



Türkiye’de Slow Food: Adana Yeryüzü Pazarı Örneği

Slow Food in Turkey: The Case of Adana Earth Market

Sema Nur TECİMEN  
(Sorumlu Yazar-Corresponding Author)

Çukurova Üniversitesi, Güzel Sanatlar
Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bölümü, Adana, Türkiye
Department of Gastronomy and Culinary
Arts, Faculty of Fine Arts, Çukurova
University, Adana, Türkiye
sntecimen@cu.edu.tr

Fügen DURLU ÖZKAYA  

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları Bölümü, Ankara, Türkiye
Department of Gastronomy and Culinary
Arts, Faculty of Tourism, Ankara Hacı
Bayram Veli University, Ankara, Türkiye
fugen.ozkaya@hbv.edu.tr



Geliş Tarihi/Received 27.11.2024
Revizyon Tarihi/Revision 02.05.2025
Kabul Tarihi/Accepted 24.05.2025
Yayın Tarihi/Publication Date 29.12.2025

Atıf:

Tecimen, S., & Durlu Özkaya, F. (2025).
Türkiye’de Slow Food: Adana
Yeryüzü Pazarı örneği. *Edebiyat ve
Beşeri Bilimler Dergisi*, 75, 118–127.

Cite this article:

Tecimen, S., & Durlu Özkaya, F. (2025).
Slow Food in Turkey: The case of
Adana Earth Market. *Journal of
Literature and Humanities*, 75, 118–
127.



Content of this journal is licensed under a
Creative Commons Attribution-
Noncommercial 4.0 International License.

Öz

Slow Food bir bölgeye özgü yiyeceklerin korunmasını, yaşatılmasını ve yaygınlaştırılmasını teşvik eden bir harekettir. Slow Food hareketi iyi, temiz ve adil bir şekilde üretilmiş yiyeceklerin tüketilmesini savunmaktadır. Yerel yemek kültürünü ve biyoçeşitliliği korumayı ilke edinerek çeşitli kategorilerdeki projeler ile bilinçli tüketimin sürdürülebilirliğini sağlamayı hedeflemektedir. Slow Food’un projeleri arasında yer alan Yeryüzü Pazarları ise iyi, temiz, adil ilkelerine göre kurulan çiftçi pazarlarıdır. Bu çalışmada öncelikle Slow Food hareketinin felsefesi ve ilkeleri, ardından Türkiye’deki Slow Food hareketinin bir parçası olan Adana Yeryüzü Pazarı oluşumu üretici boyutuyla incelenmiştir. Çalışmada Adana Yeryüzü Pazarı’nda yer alan üreticilerin hem Slow Food ve Yeryüzü Pazarı kavramlarına ilişkin düşüncelerini hem de Adana Yeryüzü Pazarı’nın, Adana’nın yerel ürünlerinin tanıtımında oynadığı rolü keşfetmek amaçlandığından, nitel araştırma desenlerinden durum deseni tercih edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre Adana Yeryüzü Pazarı üreticiler tarafından ilgiyle karşılandığı, üreticilerin pazarın amacı, özellikleri vb. konular hakkında yeterli bilgiye sahip olduğu çıkarımı yapılabilmektedir. Ancak Adana Yeryüzü Pazarı’nın reklam ve tanıtımının eksik, pazarın bilinirliğinin düşük olması pazarın küçük bir tüketici kitlesi ile sınırlı kalmasına sebebiyet vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeryüzü Pazarı, Slow Food, Adana Yeryüzü Pazarı

Abstract

Slow Food is a movement that encourages the protection, preservation and dissemination of regional foods. The Slow Food movement advocates the consumption of food produced in a good, clean and fair manner. It aims to ensure the sustainability of conscious consumption with projects in various categories, adopting the principle of protecting local food culture and biodiversity. Among the projects of Slow Food, the Earth Markets are farmers' markets established according to the principles of good, clean and fair. In this study, firstly the philosophy and principles of the Slow Food movement and then the Adana Earth Market, which is a part of the Slow Food movement in Turkey, were examined from the producer perspective. Since the aim of the study was to discover the thoughts of the producers in the Adana Earth Market regarding both the concepts of Slow Food and Earth Market and the role that the Adana Earth Market plays in the promotion of Adana's local products, the case study design was preferred among qualitative research designs. According to the findings obtained, it can be concluded that the Adana Earth Market was welcomed with interest by the producers and that the producers have sufficient information about the purpose, features etc. of the market.

Keywords: Earth Market. Slow Food. Adana Earth Market

Giriş

Günümüz modern dünyasında değişen yaşam koşulları insanları hızlı ve aşırı tüketen bireylere dönüştürmektedir. Bu kaçınılmaz hızlı üretim ve tüketim döngüsü, artan nüfusun da etkisiyle çevre üzerinde olumsuz sonuçlara neden olmaktadır (Enes ve Yavuz, 2023, s. 540). Fast Food endüstrisine bir tepki olarak ortaya çıkan Slow Food zamanla hız kazanan bu endüstrinin olumsuz etkilerini ve sorunlarını dünyaya yayan bir akıma dönüşmüştür.

Slow Food felsefesinde her insan biyolojik ve kültürel bir varlık olarak kabul edilmekte ve ekonomik durum fark etmeksizin iyi, kaliteli ve güvenilir gıdayı tüketmeyi hak ettiği vurgulanmaktadır (Petrini vd., 2012, s. 100). “iyi, temiz ve adil” ilkeleriyle faaliyet gösteren Slow Food hareketinin odak noktası tek tipleşmeye karşı gelerek, gastronomi kültürü özgünlüğünün korunmasını savunmaktadır. Tarımdan sunum aşamasına dek insan ve çevreye zarar vermeden yapılan üretimi desteklemektedir. Yöreye özgü yiyeceklerin, biyoçeşitliliğin, geleneksel mutfak kültürünün korunması, üreticinin emeğinin karşılığını alması, tüketici açısından adil fiyat felsefesini savunmaktadır (Aliyeva ve Kurgun, 2021, s. 240). Bu çalışmanın amacı ise Slow Food hareketinin bir parçası olan Adana Yeryüzü Pazarı oluşumunu üretici boyutuyla incelemektir.

Slow Food

Slow Food, 1986 yılında Carlo Petrini tarafından İtalya'nın Langhe Bölgesindeki Cuneo kentinde uluslararası Fast Food zincirinin bir şubesinin açılmasına gösterilen bir tepki sonucu ortaya çıkmıştır (Petrini, 2001: 100). Slow Food hareketinin öncüsü Carlo Petrini Slow Food hareketini ve salyangoz simgesini “...Hayat içinde sürekli yiyerek yavaş, temkinli ama kararlılıkla ilerleyen salyangoz, cüssesinden beklenmeyecek mesafeler aşar ve geçtiği yerlerde izini bırakır” sözleriyle açıklamaktadır (Petrini, 2012, s. 101).

Slow Food lezzetli, kaliteli ve sağlıklı yiyeceklerin üretilmesi, çevre dostu tarım uygulamalarının yaygınlaştırılması ve adil ticaret politikalarının hayata geçirilmesi değerlerini ilke edinmektedir (Slow Food, 5 Haziran 2025). Slow Food ayrıca dünyada gıda, tarım ve canlı çeşitliliğini savunmakla beraber daima gıdaların biyoçeşitliliğini korumayı, geleneksel ve kaliteli gıdaların üreticileri ve tüketicilerini bir araya getiren etkinlikler düzenlemeyi hedeflemektedir (Paksoy vd., 2007, s. 600; Paksoy vd., 2014, s. 1515). Slow Food hareketinin temelini “convivium” olarak adlandırılan yerel gruplar oluşturmaktadır. Convivium'ların amacı bir bölgedeki ilgili gruplarla bağlantı kurmak, yerel gıdalar hakkında çeşitli etkinlikler organize ederek bilgi toplamak, yerel üreticileri ve çiftçileri desteklemek için fırsatlar oluşturmak, konferanslar, festivaller, fuarlar, eğitim kurslarını ayarlamaktır (Aliyeva, 2020, s. 240; Bucak vd., 2016, s. 215).

Slow Food'un temel felsefesi birbirini tamamlayan iyi (good), temiz (clean) ve adil (fair) kavramları ile açıklanabilmektedir. İyi ilkesi kaliteyi, lezzeti ve sağlığı; temiz ilkesi çevreye zarar vermeden üretimi, adil ilkesi ise tüketiciler için ulaşılabilir fiyatlar ve üretici açısından adil fiyat ve koşul politikasını temsil etmektedir (Slow Food, 5 Haziran 2025). Slow Food'un amacı ise tüm insanların kendileri, gıda üreticileri ve gezegen için iyi olan gıdaya erişip tadını çıkarabilecekleri bir dünyaya sahip olmasını sağlamaktır (Simonetti, 2012, s. 170). Berry (2014, s. 55) gıda sistemlerinin tehdit altındaki en kritik kaynaklardan biri olduğunu belirtmiştir ve bu doğrultuda gıda sistemlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması için tarım sektörünün ve gıda sistemlerinin ele alınmasının esas olduğunu saptamıştır. Bu çalışma, mevcut durumda sistemik değişim yaratmaya odaklanan bir sosyal yeniliği analiz etmek için geçiş teorisinin stratejik niş yönetimi yaklaşımını kullandığını belirtmiştir.

Slow Food'un felsefesinde biyolojik ve kültürel bir varlık olarak kabul edilen her insanın, en iyi, kaliteli ve güvenilir yiyecekleri tatmayı hak ettiği vurgulanmaktadır (Petrini vd., 2011, s. 150). Slow Food hareketi, yöresel mutfağı, yerel çiftçiliği, geleneksel yemeği ve geleneksel yemek hazırlama yöntemini korumayı amaçlamaktadır (Georgica, 2014, s. 1595). Dolayısıyla Slow Food iyi, temiz ve adil gıdayı savunan şeflerin, gençlerin, aktivistlerin, çiftçilerin, balıkçıların, uzmanların ve akademisyenlerin yer aldığı üye destekli bir organizasyondur.

Ayrıca dünya geneline yayılmış 15.000 yerel birlik bulunmaktadır. Söz konusu birliklerin faaliyetleri ise basitçe paylaşılmış yemek ve zevkler, yerel üretici ve çiftçileri ziyaret etkinlikleri, konferanslar, tartışmalar, festivaller, lezzet eğitimleri, seminerler, çiftçi marketlerini destekleyici yerel ya da uluslararası kampanyalar düzenlemektir (Slow Food, 5 Haziran 2025). Slow Food Türkiye'de ise 2006 yılında faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu tarihte Carlo Petrini ve University of Gastronomic Science'da öğrenim gören üç Türk öğrenci ile Türkiye'de İstanbul, Gökçeada, Ayvalık, Tire, İzmir, Çeşme ve Bodrum gibi merkezleri gezmesinin ardından Türkiye'de ilk convivium oluşumlarının kurulması için çalışmalara başlanmıştır (Gezeroğlu, 2013: 100). Bugün Türkiye'nin farklı bölgelerinden 143 ürün Nuh'un Ambarı (Ark of Taste) listesinde yer almaktadır. Diğer yandan 7 tane de Yeryüzü Pazarı bulunmaktadır. Bu Yeryüzü Pazarları Kastamonu, Kapadokya, Şile, Tarsus, Muğla, Foça ve Adana'da yer almaktadır (Earth Markets, 5 Haziran 2025).

Slow Food Kapsamında Yer Alan Projeler

Yemek kültürünü ve insan sağlığını etkileyen hızlı yemek (fast food) ürünlerine karşılık, Slow Food, “yavaş yemek” kavramını ve beraberinde getirdiği yaşam felsefesini çeşitli projelerle ve oluşumlarla insanlara ulaştırmaktadır. Slow Food

içerisindeki bazı projeler ise aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

Presidia, Slow Food hareketinde biyolojik çeşitlilik konusu üzerinde yürütülen çeşitli projelerde yok olma riski altındaki artisan gıdaların ve beraberinde yok olma riski taşıyan balıkçılık, hayvan yetiştirme, işleme, çiftçilik gibi geleneksel bir tekniğin, kırsal alanların ve ekosistemlerin korunması amacıyla küçük ölçekli üreticilerle çalışılmasını amaçlamaktadır (Presidia, 5 Haziran 2025).

Slow Food Şefler Birliği, dünya çapında gıda biyoçeşitliliğini savunan şefler ile yerel küçük ölçekli üreticilerin bir araya getirilmesini amaçlayan bir projedir (Chef's Alliance, 5 Haziran 2025).

Nuh'un Ambarı (Ark of Taste), toplulukların ve kültürlerin yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan ürünlerinin ve geleneklere bağlı olan mirasın korunması amacıyla çevrimiçi bir katalog oluşturarak kültürel değerleri geleneksel üretimiyle korumaya çalışan ve tüm dünyaya tanıtmayı amaçlayan geniş kapsamlı bir projedir (Güzeler vd., 2020, s. 83).

Terra Madre (Toprak Ana) Ağı, küçük ölçekli çiftçiler, hayvan yetiştiricileri, balıkçılar, gıda üreticileri, akademisyenler, aşçılar, tüketiciler ve gençlik gruplarından meydana gelen bir oluşumdur (Slow Food, 5 Haziran 2025).

Afrika Bahçeleri, Afrika okullarında ve topluluklarında iyi, temiz ve adil gıda bahçelerinin oluşturulması, gıda biyoçeşitliliğinin ve sağlıklı-taze gıdaya erişimi konusunda farkındalık yaratılması, topraklarının kültürünün değeri konusunda bilinçli olan liderler ağının eğitimini kapsayan bir projedir (Slow Food, 5 Haziran 2025).

Yeryüzü Pazarları (Earth Markets), yerel ürünlerin korunması, küçük üreticilerin desteklenmesi, aracı satışın sağlanması ve ürünlerin tanınırlığının artırılması amacıyla oluşturulan uluslararası bir çiftçi pazarı ağı projesidir (Earth Markets, 5 Haziran 2025).

Türkiye'deki Yeryüzü Pazarları

Slow Food'un projeleri arasında yer alan yeryüzü pazarları iyi, temiz, adil ilkelerine göre kurulan çiftçi pazarlarıdır. Yerel üreticiler, sağlıklı ve kaliteli yiyecekleri doğrudan tüketicilere sunarak yerel gıda miraslarının ve biyolojik çeşitliliğinin korunmasına katkı sağlamaktadır. Diğer yandan yeryüzü pazarları, daha adil ve sürdürülebilir bir gıda sistemini temsil eden merkezlerdir. Yeryüzü Pazarları'nın temel ilkeleri:

- Yerel, mevsimsel, çevreye ve işçi haklarına duyarlı olarak üretilen kısa tedarik zinciri ürünlerine açık erişim sağlamak,
- Ticari kanallardan dışlanan küçük ölçekli üreticiler için pazar fırsatları yaratmak ve desteklemek,
- Üreticiler ve tüketiciler arasındaki diyalogu teşvik etmek,
- Bilgi alışverişi ve teknik bilginin aktarımı, doğru beslenmenin öğretilmesi ve bilinçli vatandaşların yetiştirilmesi için ortak alanlar yaratmaktan oluşmaktadır (Slow Food, 5 Haziran 2025).

Günümüzde dünya çapında toplam 108 tane yeryüzü pazarı bulunmaktadır. Bunlardan 7'si Türkiye'de yer almaktadır. Türkiye'de Akdeniz Bölgesi'nde Adana ve Tarsus'ta; Ege Bölgesi'nde Foça ve Muğla'da; Karadeniz Bölgesi'nde Kastamonu ve Şile' de; İç Anadolu'da Kapadokyada yeryüzü pazarları bulunmaktadır (Earth Markets, 5 Haziran 2025).

Adana Yeryüzü Pazarı Örneği

Seyhan ve Ceyhan nehirlerinin deltasında verimli sulak arazide yer alan Adana'nın tarihi, coğrafi konumu sebebiyle M.Ö. 6000 yıllarına dek uzanmaktadır. Bu uzun dönem içerisinde Adana birçok uygarlığa ve kültüre ev sahipliği yapmıştır. Hititler, Romalılar, Araplar, Selçuklular, Ramazanoğulları, Osmanlılar, Türkmen ve Yörük aşiretlerinin yöre kültürünün çeşitlenmesine ve kültür mozaığının oluşmasında katkıları olmuştur.

Ülkenin en verimli ovalarından biri olan Çukurova'da yer alan ilde, coğrafi konum, toprakların verimliliği, akarsular tarafından beslenir olması ve uygun iklim koşulları nedeniyle birçok tarım faaliyetinin yapılmaktadır. Adana' da pamuk, buğday, ayçiçeği, zeytin, nar, mısır, narenciye (portakal, turunç, mandalina ve limon), muz, kivi, baklagiller, şeker kamışı, patates, domates, biber, marul, lahana, soğan, pirinç, soya, pamuk, üzüm, yerkıstığı, bakla, börülce, fasulye, hıyar, badem, karpuz, kavun, yenedünya gibi birçok ürün üretilmektedir. Tarımsal ürünlerinin kalitesiyle ünlü olmasının ve çok zengin bir gastronomi kültürüne ev sahipliği yapmasının yanı sıra Adana, tekstil endüstrisiyle de tanınmaktadır. Ayrıca çok sayıda kültürel etkinlik ve festival sayesinde geniş bir turist kitlesine de sahiptir (Slow Food Adana, 5 Haziran 2025). Türkiye'nin birçok yerinde olduğu gibi Adana'da da yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalan çeşitli ürünler mevcuttur. Bu ürünleri tespit etmek, ürünlerin geçmişine ve kültürüne sahip çıkmak, biyoçeşitliliği korumak, yerel üreticileri ve tüketicileri bir araya getirmek, Slow Food kavramını ve felsefesini çeşitli nesillere aktarmak amacıyla 28 Ocak 2020 yılında Slow Food Adana Birliği kurulmuştur (Güzeler vd., 2020: 85; Slow Food Adana, 5 Haziran 2025).

Yeryüzü Pazarı kendi ürettikleri ürünleri satan çiftçilerden oluşan uluslararası bir pazar ağıdır. Slow Food Adana Birliği küçük üreticilerin bulunacağı pazarda iyi, temiz, adil, mevsiminde, geleneksel ve kaliteli gıdaların tüketiciye aracı ulaşırılması amacıyla Adana Yeryüzü Pazarı başvurusunu tamamlamıştır. Adaylık süresince Slow Food Adana Çiftçi Pazarı olarak faaliyette bulunmuştur (Slow Food Adana, 5 Haziran 2025). Adana'nın merkezindeki Atatürk Parkı'nda yer alan ve 2021'den bu yana faaliyet gösteren Adana Yeryüzü Pazarı, Ekim 2023'ten bu yana Slow Food Yeryüzü Pazarları ağının bir

parçası hâline gelmiştir.

Adana Yeryüzü Pazarı Projesi, Slow Food Adana Miras Gıda Topluluğu'nun çabaları, Adana Büyükşehir Belediyesi, Adana Ticaret Odası, Adana Ziraat Odası ve Adana Çiftçiler Odası'nın desteğiyle hayata geçirilmiştir (Slow Food Adana, 5 Haziran 2025). Adana Yeryüzü Pazarı, tatlı limon, şalgam suyu, Adana topağı, ev yapımı turunc ekşisi gibi Nuh'un Ambarı listesindeki ürünlerini sunarak yerel biyoçeşitliliği korumayı teşvik etmektedir (Slow Food Adana, 5 Haziran 2025).

Slow Food Adana Birliği kapsamında Karaisalı Kırmızı Biber, Misis Ayranı, Kavsara Peyniri, Hedik, Adana Tarhanası, Bici-Bici, Adana Sarıulak Zeytin, Mücennes Üzümü, Pozantı Karası Üzümü, Kaynar, Meyan Kökü Şerbeti ürünleri de değerlendirilen ürünler arasında yerini almakla beraber Adana Yeryüzü Pazarı'nda bu ürünlere rastlamak mümkündür (Güzeler vd., 2020: 87). Pazar alanının geliştirilmesi ve düzenlenmesi, üreticilerin finansman açısından desteklenmesi, Adana Yeryüzü Pazarı'nın bilinirliğinin artırılmasına yönelik tanıtımının yapılması gerekliliği önem arz etmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada Adana Yeryüzü Pazarı'nda yer alan üreticilerin Slow Food ve Yeryüzü Pazarı kavramlarına ilişkin görüşlerini belirlemek ve Adana Yeryüzü Pazarı'nın, Adana'nın yerel ürünlerinin tanıtımında oynadığı rolü keşfetmek amaçlandığından, nitel araştırma desenlerinden durum deseni tercih edilmiştir. Nitel araştırma, insanın kendi çabasıyla biçimlendirdiği toplumsal sistemlerin derinliklerini keşfetmek üzere geliştirdiği bilgi üretme yolları olarak tanımlanmaktadır (Karataş, 2015, s. 68; Özdemir, 2010, s. 330). Bu araştırmanın ana materyali anket yöntemiyle elde edilen birincil veriler ile diğer kişi ve kurumlar tarafından daha önceden yapılmış olan ikincil verilerden oluşmaktadır. Veri toplama tekniklerinden ise doküman analizi, gözlem ve görüşme tekniği kullanılmıştır. Çalışma kapsamında Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Etik Komisyonu'na başvuru gerçekleştirilmiş ve 17.07.2024 tarihli olarak uygun görülmüştür.

Bu çalışmada öncelikle Slow Food hareketi, Slow Food kapsamındaki projeler ve yeryüzü pazarları ikincil verilere dayanarak incelenmiştir. Ardından Türkiye'de yer alan yeryüzü pazarları içerisinde daha önce herhangi bir çalışmaya konu olmamış "Adana Yeryüzü Pazarı" örneği seçilmiştir. Çalışmanın araştırma alanı olan Adana Yeryüzü Pazarı'nda saha çalışmaları kapsamında 10 üretici ile bireysel görüşmeler yapılarak veri toplanmıştır. Katılımcılara yönlendirilecek sorular için yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşme formu; görüşmecinin konuyla ilgili sorması gereken soruları detaylı bir şekilde bilmemesi varsayımından hareketle gerçekleştirilmektedir (Patton, 2014: 250). Yapılan bireysel görüşmelerde kullanılan görüşme formu ise araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır. Görüşmeler pazar alanında araştırmaya katılmayı kabul eden üreticilerle yapılmıştır. Araştırma, araştırmacıların kendisi tarafından yürütülmüş; görüşmeler araştırmaya katılmayı kabul eden üreticilerle pazar alanında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada üreticilerin demografik özellikleri, Adana Yeryüzü Pazarı'na dahil olma süreçleri, Adana Yeryüzü Pazarı'nda yer alma amaçları ve pazardaki faaliyetleri saptanmaya çalışılmıştır. Hazırlanan sorular ise şu şekildedir:

1) Slow Food'u nasıl tanımlarsınız? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?

2) Yeryüzü Pazarını nasıl tanımlarsınız? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?

3) Adana Yeryüzü Pazarını yerel pazarlardan ayıran özellikler nelerdir? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?

4) Adana Yeryüzü Pazarının yerel ürünlerin korunmasında ve yaşatılmasında etkin bir rolü olduğuna inanıyor musunuz? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?

5) Adana Yeryüzü Pazarı ile ilgili yeterli tanıtımın yapıldığını ve Adana'ya uluslararası tanınırlık getirdiğini düşünüyor musunuz? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?

Araştırma sonucunda bulguların yorumlanabilmesi betimsel analiz ile toplanan verileri açıklayabilecek kavramların elde edilmesi hedeflenmiştir (Çalık vd., 2014, s. 175). Yazılı hale getirilen görüşmeler "Maxqda 2020" paket programına aktarılmıştır. Program içerisinde invivo (cümle öbekleri) olarak kodlamalar yapılmıştır. Birbirine benzer nitelikte olan kodların birleştirilmesiyle kategoriler ve bu kategorilerin birleştirilmesiyle temalar oluşturmuştur.

Bulgular

Çalışmanın araştırma alanı olan Adana Yeryüzü Pazarı'nda 10 üretici ile bireysel görüşmeler yapılarak veri toplanmıştır. Görüşmelerin yazılı hale getirilmesinin ardından veriler "Maxqda 2020" paket programına aktarılarak kodlamalar yapılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların demografik özellikleri, üreticilerin Slow Food ve Yeryüzü Pazarı kavramları hakkındaki görüşleri, Adana Yeryüzü Pazarı'nı yerel pazarlardan ayıran özellikler hakkındaki değerlendirmeleri, Adana Yeryüzü Pazarı'nın yerel ürünlerin korunmasında ve yaşatılmasındaki rolüne ilişkin düşünceleri ve Adana Yeryüzü Pazarı'nın tanınırlığı hakkındaki görüşleri incelenmiştir.

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 1'de katılımcılara ilişkin demografik bilgiler yer almaktadır. Adana Yeryüzü Pazarı'nda yer alan üreticilerle yapılan

ön görüşmeler sonucunda deprem felaketi sonrasında pazarda yer alan üretici sayısının azaldığı saptanmıştır. Verilerin toplandığı gün içerisinde pazarda yer alan 8'i kadın ve 2'si erkek olmak üzere toplam 10 üreticiyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1.

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Rumuz	Cinsiyet	Meslek	Yaş	Eğitim	Medeni Durum	Gelir Düzeyi
K1	Erkek	Çiftçi	44	Lise	Evli	25.000- 33.000
K2	Kadın	Gıda Mühendisi	45	Yüksek lisans	Evli	33.001-41.000
K3	Kadın	Gıda Mühendisi	54	Lisans	Evli	49.001 ve üstü
K4	Kadın	Fitoterapist	38	Lise	Evli	17.000- 25.000
K5	Kadın	Serbest Meslek	67	Lise	Bekar	17.000- 25.000
K6	Kadın	Ev hanımı	49	Lise	Evli	17.000- 25.000
K7	Kadın	Ev hanımı	52	Lisans	Evli	25.001-33.000
K8	Erkek	Çiftçi	52	Yüksek lisans	Bekar	25.000-33.000
K9	Kadın	Ziraat Mühendisi	53	Yüksek lisans	Bekar	49.001 ve üstü
K10	Kadın	İşletmeci	56	Lisans	Bekar	25.001-33.000

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

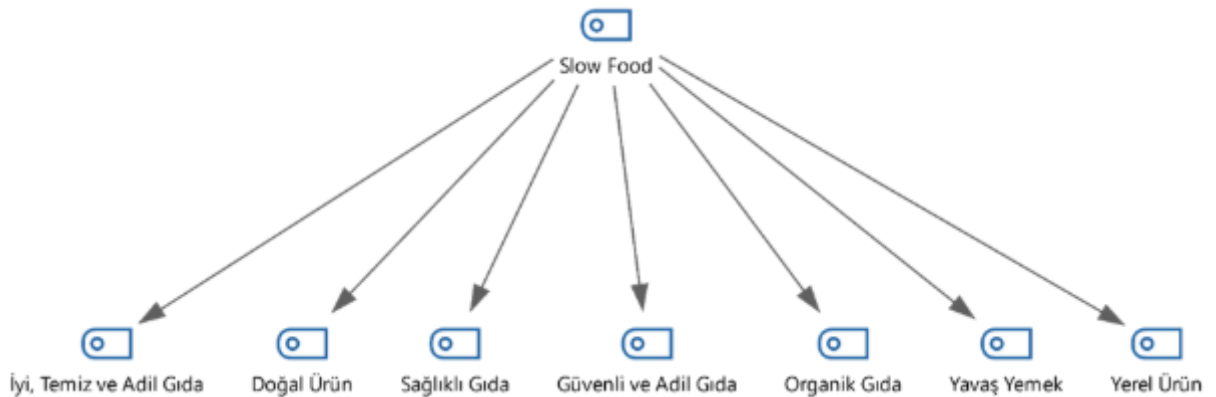
Tüm katılımcılara ortak olarak yöneltilen sorulara verilen yanıtların analiz edilmesi sonucunda 5 ana temaya ulaşılmıştır. Alınan cevaplar “invivo” olarak kodlanarak kategoriler, kategoriler birleştirilerek temalar oluşturulmuştur.

Üreticilerin Slow Food Kavramı Hakkındaki Görüşleri

Yeryüzü pazarında bulunan üreticiler ile yapılan görüşmelerde öncelikli olarak “Slow Food’u nasıl tanımlarsınız? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar “invivo” olarak kodlanarak kategorilere ulaşılmıştır. Kategoriler birleştirilerek “Slow Food” teması oluşturulmuştur (Şekil 1).

Şekil 1.

Slow Food



Katılımcıların yarısı Slow Food hareketinin iyi ve temiz gıda felsefesini benimsediğini ifade etmiştir. Katılımcılar, Slow Food kavramı hakkındaki düşüncelerini şu şekilde aktarmıştır: K2, “İyi, temiz ve adil gıdanın üretildiği, tüketildiği bir gıda tüketim ve yaşam felsefesi diyebiliriz.”; K5, “Slow Food organizasyonun amacı temiz adil iyi gıdaya ulaşmaktır.”; K6, “Adil temiz doğal ürünlerin tanıtılmasını sağlayan bir kuruluş.” Katılımcılardan elde edilen cevaplar doğrultusunda, Adana Yeryüzü Pazarı’nda yer alan üreticilerin Slow Food hareketine yönelik bilgi sahibi olduğu keşfedilmiştir.

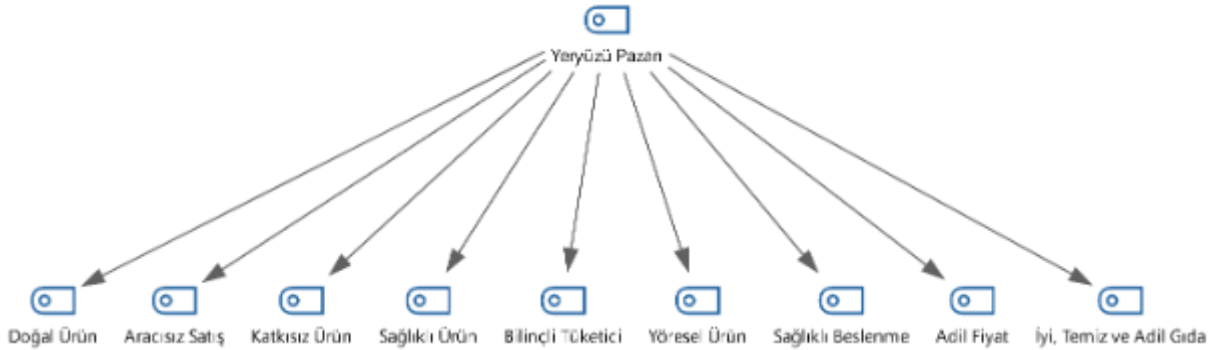
Üreticilerin Yeryüzü Pazarı Kavramı Hakkındaki Görüşleri

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler esnasında Adana Yeryüzü Pazarı’nda yer alan üreticilere Yeryüzü Pazarı kavramı

hakkındaki görüşleri sorulmuştur. Katılımcılara yöneltilen “Yeryüzü Pazarını nasıl tanımlarsınız? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?” sorusuna verilen yanıtlar neticesinde katılımcıların çoğunluğu Adana Yeryüzü Pazarı’nda doğal, organik, katkısız, yöresel ürünlerin iyi, temiz ve adil gıda felsefesi çerçevesinde aracasız olarak üreticiye ulaştırıldığını beyan etmiştir. K2, yeryüzü pazarı kavramı hakkındaki düşüncelerini şu şekilde aktarmıştır: “Kuralların spesifik olarak belirlendiği ve bu bölgeye ait ürünlerin belli koşullarda Slow Food felsefesi çerçevesinde üretilerek son tüketiciye aracasız satıldığı bir pazar.”. Katılımcılardan alınan yanıtlar neticesinde “Yeryüzü Pazarı” teması oluşturulmuştur (Şekil 2). Kategoriler incelediğinde en sık verilen cevabın “doğal ürün”, “sağlıklı ürün” ve “iyi, temiz ve adil gıda” olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Şekil 2.

Yeryüzü Pazarı



Adana Yeryüzü Pazarı’nı Yerel Pazarlardan Ayıran Özellikler

Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru ise “Adana Yeryüzü Pazarı’nı yerel pazarlardan ayıran özellikler nelerdir? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?” olmuştur. Katılımcılardan alınan yanıtlar değerlendirildiğinde, Adana Yeryüzü Pazarı’nda yer alan üreticilerin içerisinde yer aldıkları oluşum ile yerel/semt pazarları arasındaki farkı bildikleri ifade edilebilmektedir. K1, “İnsanlara soframızda tükettiğimiz, evimizde kullandığımız her şeye burada ulaşabilirsiniz. Araçlar olmadan satış yapıyoruz ve insanların bizi tanımalarını istiyoruz.” şeklinde soruyu yanıtlarken, K2, “Semt pazarlarında istediğiniz bir ürünü getirip satış yapabilirsiniz ama benim buradaki ürünlerimin hepsi benim bahçemin ürünleri. İkincisi sirkeleri tamamen doğal fermantasyon yöntemiyle üretiyorum. İçerisinde katkı koruyucu ya da herhangi bir aroma verici, şeker veya asit kaynağı koyulmadan ürettiğim ürünleri bu pazarda satıyorum.” cevabını vermiştir. 10 katılımcıdan alınan yanıtlar nihayetinde “Yeryüzü Pazarı ve Yerel Pazarlar Arasındaki Farklar” teması oluşturulmuştur (Şekil 3).

Şekil 3.

Yeryüzü Pazarı ve Yerel Pazarlar Arasındaki Farklar

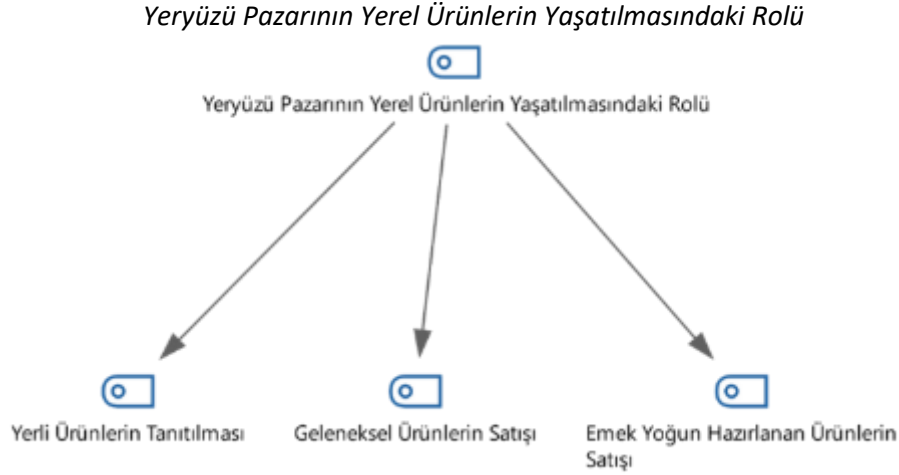


Adana Yeryüzü Pazarı’nın Yerel Ürünlerin Korunmasında ve Yaşatılmasındaki Rolü

Katılımcılara “Adana Yeryüzü Pazarı’nın yerel ürünlerin korunmasında ve yaşatılmasında etkin bir rolü olduğuna inanıyor musunuz? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?” sorusu yöneltilindiğinde ise Adana Yeryüzü Pazarı’nın Adana’nın yerel ürünlerinin yaşatılmasındaki rolünün etkin olduğu yönünde yanıt vermiştir. K2, “Yeryüzü Pazarı’nın etkili bir rolü olduğunu düşünüyorum. Mesela ben Tirşik çorbası yapıp burada satıyorum. Tirşik çorbası aslında bu bölgeye ait bir çorba ama nesilden nesile

aktarılmadığı için yalnızca eski insanlarımız bu çorbayı biliyorlar. Birçok yemeğimiz artık bilinmez bir hale geldi. Tirşik çorbasını duymuş çocukken yemiş veya hiç yememiş kişilere tanıtmış oluyorum. Bazı müşteriler bu pazara özellikle Tirşik çorbası almak için geliyor. Zor bir yemek olduğu için birine yaptıрма şansları da yok. Ben bu çorbayı milli görev gibi insanlara tanıtmaya çalışıyorum.” cevabı ile Adana Yeryüzü Pazarı’nın yerel ürünlerin hem korunması hem de yaşatılması konusundaki düşüncelerini aktarmıştır. Katılımcılardan alınan yanıtlar üzerine “Yeryüzü Pazarının Yerel Ürünlerin Yaşatılmasındaki Rolü” teması oluşturulmuştur (Şekil 4).

Şekil 4.



Adana Yeryüzü Pazarı'nın Tanınırlığı

Katılımcılara son olarak “Adana Yeryüzü Pazarı ile ilgili yeterli tanıtımın yapıldığını ve Adana'ya uluslararası tanınırlık getirdiğini düşünüyor musunuz? Detaylı bir şekilde açıklar mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. K4, “Bu pazarın yeterince tanıtıldığını düşünmüyorum. Tanıtılsaydı burası şu an çok kalabalık olurdu. Ben de Adanalıyım ama hiç kimse bu pazarı bilmiyor. Ben de son 1 sene içerisinde öğrendim. Tanıtılması için çok daha fazla çalışılması gerekiyor.”; şeklinde yanıt vermiştir. Elde edilen cevaplar doğrultusunda “Adana Yeryüzü Pazarı'nın Tanınırlığı” teması oluşturulmuştur (Şekil 5). Katılımcılar genel olarak Adana Yeryüzü Pazarı'nın yetersiz reklam ve tanıtım, pazar alanının elverişsizliği gibi sebeplerden dolayı bilinirliğinin ve tercih edilme oranının düşük olduğu yönünde yanıtlar vermiştir.

Şekil 5.

Adana Yeryüzü Pazarı'nın Tanınırlığı



Araştırma Alanına Ait Fotoğraflar

Araştırma esnasında araştırmacı tarafından üreticilerden izin alınarak çekilen fotoğraflar Resim 1’de yer almaktadır.

Resim 1.

Araştırma Alanına Ait Fotoğraflar



Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada Slow Food oluşumu içerisinde yer alan Adana Yeryüzü Pazarı'ndaki üreticiler ile görüşmeler sağlanarak üreticilerin Slow Food ve Yeryüzü Pazarı kavramı hakkındaki görüşlerinin irdelenmesinin ardından Adana Yeryüzü Pazarı'nın Slow Food felsefesi ve ilkeleri çerçevesindeki faaliyetleri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Verilerin toplandığı tarihte pazarda yer alan bütün üreticiler ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiş olup içerisinde buldukları organizasyonun Adana ilinin gastronomi kültürü ve yerel ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasındaki rolü hakkındaki düşüncelerini belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda Adana Yeryüzü Pazarı oluşumunda yer alan tüketicilerin Slow Food hareketinin kavramsal açıdan ilke ve felsefesine hâkim olduğu ve pazar içerisindeki faaliyetlerinde uygulamaya yönelik aksiyonlar aldıkları yönünde çıkarım yapılabilmektedir. Diğer yandan katılımcılar Adana Yeryüzü Pazarı'nda organik ürün, katkısız gıda, temiz ürün, sağlıklı yiyeceklerin satışa sunulması ve satışların aracısız olarak tüketiciye sağlanması açısından semt/yerel pazarlardan ayrıldıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca Adana Yeryüzü Pazarı'nda ile özgü yerli ürünlerin tanıtılması, geleneksel ürünlerin satışının sağlanması, emek yoğun olarak hazırlanan ürünlerin tüketiciyle buluşturulmasının Adana Yeryüzü Pazarı'nın Adana gastronomisine özgü geleneklerin ve ürünlerin korunmasında ve yaşatılmasındaki önemini kanıtlar niteliktedir. Ancak pazar alanının elverişsizliği, yetersiz reklam ve tanıtım, zayıf imaj gibi sebeplerden dolayı Adana Yeryüzü Pazarı'nın bilinirliğinin ve tanınırlığının zayıf olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de yer alan 7' Yeryüzü Pazarı içerisinde daha önce herhangi bir çalışmaya konu olmamış "Adana Yeryüzü Pazarı" araştırma alanı olarak seçilmiştir. Bu nedenle hem üretici hem de tüketici boyutu açısından farkındalık çalışmaları yapılmalıdır. Pazarın daha geniş kitlelere ulaşması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için reklam ve tanıtım çalışmalarına ağırlık verilmelidir. Adana'da yaşayan yerel halkın Slow Food ve Yeryüzü Pazarı oluşumları hakkında kitle iletişim araçları, kitap ve broşürler gibi kaynaklar ile desteklenerek bilgilendirilmesi sağlanmalıdır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Konsept – SNT; Tasarım - SNT; Denetim - FDÖ; Kaynaklar - SNT; Malzemeler - SNT; Veri Toplama ve/veya İşleme - SNT; Analiz ve/veya Yorum - FDÖ; Literatür Taraması - FDÖ; Yazma - FDÖ; Eleştirel İnceleme - FDÖ; Diğer – SNT

Etik Kurul Onayı: Etik kurul onayı Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nda 17.07.2024 tarih ve 08 sayılı toplantısında görüşülmüş olup 2024/298 kodlu araştırmanın yapılması planlanan yerlerden izin alınması koşuluyla yapılmasında etik açıdan bir sakınca bulunmadığına oybirliği ile karar verilmiştir.

Katılımcı Onamı: Çalışmaya katılan katılımcılardan onam alınmıştır. Katılımcılardan, "Yukarıda ayrıntıları belirtilen ve tarafıma aktarılan bu araştırma ile ilgili yapılan tüm bilgilendirmeleri ayrıntılarıyla anlamış bulunmaktayım. Gerek araştırma yürütülürken gerekse yayımlandığında katılımcı kimliğinin gizli tutulacağı konusunda güvence aldım. Ayrıca araştırma sonuçlarının eğitim ve bilimsel amaçlarla kullanımı sırasında kişisel bilgilerin dikkatle korunacağı konusunda bana yeterli güven verildi. Araştırma için yapılacak harcamalarla ilgili herhangi bir parasal sorumluluk altına girmiyorum ve bana herhangi bir ödeme de yapılamayacaktır. Araştırmanın yürütülmesi sırasında herhangi bir sebep göstermeden çekilebilirim. Bu şartlar altında aşağıda adı soyadı yazılı şahsım, araştırmaya gönüllü olarak katılıyorum. Bu formun bir kopyası bana verilecektir." onamı alındıktan sonra görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Çıkar Çatışması: Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazarlar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept - SNT; Design - SNT; Supervision - FDÖ; Resources - SNT; Materials - SNT; Data Collection and/or Processing - SNT; Analysis and/or Interpretation - FDÖ; Literature Search - FDÖ; Writing Manuscript - FDÖ; Critical Review - FDÖ; Other – SNT

Ethics Committee Approval: The ethical committee approval was discussed at the Ankara Hacı Bayram Veli University Ethics Committee meeting dated July 17, 2024, and numbered 08. It was unanimously decided that there is no ethical impediment to conducting the research coded 2024/298, provided that permission is obtained from the planned locations.

Informed Consent: Informed consent was obtained from the participants. Interviews were conducted after obtaining the following consent from the participants: "I fully understand all the information provided to me regarding this research, the details of which are outlined above. I have received assurances that my identity will be kept confidential both during the research and upon publication. Furthermore, I have been given sufficient assurance that my personal information will be carefully protected when the research results are used for educational and scientific purposes. I do not assume any financial responsibility for the expenses incurred for this research, and no payment will be made to me. I may withdraw from the research without giving any reason. Under these conditions, I, the person whose name and surname are written below, voluntarily participate in this research. A copy of this form will be given to me."

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Adana Earth Market. Erişim Tarihi: 05.04.2024, <https://www.fondazione Slow Food.com/en/slow-food-markets/adana-earth-market/>.
- Akarçay, E. (2014). Sınıfıçı farklılaşma ve sınıfıçı bütünleşme biçimi olarak Eskişehir'de orta sınıfın yeme-içme örüntüleri (Yayınlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Aliyeva, N. (2020). *Slow Food hareketinin gastronomi turizminin sürdürülebilirliği ile ilişkisi: Foça örneği* (Tez No: 640916). [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Aliyeva, N., & Kurgun, A. (2020). Slow Food hareketinin gastronomi turizminin sürdürülebilirliği ile ilişkisi: Foça örneği. *Gastroia: Journal of*

- Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 234-251. doi: <https://doi.org/10.32958/gastoria.926470>.
- Ark of Taste. (2025, June 5). <https://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/the-ark-of-taste/>.
- Ballı, E. (2013). *Gastronomi turizmi ve Adana mutfak kültürü*. II. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 206.
- Bentia, D. (2010). *Training tastes: A relation approach to food, taste and the senses* [Doctoral thesis, Lancaster University].
- Berry, M. (2014). *Slow Food in transition: A study of niche development in Stockholm resilience centre*. [Master's thesis, Stockholm University].
- Bucak, T., & Turan, Ö. (2016). Bölge turizmine yeni akımların etkisi: Gökçeada Slow Food örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 11(43), 211-219. doi: <https://doi.org/10.19168/jyu.66409>.
- Chef's Alliance. (2025, June 5). <https://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/slow-food-chefs-alliance/>.
- Çalık, M., & Sözbilir, M. (2014). İçerik analizinin parametreleri. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 39(174). doi: <https://doi.org/10.15390/eb.2014.3412>.
- Earth Markets. (2025, June 5). <https://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/earth-markets/>.
- Enes, E., & Yavuz, G. (2023). Slow Food ve Slow Fashion: Sürdürülebilir yaşamın yeni trendleri. *Art-E Sanat Dergisi*, 16(31), 538-559. doi: <https://doi.org/10.21602/sduarte.1283670>.
- Georgica, G. (2015). The tourist's perception about slow travel a Romanian perspective. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1596-1601. doi: [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00557-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00557-2).
- Gezeroğlu, E. (2013). *STK kampanyalarında medyanın rolü: Slow Food/Fikir Sahibi Damaklar "İstanbul Lüfere Hasret Kalmasın" kampanyasının incelenmesi* (Tez No: 351079). [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Güzeler, N., Koboyeva, F., & Özbek, Ç. (2020). *Food products considered within the scope of Slow Food movement: A case of Adana province*. 3. In International New York Conference on Evolving Trends in Interdisciplinary Research & Practices, New York City, USA.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Mayer, H. & Knox, P. (2006). Slow cities: Sustainable places in a fast world. *Journal of Urban Affairs*, 28(4), 321-334. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9906.2006.00298.x>.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Paksoy, M., & Özdemir, B. (2007). *Yeni bir gıda tüketim alışkanlığı olarak Slow Food (Yavaş Yemek) hareketi*. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 23, 596-1601.
- Paksoy, M., & Özdemir, B. (2014). *Yeni bir gıda tüketim alışkanlığı olarak Slow Food (Yavaş Yemek) hareketi*. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 3(5), 1510-1519.
- Patton, Q. M. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Bütün, M. ve Demir, S. B., Çev.). Pegem Akademi Yayıncılık.
- Petrini, C. (2001). *Slow Food: The case for taste*. Columbia University Press.
- Petrini, C., & Padovani, G. (2012). *Slow Food devrimi* (Ekiz, Ç., Çev.). Sinek Sekiz Yayınevi.
- Simonetti, L. (2012). The ideology of Slow Food. *Journal of European Studies*, 42(2), 168-189. doi: <https://doi.org/10.1177/0047244112436908>.
- Slow Food. (2025, June 5). <https://www.slowfood.com/>.
- Slow Food Adana Hakkımızda. (2025, June 5). <https://www.slowfoodadana.com/hakkimizda/>.
- Presidia. (2025, June 5). <https://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/slow-food-presidia/> adresinden erişildi.
- Yakışıklı, İ. (2022). *Slow food- yavaş yemek hareketi ve sürdürülebilir beslenme*. Yeni İnsan Yayınevi.