

## Bir Gastronomi Hikâyesi: Dondurmam Gaymak

**Öğr. Gör. Kadir BAYSAL**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Marmaris Turizm MYO

ORCID: 0000-0003-2652-6767

**Öğr. Gör. Dr. Gizem ÖZGÜREL**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Marmaris Turizm MYO

ORCID: 0000-0002-1161-3721

### Özet

Destinasyonların ziyaretçiler tarafından keşfedilmelerinde, tanınırlığının ve bilinirliğinin artırılmasında, destinasyon markalaşmasında yerel lezzetler birer çekicilik unsuru olarak başrolde yer alabilmekte, ziyaretçilerin duyu ve düşüncelerinde varlık kazanabilmektedirler. Çalışma kapsamında; Muğla ili Ula ilçesinde, Dondurmam Gaymak filmine konu olan, babadan oğula geçen dondurmacılık hikâyesi, gastronomi turizmi perspektifinden incelenmeye çalışılmıştır. 3. Kuşak olarak üretime devam eden Nasip Dondurma (Dondurmam Gaymak) işletmesi ile yüzyüze, derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiş, kendine özgü yapısı nedeniyle nitel araştırma yöntemlerinden, örnek olay (vak'a/durum) çalışması ile tek örnek olay tasarımı gözetilerek, analiz edilmiştir. Çalışmada ilgili literatür başlığı altında; destinasyon markalaşmasında yerel lezzetler, gastronomik bir değer olarak dondurma ve tarihçesi açıklanmaya çalışılmış, devamında sahadan elde edilen bulgulara yer verilerek, sonuç ve öneriler ile çalışma tamamlanmıştır. Araştırmada Nasip Dondurma (Dondurmam Gaymak) işletmesinin Ula'ya gelen ziyaretçi sayısında artış ve tanıtımında-“Dondurmam Gaymak” filminin de etkisi ile- rol oynadığı, sundukları yerel lezzet ile gastronomi turizminin gelişimine destek oldukları ve sosyal, kültürel, ekonomik açıdan yöreye katkı sağladıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Destinasyon Markalaşması, Yerel Lezzetler, Dondurma, Örnek Olay (Vak'a) Çalışması

### A Gastronomy Story: “Ice Cream, I Scream (Dondurmam Gaymak)”

#### Abstract

Local foods can play the leading role as an element of attraction in the exploration of the destinations by the visitors, in increasing the recognition and awareness of destinations, and for destination branding, and they can exist in the feelings and thoughts of the visitors. Within the scope of the study, the story of the ice cream business, which was transferred from father to son and composes the theme of the “Ice Cream, I Scream (Dondurmam Gaymak)” movie shot in the several locations of Muğla province such as Ula district, was tried to be examined from a gastronomy tourism perspective. A face-to-face and in-depth interview was held with Nasip Dondurma (Dondurmam Gaymak) enterprise, who continues production as the Third Generation, and due its unique structure, the subject was analyzed with a case study, one of the qualitative research methods, by considering the single sample design. In the study, under the relevant literature title, local foods in destination branding, and ice cream as a gastronomic value and its history were tried to be explained, subsequently, the findings obtained from the field were included and the study was completed with the conclusion and recommendations section. In the research, it has been observed that Nasip Dondurma (Dondurmam Gaymak) enterprise has contributed to the increase in the number of visitors to Ula with the effect of the movie “Dondurmam Gaymak” the promotion of the region and also the start of gastronomy tourism with its emphasis on local flavor, and thus contributed to the region in social, cultural and economic terms.

**Keywords:** Gastronomy, Destination Branding, Local Food, Ice Cream, Case Study