, İstanbul.
- Çakır T (2017) Şehir markalaşmasında gastronomi pazarlamasının önemi ve van örneği. Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.

- Çapar G, Yenipınar U (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(1): 100-115.
- Çavuş A, Işık MF, Yalçın C (2018) Gastronomi turizmi çekiciliği açısından zigana yöresi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3): 3071-3085.
- Çavuşoğlu M (2011) I. Uluslararası IV. Ulusal Eğridir Turizm sempozyumu Bildiriler Kitabı içinde N. Avcı ve Ö. Kürşat (Editörler), Gastronomi turizmi ve kıbrıs mutfak kültürü üzerine bir araştırma. (Süleyman Demirel Üniversitesi Basımevi, Isparta).
- Çifçi O (2019) Türkiye'deki gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin profesyonel mutfak yeterliliklerinin belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Dağdemir V (2000) Erzincan ilinde tulum peynirinin imalat maliyeti ve pazarlama marjının belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Turkish Journal of Agriculture and Forestry* 24: 57-61.
- Demirbaş N, Oktay D, Tosun D (2006) AB sürecindeki türkiye'deki gıda güvenliği açısından geleneksel gıdaların üretim ve pazarlaması. *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 10 (3/4):47-55.
- Demirci AŞ, Özalp Ş, Gülcü M, Dağlıoğlu F (2014). Trakya bölgesinde geleneksel olarak üretilen kuskusların bazı özelliklerinin belirlenmesi. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 222-225.
- Denzin NK, Lincoln YS (2008) Introduction: The discipline and practice of qualitative research.
- Deveci B, Türkmen S, Avcıkurt C (2013) Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences* 3(2): 29-34.

- Dilsiz B (2010) Türkiye’de gastronomi ve turizm: istanbul örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Dinçer FG, Uğurlu K, Çakmak TF (2014) Ekoturizm ve gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasına etkisi: Çorum örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi* 1(1): 27-43.
- Doğan N (2018) Kırsal turizmde gastronomik unsurların kullanılması kapadokya’da bir çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Erzurum.
- Doğdubay M, Giritlioğlu İ (2008) *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (Nobel Yayın Dağıtım; Ankara).
- Du Rand GE, Heath E (2006) Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism* 9(3): 206–234.
- Durlu Özkaya F, Gün İ (2007) Anadolu’da peynir kültürü, *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 10-15.
- Durlu Özkaya F, Can A (2012) Gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasına etkisi. *Türk Tarım Dergisi* 206: 28-33.
- Ekinci MB (2014) Coğrafi işaretlemede kullanılan moleküler biyolojik teknikler. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 390-395.
- Ercan D (2009) Quality characteristics of traditional sepet cheese. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Ercan D, Korel F, Yüceer, YK, Kınık Ö (2011) Physicochemical, textural, volatile and sensory profiles of traditional Sepet cheese. *Journal of Dairy Science* 94(9): 4300-4312.
- Erdoğan S, Özdemir G (2018) İzmir destinasyonu’nda gastronomi turizmi üzerine bir araştırma. A Research on. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 249-272.

- Eren E (2004) Afyon bölgesinde toplanan süt ve peynir örneklerinden *Brucella* türlerinin saptanması. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Eren R (2016) Türkiye'nin gastronomi imajı, ziyaretçilerin bilgi kaynakları ve harcamaları. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Eren S (2007) Türk mutfağı ve haccp sistemi; mutfak profesyonellerinin haccp bilgilerinin llmesi. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*. Antalya, Türkiye, Nisan10-11.
- Etymonline (2019) Gastronomi Kavramı. https://www.etymonline.com/word/gastronomy?ref=etymonline_crossreference (01 Ocak 2020).
- Everett S, Aitchison C (2008) The role of food tourism in sustaining regional identity: a case study of cornwall, south west england. *Journal of Sustainable Tourism* 16(2): 150-167.
- Evershed RP, Payne S, Sherratt AG, Copley MS, Coolidge J, Urem-Kotsu D, Kotsakis K, zdogan M, zdogan AE, Nieuwenhuys O, Akkermans PMMG, Bailey D, Andeescu R, Campbell S, Farid S, Hodder I, Yalman N, zbasaran M, Bicakci E, Garfinkel Y, Levy T, Burton MM (2008) Earliest Date for Milk Use in the Near East and Southeastern Europe Linked to Cattle Herding. *Nature* 455(7212):528–531.
- Evrensel SS, Temelli S, Anar ř (2003) Mandıra dzeyindeki işletmelerde beyaz peynir üretiminde kritik kontrol noktalarının belirlenmesi. *Turk Journal Veterinary Animal Sciences* 35: 27-29.
- Fox PF (2011) Cheese Overview. *Encyclopedia of Dairy Sciences*, (533–543).
- Fox PF ve McSweeney PLH (2004) *Cheese: Chemistry, Physics and Microbiology* (Academic Press, London).
- Fox PF, Guinee TP, Cogan TM, McSweeney PL (2017) *Fundamentals of cheese science* (Springer, New York).

- Fox PF, McSweeney PL, Cogan TM, Guinee TP (2004). *Cheese: Chemistry, Physics and Microbiology* (Elsevier, London).
- Fusté Forné, F (2015a) El turisme gastronòmic: autenticitat i desenvolupament local en zones rurals. *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 61(2):289-304.
- Fusté-Forné F (2015b) Cheese tourism in a World Heritage site: Vall de Boí (Catalan Pyrenees). *Eur J Tour Res* (11):87–101.
- Fusté-Forné F (2016) Cheese tourism: local produce with protected designation of origin in the region of Galicia (Networks, products and trajectories. Abingdon, United Kingdom).
- Fusté-Forné F (2020) Developing cheese tourism: a local-based perspective from Valle de Roncal (Navarra, Spain). *Journal of Ethnic Foods* 7(1): 1-9.
- Fusté-Forné F, Berno T (2016) Food Tourism in New Zealand: Canterbury's Foodscapes. *Journal of Gastronomy and Tourism* 2(2): 71-86.
- Gerz A, Dupont F (2006) Comté cheese in France: Impact of a geographical indication on rural development. *Origin-Based Products: Lessons for Pro-Poor Market Development. Bulletin* 372: 75-87.
- Gezginç Y, Köksalan E (2012) Kahramanmaraş parmak peynirinden izole edilen lactobacillus plantarum'ların pcr tekniği ile belirlenmesi. III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012, Konya, 435-437.
- Gıda Tarihi (2020). Peynirin tarihi. <http://eng.ege.edu.tr/~otles/GidaTarihi/Peynir.htm> (10 Mart 2020).
- Gillespie C, Cousins J (2012) *European Gastronomy Into The 21st Century* (Routledge).
- Golafshani N (2003) Understanding reliability and validity in qualitative research. *The qualitative report* 8(4): 597-606.
- Gökçe B (2016) Urartu'da yemek kültürü. *Journal of Human Sciences* 13(2): 2656-2667.

- Gökdeniz A, Erdem B, Dinç Y, Çelik Uğuz S (2015) Gastronomi turizmi: ayvalık'ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(1): 14-29.
- Göker G (2011) Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi: balıkesir ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Guba EG, Lincoln YS (1994) Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research* 2(105): 163-194.
- Guerrero L, Guardia MD, Xicola J, Verbeke W, Vanhonacker F, Zakowska S, Sajdakowska M, Sulmont C, Issanchou S, Contel M, Scalvedi ML, Granli B, Hersleth M (2009) Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study. *Appetite* 52(2): 345-354.
- Gün İ, Avcı U, İnal M (2010) Karına basılarak muhafaza edilen geleneksel süt ürünleri. 1. Uluslararası Adriyatik'ten Kafkaslar'a Geleneksel Gıdalar Sempozyumu. 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 261-264.
- Güneş G, Ülker Hİ, Karakoç G (2008) Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemi. II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler. Antalya, Türkiye, Nisan 10-11.
- Gürbüz S, Şahin F (2018) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (Seçkin Yayıncılık, Ankara).
- Hall CM, Mitchell R, Sharples L (2004) *Consuming Places: The Role Of Food, Wine And Tourism In Regional Development. In Food Tourism Around The World* (Routledge, New York).
- Hall CM, Sharples L, Mitchell R, Macionis N, Cambourne B (2003). *Food Tourism Around the World* (Butterworth Heinemann, Oxford).
- Hall M, Mitchell R (2000) Wine tourism in the mediterranean: a tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review* 42 (4): 445- 465.

- Harrington RJ, Ottenbacher MC (2010) Culinary tourism-a case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science and Technology* 8: 14-32.
- Hartley JF (1995) case studies in organizational research (Sage, London).
- Hatipoğlu A (2010) İnançların gastronomi üzerindeki etkileri: bodrum'daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya.
- Hayaloğlu AA (2008) Türkiye'nin peynirleri-genel bir perspektif. Türkiye 10. Gıda Kongresi. Erzurum: *Gıda Teknolojisi Derneği* 729-732.
- Hegarty JA, O'Mahony GB (2001) Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal of Hospitality Management* 20(1): 3-13.
- Henderson JC (2009) Food tourism reviewed. *British food journal* 111(4): 317-326.
- Hjalager AM (2002) *A Typology Of Gastronomy Tourism* (Loutledge, London).
- Hole F (1989) A Two-Part, Two-Stage Model of Domestication. In *The Walking Larder: Patterns of Domestication, Pastoralism, and Predation* (Unwin Hyman, London).
- Horng JS, Tsai CTS (2010) Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism management* 31(1): 74-85.
- Horng JS, Tsai CTS (2012) Exploring marketing strategies for culinary tourism in hong kong and singapore: a resource-based theory, *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 17(3): 277-300.
- Hüner EH (2014) Her şey dahil sistemde türkiye gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Ignatov E, Smith S (2006) Segmenting canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism* 9(3): 235.

- Işkın M, Şengel AGÜ, Genç ÖGK (2017) Gastronomi turizminin türkiye ulusal literatürü üzerine bir araştırma. *A Research On National Literature Of Turkey Gastronomy Tourism*. 28.
- Kamber U (2005) *Geleneksel Anadolu Peynirleri* (Miki Matbabcılık, Ankara).
- Kamber U (2007a) The traditional cheeses of Turkey: cheeses common to all regions. *Food reviews international* 24(1): 1-38.
- Kamber U (2015) Traditional turkey cheeses and their classification. *Van Veterinary Journal* 26(3): 1-15.
- Kamber, U. (2007b). The traditional cheeses of Turkey: The Aegean region. *Food Reviews International*, 24(1): 39-61.
- Kara R (2011) Geleneksel bir peynir: afyon tulum peynirinin karakterizasyonu ve deneysel olarak inokule edilen brucella abortus ve brucella melitensis suşlarının üreme ve canlı kalma yeteneklerinin araştırılması. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Besin Hijyeni ve Teknolojisi Anabilim Dalı, Afyon.
- Karaca OB (2016) Geleneksel peynirlerimizin gastronomi turizmindeki önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 17: 39.
- Karamustafa K, Ülker M (2017) Ticari mutfaklarda yerel yiyecek satın alma ve kullanma davranışı: algılanan engeller ve faydalar. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* 1 (4): 30-42.
- Karim AS, Chi CGQ (2010) Culinary tourism as a destination attraction: an empirical examination of destinations food image. *Journal Of Hospitality Marketing and Management* 19 (6): 531-555.
- Karim SAB (2006) Culinary tourism as a destination attraction: an empirical examination of the destination's food image and information sources. Doktora Tezi, Oklahoma State University, USA.
- Kasavana M, Smith D (1982) *Menu Engineering: a Practical Guide to Menu Analysis* (Hospitality Publications, Michigan).
- Kaşlı M, Cankül D, Köz EN, Ekici A (2015) Gastronomik miras ve sürdürülebilirlik: eskişehir örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi* 1(2): 27-46.

- Kınık Ö, Ergüllü E, Akbulut N (1999) A Study on the production and some characteristics of sepet cheese. *Gıda* 24 (3):151-161.
- Kitzinger J (1995) Qualitative research: Introducing focus groups. *Bmj*, 311(7000), 299-302.
- Kitzinger J (1995) Qualitative research: Introducing focus groups. 311(7000): 299-302.
- Kivela J, Crofts JC (2005) Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science and Technology* 4(2-3): 39-55.
- Kivela J, Crofts JC (2006) Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 30(3): 354-377.
- Köten M, Ünsal S (2014) Fırın Yapması. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17- 19 Nisan Adana, 607- 610.
- Kumar GMK (2019) Gastronomic tourism a way of supplementing tourism in the andaman and nicobar islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science* 16: 100139.
- Kurt A (1996) *Süt Teknolojisi* (Atatürk üniversitesi Ziraat Fakültesi Ofset Tesisi, Erzurum).
- Küçükaltan G (2009) Küreselleşme sürecinde gastronomide yöresel tatların turistlerin destinasyon tercihlerine ve ülke ekonomilerine etkileri. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildiriler*. Antalya, Türkiye, Nisan 17-18.
- Lin YC, Pearson ET, Liping, A (2011) Food as a form of destination identity: a tourism destination brand perspective. *Tourism And Hospitality Research* 11 (1): 30-48.
- Long LM (2004a) *Culinary Tourism* (The University Press Of Kentucky, ABD).
- Long LM (2004b) Learning to Listen to the Food Voice: recipes as expressions of identity and carriers of memory. *Food, Culture & Society* 7(1): 118-122.
- Long P, Robinson M (2004) *Festivals And Tourism: Marketing, Management And Evaluation* (Business Education Publishers, Sunderland).

- López Guzmán T, Uribe Lotero CP, Pérez Gálvez JC, Ríos Rivera I (2017) Gastronomic festivals: attitude, motivation and satisfaction of the tourist. *British Food Journal* 119 (2): 267–283.
- Makatouni A (2002) What motivates consumers to buy organic food in the UK Results from a qualitative study. *British Food Journal* 104(3/4/5): 345-352.
- Maxwell JA (2008) Designing a qualitative study. *The SAGE handbook of applied social research methods* (2) 214-253.
- Merriam SB (2013) *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber* (Nobel Yayın Dağıtım, Ankara).
- Mertens DM (2014) *Research And Evaluation in Education And Psychology: Integrating Diversity With Quantitative, Qualitative, And Mixed Methods* (Sage, New York).
- Neuman WL, Robson K (2014) *Basics Of Social Research* (Pearson Canada, Toronto).
- Ögel B (1978) *Türklerde Yemek Kültürü* (Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara).
- Önen E (2018) *Çeşme-Karaburun Yarımadası'nda Direnen Bir Gelenek: Kopanisti Peyniri*. (Opus Yayınları, İstanbul).
- Öney H (2013) *Alternatif Turizm* (Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir).
- Özdemir M (2010). Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 11 (1):323-343.
- Öztürk M, Öztürkler Y (2016) *Peynir Deyip Geçmeyin* (Kerasus yayınları, İstanbul).
- Polat E (2017) Turizm ve coğrafi işaretleme: balıkesir örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi* 1(1): 17-31.
- Quan S, Wang N (2004) Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism management* 25(3): 297-305.
- Rachão S, Breda Z, Fernandes C, Joukes V (2008) Food tourism and regional development: a systematic literature review. *Eur J Tour Res* 21:33–49.

- Rai R, Shangpliang HNJ, Tamang JP (2016) Naturally fermented milk products of the Eastern Himalayas. *Journal of Ethnic Foods* 3(4): 5-27.
- Rand GE, Heath E, Alberts N (2003) The role of local and regional food in destination marketing: a south african situation. *Journal of Travel and Tourism Marketing* (3)4: 97–112.
- Resmî Gazete (2015) Türk Gıda Kodeksi Peynir Tebliği. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/02/20150208-16.htm> (14 Şubat 2020).
- Richards G (2002) *Gastronomy: An Essential Ingredient In Tourism Production And Consumption Tourism And Gastronomy* (Routledge, London).
- Robuchon J (2005) *Lorraine Gastronomique Türkçe Ansiklopedi* (Oğlak Güzeli Kitaplar Yayınevi, İstanbul).
- Saban A, Ersoy A (2017) *Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri* (Anı Yayıncılık, Ankara).
- Sami F (2019) yabancı turistlerin türk mutfağı hakkındaki görüşlerinin gastronomi turizmi çerçevesinde incelenmesi: atatürk havalimanı bölgesi otelleri üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi Anabilim Dalı, İstanbul.
- Sandine WE ve Elliker PR (1970) Microbiologically induced flavors and fermented foods: flavor in fermented dairy product. *Journal of Agricultural and Food Chemistry* 18: 557-562.
- Santich B (2004) The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management* 23: 15-24.
- Sarioglan M (2014) Expectations of employee in food & beverage firm and gastronomy education (Case of Turkey). *European Journal of Research on Education* 2(6): 198-202.
- Saygılı D, Demirci H, Samav U (2020) Coğrafi işaretli türkiye peynirleri. *Aydın Gastronomy* 4(1): 11-21.
- Scarpato R (2002) *Gastronomy As A Tourist Product: The Perspective Of Gastronomy Studies* (Butterworth-Heinemann, Burlington).

- Sharif MSM, Zahari MSM, Nor NM, Muhammad R (2016) The importance of knowledge transmission and its relation towards the Malay traditional food practice continuity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 222: 567-577.
- Shetty K, Paliyath G, Pometto A, Levin RE (2005) Food biotechnology (Taylor&Francis Group, Boca Raton).
- Sims R (2009) Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism* 17 (3): 321-336.
- Sirše J (2014) Gastronomic cities: city strategy on gastronomy as a tool for tourism and employment development. *Baseline study, connecting cities building successes*. European Union.
- Smithn SLJ, Xiao H (2008) Culinary tourism supply chains: a preliminary examination. *Journal of Travel Research* 46: 289-299.
- Soner F (2013) Gastronomy tourism: a solution for small cities marketing and regional development. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Stanley G (1998) *Cheeses: In Microbiology Of Fermented Foods* (Springer Science, Boston).
- Stewart C J, Cash W B (1985) *Interviewing: principles and practices*. Dubuque, IO: Wm. C. Brown Pub.
- Stewart CJ, Cash WB (2007) *Interviewing: Principles and practices*. McGraw-Hill Humanities Social Sciences Languages.
- Surenkok A, Baggio R, Corigliano MA (2010) *Gastronomy and Tourism in Turkey: The Role of ICTs. Information and Communication Technologies in Tourism*. 567-578.
- Swan S (2009) *Türkiye'nin Peynir Hazineleeri* (Boyut yayın grubu, İstanbul).
- Şahin GG (2015) gastronomy tourism as an alternative tourism: an assessment on the gastronomy tourism potential of turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 5 (9): 79-105.

- Şengül S, Türkay O (2016) Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *The Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4 (1): 86-99.
- Şengül S, Türkay O (2016) Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4: 86-99.
- TDK (2019) *Gastronomi Kelimesi*. <https://sozluk.gov.tr> (10 Aralık 2019).
- TDK (2019) Peynirin Tanımı. <https://sozluk.gov.tr> (10 Şubat 2020).
- Teddlie C, Yu F (2007) Mixed methods sampling: A typology with examples. *Journal of mixed methods research* 1(1): 77-100.
- Tekinşen C, Tekinşen K (2005) *Süt Ürünleri Teknolojisi* (Selçuk Üniversitesi Veteriner Fakültesi Yayınları, Konya).
- Terzi G (2006) Samsun bölgesinde toplanan sütlerde milk ring test ve aglütinasyon testi ile antikorunun araştırılması. *Taf Preventive Medicine Bulletin* 5(3).
- TSE (2006) Tulum Peyniri (Türk Standartları Enstitüsü, Ankara).
- Turkoglu H, Ceylan ZG, Dayisoğlu KS (2003) The microbiological and chemical quality of orgu cheese produced in Turkey. *Pakistan Journal of Nutrition* 2 (2): 92- 94.
- Türütoğlu H, Mutluer B, Uysal Y (2003) Burdur Yöresinde toplanan sütlerin Brucella infeksiyonu yönünden araştırılması. *Türk Veteriner ve Hayvan Bilimleri Dergisi* 27: 1003-1009.
- Uhri A (2017) Armola ve Kopanisti Üzerinden Peynirin Serüveni. *Gastro Metro Dergisi* (Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık, İstanbul).
- Ulusoy B (2008) Ülke mutfağı tarih ve kültürü ortaya çıkartır. *Food in Life Turizm Gastronomisi ve Yaşam Dergisi* (3).
- UNWTO (2012) Herrera, carmina fandos, gastronomy's importance in the development of tourism destinations in the world (World Tourism Organisation, Madrid).

- UNWTO (2019) Guidelines for the development of gastronomy tourism (World Tourism Organization, Madrid).
- Üçüncü M (2004) *A'dan Z'ye Peynir Teknolojisi I. Cilt* (Ege Üniversitesi Meta Basımevi, İzmir).
- Ünlü D, Dönmez Doğan M. (2008) Mutfakta yenilik: moleküler gastronomi. *II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*. Antalya, Türkiye, Nisan 10-11.
- Ünsal A (2009) *Süt Uyuyunca* (Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul).
- Üzümcü OO (2018) Gastronomi kültürü ve gastronomi turizmi açısından likya bölgesini ziyaret eden turistler üzerine bir inceleme. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Gaziantep.
- Walter HE, Hargrove RC (1972) *Cheeses of the World* (Dover Publications, New York).
- Williams HA, Williams Jr R, Omar L (2014) Gastro-tourism as destination branding in emerging markets. *Int. J. Leisure and Tourism Marketing* 4 (1): 1-18.
- Wolf E (2002) *Culinary tourism: A tasty economic proposition*. International Culinary Tourism Association, Portland.
- Wolf E (2006) *Culinary Tourism The Hidden Harvest* (Hunt Publishing Company, ABD).
- Yaşar M (2018) Nitel araştırmalarda nitelik sorunu. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 5(2): 55-73.
- Yıldırım A, Şimşek H (2013) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Seçkin Yayıncılık, Ankara).
- Yıldız ÖA (2016) *Gastronomi ve Turizm* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Yin R (1984) *Case Study Research: Design And Methods* (Sage Publications, California).
- Yoldaş M (2017) Fonksiyonel özellikleri geliştirilmiş armola peyniri üretimi. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Süt Teknolojisi Anabilim Dalı, İzmir.

Yoldaş M, Kınık Ö, Akan E, Yerlikaya O (2019) A traditional cheese from Greece to Turkey: Armola. *International Journal of Dairy Technology* 72(4): 601-609.

Yüncü HR (2010) *10.Aybastı-Kabataş Kurultayı- Yerel Değerler ve Yayla Turizmi* (Detay Yayıncılık, Ankara).

Zengin B, Uyar H, Erkol G (2015) Gastronomi turizmi üzerine kavramsal bir inceleme. *Ulusal Turizm Kongresi*. Ankara, Gazi Üniversitesi, 511-524.



EKLER

EK- 1 GÖNÜLLÜ KATILIMCI BİLGİLENDİRME FORMU



Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
“Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği”

Bu araştırmada “Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği” amacıyla hazırlanmakta olan yüksek lisans tez çalışmasına katılmayı kabul ettiğimi göstermektedir. Ayrıca araştırmada vereceğim bilgilere dayalı sonuçların bilimsel ortamlarda tartışılmasına ve yayınlanmasına izin verdiğimi ve bu araştırmaya katılmakla aşağıda belirtilen hususları anladığımı ve kabul ettiğimi de beyan ederim.

- Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Katılımcılar istemedikleri konularda gerekçe belirtmeksizin konuşmayabilir veya istedikleri zaman herhangi bir sebep bildirmeksizin araştırmadan çekilebilir. Bu durumda edinilen bilgiler kullanılmayacak ve imha edilecektir.
- Araştırma gizlilik esasını çerçevesinde yürütülecektir. Bu kapsamda verilerin toplanması, analizi ve araştırma sonuçlarının yayınlanması aşamaların da katılımcıların bilgileri kesinlikle gizli tutulacaktır.
- Araştırmadan elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçla kullanılacak ve bu amaç dışında hiçbir kişi, kuruluş ya da kurumla paylaşılmayacaktır. Ayrıca tüm veriler çalışma sonunda imha edilecektir.
- Mülakatların ortalama 45-50 dakika sürmesi beklenmektedir.
- Mülakatlar, katılımcıların izni doğrultusunda ses kayıt cihazına kaydedilecektir. Ayrıca araştırmacı, mülakat boyunca gözlem ve izlenimleri ile gerekli diğer hususları not edebilecektir.
- İstenildiği takdirde çalışma tamamlandıktan sonra araştırmanın genel özeti katılımcılara iletilebilecektir.

Gönüllünün Adı-Soyadı
İmza

Açıklamayı Yapanın Adı-Soyadı
İmza

Tarih

Araştırma Yürütücüsü
Adı-Soyadı **İmzası**

EK-2 AKADEMİSYEN VE İLGİLİ YEREL PAYDAŞLAR İLE YAPILAN GÖRÜŞMELERE İLİŞKİN GÖRÜŞME FORMU



Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
“Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği”

Dr. Öğrt. Üyesi Emrah KESKİN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Tuğba DAĞ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli
Üniversitesi Turizm Fakültesi

1. Kültürel ve tarihi yapıların korunması turizmin geleceği için bir yatırım olarak düşünülürse; bu yatırımın gastronomi turizmine etkisi sizce ne olur?
2. İzmir mutfak kültürü için neler söyleyebilirsiniz ve İzmir’e özgü peynirlerin İzmir mutfak kültüründeki yeri nedir?
3. İzmir peynirlerinde hangi kültürlerin izleri görülmektedir? Bu peynirlerin üretiminde geçmiş ile bugün arasında farklılıklar var mıdır?
4. Bölge peynirlerinin gastronomi turizmine katkısı var mı? Düşünceleriniz nelerdir?
5. İzmir’e özgü geleneksel peynirlerin gastronomik bir kimlik olarak ön plana çıkarılarak pazarlanması ve sürdürülebilirliği için ne gibi çalışmalar yapılmalıdır?
6. İzmir’e özgü peynirlerin ülkemizde yeteri kadar tanındığını düşünüyor musunuz? Eğer yeteri kadar tanınmadığını düşünüyorsanız tanıtımı için neler yapılmalıdır?
7. İzmir’e özgü geleneksel peynirler ile ilgili sergiler, tanıtım günleri, festivaller vb. etkinlikler yaptınız mı? Yapmadıysanız yapmayı düşünüyor musunuz? Kapsamlı bir değerlendirme yapabilir misiniz?

Lütfen, aşağıdaki tabloda yer alan kişisel bilgilerinizi eksiksiz olarak doldurunuz.

Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek

Yaşınız: () 18- 25 () 26- 35 () 36- 45 () 46 ve üzeri

Mesleğiniz:.....

EK-3 PEYNİRİ ÜRETİCİLERİ İLE YAPILAN GÖRÜŞMELERE İLİŞKİN GÖRÜŞME FORMU



Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı



“Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği

Dr. Öğrt. Üyesi Emrah KESKİN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Tuğba DAĞ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

1. İzmir peynirlerin de hangi kültürlerin izleri görülmektedir? Bu peynirlerin geleneksel üretim durumu nedir?
2. Bu peynirlerin yöre mutfağındaki yeri nedir? Sofra geleneklerinde (kültüründe) bu peynirlerin önemi nedir?
3. Peki, İzmir’e ait yerel peynirleri Türkiye’de yeteri kadar tanınıyor mu?
4. İzmir’e ait olan geleneksel peynirlerin bilinirliğini ve tanınırlığını artırmak için neler yapılabilir?
5. İzmir’de peynir ile ilgili gastronomi turizmi (köylere turlar, peynir festivalleri düzenlenmesi gibi) uygulansa sizce etki ne olur?
6. İzmir’e ait bu peynirleri tanıtmak için daha neler yapılabilir ve sizlere fayda sağlamasına olanak sağlar mı?
7. Bölgede yer alan bu peynirin geleneksel üretimi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Lütfen, aşağıdaki tabloda yer alan kişisel bilgilerinizi eksiksiz olarak doldurunuz.

Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek

Yaşınız: () 18- 25 () 26- 35 () 36- 45 () 46 ve üzeri

Mesleğiniz:.....

EK-4: Katılımcıların Görüşme Sorularına İlişkin İfadeleri

1. Kültürel ve tarihi yapıların korunması turizmin geleceği için bir yatırım olarak düşünülürse; bu yatırımın gastronomi turizmine etkisi sizce ne olur?

“... Tarihi ve kültürel yapıların, yerlerin varlığını koruması tabii ki gastronomi turizmine katkısı olacaktır. Özellikle son yıllarda deniz, kum, güneş turizminin etkisinin azalmaya başladığı bu dönemde turistlerin artık daha farklı deneyimler yaşamak istemesi ile gastronomi turizmi daha fazla ön plana çıkmaya başlıyor. İnsanlar gittikleri bölgelerin tarihi geçmişini, yapılarını görmek için giderken bir yandan da yemek kültürlerini ve bu kültürün bugün de geçmişteki gibi devam edip etmediğini bilmek istiyor.” (K1)

“...belki çok yakın tarihe kadar gastronomi turizmi destekleyici turizmdi. Kültür turizmi için gidilmiş hadi gitmişken oranın yöresel yiyeceklerinin tadına bakayım ya da deniz, kum, güneş için gitmişler oranın yiyebileceğimiz yöresel yiyeceği var mı diye bakmışlar. Ama artık alternatif turizm oldu. İnsanlar artık direk bir yerden bir yere hadi bugün gidelim de hafta sonu şurada yöresel kahvaltı yapalım, ya da akşam şurada şunu yiyelim ya da yakınımızda karakılçık buğdayından yapılan ekmeğe var insanlar bu ekmeği almak için Seferihisar’ın ulamış köyüne geliyor. Tamamen cazibe unsuru oldu artık. İnsanlar da üreticilerde, yerel yönetimlerde farkına vardı. Ama tam mı vardı tabii ki de yüzde yüz değil. Eksiklikler var. En büyük eksiklik de eldeki değerlerin nasıl yansıtılacağı ya da hangi pazarlama yöntemi ile yansıtılacağı konusunda.” (K2)

“... Gastronomiyi kültürün bir parçası olarak görüyorum. Ben şöyle yorumluyorum bana gastronomi o toplumun kültürünün sofraya yansımış hali dolayısıyla sen bir yere gittiğinde oradaki özellikle yerel halkla yemek yediğinde siz onların geleneklerini, göreneklerini, hayatlarını nasıl idame ettirdiklerini her şeyini öğreniyorsun. Dolayısıyla kültürün korunmasında gastronomi turizmi çok önem kazanıyor. Senin kendi kültürünü yansıtılabilmek, deneyimlemelerini sağlayabilmek gelen insanlara gastronomi turizmi ile mümkün olmaktadır. Bunu bir örnekle açıklamak gerekirse bu bölge için konuşursak katmer çok yaygın insanlar katmeri sadece yemek için değil nasıl yapıldığını da deneyimlemek istiyor ve buda gastronomi turizminin bir parçası oluyor. Doğal olarak da sen kültürel bir parçanı paylaşmış oluyorsun.” (K3)

“...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 basamaklarından biri de gastronomidir. Yani biz bu yerel değerleri aslında mutfağa kültürün yansımaları olarak görebiliyoruz. Ki son dönemlerde yapılan çalışmalarda bunu gösteriyor. Örneğin bulunduğumuz bölge İzmir’in bir ilçesi olan Seferihisar cittaslow olarak uluslararası bir bağlamda kültürel anlamda korunuyor. Ya da Unesco’nun yapmış olduğu kültürel miras listesi ürünlere baktığımız da ya da gastronomi kenti olarak Antep başta olmak üzere Hatay ve yakın zamanda Afyon gibi. Gastronomi artık sadece bir yeme içime eyleme değil onun ötesinde geçti ve kimi noktalarda turizmin önüne geçti ve ana motivasyon kaynağı oldu.” (K4)

“... Şimdi zaten nerdeyse Kültürel ve tarihi yapılar kısmını bir kenara bıraksak bile herkes gastronomi ve gastronomi turizmine yoğun ilgi göstermekte. Seyahat portallarında sosyal medya ya bakarsanız çok değişik bir algı oluşmasıyla gastronomi turları oldukça arttı. Kendi açımdan bakacak olursam şuranın şurası güzelmış buraya mutlaka gidelim diyoruz. Sadece yemek için bile artık bir yerlere gitme arttı. Bu geçici midir bir dönem mi dir bilmiyorum ama çok inanılmaz bir artış var. Baktığımızda başta tarihi yerleri görmeye gelip yemek yiyorlardı ama artık bu durum değişti yemek için bir yerlere gidilip tarihi yerlerini gezmeye başladılar. Bu bizim yaşadığımızda durum. Hatta arkadaşım Van gitti ondan peynir istedim.” (K5)

“... Tarihi yerleri ziyarete gelen kişiler buraları gezip gördükten sonra yemek yemek isteyecekler. Bunu bir örnekle açıklayım. Hitit mutfağı ile ilgili bir kitap çıkardık. O kitapta bulunan tarifleri bölge de bulunan otellerden biri aldı ve oradaki şef aşçılar bazı ufak dokunuşlarla orda yapmaya başladılar. Hititler için gelen yani Boğazköy’ü, Alaca höyüğü görmeye gelenler otelde kaldıkları sürece Hitit yemeklerini de yiyebiliyor. O yemekleri kendi menülerine koydular. Ve insanlar bu yemekleri menüden seçip yiyorlar. İkincisi mavi ocak var orda gene burası turistlerin, turist otobüslerinin arabasının durduğu yer Alacahöyük tarafına doğru. Orası da aynısını yapıyor.” (K6)

“... Baktığımız da bu bölgeye hep deniz için geliyorlar ama biz burada yaşadığımız için tatillerimizde farklı şeyler de araya biliyoruz. Görmediğimiz yerleri görmek tarihi bölgelere gitmek ya da kültür turlarına katılmak gibi. Son dönemlerde gastronomi şehirlerinin seçilmeye başlamasıyla merak oluştu hem o bölgenin

yemeklerini hem de tarihi yerlerini görme isteği oluştu. Ve bu amaçla da işlerden fırsat bulduğumuz zamanda gittiğimiz yerler oldu. Yani aslın da yemek, tarihi ve kültürel yapıların önüne geçti diyebiliriz. Ama tarihimiz, kültürümüz aynı zamanda gastronomi turizmine de bu bağlamda katkı sağladığını yani çekicilik katarak daha da popüler hale getirdiğini düşünüyorum.” (K10)

“... son yıllarda gastronomi kavramı ön planda olmaya başladı ve ülkelerin tanıtımında da ön plana çıkarak gastronomi alanında tanıtımlara yer verilmeye başlandığını düşünüyorum. Ki eskiden bir yere gittiğimiz de müzeleri, ören yerlerini ziyaret etmeye, tarihi ve kültürel yapıları görmeye yönelik tatil programlarımızı oluştururduk. Ama son zamanlarda bulunduğumuz yerden farklı yerlerin yemeklerini de merak eder olduk. Bu da bizi o bölgelere doğru çekmeye başladı. Bu nokta da tarihi ve kültürel öğelerimiz gastronomi turizmine katkı sağladığını düşünüyorum.” (K11)

“... belki de artık insanlara o bölgenin geleneksel yemeklerini sunarken o kültürde nasıl bir yere sahip olduğunu da sunmaya başladıkları için biz size o duyguyu yaşatacağız ama bunun yanın da bizim bölgemizin tarihi, kültürü de çok geniş diyerek aslında kültürel yapıları bendece bu şekilde de sunuyoruz diyebilir. Yani artık bu sorunun tam tersi bir durum bile söz konusu oluyor gastronomi kültüre ve tarihi varlıkların ziyaret edilmesinde katkı sağlıyor durumuna geldiğimizi söyleye biliriz bence.” (K12)

2. İzmir mutfak kültürü için neler söyleyebilirsiniz ve İzmir’e özgü peynirlerin İzmir mutfak kültüründeki yeri nedir?

“... İzmir mutfak kültürünü Türkiye’nin bir özeti olarak görüyorum. Nasıl Türk mutfağı farklı medeniyetleri, farklı kültürleri barındırıyorsa İzmir’de aynı şekilde. Bir sefarad mutfağından tutun, bir Levanten mutfağına tutun, işte bir Yunan, Balkan, Doğu Akdeniz, Anadolu mutfağı bunların hepsini barındıran mutfak İzmir mutfağı da. Çünkü bulunduğu coğrafi konum itibariyle bir sürü medeniyetle ya da geçmişte farklı milletlerle iletişim halinde olmuş ister istemez bu da mutfağa yansımış.” (K2)

“... İzmir mutfağına, Türklerin, Rumların, Levantenlerin, Sefaradların, Batı Trakya ve adalardan gelenlerin, Makedonlar gibi birçok kültürün getirdiği çeşitliliklerle oluşan bir mutfak kültürüne sahiptir.” (K5)

“... İzmir mutfak kültürüne baktığımızda çok çeşitli ve kozmopolit bir yapısı var. Çünkü bu bölgede zamanında özellikle kurtuluş savaşı zamanı öncesinde Osmanlı zamanın da birçok kültür bir arada yaşamış. İşte bunun içerisinde Yahudiler, Levantenler dediğimiz ki hala yaşıyorlar, Hristiyanların var olduğu bir yapı var. Mesela o Hristiyanların da işte farklı İtalya’ını da var Fransız’da var, Arnavut’unda var. Yahudi dediğiniz zaman onların farklı gelenekleri var, biz Türklerin var.” (K8)

“... Bilindiği üzere İzmir köklü tarihi geçmişi ve çeşitli kültürleri barındırması mutfak kültüründe de yansımış durumdadır.” (K11)

“... İzmir’in her anlamda düşündüğümüzde farklı bir kültürü vardır. Bu nedenle İzmir’de yemekler birbirinden farklı kültürleri görebiliyorsun. İşte Rum, Levanten, Arnavut, Boşnak, göçebe Türkler, sefaradlar, Makedonlar bu kültürel çeşitliliği oluşmasında etkili olmuş ve mutfağına yansımış durumda.” (K16)

“... ot, zeytin ve zeytinyağlılar başı çekmekle birlikte bir deniz ürünleri iç kesimde ise kırmızı eti görebildiğimiz çeşitlilik de bir mutfak İzmir mutfağı.” (K1)

“...Bunu içerisinde otlar ve deniz mahsulleri ön plan çıkıyor. İç kesimlere doğru ise kırmızı et devreye giriyor.” (K2)

“... zeytin ve zeytinyağlı yemeklerin yanı sıra ot ağırlıklı yemeklerden oluşan bir mutfağına sahip tir. Bunu yanın da taze deniz ürünlerini de bulabiliyorsunuz. Ama biraz daha deniz den uzaklaştıkça kırsala doğru etin de ön plana çıktığını söyleyebilirim.” (K11)

“... İzmir mutfak kültürü zeytinyağlı yemeklerden ve ot ağırlıklı yemeklerden oluşuyor. Bunu yanın da taze deniz ürünlerini de bulabiliyorsunuz. Ama biraz daha deniz den uzaklaştıkça kırsala doğru etin de ön plana çıktığını söyleyebilirim.” (K12)

“...Peynir ise İzmir mutfak kültüründe genellikle kahvaltıda tüketilmektedir. Bunun yansısı İzmir’in meyhane kültüründe de önemli bir yere sahiptir. Özellikle İzmir tulumu, teneke tulumu. Ayrıca İzmir kumrusun da tulum olmazsa olmaz. Otlu gözlemelerde genellikle peynir kullanılır. Gevrek ve Tulum peyniri yine olmazsa olmazdır.” (K6)

“...Peynirin bizde mesela rakı balık kültürüne çok yakışan bir şey. İzmir deyince de ilk akla rakı balık kültürü gelir. İlk etap da ona çok yakışan bir durumu var. Kahvaltı kültürümüzde genel olarak peynirler önemli İzmir mutfağında bu böyle. Otlu gözlemeler de yine peynir kullanılır. Onun dışında da herkesin bildiği İzmir

tulumu, Bergama tulumu işte bunun eşleştirmeleri var. Mesela İzmir tulumu ve İzmir gevreği yenir gibi eşleştirmesi var.” (K8)

3. İzmir peynirlerinde hangi kültürlerin izleri görülmektedir?

“...İzmir peynirlerinde Yunan ve Rum izlerini görebilirsiniz. Kopanisti kökeni ne baktığımızda yunanca da ezilmiş, yoğrulmuş demek ikincisi armola az kalan her şeyin değerlendirme yöntemi. Az kalan her şeyi süt, yoğurt, peyniri ne varsa hepsini karıştırıp tuluma basıp bir daha fermente ediyorlar. Dolayısıyla ne oluyor birlikte beraber oluyor armola da yunanca birlikte, beraber demek. Bunlar en güzel kanıtları. Yani baktığımızda önemli bir kısmının Rumlara ait olduğunu bir kısmının da geleneksel olarak yapılan peynirlerdir.” (K2)

“...İzmir mutfak kültürüne baktığımızda çok çeşitli ve kozmopolit bir yapısı olması Peynirlerde de etkisini gösteriyor bence kopanisti, armola gibi. Bölgede yaşayan Rumlardan öğrenilen peynirler olmasından kültürel olarak bir Rum, Yunan izlerini taşıdığı söylenebilir.” (K4)

“...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 birçok kültür bir arada yaşamış oluyor. Bu etkileşimden yemekler de etkileniyor haliyle. Peynirlerde bunun etkisini görüyoruz bence kopanisti, armola gibi. Bölgede yaşayan Rumlardan öğrenilen peynirler olmasından kültürel olarak bir Rum, Yunan izlerini taşıdığı söylenebilir.” (K8)

“...Bölgede birçok kültür, etnik grup geçmiş de iç içe yaşamışlardır. Bu nedenle de özellikle Rumlardan kalma peynirlerin olduğu söylenen peynirler bulunduğunu biliyorum. Kopanisti gibi.” (K9)

“.... Bölgedeki peynirlerin genelinde bir Yunan Rum kültürünün etkisi var. Zaten kopanisti peyniri de yunanlardan kalma bir peynir. Ama sepet peyniri bildiğim kadarıyla Karaburun'a ve ege çevresinin yaptığı bir peynir.” (K14)

“... Peynir çok eski bir gıda ve mutlaka Orta Asya da işte sütü korumak adına maya atıp ve oluşan o telemeyi belki birileri tuzlayıp korumak istedi işte tuluma bastı, ya da çömleğe işte onu da muhafaza etmek için. Yani orta Asya dan gelen bir kültürdür diye düşünüyorum ben peyniri...” (K15)

4. Bölge peynirlerinin gastronomi turizmine katkısı var mı? Düşünceleriniz nelerdir?

“...bana göre henüz bölgedeki gastronomi turizmine bir katkısı olduğunu düşünmüyorum.” (K1)

“...İnsanlar bir yerden bir yere giderken bir ürün için yer değiştire biliyor. Deminde belirttiğim gibi ekmek için konum değiştiren insanlar var, peynir içinde illaki vardır. Bu biraz ilgi alanıyla, merakıyla, aldığı hazla alakalı. Ama Gastronomi turizmi için bu bölgede peynirlerin katkısı pek yok.” (K2)

“...Yani kayıtlara geçen bir şey olduğunu zannetmiyorum. Çünkü özellikle buradaki peynirlerin geleyim tadına bakıyım gibi bir gastro tur yok. Bir Kars gibi değil mesela. Orda bir peynir müzesi açıldı ve bir anda her şey değişti mesela. Bir an da ön plana çıktı, tanıtımlar yapıldı. Ama İzmir de böyle bir tanıtım yok.” (K3)

“... bildiğim ve gördüğüm kadarıyla gastronomi turizmine peynirlerin şu an için bir katkısı yok ama olmaması için hiçbir neden yok bence...” (K13)

“... gastronomiye katkısı anlamında bence şu an için istediği yerel değerinde değil. Ancak bunlar bir değer ve çekicilik haline getirilerek olabilir. Çünkü ege de biraz sağlıklı beslenme tarzı var, zeytinyağı da çok ön planda hani zeytin ve zeytinyağı da peynirle eşleşen bir yiyecek olduğu için halk bunu sadece gastronomi olarak da değil eskiden beri bir yaşam ve tüketim şekli olarak geliştirmişler. Ama bunun günümüzde gastronomi turizmi için bir değer olması için bunların bir turistin buraya geldiğinde deneyimleyebileceği ama sadece tadına bakmak değil bunları gidip nasıl yapıldığını öğrenebileceği şekilde planlanması lazım ki ancak o zaman bunlar gastronomi turizmine katkı sağlayabilecek bir çekicilik olabilirler...” (K8)

“... İzmir peynirlerini gastronomik anlam da iyi kullanabiliyor mu açıkçası çok da iyi kullanılabildiğini düşünmüyorum. Ki İzmir de gastronomik anlamda en popüler bir restorana gittiğimiz de bile peynir tabağı içinde kaliteli bir tulum peyniri bulamıyoruz. İşte bir şarabın yanına olsun ya da bir başlangıç olsun doğru düzgün bir peynir tabağı bile menülerinde yok maalesef...” K (11)

“... İzmir için şu anda peynirlerin gastronomi turizmine katkısı yok. Mesela Seferihisar için karakılçık festivalinde Armolayı ürettiler ve bu Seferihisar'ı bir adım öne taşıdı. Ama diğer peynirler herhangi bir çalışma yapıldığını bilmiyorum. Ama tanıtımı yapılırsa talep edecek kişiler de olacaktır. Yani yerel tatlar tanıtıldıkça etkili olabilecek bir şey gastronomi turizminde...” (K6)

“... ben pek İzmir’deki peynirlerin gastronomi turizmine katkısı olduğunu düşünmüyorum. Yani peynir deyince İzmir’in peynir ile ilgili duyulmuş bir adı yok. Van’dan, Erzurum’dan, ya da bir Kars’tan deyince peynir isteyebiliyorum. En azından henüz bir katkısı yok...” (K5)

“... gastronomi turizmi anlamında henüz bir katkısı yok maalesef. Biz toplum olarak hızlı tüketen bir toplumuz. Ünlü olduğunda ne yazık ki çok fazla ticarileşiyor. Bölgeyi artık yansıtmamaya başlıyor. Örneğin yıllardır yediğimiz İzmir tulumu artık geçmişteki tulumlardan çok farklı. Tamamen sanayileşti, tadı değişti ve bir de şunu çok yanlış yapıyoruz bir ürünün insanlarda yerleşmesi onun hikayesi ile olur. Sadece ürünü tanıtıyoruz ama onun arkasındaki hikâyeyi tanıtıyoruz...” (K4)

5. İzmir’e özgü geleneksel peynirlerin gastronomik bir kimlik olarak ön plana çıkarılarak pazarlanması ve sürdürülebilirliği için ne gibi çalışmalar yapılmalıdır?

“...Bir ürünün sürdürülebilirliğini sağlamak istiyorsak bir şekilde talep edilmesini sağlamak lazım. Yani bu arz talep meselesi. Bu sadece peynir üzerinde değil her ürün geçerli bu. Bunu yapabilmek içinde birazcık tüketim alışkanlıklarında değişiklik yapmak lazım. Ama geleneksel mutfağımızı çok koruduğumuz için biz biraz bu konuda kapalı bir halkız ama uzun süreçlerle bu peynirlerin tanıtımları sağlanmalı. Bir tur düzenleyerek peynir üretim yerlerine götürmek gerekmekte.” (K3)

“... ülkemizde bölgesel peynirlerine değer vererek, üreticilerine destek olarak iş birliği içine girerek peynirlerin sürdürülebilirliğini sağlayabilirler. Reklam ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilerek tanınırlığını artırılabilir. Ayrıca şef restoranları çok yükselişte. Şefler farklı ürünleri kullandıkları için bölge bölge araştırarak ürünleri tabaklarında kullanıyorlar. Armola mesela bazı şeflerin kullandığı bir ürün. İstanbul’da da kullanan şefler de var. Bu şefler desteklenerek yerel ürün kullanımı artarsa peynir de ön plana çıkacaktır. Ayrıca tanıtımının yeterince yapıldığını düşünmüyorum. Bu sadece peynir anlamın da değil genel olarak bir gastronomi turizmi kapsamında tanıtımının yapılması lazım...” (K7)

“... okullarla iş birliği yapılarak gençleri mandıralarda ağırlayarak hem süreci görmeleri sağlanarak onların bu kültürü görmeleri ve devam ettirebilmeleri için bir fikir belki ileride bu işi devam ettirmelerine de etkili olabiliriz...” (K14)

“... zengin bir potansiyel var. Yani elde ürün var sadece bu ürünün bir tanıtım malzemesi haline getirilmesi gerekiyor. Turistik bir ürün haline getirilmesi gerekiyor ki peynirde de bu bölge için potansiyel tatbikî de var. TÜRSAB gibi kuruluşlar bu peynirleri turlarda gastronomi paketleri içerisinde bir deneyim olarak yer almasını sağlayabilir. Yetkilendirilmiş kamu kurum ve kuruluşlarının köylerdeki peynir üreticilerini toplayıp eğitim verip onları yönlendirip daha sonra tanıtımını yapacak tur acenteleri ile tur paketlerinin içerisine bir ürün olarak yerleştirmesini sağlayabilir. İlk başta bence coğrafi işaretlemenin alınıp bir tescil vermiş oluyoruz. Hani evet biz Türkiye’deyiz biliyoruz ama Çin’den gelen, Amerika’dan gelen bir insan için tescil olmuş oluyor. Bir anlam da garanti oluyor bu gerçekten onun peyniri olduğunu ifade etmiş oluruz...” (K8)

“... bizim peynirlerimiz de tanıtım eksik. Mesela Belçika’ya gideceğim çikolata alacağım, Hollanda’ya gideceğim peynir alacağım diyoruz. Yani bu beynimize kazınmış. Bu ülkelere bu olgularla gidiyorsun bu yiyecekleri almaya ya da tatmak için bir hazırbulunuşluğu var insanların. Bu da tabii gastronomi turizmine bir katkı sağlıyor. Ama bizim ülkemize gelen turistler de peynir bu tarz yiyeceklerin için de yok maalesef. Döner ve lokum biliniyor en çok bu anlamda gıda bazında. O yüzden tanıtımı için imaj için bu konu ile ilgili paydaşların tanıtım çalışmaları yapmalı lazım. Yerel üreticiyi destekleyici bilgilendirici yani bir anlamda eğitici çalışmaların yapılması gerekiyor. Yine baktığımız da Hollanda Konya ovası kadar bir yer, deniz seviyesinin altında tarım yapıyor. Yani bu koşullarda peynir yapıyor ama o kadar düzgün yapıyor ki işi yani karakterini korumuş gouda’sını, edam’ını korumuş çeşitlendirmiş dünya ya açılmış ve dünya ya satıyor. Biz satamıyoruz. Çünkü sorunlarımız mandıraları denetliyor standartları veriyor ama hayvan refahı olmadığı için bizim işimiz zorlaşıyor. İşte bize gelen sütte bazı değerler işte somatik değeri yüksek çıkıyor o zaman sütü işleme de sıkıntı oluyor. Yani sen mandıraya tankeri temiz yıkamadı de şunu de bunu de ama somatik tamamen hayvan sağlığıyla ilgili ilk önce bu sorun çözülmeli. Yani Hollanda gibi ülkeye bakarak Türkiye’nin peynir potansiyeli oldukça büyük ama standardize etmeye çalışırken karakterini bozmuşuz. Evet bir şeyleri tabii ki denetlemeyiz ama bir standarttı uygulayayım derken ülke gerçeğini göz önünde bulundurmazsan ortaya geleneğinden karakterinden kopmuş bir şey ortaya çıkıyor...” (K15)

“...Mesela gastronomi ile ilgili fuarlar oluyor. Katıldığım fuarlarda özellikle peynire yönelik stantlar, tanıtımlar olabilir ama ben hiç bu yönde bir çalışma görmüyorum. Sadece stantta ürün satma yönünde oluyor. Ama o peynirin geçmişi, tarihi, yapılışı, özellikleri ile ilgili Workshoplar olabilir.” (K5)

6. İzmir’e özgü peynirlerin ülkemizde yeteri kadar tanındığını düşünüyor musunuz? Eğer yeteri kadar tanınmadığını düşünüyorsanız tanıtımı için neler yapılmalıdır?

“... kopanisti’yi duyan var aslında şehir dışından isteyen oluyor. Meze olarak çevre restoranlarda vardır ama yine ege çevresi biliyor. Sepet peynirini de özellikle laktoz intoleransı olan kişiler buluyorlar. O yüzden biraz daha fazla tanınıyor...” (K14)

“...300 küsur peynire sahipsiniz bunu çoğu kişi bilmiyor hata alanın içinde olan kişilerde yeteri kadar bilgiye sahip değil. Bu da tanıtılmaması, bilgilendirilmemesi, insanlara anlatılmamasından kaynaklanıyor.” (K2)

“... Bir envanter alışması yaparsın, üreticilerle konuşursun derlem yapıp kayıt altına alırsın. İyi bile olabilir. Çünkü gerçekten bazı peynirlerin üreticileri gün geçtikçe azalıyor. Bunu babalar yapıyor ama çocuklar farklı iş alanları seçiyor. Dolayısıyla belki bir on yıl sonra kopanisti peyniri ya da diğer peynirleri üreten biri olmayacak. Çünkü talep olmayacak ve talep olmayınca üretim olmayacak.” (K3)

“... İzmir’in sahip olduğu kültürel peynir zenginliklerini karsttaki gibi bir peynir müzesi ile çıkartılabilir. Çünkü her bölgenin farklı bir kimliği, özelliği var bunu hikayeleştirip ve görselleştirildiğinde daha fazla turist ya da tüketici çekebilir.” (K4)

“... mesela gastronomi ile ilgili fuarlar oluyor. Katıldığım fuarlarda özellikle peynire yönelik stantlar, tanıtımlar olabilir ama ben hiç bu yönde bir çalışma görmüyorum. Sadece stantta ürün satma yönünde oluyor. Ama o peynirin geçmişi, tarihi, yapılışı, özellikleri ile ilgili Workshoplar olabilir... yerel yönetimlerin yani bu işin başını çekecek kim varsa üreticilerle beraber, ticaret odalarıyla beraber reklam ve stratejilerini belirleyerek peynirlerin pazarlanmasını sürdürebilirliğinin, tanıtımının yapılması lazım... İzmir’inde peynir anlamında özellikle tulumunun duyulması ve algının yaratılmasıyla bilinirliğinin artacağını düşünüyorum. Bunun

içinde üreticilerin, gastronomi derneklerinin, paydaşların pazarlama stratejilerini geliştirerek ön plana çıkarabilirler” (K5)

“... kurumların, paydaşların, üreticilerin, yerel yönetimlerin, kültür müdürlüklerinin elinden geldiğince çalışmalar yapmaları gerekiyor. Böylece peynirler katma değer sağlayarak tekrar tekrar üretilmesi sağlanabilir. Mesela İzmir kültür müdürlüğü ile İzmir mutfağı kitabı çıkardık o kadar enteresan şeyler çıktı ki mutfak kültürü ile ilgi bende bilmiyordum. İşte bu tarz çalışmalar ile peynirlerinde tanıtımı ve bilinirliğini artırabiliriz.” (K6)

“...Yeteri kadar tanındığını düşünmüyorum. Yeni yeni biraz daha belki kıpırdanmalar olabilir. Ama ülkemiz de en belirgin tanınan şu an da Kars gravyeri ile Konya küflü peyniri gündemde. İzmir tulumu da şu an da yükselişte bence. İnsanalar bunu biliyor ve alıyor. Mesela İstanbul’dan benim arkadaşlarım geliyor ve giderken İzmir tulumu alıp gidiyorlar. Havalananlarındaki mağazalarda da İzmir tulumunu görürsünüz. Tabi ki daha fazla olması lazım, daha çok tanıtılması lazım. Ama yavaş yavaş bence yükselişe geçti eskisi gibi değil. Bunda şeflerinde etkisi var. Çünkü şef restoranları çok yükselişte. Şefler farklı ürünleri kullandıkları için bölge bölge araştırarak ürünleri tabaklarında kullanıyorlar. Armola mesela bazı şeflerin kullandığı bir ürün. İstanbul’da kullanan şefler de var. Tanıtımının yeterince yapıldığını düşünmüyorum. Bu sadece peynir anlamın da değil genel olarak bir gastronomi turizmi kapsamında tanıtımının yapılması lazım.” (K7)

“... İzmir tulum peynirini insanlar biliyor ama bunu sadece kahvaltıda tüketebilecekleri bir peynir çeşidi olarak biliyorlar. Diğer peynir çeşitleri sadece bölgede yaşayanlar bilir. Ya da bilseler de bunun ne kadar önemi var karsta yaşayan birinin İzmir’deki tulum peynirini tamam bildi ama bilmenin ötesinde nasıl bir karsa gitmek için bize oluşturulan bir hikâye, bir çekicilik, bir deneyim heyecanı var İzmir’e gelmek için de aynı şeyleri oluşturmak gerekiyor. Şu an da İzmir için insanları motive eden deniz, kum, güneş ve Efes ama içinde maalesef peynir yok.” (K8)

“... İzmir de de şarapçılık adına birçok işletme, bağ var ve şarap sadece üretim olarak da değil gastronomiyle de birleştiğini gözlemliyoruz. Bu işletmeler ile irtibata geçip gerçek İzmir tulumuna yer vermelerini sağlamak lazım. Ve biz üreticilerinde gerçekten doğru ürünü onlara ulaştıra bilme konusunda danışmanlık

vermemiz lazım. Çünkü şarapla tüketilecek bir peynir kahvaltıda yediğimiz den farklı olmalı daha yoğun aromalı ve senesini doldurmuş bir peynir olmalı.” (K11)

7. İzmir’e özgü geleneksel peynirler ile ilgili sergiler, tanıtım günleri, festivaller vb. etkinlikler yaptınız mı? Yapmadıysanız yapmayı düşünüyor musunuz? Kapsamlı bir değerlendirme yapabilir misiniz?

“...Herhangi bir etkinlik yapmadık. Bu peynirler için çeşitli etkinlikler de yapılabilir. Örneğin Slow food’un uygulanabilirliğini sağlamak gerekmektedir. Bölgenin gelenekselini yansıtan dükkanlara ağırlık verilmeli. Mesela kumpirci var ama kaşar peyniri yerine tulum peyniri kullanabilir. Peynirlerin standardizasyonunu sağlayacak çalışmalar yapılabilir. Yurtdışında ki örneklerle baktığımızda peynirlerinin tanınırlığı belki de bu standardizasyondadır. Tanıtım günleri yapılabilir. Ya da bir peynir dükkânı neden olmasın şarap dükkânı gibi şarküteriden ziyade farklı bir konsepte tadımlar yaptıran bir dükkân olabilir. Üreticiler belki bunun için kendi üretim yerlerinde tadım yerleri açabilirler. Mesela Alsancak da zeytinyağı üretimi ve tadımı yaptıran yerler var. İzmir’in geleneksel peynir üreticileri ve paydaşlar birlikte hareket edilerek tanıtım konusunda stratejiler geliştirilebilir. Belki de İzmir’in çeşitli ilçelerinde kurulmuş olan Kooperatifler de bu konu da belki yardımcı olabilir. Müze yapılabilir. Köyler de özellikle geçmişte peyniri geleneksel yöntemlerle yapan üreticilerden muhtemelen birçok şey toplanabilir. Gençler teşvik edilebilir. Özellikle peynircilik meslek haline getirilerek gençleri bu konu ya yönlendirerek geleneksel peynir üretiminin devamı sağlanabilir. Tabi ki tüm bunlar içinde birçok kurumun bir araya gelerek yapacağı çalışmalar ve desteklerle olacaktır.” (K1)

“...Biz birebir peynir ile ilgili bir etkinlik yapmadık. Ama yapmış olduğumuz yöresel yemekler festivalleri içerisinde peynirlerde yerini aldı. Ödemiş’te yapılan etkinliğe paydaş olarak geçen sene katkı sağladık. Fuarlarda elimizden geldiği kadar yer almaya çalışacağız. Sektördeki kişilerden ilerleyen zamanlarda peynirlerle ilgili etkinlik talebi gelirse elimizden geleni yaparız. Bilindiği üzere ülkemiz de peynir müzemiz var karsta. Belki yakın tarihler de de İzmir de de tamamen peynircilik üzerine olmasa da ege gastronomi müzesi üzerine planlanıyor. Biz de bunun içerisinde yer alıyoruz komisyonda. Bu müzenin bir parçasına yine peynirler üzerine

üretimden en son tüketime kadar olan safhayı anlatan, hangi ekipmanların kullanıldığı, nasıl yapıldığına dair bilgiler içeren kısımlar yer alacak. (K2)

“... reklam, tanıtım faaliyetleri, işte broşürler, rota ya da harita oluşturup dikkat çekici şeyler yapılarak bu peynirlerin tanımını yapılabilir. Ayrıca bunun için tur olabilmeye için özel üretiminin yapıldığı yani butik üretimin yapıldığı alanlar lazım ve bu alanların iyi düzenlenmesi gerekir... bir envanter alışması yaparsın, üreticilerle konuşursun derleme yapıp kayıt altına alırsın. İyi bile olabilir. Çünkü gerçekten bazı peynirlerin üreticileri gün geçtikçe azalıyor. Bunu babalar yapıyor ama çocuklar farklı iş alanları seçiyor. Dolayısıyla belki bir on yıl sonra kopanisti peyniri ya da diğer peynirleri üreten biri olmayacak. Çünkü talep olmayacak ve talep olmayınca üretim olmayacak... İtalya’da coğrafik ürünler yörelere bağlı olarak korunan ürünler oldukça fazla özellikle bu konu da çalışmaları yapan ilk olarak onlar ya da Toscana dediğimizde şarabı herkes söyler. Çünkü adamlar tanıtımını bunun üzerine kurmuşlar. Hatta zeytin yağlarını bile yörelere ayırıp o isimle satıyorlar. Biz se bir urla ya da tire zeytinyağı demiyoruz. Natural diyoruz ve Türkiye de hala oturmuş değil. Bu tip noktalarda ilk başlayanlar aslında tanıtımı ilk yapanlar. O yüzden parmesan biliniyor. Yani ülkeler hangi ürünlerini ön plan çıkaracağını kendileri belirliyor. Bunun üzerine etkinlikler yapıyorlar. Biz de iyi bir tanıtım politikası ile kendi imza ürünlerimizi belirlersek ve yoğunlaşırsak tüm dünya neden tanımasın...” (K3)

“...Ege de bir tarih var daha da sunula bilir bir model getirmek gerekiyor. Bir gastronomi müzesi bu coğrafya için gerekli. Bunun yanı sıra şarap yanın da peynir Avrupa da bir kültürdür. Biz de de urla bağ yolu bu konuda oldukça ilgi görmekte. Ve burada da şarabın yanında tamamen yerel peynirler verilmekte. Bunun gibi etkinliklerin çoğaltılarak geliştirilmesi lazım.” (K7)

“... Peynirler üzerine herhangi bir etkinlik yapmadık. Yapar mıyız neden olmasın ama tabii zaman gösterir. Daha önce dediğim gibi bu peynirlerin öncelikle bir değer olarak ürün haline dönüştürülüp daha sonra da tutundurma ve pazarlama çalışmalarının otoriter kurumlar tarafından yapılması lazım. Bu ama sadece bir tek üniversite olarak yapabileceğimiz bir şey değil bütün paydaşların iş birliği içerisinde olması ile yapılabilecek bir şey. Bu da aynı zamanda İzmir’in bütün gastronomik ürünleri için geçerli sadece peynir değil bunun yanı sıra bütün ilçelerdeki gastronomik ürünlerin ön plana çıkartılması gerekiyor. Şu an İzmir de gastro fest’i

yapan tek bir firma var. İzmir gastronomi turu olarak görüyorsunuz ama ne kadar satıyor, satabiliyor mu, kaç kişi geliyor ve ben İzmir gastro fest' e gittiğimde açıkçası ben yine İzmirliyi görüyorum. Ama bu tur ne kadar etkilidir bilemiyoruz. Yani sadece İzmir'in peynirlerinin tanıtılmasından ziyade diğer gastronomik ürünlerinin de tanıtımın da da eksiklik var. Bunun için çeşitli projeler ve tanıtımları içeren faaliyetler yapılmalıdır.” (K8)

“... Odamızca İzmir Tulum Peyniri 'ne coğrafi işaret tescili alınması için 2010 yılında C2010/030 numarası ile Türk Patent ve Marka Kurumuna başvuruda bulunmuş olup değerlendirme süreci devam etmektedir. Söz konusu Coğrafi İşaret başvurusu yapılırken üretim metodu Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Süt Teknoloji Bölümü ile iş birliğinde hazırlanmıştır. Coğrafi işaret alınabilmesi için ürünle ilgili olarak; kullanım biçimi, ürünün tanımı ve ayırt edici özellikleri, üretim yeri, ürünün metodu ve denetleme konularının yer alacağı teknik çalışma ve analizler gerekmektedir. Bu doğrultuda çalışmamızda İzmir Tulum peynirinin üretim yöntemi açıklanmış, diğer tulum peynirlerinden farklılığı ortaya konulmuştur. Ayrıca, ilimiz ve bölgemiz ile özdeşleşen ürünlerin uluslararası pazarlardaki bilinirliğinin artırılmasına yönelik olarak çalışmalar sürdürülmelidir. İzmir'in tarımsal ar-ge açısından üniversite ve araştırma enstitüleri ile güçlü bir yapısı bulunmaktadır. Bu bağlamda; ar-ge çalışmalarında özel sektör, üniversite ve kamu iş birliği artırılmalıdır. Marka çalışmalarına önem verilmelidir. Odamızca İzmir Tulum Peyniri coğrafi işaret alım süreci devam etmektedir. İzmir Tulum Peynirinin tescillenmesiyle birlikte peynirimiz artık ulusal boyutta güçlü bir marka olacağına inanıyoruz.” (K10)

EK-5: Katılımcıların Görüşme Sorularına İlişkin İfadeleri

1. İzmir peynirlerin de hangi kültürlerin izleri görülmektedir? Bu peynirlerin geleneksel üretim durumu nedir?

“... Yani armola aslında bir çeşit karışım eldekini değerlendirme, hayvanı olan insanların kendine peynir yapma şekli, dayandırma (bozulmaması) o amaçla ortaya çıkmış bir peynir. Bu şekilde her şeyi kat karıştırılarak yapılan olgunlaşan bir peynir.”

(P14)

“... Eskiden Karaburun’da Rumlar yaşıyordu. Bu kara keçilerde kopanisti peyniri de onlardan kalma bize. Komşusu Rum olan bilir Kopanisti’yi muhakkak öğrenmiştir onlardan.” **(P18)**

“...Ama artık Karaburun’da bu peynirleri yapanlarda azalamaya başladı. Hem buranın gençleri yapmak istemiyor şehre gidiyorlar orada işi buluyorlar. Kimi de zaten üniversiteye gidip sonra iş bulup tatillerde geliyor. E devam ettiren olmazsa ne olacak bu peynir yapılamaya yapılmaya unutulacak. Sonra kara keçi de azalamaya başladı. Kara keçi çobanlığı zordur. Zahmetlidir. Yılda iki kere göç etmeleri lazım. Yem verseler yem pahalı zaten ne kazanıyorlar ki. Bu mesleği de yapan olmayınca kara keçi neslinin de azalmaya başlıyor. Bir de buralarda rüzgâr gülü yaptırılıyor keçilerin otlama alanı azaldı. Rahat gezemiyorlar keçi bu gezecek illa. Sonra saanen keçisi getirdiler ama sütü kara keçinin verdiği lezzeti tadı vermedi.” **(P22)**

“... Armola da Rumların verdiği bir isim aslında buralarda peynir suyu ya da süt peyniri deriz. Çünkü komşuluk ilişkileri çok yoğundu Rumlarla o zamanlar peyniri yaparken de her şeyi katıp karıştırıldığını görüp kendi dillerindeki armologas anlamındaki kelimeyi söylemiş.” **(P16)**

“...Ama bu deri tulumu hazırlamakta zordur. Bu yüzden artık deri tulumu yapan çok az insan var. Birde deri tulumu üretmek için sürekli çok fazla deriye ihtiyaç oluyor. E birde bekleme süresi var. Sonuçta belli bir üretim yapıp para kazanmak zorundasın ama en az bir yıl gibi bir süre var. Sonra deri tulumu çok tuzlu olur. İnsanlar da artık tuzlu peynir yememeye başladı. Hastalıklardan dolayı o yüzden pek fazla tercih edilmiyor. Deri tulumu da tuzsuz olmaz. Yeni neslin peynir tercihi e artık deşti şimdikilere deri tulumunu ver yemezler. Kokusu, aroması, tadı onların damak zevkine uyan bir peynir değil.” **(P10)**

“...Kelle peynirinin sepetlerini kendimiz örerdik eskiden ama artık plastikler çıktı o yüzden eski örgü işi de kayboldu. Yapması zahmetli ve zordur bu sepetleri yapmanın, şimdiki gençlerde zaten bunları pek yapmak istemiyor. Ama böyle zahmetli olduğu için Kopanisti’yi yapan da azdır. Çünkü tutmadı mı çöp olur peynir emeğin boşa çıkar. Elle yapılır başka türlü makine filan kullanılmamış tutmuyormuş çünkü bu peynir. Tabi böyle olunca da yapan az oluyor.” (P17)

“...Bizden başka geleneksel olarak lolru keçi tulumunu yapan pek yok. Tuluma basan olmaz. Ama tabi biz çobanlarında desteklenmesi lazım. Keçi çobanlığı zor ve bizim çocuklarımız geleceğini görmediği için yapmak istemiyor o yüzden de bu işi bu geleneği devam ettirecek kimse kalmıyor...” (P2)

“...keçi çobancılığı gerçekten çok zor bir meslek, yılda iki defa göç etmeleri gerekiyor be belirli bir düzenleri yok. Yemler çok pahalı ve tamamen doğada beslemeye çalışıyorlar o yüzden hayvanları gezdirmesi zahmetli. Bu mesleği de şimdiki gençlere aktarmak zor. Yapmak istemiyorlar. Geleceğinin olmadığını düşündükleri için yapmak istemiyorlar. Böyle olunca da hem keçi yetiştirildiği hem de keçi den elde edilen ürünleri üretim azalmaya başlıyor. Birde bu bölgedeki peynirler çiğ süttten yapılıyor ve birtakım sıkıntılar çıkmaya başladı zehirlenme gibi. Bu yüzden de artık pek fazla çobanlar dan peynir almayı tercih etmiyorlar. Ve yerel de yapanda çok az kopanisti peynirini.” (K14)

2. Bu peynirlerin yöre mutfağındaki yeri nedir? Sofra geleneklerinde (kültüründe) bu peynirlerin önemi nedir?

“...Genellikle tulum peyniri kahvaltı da tüketiriz. Ama makarnalara da koyarız ya da otlı gözleme yaptığımızda içine ufalarız. Gevrekle birlikte yeriz. Salatanın içine ufalarız.” (P1)

“...Genellikle kahvaltılarda tüketilir. Ya da çayın yanın da ekmeğe sürersin yersin. Ya da simit le birlikte yeriz. Tulum peyniri aynı zamanda İzmir kumrusunun olmazsa olmazıdır.” (P4)

“...Genellikle kahvaltılarda tüketiriz. Ya da çayın yanın da ekmeğe sürersin yersin. Ya da simit le birlikte yeriz. Tulum peyniri aynı zamanda İzmir kumrusunun olmazsa olmazıdır.” (P5)

“...genellikle kahvaltılarda yeriz. Makarnaların üzerine atarız. Otlu gözleme yapacaksak içine tulum peynirinin koyarız. Simit, tulum peyniri ve çay birlikte yerir. Sonra bura da İzmir kumrusunun içine konur...” (P8)

“... İzmir de özellikle kahvaltılarda, Simit’in yanın da ve İzmir kumrusunda tulum peyniri olmazsa olmazdır. Sade makarnaların üzerine bir Tulum peyniri mutlaka rendelenir. Otlu gözlemelerin içinde genellikle tercih edilir.” (P10)

“...Kahvaltıda tüketilir genellikle şimdilerde bizim buralarda karakılçık ekmeği yapıyoruz atalık buğdaylardan onlardan yaptığımız sıcak ekmekleri dilimler üzerine süreriz.” (P11)

“... Seferihisar’da atalık buğdayından yapılan karakılçık ekmeğine Armola’yı sürer kahvaltıda tüketiriz. Ya da öğlen çayın yanında. Peynir zeytinyağı ve kekikle de tüketiliyor, domates salatasının üzerine dökülerek de tüketiliyor.” (P13)

“...Sepet peynirini kahvaltıda tüketiriz genellikle. Reçel peynir olarak yer bizim çocuklar ya da yumurta kırarız üstüne peynirin öyle yeriz. Kopanisti de genellikle meze olarak tüketilir. Zeytinyağı, domates ile birlikte güzelce karıştırılıp öyle meze olarak tüketilir. Birde balıkçıklar balık avlamak için da kullanırlar.” (P18)

“...Kopanisti’nin üzerine zeytinyağı döker saklarız. Kopanisti’yi genelde meze olarak kullanırlar. Zeytinyağı domatesle karıştırıp meze yaparlar.” (P20)

“... Bu peynirin tadına alışkın olmayanlar için ağır gelir bu peynir o yüzden kelle peyniri rendeleyerek yerler.” (P21)

3. Peki, İzmir’e ait yerel peynirleri Türkiye’de yeteri kadar tanınıyor mu?

“... ama peyniri de öyle çok soran yok hani evet Bergama deyince bir tulum peyniri akıllarına geliyor ama nerde yeriz nedir diye sormuyorlar. Ya da sırf peynir için gelen yok.” (P1)

“... Karaburun da yapılan peynirleri bilenler var ama talep o kadar yok. Keçi sütünden yapılan peynirleri yiyebilenler arar bulur bizi.” (P2)

“...Tire çamur peynirini bayındır, tire, ödemiş tarafları bilir başka bir yerler pek bilmez. Ama bir İzmir tulumu herkes nerdeyse bilir marketlerde bile bir sürü markanın var.” (P5)

“...Tire çamur peynirini bayındır, tire, ödemiş tarafları bilir başka bir yer bilmez.” (P7)

“...İzmir tulumu genel olarak bilinen bir peynir. Bu peyniri İzmirli olmayan biride bilir. Bugün hangi markete gitseniz raflarda İzmir teneke tulumu peyniri bulursunuz.” (P9)

“...Armola peynirini festivalde geleneksel olarak yaptık geçen sene ve karakılçık ekmeğine sürerek tattırdık gelen herkese çok da beğendiler. Karakılçık ekmeği ve Armola festivali tabi bir bilinirlik sağladı ama yeterli mi bence değil.” (P11)

“... armola Peynirini Seferihisar köyleri bilir. Ama dışarıdan gelen biri bilmez pek tanınmıyor...” (P13)

“... genellikle ege ve çevresi bilir peynirleri. Bir de hastalığı olanlar sadece keçi sütünü ve ondan yapılan peyniri yiyebiliyorlarmış onlar bizi araştırıp bulur.” (P18)

“... ege ve çevresi bilir Kopanisti 'yi onun dışında bilen azdır.” (P21)

“... ama kimse sadece şu peynir varmış diye gelmez Karaburun'a keşke gelseler peynirimiz kıymetlenir belki o zaman. Nergis festivaline gelirler, eskiden kırkım şenlikleri olurdu ona gelen olurdu birde yazın tatile gelirler.” (P22)

4. İzmir'e ait olan geleneksel peynirlerin bilinirliğini ve tanınırlığını artırmak için neler yapılabilir?

“... hem hayvancılıkla ilgilene kurumla, belediyeler, hem de kültür turizmle ilgilenen kişiler bir araya gelerek bu geleneğin kaybolmaması için bir şeyler yapmalılar çünkü peynirde bir kültür baktığında yapılan yeri yansıtır. Gençleri yönlendirebilirler, hayvancılıkla ilgili desteklemeler ve dolayısıyla peynircilikle uğraşanlara destek verilmeli. Girişimciler desteklenerek bu peynir geleneğinin devamı sağlanabilir...” (P1)

“... Karaburun'da Nergis festivaline gelir insanlar belki bu festival de peynire de yer verebiliriz aslında belki o zaman daha çok bilinir...” (P2)

“...Karakılçık ve Armola peyniri festivalinin devam etmesi sağlamalı.” (P11)

“...Tanıtılsın isteriz en azından geleneksel yapımı kaybolmamış olur. Bunun içinde karakılçık ve armola festivali yapıldı. İnsanlar ilgi de gösterdi Armola neymiş diye. Mesela bu festivalin devamı sağlanmalı ve başka birçok etkinliklerle desteklenmeli.” (P12)

“... işte atalık ekmeği karakılçık ve armola festivali ile turist çektı ve bu da bir daha ki festivale insanların gelmesini sağlayabilir. Belki de turizmin içinde yer almasını sağlayabilir. Yani neyin festivali olduğunu bilmeden, Armola'yı tanımadan ve ne olduğunu bilmeden gelmişler ulamışa. Ya da hafta sonunu değerlendirmek için festival varmış gidelim deyip merakından gelmişlerdir. Yani bilinçli olarak gelmemişlerdi...” (P14)

5. İzmir’de peynir ile ilgili gastronomi turizmi (köylere turlar, peynir festivalleri düzenlenmesi gibi) uygulansa sizce etki ne olur?

“... festivale gelen herkes bilerek bilinçli gelmedi ama bu festival ile bölgeye birçok turist geldi ve tanıtımında bir fayda sağladı ama normal zamanlarda sadece armola için gelen olmaz genellikle burada oturanlar keçide armolayı yapanları bilir ya onlardan alır ya da birkaç mandıra da yapıyor onlardan alırlar...” (P11)

“...Tanıtılsın isteriz en azından geleneksel yapımı kaybolmamış olur. Bunun içinde karakılçık ve armola festivali yapıldı. İnsanlar ilgi de gösterdi Armola neymiş diye. Mesela bu festivalin devamı sağlanmalı ve başka birçok etkinliklerle desteklenmeli.” (P12)

“...Armola Peynirini Seferihisar köyleri bilir. Ama dışarıdan gelen biri bilmez pek tanınmıyor. İşte bu yıl ata ekmeği ve armola festivali ile birlikte gelenlere ikram ettik. İlgi çok oldu gazetelerde filan da çıktı. Bu biraz işte turistlerin ürünü tanımalarını sağladı. Bir daha ki festivale de gelmelerinde neden etkili olmasın.” (P13)

“...etkinliklerle aslında Armola'yı tanıtabiliriz ama bu peyniri sürekli yapmak için özellikle geleneksel üretimini çalışmalar yapmak lazım. Halkı, gençleri teşvik edici onlara destek olacak planlar, projeler yapılmalı. Bu peynir bize atalarımızdan miras korunması yeni nesillere aktarılması öğretilmesi lazım.” (P15)

“...Festival de armola peyniri aslında hoşlarına da gitti. Bu festivalin devamı sağlanmalı. Belki bu konuda çeşitli kuruluşlar destek olursa geleneksel olarak yapılması için o zaman üretimi içinde belki teşvik olur. Böylece atalarımızdan miras kalan bu peynir unutulmaz. Çünkü insanlar yapmadığı için mandıradan hazır alıyorlar ama onun tadı da derideki gibi olmuyor. O yüzden bu gelenek unutulmamalı. Projeler yapılabilir. Küçük peynir atölyeleri kurulup burada üretim

yapılabilir ve dışarıdan ziyarete gelenlere de gösterilebilir. Böylece başkaları da Armola peynirini görmeye gelebilir.” (P16)

6. İzmir’e ait bu peynirleri tanıtmak için daha neler yapılabilir ve sizlere fayda sağlamasına olanak sağlar mı?

“...Bu geleneğin kaybolmaması için hem deri tulum yapımının hem de peynirciliğin bir meslek olması lazım diye düşünüyorum. Okulu olması lazım o kadar çok okul var neden peynirciliğinde okulu olmasın.” (P6)

“...Deri tulum peyniri yapmak gerçekten ayrı bir zanaat bir kültür. Ama bu kültürü devam ettirecek artık çok fazla kişi yok maalesef. Belki butik üretim yapan yerler olsa geleneksel üretim yapan bölgeyi ziyaret edenler tarafından da görülür ve başkalarına da aktarılır. Bu da belki gençleri tekrar geleneksel deri tulumunun yapımından tutunda peynirin yapma kadar onlarında ilgisini çekebilir ve onlarda bu mirası devam ettirebilir.” (P9)

“...Bir şekilde bu geleneksel üretim küçük işletmelerde de olsa izin verilse en azından unutulmaz. Çünkü büyük üreticilerin deri de yapması yasaklandı bir dönem sonra tekrar düzleme geldi ama o da yine belli şartları barındırıyor. Ama bu peynirin derinin kılı tarafına basılması peynirden çıkması normal bu sorun olmamalı. Bu yüzden en azından deri tulumu yapmayı ve bu tulumlara peynir basmaya devam eden birkaç küçük işletme desteklenerek kurulabilir. Kursalar açılabilir. Hem peynir yapmayı öğreten hem de tulum yapmayı. Kadınlar birleşip atölyeler kurabiliyorlar. Ve bu atölyelerde bölgelerinin geleneksel ürünlerini üretip satıyorlar. Burada da var ama peynir için yok mesela. Böyle bir atölyeler kurularak desteklenebilir.” (P10)

“...Karakılçık ve Armola peyniri festivalinin devam etmesi sağlamalı.” (P12)

“...Gelenlerde peynirin nasıl yapıldığını, neyle tüketildiğini filan sordular. Belki bu festival devam ederse Armola da bilinirliği artar. Ama Armola’yı yapmak gerçekten zahmetli olduğu için herkes yapamaz. Ya bir atölye ya da ne bileyim şimdi girişimcilik yapan kişilere destek veriyorlarmış yeni bir iş yapanlara belki öyle bir şey yapan olursa bir yer açıp burada geleneksel olarak Armola peynirinin yapılması sağlanabilir.” (P13)

“...Kadın kooperatifleri var urla da mesela onlar geleneksel olarak ticari boyuta girmeden butik bir üretimini yapabilirler. Ama Armola gerçekten çok

zahmetli bir peynir ve daha önce hiç yapıp satılmamış herkes kendime yapayım yeter diyor. O yüzden de zaten bilinmeme nedenidir. Ama butik bir üretimle tanıtılıp, bilinirliği artırılabilir. Çünkü en azından peynirciliğe teşvik edilirse bu işinde geleceğinin olduğunu gösterirseniz o zaman Armola da diğer peynirlerin geleneksel yapımı, tadı unutulmaz diye düşünüyorum. Ve butik bir üretim demek de aynı zamanda gastronomi turizmi kapsamında Armola peynirinin deneyimlenmesini de sağlayarak katkı sağlayacağını düşünüyorum. Çünkü festivalde bile nasıl yapıldığı soranlar merak edenler görmek isteyenler oldu. Bu potansiyeli değerlendirerek çalışmalar yapılabilir.” (P14)

“...Ama butik olarak geleneksel üretimi olursa bu kültür unutulmaz ve bölgeyi ziyaretlere gelen kişilerin de ilgisini çeker böylece bilinirliği artar, talep olur üretim devam eder yatırımlar artabilir. Neden olmasın.” (P15)

“... o yüzden öyle bir turist sırf armola için gelmez ama belki festivalden sonra ve devam ederse turistler de belki merak edip gelir...” (P16)

7. Bölgede yer alan bu peynirin geleneksel üretimi hakkında bilgi verebilir misiniz?

“... Bergama tulum peyniri yalnızca Koyun sütünden yapılmış ama günümüzde inek sütü karıştırılarak yapılıyor. Tulum peynirini köylüler doğal maya olarak, kesilen kuzulardan yaptıkları şirden mayasını kullanırlardı. Kuzular ilk doğduklarında annelerinden emdikleri ilk anne süt keseciğın içinde peynirimsi bir hale dönüşü. Kuzular kesim aşamasına gelindiğinde bu kese alınıp, gölgelik bir yerde kuruturlarmış. Sonra peynir yapacakları zamanda maya olarak kullanırlarmış. Sonra hazırlanan bu peynir keçi ya da koyundan tulumlara basılmış. Tulumların dışını, yani yünlerini tıraş edip, ters çevirirler ve içlerine doldurulurdu. En az 1 yıl bekletirlerdi o zaman daha lezzetli olur bu peynir.” (P1)

“...keçi sütünden yaptığımızı taze sepet peynirlerinin bir bidona doğrarız üzerine de hafif tuz serperiz. Bu peyniri bir hafta bekletiriz. Serin bir ye olması lazım. Sonra oğlak tuluma basarız. Tuluma basarken bir sıra peynir bir sıra lor şeklinde basarız. Ağzı bağlandıktan sonra tam dik koymadan serin bir yerde yaklaşık 3 ay olgunlaştırırız.” (P2)

“... Tire de geleneksel tulum peyniri çiğ süttten yapılır. Mevsimine göre değişir süt. Ama tire, ödemiş tarafları sadece koyun ya da keçi kullanılmaz ağır

gelir. Genellikle karışık süt kullanılır. Sağılan sütleri bez ya da bir tülbent gerdiğimiz kazanların içine süzeriz. Mayalama sıcaklığına geldiğinde mayalarız. Sonra bir saate yakın bekleriz. Kazanlardan peyniri alır beze iyice içinde hava kalmayacak şekilde iyice bohçalarız. Sonra tavanlardaki askılara alırız. Orada iyice süzdürürüz. Peyniri derinin boğazından geçecek büyüklükte keseriz ve peyniri deriye doldurdumuz içine tuzlu su koyarız. Sonra ağzını bağlar serin bir yere ya da soğuk depolara koyarız. Bir 5-6 ay sonra kontrol ederiz. Ağzını açar bir boru ile üfleyip peynirle deriyi birbirinden ayırır tekrar salamura suyu koyarız. Sonra tekrar ağzını iyice kapatırız. En az bir sene beklemeli bu peynir. Daha çok bekletirsen daha çok lezzetlenir.” (P6)

“... İzmir tulumu sadece koyun sütü ile imal edilirdi. Ama günümüzde inek sütü ile paçal yapılmış koyun veya keçi sütü almıştır. Geleneksel olarak yapılan tulum peynirlerinde süt ısıtılmadan tülbentlerle süzülür ve mayalama sıcaklığına (28-35°C) kadar ısıtılır. Maya ilave edildikten sonra genellikle şirden mayası kullanılır. 45 dakika 1 saat bekler süt. Sonra oluşan kütle tahta sopalarla ya da ağaçla kırılmaya başlanır. Böyle nohut büyüklüğünde olur. Sonra bir 15 dakika dinlendirmeye bırakırız. Sonra bu paçaları toplar bir bezin içinde iyice sıkıştırırız suyunun süzülmesi için. Süzdürmeyi yapmak için kütlelerin üzerine ya ağırlık konur ya da tavanlar da asılarak süzdürme yapılır. Tavanlarda çengel olur bazı peynir yapanların onlara asarlar. Suyu iyice süzülene kadar beklenir. Sonra önceden keçi derisinden hazırlanan tulumu basılır. Tulumu hazırlamak da kolay iş değildir yetenek, beceri zaman gerektirir. Genellikle 2 yaşını geçmemiş dişi keçi derisi bütün olarak çıkarılır. Hemen bol tuzda tuzlanır. Sonra yıkanır. Makasla kılları kesilir ya da eskiden sopayla tulumu gerdirir döverdük. Bu dövme işleminde dökülen kıllar dökülürdü zaten. Sonra fırça ve sabunlu su ile tekrar yıkanır. Delikleri varsa kapatılır. Kıllı tarafı iç kısımda kalkacak şekilde ters çevrilir. Sonra boyun kısmı hariç diğer yerleri sıkıca bağlanır. Ardından bezden ham peynir çıkarılır ve büyük parçalar halinde kesilerek tulumlara basılır. Bir sıra tuz bir sıra peynir koyarız. İyice boşluk kalmayacak şekilde sıkıca doldurulur sonra ağız kısmı da tuzlanarak kapatılır. Bu bağlama iyi yapılmalı ki tulumun içi hava almasın hava alırsa tulum bozulur. Sonra hazırlanan tulumlar 1 hafta filan normal oda sıcaklığında bekletilir sonra soğuk depolara ya da eskiden köylüler dağlara çıkarırmış dolapları olmadığı oralara koyarız. 1-15 ay kontrol ederiz. Çünkü peynir oluşan suyunu çekebilir ya da

tulumun sızabilir ona göre de sertlik durumuna göre peynire salamura suyu eklenir. Sonra bu tulumu ister 1 yıl beklet ister 2 ister 3 sana kalmış ne kadar çok beklerse o kadar çok lezzetli olur.” (P9)

“... ama eskiden Bergama tulumu koyun sütünden yapılırdı şimdilerde ise koyun, keçi, inek karışık süttten yapılıyor. Tenekelere basılıyor. Bunun yanı sıra değişen doğa şartları, hayvan beslenmesi süt içeriğini ve kalitesini etkiliyor. Tulum kimi yerde sarı çıkarken kimi yer de beyaz sarı arası bir renk alır. Birde bu yörenin otları süte ayrı bir aroma ve lezzet verir. Yabani soğan, nane kekiği ve karya lavantası gibi bitkilerin aroması geçer süte o da peynir olunca ayrı bir lezzet verir. Ama geleneksel olarak tulum peynirinin çiğ süt sadece mayalama sıcaklığında ısıtılarak mayalandırılır. 1 saat bekledikten sonra oluşan kütle ucunda ağaç çubuklar bulunan sopayla nohut büyüklüğünde parçalarız. Sonra bu parçaları cendere bezi derler o bezlerde bohça gibi sıkıca toplayarak süzülmesi için ya askıya asarlar ya da baskı altın da tutarlar. Süzüldükten sonra büyük parçalara kesilir ve deri tulumla basılmak için hazırlanır. Hazırlanan deri tulumun kılı tarafına basılır peynir. Bir peynir sonra iri taneli tuz koyarak dolana kadar sıkıca hava almayacak şeklide doldururuz. Sonra ağız kısmını da tuzlayıp güzelce bağlarız. Biraz dışarda oda sıcaklığında bekledikten sonra soğu depolara ya da mahzenlere konur. 6 ay dan sonra olur ama deri tulumu 1 seneden aşağı açmamak lazım. Tenekede yapılan da hemen hemen aynıdır. Sadece sütün pastörizasyon işlemleri ve kalıplama kısmı farklıdır. Peynir parçaları deri tulum yerine teneke tulumla yerleştirilir. Birkaç gün bekletilir. Peynir kendi salamurasını salar 3 gün sonunda salamura yeterli değilse tekrar salamura suyu eklenir. Tenekenin ağız kapatılır. En az 4 aylık olgunlaşma sürecini tamamlamak üzere soğuk odalardaki yerini alır. İdeal olgunlaşma ve gerçek lezzet yedinci aydan itibaren başlar.” (P10)

“... sütler yağlanmaya başlayınca da tulum peyniri, kopanisti yaparız. Biz yapmasını biliyoruz ama pek yapmayız. Kopanisti’yi yapmak için keçi peynirinin suyuna (Peynir altı suyu) çiğ keçi sütü döker kaynatırlar. Pişkin bir lor oluverir. Loru keseye koyarlar 2-3 gün bir yere asar akıtırlar. Suyu akmazsa leş gibi kokar atılır yenmez. Suyu akınca yoğuracağın kaba koyarlar. Bu kaba dahar derler. Ama şimdi kâsede ya da leğenlere dökerek yoğuruyorlar. Sonra 15 gün boyunca her gün yoğururlar 15 günden aşağı olmazmış. O lor yoğurdukça ekmek gibi kabarır kabarır çatlar tuttuğunu o şekilde anlıyormuşsun. Sonra koku salmaya başlar ve sünmeye

başlayınca tuzlarlar sonra 5 gün geçer tekrar tuzlarlar iki kere sanırım yaparlar bu işlemi böylece bi 40 günde olur...” (P17)

“...ama eskiden kelle peyniri ile tulum yapardık. Kelle peynirini çiğ keçi sütünden yaparız. Süt sağdıktan sonra süzdürürüz. Mayalamak için kendimizin yaptığı oğlak mayasını kullanırız ama şimdi peynir mayası kullanılıyor. Bu oğlak mayasını bir aylıkken kesilen oğlağın içindeki kendi mayasından elde ederiz. Ocak ayında yapar mayıs ayında kullanırız. Bu maya kurutuldu mu daha randımanlı olur. Kuruturken de tuzlarız. Sonra az az kesip tülbindin içinden ıslatıp peynir mayası olarak kullanılırız eğer kalırsa da buzdolabında saklarız hiç bozulmaz böylece. Sonra sütü mayaladıktan sonra peyniri (Pıhtıyı kastediyor) guva yani sepete alıp süzdürürüz. İsteyene taze olarak satarız. Satılmayanda salamura yapar saklarız. Sonra isteyen olursa alır, kendimiz tüketiriz. Biz kopanisti yapmayız. Tulumu da yapan azdır bölgede. Birkaç kişi vardır tulumu basarak yapan da. Kelle peynirinin sepetlere basardık eskiden.” (P18)

“... kelle peynirini yazın sabah sağılan sütü ayrı, akşam sağılan sütü ayrı peynir yaparız. Sağdıktan süzer çiğden mayalarız. Mayamızda oğlak mayasıdır. Kıymız mayasıdır yani. Oğlakların anneden ilk emdiği süte kıymız deriz ve oğlak anasını emerken kesildiğinde işkembesinde mayayı kıymızla karıştırıp tuzlarız 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. Sazlık otundan örerler sepetleri. Ama artık sepet peynirinin sepetini ören kalmadı naylonlar çıktı ona koyuyoruz. Benim amca çocukları örerdi bu sepetleri onlardan alırdım. İgün bekledikten sonra peyniri kalıptan çıkarırım serin havadar bir yerde bekletirim zaten bizim buralar serin havadardır...” (P22)

“... Kopanisti'yi yapmak için keçi peynirinin suyuna (Peynir altı suyu) çiğ keçi sütü döker kaynatırız. Pişkin bir lor oluverir. Loru keseye koyar 2-3 gün bir yere asar akıtırız. Suyu akmazsa leş gibi kokar atılır yenmez. Suyu akınca yoğuracağın kaba dahar deriz biz keseyi döker yoğururuz.15 gün boyunca her gün yoğururuz 15 günden aşağı olmaz. O lor yoğurdukça ekmek gibi kabarır kabarır çatlar tuttuğunu anlarsın. Sonra koku olur tatlı yer deriz sizlere ağır gelir o koku bizse severiz o kokuyu. Sünmeye başlayınca tuzlarsın kaldırırısın.” (P20)

“... Kopanisti peyniri durdukça güzelleşir. Ben de 7 yıllık kopanisti var daha hoş daha güzel olur. Haziranın 15'inde yapmaya başlarsın ağustosun 15'inde biter.

Çünkü havaların ısısı geçmeye başladığında kabarmaz lor gibi sönük kalır. Ama hava sıcakken yoğurduğun zaman loru kabırır. Keçi lorundan yapılır bu peynir. Koyunla inek sütünden yapılan güzel olmaz kopanisti olmaz. İlla kara keçi sütünden yapılan lor olacak. 15 gün boyunca hiç tuz atmadan yoğuracaksın loru. Yoğurdukça kabırır da kabırır. 15 gün sonra az bir tuz veriyorsan 5 gün daha yoğuruyorsun, az bir tuz veriyorsun bir 5 gün daha yoğuruyorsun, az bir tuz veriyorsun bir 5 gün daha yoğuruyorsun, az bir tuz veriyorsun bir 5 gün daha yoğuruyorsun ondan sonra tuz vermiyorsun ama bir 40 günü bulduracaksın yoğurarak. Ekşiyor, acıyor, tatlanıyor böylece üç tadı bir arada ağzına aldığında hissedersin. Ama sonra ağzında hoş bir tat bırakır. Bu peynir geçen sene ağustos da yaptım serin yerde böyle durur. Ama arada bunu 15-20 günde bir havalandırman yani yoğurman lazım. Bozulmadan böyle yıllarca durur. Bende ki 7 senelik kopanisti'nin rengi hafif sarıya döndü tadı da daha böyle hoş oldu.” (P22)

“...eskiden ödemiş te yapılan tulum Bozdağ çıkarırlardı ve en az 2 sene beklerdi. Bir seneden önce açılmaz. Ve Bozdağ da bekleyen peynirin de aroması farklı olur. Çünkü orada belli sıcaklık yok sıcaklık iniş çıkışları var çünkü deri yaşayan bir şey o yüzden tadı aroması farklı oluyor lezzeti şimdiki peynirlerden farklı... Ödemişdeki tulum süt sağıldığı sıcaklığıyla şirden mayası ile mayalanması yapılmış. Ama ben gıda mühendisi olarak bu işe girdiğimden beri bir miktar ısıtılması... Ocak sonundayız şu an İnek sezonda koyun ve keçi girer. Ama eskisi gibi koyun da yok artık küçükbaş hayvancılıkta yok. İşte sezonda ki bu sütle yapılan tulum ya deriye basılır bekletilir ya da teneke de tulum yapılır.” (K15)

“... Armola peyniri eskiden dedelerimizin zamanında buzdolabı yokken derilere, peyniri yapmışlar. Yani tulum peyniri basıyorlarmış bolca tuzlayıp, deride olgunlaştırıyorlarmış. Deriyi sürekli kontrol ediyorlarmış işte tuzluyorlarmış kurtlanmaması, sineklenmesin, böceklenmesin diye. Sonra içinden olgunlaştıkça bu peyniri yavaş yavaş tüketmeye başlıyorlar. Asılı duran tulumdan peynir lazım oldukça çıkarıp tüketiyorlarmış. Peyniri deriden çıkarırken derinin kolları var boynu var buralarda peynirin parçaları içinde kalıyor, deriye yapışıyor, ayırırken parçalanıyor çünkü. Sonra tulumda peynir bittikten sonra tekrar tulum yapmadan, derinin içinde bu kırıntılar varken keçi sütü döküyorlar üzerine. İçine süt dökünce bir de için de peynir kırıntıları da var zaten bir de tulumu da boyun kısmından aşağıya gelecek şekil de ters çeviriyorsun, ama çevirmeden önce tulumun boyun kısmı da

peyniri kaçırmayacak kadar sıkı bağlı, su sızdıracak kadar gevşek bağlı olacak şekilde bağlaman lazım. Sonra bu tulumu serin bir yerde genellikle zeytin ağacına asarlar. Bu şekilde küçük küçük damlalar halinde süzülür. Böylece yukarıdan döktüğümüz süt derinin içinde süzülerek aşağıdan damlaya damlaya hem tulumun üst kısmında kalan karışımı koyulaştırıyor hem de olgunlaştırıyor. En az 15 gün ile 1 ay arası beklersin ama kontrol etmen lazım sürekli kurtlanmasın, kuşlar delmesin ve sertleşmesin diye... Orijinal armola deride olur. Ama çok zahmetli bir iştir tulum çıkarmak. Tulum için iki yaşına gelmiş erkek keçi derisi gerekir. Hayvanın derisi yüzülür ama derinin peyniri basmak için bütün çıkması lazım. Çıkardıktan sonra deriyi hemen tuzluyorsun, tüylerinden arındırıyorsun, temizleyip ve kurutuluyor. Sonrasında peynir yapmak için deri ıslatılıyor ve şişiriliyor, üzerinde hiç tüy kalmaması için tekrar temizleniyor. Tüylü kısım iyi temizlenmesi lazım çünkü peyniri buraya basıyoruz. Ya da kıl tarafı dışına gelecek şekilde de basarsın sadece armola yapacaksın. Malzemeleri tulumun içine doldurursun.” (P12)

“... Armola eskiden yaylaya giden çoban artan süt ürünlerini bir deri tulumla biriktirirlermiş. Sonra da ağzını kapatıp bu tulumu çadırlarının yanında ya da yakınının da olan bir ağaca asarlarmış. Hem tulum havalanır hem de içindekiler mayalanır. Bu biriktirme 6-7 gün sürer bu sürede de tulum içindekilerin suyunu akıtır. Son atılan malzemelerin ardında da maya olması için şirden karıştırılır bir parça ama katmasan da olur içindeki malzemeler zaten bekleyince mayalanıyor. Sonra tulumun ağzı peyniri kaçırmayacak ama suyu sızdıracak şekilde bağlanır. Ardından yan yatırılır. Bu şekilde 2 gün hava dar bir yerde bekletilir. Tüketileceği zaman istenilen kadar içinden alınıp biraz da keçi sütü ekleyip tekrar tulumun ağzı kapatılır. Bittiğinde tekrar al peynir tekrar ekle keçi sütünü bu şekilde istediğin kadar yaparsın.” (P13)

“... geleneksel olarak lor peyniri yapmak için beyaz peynir ya da İzmir tulum peynirini yaparken peynir altı suyu olur. Bu peynir altı suyunu ayrı bir kaba alırsın. Bu peynir altı suyuna inek sütü ekleyip ısıtırsın sonra suyun yüzeyinde parça parça peynirler çıkar. Onları toplar süzeriz. Süzülen lora biraz tuz ekleyip dinlendiririz. Sonra da olgunlaşmış tulum peyniri salamurasının suyunu ekler yoğururuz. İstediyin kıvama göre su eklersin. Çamur peyniri çok fazla beklemeye dayanabilen bir peynir değildir. 3 gün kaldığında sararamaya başlar o yüzden günlük olarak yapılır.” (P5)

“... Tire amur peyniri de tulum peynirini yaparken peynir altı suyu olur. Bu peynir altı suyunu ayrı bir kaba alırız. Bu peynir altı suyuna inek sütü ekleyip ısıtırız sonra suyun yüzeyinde parça parça peynirler çıkar. Onları toplar süzeriz. Szlen lora biraz tuz ekleyip dinlendiririz. Tulum peyniri salamurasının suyunu ekler yoğururuz. Tüketilmeye hazır hale gelir. En fazla üç gün dayanır. Taze yapılıp tüketilmesi gerekir.” (P4)

