



Etkileşimli Araç Seti Ortak
Katkısı

GİRİŞ VE GIDA ATIKLARININ YÖNETİMİNE İLİŞKİN EN İYİ UYGULAMALAR





Öğrenin

(Bu bölüm, konuyu ve daha geniş kapsamlı önemini anlamaya odaklanmaktadır)



1. Plan



Öğrenme hedeflerini etkili bir şekilde iletmek için neler hazırlanmalıdır?

Kaynakları, paydaşların katılımını ve ön bilginin değerlendirilmesini dahil edin.

Öğrenme içeriğinin etkili bir şekilde aktarılması için, gıda atıkları hakkında mevcut bilgilere dayanan, ilgili konularda güncel bilgiler sağlayan ve öğrenme materyalleri hakkında yeni fikirlerin ve tartışmaların ortaya çıkmasını kolaylaştıran veya teşvik eden bir yaklaşım kullanılabilir.

Gıda israfı ile ilgili öğrenme hedeflerini etkili bir şekilde aktarmak için:



Kaynaklar: Gıda israfının önemini vurgulamak için FAO, UNEP ve WRI gibi küresel kuruluşların istatistik ve verilerini kullanın. Çevresel, ekonomik ve sosyal etkilerini gösteren infografikler ekleyin.



Paydaş Katılımı: Eğitimcileri, gıda hizmeti profesyonellerini ve toplum liderlerini sürece dahil edin.



Tartışmalar ve Fikir Alışverişi: Bu etkinlik, projenin sonunda uygulanabilir. Etkinliğin verimli geçmesi için katılımcılar, benzer ilgi alanları ve mesleki geçmişlerine göre gruplandırılmalı ve her grup en fazla 15–20 kişiden oluşmalıdır. Diyagramlar, tablolar ve şekiller içeren iyi yapılandırılmış bir sunum, anlayışı ve katılımı artıracaktır.

3. İzleme ve Değerlendirme



Öğrenme çıktılarını değerlendirmek için testler, anketler veya geri bildirim oturumları gibi yöntemler sunun

İzleme, programın ilerlemesini ve sonuçlarını değerlendirmek için gerekli olan veri toplama ve analizini içerir.

Aşağıdaki araçlar izleme ve değerlendirme amaçlı kullanılabilir:

1. Eğitim Quizleri - Bir değerlendirme aracı olarak quizler, katılımcıların bilgi, beceri ve yetkinliklerini değerlendirmeyi amaçlayan sistematik bir anket içerir.
2. Anketler ve araştırma anketleri - Analitik araçlar olan anketler, araştırmaya katılanların düşüncelerini, tutumlarını ve görüşlerini toplamaya ve konunun nicel analizine olanak tanıyan bir veri toplama yöntemi olarak kabul edilmektedir. Bu tür anketler ve araştırma anketleri, öğrenme düzeyini belirlemenin yanı sıra yeni bilgiler ortaya koymaya da olanak tanıyan yapılandırılmış ve derecelendirilmiş bir yaklaşıma sahiptir.
3. Geri bildirim oturumları - Geri bildirim oturumları, farklı katılımcılar arasında işbirliğini ve bilgi birleşimini teşvik eden hem bireysel hem de grup formatlarını içerebilir.
4. Tartışmalar ve beyin fırtınası - Katılımcılar arasındaki tartışmalar da grup öğrenimini ve karar vermeyi kolaylaştırır. Bunların kullanımı, katılımcıların farklı pozisyonları savunup bir konunun çeşitli yönlerini tartıştıkları bir karşılıklı süreç düzenlemeyi içerir. Bu süreç, problem analizini ve yenilikçi yaklaşımların geliştirilmesini kolaylaştırır.

4. İletişim



Öğrenme içeriğinin ve sonuçlarının hedef kitle ve diğer paydaşlarla nasıl paylaşılacağını açıklayın.

Öğrenme çıktılarının paylaşılması, halkın farkındalığının artırılmasının yanı sıra, nihayetinde gıda israfının azaltılmasına ve çevresel etkinin azaltılmasına katkıda bulunan kurumsal süreçlerin, politikaların ve stratejilerin geliştirilmesine de etki edecektir.

Öğrenme içeriği ve çıktıları, en etkili çözüm olan dijital bir platform aracılığıyla paylaşılacaktır. Bu platform, çevrimiçi materyalleri, gıda israfı konularına ilişkin sunumları, çevrimiçi kursları, web seminerlerini ve daha fazlasını barındıracaktır. Platform, gelecekte kademeli olarak güncellenebilir ve uzun vadeli bir kaynak işlevi görebilir.



5.Yönet



Öğrenme faaliyetlerini organize etme ve koordine etme, rolleri atama ve kaynakları etkin bir şekilde yönetme sürecini ana hatlarıyla belirtin

Eğitim faaliyetlerinin organizasyonu, koordinasyonu ve kaynak yönetimi, gıda atığı yönetiminde en iyi uygulamaların etkili bir şekilde aktarılmasını ve uygulanmasını sağlayan ilkelere uygun olmalıdır.

Öğrenme Etkinliklerinin Düzenlenmesi:



Katılımcıların atık azaltma ve etkili yönetim konusundaki bilgilerini artırmak için eğitim oturumları ve seminerler **planlayın**.



Katılımcıların kompostlama, atıkları kaynağa dönüştürme ve diğer etkili yaklaşımlar gibi alanlardaki becerilerini geliştirmek için gerçek hayattan senaryolara dayalı **pratik** oturumlar **düzenleyin**.



Gıda atığı yönetimi yöntemlerinin paylaşılmasını ve yeni fikirlerin geliştirilmesini teşvik etmek amacıyla tartışmalar gibi etkileşimli etkinlikler **düzenleyin**.

Faaliyetlerin Koordinasyonu:

Koordinasyon, yerel koşullara ve zorluklara uyarlanmalıdır. Yerel yönetimlerin, gıda üretim sektörünün, eğitim kurumlarının ve sivil toplum kuruluşlarının aktif katılımı çok önemlidir. Projenin uzun vadeli sürdürülebilirliğini sağlamak için paydaşlar arasında net bir sorumluluk dağılımı gereklidir.

5.Yönet



Uygulama Takvimi:



Eğitmenlerin, uzmanların ve İzleme ve Değerlendirme koordinatörünün atanması da dahil olmak üzere roller atanmalı ve sorumluluklar tanımlanmalıdır.



İdari ve organizasyonel destek sağlayın: İdari ekip, kaynak tahsisi, iç program koordinasyonu ve nihai sonuçların değerlendirilmesi gibi organizasyonel süreçleri yönetecektir.

İnsan Kaynakları Organizasyonu:



Her faaliyet, öğrenme hedeflerini etkin bir şekilde gerçekleştirmek için gerekli uzmanlık ve deneyime sahip nitelikli uzmanların katılımını içermelidir.



Öğrenme sürecinin verimliliğini artırmak için dijital platformlar, video kaynakları ve mobil uygulamalar gibi teknolojik kaynaklardan yararlanılmalıdır.

Nerede: Eğitim, ilgili yetkinlik, deneyim ve öğretim geçmişine sahip yerel proje uzmanları tarafından yürütülecektir.



İlham Ver

(Bu bölüm, harekete geçmeyi teşvik etmek için fikirleri, en iyi uygulamaları ve vaka çalışmalarını vurgular.)



1. Plan



İlham verici örneklerin veya başarı hikayelerinin nasıl seçileceğini ve sunum için nasıl hazırlanacağını ayrıntılı olarak açıklayın

Bir sunumun başarısı genellikle ilham verici örneklerin ve başarı hikayelerinin ne kadar etkili bir şekilde seçilip sunulduğuna bağlıdır. Bu süreç, alaka düzeyi, güvenilirlik ve yenilikçilik arasında bir denge sağlayan stratejik bir yaklaşım gerektirir.

Planlama Hedefleri

- Etkileyici ve duygusal olarak ilgi çekici bir sunum yapın.
- Dinleyicilerin katılımını artırın ve güven oluşturun.
- Çeşitlilik ve kapsayıcılığı sağlayın.

Temel İlkeler

- Teorik Sağlamlık – Güvenilir, akademik kaynaklar kullanın.
- Yapılandırılmış Akış – Seçim, analiz, sunum gibi net aşamaları izleyin.
- Yaratıcılık – Etkiyi artırmak için yenilikçi formatlar ve görseller kullanın.

Planlama Aşamaları

1. İhtiyaç Değerlendirmesi

- Hedef kitleyi analiz edin: Kim oldukları, ilgi alanları ve beklentileri.
- Amacı tanımlayın: Motivasyon, eğitim veya harekete geçirme çağrısı.
- Biçimi seçin: Bireysel hikayeler, toplu başarılar veya yenilikçi örnekler.

2. Tanımlayıcı Kriterler

- Akademik Değer – Kanıta dayalı, iyi belgelenmiş içerik.
- Yenilikçilik – Benzersiz veya şaşırtıcı başarı hikayeleri.
- Duygusal Etki – İlham veren ve empati uyandıran örnekler.
- Çeşitlilik – Farklı kültürel, cinsiyet ve mesleki geçmişleri temsil eden örnekler.

1. Planla ma



3. Bilgi Toplama

- Birincil Kaynaklar – Profesyonellerle yapılan röportajlar ve ilk elden anlatımlar.
- Vaka Çalışmaları – Bölgesel, uluslararası veya sektöre özgü başarı öyküleri (ör. Fransa'nın gıda atığı yasaları, Too Good To Go, konaklama sektöründeki yenilikler).

4. Materyal Hazırlığı

- Hikayeleri Yapılandırma – Bağlam, zorluklar, eylemler ve sonuçlar.
- Yaratıcı Görselleştirme – İnfografikler, videolar ve multimedya sunumları.

5. Geri Bildirim ve Son Düzenlemeler

- İç Test – Küçük bir gruba sunum yapın, mantık ve görseller hakkında geri bildirim toplayın.
- İyileştirmeler – Geri bildirimlere göre içeriği ve yapıyı ayarlayın.

Bu akıcı yaklaşım, etkili ve ilgi çekici sunumlar yapılmasını sağlar.



2. Uygulama



Sunumlar, hikâye anlatımı, videolar veya etkileşimli yöntemler gibi yollarla en iyi uygulamaların veya örnek olayların nasıl paylaşılacağını açıklayın

En iyi uygulamaların uluslararası ve yerel düzeylerde paylaşılması ve yaygınlaştırılması, gıda kaynaklarını optimize etmeyi ve çevresel etkileri azaltmayı amaçlamaktadır. Bu süreçte, ilgili kitlelerin farkındalığını ve katılımını artırmaya yardımcı olmak için bilgi, deneyim ve başarı hikayelerinin çeşitli medya formatları aracılığıyla yaygınlaştırılması gerekmektedir. Alaka düzeyi, güvenilirlik ve yenilik.

Sunumlar ve eğitim biçimleri - Sunumlar, teorik ve pratik bilgileri geniş bir kitleye hızlı bir şekilde aktarmanın en etkili yoludur. Sunumlar aracılığıyla şunlar yapılabilir:

- Somut vaka çalışmalarının tanıtılması: Dinleyicilerin, en iyi uygulamaların farklı sektörlerde (ör. tarım, endüstriyel üretim, uzun vadeli depolama teknolojileri) nasıl uygulandığını anlamalarına yardımcı olmayı amaçlayan, bireysel veya kurumsal deneyimlerin ayrıntıları.

- Sistemik analiz: Bilimsel araştırmalara ve uluslararası deneyimlere dayanan güvenilir atık yönetimi modellerinin sunumu; etkili atık yönetiminin ekonomik kalkınmaya, sosyal adalete ve çevre korumasına nasıl katkıda bulunduğu.

Hikaye anlatımı - Gıda atığı yönetimi kavram ve uygulamalarını uyarlama ve aktarma konusunda eşsiz bir araçtır. Hikaye anlatımı şunlara yardımcı olur:

- Duygusal bağlar ve etkileşim: Stratejiler ve yöntemler, insanların gerçek deneyimlerini derinlemesine yansıttığında, hedef kitle için daha anlaşılır ve kendileriyle özdeşleştirilebilir hale gelir.

- Sorunlar ve fırsatlar hakkında raporlama: Örneğin, belirli bir şirketin veya yerel yönetim kuruluşunun gıda israfını nasıl azalttığı, bunun sonucunda elde edilen başarılı deneyimler ve sonuçlar.

2. Uygulama



Videolar ve belgeler - Görsel içerik, özellikle video formatında, bilgiyi hızlı bir şekilde aktarmanın harika bir yoludur. Videoları kullanın - Belirli süreçleri ve taktikleri, hatalardan çıkarılan dersleri ve başarıları tasvir edin



Etkileşimli yöntemler - Atölye çalışmaları, tartışmalar ve çevrimiçi platformların kullanımı gibi etkileşimli formatlar, katılımcıları aktif olarak dahil etmek üzere tasarlanmış dinamik bir bilgi alışverişi biçimini temsil eder katılımcıları aktif olarak dahil etmek üzere tasarlanmış dinamik bir bilgi paylaşımı biçimidir.



En iyi uygulamaları ve başarı öykülerini paylaşmak, yalnızca gıda atığı yönetimi süreçlerinin geliştirilmesi açısından değil, aynı zamanda çevresel değişimin gerçekleştirilmesine aktif katılım açısından da büyük önem taşımaktadır. Sunumlar, öyküler, videolar ve etkileşimli yöntemler, bu hedefin etkili bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlar, çünkü dinleyicilerin gündeme getirilen konularla ilgili bilgileri kolayca algılamasına ve bunlara yanıt vermesine yardımcı olur.

3. İzleme ve Değerlendirme



İlham verme çabalarının etkisinin nasıl ölçüleceğini açıklayın, örneğin katılımcılardan gelen geri bildirimler, katılım ölçütleri

İlham verme çabalarının etkinliğini sağlamak için, bunların etkisini ölçmek gerekir. Bu, aşağıdakiler yoluyla gerçekleştirilebilir:

Katılımcı Geri Bildirimi – Eğitim süreçlerinin ne kadar başarılı bir şekilde uygulandığını ve katılımcıların davranış ve zihniyetlerini ne ölçüde etkilediğini belirlemede en önemli kaynaklardan biri.

Anketler – Hem nicel hem de nitel veriler elde etmek için kullanılır. Yaygın bir yöntem, katılımcıların öğretimin kalitesini ve çeşitli parametreler (bilgi, davranış, ruh hali) üzerindeki etkisini derecelendirdiği anketlerdir.

Odak Grupları veya Açık Tartışmalar – Katılımcıların deneyimleri ve bakış açıları hakkında daha derin bir anlayış ve ayrıntılı bilgiler sağlar. Bu yöntemler, kuruluşların mevcut çözümlerin etkinliğini değerlendirmesine ve anketlerin tam olarak yakalayamadığı içgörüler ortaya çıkarmasına yardımcı olur.

Katılım Metrikleri – Katılım oranlarını, etkileşimli etkinliklerin değerlendirilmesini ve strateji sunumları ile pratik eğitimlerin ardından davranış değişikliklerinin gözlemlenmesini içerebilir.

Gıda atığı yönetiminde izleme ve değerlendirme, etkinlik, şeffaflık ve sürdürülebilirliği sağlamak için gereklidir. Çabaların ve katılım metriklerinin değerlendirilmesi, daha güvenilir sonuçlar elde edilmesini sağlar, programın uygulanmasını ve bulguların yaygınlaştırılmasını iyileştirir.

4. İletişim



Maksimum erişim ve katılımı sağlamak için ilham verici içeriğin nasıl yaygınlaştırılacağını açıklayın

Yaygınlaştırma, erişilebilirlik ve etkileşimi en üst düzeye çıkarmak için, iyi tasarlanmış iletişim stratejileri ve formatları uygulamak çok önemlidir.

Etkili İletişim Araçları

- **Hedef Kitleyi Belirleyin** – İçerikten en fazla fayda sağlayacak belirli niş, bölgesel veya sosyal grupları tanımlayın. Örneğin, kurumsal sektörde gıda israfını azaltmayı amaçlayan bir program, restoranlara ve catering şirketlerine göre uyarlanabilir.

- **Profesyonel Platformlardan Yararlanın** – LinkedIn ve diğer profesyonel ağlar gibi platformlar, sektördeki katılımı teşvik eder, ilgiyi artırır ve en iyi uygulamaların paylaşılmasını kolaylaştırır.

- **Sosyal Medyayı Kullanın** – Facebook, Instagram ve YouTube gibi kanallar, kitlesel içerik dağıtımını ve hedef kitleye uyumu sağlar. Düzenli paylaşımlar, videolar ve görseller, çevre sorunları hakkında farkındalığı artırmaya yardımcı olur.

- **Multimedya ve Etkileşimli İçerik** – İlgi çekici, dinamik formatlar, anlayışı ve katılımı artırır:

Video Materyalleri – Karmaşık konuları anlaşılır hale getiren ilgi çekici videolar.

İnfoğrafikler – Atık yönetimindeki temel kavramları aktarmak için net ve görsel açıdan çekici araçlar.

Sürekli katılım ve etkinliği sağlamak için içerik ve formatlar sürekli olarak iyileştirilmeli, böylece farkındalık ve etki artırılmalıdır.

5.Yönet



En iyi uygulamaların toplanması ve sergilenmesi sürecinin nasıl koordine edileceğini ve bu çalışmayı kimin denetleyeceğini ana hatlarıyla belirtin.



En iyi uygulamaların toplanması ve sunulması süreci, net rol ve sorumlulukların olduğu yapılandırılmış bir yaklaşım gerektirir. Konu uzmanları, kilit paydaş temsilcileri ve bir süreç koordinatöründen oluşan özel bir koordinasyon grubu kurulacaktır. Bu ekip, süreci denetleyecek, çeşitli kaynaklardan bilgi toplayacak ve en iyi uygulamaların sunumunu etkin bir şekilde organize edecektir.





Eylem

(Bu bölüm, pratik adımlara ve uygulanabilir çözümlere odaklanmaktadır.)



1. Plan



Hedeflerin belirlenmesi, paydaşların tespit edilmesi ve gerekli kaynakların toplanması dahil olmak üzere eylemlerin planlanması için bir yol haritası sunun

Bir projenin başlangıcında, süreçleri yönlendirmek ve izlemek için etkili bir çerçeve oluşturan, iyi tanımlanmış ve özel olarak hazırlanmış hedefler belirlemek çok önemlidir. Bu hedefler, hem stratejik yönelimlere hem de kurumsal gerekliliklere dayalı olmalı ve hem kısa hem de uzun vadeli sonuçları garanti etmelidir.

Gıda israfı ile ilgili öğrenme hedeflerini etkili bir şekilde aktarmak için:



Paydaşların Belirlenmesi: Etkili gıda israfı yönetimi, çeşitli paydaşlar arasında dinamik ve sürekli bir işbirliği gerektirir.

Bu kişilerin katılımı, stratejik önlemlerin şekillendirilmesinde, etkili bir şekilde uygulanmasının sağlanmasında ve halkın desteğinin kazanılmasında hayati bir rol oynamaktadır.



Gerekli Kaynakların Toplanması: Önemli bir aşama, hem projenin uygulanmasını hem de hedeflerine ulaşmak için gerekli operasyonel araçların oluşturulmasını desteklemek üzere gerekli kaynakları temin etmektir.



Eylemlerin Koordinasyonu ve Yönetimi: Planın başarılı bir şekilde yürütülmesi için, prosedürlerin uygulanmasını ve rollerin eşitliğini sağlamak üzere iyi tanımlanmış bir organizasyon yapısı şarttır. Koordineli eylemler, açıkça tanımlanmış roller ve her bir paydaşın aktif katılımını gerektirir.

Bu süreçte, hem süreçlerin izlenmesi hem de etkinliğin değerlendirilmesi önemlidir.

2. Uygulama



Eylemlerin nasıl yürütüleceğini, belirli adımları ve rolleri ayrıntılı olarak açıklayın.

Etkili gıda atığı yönetimi, araştırma, önleme, yönetim ve teknik faaliyetleri kapsayan sistematik bir yaklaşım gerektirir. Atık oluşumunu en aza indirmek ve uygun geri dönüşüm ile kompostlamayı teşvik etmek için her adım özenle tasarlanmalı ve organize edilmelidir.

Mevcut Durumun Gözden Geçirilmesi ve Değerlendirilmesi

İlk adım, gıda atığı yönetiminin mevcut durumuna ilişkin ayrıntılı bir analiz yapmaktır. Bu, AB ve uluslararası düzeylerdeki değerlendirmeleri, mevcut yaklaşımları, metodolojileri, yasal çerçeveleri ve bölgedeki pratik çözümleri içerir.

Gıda Atıklarını Azaltma ve Yönetme Stratejileri

- **Önleme Stratejileri** – Atık azaltma hedefleriyle uyumlu, net ambalaj standartları belirlemek.
- **Eğitim ve Farkındalık Artırma** – Atık yönetimine dahil olan kişilerin yetkinliklerini artırmak için güncel eğitim materyalleri geliştirin. Halkı bilinçlendirme kampanyaları, erişimi ve etkiyi en üst düzeye çıkarmak için ilgi çekici multimedya içeriğine yer vermelidir.
- **Üretim Süreci Optimizasyonu** – Üretim süreçlerini optimize eden ve fazla stoğu azaltan mekanizmalar uygulayın.
- **Atık Geri Dönüşüm ve Kompostlama Stratejileri** – Kompostlama yoluyla biyolojik atık yönetimini teşvik etmek ve organik atıkları analiz ederek bunları sürdürülebilir enerji ve gıda kaynaklarına yönlendirmek.
- **Gıda Bağış Programları** – Mevcut



2. Uygulama

Modern Teknolojik Çözümlerin Tanıtılması

Teknoloji, gıda atığı yönetiminin optimize edilmesinde kilit bir rol oynar. Önemli çözümler şunlardır:

- **Gıda Bağış Platformları/Uygulamaları** – Gıda üreticileri, perakendeciler ve ihtiyaç sahibi kuruluşlar arasında gerçek zamanlı bağlantıları kolaylaştırmak ve fazla gıdanın verimli bir şekilde yeniden dağıtılmasını sağlamak için dijital uygulamalar geliştirin.
- **Akıllı Kompostlama Sistemleri** – Yenilemeyen gıda atıklarını organik gübreye dönüştürmek için otomatik kompostlama üniteleri kurun; böylece dögüsel ekonomi uygulamalarını ve sürdürülebilir atık yönetimini destekleyin.



3. İzleme ve Değerlendirme



Performans göstergeleri, değerlendirmeler veya paydaş geri bildirimleri gibi , performans göstergeleri, değerlendirmeler veya paydaş geri bildirimleri gibi

Gıda israfını azaltma çabalarının etkinliğini ölçmek, uygulanan stratejilerin başarısını değerlendirmek ve zaman içinde yaklaşımları iyileştirmek için çok önemlidir. İlerlemeyi değerlendirmek için çeşitli yöntemler ve performans göstergeleri kullanılabilir:

- Atık hacmindeki değişiklikleri takip etmek için azaltma kampanyalarının uygulanmasından önce ve sonra **gıda atığını nicel olarak ölçmek.**
- Başarılı atık yönetimi uygulamalarının bir göstergesi olarak, kompostlama veya geri dönüşüm tesislerine yönlendirilen **gıda atıklarının oranını izlemek.**
- Gıda atıklarının azaltılmasına yönelik tutum ve davranışlar hakkında tüketici geri bildirimini toplamak amacıyla **anketler düzenlemek**; bu, iyileştirme alanlarının belirlenmesine ve farkındalığın artırılmasına yardımcı olur.
- Gıda israfının azalmasından kaynaklanan işletmeler ve tüketiciler için maliyet tasarrufu gibi **ekonomik etkilerin analiz edilmesi.**

Bu göstergeler kullanılarak, gıda israfını azaltma çabalarının kapsamlı ve objektif bir değerlendirmesi yapılabilir. Bu yaklaşım, girişimlerin sadece ölçülebilir olmasını değil, aynı zamanda anlamlı çevresel, sosyal ve ekonomik faydalar sağlamasını da garanti eder ve gıda israfı yönetiminde uzun vadeli sürdürülebilirliği teşvik eder.

4. İletişim



Sonuçların nasıl paylaşılacağını, farkındalığın nasıl artırılacağını ve paydaşların sürece nasıl etkili bir şekilde dahil edileceğini açıklayın

Gıda israfını azaltmaya yönelik girişimlerin uzun vadeli etkisini ve sürdürülebilirliğini sağlamak, sonuçların paylaşılması, farkındalığın artırılması ve paydaşların aktif olarak sürece dahil edilmesi konusunda stratejik bir yaklaşım gerektirir. Aşağıdaki temel stratejiler, erişim ve katılımı artırabilir:

- **Kapsamlı Raporlama ve Belgeleme** – Proje sonuçlarını, metodolojileri ve temel önerileri özetleyen Proje sonuçlarını, metodolojileri ve temel önerileri özetleyen ayrıntılı raporlar hazırlayın ve dağıtın. Bu belgeler, bilgi aktarımını kolaylaştırmak ve bilinçli karar almayı teşvik etmek için web siteleri, sosyal medya ve paydaşlarla doğrudan iletişim yoluyla erişilebilir hale getirilmelidir.
- **Etkinlikler ve Forumlar Aracılığıyla Halkın Katılımı** – Bulguları sunmak ve sonraki adımları keşfetmek için panel tartışmaları, web seminerleri ve atölye çalışmaları gibi hem çevrimiçi hem de yüz yüze etkinlikler düzenleyin. Bu etkileşimli platformlar, paydaşlar arasında diyalogu teşvik eder, işbirliğini destekler ve devam eden gıda israfını azaltma çabaları için yeni fikirler üretir.
- **Sosyal Medya Etkinlikleri ve Dijital Hikaye Anlatımı** – Sosyal medya platformlarını (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) kullanarak özlü ve bilgilendirici içerikler yayınlayın. İnfografikler, kısa videolar ve ilgi çekici anlatımların yanı sıra stratejik etiketlerden yararlanmak, görünürlüğü ve hedef kitlenin katılımını önemli ölçüde artırabilir.
- **Multimedya İçerik Oluşturma** – Projenin gıda israfının azaltılması üzerindeki etkisini gösteren kısa videolar, animasyonlar ve görsel vaka çalışmaları geliştirin. Bu tür içerikleri YouTube, sosyal medya ve sürdürülebilirlik odaklı ağlar gibi platformlarda paylaşmak, erişimi ve etkileşimi artırabilir.

4. İletişim

- **Paydaş İşbirliği ve Toplum Katılımı** – Hedefli atölye çalışmaları ve ortaklık görüşmeleri yoluyla işletmelerin, eğitim kurumlarının, yerel toplulukların ve kuruluşların katılımını teşvik edin. İşbirliği fırsatları yaratmak, sürdürülebilir eylemleri ve gıda israfının azaltılmasına yönelik çabaların genişlemesini sağlar.
- **Geri Bildirim Mekanizmaları ve Sürekli İyileştirme** – Girişimlerin etkinliğini değerlendirmek ve gıda israfının azaltılmasına yönelik kamuoyunun tutumunu anlamak için anketler, oylamalar ve araştırma çalışmaları düzenleyin. Paydaşların geri bildirimlerini gelecekteki stratejilere dahil etmek, programın alaka düzeyini garanti eder ve etkisini artırır.

Bu stratejilerin uygulanmasıyla, gıda israfını azaltma girişimleri sonuçları etkili bir şekilde iletebilir, farkındalığı artırabilir ve uzun vadeli sürdürülebilirliğe bağlı, katılımcı paydaşlardan oluşan güçlü bir ağ oluşturabilir.



5. Yönet



Araç setinin hedefleriyle uyumu sağlayarak, tüm sürecin nasıl koordine edileceğini ve yönetileceğini ayrıntılı olarak açıklayın

Gıda atığı yönetimi araç setinde belirtilen hedeflere ulaşmak için faaliyetlerin etkin bir şekilde koordine edilmesi ve yönetilmesi hayati önem taşır. Bu süreç, tüm projelerin, girişimlerin ve süreçlerin önceden belirlenmiş hedeflere yönelik olarak ilerlemesini sağlamak üzere özenle planlanmış adımları içerir. İlk önemli adım, her bir projenin veya faaliyetin spesifik hedeflerini belirlemenin yanı sıra, bu hedeflere ulaşmaya yardımcı olacak araç ve stratejileri tespit etmektir.

Koordinasyon Sürecinin Temel Aşamaları:

- **Hedef Tanımlama:** Gıda israfı projesi kapsamındaki her girişim için net ve ölçülebilir hedefler belirleyin.
- **Uygulama Planı:** Tanımlanan hedeflere ulaşmak için gerekli zaman çizelgelerini, sorumlulukları ve eylemleri özetleyen ayrıntılı bir plan geliştirin.
- **Kaynak Tahsisi:** Planı desteklemek üzere gerekli mali, insan ve teknolojik) planı desteklemek için hazır olduğundan emin olun. Bu sistem, zamanında ve etkili bir uygulama sağlamak için koordinasyon ve sorumlulukların net bir şekilde tahsis edilmesini içermelidir. Her katılımcının kendi eylemlerinden özel olarak sorumlu olması, hem etkili koordinasyon ve süreç şeffaflığını hem de hızlı yanıtları sağlamak açısından çok önemlidir.
- **Anahtar Performans Göstergeleri (KPI'lar):** Faaliyetlerin ilerlemesini takip etmek ve araç seti hedefleriyle uyumu değerlendirmek için KPI'ları belirleyin ve oluşturun.
- **İzleme, Değerlendirme ve Sonuçların Paylaşılması:** Verimli izleme ve değerlendirme sistemleri, daha iyi sonuçlar elde edilmesine yardımcı olur. Bu, analiz yoluyla etkinin belirlenebileceği anketler ve geri bildirimler gibi çeşitli veri toplama yöntemlerini içerebilir.

5. Yönet



Etkili koordinasyon, doğru kaynakları entegre etmeye ve ekip üyeleri arasında tutarlı iletişimi sürdürmeye odaklanır. Tüm faaliyetlerin yolunda gitmesini ve araç setinin hedefleriyle uyumlu olmasını sağlamak için düzenli ilerleme değerlendirmeleri gereklidir. Bu, kaynakların, zaman çizelgelerinin ve sonuçların izlenmesini içerir.

Değişen Koşullara Uyum Sağlama:

Değişen koşullara uyum sağlama becerisi, başarının devamı için çok önemlidir. Yönetim sürecindeki esneklik, zorluklar veya yeni fırsatlar ortaya çıktığında zamanında ayarlamalar yapılmasına olanak tanır. Tutarlı izleme ve düzenli geri bildirim döngüleri, bilinçli kararlar almak ve faaliyetlerin yolunda gitmesini sağlamak için gerekli verileri sağlar.





Kaynaklar ve Araçlar

*(Bu bölümü destekleyen materyalleri, araçları
ve kaynakları listeleyin.)*



1. Eğitim kaynakları



Ülkenizdeki

gıda israfı ve yönetimi ile ilgili durumu açıklayın. Açıklama şunları içerebilir:

Yürürlükteki mevzuat:

- Kitaplar
- Kılavuzlar
- Çalışma materyalleri

Yürürlükteki mevzuat:

Gürcistan'da gıda atık yönetimi, atık azaltımı, geri dönüşüm ve çevresel sürdürülebilirliği teşvik eden hem uluslararası hem de ulusal düzenlemelere ve stratejilere uyumu içerir. Gürcistan'da gıda atık yönetimini düzenleyen ve atık yönetim sistemini iyileştirmeyi ve çevreyi korumayı amaçlayan çeşitli yasal düzenlemeler bulunmaktadır. Önemli yasa ve düzenlemeler şunlardır:

- **Atık Yönetimi Kanunu:** Bu kanun, önleme, yeniden kullanım, geri dönüşüm ve diğer geri kazanım biçimleri dahil olmak üzere atık yönetiminin ilkelerini tanımlamaktadır. Ayrıca, atık yönetimi gerekliliklerinin ihlali durumunda uygulanacak yaptırımları da belirlemektedir. (LEPL "Gürcistan Yasama Gazetesi")
- **"Gıda Güvenliği ve Kalitesi Hakkında" Kanun:** Bu kanun, gıda atık yönetimi de dahil olmak üzere gıda güvenliği ve kalite güvencesi ilkelerini belirler. Atık azaltma standartları da dahil olmak üzere gıda güvenliği gerekliliklerini belirler. (LEPL "Georgian Legislative Herald")
- **"Gıda/Yem Güvenliği, Veterinerlik ve Bitki Koruma Kanunu":** Bu kanun, gıda atık yönetimi de dahil olmak üzere gıda güvenliği, veterinerlik ve bitki koruma alanlarını düzenlemektedir.

Uluslararası Mevzuat:

- **1069/2009 sayılı Avrupa Birliği Yönetmeliği:** Bu yönetmelik, özellikle gıda atıkları ile ilgili olarak hayvansal kaynaklı yan ürünlerin ve türev ürünlerin yönetimini ele almaktadır.

Eğitim Kaynakları:

- "Atık Yönetimi Planı": Gürcistan Çevre Koruma ve Tarım Bakanlığı tarafından hazırlanan, atık yönetimi stratejisi ve önlemlerini özetleyen bir belge. (MEPA)

2. Dijital araçlar



- Platformlar
- Uygulamalar
- Bölümle ilgili yazılımlar

Gürcistan'da çevre koruma ve atık yönetimi için çeşitli dijital araçlar ve platformlar kullanılmakta olup, bunlar hem kanunların uygulanmasına hem de halkın bilinçlendirilmesine katkıda bulunmaktadır. Bunlar arasında şunlar yer almaktadır:

Gürcistan Çevre İzleme Sistemi (GEMS): Bu sistem, su, hava, katı atık ve diğer çevresel parametreleri izlemek için aktif olarak kullanılmaktadır. GEMS, ülkenin çevre politikasının etkili bir şekilde uygulanmasını desteklemek amacıyla veri toplama, işleme ve çevrimiçi platformlarda yayınlama hizmetleri sunmaktadır.

Web sitesi: <https://www.gems.gov.ge>

Elektronik Fayda Sistemi (Çevresel Teşvik Sistemi): Bu sistem, plastik ve diğer geri dönüştürülebilir malzemeler gibi atıkları yönetir ve hem özel hem de kamu sektörünü verimli atık geri dönüşümü ve kompostlamaya teşvik eder. Web sitesi: <https://www.eiec.gov.ge>

Gürcistan Çevre Denetim Dairesi: Bu daire, çevre koruma stratejileriyle yakından ilişkili olan atıkların güvenli bir şekilde işlenmesini ve geri dönüşümünü izlemek için veri toplama sistemleri dahil olmak üzere çeşitli dijital platformları aktif olarak kullanmaktadır. Web sitesi: <https://www.mepa.gov.ge>

"MyEco" Uygulaması: Bu uygulama, kullanıcıların çevre verilerini anlamalarını ve atık yönetimi ile su kaynaklarının verimli kullanımını dahil olmak üzere çevre koruma konusunda çeşitli tavsiyeler almalarını sağlar.

Yerleştirme Bağlantısı: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.myeco.ge>

Eko-izleme - ECOSYS: Bu sistem, Gürcistan'da çevre izleme ve virüsler, atıklar, yakıt ve diğer kirlilik türlerine ilişkin verilerin analizi için kullanılmaktadır. ECOSYS, atık üretimi, geri dönüşüm ve bunların çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin değerlendirilmesine yardımcı olur.

Web sitesi: <https://www.ecosys.ge>



Yerel Eğitim Platformları:

- **"Halk için Rehber: Gıda Atıklarının Nasıl Azaltabiliriz"**: Gürcistan Çevre Koruma ve Tarım Bakanlığı ile yerel kuruluşlar, belirli eğitim ve öğretim çabalarını içeren gıda atığı azaltma kampanyalarını aktif olarak desteklemektedir.
- **"Kurslar ve Seminerler: Çevre Koruma ve Atık Yönetimi"**: Gürcistan'daki üniversiteler ve eğitim merkezleri, gıda atığı yönetimi, bu konudaki ilkeler ve pratik yönleri üzerine kurslar sunmaktadır. Bu kurslar, hem öğrenciler hem de sektörde çalışan profesyoneller için tasarlanmıştır.

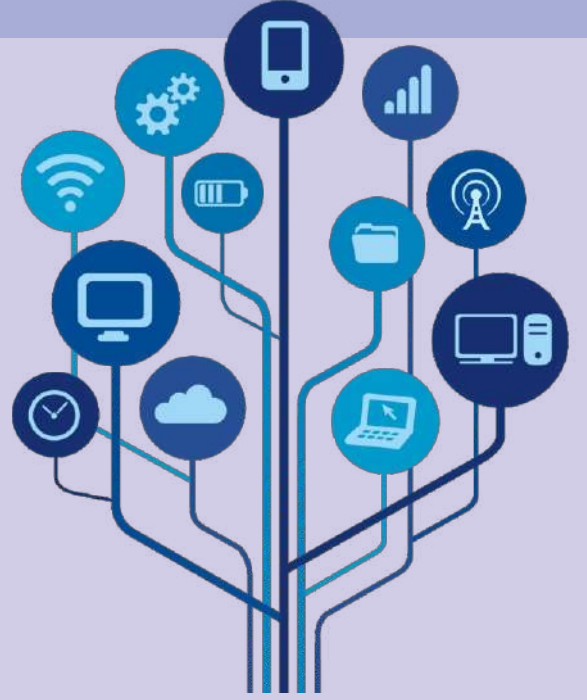
Bu dijital araçlar ve platformlar, çevre bilgi yönetimine, etkili atık yönetimine, çevre politikalarının başarılı bir şekilde uygulanmasına ve çevre koruma süreçlerine halkın aktif katılımına katkıda bulunmaktadır.

Gıda Atıklarıyla İlgili Uygulamalar:

- **Food Tank tarafından hazırlanan, evsel gıda atıklarını önleyen ve gezegeni koruyan 12 uygulama:**
<https://foodtank.com/news/2021/09/apps-preventing-household-food-waste-and-protecting-the-planet/>
- **WWF'den Gıda Atığı Savaşçıları Hikayeleri:** <https://www.worldwildlife.org/stories/food-waste-warriors>
- **Kitche Gıda İsrafı Uygulaması:** <https://kitche.co/>
- **Too Good To Go:** <https://www.toogoodtogo.com/en-gb>
- **Olio (uygulama):** <https://olioapp.com/en/>
- **Foodsy:** <https://foods.pl>
- **SafetyCulture'dan 2025'in En İyi 7 Gıda Atığı Yönetimi Yazılımı:**
<https://safetyculture.com/app/food-waste-management-software/>



2.Ek bilgi



- Raporlar
- Makaleler
- Vaka çalışması

Aşağıdaki kaynaklar da kullanılabilir:

- **NRDC tarafından hazırlanan Food Matters Vaka Çalışmaları**
<https://www.nrdc.org/resources/food-matters-baltimore-denver-and-nashville-case-studies>
- **ABD Çevre Koruma Ajansı (EPA) tarafından hazırlanan Gıda İsrafını Önleme ve Yeniden Değerlendirme Araçları**
<https://www.epa.gov/sustainable-management-food/tools-preventing-and-diverting-wasted-food>
- **Evlerde Gıda İsrafını Azaltmaya Yönelik Müdahalelerle İlgili Vaka Çalışmaları**
https://endfoodwaste.com.au/wp-content/uploads/2023/11/Full-report_Case-studies-on-household-food-waste-reduction-interventions.pdf
- **Atıkların Azaltılması: CET Tarafından Hazırlanan İş Modeli**
<https://www.cetonline.org/reducing-waste-the-business-case/>
- **WRAP tarafından hazırlanan vaka çalışmaları**
<https://www.wrap.ngo/taking-action/food-drink/initiatives/food-waste-reduction-roadmap/case-studies>
- **ReFED tarafından Gıda Atığı Çözümleri**
<https://refed.org/>
- **USDA'nın Gıda Atığı Faaliyetleri**
<https://www.usda.gov/about-food/food-safety/food-loss-and-waste/food-waste-activities>
- **Gıda Dayanıklılığı Projesi**
<https://foodwiseleeds.org/project/food-resilience/>
- **Gıda İsrafına Son (Sisters Projesi)**
<https://sistersproject.eu/stopfoodwaste/>
- **Gıda İsrafı Eylem Haftası - WRAP**
<https://www.wrap.ngo/taking-action/citizen-behaviour-change/love-food-hate-waste/food-waste-action-week/partner-event>

- **Gıda İsrafına İlişkin AB Önlemleri**

<https://www.europarl.europa.eu/topics/bg/article/20240318STO19401/po-malko-khranitelni-otpadtsi-kakvi-merki-predpriema-es>

- **Avrupa Tüketici Gıda İsrافی Forumu**

https://knowledge4policy.ec.europa.eu/projects-activities/european-consumer-food-waste-forum_en

- **Gıda Kayıpları ve Gıda İsrافی Konusunda AB Platformu**

https://food.ec.europa.eu/food-safety/food-waste/eu-actions-against-food-waste/eu-platform-food-losses-and-food-waste_en

- **AB Biyoekonomisi: Gıda İsrafının Azaltılması**

https://knowledge4policy.ec.europa.eu/bioeconomy/reduce-food-waste_en

- **Akıllı Mutfak Çözümleri: Gıda İsrafının Azaltılması**

<https://smarkitchen.solutions/en/food-waste-reducing/products-and-licenses-to-reduce-food-waste/>

- **Gıda İsrافی Yönetimi - The Access Group**

<https://www.theaccessgroup.com/en-gb/hospitality/software/food-waste-management/>

- **Get Wasted: EIT Food'un Döngüsel Gıda Platformu**

<https://www.eitfood.eu/projects/get-wasted-circular-food-platform-that-fights-food-waste>

- **Restoranlarda Gıda Atıklarını En Aza İndirmek İçin Web Uygulaması**

<https://www.clustercollaboration.eu/content/web-application-helps-minimise-food-waste-restaurants>





(Haritayı Hayata Geçirmek)

Etkileşimli Etkinlik



Açıklama

Bu etkileşimli oturum, gıda israfına odaklanarak yerel gıda ekosistemini haritalandırmak ve keşfetmek için tasarlanmıştır. Katılımcılar, topluluk içindeki gıda kaynakları, israf ve ilgili uygulamalar hakkında veri toplayacaklar. Mahalle sakinleriyle doğrudan etkileşime girerek, yerel gıda sisteminin önemli yönlerini vurgulayan dinamik ve bilgilendirici bir harita oluşturacaklar. Elde edilen sonuçlar, gelecekteki girişimleri destekleyen pratik araç ve metodolojilerin geliştirilmesine katkıda bulunacaktır.

Amaç

Etkinliğin amaçları şunlardır:

- Yerel gıda ekosistemi ve bu ekosistemin karşılaştığı zorluklar hakkında farkındalık yaratmak.
- Katılımcıların gıda israfının kaynaklarını ve kaynak optimizasyonu fırsatlarını belirleyip belgelemelerini sağlamak.
- Gıda israfını en aza indirmek ve sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmek için eyleme geçirilebilir stratejiler geliştirmek.

Hedef grup

Farklı ülke ve bölgelerden yetişkin öğretmenler ve belediye temsilcileri

Etkinliğin Tanımı:

"Haritayı Hayata Geçirmek" atölyesi, katılımcıların yerel gıda ekosistemini anlama ve analiz etme becerilerini aşamalı olarak geliştirmek üzere tasarlanmış üç ana aşamadan oluşur.

Aşama A: Giriş ve Planlama (40-50 dakika)

Oturum, atölyenin amacı ve yapısına ilişkin genel bir tanıtımla başlar; ardından grup bazlı planlama alıştırmaları yapılır.

Adım 1 – Çalıştay Sunumu ve Talimatlar (10 dk)

Kolaylaştırıcılar, atölyenin hedeflerini tanıtır ve daha geniş kapsamlı proje içindeki rolünü açıklar.

Katılımcılara haritalama metodolojisi, temel odak alanları ve beklenen sonuçlar hakkında net yönergeler verilir.

Adım 2 – Grup Planlaması ve Rota Seçimi (30 dak.)

Katılımcılar küçük gruplara ayrılır ve haritalama stratejilerini tartışır.

Her grup şunları belirler:

- Mahallede izleyecekleri belirli güzergâh.
- Odaklanacakları gıda sisteminin temel unsurları (ör. restoranlar, pazarlar, atık toplama noktaları, gıda yeniden dağıtım uygulamaları).
- Kullanacakları veri toplama yaklaşımı (ör. gözlemler, paydaşlarla görüşmeler, haritalar üzerinde belgeleme).

Her grup planını tamamladıktan sonra, atölyenin bir sonraki aşaması için malzemelerini hazırlar.

Aşama B: Saha Haritalama ve Veri Toplama (50 dakika)

Küçük gruplara ayrılan katılımcılar, gıda ile ilgili uygulamalar hakkında gerçek dünya verilerini toplamak için mahallenin belirlenen bölgelerine giderler.

Saha Çalışması Etkinlikleri:

Her gruba basılı haritalar dağıtılır ve gruplar birlikte odaklanılacak temel alanları (örneğin restoranlar, pazarlar, atık toplama noktaları) belirler. Keşif sırasında katılımcılar, restoran yöneticileri, pazar satıcıları ve topluluk bahçesi koordinatörleri gibi yerel paydaşlarla etkileşime girerek gıda uygulamaları ve atık yönetimi hakkında bilgi toplar.

Gruplar, bulgularını doğrudan haritalara kaydeder ve aşağıdaki gibi önemli bilgileri not eder:

- Farklı yerlerde üretilen gıda atıklarının miktarı ve türleri.
- Mevcut bertaraf ve yeniden dağıtım uygulamaları.
- Atıkları azaltmak ve sürdürülebilirliği artırmak için potansiyel fırsatlar.

Bu saha deneyimi, katılımcılara yerel gıda sorunlarını ilk elden görme fırsatı sunar ve topluluk temelli çözümler için fırsatları vurgular.

Aşama C: Veri Sentezi ve Sunumu (50 - 60 dakika)

Saha haritalaması tamamlandıktan sonra, katılımcılar bulgularını bir araya getirmek ve ham verilerini eyleme geçirilebilir içgörülere dönüştürmek için geri dönerler.

Yapılandırılmış Sentez Süreci:

Adım 1 – Grup Sentezi (20 -30 dakika): Her ekip, bulgularını açıklamalı bir harita halinde düzenler ve önemli gözlemleri ve eğilimleri özetler.

Adım 2 – Genel Sunum (20 dakika): Gruplar haritalarını genel kurula sunar, yerel gıda ekosisteminin görsel temsillerini sergiler ve önemli çıkarımlarını tartışır.

Adım 3 – Kapanış Tartışması ve Geri Bildirim (10 dakika): Kolaylaştırıcılar, katılımcıları içgörülerini, zorluklarını paylaşmaya teşvik ederek yansıtıcı bir tartışma yürütürler. ve gıda israfını en aza indirmek ve yerel gıda sürdürülebilirliğini artırmak için önerilen çözümler.

Araçlar

Dijital olmayan araçlar: Kalemler, keçeli kalemler, etiketler ve basılı haritalar.



Materyal editörü: **BIONETWORK ASSOCIATION**

Materyal editörünün iletişim bilgileri:

office@bionet.bg / www.bionet.bg

Yayın tarihi: **14/03/2025**

Bu materyalin içeriğinden yazar(lar) sorumludur. Bu materyalin içeriği, Avrupa Birliği'nin resmi görüşünü yansıtmayabilir.

Kaynak belirtildiği ve yapılan değişiklikler gösterildiği takdirde, bu materyalin çoğaltılmasına izin verilir.

Interreg  Co-funded by
the European Union

NEXT Black Sea Basin



FOODWISE

Etkileşimli Araç Seti Ortak
Katkısı

Gıda İsrafının Önlenmesi



ASSOCIATION
BIONet

KARGENC
CLUB
INTEGRATED APPROACH TO GREAT FOOD



ICO
INCOMMON
FOODSHEW CYCLES OF CARE



Öğren

(Bu bölüm, konuyu ve daha geniş kapsamlı etkilerini anlamaya odaklanmaktadır)



1. Planlama



Öğrenme hedeflerini etkili bir şekilde aktarmak için neler hazırlanmalıdır? Kaynaklar, paydaş katılımı, ve ön bilgi değerlendirmelerini dahil edin.

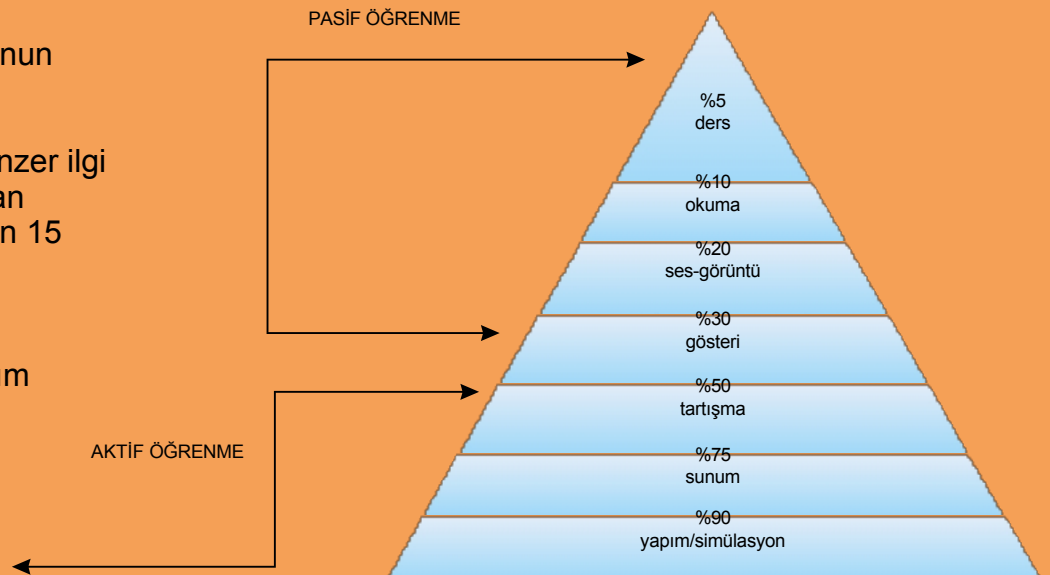
Öğrenme içeriğinin etkili bir şekilde aktarılması için, aşağıdakileri içeren "Bağlan-Genişlet-Zorla" ilkesinden yararlanılabilir:



- ✓ mevcut bilgileri yeni içerik ve formatla ilişkilendirmek.
- ✓ Belirli bir konu veya sorunla ilgili bilgiyi genişletmek.
- ✓ Yeni içerikle ilgili yeni fikirler ve sorular üretmek.

Bu etkinlik, katılımcıların yeni içerik ve materyalleri halihazırda bildikleriyle ilişkilendirmelerine yardımcı olur. Katılımcılar, öğrendiklerini ve yeni bilgilerin düşünme biçimlerini nasıl genişlettiğini paylaşırlar. Son olarak, öğrenme süreci boyunca yeni bilgilerle ilgili olarak kendilerinde hangi zorlukların ve soruların ortaya çıktığını belirtmelidirler. Öğrenme süreci boyunca pasif ve aktif öğrenme ilkelerine uyulmalıdır.

Etkinlik, üç proje konusunun her birinin sonunda uygulanabilir. Hedefe ulaşmak için, benzer ilgi alanları ve meslekleri olan oluşturmak ve her grubun 15 kişiden fazla olmaması Diyagramlar, tablolar ve şekiller içeren bir sunum hazırlamak iyi bir yaklaşım olacaktır.



2. Uygulama



Öğrenme içeriğinin nasıl sunulacağını açıklayın, örneğin atölye çalışmaları, okuma materyalleri, çevrimiçi modüller vb.

Eğitim, yüz yüze ve gerçek bir ortamda gerçekleştirilirse çok daha başarılı olur. Bu durumda “Düşün – Paylaş – Tartış” ilkesi uygulanabilir.

- ✓ grup içinde fikir paylaşımı.
- ✓ muhatabın bakış açısını aktif olarak dinlemek.
- ✓ Tartışmanın ardından ortak noktaların belirlenmesi.

Bu uygulama, grup tartışmasını destekler ve her öğrencinin düşüncelerini paylaşma, başkalarının görüşlerini aktif olarak dinleme ve tartışmaya katkıda bulunma fırsatına sahip olmasını sağlar.

Etkinlik, proje konularının herhangi birine uygulanabilir.



3. İzleme ve Değerlendirme



Kısa sınavlar, anketler veya geri bildirim oturumları gibi öğrenme çıktılarını değerlendirmek için yöntemler sağlayın

1. Güçlü yönlerinizi vurgulayın!

İşin güçlü yönleri olarak gördüğünüz hususları övün. Belirli özellikleri vurgulayın ve bunların neden iyi fikirler olduğunu düşündüğünüzü açıklayın.

Şöyle deyin: "Bilgileri hem özlü hem de net bir şekilde açıkladı."

2. Dürüst olun!

Sadece nazik olmak ve güzel sözler söylemek, kişinin gelişmesine yardımcı olmaz.

"Bu ürün mükemmel" gibi, gerçekte öyle olmadığı halde böyle bir şey **söylemeyin**.

3. Yapıcı eleştirilerde bulunun!

Tamamen olumsuz şeyler söylemek, kişinin neyi değiştirmesi gerektiğini anlamasına yardımcı olmaz, bu yüzden önerilerde bulunmaya çalışın.

Şöyle demeyin: "Not verme yöntemin yanlış." Bunun yerine şunu deneyin: "Benim not verme yöntemim seninkinden farklı. Başka not verme yöntemlerini araştırmayı ya da çevrendeki diğer kişilere not vermeyi nasıl tanımladıklarını sormayı düşündün mü?"

4. Net olun!

Neyi anlamadığınızı ve neyin daha iyi olabileceğini, ayrıca neden belirli önerilerde bulunduğunuzu açıkça açıklayın.

"Öğrenme materyaliniz dağınık" **demek** yerine, "Daha az metin kullanıp destekleyici görseller eklemeyi düşünün" diyebilirsiniz.

3. İzleme ve Değerlendirme



5. Soru sorun!

Soru sormak, öğrencinin niyetleri üzerinde düşünmesine yardımcı olabilir ve nerede kaybolduğunuzu daha net bir şekilde görebilmenizi sağlayabilir.

Şöyle sorun: "Öğrencilerinizle nasıl bir ilişki kurmak istiyorsunuz? Onlara yeni bilgileri açıklarken ne düşünüydünüz?"

6. Meslektaşınızla tartışmanıza gerek yok!

İyileştirme önerilerinizi yeterince iyi açıkladığınızı düşünüyorsanız ve meslektaşınız bunları kabul etmiyorsa, bir sonraki göreve geçin.



4. İletişim



Öğrenme içeriğinin ve sonuçlarının hedef kitle ve diğer paydaşlarla nasıl paylaşılacağını açıklayın.

Esnek öğrenme sürecine dayalı olarak ve daha geniş bir kitleye ulaşmak amacıyla, projede ele alınan konularla ilgili kısa sunumlar içeren bir çevrimiçi eğitim platformu oluşturulması planlanmaktadır. Bu platform dinamik bir yapıya sahip olabilir ve bu proje ile sonraki projelerde elde edilen somut sonuçlar eklenerek sürekli geliştirilebilir.



5.Yönet



Öğrenme faaliyetlerini organize etme ve koordine etme, roller atama ve kaynakları etkin bir şekilde yönetme sürecini ana hatlarıyla belirtin

Öğrenme faaliyetlerini organize etme ve koordine etme süreci beş ana bölümden oluşur: planlama, organize etme, yönetme, koordine etme ve kontrol etme.

Eğitim faaliyetinin organizasyonu, proje konularında yetkin kişiler tarafından yürütülmelidir ve bu kişilerin pedagojik becerilere sahip olması da faydalı olacaktır. Eğitim, konuları ve süresi net olarak belirlenmiş, açıkça tanımlanmış bir program ve müfredata göre yürütülmelidir. Proje hedeflerine ulaşmak için kalite kontrolü ve koordinasyonun sağlanması gereklidir.

Bu, eğitim almış grupların sayısının yanı sıra bu gruplardaki bireylerin sayısını da net bir şekilde ortaya koyarak gerçekleştirilebilir.





İlham Ver

(Bu bölüm, harekete geçmeyi teşvik etmek için fikirleri, en iyi uygulamaları ve vaka çalışmalarını vurgulamaktadır.)



1. Planla ma



İlham verici örneklerin veya başarı hikayelerinin nasıl seçileceğini ve sunum için nasıl hazırlanacağını ayrıntılı olarak açıklayın

İlham verici örnekleri veya başarı hikayelerini seçmek ve hazırlamak için birkaç önemli adımı takip etmek önemlidir. Bunlar arasında ilgili örnekleri belirlemek, yeterli bilgiyi toplamak ve bunları çekici bir formatta sunmak yer alır. Bu süreç şu şekilde organize edilebilir:

İlham verici örneklerin seçimi

- ✓ Seçim kriterlerinin belirlenmesi: Başarı hikayeleri sunumun amaçlarına uygun olmalıdır. Örneğin, zorlukların üstesinden gelme, inovasyon veya toplum üzerinde büyük bir etki yaratmakla ilgili olabilir.
- ✓ Örneklerin toplanması: Anketler, görüşmeler veya araştırmalar yapmak. Bilgiler kurum içi verilerden (belediyeler, bölgeler), medyadan, sosyal ağlardan veya toplumun önerilerinden elde edilebilir.
- ✓ Alaka Değerlendirmesi: Seçilen hikayeler güncel, gerçek ve hedef kitle ile alakalı olmalıdır.

Hikayelerin hazırlanması. Ayrıntıların toplanması:

- ✓ Proje konularıyla ilgili fotoğraf, video veya diğer görsel materyallerin toplanması
- ✓ Güvenilirliği sağlamak için veriler ve gerçeklerin kontrol edilmesi.
- ✓ Yapının belirlenmesi – örneğin, belirli bir sorunun nasıl başladığı, başlıca zorluklar ve nihai başarı.

Test etme ve iyileştirme

- ✓ Deneme sunumu: Küçük bir grubun önünde deneme sunumu yaparak izlenim ve geri bildirim toplayın.
- ✓ Hedef kitleye uyarılama: Hikayeyi belirli bir hedef kitlenin ilgi alanlarına ve ihtiyaçlarına uyacak şekilde geliştirin.

Bu süreç, hikayelerin özgün, etkileyici ve sunumun hedeflerine ulaşmada etkili olmasını sağlar.

2. Uygulama



Sunumlar, hikaye anlatımı, videolar veya etkileşimli yöntemler gibi en iyi uygulamaların veya hikayelerin nasıl paylaşılacağını açıklayın

En iyi uygulamaları veya ilham verici hikayeleri paylaşmak, izleyicilerin ilgisini çeken çeşitli yaklaşımlar kullanırsanız çok etkili olabilir. İşte uygulanabilecek birkaç yöntem:

1. Sunumlar

Slaytlar, bilgilerin daha kolay anlaşılabilir hale getirilmesi için grafikler, tablolar ve fotoğraflar gibi görsel öğeler içermelidir. Proje konularıyla ilgili alanlarda iyi uygulamaların başarılı bir şekilde hayata geçirildiğini gösteren somut örneklerin eklenmesi faydalı olacaktır.

2. Hikaye Anlatımı

Duygusal bir bağ kuran kişisel deneyimlerin veya somut örneklerin paylaşılması. Başarıyı temsil eden ve projenin konularıyla ilgisi olan kişilerin tanıtılması, özellikle etkili olacaktır.

3. Videolar

Projenin belirli bir konusuyla ilgili röportajlar, animasyonlar veya gösterimler içeren, profesyonelce çekilmiş kısa videolar. Videonun farklı platformlardan erişilebilir olması ve altyazılı olması önemlidir.

4. Belgeleme ve yaygınlaştırma

Gıda israfı konularında diğer başarılı projelerle ilgili kısa makaleler veya raporlar yazılabilir. Bir başka seçenek de, gıda israfının en aza indirilmesi alanındaki iyi uygulamaları daha ayrıntılı olarak sunan bir kitap veya kılavuz yayınlamaktır.

Bu yöntemleri birleştirerek, hedef kitlenize hem bilgi hem de ilham verebilirsiniz.

3. İzleme ve Değerlendirme



*İlham verici çalışmaların etkisinin nasıl ölçüleceğini açıklayın;
örneğin, katılımcılardan gelen geri bildirimler, katılım
göstergeleri*

İlham verici çabaların etkisini ölçmek, çeşitli girişimlerin etkinliğini anlamak açısından önemlidir. Etkiyi ölçmeye yardımcı olabilecek önemli yaklaşımlar arasında katılımcılardan gelen geri bildirimler yer alır ve bu iki şekilde yapılabilir:

- ✓ Anket soruları: Katılımcılardan doğrudan geri bildirim toplamak için anketler veya soru formları kullanın. Bu, hem nicel (ör. 1 ila 5 arasında bir ölçekte derecelendirme) hem de nitel soruları (ör. "Sizi en çok ne ilham verdi?") içerebilir.
- ✓ Görüşmeler veya odak grupları: Bireysel görüşmeler veya grup tartışmaları yapmak, ilham verme çabalarının etkisi hakkında daha derin bir içgörü sağlayabilir.

Katılımın bir başka göstergesi de, katılımcıların girişimlere ne sıklıkla dahil olduklarını takip etmektir (örneğin, etkinliklere ne sıklıkla katıldıkları, anketlere ne sıklıkla yanıt verdikleri veya tartışmalara ne sıklıkla katıldıkları). Önemli bir gösterge ise, sosyal medyada bu girişimle ilgili paylaşımların, yorumların ve beğenilerin analizidir.



4. İletişim



Maksimum erişim ve katılımı sağlamak için ilham verici içeriğin nasıl yaygınlaştırılacağını açıklayın

Maksimum erişim ve katılım için ilham verici içeriği dağıtmak şunları gerektirir farklı kanalları, formatları ve teknikleri birleştiren stratejik bir yaklaşım gerektirir.

Bu, sosyal ağlar (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok) ve kısa ve etkili videolar için YouTube gibi video platformları kullanılarak yapılabilir.

Aynı içeriği farklı formatlara dönüştürmek – örneğin bir blog yazısı veya bir TikTok videosu.



5.Yönet



En iyi uygulamaların toplanması ve sergilenmesi sürecinin nasıl koordine edileceğini ve bu çalışmayı kimin denetleyeceğini ana hatlarıyla belirtin.



En iyi uygulamaların toplanması ve sunulması sürecinin koordinasyonu, yapılandırılmış bir yaklaşım ve net sorumluluklar gerektirir. Bu, bir koordinasyon ekibinin oluşturulmasıyla ilgilidir. Ekip, konunun uzmanları, kilit paydaşların temsilcileri ve bir süreç koordinatöründen oluşmalıdır. Ekip, süreci yönetecek, farklı kaynaklardan bilgi toplayacak ve iyi uygulamaların sunumunu organize edecektir.





Harekete Geçin

(Bu bölüm, pratik adımlara ve uygulanabilir çözümlere odaklanmaktadır.)



1.Plan



Hedeflerin belirlenmesi, paydaşların tespit edilmesi ve gerekli kaynakların toplanması dahil olmak üzere eylemlerin planlanması için bir yol haritası sunun

Eylem planlaması yol haritasında, kesin bir şekilde formüle edilmesi gereken hedefi tanımlamak son derece önemlidir. Kısa, orta ve uzun vadeli olarak ayrılabilen öncelikleri ve başarı göstergelerini açıkça tanımlamak gerekir. Paydaşların belirlenmesi ve onlarla iletişim kurulması, planlama sürecinde son derece önemlidir. Bu yol haritası, belirlenen proje hedeflerine ulaşılmasına katkıda bulunacak eylemlerin sistematik planlanması, uygulanması ve yönetimi için bir yapı sağlar.



2. Uygulama



Eylemlerin nasıl yürütüleceğini, belirli adımları ve rolleri ayrıntılı olarak açıklayın.

Gıda israfını azaltma projesi, her biri katılımcıların belirli adımlarını ve rollerini içeren aşağıdaki temel eylemler aracılığıyla uygulanabilir:

1. Mevcut durumun analizi

ve gıda israfının nedenlerine ilişkin araştırmalar – sorunun AB düzeyinde ve Bulgaristan’da yerel düzeyde durumu. Farklı gıda israfı türlerine ilişkin verilerin toplanmasının yanı sıra, bunların başlıca kaynaklarının da belirlenmesi gerekmektedir.

İsrafın neden olduğu faktörlerin (son kullanma tarihleri, aşırı üretim, uygun olmayan depolama) incelenmesi de en az bu kadar önemlidir.

2. Gıda israfını azaltmaya yönelik stratejiler geliştirmek

- Gıda bağış programları oluşturmak.
- Gıda bankaları ve hayır kurumlarıyla ortaklıklar kurmak.
- Gıda israfı konusunda farkındalığı artırmaya ve tüketici davranışını değiştirmeye yönelik eğitim kampanyaları.

3. Teknolojik çözümlerin devreye sokulması

Gıda bağışı uygulamaları oluşturmak, fazla gıdaları ihtiyaç sahibi kuruluşlarla buluşturmak. Kullanılmayan gıdaları organik gübreye dönüştürecek kompost makineleri kurmak.

Projenin başarısı, çeşitli katılımcılar arasındaki koordinasyona, süreçlerdeki şeffaflığa ve toplumun aktif katılımına bağlıdır.

3. İzleme ve Değerlendirme



Eylemlerin etkinliğini ölçmek için yöntemler sunar , örneğin performans göstergeleri, değerlendirmeler veya paydaş geri bildirimleri

Gıda israfını azaltmaya yönelik eylemlerin etkinliğini ölçmek, alınan önlemlerin başarısını değerlendirmek ve stratejileri iyileştirmek için çok önemlidir. Kullanılabilecek göstergeler:

- ✓ Gıda israfını azaltmaya yönelik bilgilendirme kampanyasından önce ve sonra üretilen gıda israfı miktarını ölçmek.
- ✓ Kompost haline getirilen gıda atıklarının oranını izlemek.
- ✓ Tüketicilere gıda atıklarının azaltılmasına ilişkin tutum ve davranışları hakkında anket yapmak.

Bu göstergeler kullanılarak, gıda atığı azaltma faaliyetlerinin etkinliği hakkında kapsamlı ve objektif bir değerlendirme yapılabilir ve bu çabaların çevresel, sosyal ve ekonomik düzeyde gerçek olumlu sonuçlara yol açması sağlanabilir.



4. İletişim



Sonuçların nasıl paylaşılacağını, farkındalığın nasıl artırılacağını ve paydaşların sürece nasıl etkili bir şekilde dahil edileceğini açıklayın

Gıda israfını azaltma projesinin sonuçlarını paylaşmak, farkındalık yaratmak ve paydaşları sürece dahil etmek, sürdürülebilir başarıyı sağlamak için önemli bir adımdır. Bu hedefe ulaşmak için şunlar gereklidir:

- ✓ Elde edilen sonuçları, kullanılan yöntemleri ve gelecekteki eylemler için önerileri açıklayan ayrıntılı raporlar hazırlayın. Bu belgeler, web siteleri, sosyal medya aracılığıyla çevrimiçi olarak dağıtılabılır veya doğrudan paydaşlara gönderilebilir.
- ✓ Sonuçları sunmak ve sonraki adımlar için seçenekleri tartışmak üzere halka açık etkinlikler (çevrimiçi ve çevrimdışı) düzenleyin. Bu, hedef kitle ile doğrudan iletişim kurulmasını sağlayacak ve etkileşim alanı yaratacaktır.
- ✓ Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn vb. platformlarda kısa ama bilgilendirici paylaşımlar yapın. Hashtag'ler ve görsel öğeler (grafikler, infografikler, videolar) kullanmak katılımı artıracaktır.
- ✓ Projenin sonuçlarını ve atık azaltımı üzerindeki etkisini gösteren kısa videolar veya animasyonlar hazırlayın. Bu videolar YouTube, sosyal medya veya ilgili platformlarda paylaşılabilir.
- ✓ İlgili taraflara (topluluklar, işletmeler, okullar ve kuruluşlar) ortak atölye çalışmalarına katılma daveti gönderin; bu atölyelerde girişimin devam ettirilmesine yönelik fikirler ve yeni ortaklık fırsatlarını tartışmak üzere ortak atölye çalışmalarına katılmaları için davetler gönderin.
- ✓ Gelecekteki eylemlerin nasıl iyileştirilebileceğini ve insanların gıda israfını azaltma konusundaki tutumlarını anlamak için anketler ve araştırmalar gönderin.

Bu stratejiler, sonuçların başarılı bir şekilde paylaşılmasını sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda gıda atığının azaltılması sürecine çeşitli paydaşların aktif katılımını da sağlayacaktır.

5. Yönet



Araç setinin hedefleriyle uyumu sağlayarak, tüm sürecin nasıl koordine edileceğini ve yönetileceğini ayrıntılı olarak açıklayın

Araç setinin hedeflerine ulaşmak için faaliyetleri koordine etme ve yönetme süreci, herhangi bir organizasyonel sistemin etkinliği açısından kilit öneme sahiptir. Bu, önceden belirlenmiş hedeflere ulaşmayı amaçlayan projeleri, süreçleri veya girişimleri yönetmek için belirli adımları içerebilir. İlk adım, projelerin veya faaliyetlerin hedeflerini ve bu hedeflere ulaşmak için kullanılacak araçları net bir şekilde tanımlamaktır.

Bu adımı planlama aşaması izler:

1. Bir uygulama planı oluşturun
2. Kaynak sağlama
3. Anahtar performans göstergelerini tanımlayın

Ekip ve kaynakların etkili bir şekilde koordine edilmesi, hedeflerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi için kritik öneme sahiptir; aynı şekilde, projenin veya faaliyetlerin hedeflere uygun şekilde ilerlediğinden emin olmak için sürekli izleme de önemlidir.

Süreci koordine etmek ve yönetmek, araç setinin hedeflerine uyumu sağlamak, tutarlılık, detaylara dikkat ve değişen koşullara sürekli uyum gerektirir. Başarı, net planlama, etkili iletişim ve sonuçların sürekli izlenmesi ve analizine bağlıdır.

1. Eğitim kaynakları



Ülkenizdeki gıda israfı ve yönetimi ile ilgili durumu açıklayın. Açıklama şunları içerebilir:

Aşağıdaki konularda mevcut mevzuat:

Uygulanabilir mevzuat:

- Kitaplar
- Kılavuzlar
- Eğitim materyalleri

Yürürlükteki mevzuat

Bulgaristan'da gıda atık yönetimi, ulusal mevzuat ve Avrupa direktiflerine göre düzenlenmektedir. Başlıca yasal düzenlemeler şunlardır:

1. Atık Yönetimi Kanunu (WMA) - Bu kanun, atık önleme, yeniden kullanım, geri dönüşüm ve geri kazanım dahil olmak üzere atık yönetimi için bir çerçeve oluşturmaktadır. Biyolojik olarak parçalanabilir atıkların ayrı toplanmasına ilişkin hükümler de kanunda yer almaktadır.
2. Ulusal Atık Yönetimi Planı - Bu stratejik belge, gıda atıkları da dahil olmak üzere atık azaltımına yönelik hedefleri ve önlemleri kapsamaktadır.
3. Avrupa Atık Direktifi (2008/98/EC sayılı Direktif) - Atık Yönetimi Kanunu (WMA) aracılığıyla Bulgar mevzuatına aktarılan bu direktif, üye devletlerin tedarik zincirinin tüm aşamalarında gıda israfını azaltmak için önlemler almasını gerektirmektedir.
4. Gıda Kanunu - Gıda güvenliği ve kalite gerekliliklerini düzenler; bu gereklilikler, gıda atıklarının azaltılmasına yönelik gıda bağışını da içerir.
5. 1069/2009 sayılı AB Tüzüğü - Catering atıkları da dahil olmak üzere hayvansal yan ürünlerin ve türev ürünlerin yönetimi ile ilgilidir.

Kitaplar ve kılavuzlar

Kitaplar:

- ✓ “Atık Yönetimi: Avrupa ve Ulusal Politikalar” – biyolojik olarak parçalanabilir atıklar da dahil olmak üzere atık yönetimindeki yasal çerçeveleri ve iyi uygulamaları özetler atıkları da dahil olmak üzere özetler.



✓“Gıda Atıkları ve Sürdürülebilirlik: Kayıpları Nasıl Azaltabiliriz” – gıda atığı oluşumunun nedenlerini inceler ve pratik çözümler sunar.

İyi uygulamalar ve girişimler

- ✓ Gıda bağıışı programları - Bazı süpermarketler ve üreticiler, ihtiyaç sahiplerine gıda dağıtan kuruluşlarla işbirliği yapmaktadır.
- ✓ Kompostlama - Giderek daha fazla belediye, ev ve belediye kompostlama sistemlerini uygulamaya koymaktadır.
- ✓ Eğitim kampanyaları - Gıda israfını azaltmayı amaçlayan eğitim ve bilgilendirme kampanyaları yürütülmektedir.

Bulgaristan, mevzuatın daha geniş çapta uygulanması, altyapıya yatırım yapılması ve sürdürülebilir uygulamaların teşvik edilmesi yoluyla gıda atığı yönetimini iyileştirme potansiyeline sahiptir.



2. Dijital araçlar

- Platformlar
- Uygulamalar
- Bu bölümle ilgili yazılımlar



Bulgaristan'da gıda atığı yönetimi, çevre koruma ve sürdürülebilir kalkınma ulusal politikasının önemli bir unsurudur.

2021–2028 Ulusal Atık Yönetimi Planı'na göre, 2018 yılında ülkede yaklaşık 500 bin ton gıda atığı üretildi ve bunun yaklaşık %57'si evsel kaynaklıydı.

Gıda atıklarının ana kaynağı hanelerdir; bunu gıda işleme ve üretim sektörü izlemektedir. 2016 yılında Bulgaristan'da kişi başına yaklaşık 94 kg gıda atığı üretilmiştir; bu rakam, 14 AB üye ülkesinin ortalamasının altındadır (2012'de kişi başına 127 kg).

Bu sorunu çözmek amacıyla Çevre ve Su Bakanlığı (MoEW), gıda atığı oluşumunun önlenmesine ilişkin kılavuzlar ve bilgiler sunmaktadır.

Ayrıca, Bulgaristan'da bu konuyla ilgili farkındalığı artırmak için dijital kaynaklar geliştirilmiştir. Örneğin, okul çocuklarına yönelik bir dijital oyun oluşturulmuştur, Bu girişim, onlara gıda israfının önemi ve bunu azaltmanın yolları hakkında bilgi vermeyi amaçlamaktadır.

Bu çabalara rağmen, hem ulusal hem de yerel düzeyde gıda israfını azaltmaya yönelik etkili önlemlerin

gerekmektedir. Buna, atıkların azaltılmasına ve toprak kalitesinin iyileştirilmesine katkıda bulunabilecek kentsel kompostlama gibi uygulamaların teşvik edilmesi de dahildir.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/bg/article/20240318STO19401/po-malko-khranitelni-otpadtsi-kakvi-merki-predpriema-es>

https://knowledge4policy.ec.europa.eu/projects-activities/european-consumer-food-waste-forum_en

https://food.ec.europa.eu/food-safety/food-waste/eu-actions-against-food-waste/eu-platform-food-losses-and-food-waste_en



https://knowledge4policy.ec.europa.eu/bioeconomy/reduce-food-waste_en

<https://www.foodrus.eu/>

<https://smartkitchen.solutions/en/food-waste-reducing/products-and-licenses-to-reduce-food-waste/>

<https://www.theaccessgroup.com/en-gb/hospitality/software/food-waste-management/>

<https://www.winnowsolutions.com/>

<https://shapiroe.com/blog/food-waste-app-us/>

<https://www.eitfood.eu/projects/get-wasted-circular-food-platform-that-fights-food-waste>

<https://www.clustercollaboration.eu/content/web-uygulaması-restoranlarda-gıda-israfını-en-aza-indirmekte-yardımcı-oluyor>

<https://greenhealthcare.ie/wp-content/uploads/2013/08/Gıda-Atıklarının-Azaltılmasına-Yönelik-En-İyi-Uygulamalar-güncellendi.pdf>

https://www.globalcitizen.org/en/content/tips-for-reducing-food-waste/?gad_source=1&gclid=EAlaIqobChMIxsiPvrfZigMVuERBAh1XfRr9EAAYAyAAEgla4_D_BwE

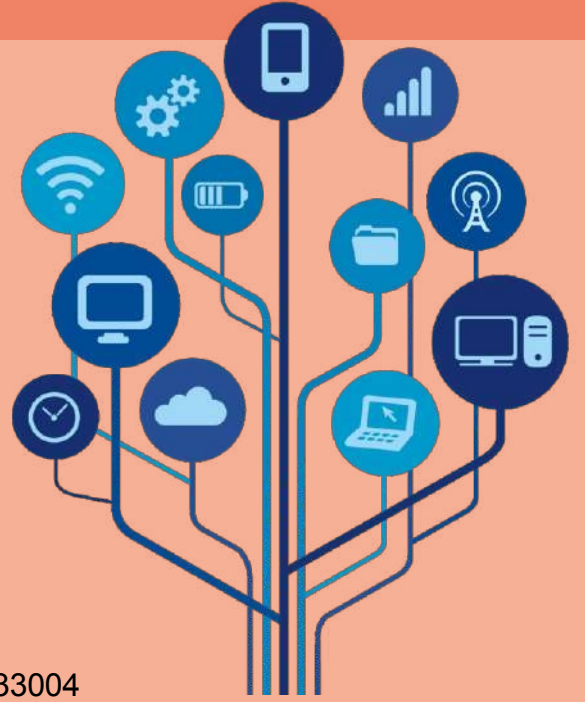
<https://nordholding.bg/novini-bg/retsiklirane-na-hranitelni-otpadatsi-kakvo-tryabva-da-znaem/>

https://foodtank.com/news/2018/09/apps-preventing-food-waste/?psafe_param=1&gad_source=1&gclid=EAlaIqobChMIyfgDjLTZigMV9UJBAh34IRhAEAMYASAAEgL2QfD_BwE

<https://foodobox.com/bg/>



2.Ek bilgiler



- Raporlar
- Makaleler
- Vaka çalışması

<https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC133004>

<https://www.ecology-and-infrastructure.bg/bg/upravlenie-na-zeleni-i-hranitelni-otpadaci/2/387/>

<https://ecologica.bg/2020/12/11/jerarhiya-pri-izpolzvane-na-hranata/>

<https://www.ecology-and-infrastructure.bg/bg/upravlenie-na-zeleni-i-hranitelni-otpadaci/2/387/>

<https://www.unileverfoodsolutions.bg/chef-inspiration/ufsacademy/waste-management.html>

<https://www.unwe.bg/DOI/RESEARCHPAPERS/2022.2/RP.2022.2.17.PDF>

<https://greenideas.bg/uslugi/upravlenie-na-hranitelni-i-kuhnenski-otpadatsi/>

<https://learningtogive.bg/lessons/upravlenie-na-otpadatsite/> <https://nutrima.bg/kak-danamalim-hranitelnite-otpadacyi-prez-2024/>

<https://slashdot.org/software/food-waste-management/>

<https://www.lightspeedhq.com/blog/gıda-israfı-gelişmekte-olan-teknolojiler/>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S235255092200046X>

https://www.researchgate.net/publication/333708355_Food_Waste_Management

<https://partner.booking.com/bg/%D0%BD%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%B5%D1%82%D0%B5-%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%87%D0%B5/%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D1%8F%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D1%85%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%BE%D1%82%D0%BF%D0%B0%D0%B4%D1%8A%D1%86%D0%B8>



(Haritayı Canlandırma)

Etkileşimli Etkinlik



Etkileşimli Etkinlik - Yemek Atölyesi

Açıklama

Gıda atölyesi, katılımcıları gıda kaynaklarının nasıl daha iyi kullanılabilceği, gıda israfının nasıl en aza indirilebileceği ve gıda tüketiminin çevresel ayak izinin nasıl azaltılabileceği üzerine düşünmeye teşvik etmeyi amaçlayan etkileşimli bir etkinliktir. Etkileşimli ve pratik yöntemler aracılığıyla atölye, yerel ve mevsimlik gıdaları tercih etmenin önemini vurgularken, gıda ile ilgili zorluklara topluluk temelli çözümler geliştirilmesini teşvik eder.

Amaç

Etkinliğin amaçları şunlardır:

- Katılımcılara bilinçli gıda seçimleri ve bunların gıda israfı ve çevre üzerindeki etkisi konusunda bilgi vermek.
- Katılımcıların gerçek hayattan alınan verilere dayalı olarak kendi atölyelerini tasarlamaları için işbirliğini teşvik edin.
- Yerel işletmeleri, üreticileri ve tüketicileri bir araya getirerek sürdürülebilir uygulamaları teşvik edin.
- Katılımcıları, Replate Festivalleri gibi daha büyük ölçekli girişimlere katkıda bulunmaya hazırlayın.

Hedef grup

Farklı ülke ve bölgelerden yetişkin eğitimciler ve belediye temsilcileri

Etkinliğin Tanımı:

Gıda Atölyesi, her biri belirli bir odak noktası ve yapılandırılmış katılım içeren iki ana bölüme ayrılmıştır.

Birinci Bölüm: Gıda Konulu Etkileşimli Atölye Çalışması (1 saat 20 dakika)

Atölyenin ilk bölümü kolaylaştırıcılar tarafından yürütülür ve katılımcıları gıda israfı ve gıdaların verimli kullanımı konusunda pratik bir keşif yolculuğuna çıkarmayı amaçlar. Katılımcılar, kendi gıda tüketim alışkanlıklarını gözden geçirmeye ve gıda israfını önlemek için yenilikçi yöntemler düşünmeye teşvik edilecektir.

Bu oturumdaki etkinlikler şunlardır:

Buzdolabında bozulana kadar genellikle kullanılmadan kalan ve sıklıkla israf edilen gıda maddelerini belirlemek.

Gıda Atölyesi, her biri belirli bir odak noktası ve yapılandırılmış katılım içeren iki ana bölüme ayrılmıştır.

Birinci Bölüm: Etkileşimli Gıda Atölyesi (1 saat 20 dakika)

Atölyenin ilk bölümü kolaylaştırıcılar tarafından yönetilir ve katılımcıları gıda israfı ve gıdaların verimli kullanımı konusunda pratik bir keşfe davet etmeyi amaçlar. Katılımcılar, kendi gıda tüketim alışkanlıklarını düşünmeye ve gıda israfını önlemek için yenilikçi yollar bulmaya teşvik edilecektir.

Bu oturumdaki etkinlikler şunlardır:

Buzdolabında bozulana kadar genellikle kullanılmadan kalan ve sıklıkla israf edilen gıda maddelerini belirlemek.

Bu malzemeleri yeni yemeklerde yeniden kullanmak için yöntemler bulmak; örneğin, olgunlaşmış meyvelerden reçel yapmak veya sebze artıklarıyla çorba hazırlamak.

Gıda israfını en aza indiren ve mevcut kaynakların kullanımını en üst düzeye çıkaran basit, yaratıcı tarifler geliştirmek.

Oturum, tartışmalar, uygulamalı alıştırmalar ve katılımcılar arasında bilgi paylaşımını içeren, oldukça etkileşimli bir yapıya sahip olacaktır.

Bu oturumun ardından 10 dakikalık bir ara verilecektir.

İkinci Bölüm: Tasarım “Gıda Atölyesi” (1 saat 30 dakika)

Etkinliğin ikinci bölümünde, katılımcılar öğrenenlerden tasarımcılara dönüşecek ve bilgilerini kullanarak gıda üzerine yapılandırılmış atölyeler oluşturacaklar. Bu bölüm, katılımcıların yerel gıda ekosisteminin çeşitli yönlerini keşfettikleri ve belgeledikleri önceki günkü “Haritayı Hayata Geçirmek” etkinliği sırasında toplanan veriler ve içgörüler üzerine inşa edilmiştir.

Bu aşama üç yapılandırılmış adımdan oluşur:

Adım 1 – Veri Toplama ve Yansıtma (20 dakika)

Katılımcılar, “Haritayı Hayata Geçirme” aşamasında topladıkları bilgileri gözden geçirir ve analiz eder.

Gıda israfı ve yerel gıda sistemleriyle ilgili temel içgörülerini, zorlukları ve fırsatları belirlerler.

Gözlemlerini kağıda kaydederler.

Adım 2 – Atölye Tasarımı ve Planlama (40 dakika)

Katılımcılar, takımlar halinde çalışarak yapılandırılmış bir “gıda atölyesi” geliştirirler. Net hedefler, hedef kitleler ve adım adım metodolojiler belirlerler. Her bir etkinlik için zaman dağılımını belirler ve seçimlerini gerçekleştirirler. Ekipler, önerdikleri atölyelerin gerçek dünyadaki etkisine odaklanmaya teşvik edilir.

3. Adım – Sunum ve Tartışma (30 dakika)

Her grup, tasarladıkları atölyeyi genel kurula sunar; fikirlerini, metodolojilerini ve beklenen sonuçları paylaşır.

Ardından, katılımcıların geri bildirimlerini paylaştıkları, kavramları geliştirdikleri ve gerçek hayatta uygulama fırsatlarını değerlendirdikleri bir tartışma yapılır.

Araçlar

Dijital olmayan araçlar: Flipchartlar, kalemler, keçeli kalemler, çıkartmalar.



FOODWISE

Materyal editörü: BIONETWORK ASSOCIATION

Materyal editörünün iletişim bilgileri: office@bionet.bg / www.bionet.bg Yayın tarihi:

14/03/2025

Bu materyalin içeriğinden yazar(lar) sorumludur. Bu materyalin içeriği, Avrupa Birliği'nin resmi görüşünü yansıtmayabilir.

Kaynak belirtildiği ve yapılan değişiklikler gösterildiği takdirde çoğaltılmasına izin verilir.



Etkileşimli Araç Seti Ortak
Katkısı

Farkındalık kampanyaları tasarlamak ve uygulamak için adım adım kılavuz

(Bölümünüzün başlığını belirtin, örneğin,
"Gıda İsrafına Giriş", "Gıda İsrafını Önleme"
veya "Gıda Atığı Farkındalık
Kampanyası Oluşturma" gibi.)





Öğrenin

(Bu bölüm, konuyu ve daha geniş kapsamlı etkilerini anlamaya odaklanır)



1. Plan



Öğrenme hedeflerini etkili bir şekilde aktarmak için neler hazırlanmalıdır? Kaynaklar, paydaşların katılımı ve ön bilgi değerlendirmelerini dahil edin.

Farkındalık kampanyaları, halkın tutumlarını şekillendirmede, davranış değişikliklerini teşvik etmede ve politikaları etkilemede kritik bir rol oynar. Bu kampanyalar, bireyleri, işletmeleri ve toplulukları gıda israfına karşı gönüllü eylemde bulunmaya teşvik etmek, ilham vermek ve harekete geçirmek amacıyla düzenlenir.

Öğrenme hedeflerini etkili bir şekilde aktarmak için:



Net Öğrenme Hedefleri Belirleyin: İstenen sonuçları net bir şekilde ifade ederek başlayın. Katılımcılar hangi özel bilgi, beceri veya tutumları kazanmalıdır? Bu hedeflerin SMART (Spesifik, Ölçülebilir, Ulaşılabilir, İlgili, Zaman sınırlı) olduğundan emin olun.



Hedef Kitlenizi Anlayın: Hedef kitlenin özel ihtiyaçlarını ve öğrenme stillerini belirleyin. Bu, etkinliklerin ve sunum yöntemlerinin seçimini yönlendirecektir.



Ayrıntılı Bir Program Oluşturun: Planlama, hazırlık, sunum ve değerlendirme dahil olmak üzere tüm etkinlikler için gerçekçi bir zaman çizelgesi oluşturun.

Dersi sunmadan önce, kolaylaştırıcılar etkili bir öğrenme deneyimi sağlamak için kaynakları, katılım stratejilerini ve değerlendirme araçlarını hazırlamalıdır.



1. Kaynaklar:

- Etkili farkındalık kampanyalarından vaka çalışmaları
- Farkındalık kampanyalarının değişimi nasıl tetiklediğini analiz eden makaleler ve raporlar.
- Farklı kampanya formatlarını gösteren dijital materyaller (videolar, infografikler, haber makaleleri).

2. Paydaşların Katılımı:

- Etkileşimli tanışma etkinliği: Katılımcılardan daha önce karşılaştıkları farkındalık kampanyalarını hatırlamalarını ve bunların etkisini tartışmalarını isteyin.
- Katılımcıların konuya aşinalık düzeyini değerlendirmek için oturum öncesi anketler.

3. Ön Bilgi Değerlendirmesi:

Şu tür sorular sorun:

- Farkındalık kampanyası nedir?
- Farkındalık kampanyaları hangi biçimlerde yapılır?
- Bazı kampanyaları diğerlerinden daha etkili kılan nedir?

BUSINESS PLANNING



2. Uygulama



Öğrenme içeriğinin nasıl sunulacağını açıklayın, örneğin atölye çalışmaları, okuma materyalleri, çevrimiçi modüller vb.

Ders, daha geniş kapsamlı kampanya ilkelerini açıklamak için gıda israfı farkındalık kampanyalarından örnekler içeren üç bölümden oluşacaktır.

1. Farkındalık Kampanyası Nedir?

- Tanım: Farkındalık kampanyası, bilgilendirmek, eğitmek ve davranışları etkilemek amacıyla tasarlanmış yapılandırılmış bir iletişim çabasıdır.
- Amaç: Kampanyalar şunlara odaklanır:
 - Halkın önemli konulara ilişkin anlayışını artırmak.
 - Davranış değişikliğini teşvik etmek (örneğin, gıda israfını azaltmak).
 - Toplulukları toplu eyleme yönlendirmek.
- Örnek: Gıda İsrafı Eylem Haftası (İngiltere), tüketici davranışını değiştirmek için hedefli mesajlar ve dijital erişim araçları kullanır ve küçük ev değişikliklerinin israfı önemli ölçüde azaltabileceğini gösterir.

2. Farkındalık Kampanyalarının Biçimleri (Başarılı gıda israfı farkındalık kampanyalarının gerçek hayattan örnekleriyle açıklanmıştır)

- Sosyal Medya Kampanyaları – Örnek: Çevrimiçi toplulukları ve influencer'ları harekete geçiren Stop Wasting Food (Danimarka).
- Geleneksel Medya Kampanyaları – Örnek: Love Food, Hate Waste, televizyon ve basılı reklamları kullanarak hane halkını bilgilendirdi.
- Toplum Katılımı ve Saha Çalışmaları – Örnek: Öğrencileri gıda israfı konusunda bilinçlendiren Project Wasteless (Macaristan) projesi.

2. Uygulama

- Eğitim Programları – Örnek: Sürdürülebilirliği okul müfredatlarına entegre eden Youth Towards Zero Food Waste.
- Reklam ve Açık Hava Farkındalık Çalışmaları – Örnek: Bilinçli beslenmeyi teşvik etmek için posterler ve reklam panoları kullanan Çin'in "Tabağını Bitir" Kampanyası.

3. Farkındalık Kampanyalarının Önemi

- Tüketici davranışını etkilemek (örneğin, "Yiyeceği Sev, İsrafı Nefret Et" kampanyası, beş yıl içinde evsel gıda israfını %21 oranında azalttı).
- Önemli konuların görünürlüğünü artırır (örneğin, Gıda İsrafı Eylem Haftası, son kullanma tarihi konusundaki kafa karışıklığını kamuoyunun gündemine taşıdı).
- Politika değişikliğini destekler (ör. Fransa'nın Gıda İsrafı Yasası, kamu farkındalık çalışmalarından etkilenmiştir).



3. İzleme ve Değerlendirme



Öğrenme çıktılarını değerlendirmek için kısa sınavlar, anketler veya geri bildirim oturumları gibi yöntemler sunun

Ders sonrasında katılımcılara uygulanan takip anketleri, kampanya tasarımıyla ilgili bilgi, tutum ve davranışlarındaki değişiklikleri değerlendirecektir. Ders sonrası verileri ders öncesi referans değerlerle karşılaştırmak, dersin etkisini ölçmeye yardımcı olur. Bu anketler, katılımcıların yeni bilgi ve becerilerini uygulamaya koyarken karşılaştıkları belirli zorlukları veya engelleri de tespit edebilir.

Aşağıdakileri analiz etmek için grup tartışmaları düzenlenecektir:

1. Kampanyanın hedefleri, hedef kitlesi ve ana mesajları.
2. Kullanılan iletişim kanalları ve bunların etkinliği.
3. Kampanyanın etkisi ve çıkarılan dersler.

Öğrenme çıktılarını ölçmek, kampanyanın etkinliğini değerlendirmek ve sürekli iyileştirme için geri bildirim toplamak amacıyla aşağıdaki mekanizmaları uygulayın:

1. Kampanya formatları ve etkinliği üzerine oturum öncesi ve sonrası testler.
2. Başarı faktörlerini belirlemek için gerçek hayattan vaka çalışmalarının grup analizi.
3. Kampanyaları etkili veya etkisiz kılan unsurlar üzerine tartışma.

4. İletişim



Öğrenme içeriğinin ve sonuçlarının hedef kitle ve diğer paydaşlarla nasıl paylaşılacağını açıklayın

Aşağıdaki yöntemler kullanılacaktır:

- Katılımcılar, ilk elden deneyimlerin ve içgörülerin paylaşımını güçlendirmek için sunum yapanlar veya kolaylaştırıcılar olarak sürece dahil edilir.
- Bilgileri daha ilgi çekici ve anlaşılır hale getirmek için grup tartışmaları, soru-cevap oturumları ve vaka çalışmaları gibi etkileşimli unsurlar kullanılacaktır.
- Oturum sonrası öğrenme için dijital kaynaklar (slaytlar, videolar, raporlar) sunulmaktadır.
- Gıda israfını azaltmaya yönelik temel mesajları ve uygulanabilir adımları özetleyen, özlü ve görsel açıdan çekici sunumlar, el broşürleri veya broşürler hazırlanmaktadır.
- Karmaşık bilgileri görsel olarak ilgi çekici ve kolayca anlaşılabilir bir biçimde aktarmak için infografikler veya kısa videolar kullanılır.
- Başkalarını harekete geçmeye teşvik etmek ve motive etmek için başarılı vaka çalışmaları ve tanıklıklar öne çıkarılır.

Katılımcılar, sosyal medya aracılığıyla kampanya örneklerini paylaşmaya teşvik edilir.

5. Yönet



Öğrenme faaliyetlerini organize etme ve koordine etme, rolleri atama ve kaynakları etkin bir şekilde yönetme sürecini ana hatlarıyla belirleyin.



- Her aktiviteye yeterli zaman ayırın. Öngörülemez durumlar için esneklik sağlayın.



- Bütçeleme Stratejik Olarak. Gerçekçi bir bütçe oluşturun ve maliyet etkin çözümleri araştırın. Çevrimiçi araçlar, halk kütüphaneleri ve topluluk ortaklıkları gibi ücretsiz veya düşük maliyetli kaynakları değerlendirin.



- Gerekli Kaynakları Sağlayın. Mekan, ekipman, materyaller, teknoloji ve gerekli tüm insan kaynakları (eğitmenler, kolaylaştırıcılar, destek personeli) dahil olmak üzere tüm gerekli kaynakları belirleyin ve temin edin.



- Yetenekli Bir Ekip Oluşturun. İlgili beceri ve deneyime sahip kişileri seçin (ör. konu uzmanları, öğretim tasarımcıları, lojistik koordinatörleri, iletişim uzmanları).

- Net Rol ve Sorumluluklar Atayın. Her ekip üyesi için belirli rol ve sorumlulukları tanımlayın.





İlham verin

(Bu bölüm, harekete geçmeyi teşvik etmek için fikirleri, en iyi uygulamaları ve vaka çalışmalarını vurgular.)



1. Plan



İlham verici örneklerin veya başarı hikayelerinin nasıl seçileceğini ve sunum için nasıl hazırlanacağını ayrıntılı olarak açıklayın

Yıllar boyunca, ulusal hükümetlerden sivil toplum kuruluşlarına (STK'lar) ve yerel yönetimlere kadar çeşitli kuruluşlar, toplumun farklı kesimlerini hedefleyen gıda israfı farkındalık kampanyaları başlatmıştır. Bu kampanyalar, hane halkları, restoranlar, okullar ve gıda endüstrileri dahil olmak üzere birçok düzeyde gıda israfını azaltmak amacıyla eğitim vermek, davranış değişikliğini teşvik etmek ve sistematik politika reformlarını savunmayı amaçlamaktadır.

Bu kampanyaların bazıları, hane halkı gıda israfının azaltılmasına odaklanmış ve bireyleri yemek planlama, doğru saklama ve artan yemeklerin yaratıcı kullanımları gibi sürdürülebilir alışkanlıklar benimsemeye teşvik etmiştir. Diğerleri ise iş odaklı bir yaklaşım benimsemiş, tedarik zincirinde iyileştirmeler, fazla gıdanın yeniden dağıtımını ve yenilikçi gıda etiketleme stratejileri için baskı yapmıştır. Hatta bazıları politika odaklı olmuş ve gıda üretimi, son kullanma tarihleri ve yeniden dağıtım yasaları üzerindeki hükümet düzenlemelerini etkilemiştir.

Bu ders, davranışları başarıyla değiştiren farkındalık kampanyalarının **gerçek hayattan örneklerini** sunmaktadır. Eğitimciler:

- Vaka çalışmaları, tanıklıklar ve kampanya ölçümlerini toplayacak.
- Başarı hikayelerini sergileyen videolar, infografikler ve sosyal medya içerikleri hazırlayacak.

Verilen örnekler, aşağıdakiler de dahil olmak üzere çeşitli kriterlere göre seçilmiştir:

- Çeşitlilik
- Ölçülebilir Etki
- Pratik Çözümler
- Toplum Katılımı

2. Uygulama



Sunumlar, hikaye anlatımı, videolar veya etkileşimli yöntemler gibi en iyi uygulamaların veya hikayelerin nasıl paylaşılacağını açıklayın

Aşağıdaki vaka çalışmaları, hikaye anlatımı, tartışma ve etkileşimli alıştırmalar yoluyla incelenecektir.

1. Vaka Çalışması: Love Food, Hate Waste (İngiltere)

- Hedef: Evsel gıda israfını azaltmak.
- Yöntemler:
 - Yemek planlama ve gıdaların doğru şekilde saklanması konusunda eğitim kaynakları.
 - Sosyal medya kampanyaları ve topluluk katılımı.
 - Gıda perakendecileriyle kamu-özel sektör ortaklıkları.
- Etki: Beş yıl içinde evsel gıda atıklarında %21 azalma.

2. Vaka Çalışması: Wasteless Projesi (Macaristan)

- Hedef: Öğrencileri gıda atıklarının azaltılması konusunda eğitmek.
- Yöntemler:
 - Gıda atığı farkındalığını içeren okul programları.
 - Uygulamalı öğrenme (ör. kafeteryalarda gıda atığı denetimleri).
- Etki: Avrupa'da en iyi uygulama olarak kabul edildi; hane halkı gıda israfında %15-20 oranında azalmaya yol açtı.

3. Dijital ve Sosyal Medya Stratejileri (Gıda israfı kampanyalarından örnekler)

- Too Good To Go (gıda kurtarma uygulaması): Restoran atıklarını azaltmak için oyunlaştırma ve yapay zeka kullanıldı.

Olio (topluluk paylaşım platformu): Gıda fazlasının israf edilmesini önlemek için yerel ağlar oluşturdu.

3. İzleme ve Değerlendirme



İlham verici çabaların etkisini nasıl ölçebileceğinizi açıklayın, örneğin katılımcılardan gelen geri bildirimler, katılım ölçütleri

Bu oturumun etkisi şu şekilde ölçülecektir:

- Yansıma alıştırmaları: Katılımcılar, kendileri için en etkili buldukları kampanya hakkında yazılar yazarlar.
- Katılım takibi: Tartışmalara ve etkinliklere katılımın izlenmesi.



4. İletişim



Maksimum erişim ve katılımı sağlamak için ilham verici içeriğin nasıl yaygınlaştırılacağını açıklayın.

Bu ünitenin içeriği aşağıdaki şekilde yaygınlaştırılacaktır:

- Kampanya bilgileri sosyal medya, haber bültenleri ve bloglar aracılığıyla paylaşılacaktır.
- Katılımcılar, kendi vaka çalışması bulgularını araştırmaya ve sunmaya teşvik edilecektir.



5. Yönet



En iyi uygulamaların toplanması ve sergilenmesi sürecinin nasıl koordine edileceğini ve bu çalışmayı kimin denetleyeceğini özetleyin.



Bu ünitenin düzgün bir şekilde yönetilmesi için:

- Vaka çalışmalarını derleyecek ve sunacak kolaylaştırıcılar atanmalıdır.

Kampanya ile ilgili materyallere erişim sağlanacaktır.





Harekete geçin

(Bu bölüm, pratik adımlara ve uygulanabilir çözümlere odaklanmaktadır.)



1. Planla ma



Hedeflerin belirlenmesi, paydaşların tespit edilmesi ve gerekli kaynakların toplanması dahil olmak üzere eylemlerin planlanması için bir yol haritası sağlayın.

Başarılı bir kampanya, iyi bir planlama gerektirir. Katılımcılar, aşağıdaki temel adımları izleyerek bir kampanya tasarlama yöntemini öğreneceklerdir:

1. Temel Sorunun Belirlenmesi

Bir farkındalık kampanyası başlatmadan önce, ele alınması gereken sorunu net bir şekilde tanımlamak çok önemlidir. Kampanyalar, hedef kitle için alakalı ve acil olan belirli bir konuya odaklanmalıdır.

Sorunun Belirlenmesi İçin Yol Gösterici Sorular:

- Hangi konuya ilişkin farkındalık yaratmaya çalışıyoruz?
- Halkın bilgisinde ele alınması gereken bir eksiklik veya yanlış algı var mı?
- Konu yerel, ulusal mı yoksa küresel ölçekte mi?
- Bu konuyla ilgili mevcut kampanyalar var mı? Varsa, kampanyamız hangi boşlukları doldurabilir?

2. Kampanya Hedeflerini Belirleme

Farkındalık Kampanyası Hedeflerine Örnekler:

- **Kısa Vadeli Hedef:** Üç ay içinde öğrenciler arasında gıda israfı konusundaki farkındalığı %20 artırmak (ön ve son anketlerle ölçülür).
- **Uzun Vadeli Hedef:** Doğru saklama yöntemlerini ve yemek planlamasını teşvik ederek bir yıl içinde evlerdeki gıda israfını %10 oranında azaltmak.

3. Hedef Kitlenin Belirlenmesi

Bir kampanyanın etkisini en üst düzeye çıkarmak için yaklaşımı belirli bir kitleye göre uyarlanmalıdır. Farklı kitleler, farklı mesajlar, kanallar ve katılım stratejileri gerektirir.

Hedef Kitleyi Tanımlamak İçin Anahtar Sorular:

- Bu sorundan en çok kim etkileniyor veya bu sorundan en çok kim sorumlu?
- Değişimi yaratma gücüne sahip olanlar kimlerdir? (ör. bireyler, işletmeler, politika yapıcılar?)
- Hedef kitemizin demografik özellikleri (yaş, konum, ilgi alanları) nelerdir?
- Onlara ulaşmanın en iyi yolları nelerdir? (ör. sosyal medya, okul atölyeleri, halka açık etkinlikler?)

4. Ana Mesaj ve Slogan Oluşturma

Etkili bir farkındalık kampanyası, açık, akılda kalıcı ve duygusal olarak ilgi çekici bir mesaj gerektirir. Ana mesaj basit ve eyleme yönelik olmalıdır.

Ana Mesajı Oluşturma Adımları:

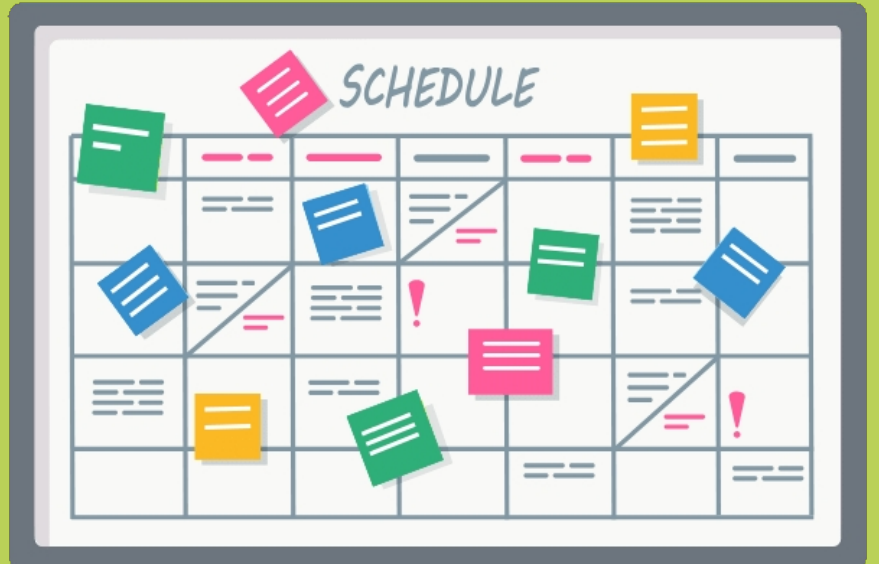
- İlgili hale getirin: Hedef kitlenin günlük deneyimlerine hitap edin.
- Duygusal çekicilik kullanın: Hikayeler ve gerçek hayattan örnekler etki yaratır.
- Net bir eylem çağrısı yapın: İnsanlar kampanyayı gördükten sonra ne yapmalıdır?

5. Doğru İletişim Kanallarını Seçmek

Farklı hedef kitleler, farklı platformlar aracılığıyla bilgiye ulaşır. Doğru iletişim kanallarının seçilmesi, kampanya mesajının hedef kitlesine etkili bir şekilde ulaşmasını sağlar.

Kampanya Kanalı Seçenekleri:

- Sosyal Medya (Instagram, TikTok, Twitter, Facebook)
Genç kitleler, viral meydan okumalar ve etkileşimli içerikler için en uygun seçenektir.
- Geleneksel Medya (TV, Gazeteler, Radyo)
Yaşlı nesiller dahil olmak üzere geniş bir kitleye ulaşmak için en uygun seçenektir.
- Topluluk Temelli Etkinlikler (Atölyeler, Halka Açık Gösteriler, Okul Programları)
Doğrudan etkileşim ve eğitim için en uygun seçenektir.



2. Uygulama



Eylemlerin nasıl yürütüleceğini, belirli adımları ve rolleri ayrıntılı olarak açıklayın.

Başarılı bir kampanya, açıkça tanımlanmış roller ve sorumluluklar aracılığıyla yapılandırılmış bir şekilde yürütülmelidir. Katılımcılar, aşağıdaki temel adımları izleyerek kampanya planlarını eyleme dönüştürmeyi öğreneceklerdir:

1. Kampanya Ekibinin Oluşturulması

İyi işleyen bir kampanya ekibi, sorunsuz bir yürütme sağlayan farklı rollere sahip bireylerden oluşur.

Etkinlik: Katılımcılara farklı roller atanacak ve kampanya yürütmesini simüle etmek için ekipler halinde çalışarak faaliyetlerini gerçek zamanlı olarak koordine etmeleri gerekecektir.

2. İçerik Geliştirme ve Mesaj Yayınlama

Başarılı bir kampanya, hedef kitleye hitap eden, yüksek kaliteli ve ilgi çekici içerik üretmelidir.

Katılımcılar şunları öğreneceklerdir:

1. Kampanyanın hedefleriyle uyumlu, etkili mesajlar geliştirmek.
2. Doğru içerik formatlarını (videolar, infografikler, blog gönderileri, sosyal medya etkinlikleri, topluluk atölyeleri) seçmek.
3. Katılımı teşvik eden etkileyici görsel ve yazılı materyaller hazırlayın.

Etkinlik: Katılımcılar, seçilen bir gıda israfı konusuna dayalı olarak kampanya materyalleri (sosyal medya paylaşımları, el ilanları, videolar) tasarlayacak ve bunları gruba sunacaklar.

3. Doğru İletişim Kanallarını Seçme

Katılımcılar farklı iletişim kanallarını inceleyecek ve bunları hedef kitleye uygun hale getireceklerdir. Şunları öğreneceklerdir:

1. Mesajları için en uygun platformu nasıl seçecekleri (sosyal medya, geleneksel medya, halkın katılımı).
2. Maksimum etki için içerik yayınlarını nasıl planlayacakları.
3. Etkileşimli katılım tekniklerini nasıl kullanacakları (ör. oyunlaştırma, canlı soru-cevap oturumları, atölye çalışmaları).

Etkinlik: Katılımcılar, belirli bir kampanya senaryosu için en etkili platformları ve mesajlaşma tekniklerini seçerek bir iletişim stratejisi belirleyecekler.

4. Etkinlik Düzenleme ve Topluluk Katılımı

Kampanyanın başarısı için gerçek dünyadaki katılım çok önemlidir. Katılımcılar şunları öğreneceklerdir:

1. Farkındalık etkinliklerini (ör. atölyeler, sıfır atık yemek pişirme dersleri, okul programları) planlamak ve organize etmek.
2. Toplulukları uygulamalı etkinliklere dahil etmek (ör. gıda kurtarma programları, kompostlama girişimleri).
3. Etkiyi artırmak için yerel işletmeler ve politika yapıcılarla işbirliği yapmak.

Etkinlik: Katılımcılar, lojistik, ortaklıklar ve katılım stratejilerini ayrıntılı olarak içeren bir topluluk etkinlik planı tasarlayacaklardır.

5. Kampanyanın Başlatılması ve Halkla İletişim

Resmi kampanya lansmanı, katılım açısından kritik bir andır. Katılımcılar şunları öğrenecek:

1. Lansmandan önce nasıl bir ivme yaratılır (ör. tanıtım kampanyaları, geri sayımlar).
2. Kampanyanın başlangıç etkinliğini nasıl düzenleyebilirsiniz (ör. basın toplantıları, sosyal medyada yayılan meydan okumalar).
3. Harekete geçirici mesajlar ve teşvikler yoluyla katılımı nasıl teşvik edebiliriz?

Etkinlik: Takımlar, planladıkları etkinlikleri ve halkla ilişkiler stratejilerini sunarak bir kampanya lansmanını simüle edeceklerdir.

3. İzleme ve Değerlendirme



Etkinliklerin etkinliğini ölçmek için yöntemler sunar, örneğin performans göstergeleri, değerlendirmeler veya paydaş geri bildirimleri

Başarıyı değerlendirmek için kampanyalar, açık ve ölçülebilir göstergeler belirlemelidir. Katılımcılar, aşağıdakiler gibi farklı KPI türleri hakkında bilgi edineceklerdir:

KPI Türü - Erişim

Tanım - Kampanyaya kaç kişi maruz kaldı?

Örnek - Sosyal medyada gösterim sayısı, etkinlik katılımcı sayısı veya web sitesi ziyaret sayısı

KPI Türü - Etkileşim

Tanım - Kampanyayla kaç kişi etkileşime girdi?

Örnek - Sosyal medya paylaşımları, beğeniler, yorumlar, anket

KPI türü - Davranış değişikliği

Tanım - Kampanya sonrasında insanlar alışkanlıklarını değiştirdiler mi?

Örnek - Üretim miktarındaki azalma yüzdesi

KPI türü - Politika Etkisi

Tanım - Kampanya karar vericileri etkiledi mi?

Örnek - Yeni yerel düzenlemeler

KPI Türü - Medya Kapsamı

Tanım - Kampanya medyada ne kadar geniş çapta tartışıldı?

Örnek - Haber makaleleri, röportajlar, TV/radyoda bahsedilme sayısı

4. İletişim



Sonuçların nasıl paylaşılacağını, farkındalığın nasıl artırılacağını ve paydaşların sürece nasıl etkili bir şekilde dahil edileceğini açıklayın

Sonuçların nasıl paylaşılacağını, farkındalığın nasıl artırılacağını ve paydaşların sürece nasıl etkin bir şekilde dahil edileceğini açıklayın

Sonuçları etkili bir şekilde iletmek için:

- Ekiplerin kampanya fikirlerini sosyal medyada yayınlamaları teşvik edilir.

Katılımcıların seçtikleri konu üzerinde çalışan kuruluşlarla bağlantı kurabilecekleri bir platform sağlanır.



5. Yönet



Araç setinin hedefleriyle uyumu sağlayarak, tüm sürecin nasıl koordine edileceğini ve yönetileceğini ayrıntılı olarak açıklayın

Gıda israfı projesi kapsamındaki her girişim için net ve ölçülebilir hedefler belirleyin.

- **Uygulama Planı:** Belirlenen hedeflere ulaşmak için gereken zaman çizelgelerini, sorumlulukları ve eylemleri özetleyen ayrıntılı bir plan hazırlayın.
- **Kaynak Tahsisi:** Planı desteklemek için gerekli mali, insan ve teknolojik) planı desteklemek için hazır bulunduğundan emin olun. Bu sistem, zamanında ve etkili bir uygulama sağlamak için koordinasyon ve sorumlulukların net bir şekilde tahsis edilmesini içermelidir. Her katılımcının kendi eylemlerinden özel olarak sorumlu olması, hem etkili koordinasyon ve süreç şeffaflığını hem de hızlı yanıtları sağlamak açısından çok önemlidir.
- **Anahtar Performans Göstergeleri (KPI'lar):** Faaliyetlerin ilerlemesini takip etmek ve araç seti hedefleriyle uyumu değerlendirmek için KPI'ları belirleyin ve oluşturun.
- **İzleme, Değerlendirme ve Sonuçların Paylaşılması:** Verimli izleme ve değerlendirme sistemleri, daha iyi sonuçlar elde edilmesine yardımcı olur. Bu, analiz yoluyla etkinin belirlenebileceği anketler ve geri bildirimler gibi çeşitli veri toplama yöntemlerini içerebilir. 1. Kaynak Tahsisi ve Lojistik Koordinasyonu

Bir kampanyayı yönetmek, aşağıdakiler dahil olmak üzere kaynakların dikkatli bir şekilde planlanmasını gerektirir:

- **Mali Kaynaklar:**

- Reklam, materyaller, mekan kiralama ve dijital araçlar için bütçe.
- Finansman kaynakları: hibe, sponsorluk, kitlesel fonlama, devlet desteği.
- Örnek: Love Food, Hate Waste (İngiltere), kampanyasını finanse etmek için süpermarketler ve yerel belediyelerle ortaklık kurdu.

- İnsan Kaynakları:

- Gönüllüler, kolaylaştırıcılar, pazarlama uzmanları, etkinlik koordinatörleri.
- Örnek: Project Wasteless (Macaristan), öğretmenleri ve öğrencileri kampanya elçileri olmaları için eğitti.

- Maddi Kaynaklar:

- Dijital araçlar: sosyal medya platformları, web sitesi barındırma, tasarım yazılımı.
- Fiziksel malzemeler: posterler, broşürler, etkinlik kitleri.

2. Ekip Yapısı ve Rol Dağılımı

Katılımcılar şunları öğrenecekler:

- Temel rolleri ve sorumlulukları tanımlamak
- Kimin ne yapacağını gösteren bir iş akış şeması oluşturmak.
- Ekipler arasında net iletişim kanalları oluşturun.

Ekip Rolü - Kampanya Yöneticisi

Sorumluluk - Proje planlamasını ve yürütülmesini denetler.

Örnek - Kampanyanın programa uygun şekilde ilerlemesini sağlar.

Ekip Rolü - Sosyal Medya Koordinatörü

Sorumluluk - Çevrimiçi platformları yönetir, paylaşımların zamanlamasını yapar.

Örnek - Farkındalık etkinlikleri için yerel okullarla işbirliği yapar.

Ekip Rolü - Topluluk Koordinatörü

Sorumluluk - Atölye çalışmaları ve ortaklıklar düzenler.

Örnek - Farkındalık etkinlikleri için yerel okullarla işbirliği yapar.

Ekip Rolü - Gönüllü Yöneticisi

Sorumluluk - Gönüllüleri seçer ve eğitir.

Örnek - Yerel gıda kurtarma girişimlerini koordine eder.

Ekip Rolü - İzleme ve Değerlendirme Sorumlusu

Sorumluluk - Kampanyanın etkisini takip eder.

Örnek - Kampanya öncesi ve sonrası anketler düzenler.

3. Zaman Çizelgesi ve Görev Yönetim Planı Oluşturma

Bir farkındalık kampanyasını yönetmek, net son tarihler içeren iyi yapılandırılmış bir zaman çizelgesi gerektirir. Katılımcılar şunları öğreneceklerdir:

- Kampanya yürütmesini aşamalara (planlama, başlatma, izleme) ayırmak.
- İlerlemeyi takip etmek için proje yönetimi araçlarını (ör. Google E-Tablolar) kullanmak.
- Ekip üyelerine son tarihler ve teslim edilecekler belirleyerek hesap verebilirliği sağlayın.

4. İlerlemeyi İletme ve Paydaşları Yönetme

İyi yönetilen bir kampanya, tüm paydaşların bilgilendirilmesini ve sürece dahil edilmesini sağlar. Katılımcılar şunları öğrenecek:

- Sponsorlar ve ortaklar için ilerleme raporlarının nasıl hazırlanacağı.
- Koordinasyonu sürdürmek için etkili ekip toplantıları düzenleme.
- Halkı güncellemelerden nasıl haberdar edecekleri (basın bültenleri, haber bültenleri, sosyal medya güncellemeleri).



1. Eğitim kaynakları



Ülkenizdeki gıda israfı ve yönetimi ile ilgili durumu açıklayın. Açıklama şunları içerebilir:

Şu konulardaki mevcut mevzuat:

- Kitaplar
- Kılavuzlar
- Eğitim materyalleri

Tarihsel Genel Bakış: Geçmişte ve Günümüzde Gıda İsrafına Karşı Farkındalık Kampanyaları

Gıda israfı kampanyaları zaman içinde üç ana aşamada gelişmiştir ve her aşama o dönemin hakim sosyal, ekonomik ve çevresel endişelerini yansıtmaktadır.

Aşama 1: Erken Dönem Farkındalık Kampanyaları (2000'lerden Önce)

- Odak Noktası: Açlıkla Mücadele, Etik Sorumluluk
- Kullanılan Stratejiler: Kamu yararına yardım kampanyaları, gıda bağış programları ve dini veya insani mesajlar
- Hedef Kitle: Genel halk, dini gruplar, gıda endüstrisi
- Önemli Kampanyalar:
 - "America's Second Harvest" (Şimdi Feeding America) - ABD (1979-günümüz): Başlangıçta gıda kurtarma ve açlıkla mücadeleye odaklandı.
 - Gıda Bankaları Hareketi (1980'ler-1990'lar, Küresel): Avrupa ve Kuzey Amerika'ya yayılmış olup, fazla gıdanın yeniden dağıtılmasını savunmaktadır.
 - BM Dünya Gıda Programı (1980'ler-günümüz): Küresel açlığa odaklanmıştır, ancak gıda kaybını temel neden olarak vurgulamaya başlamıştır.

2. Aşama: Çevre ve Politika Odaklı Kampanyalar (2000-2010'lar)

- Odak Noktası: Sürdürülebilirlik, Gıda Tedarik Zincirleri, Hükümet Politikaları
- Kullanılan Stratejiler: Kamu-özel sektör ortaklıkları, gıda etiketlemede iyileştirmeler, gıda israfı denetimleri
- Hedef Kitle: Politika yapımcılar, işletmeler, kurumlar, haneler
- Önemli Kampanyalar:



- Love Food, Hate Waste (İngiltere, 2007-günümüz): Hane halkı gıda israfını iklim değişikliğiyle ilişkilendiren ilk büyük ölçekli kampanyalardan biri.
- Save Food Initiative (FAO & Messe Düsseldorf, 2011-günümüz): İş dünyası işbirlikleri yoluyla farkındalık yaratmaya yönelik küresel bir girişim.
- Düşün, Ye, Tasarruf Et (UNEP ve FAO, 2013-2021): Küresel gıda israfı stratejilerini uyumlu hale getirmek amacıyla politika yapımcılar ve gıda endüstrisine yönelik bir girişim.
- Sıfır Gıda İsrafı (AB, 2014): Sürdürülebilir gıda tüketimini savunan bir Avrupa kampanyası.

3. Aşama: Veriye Dayalı ve Dijital Kampanyalar (2020'ler - Günümüz)

- Odak: Kişisel Davranış Değişimi, Veri Analitiği, Toplum Temelli Müdahaleler
- Kullanılan Stratejiler: Yapay zeka tabanlı gıda takip uygulamaları, oyunlaştırma, çevrimiçi yarışmalar, davranışları yönlendirme
- Hedef Kitle: Bireyler (aileler, gençler), restoranlar, teknolojiye yatkın tüketiciler
- Önemli Kampanyalar:
 - Gıda İsrafına Karşı Eylem Haftası (İngiltere, 2021-günümüz): Tüketici katılımını ve taahhütlerini takip etmek için dijital araçlar kullanır.
 - Gıda İsrafına Son (Danimarka, 2020-günümüz): İsrafın azaltılmasını teşvik etmek amacıyla çevrimiçi toplulukları ve influencer'ları harekete geçiriyor.
 - (ABD, 2020-günümüz): Sosyal medya etkileşimi ve promosyonlardan yararlanan, restoran odaklı bir kampanya.

Bu tarihsel analiz, stratejileri ve kampanya metodolojilerini analiz etmek için bir temel oluşturur. Bir sonraki bölümde, hangi kampanyaların işe yaradığı, hangilerinin yaramadığı ve nasıl geliştiği gibi belirli kampanya stratejilerini inceleyeceğiz.

Önemli Gıda İsrafı Farkındalık Kampanyalarına Genel Bakış

Yıllar boyunca, ulusal hükümetlerden sivil toplum kuruluşları (STK'lar) ve yerel yönetimlere kadar çeşitli kuruluşlar, toplumun farklı kesimlerini hedefleyen gıda israfı farkındalık kampanyaları başlatmıştır. Bu kampanyalar, hane halkı, restoranlar, okullar ve gıda endüstrileri dahil olmak üzere birçok düzeyde azaltmak için sistematik politika reformlarını savunmayı amaçlamaktadır.

Bu kampanyaların bir kısmı, hane halkı gıda israfının azaltılmasına odaklanarak bireyleri yemek planlaması, doğru saklama yöntemleri ve artan yemeklerin yaratıcı kullanımları gibi sürdürülebilir alışkanlıklar benimsemeye teşvik etmiştir. Diğerleri ise iş dünyası odaklı bir yaklaşım benimseyerek tedarik zincirinde iyileştirmeler, fazla gıdanın yeniden dağıtımı ve yenilikçi gıda etiketleme stratejileri için baskı yapmıştır. Hatta bazıları politika odaklı olup, gıda üretimi, son kullanma tarihleri ve yeniden dağıtım yasaları ile ilgili hükümet düzenlemelerini etkilemiştir.

Aşağıdaki tablo, dünyanın dört bir yanından en dikkat çekici gıda israfı farkındalık kampanyalarının karşılaştırmalı bir analizini sunmaktadır. Tablonun ardından, her bir kampanya, metodolojisi, temel stratejileri, etkisi ve çıkarılan dersler açısından daha ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

Love Food, Hate Waste (İngiltere)

En tanınmış ve en uzun soluklu gıda israfına karşı farkındalık kampanyalarından biri olan "Love Food, Hate Waste", 2007 yılında Birleşik Krallık'taki Atık ve Kaynaklar Eylem Programı (WRAP) tarafından başlatıldı. Kampanya, halkı daha iyi gıda yönetiminin maddi ve çevresel faydaları konusunda bilgilendirerek hane halkı gıda israfını azaltmak amacıyla tasarlandı.



Şekil 1.
Love Food,
Hate Waste
farkındalık posterini

Ana Stratejiler:

- Dijital ve basılı medya, TV kampanyaları ve sosyal medya aracılığıyla halkın eğitimi.
- Yemek planlama, porsiyon kontrolü ve gıdaların doğru şekilde saklanması konusunda pratik ipuçları sunmak.
- Yerel atölye çalışmaları, gıda paylaşımı girişimleri ve okul programları gibi topluluk temelli katılım.

Etki:

"Love Food, Hate Waste" kampanyası, başlatıldığı günden bu yana Birleşik Krallık'ta beş yıl içinde hane halkı gıda israfının %21 oranında azaltılmasında önemli bir rol oynamıştır. Kampanya, Avrupa genelinde ve ötesinde benzer girişimlere ilham vermiş ve iyi yapılandırılmış bir eğitim kampanyasının önemli bir etki yaratabileceğini göstermiştir.

Gıda İsrafına Karşı Eylem Haftası (Birleşik Krallık)

Gıda İsrafına Karşı Eylem Haftası, Love Food, Hate Waste kampanyasının bir uzantısı olarak 2021 yılında başlatılan yeni bir girişimdir. Ana programından farklı olarak, Gıda İsrafına Karşı Eylem Haftası, halkın ilgisini en üst düzeye çıkarmak için bir haftalık ulusal bir kampanya kullanarak yoğun ve kısa vadeli bir model üzerinde çalışır.

Ana Stratejiler:

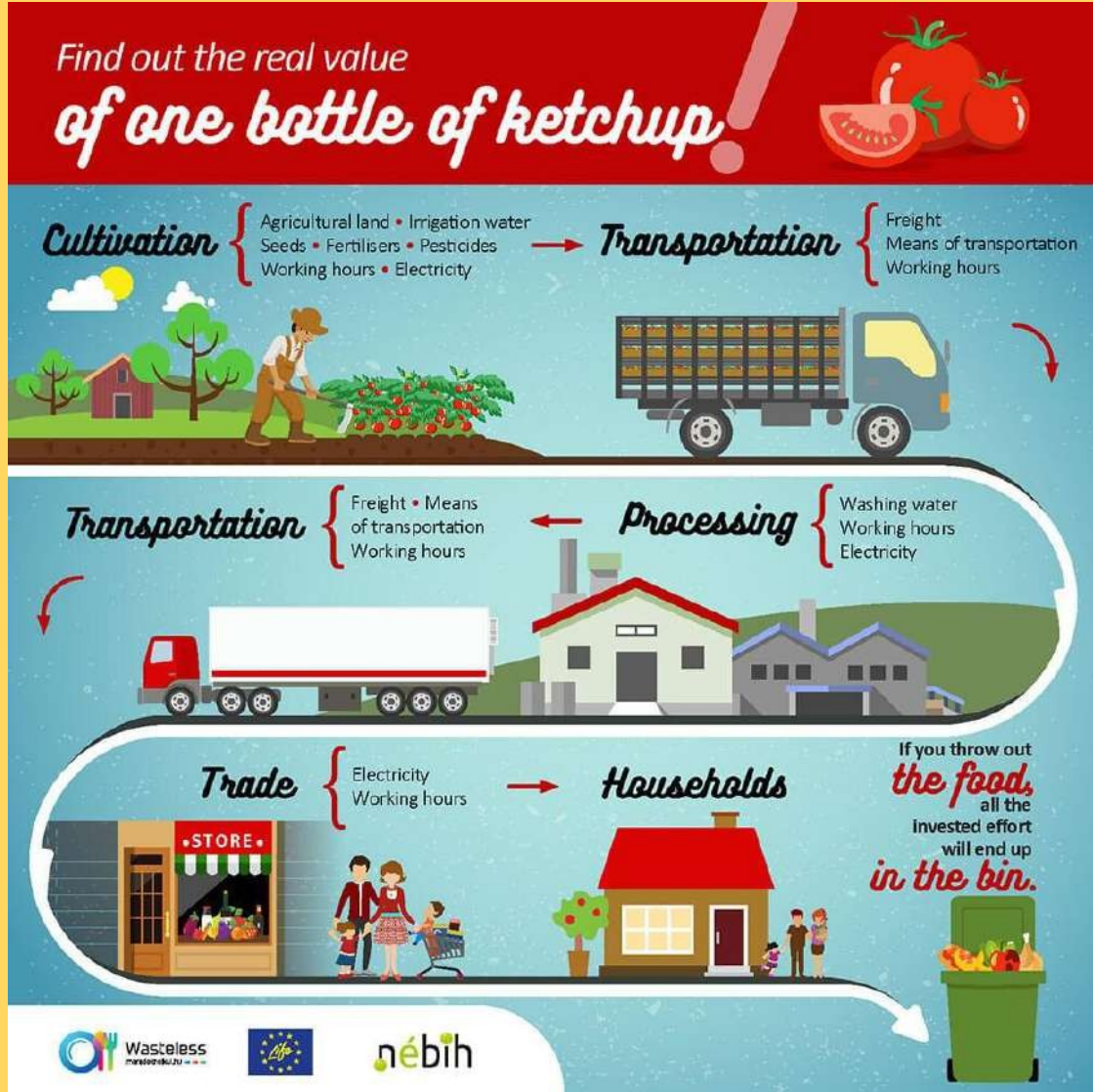
- Sosyal medya etkinlikleri, TV reklamları ve influencer işbirlikleri dahil olmak üzere ülke çapında medya katılımı.
- Konaklama ve perakende sektörlerinde gıda israfının azaltılmasını teşvik etmek için iş ortaklıklarının kurulması.
- İnsanları sohbetle dahil etmek için etkileşimli web seminerleri, canlı soru-cevap oturumları ve dijital katılım araçları düzenlemek.

Etki:

Gıda İsrafiyla Mücadele Haftası, nispeten yeni bir girişim olmasına rağmen her yıl milyonlarca kişiye ulaşarak gıda israfını azaltmaya yönelik uygulamalara katılımı önemli ölçüde artırmıştır. Bu girişim, gıda perakendecilerini daha iyi gıda etiketleme uygulamaları benimsemeye teşvik ederek son kullanma tarihleriyle ilgili kafa karışıklığını azaltmıştır.

Project Wasteless (Macaristan)

Macaristan Ulusal Gıda Zinciri Güvenliği Ofisi (NÉBIH) tarafından başlatılan Project Wasteless, öğrenciler ve eğitimcileri hedefleyen benzersiz bir girişimdir. Uzun vadeli davranış değişikliğinin erken eğitimle başladığının farkında olan bu kampanya, gıda israfı farkındalığını okul müfredatlarına entegre etmeye odaklanmaktadır.



Şekil 2. Project Wasteless'in gıda israfına ilişkin grafik kılavuzundan bir örnek

Ana Stratejiler:

- Etkileşimli ders kitapları, atölye çalışmaları ve sınıf etkinlikleri dahil olmak üzere eğitim materyalleri geliştirmek.
- Öğrenciler ve aileler arasında gıda israfı eğilimlerini ölçmek için bilimsel araştırmalar yürütmek.
- Okullar ve üniversitelerle işbirliği yaparak gıda israfı konusunda eğitimi kurumsallaştırmak.

Etki:

Wasteless Projesi, Avrupa'da iyi uygulama modeli olarak kabul edilmiş ve katılımcı okullarda gıda israfını %15-20 oranında azaltmaya yardımcı olmuştur. Kampanyanın araştırmalara dayalı yaklaşımı, gençlerin gıda israfı davranışları hakkında değerli bilgiler sunarak politika kararlarını etkilemiştir.

Gençler Gıda İsrafını Sıfıra Doğru (Dünya Gıda Forumu)

Gençler Gıda İsrafını Sıfıra Doğru, gençleri gıda israfıyla mücadeleye dahil etmek amacıyla Dünya Gıda Forumu tarafından başlatılan küresel bir girişimdir. Hane halklarına veya işletmelere odaklanan birçok kampanyadan farklı olarak, bu program eğitim araçları, topluluk projeleri ve etkileşimli zorluklar yoluyla gençleri harekete geçirmektedir.

Ana Stratejiler:

- Gıda israfı farkındalık atölyeleri, hackathonlar ve sürdürülebilirlik yarışmaları düzenlemek.
- Sosyal medya influencer'larını ve dijital platformları kullanarak daha genç bir kitleye ulaşmak.
- Okullar ve üniversitelerle işbirliği yaparak kampüslerde gıda israfını önlemeye yönelik girişimleri desteklemek.

Etki:

Bu kampanya, gençlerin gıda israfı konusundaki farkındalığını başarıyla artırdı ve birçok katılımcı kendi yerel girişimlerini başlattı. akran eğitimi entegre ederek, kendi kendini sürdürebilen bir farkındalık hareketi yaratmıştır.

Tabağını Boşalt Kampanyası (Çin)

Daha önce bahsedilen girişimlerin aksine, Çin'in Temiz Tabak Kampanyası daha politika odaklıdır; 2013 yılında Çin hükümeti tarafından başlatılmış ve 2020'de genişletilmiştir. Kampanya, Çin restoranlarında yaygın olan aşırı sipariş verme ve gıda israfına bir yanıt niteliğindedir.

Anahtar Stratejiler:

- Müşterileri sorumlu bir şekilde sipariş vermeye teşvik eden, restoranlarda hükümet tarafından zorunlu kılınan mesajlar.
- Restoranlarda porsiyon kontrolleri ve aşırı gıda israfına yönelik cezalar uygulanması.
- Bilinçli tüketim konusunda toplumsal normlar oluşturmak için toplumsal eylemi ve akran baskısını teşvik etmek.

Etki:

Kampanya birçok kentsel alanda gıda israfını başarılı bir şekilde azaltmış olsa da, hükümetin yetki aşımı konusundaki endişeler nedeniyle tartışmalara da yol açmıştır. Buna rağmen, politika temelli yaklaşımların eğitim kampanyalarını nasıl tamamlayabileceğinin bir örneği olmaya devam etmektedir.

2. Dijital araçlar



- Platformlar
- Uygulamalar
- Bu bölümle ilgili yazılımlar

Atık Azaltımı için Büyük Veri ve Yapay Zeka

İşletmeler gıda israfı eğilimlerini takip eder ve stok seviyelerini buna göre optimize eder.

Gerçek Örnekler:

Too Good To Go (AB ve ABD): Restoranların fazla yiyecekleri çöpe atmak yerine indirimli fiyatlarla sattıkları bir gıda kurtarma uygulaması.



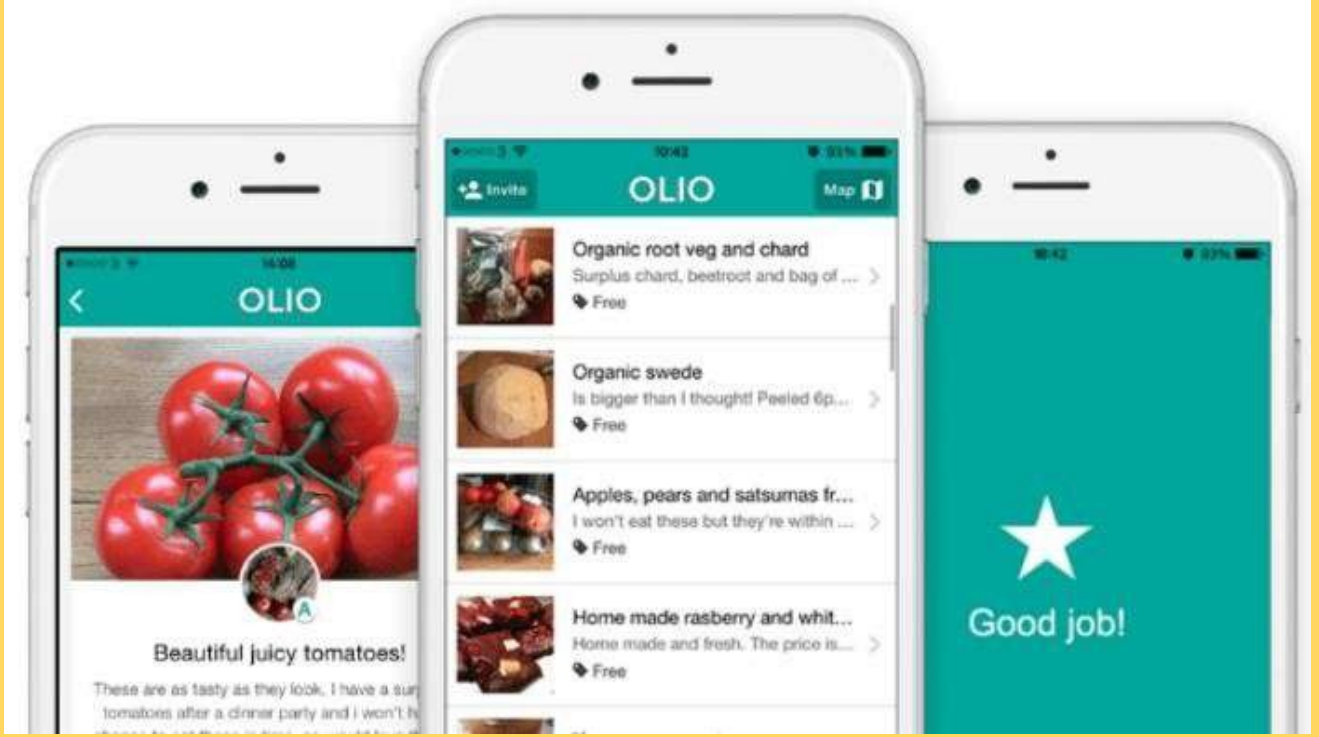
Şekil 3.
Too Good To Go
tanıtım afişi

Karma (İsveç): Yapay zeka kullanarak fazla gıda eğilimlerini tahmin eder ve marketlerin son kullanma tarihi yaklaşan ürünlerde indirim yapmasına olanak tanır.

Şekil 3.
Tanıtım amaçlı Too
Good To Go afişi



Olio (İngiltere): Bireyleri birbirine bağlayarak komşularla fazla yiyecekleri paylaşmalarını sağlayan bir eşler arası uygulama.



Şekil 5. Gıda paylaşımı için OLIO medyası

3. Ek Referanslar

- Raporlar
- Makaleler
- Vaka çalışmaları

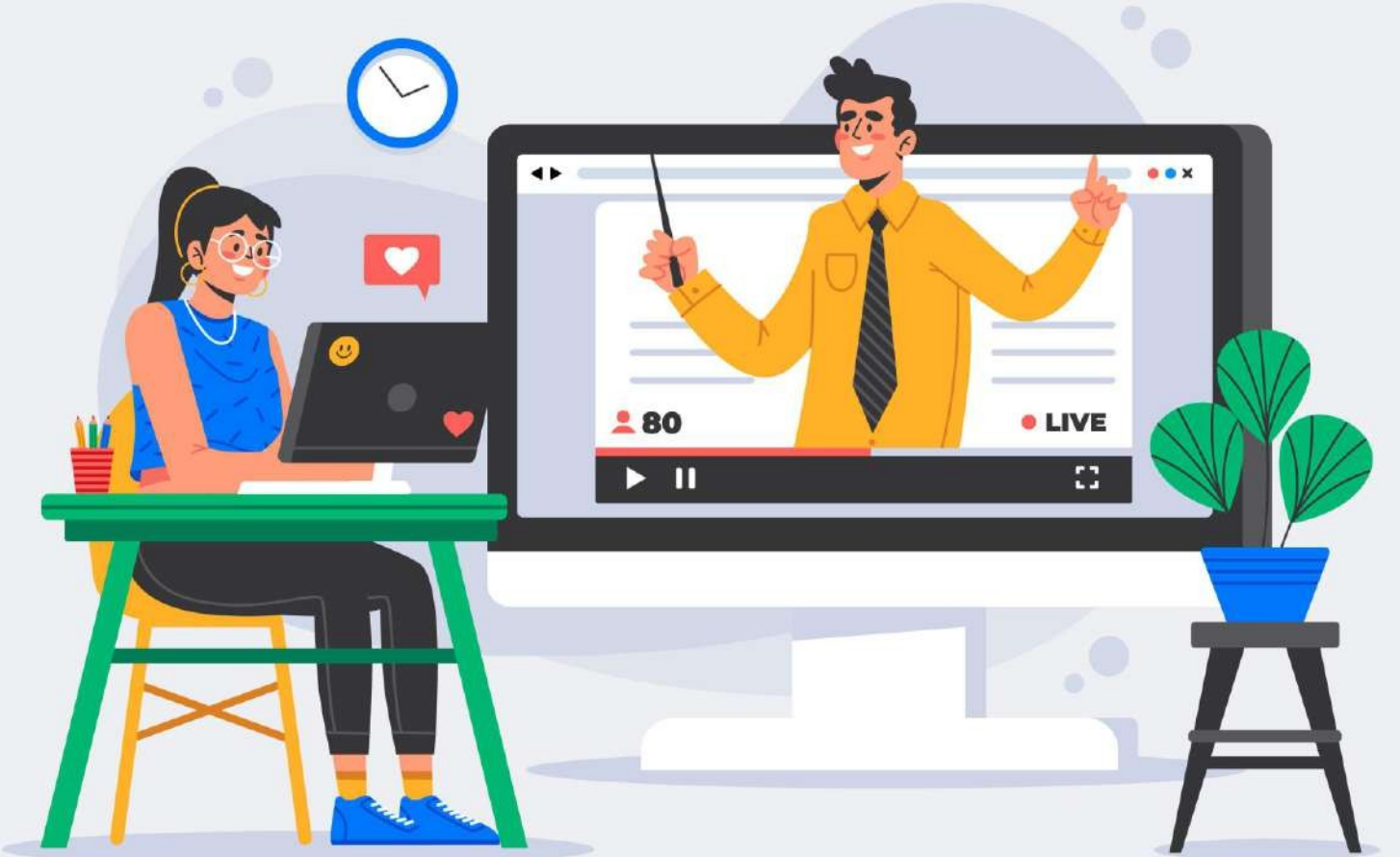
- Farkındalık kampanyalarında davranış değişikliği stratejileri üzerine araştırma makaleleri.
- Gıda israfının önlenmesine ilişkin ulusal ve bölgesel politika belgeleri.





(Haritayı Canlandırma)

Etkileşimli Etkinlik



Açıklama

Bu atölyede, eğitimciler ve belediye temsilcilerine, belediyelerinin özelliklerine ve ihtiyaçlarına göre gıda israfına ilişkin etkili bir farkındalık kampanyası tasarlama konusunda eğitim vereceğiz.

Katılımcılar, takımlar halinde çalışarak hedeflerin tanımlanması, hedef kitlenin belirlenmesi, iletişim kanallarının seçilmesi, ölçütlerin belirlenmesi, eylem planının oluşturulması ve zaman çizelgesinin geliştirilmesi gibi temel adımları uygulayacaklar. Bu süreç sayesinde, bir farkındalık kampanyasının organize edilmesi ve yapılandırılması konusunda pratik deneyim kazanacaklar.

Ayrıca, katılımcıların kampanyalarının etkisini en üst düzeye çıkarmayı öğrenmelerini sağlamak amacıyla, temel düzeyde yaygınlaştırma ve hedef kitle ile etkileşim stratejilerini ele alacağız. Atölye çalışmasının sonunda ekipler, gıda israfının azaltılmasına yönelik farkındalık yaratmayı ve harekete geçirmeyi amaçlayan pilot kampanya konseptleri geliştirmiş olacaklar.

Amaç

Etkinliğin amaçları:

- Eğitimciler ve belediye temsilcilerine etkili gıda israfı farkındalık kampanyaları tasarlamak için gerekli becerileri kazandırmak
- Kampanya planlamasına yönelik yapılandırılmış bir yaklaşım sunmak
- Uygulamalı ve kolay alıştırmalar yoluyla pratik öğrenmeyi teşvik etmek
- Yaygınlaştırma ve hedef kitlenin katılımı için temel stratejileri tanıtmak ve ilham vermek.
- Gerçek hayatta başarıyla uygulayabilecekleri pilot kampanya konseptleri geliştirmek.

Hedef grup

Farklı ülke ve bölgelerden yetişkin eğitimciler ve belediye temsilcileri

Etkinliğin Tanımı:

Atölye Gündemi: Öğleden Sonra Oturumu - Tasarım

Bu oturum, katılımcılara gıda israfı konusunda etkili bir farkındalık kampanyası planlamanın pratik adımlarını öğretmek amacıyla tasarlanmıştır. Katılımcılar, sabah oturumunda kampanyalar hakkında temel bilgileri edinmiş olacaklardır. Atölye, önemli noktaların özetlenmesi ve katılımcıların kendi kampanyalarını etkileşimli bir şekilde tasarlamalarına rehberlik edilmesine odaklanacaktır. Oturum, grup çalışması, tartışmalar ve yapılandırılmış alıştırmalar içeren uygulamalı bir etkinliktir. Aşağıda, sorunsuz ve ilgi çekici bir deneyim sağlamak için kolaylaştırıcı rehberliğiyle birlikte her adımın ayrıntılı bir dökümü yer almaktadır.

Adım 1 - Temel Kampanya Unsurlarının Özetlenmesi (20 dakika)

Katılımcılar, sabah oturumunda ele alınan temel kampanya unsurlarını hızlıca gözden geçirerek başlayacaklardır. Amaç, tasarım aşamasına geçmeden önce katılımcıların hafızalarını tazelemek ve ortak bir anlayış sağlamak.

- Eğitmenler, hedef kitle segmentasyonu, hedef belirleme, mesajlaşma, iletişim kanalları, zaman çizelgesi oluşturma ve bütçe hususları dahil olmak üzere temel kavramların kısa bir özetini sunacaklar.
- Adım adım kampanya kılavuzlarının yer aldığı basılı posterler ve el broşürleri referans amaçlı olarak sunulacaktır.
- Gerçek hayattaki farkındalık kampanyaları hakkında yapılacak kısa bir tartişma, başarılı örnekleri ve en iyi uygulamaları öne çıkararak ilham kaynağı olacaktır. Bu, mini bir slayt gösterisiyle sunulacaktır.

2. Adım - Takım Oluşturma ve Kampanya Seçimi (10 dakika)

- Katılımcılar, farklı bakış açılarının bir araya gelmesini sağlamak amacıyla karma ekipler halinde gruplandırılacaktır. Her ekip, kolaylaştırıcıların rehberliğinde belirli bir kampanya odağı seçecektir. Kolaylaştırıcılar, uzmanlık ve rollere dayalı olarak dengeli bir dağılım sağlanmasını garanti edecektir.
- Amaç, her ekibin planlama aşamasına geçmeden önce kampanyanın net bir odak noktasına sahip olmasını sağlamaktır.

Adım 3 - Rehberli Beyin Fırtınası Oturumu (40 dakika)

Bu aşama, her takımın kampanyasının temelini tanımlamaya odaklanır. Katılımcılar, sağlam bir başlangıç noktası geliştirmek için yapılandırılmış beyin fırtınası egzersizlerine yönlendirilecektir.

- Kampanya hedefinin tanımlanması: Takımlar, kampanyalarının ana hedefini tanımlayacak ve SMART (Spesifik, Ölçülebilir, Ulaşılabilir, İlgili, Zaman sınırlı) çerçevesini kullanarak net ve eyleme geçirilebilir bir kampanya hedefi belirleyeceklerdir. Kolaylaştırıcılar, belirsiz veya aşırı geniş hedeflerin netleştirilmesine yardımcı olacaktır.
- Hedef kitlenin belirlenmesi: Kolaylık sağlamak ve geniş bir kapsama alanı sağlamak için her kampanyanın hedef kitlesi önceden belirlenecektir. Bu adımda ekipler, kendilerine atanan hedef kitleye odaklanacak, bu kitlenin özelliklerini ve ihtiyaçlarını tartişacak ve hedef kitleyi daha iyi anlamak için kişiselleştirilmiş çalışma kağıtları üzerinde çalışacaklardır.
- Tasarım kriterleri: Tüm ekiplerin ortak bir hedef doğrultusunda uyum içinde çalışması büyük önem taşımaktadır. Temel kriterler: Mesajın Etkisi, Yaratıcılık ve Topluluk Oluşturma.

Kahve molası (15 dakika)

4. Adım - Kampanya Tasarım Oturumu (50 dakika)

Takımlar, temel yapılandırma unsurlarının rehberliğinde adım adım kampanyalarını oluşturacaklardır. Kolaylaştırıcılar gerektiğinde destek sağlayacaktır.

- İletişim kanallarının seçilmesi: Takımlar, hedef kitle profillerine göre kampanyanın yaygınlaştırılması için hangi kanalların (sosyal medya, posterler, topluluk etkinlikleri vb.) en etkili olacağına karar vereceklerdir.
- Ana mesaj ve içerik fikirlerinin oluşturulması: Takımlar, kampanya hedeflerine ve hedef kitle içgörülerine dayanarak temel mesajlar geliştirecek. Amaç, katılımı artırmak için farklı ifadeler, teknikler ve hikaye anlatımı, infografikler vb. gibi görsel araçları keşfetmektir.
- Ana mesaj stratejilerinin belirlenmesi: Ekipler, mesajlarını iletişmenin en iyi yolunu belirleyeceklerdir (ör. duygusal hitap, olgusal yaklaşım, mizah). Kolaylaştırıcılar, bu seçimi yönlendirmek için örnekler ve içgörüler sunacaktır.
- Zaman çizelgesi ve eylem planı geliştirme: Ekipler, kampanyanın yürütülmesi için temel adımları belirleyecek ve bunların gerçekçi son tarihlerle ve mevcut kaynaklarla uyumlu olmasını sağlayacaktır.

Tutarlılık sağlamak için yapılandırılmış bir şablon sağlanacaktır.

Adım 5 - İzleme ve Değerlendirme (15 dakika)

Bir kampanyanın başarısını nasıl takip edip ölçebileceğinizi anlamak çok önemlidir. Bu bölüm, değerlendirme tekniklerine odaklanmaktadır. Bu adımda, ayrıntılara girmeden katılımcıların uygun metrikleri seçme sürecini anlamalarını sağlamak amacıyla kilit noktalar vurgulanacaktır. Bu konu hakkında daha fazla bilgi, bölüm 3 - Teori'de bulunabilir.

- Anahtar Performans Göstergeleri (KPI'lar) ve Ölçüm Yöntemlerine Giriş: Ekipler, kampanya hedeflerine (ör. erişim, etkileşim, davranış değişikliği, etkinlik katılımı) dayalı olarak anahtar performans göstergelerini (KPI'lar) belirleyecek ve anketler, sosyal medya içgörülerini, ve topluluk geri bildirimleri gibi veri toplama ve analiz yöntemlerini keşfedeceklerdir.
- Değerlendirme kontrol noktalarının belirlenmesi: Ekipler, gerekli ayarlamaları yapmak üzere kampanya performansını ne zaman ve ne sıklıkla gözden geçireceklerini belirleyeceklerdir.

Kahve molası (10 dakika)

6. Adım - Akran Değerlendirmesi, Geri Bildirim ve Sonraki Adımlar (20 dakika)

Atölye, kampanya fikirlerini geliştirmek amacıyla yapılacak sunumlar ve yapılandırılmış geri bildirimlerle sona erecektir. Kolaylaştırıcılar, tartışmayı yönlendirerek güçlü yanları ve iyileştirilmesi gereken alanları ortaya çıkaracak, ekiplerin yaptıkları çalışmalarını değerlendirmeye ve gerçek hayatta uygulamaya yönelik sonraki adımları düşünmeye teşvik edecektir.

- Her ekip, kampanya konseptinin 3 dakikalık bir özetini sunarak hedef, hedef kitle, ana mesajlar, kanallar ve değerlendirme yöntemlerini ana hatlarıyla belirtecektir.
- Takımlar, kampanyalarının grup değerlendirmesine katılarak yapıcı geri bildirimler verecek ve alacaklardır. Değerlendirme üç temel konuya odaklanacaktır:
Mesajın Etkinliği, Yaratıcılık ve Topluluk Oluşturma.

Araçlar

Malzemeler: Flipchartlar, kalemler, keçeli kalemler, çıkartmalar.

Eğitim Materyalleri: Çalışma kağıtları, broşürler, kampanya adımları posteri
Atölye, yüz yüze gerçekleştirilmek üzere tasarlanmıştır; bu nedenle sağlanan materyallerin çoğu dijital değil, basılı formattadır. Ancak, çevrimiçi olarak sunulması gerekiyorsa, etkin bir şekilde uygulanmasını sağlayacak araçlar ve yöntemler mevcuttur.

FOODWISE

Materyal editörü: **BIONETWORK ASSOCIATION**

Materyal editörünün iletişim bilgileri:
office@bionet.bg / www.bionet.bg

Yayın tarihi: **14/03/2025**

Bu materyalin içeriğinden yazar(lar) sorumludur.
Bu materyalin içeriği, resmi görüşü yansıtmayabilir.

Avrupa Birliği'nin tutumu. Kaynak belirtildiği ve yapılan değişiklikler açıkça gösterildiği takdirde, bu metnin çoğaltılmasına izin verilir.

