



Araştırma Makalesi (Research Article)

TÜRKİYE'DE YAZILI MEDYADA SOKAK LEZZETLERİ (STREET FOODS IN PRINTED MEDIA IN TURKEY)

Eren ALTUNBAĞ^{1*} (orcid.org/ 0000-0001-5696-9775)

Hakan YILMAZ² (orcid.org/ 0000-0002-8512-2757)

¹Istanbul Aydın University, Anatolian Bil Vocational School, Istanbul, Turkey

²Anadolu University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir, Turkey

Özet

İnsanoğlunun yeme içme ihtiyacı çevresel ve kültürel faktörlerden etkilenmektedir. Yeme içme ihtiyacını giderme şekli kültürler ve ülkelere göre çeşitlilik göstermektedir. Tarih boyunca insanlar yeme-içme ihtiyacını farklı yollarla gidermektedir. Sokak lezzetleri bu ihtiyacı karşılamak için eski çağlarından bu yana toplumsal yaşamda bulunmaktadır. İnsanların bir arada yaşayamaya başlaması ticaretin toplumsal hayat içerisinde adapte olması "sokak lezzetleri" ve "sokak satıcıları" gibi kavramları insan hayatına kazandırmaktadır. Çalışmada sokak lezzetlerinin Türk yazılı medyasındaki yansımaları, haberlerin teknik ve gastronomik anlamda ne şekilde işlendiğinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Amaç doğrultusunda 2000-2018 (ilk 6 ayı) yıllarında yayınlanan 1.040 ulusal gazete ve gazete eki haberini kapsamaktadır. Haberler içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlardan sokak lezzetlerinin daha çok ulusal gazete eklerinde ve hafta sonu yayınlandığı, ilk sayfalarda yer almadığı ve ana tema olarak işlenmediği görülmüştür. Sokak lezzetleriyle ilgili etkinliklerin haber sayısına etki ettiği ancak sokak lezzetleriyle ilgili haberlerin sistematik bir işlenişinin olmadığı gibi bulgular elde edilmiş ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Sokak lezzetleri, Kitle iletişim araçları, İçerik analizi, Gazete.

Abstract

Human needs for food and drink are influenced by environmental and cultural factors. How to eliminate the need for food and drink varies according to cultures and countries. Throughout history, people have met the need for food and drink in different ways. Street tastes have been a part of social life since ancient times to meet this need. The fact that people began to live together and the adaptation of trade in public life brought concepts such as "street tastes" and "street vendors" into human life. The aim of the study is to examine how street tastes are processed in Turkish written media and how news is processed in technical and gastronomic terms. For the purpose, the study covers 1,040 national news in the newspapers and newspaper supplements published in 2000-2018 (first 6 months). The news was examined using the content analysis method. From the results, Street tastes were mostly published in national newspaper supplements and over the weekend, did not appear on the front pages and were not treated as the main theme. Results were obtained and various suggestions were made, as street-related activities affected the number of news, but there was no systematic processing of street-related news.

Keywords: Street food, mass media, content analysis, newspaper.

* Sorumlu yazar: erenaltunbag@aydin.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2021.84