



## Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Nevşehir Örneği (Evaluation of Local Cuisine Culture in Terms of Sustainable Tourism: Case of Nevşehir)

\*Emrah ÖRGÜN<sup>a</sup>, Sevcan SOLUNOĞLU<sup>b</sup>, Ali SOLUNOĞLU<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Ürgüp Sebhat ve Erol Toksöz Vocational School, Department of Tourism and Hotel Management, Nevşehir/Turkey

<sup>b</sup> Republic of Turkey, Ministry of Education, Food and Beverage Area, Kırıkkale/Turkey

<sup>c</sup> Kırıkkale University, Social Sciences Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering, Kırıkkale/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 21.02.2020

Kabul Tarihi: 20.10.2020

### Anahtar Kelimeler

Yerel mutfak  
Mutfak kültürü  
Sürdürülebilirlik  
Turizm

### Keywords

Local cuisine  
Culinary culture  
Sustainability  
Tourism

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

### Öz

Turistik bir destinasyonun tercih edilme nedenlerinin başında o destinasyona ait yeme içme faaliyetleri gelmektedir. Özellikle son yıllarda turistler yalnızca güzel lezzetler tatmak ya da yeni bir lezzeti keşfetmek için seyahat etmektedirler. Bu akım alternatif bir turizm türü olan gastronomi turizmini doğurmuştur. Destinasyona ait yerel lezzetler bir yandan destinasyon için bir tercih nedeni olurken bir yandan da uluslararası mutfak akımlarından etkilenerek geleneksel formlarını kaybetmektedirler. Bu çalışmada, Nevşehir mutfak kültürünün sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Türkiye'nin en önemli turistik merkezlerinden biri konumundaki Nevşehir'e ait olan mutfak ürünlerinin korunması ve bölgeye gelen ziyaretçilere geleneksel yapısı bozulmadan sunulması gerekmektedir. Bu amaçla, bölgeye ait yöresel mutfak unsurlarından birisi olan kuru salatalık dolması ele alınmıştır. Kuru salatalık dolmasının tarifine yöre halkıyla yüz yüze görüşmeler yapılarak ulaşılmıştır. Bölge insanın tarifleri göz önünde bulundurularak ürün tekrar yapılmış ve yapım aşamaları fotoğraflanarak kayıt altına alınmıştır. Çalışma sonunda Nevşehir mutfak kültürünün korunması ve gelecek nesillere aktarılması amacıyla neler yapılabileceği konusunda önerilerde bulunulmuştur.

### Abstract

Eating and drinking activities belonging to that destination are the primary reasons for preferring a touristic destination. Especially in recent years, tourists are known to travel only to taste fine flavors or to discover a new flavor. This trend gave birth to gastronomy tourism, which is an alternative type of tourism. While the local tastes of the destination are a reason for preference for the destination, they also lose their traditional form by being influenced by the international culinary movements. In this study, it was aimed to evaluate the cuisine culture of Nevşehir in terms of sustainable tourism. Turkey's most important tourist protected from the one belonging to Nevşehir in central location and kitchen products to visitors coming to the region must be presented traditional structure intact. For this purpose, the description of the stuffing of dry cucumbers, which is one of the local cuisine elements of the region, has been reached through face to face interviews with the local people. The product has been reconsidered by considering the recipes of the region and the production steps have been recorded and recorded. In the study, suggestions were made about what can be done in order to preserve the cuisine culture of Nevşehir and transfer it to future generations.

\* Sorumlu Yazar

E-posta: emrahorgun@gmail.com/ (E. Örgün)

## GİRİŞ

Turizm, her geçen gün daha fazla sayıda insan ile büyümeye devam eden bir sektör halini almıştır. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) ve Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2018 verileri dikkate alındığında, dünya çapında 1.4 milyar insanın turizm hareketine katıldığı gözükmektedir. Türkiye ise bir önceki yıla göre %22 daha fazla turist çekerek 40 milyon kişi ile en fazla turist çeken ülkeler arasında 6. sırada yer almıştır. Söz konusu bu veriler göstermektedir ki her yıl milyonlarca turist yaşadıkları yerlerin dışına seyahat gerçekleştirmektedir. Bu ziyaretçi akımından turistik bölgeler bir yandan olumlu etkilenirken bir yandan da olumsuz etkilerle yüzleşmek zorunda kalmaktadır. Turistik destinasyon yöneticileri turizmin olumlu etkilerinin arttırırken olumsuz yönlerinden korunmanın yollarını aramaktadırlar.

Taşıma kapasitesi üzerinde ziyaretçi alan turistik destinasyonlar birden çok olumsuz etkiyle karşılaşmaktadır. Dolayısıyla, destinasyon yöneticileri bu olumsuz etkileri en aza indirmenin yollarını aramaktadırlar. Doğru şartlarda yönetilemeyen kitle turizmi, destinasyonların doğal çekiciliklerinin yanında kültürel çekiciliklerine de zarar vermektedir. Doğası ve kültürü zarar gören destinasyonlar zaman içerisinde çekiciliklerini kaybederler. Ziyaretçi sayıları azalarak bitme noktasına gelebilir. Söz konusu bu olumsuz durumların oluşmaması, doğal ve kültürel çekiciliklerin zarar görmemesi için destinasyon yöneticilerinin bir takım politikalar geliştirmesi gerekmektedir. Bu çalışma, yerel kültürün bir bileşeni olan yemek kültürü üzerine odaklanmıştır. Nevşehir'in geleneksel mutfak ürünlerinden biri olan kuru salatalık dolmasının yapım aşamalarını incelemiştir. Böylece, kayıt altına alınan geleneksel ürün tarifinin unutulmasının önüne geçilmesi amaçlanmıştır.

## Sürdürülebilir Turizm

Turizm; destinasyonların gelişimi açısından çevresel, sosyal ve ekonomik katkı sağlamakla birlikte kontrol edilmediği takdirde geri dönüşümü mümkün olmayan hasarlar bırakabilir (Can, 2013). Gelecek nesillere çevresel sosyal ve kültürel tahribat bırakmadan turizm olayının gerçekleşmesi sürdürülebilir turizm politikaları ile mümkün olmaktadır (Keskin & Örgün, 2015). Diğer yandan turistler, kısıtlı zaman ve bütçelerini bozulmuş, tahrip olmuş ve korunamamış bir destinasyon için harcamak istemeyeceklerdir. Bu açıdan değerlendirildiğinde de turizmin sürdürülebilir politikalar ile desteklenmesi destinasyonun gelecek yıllarda turizm potansiyelini korumasına imkân tanıyacaktır (Dolnicar & Leisch, 2008). Çünkü sürdürülebilirlik, yaşam kalitesinden ödün vermeden, tüketime dayalı bir toplum yapısına dönüşmeden, toplumsal sorumlulukları benimseyerek çevreye duyarlı faaliyetler ile mümkün olmaktadır (Özmehmet, 2012). Diğer yandan sürdürülebilirlik, doğayı koruyarak sosyokültürel kaynakların korunup güzelleştirilmesi ve akabinde ekonomik bir fayda elde edilmesi olarak tanımlanabilir (Scharpf, 1998). Sürdürülebilir turizm ise, insan ve çevrenin birlikte var olmasıdır. Turizm ile birlikte doğal, kültürel ekolojik ve biyolojik tüm unsurların korunmasını sağlayacak turizm plan ve politikalarının uygulanmasıdır. (Kervankıran, 2011). Söz konusu tanımlardan da anlaşılacağı gibi sürdürülebilir turizm kavramı yalnızca doğa kaynaklarının korunmasıyla ilgili bir olgu değildir.

Doğanın korunması kadar mevcut kültürün de korunması göz ardı edilmemelidir. Yapılan çalışmalar kültürün önemli bir parçasını oluşturan yeme içme alışkanlıklarının da turizmden etkilendiğini göstermektedir. Yerel yiyecekler de korunması gereken kültürel öğeler arasında yer almalıdır. Üner (2014) ve Şahin ve Ünver (2015) sürdürülebilir gastronomi turizmi konulu çalışmalarında bu konuyu irdelemişlerdir. Turistlerin taleplerini karşılamak amacıyla destinasyonlar yiyecek-içecek hizmeti sunmaktadırlar ancak turist taleplerindeki değişimlere uyum

sağlamak amacıyla turistlere sunulan yöresel yemekler zaman içerisinde geleneksel formlarından uzaklaşıp bambaşka bir yapıya bürünmektedirler. Bu nedenle, yöresel yemek kültürünün sürekliliğinin sağlanması, söz konusu kültürün gelecek nesillere aktarılması ve gastronomik faaliyetlerin sürekliliğinin sağlanması son derece önemlidir. Yöresel yemek kültürünün sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir. Bu kültürün gelecek nesillere aktarılması ve gastronomik faaliyetlerin sürekliliğinin sağlanması göz ardı edilmemelidir (Mankan, 2017).

### **Turizm Bağlamında Yerel/Yöresel Yemekler**

Yerel yiyecekler 2000'li yılların başlarında turizmin destekleyici unsurları kapsamında değerlendirilmekteydi (Mak, Lumbers, Eves & Chang, 2012). Ancak bu görüş zamanla değişikliğe uğramıştır. Günümüzde yerel yiyecekler destinasyona yönelik temel ziyaret motivasyonları arasında yer almaktadır (Du Rand, Heath & Alberts, 2003; Bayrakçı & Akdağ, 2016; Solunoğlu & Nazik, 2018). Tüketiciler yerel yiyeceklerin temel öğelerinin üretimini (zeytin ve zeytinyağı, safran çiçeği, sokak lezzetleri vb.) yerinde görüp incelemek suretiyle ortaya çıkan yöresel lezzetlerin bir parçası olmak istemektedirler.

Yöresel yiyecek ve içeceklerin turistler tarafından tercih edilmesi destinasyonlara önemli sosyo-ekonomik kazançlar sağlamaktadır. Destinasyon pazarlamacıları ve diğer paydaşlar yerel yiyecekleri restoran, otel, destinasyon markası ve bölgesel kalkınma aracı olarak değerlendirmektedir (Girgin, 2018). Fakat yöresel yiyeceklerin taşıdığı özellikler rakip destinasyonların özelliklerinden farklılaşmak zorundadır. Öyle ki bu yiyecek ve içeceklerin kaynaklarını, geleneksel hazırlama ve sunum tekniklerini koruması yöresellik açısından oldukça önemlidir.

Son yıllarda yerel/yöresel yiyeceklerle ilgili araştırmacıların irdelediği konuların başında yerel/yöresel yiyeceklere ilişkin tüketici tutum ve motivasyonları yer almaktadır (Quan & Wang, 2004; Kim, Eves & Scarles, 2013; Bayrakçı & Akdağ, 2016; Girgin, 2018). Elde edilen sonuçlar incelendiğinde heyecan arayışı, kültürel deneyim, duygusal çekicilik ve sağlık kaygılarının ön planda olduğu görülmektedir.

Turistlerin yeni bir yerel/yöresel yemeği deneme girişimleri, yeni kültürleri öğrenmelerine imkân tanımaktadır (Kodaş & Özel, 2016). Bu durum destinasyon pazarlaması açısından oldukça büyük bir fırsat olarak kabul edilse de gelecekte turizmin dinamik yapısından dolayı bu motivasyonların farklılaşması kaçınılmaz görülmektedir. Zira küreselleşen dünyada sınırların genişlemesi sonucu daha çok yöresel unsur ortaya çıkmakta, rekabet artmakta ve tüketim çok hızlı şekilde gerçekleşmektedir. Bu yolla yerel ürünlerin küreselleşmesi, doğasının ve lezzetinin bozulması kaçınılmaz olmaktadır. Bu esnada ortaya çıkan ticari kaygılar doğal, az işlem görmüş ve fazla katkı maddesi içermeyen ürünlerin raf ömrünü uzatmak için daha yapay ve daha çok katkı maddesi içermesine yol açmıştır. Böylece yerel/yöresel ürünlerin taklit ve tahrife uğradığı görülmektedir (Kadanalı & Dağdemir, 2016).

Daha önce gerçekleştirilen birçok çalışmada yerel/yöresel yiyeceklerin destinasyon tanıtımında önemli bir potansiyele sahip olduğu (Cömert, 2014; Aksoy & Sezgi, 2015; Acar, 2016; Başaran, 2017) ve yerel/yöresel yiyeceklere otel, restoran ile diğer turizm işletmeleri menülerinde yeterince yer verilmediği tartışılırken (Büyükşalvarcı, Şapcılar & Yılmaz, 2016; Kurnaz & İşlek, 2018) bir süredir bu yiyeceklerin sürdürülebilir kılınması üzerine araştırmalar yapıldığı görülmektedir (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu & Can, 2013; Hoşcan, 2018).

Küreselleşmenin ortaya çıkardığı sağlıksız ve küçük üreticiyi tüketen beslenme anlayışı, insanların yerel/yöresel ürünlere olan talebini arttırmıştır. Bu artışın en önemli getirisi ürünlerin doğal ve yöreselliğine olan ihtiyacın araştırılması olmuştur. Tüketiciler daha duyarlı davranmaya başlamış ve daha seçici olmuşlardır (Üzümcü, Alyakut

& Fereli, 2017). Bu yönelim sonucunda menşei ve mahreç işaretleri ortaya çıkmış, coğrafi işaretleme bir yöntem olarak kabul edilmiştir. Tüm bu uygulamaların temelinde sürdürülebilir gastronomik unsurların var olması olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada bahsedilen doğallık, yöresellik, kültürel unsurlar taşıması ve benzersizlik gibi gastronomik değer özelliğine sahip bir ürün olan “kuru salatalık dolması”nın yetiştirilmesinden, hazırlanmasına ve geleneksel olarak sunulmasına kadar tüm aşamaları ele alınarak incelenmiştir. Böylece gastro-kültürel bir özellik taşıyan yerel/yöresel ürünün kayıt altına alınması ve kaybolmasının önüne geçilebilmesi amaçlanmıştır.

## **Yöntem**

Bölgenin yemek kültürü incelendiğinde birçok farklı ürüne ulaşılmaktadır (Aslan, Güneren & Çoban, 2014; Erol, Örgün & Keskin, 2019). Nevşehir mutfak kültürü içinde yer alan “kuru salatalık dolması” bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Bu çalışma yöresel bir ürün olan söz konusu yemeğin kayıt altına alınarak unutulmasını engellemeyi ve yöresel ürün sunan yiyecek içecek işletmelerine alternatif bir ürün sunmayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda birincil kaynaklara ulaşılarak veriler toplanılmıştır. Gerekli literatür taraması ve kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenen yöre halkından 10 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Söz konusu görüşmeler 10-25 Nisan 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler sonrasında ürüne ait tarifler toplanmıştır. Toplanan bilgilere dayanılarak yemeğin tekrar yapılması amacıyla uygulama odaklı eylem araştırması gerçekleştirilmiştir.

## **Bulgular**

### **Kuru Salatalık Dolması**

Nevşehir’e has yöresel bir lezzet olan kuru salatalık dolması için iyice olgunlaşmış salatalıklar kullanılmalıdır. Eylül ayı gibi tohumluk bırakılan salatalıklar öncelikle temizlenir. Daha kabukları soyulur ve içinin çekirdekleri çıkartılır. Ardından birbirine temas etmeyecek şekilde bir içe geçirilip güneşte kurumaya bırakılır. Bu aşamalar kışlık hazırlık adı altında yapılır. Kurutulan salatalıklar kışın tüketilmek üzere nemsiz ve serin bir kilerde saklanır. Kuru salatalık dolmasının yapılışı ve malzemeleri şu şekildedir;

### **Kuru Salatalık Dolması**

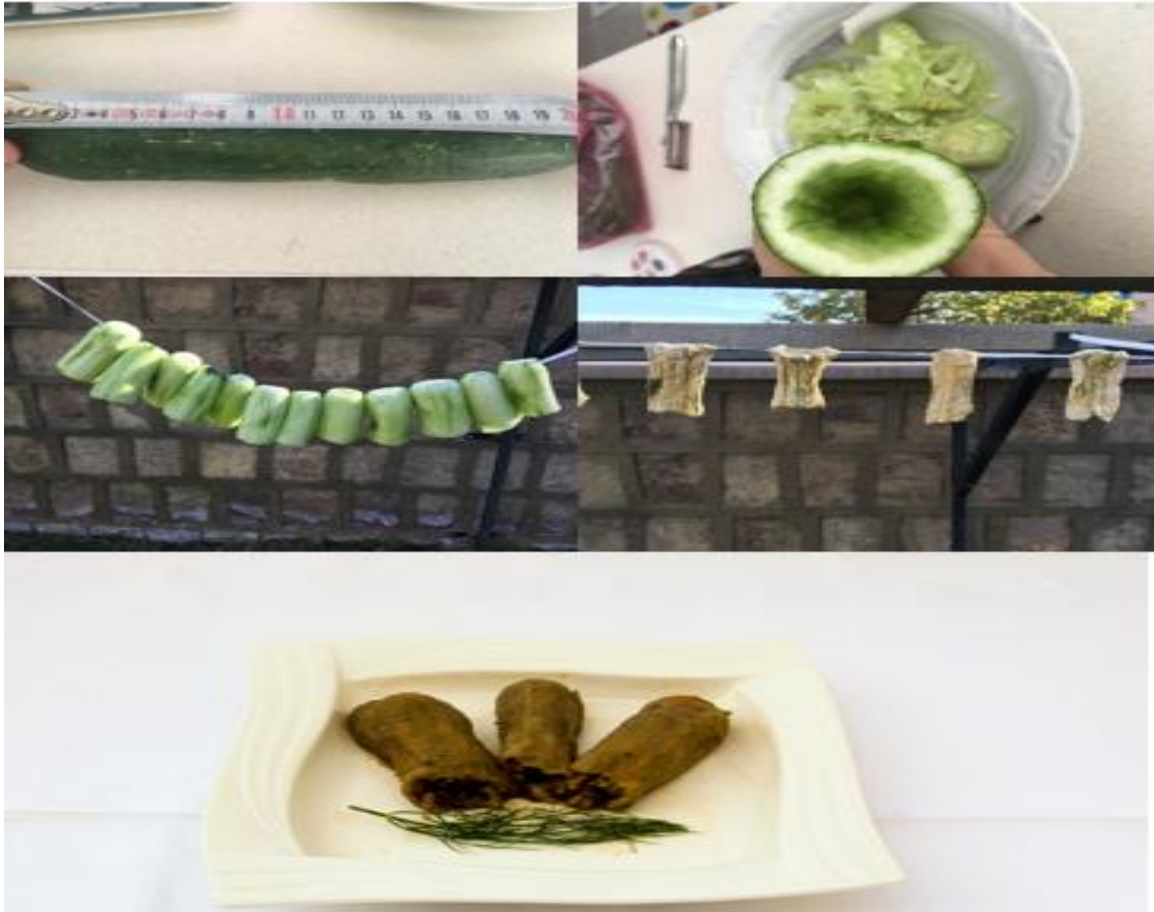
#### **Malzemeler**

- 1 su bardağı pirinç
- 1 su bardağı bulgur
- 1 adet orta boy soğan
- Yarım çay bardağı sıvı yağ
- 1 Yemek kaşığı salca
- Tuz
- Karabiber
- Dereotu

- Nane

### Hazırlanışı

Kızdırılan sıvıyağda ince ince doğranmış soğanlar kavrulur. Salça konulur. Yıkayıp süzölmüş pirinç ve bulgur eklenir (Bazı bölgelerde tamamen pirinçten, bazı bölgelerde ise tamamen bulgurdan yapılmaktadır). Tuz karabiber dereotu ve nane ilave edildikten sonra sıcak suda yumuşatılan kuru salatalıkların içi hazırlanan karışım ile doldurulur. Ağız kısmı yukarı gelecek şekilde tencereye dizilir. İstenilirse salatalıkların ağızlar domates ile kapak yapıp kapatılabilir. Kısık ateşte 25-30 dk. pişirilir.



**Fotoğraf:** Kuru Salatalık Dolması

### Sonuç

Her yıl milyonlarca yerli ve yabancı turistin ziyaret ettiği bir destinasyon olan Nevşehir kendine özgü yemek kültürüyle turistlerin yeme içme ihtiyacını karşılamaktadır. Coğrafi konumu ve tarıma elverişli iklimi ile binlerce yıldır tarım ve hayvancılık bölgenin ana geçim kaynağı olmuştur. Bu sayede bölgeye özgü tarım ürünlerinin kullanımı kendine özgü bir mutfak kültürünün oluşmasına zemin hazırlamıştır (Perçin vd., 2019). Bölgede oluşan bu yemek kültürünün korunması ve sonraki nesillere aktarılması sürdürülebilirlik açısından oldukça önemlidir.

Bu çalışma Kapadokya bölgesinde unutulmaya yüz tutmuş bir mutfak ürünü olan kuru salatalık dolmasının kaynak kişilerden tarifinin bulunup daha sonra geleneksel tarife bağlı kalarak tekrar yapılması ve bu yapım aşamalarının kayıt altına alınarak tarifi kaybolmasının önlenmesini amaçlamıştır.

Modern dünyada yeme-içme amacıyla yapılan seyahatler gün geçtikçe artmaktadır. Turistler ise gittikleri bölgelerdeki yöresel yiyecekleri tercih etmekten keyif almaktadırlar (Aslan vd., 2014). Kapadokya bölgesine gelen

ziyaretçilere sunulacak geleneksel yiyecekler hem ziyaretçileri daha çok memnun edecek hem de bu geleneksel ürünleri menülerine koyan işletmeler daha fazla ekonomik fayda sağlayacaktır. Rakipleri üzerinde stratejik rekabet avantajının sağlanması diğer işletmelerinde menülerine yöresel ürünlerden koymasına neden olabilir. Taklit stratejisi sonucunda ürün farklılaşmasına gidilmesi geleneksel ürünlerin bozulup onları farklı bir ürüne çevirebilir. Bu durum sürdürülebilir bir mutfak kültürünün önündeki en büyük engellerden biri olabilir. Diğer yandan ticari kaygı ile geleneksel tariflerin kullanılmaması yine zaman içerisinde yemek kültürünün değişmesine sebep olabilir.

## KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Aksaray İli Güzelyurt (Gelveri) Yöresel mutfağının unutulmaya yüz tutmuş tatlarının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 81-86.
- Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aslan, Z., Güneren, E. & Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü: Nevşehir örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13.
- Başaran, B. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında Rize yöresel lezzetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149.
- Bayrakçı, S., & Akdağ, G. (2016). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110.
- Büyükşalvarcı, A., Şapıcılar, M.C. & Yılmaz, G. (2016). Yöresel yemeklerin turizm işletmelerinde kullanılma durumu: Konya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 165-181.
- Can, E. (2013). Turizm destinasyonlarında sürdürülebilir turizmin sürdürülebilir rekabet açısından değerlendirilmesi. *İstanbul Journal of Social Science*. 4, 23-40.
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay Mutfağı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Dolnicar, S. & Leisch, F., (2008). Selective marketing for environmentally sustainable tourism. *Tourism Management*, 29(4), 672-680
- Du Rand, G. E., Heath, E. & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. In C. M. Hall (Ed.) *Wine, Food, And Tourism Marketing* (s. 97-113). New York, USA: The Haworth Hospitality Pubs.
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Erol, G., Örgün, E., & Keskin, E. (2019). Gastronomi Turizmi Kapsamında Kapadokya Bölgesi Yemekleri: Sosyal medya analizi. 6. *Uluslararası Multidisipliner Çalışmalar Kongresi*, Gaziantep, Türkiye.

- Girgin, G. K. (2018). Yerel Gıdaların Tüketilmesine Yönelik Turist Motivasyonlarının Ölçülmesi: Antalya’da bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 793-810.
- Hoşcan, N. (2018). Küreselleşme sürecinde yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde ve pazarlanmasında kooperatifçilik üzerine bir model önerisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 390-413.
- Kadanalı, E., & Dağdemir, V. (2016). Tüketicilerin yöresel gıda ürünleri satın alma istekliliği. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33(1), 9-16.
- Kervankıran, İ. (2011). *Afyonkarahisar İlinin Başlıca Doğal, Tarihi Ve Kültürel Kaynaklarının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi* (Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.
- Keskin, E., & Örgün, E. (2015). Kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla sürdürülebilir turizm olgusunun kavramsal analizi: Ürgüp örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 30-40.
- Kodaş, D., & Özel, Ç. H. (2016). Yerli ziyaretçilerin yerel yiyecek tüketim güdülerinin belirlenmesi: Beypazarı örneği. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 83-96.
- Kurnaz, A., & İşlek, E. (2018). Yöresel yemeklerin restoranlar tarafından kullanımının değerlendirilmesi: Marmaris örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8(1), 50-59.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2012). Factors influencing tourist food consumption, *International Journal of Hospitality Management*, 31, 928-936.
- Mankan, E., (2017). Destinasyon pazarlamasında çekici bir faktör olarak Türkiye’deki gastronomi müzeleri örneği, *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 12(4), 641-654, www.turkishstudies.net, DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.11449> ISSN: 1308-2140
- Özmehmet, E. (2012). Dünyada ve Türkiye sürdürülebilir turizm yaklaşımları. *Journal of Yaşar University*, 3, 1853-1876
- Perçin, Ş. N., Örgün, E., Erol, G., & Keskin, E. (2019). Gastronomik bir değer olarak Nevşehir Mutfağı. 4. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*. Nevşehir, Türkiye.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards A Structural Model Of The Tourist Experience: An Illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25, 297 – 305.
- Scharpf, H. (1998). Sürdürülebilirlik açısından bölgesel ve yerel yönetimlerin turizm politikasındaki görevleri. 21. yüzyılda sürdürülebilir turizm politikaları. *Uluslararası Turizm Sempozyumu*, 16-17 Aralık.
- Solunoğlu, A., & Nazik, M. H. (2018). Sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tercihleri: Gaziantep örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Şahin, G. G., & Ünver, G., (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul’un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73
- Üner, E. H., (2014). *Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi) Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye.

Üzümçü, T. P., Alyakut, Ö., & Fereli, S. (2017). Gastronomik ürünlerin coğrafi işaretleme açısından değerlendirilmesi: Erzurum-Olur örneği. *International Journal of Agricultural and Natural Sciences (IJANS)* E-*issn: 2651-3617*, 10(2), 44-53.



## **Evaluation of Local Cuisine Culture in Terms of Sustainable Tourism: Case of Nevşehir**

**Emrah ÖRGÜN**

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Vocational School, Nevşehir/Turkey

**Sevcan SOLUNOĞLU**

Republic of Turkey, Ministry of Education, Kırıkkale/Turkey

**Ali SOLUNOĞLU**

Kırıkkale University, Social Sciences Vocational School, Kırıkkale/Turkey

### **Extensive Summary**

Tourism has become a sector that continues to grow with more and more people every day. Considering the 2018 data of the Association of Travel Agencies of Turkey (TÜRSAB) and the World Tourism Organization (UNWTO), it seems that 1.4 billion people worldwide participated in the tourism movement. Turkey is pulling 22% more tourists compared to the previous year, with 40 million people, attracts the most tourists between the countries were ranked 6th. These data show that every year millions of tourists travel outside of the places where they live. Tourist regions are positively affected by this influx of visitors, and they also have to face negative effects. Managers of tourist destination are looking for ways to protect against the negative aspects of tourism while increasing the positive effects.

Conservation of the existing culture as well as conservation of nature should not be ignored. Studies show that eating and drinking habits, which form an important part of the culture, are also affected by tourism. Local foods should also be among cultural items that should be protected. Üner (2014) and Şahin and Ünver (2015) examined this issue in their studies on sustainable gastronomy tourism. For this reason, it is extremely important to ensure the continuity of the local food culture, to transfer the culture in question to future generations and to ensure the continuity of gastronomic activities. It is necessary to ensure the continuity of the local food culture. The transfer of this culture to future generations and ensuring the continuity of gastronomic activities should not be ignored (Mankan, 2017).

Local food was considered as a supporting element of tourism in the early 2000s (Mak, Lumbers, Eves and Chang, 2012). However, this view has changed over time. Today, local foods are among the main visit motivations for the destination (Du Rand, Heath, & Alberts, 2003; Bayrakçı & Akdağ, 2016; Solunoğlu & Nazik, 2018). Consumers want to be a part of the local flavors that emerge by seeing and examining the production of basic elements of local foods (olive and olive oil, saffron flower, street delicacies, etc.).

Consumer attitudes and motivations for local foods are among the top issues that researchers have examined in recent years (Quan ve Wang, 2004; Kim, Eves ve Scarles, 2013; Bayrakçı ve Akdağ, 2016; Girgin, 2018). When the obtained results are examined, it is seen that excitement seeking, cultural experience, emotional appeal and health concerns are at the forefront.

Tourists' attempts to try a new local food allow them to learn about new cultures (Kodaş & Özel, 2016). Although this situation is considered as a great opportunity in terms of destination marketing, it is inevitable that these motivations will differentiate in the future due to the dynamic nature of tourism. Because in the globalizing world,

as a result of the expansion of the borders, more local elements emerge, competition increases and consumption occurs very quickly. In this way, it is inevitable that local products become globalized and their nature and taste deteriorate. In the meantime, commercial concerns have led to the fact that natural, less processed and less-processed products contain more artificial and more additives to extend the shelf life. Thus, it is seen that local products are imitated and destroyed (Kadanalı & Dağdemir, 2016).

While it has been argued in many previous studies that local foods have an important potential in the promotion (Cömert, 2014; Aksoy & Sezgi, 2015; Acar, 2016; Başaran, 2017) of the destination and that local foods are not included in the menus of hotels, restaurants and other tourism businesses (Büyüksalvarcı, Şapçılar, & Yılmaz, 2016; Kurnaz & İşlek, 2018), it is seen that researches have been carried out on making these foods sustainable for a while (Durlu-Özkaya, Sünnetçiöğlü, & Can, 2013; Hoşcan, 2018). In this study, "stuffed dried cucumber", which is a product with gastronomic value such as naturalness, localness, cultural elements and uniqueness, has been examined and examined from its cultivation, preparation and traditional presentation. Thus, it is aimed to register the local product with a gastro-cultural feature and prevent its loss.

When the food culture of the region is examined, many different products are found (Aslan, Güneren, & Çoban, 2014; Erol, Örgün, & Keskin, 2019). "Stuffed cucumber", which is a part of Nevşehir cuisine culture, is the focus of this study. This study aimed to prevent the dish, which is a local product, from being forgotten by recording, and to offer an alternative product to food and beverage businesses that offer local products. For this purpose, data were collected by accessing primary sources. Face-to-face interviews were made with 10 people from the local community, determined by the necessary literature review and snowball sampling method. These meetings were held between 10-25 April 2019. After the interviews, the product descriptions were collected. Based on the information gathered, an action research focused on practice was carried out in order to repeat the meal.

### *Stuffed Dried Cucumber*

Well-ripe cucumbers should be used for stuffed dried cucumbers, a local flavor unique to Nevşehir. Cucumbers left as seeds in September are cleaned first. They are still peeled and the seeds are removed. Then it is put in a way that it does not touch each other and left to dry in the sun. These stages are made under the name of winter preparation. The dried cucumbers are kept in a dry and cool cellar for winter consumption.

The preparation and ingredients of the dried cucumber stuffing are as follows;

### *Ingredients*

- 1 glass of rice
- 1 glass of bulgur
- 1 medium onion
- Half tea glass of oil
- 1 tablespoon tomato paste
- Salt
- Black pepper

- Dill
- Mint

#### *Instructions*

In the heated oil, finely chopped onions are roasted. Tomato paste is added. Washed and strained rice and bulgur are added. After adding salt, pepper, dill and mint, the dried cucumbers softened in hot water are filled with the prepared mixture. It is stacked in the pot with its mouth up. If desired, the mouths of cucumbers can be covered with tomatoes. 25-30 minutes on low heat. cooked.

This study aimed to find the recipe of the dried cucumber stuff, which is a kitchen product that has sunk into oblivion in the Cappadocia region, and then re-make it adhering to the traditional recipe and to prevent the loss of the recipe by recording these production stages.

In the modern world, travels for food and drink are increasing day by day. Tourists, on the other hand, enjoy preferring local foods in the regions they visit (Aslan et al., 2014). Traditional foods to be offered to visitors to the Cappadocia region will both please the visitors more and the businesses that put these traditional products on their menus will provide more economic benefits. Providing strategic competitive advantage over its competitors may cause other businesses to include local products on their menus. Product differentiation as a result of imitation strategy may spoil traditional products and turn them into a different product. This may be one of the biggest obstacles to a sustainable culinary culture. On the other hand, not using traditional recipes due to commercial concerns may cause the food culture to change over time.

Destination managers should make an effective planning together with scientific organizations, culinary associations and non-governmental organizations in order to transfer the traditional food culture to future generations without spoiling. The culinary culture of the region should be contacted by the resource people and standard recipes of the recipes should be created. Local products should be included in the curriculum of culinary schools and should be taught to future chefs in schools in the light of scientific education.