07. Tüketici davranışı olarak gıda israfının sergilenmesi: "Çöpe atılmak için yetiştirilmiş" yiyecek fotoğraflarının gösterge bilimsel analizi

Derya Nil BUDAK[1]

APA: Budak, D. N. (2023). Tüketici davranışı olarak gıda israfının sergilenmesi: "Çöpe atılmak için yetiştirilmiş" yiyecek fotoğraflarının gösterge bilimsel analizi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (33), 90-103. DOI: 10.29000/rumelide.1283450

Öz

Gıda israfı, tüm dünyayı ilgilendiren sorunların başında gelmektedir. Tüketime arz edilen gıda ürünlerinin israfı, bir tüketici davranışı olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzde özellikle tarımla ve tarımsal konularla bağları kopmuş tüketici odağında ele alınan bu tarımsal konular gerek ülkemizde gerek dünyada son dönemde artış göstererek dikkat çekmektedir. Bu bağlamda tüketimin neden olduğu gıda israfı, çevresel sorunlar veya doğal kaynakların tükenmesi ve benzeri tarımla ilişkili konular; sosyal bilimlerin gelişmekte olan alanı tarımsal iletişim disiplini kapsamında ele alınmaktadır. Bu çalışmada, gıda israfının bir tüketici davranışı olarak sergilenmesi, Birleşmiş Milletler (BM) Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)'nün Avusturyalı fotoğraf sanatçısı Klaus Pichler iş birliği ile yürüttüğü küresel sergi projesi "Çöpe atılmak için yetiştirilmiş" yiyecek fotoğrafları üzerinden gösterge bilimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Bu çalışma ile gıda israfının boyutları, nedenleri ve sonuçları bir iletişim aracı olarak kullanılan fotoğrafların betimlenmesi ile ortaya koyulmuştur. Buna göre gösterge biliminin önemli temsilcilerinden Roland Barthes'ın yaklaşımı üzerinden irdelenen ve gıda israfını sergileyen fotoğraflar, düz anlam ve yan anlam kavramları ile çözümlenmiştir. Ayrıca tüketici üzerinde görsel bir etki yaratması amaçlanan fotoğrafların, tarımsal okuryazarlık ve tarımsal savunuculuk çalışmalarının bir göstergesi olarak örnek teşkil ettiği öne sürülerek görsel bir dil üzerinden anlamsal çözümlemesi amaçlanmaktadır. Gıda israfı fotoğraflarının incelenmesinin, tarım ve iletişimi buluşturan alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Tüketici davranışı, gıda israfı, tarımsal iletişim, fotoğraf, gösterge bilimi

Exhibition of food waste as consumer behavior: A semiotic analysis of "Grown for a bin" food photos

Abstract

Food waste is one of the leading problems that concern the whole world. The waste of food products supplied for consumption emerges as consumer behavior. Today, these agricultural issues, handled in the focus of consumers who have lost their ties with agriculture and agricultural issues, have been attracting attention by increasing recently both in our country and the world. In this context, food waste caused by consumption, environmental problems, or depletion of natural resources and similar agriculture-related issues are discussed within the scope of the agricultural communications discipline, the developing field of social sciences. In this study, the exhibition of food waste as consumer behavior is examined through the semiotic analysis method through "Grown for a bin" food photographs, a global exhibition project carried out by the Food and Agriculture Organization of the UN (FAO) in collaboration with Austrian photographer Klaus Pichler. This study reveals food waste's

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Yeditepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Tarım Ticareti ve İşletmeciliği Bölümü (İstanbul, Türkiye), deryanil.budak@yeditepe.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7075-069X [Araştırma makalesi, Makale kayıt tarihi: 21.03.2023 kabul tarihi: 20.04.2023; DOI: 10.29000/rumelide.1283450]

dimensions, causes, and consequences by describing the photographs used as a communication tool. In this respect, the photographs, which are examined through the approach of Roland Barthes, the significant contributor of semiotics, and exhibiting food waste, are analyzed with the concepts of denotation and connotation. In addition, it aims at a semantic analysis of the photographs, which are intended to have a visual impact on the consumer through a visual language, claiming that they serve as an example of an indicator of agricultural literacy and agricultural advocacy studies. It is thought that examining food waste photographs will contribute to the field combining agriculture and communication.

Keywords: Consumer behavior, food waste, agricultural communications, photography, semiotics

1. Giriş

Binlerce yıl önce Eski Yunan ve Romalıların zenginliğinin ve misafirperverliğinin bir göstergesi olarak resmedilen bir kâse dolu meyvenin ya da 16. yüzyıl sanatçılarından İtalyan ressam Giuseppe Arcimboldo'nun Paris, Louvre Müzesi'nde sergilenen, meyve ve sebze figürleri ile tasvir ettiği ünlü tablosu "4 Mevsim" in veya ilk Türk-Osmanlı Dönemi sanatçısı ve ressam Şeker Ahmet Paşa'nın başyapıtı "Narlar ve Ayvalar" natürmordunun yerini bugün, bilinçsiz tüketim ve israf göstergesi olarak tasvir edilen çalışmalar almıştır. Bu bağlamda yiyecek ve sanat arasında uzun bir ilişki geçmişinin var olduğu ve bunun bir sanatsal iletişim biçimi olarak ifade edildiği estetiğe, yaratıcılığa ve sanata yön veren Giuseppe Arcimboldo, Şeker Ahmet Paşa, Vincent Van Gogh ve daha pek çok ressamın eserlerinde (Budak, 2014) hatta günümüzde Avusturyalı fotoğraf sanatçısı Klaus Pichler'in gıdaların çürümeye terk edilerek israf edildiği, çöpe atılmak için yetiştirilmiş yiyecek fotoğrafları ile sürdürülen örneklerinde görülmektedir. Bu bağlamda modernleşmenin ötesine geçtiğimiz bu son yüzyılda, gıda israfı da yiyeceklerin tüketilmeyerek israf edilmesinin ötesine geçmiştir. Geçmişte büyük çoğunluğu tarımsal faaliyet ile uğraşan nüfusa, tarımsal bilgileri yaymak amacı taşıyan ve içinde bulunduğumuz çağın en çok ihtiyaç duyduğu bir alan olan tarımsal iletişim için ise küresel çapta değişen ve dönüşen dünya düzeninde büyük çoğunluğu tarımsal faaliyetlerden uzaklaşan tüketici odağındaki çalışmalar kritik öneme sahiptir. Nitekim; tarımı, gıdayı, doğal kaynakları, çevre sistemlerini ve kırsalı yok eden bir tüketim, her geçen gün daha da büyüyerek insanlığı ve yaşamı tehdit eder bir hâle gelmiştir. Bu çalışmada, küresel bir sorun ve bir tüketici davranışı olarak ortaya çıkan gıda israfına yönelik Birleşmiş Milletler (BM) Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)'nün yürüttüğü ve ülkemizde de düzenlenen sergi ile Pichler'in "Çöpe atılmak için yetiştirilmiş" yiyecek fotoğrafları gösterge bilimsel analiz yöntemi ile incelenmektedir. Bu çalışmada, gıda israfı ile ilgili bilgi ve mesajların gıda israfının öznesi olan tüketicilere etkili bir iletişim aracı olarak görsel bir dilin kullanıldığı çağdaş sanat temsilindeki fotoğraflar üzerinden aktarılması tarımsal iletişim bağlamında Barthes'in yaklaşımı ile irdelenmektedir.

2. Tüketim, tüketici ve tüketici davranışı

Kelime anlamı olarak tüketim, Türkçe Sözlük'te "tüketme işi veya üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması, yoğaltım, istihlak, üretim karşıtı" olarak tanımlanmaktadır (TDK, t.y.). İktisadi anlamı ise benzer olarak "mal ve hizmetlerin fayda yaratmak için isteklerin tatmin edilmesinde doğrudan tüketilmesi" (Düğer ve Dulupçu, 2001, s. 26) ile ifade edilmektedir. Dolayısıyla tüketim; bir insan etkinliği olarak tüketicilerin, mal ve hizmetleri fizyolojik veya psikolojik ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda tüketmeleri şeklinde özetlenebilmektedir. Ekonomik bir sistem içerisinde ise bireyler, üretici ve tüketici olmak üzere rol üstlenmektedirler. Üretici, tüketicinin ihtiyacı olan mal ve hizmetlerin

üretilmesini sağlayarak tüketiciye arz edendir. Tüketici ise bir mal veya hizmeti belirli bir bedel karşılığı satın alan, kullanan veya mal veya hizmetten faydalanan gerçek kişidir (Arslan, 2021).

Baudrillard'a göre "Tüketim bir söylendir. Yani tüketim çağdaş toplumun kendisi üstüne bir söz, toplumumuzun kendisi ile konuşma tarzıdır. Bir anlamda, tüketim toplumunun tek nesnel gerçekliği tüketim fikridir, günlük söylem ve entelektüel söylem tarafından sürekli yinelenen ve sağduyu gücüne ulaşmış olan bu yansımalı ve söylemsel bileşimdir." (2008, s. 254). Bir başka deyişle tüketim, bir insan eylemi ve davranışıdır. Dolayısıyla tüketim davranışında bulunan kişinin, özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bunlarla ilgili faaliyetleri, tüketici davranışını ifade etmektedir (Odabaşı ve Barış, 2004). Bu bağlamda tüketimin, karmaşık yapısı itibarıyla farklı biçimlerinden bahsetmek mümkündür. Literatürde *tüketim;* zorunlu tüketim, hedonik tüketim, sembolik tüketim, kutsal tüketim, deneyimsel tüketim, takıntılı tüketim ve gösteriş tüketimi olarak ayrışmaktadır (Schiffman ve Wisenblit, 2019; Odabaşı, 2017; Azizağaoğlu, 2010). Yaşamın sürdürülebilmesi için gerekli olan yiyecek-içecek, giyim vb. ürünlerin tüketilmesi, zorunlu tüketim olarak adlandırılırken tüketicilerin ürün kullanımında duygusal hazların öne çıkmasıyla gerçekleşen tüketim, hedonik tüketim olarak ifade edilmektedir. Ürünlerin taşıdıkları sembolik özelliklere göre değerlendirilip satın alınması ve tüketilmesi sembolik tüketim olarak tanımlanmakta; din, milliyet, aile, saygı ve benzeri unsurlara yönelik kutsallık atfedilen ürün ve hizmetlerin tüketimi kutsal tüketim olarak ifade edilmektedir. Takıntılı tüketim ise bir diğer tüketim biçimi olarak tüketicilerin, fiziksel veya psikolojik nedenlerle takıntılı olduğu ürün ve hizmetleri ifade ederken tüketim bağımlılığını da tanımlamaktadır. Son olarak gösteriş tüketimi, tüketicilerin kullandıkları ürünler ile başkalarından farklılaşmaya veya belirli bir statüye sahip olduklarını göstermeye çalıştıkları tüketim biçimi olmaktadır. Buna göre tüketici davranışı da güdülenmiş bir faaliyet, dinamik bir süreç, çeşitli faaliyetlerden oluşan bir faaliyet olmakla birlikte karmaşık ve zamanlama açısından farklılıklar gösteren, farklı rollerle ilgilenen, çevre faktörlerinden etkilenen ve farklı kişiler için farklılıklar gösterebilir özelliktedir (Odabaşı ve Barış, 2004).

2.1. Gıda ve bir tüketici davranışı olarak gıda israfı

Türkçe Sözlük'te gıda, besin olarak ifade edilmektedir (TDK, t.y.). Kanuna göre ise gıda şu şekilde tanımlanmaktadır.

5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 3. Maddesi 24'üncü fıkrası: Doğrudan insan tüketimine sunulmayan canlı hayvanlar, yem, hasat edilmemiş bitkiler, tedavi amaçlı kullanılan tıbbî ürünler, kozmetikler, tütün ve tütün mamulleri, narkotik veya psikotropik maddeler ile kalıntı ve bulaşanlar hariç, insanlar tarafından yenilen, içilen veya yenilmesi, içilmesi beklenen işlenmiş, kısmen işlenmiş veya işlenmemiş her türlü madde veya ürün, içki, sakız ile gıdanın üretimi, hazırlanması veya muameleye tâbi tutulması sırasında kullanılan su veya herhangi bir madde.

Küresel bir sorun olan gıda israfı, en genel ifadeyle bir üretici tarafından üretilen ürünlerin, tüketime arz edilmesi ile onu tüketenler arasındaki süreçte çeşitli nedenlere bağlı olarak henüz tüketilmeden kaybedilmesi olarak açıklanabilmektedir. Ayrıca tarım-gıda endüstrisinde, gıda zincirinin bütün aşamalarında ortaya çıkan gıda kaybı ve israfın nedenleri arasında perakende ve tüketim ifade edilmektedir (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, t.y.). Tüketicilerin yer aldığı tüketim düzeyinde gıda israfı ise genel bir tanım olarak tüketime hazır besinlerin tüketilmeyerek çöpe atılması olarak ifade edilebilmektedir. Zira Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ve ortak kuruluşu WRAP tarafından

hazırlanan Gıda İsrafı Endeks Raporu 2021'e göre 2019 yılında satılan 930 milyon tondan fazla gıda tüketilmeyerek evler, restoranlar ve satış noktalarında çöpe atılmıştır. Raporda ayrıca Türkiye'de her yıl kişi başına 93 kilogram yiyeceğin çöpe atıldığı ve ülkemizin dünya genelinde en fazla gıdanın israf edildiği ülkeler arasında yer aldığına yer verilmektedir (Birleşmiş Milletler Türkiye, 2021). Türkiye'de en çok israf edilen gıdaların başında ise ekmek ve unlu mamuller ile meyve ve sebzeler gelmektedir (www.gidaisrafi.com). Bu bağlamda, gıda israfının bir tüketici davranışı olarak tüketim düzeyinde ortaya çıktığı ve tüketicilerin zorunlu tüketim, hedonik tüketim, sembolik tüketim ve gösteriş tüketimi olarak ayrışan farklı tüketim biçimlerinde gerçekleştiği görülmektedir. Buna göre tüketici davranışı olarak ortaya çıkan gıda israfı tüketicilerin artan gelir seviyesi ve demografik değişikliklerinin yanı sıra yeme-içme alışkanlıklarının değişime uğraması; ihtiyaç fazlasına sebep olan plansız alışveriş; Tavsiye Edilen Tüketim Tarihi (TETT) ve Son Tüketim Tarihi (STT) arasındaki fark bilinmediği için ürünlerin çöpe atılması; hanede uygun olmayan saklama koşulları ve stok yönetiminde zayıflık, fazla hazırlanan yemeklerin tüketilememesi; hazırlama tekniklerindeki yanlışlar nedeniyle gıdanın nitelik ve nicelik kaybı; artan gıdayı değerlendirmemek ve son olarak gıda tüketim planının doğru yapılmaması; tüketebilecek kadar gıda tedarik edilmemesi (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, t.y.) şeklinde kısaca bilinçsiz tüketim biçimlerinde sıralanabilmektedir. Dolayısıyla tüketici davranışı olan gıda israfının önlenmesinde tüketicilerin davranışlarına etki eden çalışmaların yapılması ve bilinçli tüketim alışkanlıklarının kazandırılması gerekmektedir.

Bu bağlamda üretici-tüketici ekseninde karşılıklı bir ilişkiyi ve etkileşimi de beraberinde getiren ekonomik yapı içerisinde üretici ve tüketici arasında bir anlayış geliştirilerek karşılıklı çıkarların korunması ve sürdürülmesi de gerekmektedir. Dolayısıyla üreticilerin, tüketicilere karşı mal ve hizmetlerin üretiminden tüketime uzanan süreçte sorumluluklarının olmasının yanında tüketicilerin de üretim ve üreticilerin zorlu koşullarının bilincinde olarak tüketim ve tüketici sorumluluğu bulunmaktadır. Bireylerin, en temel ihtiyacı olan gıda-besin; tarımsal üreticiler tarafından sağlanmakta ve tüketicilerin başlıca beslenme ihtiyacı, tarımsal üretim ile hava, su, toprak, flora ve biyoçeşitlilik gibi tüm doğal kaynaklar ve çevre sistemlerinin bir sonucu olarak tarım ve gıda zincirindeki tarımsal kitlelerin çaba ve gayretleri ile elde edilmektedir. Böylece tüm dünyada, tarım ve gıda endüstrisindeki üreticiler tarafından üretilen ve tüketime arz edilen tarımsal ürünler diğer bir deyişle yiyecek ve içecekler, tüketilerek yaşam sürdürülmektedir. Nitekim üretici ve tüketici ekseninde her iki kesim de doğaya ve doğal sermayeye; insana ve insan yaşamının devamı için gerekli olan koşulların sürdürülebilmesine karşı sorumludurlar ve ortak sorumluluklara sahiptirler.

3. Tarımsal iletişimde okuryazarlık ve savunuculuk

Tarım toplumundan günümüze uzanan süreçte küreselleşme ve kentleşme ile dünyada ekonomik, sosyal, politik, çevresel ve kültürel olarak büyük ve önemli değişimler yaşanmıştır. Başlıca yaşam biçimi olan tarım ve zirai faaliyetler yerini şehirli yaşam biçimine bırakmış; modernite ile inşa edilen şehirli yaşam tarzı bireyleri de dönüştürmüştür. Tarım ve toprak ile uğraşan nüfusun çoğunluğu bugün artık büyükşehirlerde yaşamını sürdüren ve tarımdan uzaklaşan büyük bir tüketici kitlesi haline gelmiştir. Bu bağlamda moderni aşan yapısı ile tüketimin; tarım, gıda, doğal kaynaklar ve çevre sistemlerini yok edecek düzeye geldiği endişe ile izlenmektedir. Buna göre tarımsal iletişim, tarım ve iletişim literatürünün bir araya gelmesi ile oluşan ve dünyada gelişen disiplinlerarası uygulamalı teorik bir sosyal bilim alanıdır. Alan, tarımsal hedef kitleler arasında ve tarımsal olmayan/tarım dışı hedef kitleler arasında etkili ve verimli iletişim araçları üzerinden gerekli ve bilimsel bilgilerin iletilmesi şeklinde ifade edilebilmektedir (Telg ve Irani, 2012). Tarımsal iletişimde okuryazarlık ve savunuculuk ise kısaca tarımsal meseleler ile ilgili bilgi sahibi olmak ve savunu yapmaktır. Tarım ve tarıma bağlı endüstrilerde

özellikle tarım-gıda sistemleri, doğal kaynaklar, çevre sistemleri ve kırsalın hayati öneminin anlaşılması için tarımsal okuryazarlık ve tarımsal savunuculuk çalışmaları tarımsal iletişimin başlıca alanlarındandır (Budak, 2023).

"Tarımsal okuryazarlık" ile ilgili kabul edilen ortak tanım şu şekilde ifade edilmektedir.

Frick, Kahler ve Miller (1991, s. 52): Gıda ve lif sistemi hakkında bilgi ve anlayış sahibi olmaktır. Bu bilgilere sahip olan bir birey, tarımla ilgili temel bilgileri sentezleyebilmekte, analiz edebilmekte ve iletebilmektedir. Temel tarımsal bilgiler şunları içermektedir: bitki ve hayvansal ürünlerin üretimi; tarımın ekonomik etkisi; toplumsal önemi; tarımın, doğal kaynaklar ve çevre ile önemli ilişkileri; tarım ürünlerinin pazarlanması; tarım ürünlerinin işlenmesi; kamu tarım politikaları; tarımın küresel önemi ve tarım ürünlerinin dağıtımıdır.

Dolayısıyla tarımsal okuryazar bir toplum, tarımın; çevre, gıda, lif, enerji, hayvanlar, yaşam tarzı, ekonomi ve teknoloji ile arasındaki ilişkiyi anlamaktadır (American Farm Bureau Foundation for Agriculture, 2019). Ayrıca, tarımsal okuryazar bir toplumda, tüketiciler gıda israfı gibi artan küresel sorunlara ilişkin duygusal isteklerin ötesini görerek tarımsal konularda bilinçli kararlar alabilmekte; tarımın hem ekonomik hem de sosyal ve çevresel etkilerini anlayarak tarıma gerekli desteği sağlayacak ve bilinçli kararlar vererek karşılaşılan zorlukları azaltabileceklerdir (Kovar ve Henry, 2013). Bununla birlikte tüketiciler, tarımın yaşam kalitemizi etkileyen kaynağının ve değerinin anlaşılması ve bununla ilgili iletişim kurma becerisine sahip olacaklardır (National Agriculture in the Classroom Organization, 2013).

Savunuculuk ise bir kavram olarak Türkçe Sözlük'te "*savunu yapma işi*"dir (TDK, t.y.). Tarımsal savunuculuk; tarım, gıda, doğal kaynaklar, çevre sistemleri ve kırsal konularda savunuculuk yapmak olarak tanımlanabilmektedir. Tarımsal savunuculuk kavramı, tarımsal konulara ilişkin bir sorunu veya bir durumu hedef kitlelere tanıtmayı, soruna ve duruma yönelik iknayı veya mevcut durumu koruma, değiştirme ya da düzeltmeyi ifade etmektedir. Bu bağlamda savunuculuk, iletişim ve ikna süreçlerini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla, tarımsal okuryazarlık ve savunuculuk çalışmaları halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri ile öne çıkmaktadır. Zira, savunuculuk ve halkla ilişkiler tanımlarının her ikisi de bir sorunu veya nedeni tanıtmak ile ilgilidir (Budak, 2020). McHale'e göre (2004) savunuculuk değişim için seçilmiş bir eylemdir ve bir neden için destek toplamak, para toplamak ve bir topluluğun üyelerini organize bir etkinliğin veya programın bir parçası yapmaya çalışmayı içermektedir. Cutlip, Center ve Broom'a (1985) göre halkla ilişkiler çabaları bir ürünü, hizmeti veya nedeni tanıtan bir kuruluş hakkında farkındalığı artırmak için kamuoyu ile ilişki kurmak için kullanılmaktadır; oluşturulan ve sürdürülen ilişkiler ise kuruluş adına yürütülen tanıtım çabalarının başarısını belirlemektedir (Akt. Meyers, Irlbeck, Graybill-Leonard ve Doerfert, 2011). Sonuç olarak tarım ve gıda sistemlerinin insan ve toplum yaşamı için önemi, tarımsal okuryazarlık ve savunuculuk adına gerçekleştirilen tüm iletişim çaba ve çalışmalarını da her toplum için önemli kılmaktadır.

4. Fotoğraf ve gösterge bilimi

Türkçe Sözlük'te fotoğraf "*çeşitli araç ve malzeme kullanarak görüntüyü özel bir yüzey üzerinde sabitleme; bu yöntemle aktarılarak çoğaltılan resim, foto ve görüntü*" olarak tanımlanmaktadır (TDK, t.y.). Fotoğrafçı ise dilimizde "*fotoğraf çeken veya basan kimse*" olarak tanımlanmıştır (TDK, t.y.). Gösterge bilimi kavramı ise sözlükte "*iletişim amacıyla kullanılan her türlü gösterge dizgesinin yapısını, işleyişini inceleyen bilim, im bilimi, semiyoloji, semiyotik; göstergelerin dildeki kullanımları*

veya dille uygulanması" şeklinde ifade edilmektedir (TDK, t.y.). Dolayısıyla fotoğraf gerçeklikle olan benzerlik ve ilişkidir. Gerçekliğin, fotoğrafçının yansıttığı çerçeveden mekanik veya dijital olarak yeniden üretilmesidir.

Barthes (2014), Camera Lucida'da fotoğrafın temsil ettiği şeyden-göndergesinden ilk bakışta ve genellikle ayırt edilemeyeceğini belirtmektedir. Ancak fotoğrafik gösterenin görülebilmesi için ikinci bir bilgi veya düşünme eylemine ihtiyaç olduğunu da ifade eder. Bu bağlamda fotoğrafın, gerçekliğin bir tekrarı olması teknik açıdan fotoğrafın temsil ettiği şeye-göndergeye yakından bakılmasını gerektirirken kavramsal olarak ise fotoğrafın aslında gördüğümüz şey olmadığını ve gösterilene uzaktan bakılmasını gerektiren bir olgu olduğunu belirtmektedir. Bunu *studium* (inceleme, uygulama) olarak tanımlamaktadır. Bir diğer ifadeyle fotoğrafın alımlanmasını betimlemektedir. Bir iletişim aracı olarak kodlanan fotoğraf ise görsel imgelerle yansıtılmaktadır. Bu görsel imgeler, aynı zamanda görsel bilgilerdir. İnsanın, içinde yaşadığı dünyayı kurması ve anlamlandırmasında kullanılan bilgileri taşıyan ve üreten kuşkusuz ki bu görsel imgelerdir. Bu imgeler üzerinden üretilen dil ile anlam taşınmakta ve üretilmektedir. Dolayısıyla fotoğraf, görsel bir ifade biçimi olarak gerçekliğin görüntüsünü yansıtan bir araçtır. Fotoğrafçı ise gerçekliğin yansıtıcısı ve fiziki dünyadaki deneyimlerin görüntülerini kaydeden, belgeleyen ve dahası yeniden üretendir.

Gösterge bilimi, literatüre göre işaretler ve anlamlar bilimidir. Gösterge biliminin öncüleri olan Peirce ve Saussure ise işaretler ve anlamlarını farklı yorumlamaktadır. Peirce, bir filozof olarak gösterge bilimi ile deneyim ve dünyaya ilişkin anlayışı ortaya koyarken anlamı; işaretlerin, insanların ve nesnelerin yapısal ilişkisinde aramaktadır. İşareti, işaret ettiği şeyi ve kullanıcılarını bir üçgenin üç noktası olarak görmektedir. Buna göre her bir işaret diğer ikisi ile yakından ilişkilidir ve ancak diğerleri açısından anlaşılabilir. Saussure ise bir dil bilimci olarak dilin kendisi ile ilgilenmektedir. Saussure'a göre göstergenin fiziksel biçimi, ilişkili zihinsel bir kavramdan oluşur ve bu kavram dış gerçekliğin bir kavrayışıdır. Buna göre gösterge, gerçeklikle yalnızca onu kullananların kavramları aracılığıyla ilişkilidir. Dolayısıyla Saussure için gösterge, anlamı olan fiziksel bir nesnedir. Bir gösteren ve bir gösterilenden oluşan bir göstergedir. Gösteren, göstergenin algılanan görüntüsü olmaktadır ve aynı dili paylaşan kültürün tüm üyeleri için ortaktır (Akt. Fiske, 1990).

Gösterge bilimi çalışmalarını ileri taşıyan Barthes (1979) ise gösterge bilimini, düz anlam ve yan anlam kavramları üzerinden açıklamaktadır. Buna göre düz anlam, göstergenin neye işaret ettiği, yan anlam ise nasıl gösterildiğidir. Böylece gösteren, anlatımı; gösterilen, içeriği işaret ederken alımlayanın ise bu iki bağlantılı ögeden anladığıdır. Gösterge bilimi açısından üretilen ve okunan süreçte dış gerçeklikle yapılandırılmış ilişki, resim veya fotoğraf gibi kâğıt üzerindeki görsel çalışmalara iyi birer örnektir. Bu ve benzeri görsel çalışmalar, görsel bir metin ve anlatım dili olarak farklı deneyimlere sahip veya farklı kültürlerden gelen yorumcuların veya okuyucuların aynı metinde farklı anlamlar bulabilecekleri zihinsel kavramlardır. Bu çalışmalarda, iletişim mesajı bir görsel ögedir. Bu öge, ressam veya fotoğraf sanatçısı tarafından üretilen dış gerçeklik ile yorumcuyu veya okuru içeren dinamik bir ilişki içindedir. Dolayısıyla gösterge bilimi, dil bilimi ve sanat konularından yararlanırken iletişim çalışmalarına da yönelmektedir. Buna göre iletişim çalışmaları açısından değerlendirildiğinde gösterge bilimi alıcılarla etkileşime girerek anlamlar üreten işaretlerin inşasıdır. Bu noktada iletişim mesajının göndericisi olarak tanımlanan kaynağın önemi azalmaktadır. Vurgu, metne ve nasıl "okunduğuna" kaymaktadır. Okuma ise okuyucunun metinle etkileşime girmesi veya metni müzakere etmesinde ortaya çıkan anlamları keşfetme sürecidir. Bu müzakere, okuyucunun metni oluşturan kodlar ve işaretler üzerinde kendi kültürel deneyiminin bazı yönlerini ortaya koymasıyla gerçekleşmektedir. Ayrıca metnin ne hakkında olduğuna dair bazı ortak anlayışları da içermektedir.

Gösterge bilimi çalışmaları; işaret, işaretin düzenlendiği kod veya sistemler ve bu kod ve göstergelerin işlediği kültürü ele almaktadır. İşaret, anlam aktarmanın farklı yollarının ve onları kullanan insanlarla ilişki biçimlerinin incelenmesinden oluşur. Çünkü işaretler insan yapımıdır ve ancak insanların onları kullandığı kullanımlar açısından anlaşılabilir. Kod ve sistemler, bir toplumun veya kültürün ihtiyaçlarını karşılamak veya bunların iletilmesi için mevcut iletişim kanallarından yararlanmak amacıyla çeşitli kodların nasıl geliştirildiğini ele almaktadır. Bu kodların ve göstergelerin işlediği kültür ise varlığı ve biçimi için bu kod ve işaretlerin kullanılmasına bağlıdır (Fiske, 1990). Nitekim, günümüzde fotoğrafın gerçeğin basit bir tekrarı veya gerçekliğin replikası olmasından ziyade fotoğrafçının bir yorumu olarak toplumsal yapı içerisinde işlev gösteren, sistemli bir inşa sürecinin sonunda ortaya çıkan ve çok sayıda anlam taşıyan görsel imgelerin kullanıldığı bir iletişim dili olduğu ifade edilebilmektedir.

5. "Çöpe atılmak için yetiştirilmiş" yiyecek fotoğraflarının gösterge bilimsel analizi

"Çöpe atılmak için yetiştirilmiş" fotoğraf sergisi, Birleşmiş Milletler (BM) Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)'nün, gıda israfına yönelik yürüttüğü küresel bir projedir. Ülkemizde, FAO-Türkiye Gıda ve Tarım Ortaklık Programı (FTPP-II) kapsamında T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı ile ortak yürütülen sergi projesi, Avusturyalı sanatçı Klaus Pickler tarafından fotoğraflanmıştır. "Çöpe atılmak için yetiştirilmiş" yiyecek fotoğrafları; et, süt, meyve ve sebze gibi temel gıda ürünlerin yanı sıra tatlıdan egzotik lezzetlere sergilenen çok çeşitli yiyeceklerin bozulmuş ve çürümeye başlayan, yenilebilir olmayan gıdaların bir göstergesini sunmaktadır. Ayrıca sergilenen fotoğraflar küresel bir sorun olan gıda israfının; ürünlerin, üretiminden tüketime uzanan güzergahlarında israfın tüm boyutlarının da göstergesinin ortaya koyulması amacıyla dünya çapında tüketime arz edilen ve marketlerde nihai satışa sunulan, çürümüş ve bozulmuş ürünlerin fotoğraflanması ile elde edilmiştir.

Bu sergi ile tüketicilerin bilgisizce, bilinçsizce ve farkında olmadan hiç tereddütsüz bir şekilde yaptıkları gıda israfının tarım-gıda endüstrisi ve ilişkili olduğu alanlara etki eden gerçekliği; boyutları, nedenleri ve sonuçları ile fotoğraflar üzerinden görsel imgelerle ifade edilen bir iletişim dili ile tüketicilere seslenmeyi amaçlamıştır. Böylece gıda israfının ekonomik, toplumsal, politik, çevresel ve kültürel olarak etkileyen yerel ve küresel boyutları ile fotoğraf sanatı üzerinden farkındalık ve bilinirlik yaratılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, çalışmada gıda israfına fotoğraf sanatı ile anlam üreten sanatçının sergi fotoğrafları, gösterge bilimi yöntemi üzerinden çözümlenmektedir. Küresel sergi projesinde yer alan yiyecek fotoğraflarının gösterge bilimsel çözümlemesi için ise sergi fotoğrafları arasından bir seçime gidilmiştir. Buna göre aşağıda anlamsal analize tabi tutulan sergi fotoğrafları, tüketici düzeyinde en çok israf edilen ve çöpe atılan yiyeceklerden oluşturularak ekmek ve unlu mamuller, sebze ve meyveler temsilinde dört farklı fotoğraf üzerinden çözümlenmiştir.

5.1. Ekmek fotoğrafı



Görsel 1. Ekmek
Kaynak: Kale Tasarım ve Sanat Merkezi (KTSM)
(https://www.kaletasarimsanatmerkezi.org/cope-atilmak-icin-yetistirilmis#popupGallery4)

Tablo 1. Ekmek Fotoğrafı Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz anlam	Yan anlam
Yiyecek	Ekmek / unlu mamul	Küflenmiş bir ekmek	Çöpe atılmak için üretilen ekmek, gıda israfı, açlık, yokluk
Yiyecek	Dilimlenmiş ekmek	Küflenmiş bir paketli ürün	Çöpe atılmak için satın alınan/alınmayan paketli gıda, gıda israfı, açlık, yoksulluk, kentleşme

Görsel 1'de yer alan ekmek fotoğrafı, ilk gösterge olarak en çok tüketilen unlu mamulü ve temel bir gıdayı-yiyeceği işaret etmektedir. Buna göre temel bir gıda olan yiyeceğin, yenilemeyecek hâle gelmesi bozulmuş bir ekmek göstereni ile ifade edilmektedir. Bununla birlikte ikinci bir gösterge olarak sunulan dilimlenmiş ekmek göstereni yenilemeyecek durumda olan şehirli yaşam tarzına ait paketli ekmek çeşidini ifade etmektedir. Burada gösterilen, düz anlamı ile küflenmiş bir ekmektir aynı zamanda küflenmiş paketli bir ekmektir. Yan anlamı ile de en çok israf edilen yiyecek olması ile ekmeğin kolaylıkla çöpe atılmak için satın alınmış ve üretilmiş olan en temel gıdanın israf edilmesi anlamlarını taşırken beslenme alışkanlarında en çok tüketilen ekmeğin yokluğu ise en kötü senaryodaki açlık ve yoksulluğu çağrıştırmaktadır. Bununla birlikte açlık ve yoksulluk gösterileni olarak kaynakların yok edilmesi ve tükenmesi gibi küresel sorunların temel bir nedeni olarak bilinçsiz tüketim ve tüketilmeyen ekmeğin çöpe atıldığı ya da paketli ürün olarak gıda tedarik zincirindeki israfı ifade eden, değerlendirilmeyen bir ürün olarak küflenmeye terk edilen anlamlarını da taşımaktadır.

5.2. Profiterol fotoğrafı



Görsel 2. Profiterol
Kaynak: Kale Tasarım ve Sanat Merkezi (KTSM)
(https://www.kaletasarimsanatmerkezi.org/cope-atilmak-icin-yetistirilmis#popupGallery11)

Tablo 2. Profiterol Fotoğrafı Çözümlemesi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen	
		Düz anlam	Yan anlam
Yiyecek	Profiterol	Küflenmiş bir unlu mamul, tatlı	Çöpe atılmak için üretilen, bekletilen, satın alınan/alınmayan yiyecek, unlu mamul, tatlı, farklı tüketim biçimlerinde gıda israfı
Nesne	İstiridye kabuğu şeklinde tabak	İncili tabak, sunum, servis	Çevre sistemleri, doğal kaynaklar, sürdürülebilirlik, ekosistem, yaşamın ve gıdanın değeri

Görsel 2'de yer alan profiterol fotoğrafındaki ilk gösterge, bir unlu mamul ve tatlı olan bir yiyeceği işaret etmektedir. Buna göre, yemeğin aynı zamanda bir kültürel gösterge olması farklı bir kültüre ait yenilenemeyecek durumda olan profiterol göstereni ile verilmektedir. Bu fotoğrafta verilen düz anlam, unlu bir mamul olan profiterol tatlısının küflenmiş olduğudur. Yan anlamı ise yiyeceğin, değişen yaşam tarzı ve yeme-içme alışkanları ile hem tüketim düzeyinde sosyal bir israfa neden olduğu hem de yiyeceğin yapımında kullanılan şeker, un, çikolata ve benzeri tarımsal ürünlerin üretim ve gıda tedarik zincirinde ve satış noktasında israf edilmesidir. İkinci gösterge olarak istiridye şeklindeki servis tabağı nesneyi işaret etmektedir. Düz anlamı ile istiridye şeklindeki incili tabak, yiyeceğin sunumu ve servisi için kullanılan bir nesneyi ifade etmektedir. Yan anlamı ile istiridye kabuğu ve inci, gıda israfının önlenmesinin önemine istinaden tüm canlıların ve yaşamın temel bir ihtiyacı olarak doğa, çevre, biyoçeşitlilik veya ekosistemin devamlılığı ile yaşanabilir bir dünyaya, gıdaya ve gıdayı sağlayan tüm sistemlerin değerinin bir göstereni olarak korunması gerektiği ve gıdanın tıpkı bir inci gibi zor şartlarda yetiştiği ve değerli olduğu anlamlarını taşımaktadır.

5.3. Karnabahar fotoğrafı



Görsel 3. Karnabahar
Kaynak: Kale Tasarım ve Sanat Merkezi (KTSM)
(https://www.kaletasarimsanatmerkezi.org/cope-atilmak-icin-yetistirilmis#popupGallery6)

Tablo 3. Karnabahar Fotoğrafı Çözümlemesi

Gösterge	**Gösteren**	**Gösterilen**	
		Düz anlam	**Yan anlam**
Yiyecek	Karnabahar	Küflenmiş bir sebze	Çöpe atılmak için yetiştirilen, sebze, tarım ürünü
Nesne	Porselen kâse	Servis, sunum	Geri dönüşüm, ekolojik denge ve sürdürülebilir sistemler, kompost

Görsel 3'te yer alan karnabahar fotoğrafında ilk gösterge, yiyeceği işaret etmektedir. Buna göre bir yiyeceğin yenilemeyecek hale gelmesi bozulmuş bir karnabahar göstereni ile ifade edilmektedir. Burada gösterilen, düz anlamı ile çürümüş ve küflenmiş bir sebze olduğudur. Yan anlamı ile aynı zamanda bir tarım ürünü ve mevsimsel bir sebze olduğudur. Çöpe atılmak için yetiştirilmiş tarım ürünlerinin, küresel gıda ticaretinde artan gıda talebinin yıl boyunca karşılanması ve tüketicilerin tedariğine sunulmasının gerçek maliyeti, tarım-gıda zincirindeki satılmayan çirkin ürün algısı, karbon salınımı ve sera gazı salınımları, tarımsal üretimde kullanılan su miktarı veya gezegenimize etkileri israfın da ötesine geçmiştir. Bunlar; arazilerin bozulması, iklim değişikliği, kuraklık ya da su kıtlığı ile sınırlı kalmamaktadır; gıda israfı ile hem yerel hem de küresel kaynakların yok edilme noktasına geldiği; çiftçi, üretici gibi tarım-gıda endüstrisindeki tarımsal kitlelerin emeklerinin de israf edildiği ve çöpe atıldığı anlamları taşımaktadır. İkinci gösterge, bir nesne göstereni olarak ayaklı porselen kâsedir. Düz anlamında gösterilen, ayaklı kâsenin sebzenin yenilmeyen ancak bozulmuş yaprak kısımlarının yiyeceğin sunumunun ve servisinin yapıldığı tabakta olduğudur. Yan anlamında ise bir karşıtlık yaratılarak, gıdaların yenilmeyecek kısımlarının israf edilmemesi ve çöpe atılmamasıdır. Organik atıkların kompost gibi farklı çözümlerle doğaya geri kazandırılması, sürdürülebilir sistemlerin, ekolojik dengenin ve biyoçeşitliliğin korunması gibi anlamlar taşımaktadır.

5.4. Çilek fotoğrafı



Görsel 4. Çilek
Kaynak: Kale Tasarım ve Sanat Merkezi (KTSM)
(https://www.kaletasarimsanatmerkezi.org/cope-atilmak-icin-yetistirilmis#popupGallery28)

Tablo 4. Çilek Fotoğrafı Çözümlemesi

Gösterge	**Gösteren**	**Gösterilen**	
		Düz anlam	**Yan anlam**
Yiyecek	Çilek	Küflenmiş bir meyve	Çöpe atılmak için yetiştirilen meyve, tarım ürünü
Hayvan	Meyve sineği	Çöp atığı, bozulma ve çürüme süreci	İsraf edilen gıda, açlık, yoksulluk
Nesne	Gümüş gondol tabak	Servis, sunum	Lüks, zenginlik, özel sunum, değerli

Görsel 4'te yer alan çilek fotoğrafı, ilk gösterge olarak yiyeceği işaret etmektedir. Bir yiyeceğin çürüyerek yenilemeyecek hale gelmesi küflenmiş bir çilek göstereni ile ifade edilmektedir. Burada gösterilen, düz anlamı ile bozulmuş, çürümüş ve küflenmiş bir meyve olduğudur. Yan anlamında bir tarım ürünü ve mevsimsel bir meyve olduğu işaret edilmektedir. Sebze ile benzer olarak meyveler de çöpe atılmak için yetiştirilmiş tarım ürünleridir ve üretimden tüketime, tarladan tabağa uzanan tüm aşamalarında benzer yan anlamları taşımaktadır. İkinci gösterge, bir hayvanı işaret etmektedir. Bir yiyeceğin, yenilemeyecek durumda olması meyve sineği göstereni ile verilmektedir. Gösterilen düz anlamı; meyvenin çürüme, küflenme ve bozulma sürecidir. Yan anlamı, gıdaların farklı tüketim biçimlerinde çürümeye terk edilmesi ve bilinçsiz tüketim sonucu israf edilmesi ve çöpe atılmasıdır. Gıda israfı, küresel bir diğer kritik sorun olan dünyadaki açlık ve yoksulluk ile ilgili anlamlar taşımaktadır. Bu nedenle, açlık ve yoksullukla mücadele için gıdaların israf edilmemesi gerektiği anlamı gösterilmektedir. Üçüncü gösterge, bir nesne göstereni olarak gümüş gondol tabaktır. Düz anlamında gösterilen, gümüş gondol tabağın, yiyeceğin servis ve sunumunda kullanıldığıdır. Yan anlamında ise gümüş gondol, lüksün ve zenginliğin gösterildiği; özel kutlamalarda armağan edilen şık ve değerli bir objedir. Aynı zamanda bir karşıt anlam yaratılarak çöpe atılmak için yetiştirilen yiyeceklerin gümüş gondolda servis edilecek kadar değerli olmasına karşın özellikle tüketicilerin günümüz yeme-içme pratiklerinde ve gıda tedarik zincirinde yiyeceğin değersizleştirildiği; tereddütsüzce israf edildiği anlamları gösterilmektedir. Son olarak tüm görsellerde yer alan çöpe atılmış yiyecek fotoğraflarındaki ortak gösterge ise renktir. Sanatçının tema olarak kullandığı siyah renk, çöpe atılacak olan bozulmuş, küflenmiş yenilemeyecek durumdaki yiyeceği gösteren zeminin rengidir. Düz anlamı ile siyah renk, küflenmiş çöpe atılacak olan yiyecek görsellerini

daha da dikkat çekmek amacıyla öne çıkartırken yan anlamı ile hüzün, keder ve yas gibi çöpe atılan ve israf edilen yiyeceklere karşı duyulan duyguları temsil eden anlamlar taşımaktadır.

6. Sonuç

Bu çalışmada, küresel bir sorun olarak sanatın evrensel dili üzerinden ele alınan ve bir tüketici davranışı olarak ortaya çıkan gıda israfı, çöpe atılmak için yetiştirilmiş yiyecek fotoğrafları üzerinden gösterge bilimi çerçevesinde analiz edilmiştir. Barthes'ın yaklaşımına göre anlamsal analize tabi tutulan fotoğraflarda tek bir anlam olmadığı, düz anlam ve yan anlamlar gibi birden fazla anlamların olduğu görülmektedir. Buna göre çöpe atılmak için yetiştirilen yiyecek tasvirleri, gıda israfının bir göstergesi olarak görsel imgelerle dolu fotoğraflar üzerinden tüketicilere aktarılmaya ve farklı anlamlar üreterek tüketim alışkanlıkları ve davranışları üzerinde etki yaratmaya odaklanmaktadır. Ayrıca fotoğraflarla, gıda israfının bir tüketici davranışı olarak ortaya çıktığı somutlaştırılmakta ve görselleştirilmektedir. Gıda israfının, farkında olmadan bilinçsizce ve bilgisizce yapılan bir tüketici davranışı olduğuna dikkat çeken sergi fotoğrafları; tüketicilerin ve toplumun aslında tarımsal okuryazar olmadığını ve bu nedenle tarımsal savunuculuk yapamadığını da göstermektedir. Buna göre tarım-gıda, doğal kaynaklar, çevre sistemleri ve kırsalın önemi ve değeri ile gıda israfının insanı ve doğayı etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel çok yönlü boyutları, nedenleri ve sonuçları hakkında temel tarımsal bilgiler vermektedir. Bu bağlamda Birleşmiş Milletler (BM) Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)'nün "Çöpe atılmak için yetiştirilmiş" fotoğraf sergisi, tarımsal konulara yabancılaşan küresel bir toplum olduğunu da göstermektedir. Nitekim bu çalışma, tarımsal okuryazar ve tarımsal savunucu küresel bir toplum yaratmak adına kamuoyu ve tüketicileri eğitmek ve bilgilendirmek amacıyla israfın ötesindeki gıda israfı sorununu tanıtmak, israfın önlenmesini teşvik etmek, tarım-gıda, doğal kaynak ve çevre sistemlerini, kırsalı ve tarımsal hedef kitlelerin emeğini, çabasını korumak ve içinde bulunulan zorlu koşulları duyurmak amacıyla tasarlanmış küresel bir tarımsal iletişim çalışmasıdır.

Dolayısıyla tarımsal iletişimde okuryazarlık ve savunuculuk bağlamında yürütülen bu sanat etkinliğinde, gıda israfına yönelik anlamsal bir altyapının oluşturulduğu ve bu anlamın fotoğraf sanatçısı Klaus Pichler'in artistik bakış açısı ile sağlandığı sonucuna varılmaktadır. Doğal sermaye stoğu hızla tükenirken gezegenimizin kaynaklarının bilinçsizce israf edilerek boşa harcandığı ve tüm dünyayı doyuran tarım ve gıda endüstrisinin üstün çaba ve büyük emeklerinin de aynı şekilde boşa harcanarak israf edildiği, çöpe atılmak için yetiştirilmiş yiyecek tasvirleri üzerinden sanatsal olarak ortaya koyulmaktadır. Bu bağlamda düzenlenen sergi, bir tarımsal iletişim uygulaması olmakla birlikte etkili bir iletişim aracı olarak sanatın kullanıldığı; görsel bir dil ve imgeler üzerinden tarımsal konuların ve sorunların geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan anlamsal anlatımlı eserlerin sergilenmesidir. Zira gıda israfının önlenmesi; gezegenimizi ve insanlığı tehdit eden ve yüzyılımızın çözüm bekleyen en kritik sorunlarından olan iklim değişikliği, açlık, kuraklık, su kıtlığı ve benzeri küresel meselelerin önüne geçilmesinde stratejik bir mücadeledir. Bu doğrultuda şüphesiz ki üretici ve tüketici arasında bilgi ve anlayış geliştirecek, tarımsal olmayan çok önemli büyük bir kitleye tarımsal mesajları iletecek çeşitli iletişim araçlarından ve ortamlarından faydalanmak ise günümüzde elzem bir ihtiyaçtır.

Kaynakça

American Farm Bureau Foundation For Agriculture (2019). What is ag literacy?, https://www.agfoundation.org/what-is-ag-literacy, Erişim Tarihi: 27.12.2019.

Arslan, M. (2021). *Tüketici Davranışları*. Birecik: Harran Üniversitesi.

Azizağaoğlu, A, (2010). Sembolik Tüketim: Ürünlerin Sembolik Özelliklerinin Satın Alma Davranışı Üzerine Etkileri, yayınlanmamış doktora tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri,* Berke Vardar-Mehmet Rifat (Çev.). Ankara: Kültür Bakanlığı.

Barthes, R. (2014). *Camera Lucida: Fotoğraf Üzerine Düşünceler*. Reha Akçakaya (Çev.). İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.

Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Birleşmiş Milletler (BM) Gıda ve Tarım Örgütü (FAO). (2022, 27 Eylül). Muhteşem Gıda israfı. https://www.fao.org/turkiye/news/detail-news/tr/c/1606396/, Erişim Tarihi: 30.9.2022

Birleşmiş Milletler Türkiye, (2021, Mart 5). Gıda İsrafı Endeks Raporu. https://turkiye.un.org/tr/114941-bm-uyar%C4%B1yor-g%C4%B1da-israf%C4%B1-iklim-de%C4%9Fi%C5%9Fikli%C4%9Fini-besliyor , Erişim Tarihi : 11.1.2023

Budak, D. N. (2014, Temmuz). Sanat için yemek, yemek için sanat [Gıda İletişimi yazıları]. Dünya Gıda Dergisi, 2014/07, 61-63.

Budak, D. N. (2020*). Yeni bir akademik disiplin olarak tarımsal iletişim: Türkiye bağlamında bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.

Budak, D. N. (2023). *Tarımsal İletişim*. İstanbul : Yeditepe Üniversitesi Yayınevi.

Düğer, İ. H. ve Dulupçu, M. A. (2001*), İktisata Giriş* (2. Basım). İstanbul: Graphis Yayınları.

Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies* (2.Basım). London : Routledge

Frick, M. J., Kahler, A. ve Miller, W. (1991). A Definition and The Concepts of Agricultural Literacy. *Journal of Agricultural Education*, 32(2), 49-57.

Gidaisrafi.com, http://gidaisrafi.com/ Erişim Tarihi : 7.1.2023

Kale Tasarım ve Sanat Merkezi (KTSM), https://www.kaletasarimsanatmerkezi.org/cope-atilmak-icin-yetistirilmis , Erişim Tarihi: 1.3.2023

Kovar, K. A. ve Henry, A. L. (2013). Two decades of agricultural literacy research: A synthesis of the literature. *Journal of Agricultural Education*, 54(1), 167-178.

Mchale, J. P. (2004). *Communicating for Change: Strategies of Social and Political Advocates*, Rowman & Littlefield.

Meyers, C., Irlbeck, E., Graybill-Leonard, M. ve Doerfert, D. (2011). Advocacy in agricultural social movements: Exploring Facebook as a public relations communication tool. *Journal of Applied Communications* 95(3), 68-81. https://doi.org/10.4148/1051-0834.1166.

National Agriculture in The Classroom Organization, http://agclassroom.org/affiliates/doc/logic_model.pdf, Erişim Tarihi: 14.7.2019

Odabaşı, Y. (2017). *Postmodern Pazarlama* (5.Basım). İstanbul : MediaCat Yayınları

Odabaşi, Y. ve Barış G. (2004). *Tüketici Davranışı*. İstanbul : MediaCat Yayınları

Schiffman L. G. ve Wisenblit J. (2019). *Consumer Behavior* (20. Basım). İngiltere : Pearson Education Limited

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, (t.y.). Türkiye'nin Gıda Kayıpları ve İsrafının Önlenmesi Azaltılması ve Yönetimine İlişkin Ulusal Strateji Belgesi ve Eylem Planı, https://www.tarimorman.gov.tr/ABDGM/Belgeler/Uluslararas%C4%B1%20Kurulu%C5%9Flar/G%C4%B1dan%C4%B1%20Koru%20Strateji%20Belgesi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1.pdf Erişim Tarihi: 3.1.2023

Telg, R. ve Iranı, T. (2012). *Agricultural Communications in Action: A Hands-On Approach*. USA: Delmar.

Türk Dil Kurumu (TDK), https://sozluk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 17.1.2023

Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu Madde 3. (2010, 13 Haziran). *Resmî Gazete (Sayı: 27610)*. https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5996.pdf, Erişim Tarihi : 2.2.2023