

GIDA İSRAFININ MEDYADAKİ SUNUMU: ÇERÇEVELEME KURAMI BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME

MEDIAJ

Uluslararası Medya ve İletişim

Araştırmaları Hakemli Dergisi

2025; 8(2): 422-444

DOI: 10.33464/mediaj.1755097

HİCABİ ARSLAN¹, MELİSA KAYGISIZ²

Öz

Günümüz dünyasında gıda israfı, çevresel, ekonomik ve sosyal açıdan küresel ölçekte ciddi sorunlara yol açmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda bu israfın önlenmesi giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu bağlamda medya, yalnızca bilgi aktaran bir araç değil, aynı zamanda kamuoyunun algısını şekillendiren güçlü bir toplumsal aktör olarak öne çıkmaktadır. Medyanın, gıda israfı konusunu nasıl sunduğu ve hangi temalar üzerinden çerçevelediği, kamuoyunun bu sorunu nasıl algıladığını büyük ölçüde belirlemektedir. Bu çalışmanın amacı, gıda israfı ile ilgili haberlerin medya söylemi içinde nasıl yapılandırıldığını, hangi çerçevelerin öne çıkarıldığını analiz etmektir. Bu doğrultuda, çalışmanın teorik altyapısı Çerçeveleme Kuramı'na dayanmaktadır. Özellikle, haber içeriklerinin hangi bağlamlarda üretildiği ve hangi çerçevelerin ön plana çıktığı sorularına odaklanılmıştır. Araştırma kapsamında, Google News platformunda yayımlanan ve en çok tıklanan ilk 100 haber içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda, haberlerde gıda israfının en sık çevresel çerçeve ile sunulduğu, bunu ekonomik ve sağlık odaklı çerçevelerin izlediği görülmüştür. Bu bulgu, medyanın gıda israfı sorununu çevresel etkiler üzerinden çerçeveleme eğiliminde olduğunu ve bu yolla kamuoyu algısını yönlendirdiğini göstermektedir. Çalışma, gıda israfı konusunun medyadaki temsiline ilişkin mevcut literatüre güncel ve sistematik bir bakış sunarak, medyanın kamuoyu üzerindeki etkisini görünür kılmakta ve gelecekte yapılacak politika ve farkındalık çalışmalarına yönelik önemli bir temel oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Medya, Gıda İsrafı, Kamuoyu, Çerçeveleme Kuramı, Medya Çerçeveleri

HİCABİ ARSLAN¹

Dr.Öğr.Üyesi

Adnan Menderes Üniversitesi

harslan@adu.edu.tr<https://orcid.org/0000-0001-9424-7722>MELİSA KAYGISIZ²

Yüksek Lisans Öğrencisi

Adnan Menderes Üniversitesi

melisakaygisiz02@gmail.com<https://orcid.org/0009-0000-4441-182X>

Geliş Tarihi: 31.07.2025 **Kabul Tarihi:** 26.09.2025 **Yayın Tarihi:** 27.10.2025

Atıf/Citation: ARSLAN, H. & KAYGISIZ, M. (2025) Gıda İsrafının Medyadaki Sunumu: Çerçeveleme Kuramı Bağlamında Bir Değerlendirme, *MEDIAJ*, 8(2), 422-444. DOI: 10.33464/mediaj.1755097

PRESENTATION OF FOOD WASTE IN THE MEDIA: AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF FRAMING THEORY

MEDIAJ

*International Peer-Reviewed Journal of
Media and Communication Research*

2025; 8(2): 422-444

DOI: 10.33464/mediaj.1755097

HİCABİ ARSLAN¹, MELİSA KAYGISIZ²

ABSTRACT

In today's world, food waste causes serious problems on a global scale in environmental, economic and social terms. Preventing this waste is becoming increasingly important in line with sustainable development goals. In this context, the media is not only a tool for conveying information but also emerges as a powerful social actor that shapes public perception. How the media presents the issue of food waste and the themes it frames it around largely determines how the public perceives this problem. The aim of this study is to analyse how news stories related to food waste are structured within media discourse and which frames are emphasised. In this regard, the theoretical framework of the study is based on Framing Theory. In particular, it focuses on the questions of in which contexts news content is produced and which frames come to the fore. Within the scope of the research, the top 100 most clicked news items published on the Google News platform were analysed using content analysis methods. The analysis revealed that food waste was most frequently presented in the media within an environmental frame, followed by economic and health-focused frames. This finding indicates that the media tends to frame the issue of food waste through its environmental impacts, thereby shaping public perception. The study provides an up-to-date and systematic overview of the existing literature on the representation of food waste in the media, highlighting the media's influence on public opinion and establishing an important foundation for future policy and awareness-raising initiatives.

Keywords: Media, Food Waste, Public Opinion, Framing Theory, Media Frames

HİCABİ ARSLAN¹

Asst. Prof. Dr.

Adnan Menderes University

harslan@adu.edu.tr<https://orcid.org/0000-0001-9424-7722>MELİSA KAYGISIZ²

Graduate Student

Adnan Menderes University

melisakaygisiz02@gmail.com<https://orcid.org/0009-0000-4441-182X>

Received Date: 31.07.2025 **Accepted Date:** 26.09.2025 **Published Date:** 27.10.2025

Atıf/Citation: ARSLAN, H. & KAYGISIZ, M. (2025) Gıda İsrafının Medyadaki Sunumu: Çerçeveleme Kuramı Bağlamında Bir Değerlendirme, *MEDIAJ*, 8(2), 422-444. DOI: 10.33464/mediaj.1755097

GİRİŞ

Son yıllarda teknolojik gelişmeler, sanayileşme, eğitim düzeyinin yükselmesi ve ekonomik-sosyal refahın artması, bireylerin gıdaya ve sağlıklı beslenmeye yönelik ilgisini önemli ölçüde artırmıştır. Bu gelişmeler, “bilinçli beslenme” kavramının toplumsal gündemde daha görünür hale gelmesini sağlarken, medya içeriklerinde gıdayla ilgili haberlerin sayısında da belirgin bir artışa neden olmuştur. Ancak bu ilginin paradoksal bir sonucu olarak, insan tüketimi için üretilen gıdaların yaklaşık üçte biri israf edilmekte ya da kayba uğramaktadır. Bu durum, dünya genelinde yaklaşık 800 milyon insanın yeterli besine ulaşamamasıyla keskin bir çelişki yaratmaktadır (Hanson & Mitchell, 2017).

Dünya nüfusunun sürekli artması ve doğal kaynakların sınırlı olması, mevcut gıda sistemlerinin sürdürülebilirliğini tehdit etmekte ve bu sistemlerin yeniden yapılandırılmasını zorunlu kılmaktadır (Kurt vd., 2020). Gıda israfının çevresel etkileri de dikkate değerdir; doğal ve ekolojik dengenin bozulmasıyla birlikte artan sera gazı emisyonları, küresel ısınmayı tetiklemekte ve sürdürülebilirlik açısından ciddi sorunlara yol açmaktadır. Üretimden tüketime kadar olan süreçte meydana gelen kayıplar; hasat sırasında, taşıma, depolama ve satış aşamalarında yaşanan ezilme, bozulma ve çürüme gibi etkenlerle ilişkilidir.

Gıda kaybı ve israfı, sadece ekonomik değil, aynı zamanda kültürel alışkanlıklar, yönetim politikaları, demografik yapı, teknolojik gelişmeler ve endüstri süreçlerinden de etkilenmektedir (Quested vd., 2011). Üretilen gıdaların kaybı, bu gıdaların üretiminde kullanılan su, toprak, enerji, iş gücü ve ekonomik kaynakların da israfı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla gıda israfı, yalnızca bireysel ya da ulusal düzeyde değil, küresel ölçekte çözülmesi gereken çok boyutlu bir sorundur.

Mevcut literatürde gıda israfı konusunu farklı boyutlarıyla ele alan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin, bazı çalışmalar gıda israfı ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi bibliyometrik yöntemlerle inceleyerek bu alandaki akademik üretim eğilimlerini ortaya koyarken (Şahin, 2025), bazıları ise gıda israfının çeşitli sosyoekonomik değişkenlerle ilişkisini analiz ederek politika önerileri geliştirmeye odaklanmıştır (Dilekoğlu & Ateş, 2022).

Buna karşın bu araştırma, gıda israfı konusunu medya söylemi bağlamında ele almasıyla söz konusu çalışmalardan ayrılmaktadır. Çalışmada, Google News platformunda en çok tıklanan haberlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi yoluyla, gıda israfının

medyada hangi çerçeveler üzerinden sunulduğu ve kamuoyu algısının nasıl şekillendirildiği analiz edilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma, önceki araştırmalardan farklı olarak gıda israfını akademik üretim haritası veya sosyoekonomik değişkenler üzerinden değil, medya temsili ve çerçeveleme kuramı perspektifinden değerlendirmektedir. Bu noktada, medyanın gıda israfı konusundaki rolü kritik bir öneme sahiptir. Geniş kitlelere ulaşma gücü sayesinde medya, gıda israfı konusunda farkındalık oluşturma potansiyeline sahipken, bu konunun haber gündeminde yeterince kapsamlı ve derinlikli şekilde yer bulmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın temel problemi, Türkiye’deki çevrim içi haber sitelerinin gıda israfı konusunu nasıl çerçevelediği ve bu çerçevelerin kamuoyu algısını hangi yönlerden etkilediğidir. Özellikle dijital medya ortamlarında, algoritmaların ve tıklanma sayılarının ön plana çıkardığı içeriklerin hangi tematik çerçevelerle sunulduğu hem medyanın gündem belirleme işlevini hem de bireylerin bu konuda geliştirdiği farkındalık düzeyini anlamak açısından önemlidir. Bu çerçevede çalışma, medyanın gıda israfı sorununu yalnızca çevresel ya da ekonomik yönleriyle mi ele aldığını; yoksa sağlık, güvenlik ve politik boyutları da içeren daha bütüncül bir yaklaşımla mı sunduğunu sorgulamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Google News platformunda yer alan gıda israfı temalı en çok tıklanan ilk 100 haberi çerçeveleme kuramı bağlamında analiz ederek, medyanın bu konuyu hangi boyutlarda ele aldığını (çevresel, ekonomik, sağlık, güvenlik, politik vb.) ortaya koymaktır. Ayrıca, medyada gıda israfına dair sorumluluğun kimlere yüklendiği ve bu haberlerin kamuoyunun konuya yönelik algısını nasıl etkilediği de araştırmanın odak noktaları arasındadır. Bu araştırma, medyanın gıda israfı algısını nasıl inşa ettiğini anlamaya yönelik özgün bir katkı sunmayı amaçlamakta; medya içeriği ve çerçeveler üzerinden toplumsal farkındalık oluşturulmasına yönelik stratejilerin geliştirilmesine zemin hazırlamaktadır. Çalışmanın kapsamı Google News platformunda yayınlanan en çok tıklanan ilk 100 haber ile sınırlıdır. Araştırmada, içerik analizi yöntemi benimsenmiş, çerçeveleme kuramı teorik çerçeve olarak kullanılmıştır. Bu doğrultuda çalışma şu sorulara yanıt aramaktadır:

1. Medya, gıda israfı konusunu haber içeriklerinde nasıl sunmaktadır?
2. Gıda israfı haberleri, medya tarafından hangi tematik çerçeveler aracılığıyla yapılandırılmaktadır?

Bu sorulara verilecek yanıtlar, medya ve sürdürülebilirlik ilişkisini anlamlandırmak açısından önemli bir zemin sunacaktır.

Medya Söyleminin Analizinde Kuramsal Temel: Gündem Belirleme ve Çerçeveleme Kuramı

Gündem belirleme kuramına göre medya, izleyicilere doğrudan ne düşüneceklerini söylemez; bunun yerine, hangi konular üzerinde düşünmeleri gerektiğini belirler. Kitle iletişim araçları, bazı meseleleri seçerek bu konuları sıklıkla ve öne çıkararak sunar. Bu seçicilik süreci, kamusal farkındalığın ve önceliklerin şekillenmesinde kritik bir rol oynar. Bu bağlamda, medyada sıkça yer bulan konular, izleyiciler tarafından daha önemli ve öncelikli olarak algılanma eğilimindedir.

Gündem belirleme kuramına ilişkin ilk ampirik çalışma, McCombs ve Shaw tarafından 1968 ABD başkanlık seçimleri sırasında gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma, kitle iletişim araçlarının seçmen davranışları üzerindeki etkilerini incelemiş ve özellikle kararsız seçmenler üzerindeki etkilenme düzeyine odaklanmıştır (Agee, Ault & Emery, 1985, akt., Yaylagül, 2014, s. 78).

Çalışmanın temel bulguları, medyada öne çıkarılan konuların kamuoyunun konu önceliklerini belirlemede önemli bir işlev gördüğünü ortaya koymuştur. Gündem belirleme kuramı, medyanın hangi olayları ön plana çıkardığı, bu olaylara ne sıklıkla ve hangi bağlamda yer verdiği üzerinden kamuoyunun algılarını ve öncelik sıralamasını biçimlendirdiğini savunur (McCombs, 2004). Bu kurama göre medya, yalnızca haber sunmakla kalmaz; aynı zamanda toplumsal gündemin çerçevesini çizerek bireylerin hangi konular üzerinde düşünmesi gerektiğini belirlemede önemli bir etkiye sahiptir.

Bu süreçte medyanın işlevi, bilgiyi aktarmaktan çok daha fazlasını içerir; medya, toplumun neyi önemli bulacağını yapılandıran bir filtre görevi görmektedir. Bu bağlamda gündem belirleme, en genel tanımıyla “gündem kurma süreci” olarak adlandırılmakta ve üç temel aktör olan medya, kamuoyu ve siyaset etrafında şekillenmektedir (Atabek, 2012, s. 164). İnternet, sosyal medya ve diğer çevrim içi platformlar, bireylerin günlük yaşamlarında hızla yer edinmiş ve bilgiye erişim biçimlerini köklü biçimde dönüştürmüştür. Bu dijital dönüşüm, bireylerin haber kaynaklarını çeşitlendirmiş ve medya, kamuoyu ile siyaset gündemlerinin artık yalnızca geleneksel mecralarda değil, farklı dijital platformlarda da şekillenmesine neden olmuştur. Ancak bu gelişmeyle birlikte, bir kişinin tüketebileceğinden çok daha fazla haber ve bilginin üretilmesi; medya ortamının karmaşık, çok sesli ve hızla değişen bir yapıya dönüşmesine yol açmıştır. Bu yoğunluk ve dağınıklık, bilgiye erişimi kolaylaştırmakla birlikte, bireylerin hangi konulara odaklanacağına dair yönlendirme işlevini

zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, medyada yaşanan aşırı bilgi yüklemesi ve iletişim ortamlarının parçalı yapısı, geleneksel Gündem Belirleme Kuramı'nın sınırlılıklarını gözler önüne sermiştir (Guo & Vargo, 2015, s. 569).

İkinci düzey gündem belirleme yaklaşımı ise medya içeriklerinde yalnızca hangi konuların öne çıktığını değil, bu konuların hangi yönleriyle, nasıl bir anlatımla sunulduğunu da incelemeye odaklanır. Bu bağlamda, birinci düzey gündem belirlemenin “ne hakkında düşünmeliyiz” sorusuna yanıt verdiği kabul edilirken, ikinci düzey gündem belirleme ise “nasıl düşünmeliyiz” sorusunu gündeme getirir (McCombs & Valenzuela, 2007, s. 47). Özellikle kişilere, olaylara ya da kurumlara dair belirli özelliklerin medyada sistematik biçimde vurgulanması, kamuoyunda belirli imajların ve algıların oluşmasına zemin hazırlar. Bu nedenle ikinci düzey gündem belirleme, çerçeveleme kuramıyla da kavramsal bir kesişim içerisindedir ve birçok araştırmacı tarafından bu iki yaklaşımın sentezinden türediği ifade edilmektedir (Besova & Cooley, 2009). Bu bağlamda, yalnızca hangi konuların gündeme taşındığı değil, bu konuların hangi çerçevede sunulduğu da kamuoyu algısının şekillenmesinde belirleyici bir unsur haline gelmiştir. Bu noktada, haber içeriklerinin sunulduğu biçimine odaklanan çerçeveleme (framing) kuramı, gündem belirleme yaklaşımını tamamlayıcı bir perspektif sunmaktadır. Çerçeveleme kavramı, gündem belirleme geleneğiyle ilişkili olmakla birlikte, yalnızca hangi konuların öne çıkarıldığını değil, aynı zamanda bu meselelerin medyada nasıl anlamlandırıldığını ve sunulduğunu da inceleyerek araştırma alanını derinleştirir (Davie, 2011).

Çerçeveleme teorisi, sosyolog Erving Goffman'ın çalışmalarıyla temellendirilmiş ve medya araştırmalarında önemli bir yer edinmiştir. Bu teori, medyanın bilgiyi sadece iletmekle kalmayıp, onu belirli bir yapı ve bağlam içinde sunarak izleyicilerin algı ve yorumlarını şekillendirdiğini savunur. Çerçeveler, haber içeriklerine anlam kazandıran düzenleyici yapılar olarak işlev görür; yani olayların ya da sorunların sadece öne çıkarılmasıyla değil, nasıl sunulduğu ve hangi bağlamda aktarıldığıyla da ilgilenir (Fiveable, 2025). Bu çerçeveleme, medyanın sunduğu çerçeveler ile bireylerin önceden sahip oldukları bilgi ve tutumlar arasındaki etkileşimi temel alarak, haberlerdeki olay ve konuların nasıl algılanıp değerlendirileceğini biçimlendirebilir (Erdoğan, 2014, s. 36).

Tüketim Kültürü ve Gıda İsrafı

Tüketim toplumu kavramı, günümüz toplumlarının en belirgin özelliklerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Toplumsal yapı, kültürel dinamikler ve birey arasındaki etkileşim içinde tüketim, çağdaş yaşamın temel belirleyicisi haline gelmiştir. Kapitalist sistem, zamanla üretim odaklı bir yapıdan uzaklaşarak, ihtiyaçların karşılanmasından çok yaratılmasına dayanan tüketim merkezli bir toplumsal düzene evrilmiştir. Bu dönüşümle birlikte medya ve reklam endüstrisi, bireylerin gerçek ihtiyaçlarının yerini alan yapay istekler üretmeye başlamış; insanlar ise ürünleri işlevselliklerinden ziyade taşıdıkları sembolik anlamlar ve sosyal statü göstergeleri için tüketir hale gelmiştir (Demirzen, 2010, s. 103). Nesneler, tüketime rastgele sunulmaz. Bazen düzensizlik taklidi yapsalar da genellikle satın almayı yönlendirecek şekilde düzenlenirler. Giysiler, aletler ve bakım ürünleri, tüketicuyu bir üründen diğerine yönlendirerek zincirleme alışverişi tetikler. Bu süreç, mal bolluğundan kaynaklanan sahip olma isteğinden farklı olarak, planlı bir satın alma davranışı yaratır (Baudrillard, 2024, s. 18).

İnsanlık tarihi boyunca tüketim, yaşamı sürdürmenin temel bir aracı olmuştur; ancak zamanla bu eylem, sadece temel ihtiyaçları karşılamanın ötesine geçerek, toplumsal ve kültürel bir nitelik kazanmıştır. Tarım toplumlarında insanlar yalnızca kendi ihtiyaçlarına yetecek kadar üretim yaparken, sanayi devrimiyle birlikte üretim fabrikalara kaymış, tüketim ise giderek yaygınlaşmıştır. Günümüzde ise tüketim, yalnızca bireysel tatmini değil, aynı zamanda statü, kimlik ve aidiyet gösterme biçimine dönüşmüştür. Ancak bu sınırsız tüketim alışkanlığı beraberinde çevresel yıkımı da getirmektedir (Çelik & Küçük, 2020, s. 3). Moda, hız ve konfor uğruna sürekli yenilenen ürünler kısa sürede atığa dönüşmekte; doğa, bu tüketim yükünü taşıyamaz hale gelmektedir. Küresel ısınma, su kaynaklarının tükenişi ve ekosistemin bozulması, insanın doğayla kurduğu dengesiz ilişkinin sonuçlarıdır. Ne yazık ki insanlar, doğanın da bir sınırı olduğunu unutarak, tüketirken aslında kendi varlıklarını da tüketmektedirler.

Yoğun tüketim olgusunun temel unsurlarından biri olan gıda tüketimi, özellikle 21. yüzyılda toplumsal açıdan farklı bir anlam kazanmıştır. Tarihsel olarak yalnızca temel bir ihtiyaç olarak görülen gıda, 20. yüzyılın sonlarına doğru artık yalnızca açlığı gidermekle sınırlı kalmamış; daha sık, bol ve keyfi tüketilen bir unsura dönüşerek, tüketim kültürünün süreklilik gösteren bir parçası haline gelmiştir (Akkoç, 2017, s. 575). Tüketici davranışları ve bu davranışları şekillendiren unsurlar, pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde ve satışın

artırılmasında temel bir rol oynar. Bir ürün ya da hizmetin etkili bir şekilde sunulabilmesi için, tüketiciyi etkileyen dinamiklerin dikkate alınması, satın alma sürecini etkileyen unsurların doğru anlaşılması ve bu sürecin detaylı şekilde analiz edilmesi gereklidir (Kızılaslan & Kızılaslan, 2008, s. 68). Bu yaklaşım hem işletmenin sürdürülebilirliği hem de müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından büyük önem taşır.

Reklam, tüketim toplumunun her anını kuşatan, görünmez ama sürekli yankılanan bir çağrı gibidir; sokakta, ekranda, sosyal medyada, kısacası hayatın her alanında karşımıza çıkar. Bu sistemde reklam yalnızca bir tanıtım aracı değil, aynı zamanda tüketimin sürekliliğini sağlayan güçlü bir ideolojik araçtır. Reklamlar, bir yandan üretim çarkını döndüren işçinin sisteme entegre olmasını sağlarken, diğer yandan bireyin yabancılaşmasını da pazarlanabilir bir hale getirir (Senemoğlu, 2017, s. 77-78). Böylece reklamcılık, bireyin yaşadığı sorunları tüketime yönlendirerek yeniden sisteme bağlanmasını sağlar ve tüketimin temel işlevi olan bu döngüyü kesintisiz biçimde sürdürür.

Bu yoğun tüketim kültürünün en görünür ve aynı zamanda en dramatik sonuçlarından biri de gıda israfıdır. Tüketimin sadece ihtiyaçlara değil, arzulara ve reklamsal yönlendirmelere göre şekillenmesi, bireyleri ihtiyaç duyduklarından fazlasını satın almaya teşvik etmektedir. Raf ömrü dolmadan çöpe atılan yiyecekler, sırf estetik kriterlere uymadığı için elenen tarım ürünleri ve toplu tüketim alanlarında oluşan artıklar, gıda israfının yalnızca bireysel değil, sistemsal bir boyuta ulaştığını göstermektedir. Oysa bir yanda milyarlarca ton gıda çöpe giderken, diğer yanda milyonlarca insan açlıkla mücadele etmektedir. Gıda, tüketim nesnesine indirgenerek değerini yitirirken, bu israf yalnızca ekonomik kayıplara değil, aynı zamanda ekolojik bir krize de yol açmaktadır. Tarımda kullanılan su, enerji ve emek gibi kaynakların heba olması, doğanın üzerindeki baskıyı artırmakta; bu da gıda israfını sadece etik bir sorun değil, aynı zamanda çevresel ve toplumsal sürdürülebilirlik açısından ciddi bir tehdit haline getirmektedir.

Gıda İsrafının Çevresel Boyutu

Dünya nüfusunun artması, gıda üretimine olan talebi artırmakta ve bu artış, kaçınılmaz olarak gıda israfının da yükselmesine neden olmaktadır (Leta, Adeyemi ve Fawole, 2024, akt., Şahin, 2025). İsraf, ihtiyaçtan fazla ve gereksiz tüketim yoluyla kaynakların bilinçsizce harcanması anlamına gelmektedir. Gıda israfı ise, üretilen gıdaların bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde tüketilmeden atılmasıdır. Bu durum, tarla aşamasından

tedarik zincirine, satış noktalarından ev içi tüketime kadar uzanan süreçte gıdanın bozulması, kaybolması ya da tüketilemeyecek hale gelmesiyle ortaya çıkmaktadır. Dünya genelinde her yıl israf edilen gıdaların toplam gıda kaynaklarının üçte birini oluşturması, yalnızca kaynak kaybına değil, aynı zamanda çevresel tahribata da yol açarak sürdürülebilir kalkınma çabalarını tehdit etmektedir (Şahin, 2025, s. 942).

Gıda kaybı ve israfının nedenleri; hatalı planlama, gereğinden fazla gıda satın alma, pişirme sürecindeki hatalar, endüstriyel işleme aşamasındaki teknik aksaklıklar, yönetimsel ve finansal yetersizlikler ile tüketici davranışlarındaki bilinçsiz tutumlar şeklinde sınıflandırılabilir (Aksoy & Şanlı, 2023, s.14). Gıda kaybı ve israfı, yalnızca küresel gıda güvencesini artırma açısından kaçırılmış bir fırsat değil, aynı zamanda çevresel kaynakların gereksiz yere tüketilmesine neden olan ciddi bir sorun olarak değerlendirilmektedir (Aday & Aday, 2021, s.294). Gıda tedarik zincirindeki israf ve kaybın nedenlerini ortaya koymaya yönelik araştırmalar giderek artmaktadır. Elde edilen ilk bulgular; demografik ve psikolojik etkenler, bilinç eksikliği, düşük motivasyon, kavramsal belirsizlikler, uygun olmayan saklama koşulları ve hatalı satın alma alışkanlıklarının bu sürece önemli ölçüde katkı sağladığını ortaya koymaktadır (Tekiner vd., 2021, s.125).

Gıda, insan yaşamının sürdürülebilmesi açısından temel bir gerekliliktir. Ancak bu gıdaların üretim süreçleri sırasında ortaya çıkan atıklar, çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Öte yandan, bireylerin tükettikleri gıdaların yenmeyen kısımları da evsel atık olarak çöplere gitmekte ve bu durum, yeni çevresel sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bu bağlamda, gıdaya ilişkin çevresel etkiler hem üretim hem de tüketim aşamalarında değerlendirilmelidir. Gıda atıklarının çevresel etkilerini bütüncül bir yaklaşımla ele almak, sürdürülebilir çevre politikaları açısından kritik öneme sahiptir (Akyurt, 2024, s. 100).

Azalan doğal kaynaklar karşısında küresel ekonomik büyümeyi sürdürülebilir kılmak adına, üretim ve tüketim süreçlerinin sürdürülebilir ilkelere dayandırılması büyük önem taşımaktadır (Lanjekar vd., 2024). Sürdürülebilirlik, ekolojik sistemlerin işleyişini, süreçlerini ve üretkenliğini uzun vadeli olarak koruma kapasitesine dayanmaktadır (Yavuz, 2010, s.64). Artık bilim insanları ve politika yapıcılar arasında, çevresel kaynakların insan faaliyetleri sonucunda tükenme sınırına geldiği yönünde ortak bir anlayış mevcuttur (Turner, 2008, s. 397). Bu çerçevede sürdürülebilirlik, çevresel kaynakların yalnızca kullanımını değil, doğanın kendini yenileyebilme kapasitesini gözeten bir yönetimi zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda,

sürdürülebilirliğin yalnızca kaynak kullanımını sınırlamakla değil, aynı zamanda mevcut atıkları verimli biçimde yeniden değerlendirmekle de ilgili olduğu unutulmamalıdır. Yenilikçi ve sürdürülebilir çözümlerden biri olarak, gıda atıklarının geri dönüştürülmesi; hem istikrarlı ekosistemlerin korunmasına katkı sağlamakta hem de dairesel ekonomi modelinin uygulanabilirliğini güçlendirmektedir.

Gıda İsrafının Medyadaki Temsili ve Dijital Haber Platformları

İnsanoğlunun yaşamını sürdürebilmesi için temel gereksinimlerinden biri olan gıda tüketimi, tarihsel süreç içerisinde artarak çeşitlenmiş ve yalnızca biyolojik bir ihtiyaç olmaktan çıkarak toplumsal bir pratik hâline gelmiştir. Gelişen teknoloji, küreselleşme, dijitalleşme ve kültürel dönüşümler, tüketim kalıplarını köklü biçimde değiştirmiş; bireylerin gıdaya yaklaşımını yalnızca beslenme üzerinden değil, aynı zamanda kimlik inşası, statü göstergesi ve yaşam tarzı temsili olarak da şekillendirmiştir. Bu dönüşüm, özellikle reklamcılık pratiklerinin etkisiyle ve sosyal medya gibi dijital mecraların yönlendirici gücüyle daha da belirginleşmiş; gıda tüketimi giderek daha estetik, gösterişli ve planlanmamış biçimlerde sunulur hâle gelmiştir (Gemeç & Gürbüz, 2022, s. 165). Tüm bu etkenler, gıda israfının artışında önemli bir rol oynamış ve israfı bireysel tercihlerin ötesine taşıyarak toplumsal ve yapısal bir sorun hâline getirmiştir.

Gıda israfı sadece bireylerin bilinçsiz tüketimiyle değil, aynı zamanda üretim-tüketim zincirindeki sistemsal aksaklıklar, plansızlık ve medya temsilleri aracılığıyla da körüklenmektedir. 2017 itibarıyla yaklaşık 821 milyon insanın kronik açlık ve yetersiz beslenme sorunu yaşadığı gerçeğiyle karşılaştırıldığında, israf edilen gıdanın miktarı hem ahlaki hem de kalkınma açısından küresel bir çelişki oluşturmaktadır (Demirci & Çal, 2023, s. 31). Bu noktada medya araçları hem tüketim alışkanlıklarını yönlendirme hem de gıda israfına dair toplumsal algıyı inşa etme gücüyle öne çıkmaktadır. Özellikle televizyon, sosyal medya ve dijital platformlar, kimi zaman gıdayı estetikleştiren, aşırı tüketime özendiren ve israfı meşrulaştıran içerikler sunarken; kimi zaman da farkındalık kampanyaları, belgeseller ve haber içerikleriyle bu sorunun çözümüne yönelik bilinç yaratabilmektedir.

İnternetin ve dijital teknolojilerin gelişimi hem toplumsal yaşamı hem de medyanın yapısal dinamiklerini değiştirerek, haberlerin artık daha hızlı, daha geniş kitlelere ulaşabilir ve daha fazla etkileşimli biçimde üretilip paylaşıldığı bir medya düzeni oluşturmuştur (Aslan & Dingin, 2025, s. 42). Gelişen dijital teknolojiler, haberciliğin işleyişini yeniden

şekillendirerek medya içeriklerinin dijital platformlara uygun hâle gelmesini sağlamaktadır (Kaygısız & Dingin, 2025, s. 48). Bu çerçevede, Google News gibi dijital platformlar, tematik kategoriler altında haberleri sınıflandırarak, kullanıcılara hızlı, organize ve filtrelenmiş bir haber akışı sağlamaktadır. Google News, yalnızca bir haber erişim aracı olmaktan öte, medya söylemlerinin analizinde önemli bir akademik kaynak işlevi görmektedir. Platformun sunduğu geniş haber yelpazesi ve yüksek kullanıcı etkileşimi, çevresel krizler, doğal afetler ve gıda israfı gibi küresel önemdeki konuların medyada nasıl çerçevelendiğini incelemek açısından zengin bir veri havuzu sunmaktadır. Bu nedenle Google News, medya söylemlerinin sistematik olarak analiz edilmesine olanak tanıyan yapısıyla, medya çalışmaları ve toplumsal farkındalık araştırmaları için stratejik bir inceleme alanı teşkil etmektedir.

Sonuç olarak, gıda israfının artışında hem tüketim kültürü hem de medya içerikleri belirleyici rol oynamaktadır. Dijital haber platformlarının etkisi, yalnızca bilgiyi yaymakla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda kamuoyunun algısını, davranışlarını ve çözüm arayışlarını da doğrudan şekillendirmektedir. Bu nedenle gıda israfı gibi küresel sorunların medya ve dijital platformlar üzerinden nasıl temsil edildiğini incelemek, toplumsal farkındalık oluşturma, etik sorumluluk geliştirme ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarını teşvik etme açısından kritik bir önem taşımaktadır.

Yöntem ve Araştırma Tasarımı

Bu araştırma, dijital habercilik ortamında gıda israfı konusunun medyada nasıl çerçevelendiğini incelemeyi amaçlayan nitel bir içerik analizi çalışmasıdır. Temel hedef, Türkiye'deki çevrim içi haber sitelerinde yayımlanan haberlerde gıda israfının hangi temalar etrafında sunulduğunu, hangi haber çerçevelerinin baskın olarak kullanıldığını ve bu çerçevelerin kamuoyu algısı üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmektir. Çalışma, çerçeveleme kuramı temelinde yapılandırılmış olup haber metinlerinin toplumsal anlam üretim süreçlerine nasıl katkıda bulunduğunu analiz etmeyi hedeflemektedir.

Araştırmanın örneklemini, Google News platformu üzerinden “gıda israfı” anahtar kelimesiyle yapılan tarama sonucunda elde edilen ve tıklanma sayılarına göre sıralanmış en çok okunan ilk 100 haber oluşturmaktadır. Google News’ün tercih edilme nedeni, dijital haberciliğin güncel eğilimlerini yansıtması, geniş kullanıcı kitlesi aracılığıyla kamuoyunun gündemini etkileme gücüne sahip olması ve haber içeriklerinin tematik olarak kategorize

edilebilmesine imkân tanıyan bir yapıya sahip olmasıdır. Bu bağlamda, analiz edilen haberler hem içerik üreticilerinin gündem tercihini hem de kullanıcıların ilgi düzeyini yansıtan uygun bir örneklem sunmaktadır.

Araştırma süreci nitel araştırma yöntemiyle yürütülmüş; veri toplama tekniği olarak ise nitel içerik analizi benimsenmiştir. Bu kapsamda, haber metinleri dikkatle okunarak sistematik bir kodlama süreci uygulanmış ve metinlerin anlam yapısı, kullanılan tematik çerçeveler doğrultusunda çözümlenmiştir. Çerçeveleme kuramı, haberlerin yalnızca bilgi aktaran araçlar değil, aynı zamanda belirli bir bakış açısı ve anlam yapısı sunan söylemsel kurgular olduğunu öne sürmektedir. Bu kuramsal perspektiften hareketle, haberlerde hangi anlam örgülerinin baskın olduğu ve bu yapıların okuyucuda nasıl algısal etkiler yarattığı incelenmiştir. Kodlama sürecinde her haber metni, beş ana çerçeve temelinde değerlendirilmiştir. Bunlar:

1. **Çevresel çerçeve:** Gıda israfının doğaya ve ekosisteme verdiği zararlar, sera gazı emisyonları, iklim değişikliği ve doğal kaynakların tükenmesi gibi çevresel etkiler;
2. **Ekonomik çerçeve:** İsrafın neden olduğu mali kayıplar, kaynak verimsizliği ve ekonomik yükler;
3. **Sağlık çerçevesi:** Toplum sağlığı, hijyen, sağlıklı gıdaya erişim ve beslenme sorunları;
4. **Güvenlik çerçevesi:** Gıda güvenliği, adil gıda paylaşımı ve kriz dönemlerinde gıdaya erişim stratejileri;
5. **Politik çerçeve:** Yasal düzenlemeler, kamu politikaları, yerel yönetimlerin ve uluslararası aktörlerin sorumluluklarıdır.

Her haber metni, bu çerçeveler doğrultusunda detaylı şekilde analiz edilerek yalnızca en baskın çerçeveye göre sınıflandırılmıştır. Bu yöntem, çerçeveleme kuramı literatüründe önerilen yaklaşımlar arasında yer almakta olup (Entman, 1993; Matthes & Kohring, 2008), haberin okuyucuda bıraktığı temel izlenimi ve anlam etkisini tespit etmede etkilidir.

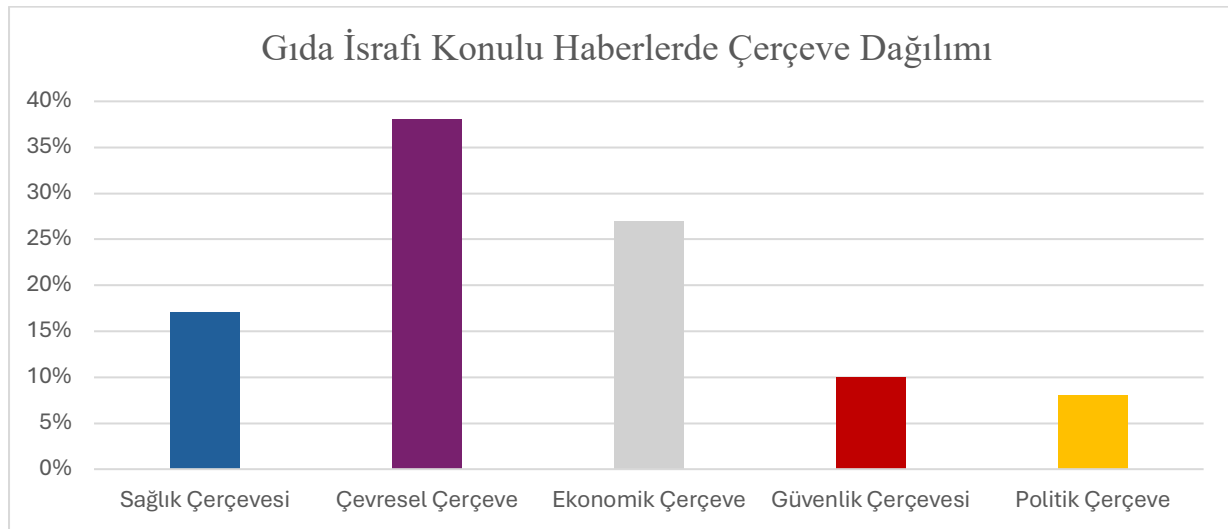
Nitel içerik analizi yöntemi, haber metnlerinin bağlamsal derinliği içinde ele alınmasına ve çerçeveleme stratejilerinin yapı bozuma uğratarak anlam çözümlemesinin yapılmasına olanak tanımaktadır. Literatürde gıda israfı üzerine yapılan çalışmaların çoğunlukla ekonomik ya da çevresel etkilerle sınırlı kaldığı; medyanın söylem üretim sürecindeki rolünün ise yeterince incelenmediği görülmektedir. Bu bağlamda, söz konusu

çalışma hem bu araştırma boşluğunu doldurmayı hem de medyada yer alan içeriklerin gıda israfına yönelik toplumsal farkındalık ve sorumluluk algısı oluşturmadaki işlevini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bulgular ve Yorum

Bu bölümde, Google News platformunda “gıda israfı” anahtar kelimesiyle ulaşılan ve en çok tıklanan 100 haberin içerik analizinden elde edilen bulgular sunulmakta; bulgular çerçeveleme kuramı temelinde tartışılmaktadır. Çalışma, iki temel araştırma sorusu etrafında yapılandırılmıştır: (1) Medya, gıda israfı konusunu haber içeriklerinde nasıl sunmaktadır? (2) Gıda israfı haberleri, medya tarafından hangi tematik çerçeveler aracılığıyla yapılandırılmaktadır? Bu soruların her biri, yalnızca nicel oranlarla değil, aynı zamanda haber metinlerinin söylemsel analizleriyle de yanıtlanmıştır.

Grafik 1: Gıda İsrafı Konulu Haberlerde Çerçeve Dağılımı



Çerçeveleme kuramı, medyanın belirli yönleri seçerek olayları belirli anlam kalıpları içinde sunması yoluyla kamuoyunun dikkatini belli bir doğrultuda şekillendirdiğini savunur (Dingin & Aslan, 2025, s. 243). Bu doğrultuda haberlerin yalnızca bilgi verme amacı taşımadığı, aynı zamanda olaylara belirli anlamlar yükleyerek okuyucunun zihinsel haritalarını şekillendirdiği kabul edilmektedir. Dolayısıyla elde edilen bulgular, medyanın gıda israfı gibi çok boyutlu bir sorunu hangi eksenlerde görünür kıldığını ve hangi boyutlarını geri planda bıraktığını anlamak açısından önem taşımaktadır.

Bu çalışmada yanıtlanması amaçlanan ilk araştırma sorusu, “Medya, gıda israfı konusunu haber içeriklerinde nasıl sunmaktadır?” sorusudur. Bu doğrultuda yapılan analizler, medyanın gıda israfını genellikle bireysel sorumluluk ekseninde ele aldığını ve bu bağlamda tüketici davranışlarını ön plana çıkararak çözüm önerilerini de birey temelli sunduğunu göstermektedir. Gıda israfı haberlerinde, israfın nedenleri bireysel ihmaller, plansız alışveriş ya da tüketim kültürüne bağlanırken; sistemsel sorunlar, kurumsal eksiklikler ya da politika yetersizlikleri daha geri planda bırakılmaktadır. İkinci araştırma sorusu olan “Gıda israfı haberleri medya tarafından hangi tematik çerçeveler aracılığıyla yapılandırılmaktadır?” sorusu kapsamında ise elde edilen bulgular, çevresel ve ekonomik çerçevelerin haberlerde baskın olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Çevresel çerçeve, iklim değişikliği, kaynakların tükenmesi ve karbon ayak izi gibi konularla öne çıkarken; ekonomik çerçeve, gıda israfının maliyet boyutuna ve kaynak kaybına odaklanmaktadır. Sağlık, güvenlik ve politik çerçeveler ise sınırlı düzeyde temsil edilmiştir. Bu durum, medyanın gıda israfını öncelikle çevre ve ekonomi temelli bir sorun olarak yapılandırıldığını, ancak sağlık ve yönetsel boyutları yeterince derinleştirmedeğini göstermektedir. Böylece çalışma, her iki araştırma sorusuna yönelik bulgularla çerçeveleme kuramının medya üzerindeki işleyişini açıklamayı hedeflemektedir.

Analiz sonuçları, gıda israfı konusunun dijital medyada en yoğun biçimde çevresel çerçeveye ilişkilendirildiğini göstermektedir (%36). Bu çerçevede, özellikle iklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi, karbon ayak izi ve sürdürülebilir kalkınma gibi temalar öne çıkmaktadır. Haberlerde, gıda israfının yalnızca bir tüketim fazlalığı değil, ekolojik dengelere doğrudan zarar veren bir çevresel tehdit olarak sunulması dikkat çekicidir. Bu eğilim, son yıllarda kamuoyunda artan çevresel duyarlılıkla da örtüşmektedir. Aynı zamanda bu çerçeve, bireysel sorumluluk söylemleriyle birleşerek okuyucunun davranışsal değişim göstermesine yönelik bir çağrı içermektedir. Örneğin, Afyonkarahisar Dumlupınar BİLSEM öğrencileri, “Sofranın Süper Kahramanları: Atıksız Gelecek Bizimle Gelecek” adlı projeleri kapsamında gıda israfını önleyerek çevre bilincini artırmayı hedeflemişlerdir. Öğrenciler, kompost üretimi, atık malzemelerden tarifler geliştirme ve dijital tarif kartları oluşturma gibi uygulamalarla gıda kayıplarını azaltmayı ve kaynakların verimli kullanımını sağlamayı amaçlamışlardır (Kocatepe Gazetesi, 2025). Bu yaklaşım, gıda israfının yalnızca bireysel bir sorun olmadığını, çevresel sürdürülebilirlik açısından da kritik bir boyut taşıdığını göstermektedir.

İkinci sırada yer alan ekonomik çerçeve (%28), gıda israfının birey ve kurumlar açısından yarattığı mali kayıplar, tarımsal üretimdeki verimsizlik ve tedarik zincirlerindeki aksaklıklar üzerinden kurgulanmaktadır. Bu çerçevede, haberlerde çoğunlukla tasarruf önerileri, ekonomik planlama eksiklikleri ve kaynak yönetimi gibi başlıklar öne çıkarılmakta; israfın ekonomiye yükü vurgulanmaktadır. Örneğin, İstanbul Ticaret Gazetesi'ndeki habere göre, Türkiye'de her yıl 19 milyon ton gıda çöpe gitmekte ve bu miktarın yalnızca %2 azaltılmasıyla 10 milyar TL tasarruf sağlanabileceği belirtilmektedir (Demirhan, 2025). Aynı zamanda 360 bin ailenin bir yıllık geçimini sağlayacak kaynak yaratılacağı ifade edilmiştir. Benzer şekilde, Bakan Yardımcısı Gürcan, ürünlerin beklenen fiyatı bulamaması durumunda üreticilerin ürünlerini çöpe döktüğünü ve bu durumun ekonomik kayıplara yol açtığını belirtmiştir (Hürriyet, 2025). Bu veriler, ekonomik çerçevenin haberlerde baskın olduğunu göstermektedir. Ekonomik çerçeve, çevresel çerçevenin tamamlayıcısı olarak işlev görmek ve gıda israfının yalnızca doğayı değil, ekonomik sistemleri de tehdit eden bir unsur olduğunu yansıtmaktadır.

Sağlık çerçevesi ise haberlerin yaklaşık %17'sinde baskın olarak yer almakta ve daha çok hijyen, sağlıksız tüketim, gıda zehirlenmeleri ve güvenli saklama koşulları gibi unsurlar üzerinden inşa edilmektedir. Örneğin bir haberde, Kütahya İl Tarım ve Orman Müdürlüğü tarafından Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü Çocuk Evleri Koordinasyon Merkezinde düzenlenen eğitimde, 61 çocuk ve personele "Gıda Güvenilirliği ve Gıda İsrafı" konusu anlatılmıştır. Eğitimde güvenilir gıda, gıda zehirlenmeleri, gıda saklama kuralları, alışverişte gıda güvenliği, el yıkamanın önemi, gıda israfı ve sağlıklı beslenmenin önemi gibi başlıklar işlenmiştir (İHA, 2025). Bu uygulama, gıda israfının sağlık boyutunu ele alarak çocukların bilinçlenmesini hedeflemekte ve birey düzeyinde davranış değişikliğine katkı sağlamaktadır. Ancak bu çerçevenin diğerlerine oranla daha düşük düzeyde temsil edilmesi, medyanın gıda israfının sağlıksal etkilerini ikincil düzeyde ele aldığına işaret etmektedir. Bu da, gıda israfının kamusal sağlık sorunlarıyla doğrudan ilişkilendirilmediğini, bireysel bir hijyen meselesi olarak sınırlandırıldığını düşündürmektedir. Oysa çerçeveleme kuramı açısından bu tür sınırlı temsiller, kamuoyunun meseleyi daha dar bir perspektifle değerlendirmesine neden olabilir.

Güvenlik çerçevesi (%10) ve politik çerçeve (%9) ise en düşük oranlarda yer alan kategoriler olmuştur. Güvenlik çerçevesi, özellikle gıdaya erişim hakkı, adil dağıtım, kriz dönemlerinde gıda tedariki gibi meseleleri ele alırken; politik çerçeve devlet politikaları,

yasal düzenlemeler ve kurumsal sorumluluklar üzerinden şekillenmektedir. Bu iki çerçevenin geri planda kalması, medyanın gıda israfını sistemselsel bir kriz olarak ele alma konusundaki çekingenliğine işaret etmektedir. Özellikle politik çerçevenin düşük görünürlüğü, çerçeveleme kuramının vurguladığı görünürlük/görünmezlik stratejileri açısından dikkat çekicidir. Medya, yapısal nedenleri, kurumsal sorumluluğu ve politika düzeyindeki tartışmaları arka planda bırakarak, gıda israfını genellikle bireysel düzeyde çözülmesi gereken bir sorun olarak sunmaktadır. Bu durum, editoryal tercihler, haber değeri kriterleri ve siyasi baskılar gibi yapısal ve kurumsal faktörlerle açıklanabilir; dolayısıyla politik çerçevenin düşük temsili, yalnızca içerik üretimi değil, aynı zamanda medya organizasyonlarının işleyişi ve gündem belirleme süreçleri ile de ilişkilidir. Politik çerçeve, gıda israfının önlenmesini devlet politikaları ve kurumsal müdahaleler bağlamında görünür kılmaktadır. Örneğin, Cumhurbaşkanlığı Tarım ve Gıda Politikaları Kurulu’nun, otellerde ve restoranlarda sıkça uygulanan “açık büfe” ve “serpme kahvaltı” kültürünü gündeme alarak düzenleme ve farkındalık adımları atacağını duyurduğu haber, politik çerçevenin baskın olarak kullanıldığı bir örnektir (Efeler Haber, 2025). Bu tür haberler, gıda israfını bireysel düzeyden çıkarıp politika ve kurumsal müdahaleler ekseninde tartışarak okuyucunun konuyu daha sistematik bir bakış açısıyla değerlendirmesine olanak tanımaktadır.

Bu çerçevede değerlendirildiğinde, medya içeriklerinin toplumsal algıyı nasıl şekillendirdiği daha net biçimde ortaya çıkmaktadır. Çevresel ve ekonomik çerçevelerin baskınlığı, medyanın gıda israfını teknik ve bireysel sorumluluklarla sınırlı bir mesele olarak sunduğunu; buna karşın sağlık, güvenlik ve politik boyutlara yeterince yer verilmemesinin ise bu alanlarda kamuoyu farkındalığını sınırladığını göstermektedir. Bu doğrultuda çalışma bulguları, dijital medyada gıda israfı meselesinin çoğunlukla birey odaklı, çevresel ve ekonomik boyutlarıyla ele alındığını; sağlık, güvenlik ve politik unsurların ise yüzeysel olarak temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, medyanın hem gündem belirleyici hem de algı yönlendirici işlevi açısından önemli çıkarımlar sunmakta; aynı zamanda daha kapsayıcı ve eleştirel çerçevelere ihtiyaç olduğunu da göstermektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, Google News platformunda yayımlanan en çok tıklanan haberler üzerinden gıda israfının dijital medyada hangi çerçevelerle sunulduğunu incelemiştir. Nitel içerik analizi bulguları, konunun ağırlıklı olarak çevresel ve ekonomik çerçeveler etrafında

temsil edildiğini göstermektedir. Çevresel çerçevenin öne çıkması, iklim değişikliği ve ekolojik denge gibi küresel meselelerin medya söylemine daha fazla entegre edildiğini; ekonomik çerçevenin ise maliyetler ve kaynak yönetimi üzerinden kurgulandığını göstermektedir. Buna karşın, sağlık, güvenlik ve özellikle politik çerçevelerin sınırlı düzeyde kalması, gıda israfının çok boyutlu doğasının yeterince yansıtılmadığını ortaya koymaktadır.

Araştırmanın bulguları, dijital medyanın gıda israfı konusunda toplumsal farkındalık yaratma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Ancak bu potansiyelin daha etkili biçimde kullanılabilmesi için haberlerin yalnızca çevresel veya ekonomik değil; aynı zamanda sağlık, sosyal adalet, yönetim ve kamusal sorumluluk temalarını da içeren çok boyutlu bir çerçeveye sunulması gerekmektedir. Böyle bir yaklaşım, kamuoyunun daha bütüncül bir anlayış geliştirmesine katkı sağlayacaktır. Çalışma, gıda israfının medyada temsiline dair literatüre içerik ve yöntem düzeyinde katkı sunmakta; dijital haberciliğin anlam üretimindeki rolüne güncel bir perspektif getirmektedir.

Öneriler

- **Karşılaştırmalı medya incelemeleri:** Gelecek araştırmalarda, geleneksel basın, sosyal medya ve alternatif dijital platformlar karşılaştırmalı olarak analiz edilerek haber temsillerindeki çerçeve çeşitliliği ve derinliği daha kapsamlı biçimde ortaya konulmalıdır.
- **Kültürel ve siyasal bağlamların analizi:** Çalışmalar farklı ülke bağlamlarına taşınarak, kültürel ve siyasal değişkenlerin medya söylemleri üzerindeki etkisi çok boyutlu bir perspektifle değerlendirilmelidir.
- **Nicel ve deneysel yöntemlerin kullanımı:** Medya çerçevelerinin kamu politikaları ve birey davranışları üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla deneysel tasarımlar, anket çalışmaları ve istatistiksel analizlere dayalı araştırmalara ağırlık verilmelidir.
- **Etik sorumluluklara ilişkin eğitim ve farkındalık çalışmaları:** Medya profesyonellerine yönelik etik sorumluluk bağlamında eğitim programları ve farkındalık çalışmaları geliştirilerek, haber içeriklerinin daha dengeli, kapsayıcı ve sorumlu bir biçimde üretilmesi teşvik edilmelidir.
- **Medyanın dönüştürücü rolünün güçlendirilmesi:** Gıda israfı gibi yapısal toplumsal sorunlarda medyanın yalnızca bilgilendirici değil, aynı zamanda çözüm odaklı ve

dönüştürücü bir aktör olarak işlev görmesine yönelik stratejik iletişim pratiklerinin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Extended Abstract

Food waste has emerged as one of the most pressing global challenges of our time, characterized by its multifaceted environmental, economic, social, and ethical dimensions. According to estimates by the Food and Agriculture Organization (FAO), approximately 1.3 to 1.5 billion tons of food are wasted annually worldwide. This alarming figure not only indicates a staggering inefficiency in the use of natural resources such as water, energy, and land, but also underscores major economic losses and exacerbates persistent social problems, including global hunger, malnutrition, poverty, and social injustice. In an era defined by escalating ecological crises and widening socioeconomic disparities, food waste symbolizes a paradox of abundance and deprivation. Reducing food waste is not only a practical necessity but also a moral imperative, standing at the forefront of the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goal 12: Responsible Consumption and Production.

In this context, public awareness, education, and behavioral transformation have become critical pillars in food waste reduction strategies. The media plays a fundamental role in creating such awareness and shaping public perceptions by disseminating discourses on the causes, consequences, and potential solutions to food waste. Through its framing of the issue, the media not only influences individual attitudes and behaviors but also contributes to shaping institutional responses and policy preferences. By selecting certain aspects of food waste to emphasize while downplaying or omitting others, the media constructs interpretive frameworks that affect how the public understands and prioritizes the problem. Thus, media framing serves as a powerful tool in building cognitive maps that connect individual responsibility with systemic and structural dimensions.

This study systematically examines how food waste is represented on online news platforms and identifies the thematic and ideological frames shaping public discourse. Grounded in framing theory and situated within the third-level agenda-setting perspective, the research investigates the extent to which food waste is portrayed through environmental, economic, health, food security, and political frames. It also explores the discursive balance in media narratives between emphasizing individual ethical

responsibility and addressing structural/systemic challenges, such as policy failures, supply chain inefficiencies, and regulatory deficits.

The study addresses the following research questions:

1. How is the issue of food waste presented in media news content?
2. Through which thematic frames is food waste structured and represented by the media?

Methodologically, the study employs qualitative content analysis on the 100 most-clicked news articles retrieved via Google News using the keyword “food waste.” The articles were selected across diverse digital news platforms, encompassing mainstream, independent, and sector-specific outlets. Through manual coding and frame analysis, dominant discursive patterns and ideological orientations within each article were identified, enabling a comprehensive understanding of the ethical and political dimensions embedded in media narratives. Attention was also paid to the visual elements, headline framing, and sources cited, contributing to a multimodal analysis of how food waste is publicly represented.

Findings reveal that environmental and economic frames overwhelmingly dominate the online news coverage. Environmental frames emphasize issues such as climate change, depletion of water and energy resources, the ecological cost of overproduction, carbon footprint reduction, and the transition to sustainable production-consumption models. These narratives align food waste reduction with broader environmental concerns, fostering a perception that mitigating waste is essential to ecological resilience and climate action. Economic frames, on the other hand, highlight financial losses incurred at household, commercial, and national levels, inefficiencies within agricultural supply chains, and the need for economic restructuring to prevent surplus generation and overstocking. These two frames collectively construct food waste as both a personal consumption issue and a structural market failure, placing responsibility on both consumers and institutions. Conversely, health, food security, and political frames are significantly underrepresented and often superficially addressed. Few articles draw explicit connections between food waste and nutritional security, the double burden of malnutrition, or public health concerns such as obesity and foodborne illnesses. Moreover, political and policy-oriented frames—which would address gaps in regulatory frameworks, corporate accountability, and governmental responsibilities—remain marginal in the media discourse. This lack of depth

fosters a narrow narrative that places disproportionate responsibility on individuals while obscuring the broader, often invisible, structures that sustain and normalize food waste.

The study's key contribution lies in its holistic approach, extending beyond predominant economic and environmental analyses to incorporate ethical, social, and political perspectives. It enriches framing theory by demonstrating the media's third-level agenda-setting function, illustrating how media discourse influences the salience of certain values, responsibilities, and solutions in the public's cognitive map. In doing so, it sheds light on how media framing not only shapes what people think about food waste but also how they think about it—whether as a moral failing, a logistical flaw, or a systemic injustice.

In conclusion, while the media holds substantial potential for raising awareness and informing public behavior regarding food waste, fully realizing this potential requires presenting content through multidimensional, ethically grounded, and structurally aware frames. Addressing food waste demands a coordinated and shared responsibility among consumers, producers, retailers, policymakers, and regulators. The media, as a central platform for agenda formation and value dissemination, must expand its framing repertoire to reflect the complexity and interconnectedness of the food waste issue.

Policy recommendations derived from this research include conducting cross-cultural comparative studies to examine how media frames vary across national, political, and cultural contexts. Furthermore, increasing quantitative and experimental research on the media's impact on public attitudes, behavioral change, and policy support will deepen the field's knowledge base and inform more targeted communication strategies. Developing training programs for media professionals focused on ethical journalism, multidimensional framing, and social responsibility will empower the media to act as a transformative agent in tackling structural social problems like food waste.

Finally, strengthening media literacy and critical media consumption skills within society will enable individuals to engage with media content more thoughtfully, fostering sustainable consumption behaviors. Educational initiatives that teach citizens to recognize framing techniques, question dominant narratives, and seek alternative sources can lead to more informed and empowered publics. This interdisciplinary study contributes not only to media studies but also to broader conversations in sustainability science, environmental ethics, social justice, and public policy, offering a comprehensive framework for understanding and addressing one of the most urgent global challenges of our time

KAYNAKÇA

- Aday, M., Aday, S. (2021). Gıda kayıp ve israfının azaltılmasında gıda bankacılığı. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (9), 291-310.
- Akkoç, A. (2017). Tüketim toplumu ve sürdürülebilirlik. *Proceedings Book of 2nd International Scientific Researches Congress on Humanities and Social Sciences (IBAD-2017)*.
- Aksoy, M., & Şallı, G. (2023). Yükseköğretim öğrencilerinin gıda israfı konusundaki bilgi, görüş ve davranışları. *Anadolu Strateji Dergisi*, 5(2), 11-32.
- Akyurt, N. (2024). Gıda atıklarının çevresel sorunlar üzerine etkileri. Çevresel bilinç üzerine disiplinler arası çalışmalar: Eğitim, medya ve atık yönetiminin etkileri (s. 100–120). *Bidge Yayınları*.
- Aslan, H. E., & Dingin, A. E. (2025). İnternet haberlerinde etik. *Sakarya İletişim*, 5(1), 39-56. <https://doi.org/10.70684/silet.1593708>
- Baudrillard, J. (2024). Tüketim Toplumu Söylenceleri/Yapıları (N. Tural & F. Keskin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Besova, A. A. & Cooley, S. C. (2009). Foreign news and public opinion: Attribute agenda-setting theory revisited. *Ecquid Novi*, 30 (2), 219-242.
- Bigpara. (2025, Haziran 20). Bakan Yardımcısı Gürcan'dan gıda israfı uyarısı. *Hürriyet*. https://bigpara.hurriyet.com.tr/haberler/ekonomi-haberleri/bakan-yardimcisi-gurcandan-gida-israfi-uyarisi_ID1613573/
- Çelik, A., & Küçük, A. (2020). Tüketim toplumunun çevre sorunlarına etkileri. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(5).
- Demirhan, M. (2025, 27 Şubat). Gıda israfı yüzde 2 azalırsa 360 bin aile 1 yıl geçinir. *İstanbul Ticaret Gazetesi*. <https://istanbulticaretgazetesi.com/gida-israfi-yuzde-2-azalirsa-360-bin-aile-1-yil-gecinir>
- Demirzen, İ. (2010). Tüketim Toplumu Oluşumu ve Din ile Etkileşimi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10(3), s. 97-109.
- Dilekoğlu, S., & Ateş, E. (2022). Gıda israfının belirleyicileri: Sosyoekonomik değişkenler açısından bir değerlendirme. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 28(1), 41-53. <https://doi.org/10.24181/tarekoder.1034982>
- Dingin, A. E., & Aslan, H. E. (2025). Çerçeveleme kuramı bağlamında devlet destekli Türk ve İngiliz medyasında İsrail-Filistin savaş haberleri incelemesi: Anadolu Ajansı ve BBC örneği. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 8(1), 235-256. <https://doi.org/10.33464/mediaj.1657716>
- Efeler Haber. (2025, 8 Ağustos). Cumhurbaşkanlığı Kurulu gıda israfına savaş açtı. <https://www.efelerhaber.com/cumhurbaskanligi-kurulu-gida-israfina-savas-acti>
- Erdoğan, İ. (2014). Haber çerçeveleme: Kuram ve Tipoloji. *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13), 35-52.
- Fiveable. (2025). *Cultivation theory, agenda setting, & framing*. Fiveable Library. <https://library.fiveable.me/mass-media-society/unit-9/cultivation-theory-agenda-setting-framing/study-guide/g8O3ei5y6rLjtF3P>
- Guo, L., and Vargo, C., (2015). “The power of message networks: a big-data analysis of the network agenda setting model and issue ownership”, *Mass Communication and Society*, 18,5, 557-576.

- Hanson, C. ve Mitchell, P. (2017). The Business Case for Reducing Food Loss and Waste. *CHamPionS*, 12, 7-8.
- İhlas Haber Ajansı. (2025, 16 Mayıs). Çocuklara, “Gıda Güvenilirliği ve Gıda İsrafı” konulu eğitim. Yarın11. <https://www.yarin11.com/cocuklara-gida-guvenilirligi-ve-gida-israfi-konulu-egitim>
- Kaygisiz, M., & Dingin, A. E. (2025). Çocukların dijital medyada haberleştirilme biçimi: İnternet gazeteciliği üzerine bir analiz. *Yeni Yüzyıl’da İletişim Çalışmaları*, 3(12), 47-59.
- Kızılaslan, N., & Kızılaslan, H. (2008). Tüketicilerin satın aldıkları gıda maddeleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve tutumları (Tokat ili örneği). *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), s. 67-74.
- Kocatepe Gazetesi. (2025, Haziran 3). Afyonkarahisar BİLSEM’li öğrencilerden gıda israfını önleyecek proje. <https://www.kocatepegazetesi.com/afyonkarahisar-bilsem-li-ogrencilerden-gida-israfini-onleyecek-proje/388599/>
- Kurt, Y., Nazik, M.H., & Işın, A. (2020). Otel işletmelerinde gıda israfına yönelik davranışların işletme karlılığına etkisi: Eskişehir örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 4365-4379.
- Lanjekar, P. R., Panwar, N. L., Patel, M. R., & Divyangkumar, N. (2024). Exploring sustainable energy: An overview of biochemical and thermochemical conversion of dairy and food waste. *Environmental Pollution and Management*. <https://doi.org/10.1016/j.epm.2024.09.003>.
- Leta, T. B., Adeyemi, J. O., & Fawole, O. A. (2024). Utilizing fruit waste-mediated nanoparticles for sustainable food packaging materials to combat food loss and waste. *Food Bioscience*, 104151. <https://doi.org/10.1016/j.fbio.2024.104151>.
- McCombs, M. & Valenzuela, S. (2007). The agenda-setting theory. *Cuadernos de Información*, (20), 44-50.
- Özata Şahin, E., 2025, Gıda israfı ve sürdürülebilirlik üzerine sistematik bir literatür incelemesi, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 60(1), 941-958.
- Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, tüketim toplumu ve tüketim kültürü: Karşılaştırmalı bir analiz. *İnsan&İnsan*, 4(12), s. 66-86. Tarım ve orman bakanlığı. (t.y.). *Gıda israfı nedir?* <https://www.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/Detay.aspx?Sayfald=77>
- Tekiner, İ. H., Mercan, N. N., Kahraman, A., Özel, M. (2021). Dünya ve Türkiye’de gıda israfı ve kaybına genel bir bakış. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 123-128. <https://doi.org/10.47769/izufbed.884219>
- Tokgöz, E., & İmİK Tanyıldızı, N. (2023). Gündem belirleme ve çerçeveleme teorileri bağlamında Tass ve Ukrinform haber ajanslarının Rusya-Ukrayna savaş sunumlarının incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 61-92. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.1238337>
- Turner, G.M. (2008). “A comparison of the limits to growth with 30 years of reality”. *Global Environmental Change*, 18, 397-411.
- Quested, T.E., Parry, A.D., Easteal, S. ve Swannell, R. (2011). Food and drink waste from households in the UK. *Nutrition Bulletin*, 36(4), 460–46.
- Visschers, V. H., Wickli, N., & Siegrist, M. (2016). Sorting out food waste behaviour: A survey on the motivators and barriers of self-reported amounts of food waste in households. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 66-78.
- West, R. & Turner, L. H. (2011). *Framing theory*. Mass Communication Theory. <https://masscommtheory.com/theory-overviews/framing-theory/>
- Yavuz, V. A. (2014). Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri/Concept Of Sustainability And Sustainable Production Strategies For

Business Practices. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 63-86.

Yaylagül, L (2014). Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.