

Dijital Platformların Gıda İsrafı Bilincine Etkisi: Çevrim İçi Topluluklar ve Akademik Çalışmalar Arasındaki İlişki

Özden ÖZDEMİR¹

Dijital Platformların Gıda İsrafı Bilincine Etkisi: Çevrim İçi Topluluklar ve Akademik Çalışmalar Arasındaki İlişki

The Impact of Digital Platforms on Food Waste Awareness: The Relationship Between Online Communities and Academic Studies

Öz

Bu çalışma, çevrim içi toplulukların gastronomi alanında gıda israfı bilinci üzerindeki etkisini incelemektedir. Dijital dünyada bu toplulukların sürdürülebilirlik farkındalığı ve akademik üretimi nasıl şekillendirdiği araştırılmıştır. Son on yıldaki "gıda israfı" konulu akademik yayın eğilimleri analiz edilmiş, sosyal medya içerik yoğunluğu Google Trends verileriyle değerlendirilmiştir. Betimsel analizin yanı sıra korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Sonuçlar, sosyal medya içerik yoğunluğu ile akademik yayın sayısı arasında anlamlı ve pozitif bir korelasyon olduğunu göstermektedir. Özellikle çevrim içi ilgideki artışın akademik yayınlara iki yıl gecikmeli yansıdığı belirlenmiştir. Çalışma, sosyal medyanın sadece tüketici davranışlarını değil, akademik araştırmaları da yönlendirdiğini ortaya koymakta ve gıda israfı bilincinin artırılmasında etkin kullanımın önemini vurgulamaktadır.

Abstract

The effect of online communities on food waste awareness within gastronomy has been the subject of this study. These communities help shape sustainability awareness and digital academic production. The authors conducted trend analysis over the past decade concerning academic journals' publications on "food waste" in addition to measuring the intensity of the common related social media content using Google Trends. Correlative and regression analysis has been employed alongside descriptive analysis. The outcome concluded that there is a significantly positive correlation between social media content intensity and the number of academic publications. Interestingly, the growth of online interest was found to correlate with academic publications with a 2-year lag. This emphasizes that social media not only impacts consumer behavior but also provides direction to academic work, thereby empowering increased awareness concerning food waste.

Anahtar Kelimeler: Çevrim İçi Topluluklar, Gıda İsrafı, Sürdürülebilirlik

Keywords: Online Communities, Food Waste, Sustainability

Makale Türü: Araştırma makalesi

Paper Type: Research paper

1. Giriş

21. yüzyılda küresel anlamda herkesi derinden etkileyen çevre sorunları ve akabinde gelişen toplumsal duyarlılık ve bilinçli tüketim anlayışı gibi etkenler sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Süreç içerisinde, sürdürülebilirlik kavramı sadece çevresel etkileriyle değil

1 Dr. Öğr. Üyesi, Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ozden.oz@outlook.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4938-4597>

sosyal ve ekonomik boyutları kapsayarak gastronomi gibi disiplinlerde de önemli hale gelmiştir (Çekal ve Doğan, 2022; Gün ve Kılıç, 2022). Gastronomide sürdürülebilirlik, üretimden tüketime kadar olan süreçte çevresel ayak izini azaltmayı amaçlamanın yanında yerel ve etik tüketim gibi alışkanlıkların oluşmasını da desteklemektedir. Sürdürülebilir kalkınmada önemli bir yere sahip olan atık yönetimi kavramı, atığı çöp olarak görmek yerine onu bir kaynak olarak görmeyi hedefler ve atığın oluşmadan önlenmesini, önlenemiyorsa azaltılması fikrinden yola çıkar (Tezel vd., 2020).

Günümüzde sosyal medya, yalnızca bilgi paylaşımı ve iletişim aracı olmanın ötesine geçerek bireylerin yaşam tarzlarını, tüketim alışkanlıklarını ve toplumsal etkileşimlerini derinden etkilemiştir. Gastronomi, bu değişimin etkisinin en yoğun hissedildiği alanlardan biri olmuştur. Farklı kültürlerle ait yemeklerin keşfi, gastronomik deneyimlerin paylaşımı ve yemek trendlerinin oluşumu, sosyal medya platformları aracılığıyla hız kazanmıştır (Çelik, 2023; Ö. Özdemir & Kasap, 2024). Şeflerden tüketicilere kadar geniş bir yelpazeyi etkileyen bu dijital dönüşüm, gastronomi dünyasını yeniden şekillendirerek hem bireysel hem de endüstriyel boyutta köklü değişimlere neden olmuştur. Bu bağlamda, sosyal medyanın gastronomi üzerindeki etkisi, lezzetlerin ötesine geçip estetik, kültürel ve ekonomik bir boyut kazanmış; tüketici davranışlarından sürdürülebilirlik ve gıda israfı bilincine kadar uzanan geniş bir etki alanı oluşturmıştır.

Bu araştırmada, son 10 yılda gıda israfıyla ilgili yapılan akademik çalışmaların, çevrim içi toplulukların ilgisinden ne kadar etkilendiğinin ortaya konması amaçlanmıştır. Araştırmada, bu çalışmaların incelenmesi için bibliyometrik analiz yöntemi uygulanmıştır. Ayrıca, sürdürülebilirlikle ilgili sosyal medyadaki paylaşımların yoğunluğu Google Trendler platformu kullanılarak analiz edilmiş ve elde edilen verilerin karşılaştırılmasıyla sosyal medyanın etkisi değerlendirilmiştir.

2. Gıda İsrafı Kavramı ve Yönetimi

Son yıllarda sıkça gündeme gelen nüfus artışı, çevresel sorunlar ve kuraklık gibi problemler önceden beri var olan gıda sorununu farklı bir noktaya taşımıştır. Buna benzer sorunlar hem mevcut kaynakların daha etkin şekilde kullanılmasını hem de sürdürülebilir tarım ve gıda üretim yöntemlerinin geliştirilmesini zorunlu hale getirmiştir. Yapılan çalışmalar, ihtiyacımızdan %25 daha fazla gıda üretildiğini ve fabrikalardaki bu aşırı üretimin dolaylı olarak küresel ısınmaya neden olduğunu ortaya koymuştur (Shellenberger, 2020). Sürdürülebilirliğin bileşenlerinden birisi olarak kabul edilen sıfır atık (Tezel vd., 2020) ve gıda israfını önleme yönetiminin sorunun çözümüne katkı sunacağı görüşü son zamanlarda toplumun büyük bir kesiminde hâkim olmaya başlamıştır.

Gıda atığı, insan tüketimine yönelik olarak üretilmiş ancak gıda zincirinin sonunda (perakende veya nihai tüketim aşamalarında) çeşitli nedenlerle artık hale gelen gıdaları ifade eder. Bu tanım, yenilebilir olan gıda ürünlerinin israfını kapsarken, gıdanın kemik, kabuk gibi yenmeyen kısımlarını dışarıda bırakır (FAO, 2011; Parfitt vd., 2010a). Ancak, pratikte gıda ile ilgili atıklar, yenmeyen gıda kısımlarının yanı sıra restoranlar, gıda pazarları veya ev mutfaklarından kaynaklanan kâğıt mendil, plastik çatal-kaşık ve tahta çubuklar gibi gıda dışı malzemeleri de içerebilir (Beretta vd., 2017; Yodkhayan ve Muneenam, 2023). Gıda israfı ise insan tüketimi amacıyla üretilen veya hasat edilen hayvan ve bitki kaynaklı yenilebilir gıdaların, insan tüketimine uygun ve sağlam olmalarına rağmen çeşitli nedenlerle bozulmadan önce veya sonra çöpe atılarak tüketilmemesi durumu olarak tanımlanmaktadır (FAO, 2013; Lipinski vd., 2013).

Diğer yandan israf edilen gıdalar gıda kaybı ve gıda atığı olarak iki gruba ayrılmaktadır (Abiad ve Meho, 2018). Gıda kaybı ve gıda israfı tanımları üzerinde tam bir mutabakat bulunmamakla birlikte, literatürde bu iki kavram arasında ayırım yapılmaktadır. Gıda kaybı, üretim, hasat sonrası ve işleme aşamalarında meydana gelen, yenilebilir gıdanın miktar veya kalitesinde azalma olarak tanımlanırken, gıda israfı ise tedarik zinciri boyunca insan tüketimine uygun olan ancak genellikle perakende veya tüketim aşamasında tüketilmeyen veya atılan herhangi bir çiğ ya da pişmiş kaliteli gıda olarak

tanımlanabilir (Abiad ve Meho, 2018; FAO, 2011; Pfaltzgraff vd., 2013). Üretimden tüketime kadarki süreçte meydana gelen bu kayıplar ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarda önemli etkilere yol açabilmektedir.

Gıda israfı hem dünya genelinde hem de Türkiye'de önemli bir sorun olmaya devam etmektedir. Küresel ölçekte, her yıl üretilen gıdaların yaklaşık üçte biri, yani 1,3 milyar ton israf edilmekte ve bu israfın ekonomik değeri yaklaşık 990 milyar doları bulmaktadır (Tekiner vd., 2021). Birleşmiş Milletler Gıda İsrafı Raporu'na göre, Türkiye'de ise her yıl kişi başına 93 kilogram, toplamda 7,7 milyon ton gıda çöpe atılmaktadır (BBC NEWS Türkçe, 2021). Buna karşın bireylerin gıda israfını önleme davranışını benimsemeye başlaması halinde gıda sisteminden kaynaklanan sera gazı emisyonunun yaklaşık %11'i azaltılabileceği öngörülmektedir (Smith, 2015). Bu durum, atık yönetimi ve gıda israfının önlenmesini yalnızca bir çevresel sorumluluk değil, aynı zamanda geleceğin sürdürülebilir dünyasını inşa etmenin temel taşlarından biri haline getirmiştir. Gıda israfının bu denli yüksek seviyelerde olması, sadece ekonomik kayıplara değil, aynı zamanda çevresel bozulmaya da neden olmaktadır. İsraf edilen gıdalar, üretim sürecinde harcanan su, enerji ve diğer kaynakların da boşa gitmesine yol açmaktadır (Altıntaş, 2021). Bu durum, sera gazı emisyonlarını artırarak iklim değişikliğine katkıda bulunur. Dolayısıyla, gıda israfının azaltılması, doğal kaynakların korunması, karbon ayak izinin küçültülmesi ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılması açısından kritik öneme sahiptir.

2015 yılında ABD Tarım Bakanlığı (USDA) ve Çevre Koruma Ajansı (EPA) tarafından 2030 yılına kadar gıda israfını yarıya indirmeye yönelik çağrısı topluluklar tarafından karşılık görmüş ve 2015-2016 yılları arasında gıda israfı ile ilgili 100 bin paylaşım yapılmıştır (Specht ve Buck, 2019). Aynı zamanda Gıda israfı ile ilgili çalışmalar her ne kadar zaman içerisinde dalgalanma gösterse de özellikle 2016 yılından sonra önemli ölçüde artış göstermiştir (Wulandari vd., 2024). Bu artış, küresel ölçekte gıda güvenliği ve sürdürülebilirlik gibi konulara dönük farkındalığın artmasıyla paralellik göstermektedir. Mokrane vd. (2023) çalışmalarında gıda israfı ile ilgili yapılan akademik çalışmaların 2010 yılından bu yana katlanarak arttığının altını çizmişlerdir. Bu süreçte araştırmacıların bazıları gıda tedarik sürecinde meydana gelen gıda israfı ile ilgili araştırmalar yaparken (Abiad ve Meho, 2018; Chauhan vd., 2021; Conrad vd., 2018; Jeswani vd., 2021; Kummu vd., 2012; Parfitt vd., 2010b; Poore vd Nemecek, 2018; Read vd., 2020; Sundin vd., 2021), bazıları da gıda israfının azaltılmasının çevresel, sosyal ve ekonomik faydaları üzerinde durmuştur (Read vd, 2020; Read ve Muth, 2021). Bu doğrultuda, çevrim içi toplulukların gıda israfı ile ilgili yaptığı paylaşımlar, sadece toplumsal farkındalık yaratmamakta, aynı zamanda araştırmacıların konuya yönelik farkındalıklarını artırarak akademik çalışmaların eğilimini ve yoğunluğunu da etkileyebilecek önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Gıda israfını önleme yaklaşımının kısa vadede bireysel çıkarlar yerine uzun vadeli toplumsal ve çevresel faydaları hedeflemesi, bireylerin bu sürece duyarlılığını etkileyebilecek bir faktördür. İnsan doğası gereği, somut faydalar sağlayan eylemlere daha fazla yönelir, ancak gıda israfını önleme yaklaşımı çevresel sorumluluğu erdem olarak görmeyi ve toplumsal bilinçlenmeyi gerektirir. Bu durum, "başkası yapmazsa benim çabam neyi değiştirir" gibi bir duyarsızlık sarmalına yol açabilir. Gıda israfını önleme duyarlılığını artırmak için, bireylerin bu sürecin kendi yaşamlarına da dolaylı olarak katkı sağlayabileceğini anlamalarını sağlamak ve toplumsal bilinçlenme çalışmalarını güçlendirmek önemlidir. Sosyal medya, her sosyal olayda olduğu gibi gıda israfının önlenmesi bilincinin de yayılmasında önemli bir araç olabilir; çevresel sorumluluk ve sürdürülebilirlik konusunda farkındalık oluşturarak, bireyleri bu hareketin parçası olmaya teşvik edebilir.

3. Çevrimiçi Topluluklar ve Gıda İsrafı

Sosyal medya, bilgi alışverişinin ötesine geçerek bireylerin kimliklerini yeniden inşa etmelerine, sosyalleşme biçimlerini dönüştürmelerine ve farklı topluluklara katılmalarına olanak tanımaktadır. Bu

platformlar, bireylerin kendilerini ifade etme, bilgi edinme ve etkileşim kurma biçimlerinde köklü değişiklikler yaratmıştır (Özdemir ve Kasap, 2024). Günümüzde çevresel sorunların artışı bireylerin ve toplumların çevreye duyarlılığını arttırmıştır. Sosyal medya, birçok sosyal olayda olduğu gibi sıfır atıkla ilgili duyarlılığı artırmak ve sıfır atık hareketini teşvik etmek için güçlü bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya, bireysel ve dağınık kitlelerin fiziksel olarak bir araya gelmesini, yerel bağlantılarını güçlendirmesini ve küresel ağlar kurmasını sağlayarak, yol gösterici bir rol üstlenmekte ve sembolik bir kamusal alan oluşturma sürecinde önemli bir sorumluluk taşımaktadır (Bakardjieva, 2012; Gerbaudo, 2014; Yaşa, 2022).

Diğer yandan sosyal medya platformlarının yükselişiyle birlikte, tüketici davranışlarında da önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Özellikle, görsel olarak çekici yemeklerin sosyal medyada paylaşılması, genç nesil arasında yaygın bir trend halini almıştır (Demirel ve Karanfiloğlu, 2020; Özdemir, 2019; Patwardhan vd., 2024). Ancak, bu durumun istenmeyen bir sonucu olarak, gıda israfını artırabileceği düşünülmektedir. Evlerdeki artan gıda israfının nedenlerinden biri, Y kuşağının 'yaşamak için yemek' yerine 'yemek için yaşa' anlayışını benimsemesi olabilir (Cash, 2017; Teoh vd., 2022). Bu zihniyet, yemeklerin estetik ve paylaşılabılır olması için gereğinden fazla tüketimi teşvik ediyor olabilir. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının etkisi, gıda israfını azaltmaya yönelik farkındalık oluşturma ve eğitim çalışmalarında önemli bir araç haline gelebilir (Hou vd., 2022). Platformların, kullanıcılarını bilinçlendiren içerikleri öne çıkarması ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarını teşvik eden kampanyaları desteklemesi, toplumsal bilincin artmasına katkıda bulunabilir (Çerasi vd., 2024). Özellikle, sosyal medya fenomenlerinin ve içerik üreticilerinin, gıda israfını önlemeye yönelik mesajlar paylaşması ve yaratıcı çözümler sunması, geniş kitleler üzerinde güçlü bir etki yaratabilir.

Bu kapsamda, sosyal medya platformlarının gıda israfını önleme üzerindeki rolü daha ayrıntılı bir şekilde incelendiğinde, farkındalık yaratma, bilgi paylaşımı ve toplumsal davranış değişikliklerini teşvik etme gibi işlevler üstlendiği görülmektedir. Sosyal medya platformları aracılığıyla, kullanıcılar gıda israfını önleme yollarını öğrenebilmekte, sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarını benimseyebilmekte ve bu konudaki kampanyalara aktif katılım gösterebilmektedir (Chang vd., 2024a; Zhao ve Cheng, 2024). Ayrıca, gıda israfı konusunda bilinçlendirme çalışmaları yürüten sivil toplum kuruluşları ve toplulukların sosyal medya üzerinden geniş kitlelere ulaşması, bu çabaların etkisini artırabilmektedir. Özellikle görsel içerikler, etkileşimli kampanyalar ve kullanıcı deneyimlerinin paylaşılması, sosyal medya kullanıcılarının konuya ilişkin ilgisini artırarak, toplumsal düzeyde farkındalık yaratma ve davranış değişikliği sağlama potansiyelini güçlendirebilmektedir (Sutinen ve Närvänen, 2022).

Sosyal medya platformlarının gıda israfı üzerindeki etkisinin yalnızca kullanıcılar üzerinde değil, araştırmacılar üzerinde de etkili olabileceği düşünülmektedir. Sosyal medyanın farkındalık yaratma ve davranış değişikliği sağlama potansiyelinin akademik çevreler tarafından izlendiği ve bu alanda araştırma yapmaya teşvik edildiği varsayılmaktadır. Bu veriler ışığında araştırma hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur;

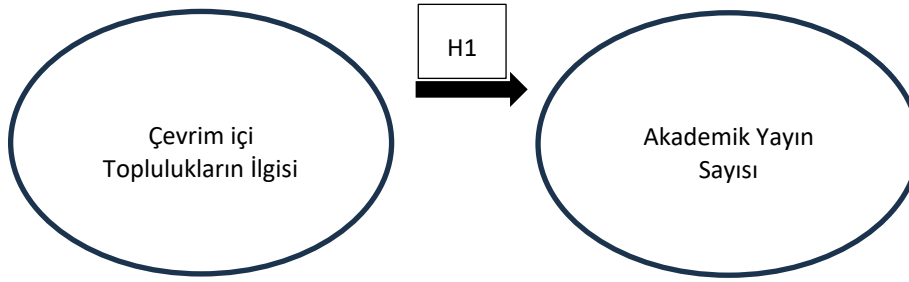
H₁: Çevrimiçi topluluklarda sosyal medya aracılığıyla yayımlanan içeriklerin yoğunluğu, gıda israfı ile ilgili akademik yayın sayısında pozitif ve anlamlı bir etki oluşturur.

4. Yöntem

Bu çalışmanın amacı, gıda israfı ile ilgili sosyal medyada yapılan paylaşımlardan, akademik çalışmaları etkileyip etkilemediğini incelemektir. Çalışmaya dünyada yapılmış gıda israfı ile ilgili akademik çalışmalar ve çevrimiçi toplulukların ilgi oranları dahil edilmiştir.

4.1. Araştırma Modeli

Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden birisi olan ilişki tarama deseni kullanılmıştır. İlişkisel tarama deseni, iki farklı nicel değişken arasındaki ilişkiyi veya etkiyi, bir korelasyon katsayısı kullanarak belirlemeyi amaçlayan bir yaklaşımdır (Fraenkel vd., 2023). İlişkisel tarama modeli, iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkilerin varlığını ve derecesini belirlemek amacıyla kullanılır. Bu bağlamda, ilişkisel çözümleme iki farklı şekilde yapılabilir: biri korelasyon ilişkisi, diğeri ise karşılaştırmalar aracılığıyla elde edilen ilişkiler şeklindedir. Bu yöntemler, tutumların ve eğilimlerin belirlenmesine olanak tanır (Christensen vd., 2020; Karasar, 2016). Verilerin genel eğilimlerini anlamak için betimsel analiz uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmek için korelasyon analizi ve sosyal medya içerik yoğunluğunun bu tür bulguları raporlayan yayınların sayısı üzerindeki etkisini incelemek içinse regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırmanın modeli aşağıda yer almaktadır.



4.2. Araştırma Tasarımı

Betimsel analiz bir olgunun mevcut durumunu anlamayı ve tanımlamayı amaçlayan çalışmaları ifade eder (Yıldırım ve Şimşek, 2011:224). Bu doğrultuda, çalışmada gıda israfı konusundaki akademik yayınların yıllara göre dağılımının ve sosyal medya paylaşımlarının incelenmesi hedeflenmektedir. Korelasyon analizi bir değişken ile diğerk değişken arasındaki ilişkiyi ölçmeye olanak tanır (Kozak, 2021, s. 134). Korelasyonel analiziyle ise, sosyal medya paylaşımları ile akademik yayınlar arasındaki ilişkinin incelenmesine odaklanılmıştır. Sosyal medya paylaşımlarının akademik çalışmalar üzerindeki etkisini incelemek için kendinden gecikmeli model tercih edilmiştir, çünkü akademik üretim genellikle zamana yayılan bir süreçtir. Örneğin, Web of Science (WOS) verilerine göre, Kasım 2019'da ortaya çıkan COVID-19 ile ilgili çalışma sayısı 2019 yılında, 34 iken, bu sayı 2021'de 159.251'e ulaşmıştır. Bu durum, sosyal olayların akademik yayınlara yansımalarının belirli bir gecikmeyle gerçekleştiğini göstermektedir. Bu yansımının, COVID-19 örneğinde olduğu gibi ortalama iki yıl sürdüğü göz önünde bulundurularak, sosyal medya paylaşımları ile akademik çalışmalar arasındaki zaman farkı iki yıl olarak kabul edilmiştir.

Bu çalışmada, sosyal medya paylaşımları ile akademik yayınlar arasındaki ilişkinin belirlenmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Analizler, Python programlama dili ve ilgili veri bilimi kütüphaneleri (pandas) kullanılarak gerçekleştirilmiştir (Ek1). Aynı zamanda çıkan sonuçların karşılaştırılması, zamansal eğilimlerinin anlaşılması ve görselleştirmek amacıyla hem çevrimiçi toplulukların arama hacimleri ile Web of Science veri tabanından elde edilen veriler grafik haline getirilerek betimsel analizi yapılmıştır.

4.3. Veri Toplama

Sosyal medya paylaşımları ile ilgili veriler Google trend uygulamasından elde edilmiştir. Arama kriterlerine "waste food" ibaresi yazılmış tarih olarak 01.01.2013-31.01.2022 tarihleri seçilmiştir. Diğerk arama kriterleri ise tüm dünya, çevrimiçi topluluk ve Google web arama olarak seçilmiştir. Çıkan sonunlar ilgi düzeyine göre 0 ile 100 arasında değerlendirilmektedir. Zaman içindeki ilgi düzeyleri, belirli bir bölge ve zaman dilimi için arama ilgisini, grafikteki en yüksek değere göre karşılaştırmalı olarak gösterir. 100 değeri, terimin en yüksek popülariteye ulaştığı zamanı belirtir. 50 değeri, terimin

popülaritesinin yarı yarıya azaldığını gösterirken, 0 değeri, o terim için yeterli veri bulunmadığını ifade eder (Google Trends, 2025). Elde edilen verilerden, her yıl için ay bazında toplanan verilerin toplamı 12'ye bölünerek yıllık ortalama ilgi düzeyi hesaplanmış ve analizlere dahil edilmiştir. Araştırma hacmine yönelik veriler ise web of science veri tabanından alınmıştır. Web sitesinin “Document” kısmına giriş yapılmış ve arama kriterleri kısmından “Topic” kısmı seçilmiş ve “waste food” yazılarak arama gerçekleştirilmiştir. 2015 ve 2024 yılları arasında yayınlanan toplam 44.741 makaleye ulaşılmış ve yıl bazında analizlere dahil edilmiştir.

4.4. Bulgular

Bu çalışmada, WOS (2025) ve Google Trends (2025) veri tabanlarından elde edilen veriler analiz edilmiştir. Betimsel analizin yanı sıra, iki değişken arasındaki ilişkiyi belirlemek için Python programlama dili kullanılarak korelasyon analizi, değişkenler arasındaki etkiyi incelemek için ise regresyon analizi uygulanmıştır. Son olarak elde edilen sonuçlar iki değişkenin grafiği ile karşılaştırılmıştır.

Tablo 1: Çevrimiçi topluluk ilgi oranlarının (ort.) ve akademik yayın sayısının yıllara göre dağılımı

Sıra No	Yıl	Çevrimiçi Topluluk İlgi oranı (ort.)	Sıra No	Yıl	Akademik Yayın Sayısı
1	2013	0	1	2015	1803
2	2014	7.83	2	2016	2184
3	2015	5.66	3	2017	2682
4	2016	15.41	4	2018	3394
5	2017	27.80	5	2019	3926
6	2018	25.91	6	2020	4831
7	2019	35.83	7	2021	5698
8	2020	49.50	8	2022	6604
9	2021	32.66	9	2023	6528
10	2022	55.50	10	2024	7091

Tablo 1, yıllar itibarıyla sosyal medyada çevrimiçi toplulukların gıda israfı konusuna ilgisini ve bu alanda yayımlanan akademik çalışmaların sayısını göstermektedir. Tablo iki ana bölümden oluşmaktadır, ilk bölümde çevrimiçi toplulukların yıllık ortalama ilgi düzeyleri, ikinci bölümde ise aynı dönemdeki akademik yayın sayıları yer almaktadır. Çevrimiçi ilgi düzeyleri, Google Trends verilerinden alınmış ve 0 ile 100 arasında bir ölçekte ifade edilmiştir. 12 aylık verilerin ortalamaları şeklinde alınan verilere göre 2013 yılında bu konuda herhangi bir ilginin olmadığı dikkat çekerken, 2022 yılında ilgi en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Zamanla çevrimiçi ilginin giderek arttığı ve özellikle 2020 yılından sonra daha belirgin hale geldiği gözlemlenmiştir. Akademik yayın sayıları ise WOS veri tabanından elde edilmiştir. 2015 yılından itibaren makale sayılarında düzenli bir artış olduğu görülmektedir. 2019

yılından itibaren ise daha hızlı bir yükseliş yaşanmıştır. 2024 yılı itibarıyla bu alanda yayımlanan makale sayısı tablodaki en yüksek değere ulaşmıştır.

Tablo 2: Çevrim içi topluluk ilgisi tanımlayıcı istatistikler

İstatistik	Değer
Ortalama	24.02
Standart Sapma	18.19
Minimum Değer	0.00
Maksimum Değer	55.50

Tablo 2’de yer alan çevrim içi topluluk ilgisi için yapılan tanımlayıcı istatistiklere göre, ilginin ortalama değeri 24.02 olarak hesaplanmıştır. Bu değişkenin standart sapması 18.19 olup, bu değer gözlemlerin ortalama etrafında ne kadar dağıldığını gösterir. Çevrim içi topluluk ilgisinin en düşük değeri 0.00, en yüksek değeri ise 55.50 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3: Akademik yayınların tanımlayıcı istatistikleri

İstatistik	Değer
Ortalama	4733.60
Standart Sapma	1725.53
Minimum Değer	1803
Maksimum Değer	7089

Tablo 3’te yer alan akademik yayınlara ilişkin tanımlayıcı istatistiklerde ise, yıllık yayın sayısının ortalama değeri 4733.60 olarak ortaya çıkmıştır. Bu değişkenin standart sapması 1725.53 olup, yıllık yayın sayılarının ortalama etrafındaki değişkenliğini göstermektedir. Akademik yayın sayısının en düşük değeri 1803, en yüksek değeri ise 7089 olarak belirlenmiştir.

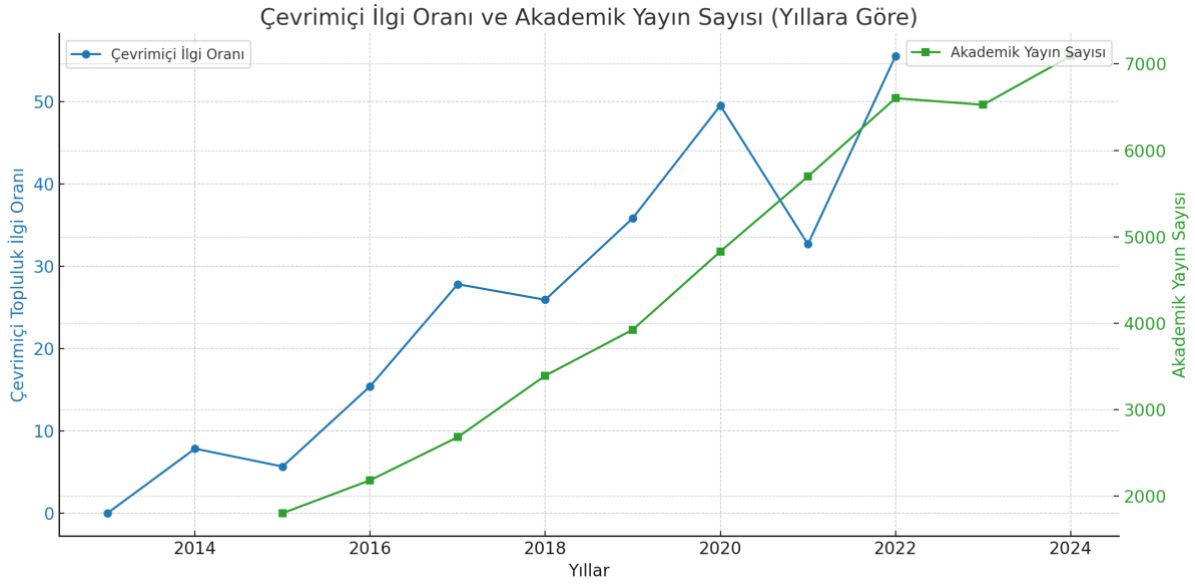
Tablo 4: Çevrim içi toplulukların ilgi düzeyi ve akademik çalışmalara ait korelasyon ve regresyon analizi sonuçları

Analiz	Sonuç
Korelasyon Katsayısı	0.9537
R ²	0.91
P	0.000
F	80.99

Tablo 4’te göre, iki değişken arasında oldukça güçlü ve pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Korelasyon katsayısı 0.9537 olarak hesaplanmıştır, bu da değişkenlerden birinin artarken diğerini de büyük ölçüde artırdığını göstermektedir. Regresyon analizinde elde edilen R^2 değeri 0.91 olup, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişimi %91 oranında açıkladığını göstermektedir. Bu oldukça yüksek bir oran olup modelin güçlü bir açıklama gücüne sahip olduğunu ifade eder.

Ayrıca, p-değerinin 0.000 olması, ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra, F-istatistiğinin 80.99 gibi yüksek bir değer alması, modelin genel olarak anlamlı ve güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır.

Grafik 1: Çevrim içi ilgi oranı ve akademik yayın sayısının karşılaştırılması



Grafik 1’de çevrim içi ilgi oranı ve akademik yayın sayısının yıllara göre dağılımları görülmektedir. Çevrim içi ilgi oranlarının akademik çalışmalara 2 yıl sonra yansıdığı varsayımı grafiklere de yansımış görülmektedir. 2013 yılındaki çevrim içi ilgi oranı 0’lı rakamlarda iken 2015 yılında akademik çalışma sayısı 1803 olarak görülmektedir. Ve bu yıldan itibaren düzenli olarak arttığı gözlenmiştir. Diğer yandan 2021 yılında çevrim içi ilgide önceki ve sonraki yıllara göre küçük bir düşüş yaşanmış ve bu oran 32.66’lara kadar düşmüştür. Yine aynı şekilde bu düşüşün yansıması 2023 yılında akademik çalışmalara yansımış ve bir önceki yıla göre düşüş yaşayarak 6528 yayınla yılı kapatmıştır. Diğer yandan korelasyon ve regresyon sonuçlarıyla karşılaştırıldığında ise ilişki ve etki boyutlarıyla tam bir uyum içerisinde görülmektedir.

5. Sonuç ve Tartışma

Dijital dönüşümle birlikte sosyal medyanın etkileri, bireysel yaşamdan toplumsal ve akademik düzeye kadar derin izler bırakmaktadır. Çevrimiçi topluluklar aracılığıyla gıda israfı gibi çevresel ve toplumsal meseleler üzerinde yarattığı farkındalık, bu mecraların yalnızca bir iletişim aracı olmaktan çıkıp toplumsal bilincin şekillenmesinde aktif bir oyuncu haline geldiğine işaret etmektedir.

Bu çalışma, sosyal medya etkileşimlerinin gastronomi alanındaki akademik üretime etkisini incelemeyi amaçlayarak dijital dönemde bilimsel bilgi üretiminin yeni dinamiklerini ortaya

koymaktadır. Bulgular, çevrim içi topluluk ilgisinin zaman içinde belirgin bir artış gösterdiğini ve bu artışın COVID-19 pandemisi gibi olaylarla tetiklenerek yaklaşık iki yıllık bir gecikme ile akademik yayın sayılarında paralel bir yükselişe yol açtığını ortaya koymuştur. Korelasyon katsayısının 0.9537 ve R^2 değerinin 0.91 olması, bu iki değişken arasındaki ilişkinin kuvvetli ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, dijitalleşmenin yalnızca bireysel tüketim davranışlarını değil, bilimsel üretim süreçlerini de şekillendirdiğine işaret etmektedir.

Gıda israfının sosyal medyada toplumsal bir mesele olarak ele alınması ve bu konuda yapılan akademik çalışmaların artış göstermesi, bireylerin ve araştırmacıların dijital çağın dinamiklerine uyum sağlama kapasitesini ortaya koymaktadır (Gemeç ve Gürbüz, 2022:165). Toplumsal bilincin sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaşması, bireylerin ve akademik camianın bu konulara duyarlılığını artırma potansiyeline sahiptir (Chang vd., 2024b; Šálková vd., 2023). Sıfır atık ve sürdürülebilir gıda tüketimi gibi meselelerin sosyal medyada yayılması, akademik gündemi de şekillendiren önemli bir dinamik haline gelmiştir.

Ancak bu gelişme yalnızca bir niceliksel artış olarak değerlendirilmemelidir. Sosyal medya üzerinden yayılan bilgilerin akademik çalışmalara etkisi değerlendirilirken, içerik kalitesi ve metodolojik sağlamlık da dikkate alınmalıdır. Sosyal medya, bilgiye erişim kolaylığı ve bilgi paylaşımı hızı sayesinde bilgi kirliliğine ve yanlış yönlendirmelere de yol açabilmektedir. Bilgi, yalnızca nicel artışla değil, aynı zamanda anlam derinliği ve metodolojik titizlikle de değer kazanmaktadır. Diğer yandan, çevresel problemler ve nüfus artışı gibi nedenlerle gelecekte daha da şiddetlenmesi beklenen gıda krizlerinin bilimsel açıdan sosyal medya trendlerinden etkilenmesi, üzerinde düşünülmesi gereken önemli bir konudur. Böylesine büyük sorunların, bilim camiası tarafından popülist yaklaşımlardan uzak ve nesnel bir bakış açısıyla ele alınması gerekmektedir.

Teorik ve Pratik Alana Katkı

Bu çalışma, sosyal medya platformlarında gıda israfı konulu paylaşımların hem akademik literatüre hem de pratik uygulama alanlarına yansımalarını bütüncül bir yaklaşımla ele almaktadır. Bulgular, çevrim içi ilgi düzeyi ile akademik çalışmalar arasında güçlü ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymakta; dijital platformların, gastronomi alanında bilimsel üretimi destekleyebilecek ve bu üretime hız kazandırabilecek potansiyel bir katalizör işlevi görebileceğini göstermektedir. Böylece çalışma, sosyal medya etkisinin akademik çıktı üzerindeki yansımalarını inceleyen literatüre yeni bir perspektif kazandırmaktadır.

Aynı zamanda elde edilen veriler, sosyal medyanın sürdürülebilir gastronomi ve gıda israfı konularında farkındalık yaratma kapasitesinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarının yaygınlaştırılması, toplumsal bilinçlendirme kampanyalarının etkinliği ve çevrimiçi toplulukların dönüştürücü gücü açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Özellikle sosyal medya fenomenleri ve içerik üreticilerinin, gıda israfını azaltmaya yönelik içeriklerle hem tüketici davranışlarını etkileme hem de kamuoyu oluşturma potansiyeli olduğu görülmektedir. Ayrıca politika yapıcılar için de bu bulgular, sosyal medya tabanlı kampanyaların gıda israfını önlemede stratejik bir araç olarak değerlendirilebileceğine işaret etmektedir. Böylelikle çalışma hem akademik hem sektörel hem de kamusal düzeyde kullanılacak veriler sunarak, ileride yapılacak araştırma ve uygulamalara yol gösterici olmayı hedeflemektedir.

Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalar

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, analiz edilen sosyal medya verileri yalnızca Google Trends üzerinden elde edilmiştir. Farklı platformların (Twitter, Instagram, TikTok vb.) veri setlerinin incelenmesi, çalışmanın kapsamını genişletebilir ve sonuçları daha kapsamlı hale getirebilir. Ayrıca, gıda israfı ile ilgili bilgi paylaşımları yalnızca sosyal medyada değil, aynı zamanda geleneksel medyada ve günlük yaşamda da sıklıkla yer almaktadır. Bu durum, bireylerin farkında olarak ya da olmayarak bu tür mesajlara maruz kalmalarına neden olmaktadır. Çevrim içi topluluklar, bu araştırmayı oluşturan bileşenlerden sadece bir tanesidir.

İkinci olarak, sosyal medya paylaşımlarının akademik yayınlar üzerindeki etkisi yalnızca nicel veriler üzerinden incelenmiştir. Ancak, akademik çalışmaların içerik analizleri yapılarak sosyal medya paylaşımlarının tematik ve metodolojik etkileri de değerlendirilebilir. Bu tür bir derinlemesine analiz, sosyal medya ile akademik üretim arasındaki ilişkinin daha net anlaşılmasını sağlayabilir.

Son olarak, araştırma belirli bir zaman aralığında gerçekleştirilmiştir. Ancak, sosyal medya dinamik bir yapıya sahiptir ve eğilimler sürekli değişmektedir. Bu nedenle, daha uzun vadeli verilerin incelenmesi ve zaman içindeki değişimlerin analiz edilmesi, sosyal medya ile akademik üretim arasındaki ilişkinin evrimini daha iyi anlamamıza katkı sağlayabilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışma (18/03/2025 tarih ve 44 sayılı Adıyaman Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurul Onay Belgesi ile) bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

Yazarların Makaleye Olan Katkıları

Makalenin %100'ü tek yazar tarafından hazırlanmıştır

Çıkar Beyanı

Çalışmada kişi veya kurumlar ile herhangi bir çıkar çatışması mevcut değildir.

Kaynaklar

- Abiad, M. G., & Meho, L. I. (2018). Food loss and food waste research in the Arab world: a systematic review. İçinde *Food Security* (C. 10, Sayı 2, ss. 311-322). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/s12571-018-0782-7>
- Altıntaş, O. (2021). *GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ÖĞRENCİLERİNİN GIDA İSRAFI VE GIDA GÜVENLİĞİ HAKKINDA GÖRÜŞLERİ: İSTANBUL İLİ ÖRNEĞİ*. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi Anabilim Dalı.
- Bakardjieva, M. (2012). Subactivism: Lifeworld and politics in the age of the Internet. İçinde A. Feenberg & N. Friesen (Ed.), *(Re)Inventing the Internet*. Sense Publishers.
- BBC NEWS Türkçe. (2021, Mart 5). *2021 BM Gıda İsrafı Raporu: Türkiye’de her yıl 7,7 milyon ton yiyecek çöpe atılıyor*. https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-56291957?utm_source=chatgpt.com.
- Beretta, C., Stucki, M., & Hellweg, S. (2017). Environmental Impacts and Hotspots of Food Losses: Value Chain Analysis of Swiss Food Consumption. *Environmental Science and Technology*, 51(19), 11165-11173. <https://doi.org/10.1021/acs.est.6b06179>
- Chang, W., Jiang, M., & Arshad, M. H. (2024a). From Posts to Action: Leveraging Social Media to Inspire Food Waste Reduction in Hospitality for a Net Zero Future. *Sustainability (Switzerland)*, 16(24). <https://doi.org/10.3390/su162411296>
- Chang, W., Jiang, M., & Arshad, M. H. (2024b). From Posts to Action: Leveraging Social Media to Inspire Food Waste Reduction in Hospitality for a Net Zero Future. *Sustainability (Switzerland)*, 16(24). <https://doi.org/10.3390/su162411296>
- Chauhan, C., Dhir, A., Akram, M. U., & Salo, J. (2021). Food loss and waste in food supply chains. A systematic literature review and framework development approach. *Journal of Cleaner Production*, 295. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126438>
- Christensen, L. B. ., Johnson, Burke., & Turner, L. Anne. (2020). *Research methods : design and analysis*. Pearson Education.
- Conrad, Z., Niles, M. T., Neher, D. A., Roy, E. D., Tichenor, N. E., & Jahns, L. (2018). Relationship between food waste, diet quality, and environmental sustainability. *PLoS ONE*, 13(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0195405>
- Çekal, N., & Doğan, E. (2022). Sürdürülebilir Gastronomide Standart Reçete ve Coğrafi İşaretlerin Önemi. *Journal of Tourism Studies*, 1(4), 49-60. <https://www.mfa.gov.tr>
- Çelik, M. (2023). SOSYAL MEDYA KULLANIMININ GASTRONOMİ TURİZMİNE ETKİ DÜZEYİ ÜZERİNE BİR İNCELEME. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(10). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10443068>
- Çerasi, C. Ç., Balcıoğlu, Y. S., Huseynov, F., & Kılıç, A. (2024). Sosyal Medyanın Tüketicilerin Yeşil Tüketim Algısı Üzerindeki Etkisini Anlamak için Kapsamlı bir Metin Madenciliği Uygulaması. *Bilgisayar Bilimleri ve Mühendisliği Dergisi*, 1(17).
- Demirel, G., & Karanfiloğlu, M. (2020). Sosyal Medyada Yemek Fotoğraflarının Kimlik İnşası Bağlamında Tüketimi: Instagram Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 34, 236-259. <https://doi.org/10.31123/akil.781110>
- FAO. (2011). *Global Food Losses and Food Waste* (J. Gustavsson & C. Cederberg, Ed.). Fao.

- FAO. (2013). *Food wastage footprint: impact on natural resources: summary report*. <https://www.fao.org/3/i3347e/i3347e.pdf>; FAO.
- Fraenkel, J. R. , Wallen, N. E. , & Hyun, H. H. . (2023). *How to design and evaluate research in education* (11. edition). McGraw Hill.
- Gemeç, E., & Gürbüz, İ. B. (2022). Gıda İsrafının Önlenmesine Yönelik Tutum ve Davranışların Belirlenmesi; Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi* Gemeç ve Gürbüz, 8.
- Gerbaudo, P. (2014). *Twitler ve Sokaklar-Sosyal Medya ve Günümüzün Eylemciliği* (O. Akınhay, Çev.). Agora Kitaplığı.
- Google Trends. (2025). *Zaman içerisinde gösterilen ilgi*. <https://trends.google.com/trends/explore?cat=299&date=2013-01-01%202024-01-01&q=food%20waste&hl=tr>.
- Gün, S., & Kılıç, G. D. (2022). Eko Gastronomi ve Sürdürülebilir Gastronomi (Eco Gastronomy and Sustainable Gastronomy). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1027>
- Hou, J. Z., Lotz, A., Hearn, G., & Lewis, K. (2022). *Social media: The real impact on food waste reduction beyond the swipe or the click (Project summary report)*.
- Jeswani, H. K., Figueroa-Torres, G., & Azapagic, A. (2021). The extent of food waste generation in the UK and its environmental impacts. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 532-547. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.021>
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler* (23. Basım). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kozak, M. (2021). *Bilimsel Araştırma Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri* (5. baskı). Detay Yayıncılık.
- Kummu, M., de Moel, H., Porkka, M., Siebert, S., Varis, O., & Ward, P. J. (2012). Lost food, wasted resources: Global food supply chain losses and their impacts on freshwater, cropland, and fertiliser use. *Science of the Total Environment*, 438, 477-489. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2012.08.092>
- Lipinski, B., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, R., & Searchinger, T. (2013). *Installment 2 of "Creating a Sustainable Food Future" Reducing Food Loss and Waste*. <http://www.worldresourcesreport.org>.
- Mokrane, S., Buonocore, E., Capone, R., & Franzese, P. P. (2023). Exploring the Global Scientific Literature on Food Waste and Loss. İçinde *Sustainability (Switzerland)* (C. 15, Sayı 6). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/su15064757>
- Özdemir, Ö., & Kasap, G. (2024). Destinasyon Pazarlamasında Sosyal Medya ve Sürdürülebilirlik: Gastronomi Alanında Bir İnceleme. İçinde *Turizm Pazarlamasında Temel Konulara Yenilenmiş Bakış*. Detay.
- Özdemir, S. (2019). Sosyal Medyada Yemek Kültürüne Bakış: Instagram Örneği. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 21-32.
- Parfitt, J., Barthel, M., & MacNaughton, S. (2010a). Food waste within food supply chains: Quantification and potential for change to 2050. İçinde *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences* (C. 365, Sayı 1554, ss. 3065-3081). Royal Society. <https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0126>

- Parfitt, J., Barthel, M., & MacNaughton, S. (2010b). Food waste within food supply chains: Quantification and potential for change to 2050. İçinde *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences* (C. 365, Sayı 1554, ss. 3065-3081). Royal Society. <https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0126>
- Patwardhan, V., Mallya, J., S, K., & Kumar, D. (2024). Influence of social media on young adults' food consumption behavior: scale development. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2391016>
- Pfaltzgraff, L. A., De Bruyn, M., Cooper, E. C., Budarin, V., & Clark, J. H. (2013). Food waste biomass: A resource for high-value chemicals. İçinde *Green Chemistry* (C. 15, Sayı 2, ss. 307-314). Royal Society of Chemistry. <https://doi.org/10.1039/c2gc36978h>
- Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987-992. <https://doi.org/10.1126/science.aaq0216>
- Read, Q. D., Brown, S., Cuéllar, A. D., Finn, S. M., Gephart, J. A., Marston, L. T., Meyer, E., Weitz, K. A., & Muth, M. K. (2020). Assessing the environmental impacts of halving food loss and waste along the food supply chain. *Science of the Total Environment*, 712. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.136255>
- Read, Q. D., & Muth, M. K. (2021). Cost-effectiveness of four food waste interventions: Is food waste reduction a "win-win?" *Resources, Conservation and Recycling*, 168. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2021.105448>
- Šálková, D., Maierová, O., Kvasničková Stanislavská, L., & Pilař, L. (2023). The Relationship between "Zero Waste" and Food: Insights from Social Media Trends. *Foods*, 12(17). <https://doi.org/10.3390/foods12173280>
- Shellenberger, M. (2020, Haziran 28). *On Behalf Of Environmentalists, I Apologize For The Climate Scare*. <https://tallbloke.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/06/schellenberger-apology.pdf#page=5.50>. <https://www.forbes.com/sites/michaelshellenberger/2020/06/28/on-be...environmentalists-i-apologize-for-the-climate-scare/#1d44a0231fa8>
- Smith, R. (2015). *How reducing food waste could ease climate change*. <https://www.nationalgeographic.com/science/article/150122-food-waste-climate-change-hunger>.
- Specht, A. R., & Buck, E. B. (2019). Crowdsourcing Change: An Analysis of Twitter Discourse on Food Waste and Reduction Strategies. *Journal of Applied Communications*, 103(2). <https://doi.org/10.4148/1051-0834.2240>
- Sundin, N., Rosell, M., Eriksson, M., Jensen, C., & Bianchi, M. (2021). The climate impact of excess food intake - An avoidable environmental burden. *Resources, Conservation and Recycling*, 174. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2021.105777>
- Sutinen, U. M., & Närvänen, E. (2022). Constructing the food waste issue on social media: a discursive social marketing approach. *Journal of Marketing Management*, 38(3-4), 219-247. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1966077>
- Tekiner, İ. H., Mercan, N. N., Kahraman, A., & Özel, M. (2021). Dünya ve Türkiye'de gıda israfı ve kaybına genel bir bakış. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 123-128. <https://doi.org/10.47769/izufbed.884219>
- Tezel, Ö., Küçükkancabaş, S., & Yıldız, E. (2020). Sürdürülebilir Kalınma Hedefleri Bakımından Atık Yönetimi Uygulamalarının Hanehalkı Tarafından Değerlendirilmesi: Edirne Örneği. *Trakya*

Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(2), 941-957.
<https://doi.org/10.26468/trakyasobed.727716>

- Wulandari, W., Rafsanjani, M. A., Dewi, R. M., Zain, R. R., & Irawan, N. (2024). Bibliometric analysis of food waste in economics for Sustainable Development Goals 2030. *E3S Web of Conferences*, 568. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202456801005>
- Yaşa, H. (2022). Çevre(cilik) Hareketi Olarak Sosyal Medyada Sıfır Atık Hareketi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 49, 212-230. <https://doi.org/10.52642/susbed.1156189>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yodkhayan, M., & Muneenam, U. (2023). EVALUATION OF COMMUNITY-BASED GASTRONOMIC TOURISM IN SATUN PROVINCE, THAILAND, REGARDING MANAGEMENT FOR ZERO FOOD WASTE. *Geojournal of Tourism and Geosites* , 50(4), 1260-1267. <https://doi.org/10.30892/gtg.50406-1124>
- Zhao, Z., & Cheng, M. (2024). A narrative review of social media interventions aimed at reducing food waste in tourism and hospitality. İçinde *Current Issues in Tourism*. Routledge. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2384527>

Extended Summary

The Impact of Digital Platforms on Food Waste Awareness: The Relationship Between Online Communities and Academic Studies

The third millennium sees an increased incidence of environmental problems, social awareness, and an upsurge in conscious consumption, thus giving rise to the importance of sustainability. Waste of food is one essential aspect of sustainability, posing a notable challenge worldwide. The advent of social media has transformed interactions concerning various social and environmental issues, including food waste. The proposed study seeks to investigate the role of digital media on food waste awareness, focusing on the relationship between social media involvement and the academic research surrounding the issue.

By social media, people interact with food culture, and exchange everything from culinary experiences to sustainable consumption habits and information on food waste. Some research has shown how social media impacts consumption patterns in sustainable gastronomy and food conservation. Gastronomy as the study of food, culture, and cooking techniques has gone through tremendous changes in a world influenced more by digitalization. The instant sharing of food experiences, recipes, and techniques for preparation has enriched knowledge of culinary matters and improved trends surrounding food. But social media has gone far beyond visual appeal and culinary prowess. It now counts as a powerful awareness-raising vehicle for food waste and sustainability concerns.

Food waste takes place on different levels of the food supply chain-from production to consumption. Major contributors to the act of wasting food include overproduction, improper storage, consumer behavior, and a general lack of awareness regarding food expiration dates. Each of the repercussions into which food waste extends contributes significantly toward economic stability, food security, and environmental sustainability. Wasting an incompressible amount of food implies extortionate losses of natural resources and promotional activities like climate change via greenhouse gas emissions and, at the same, allude to greater rates of global hunger. Several organizations, such as the FAO, emphasize the extremely urgent need to reduce food waste through policy innovation and social initiative. This is an issue that will be addressed with an interdisciplinary approach that ensues from the adoption of technology, regulatory legislation, and awareness campaigns that aim to create positive behavioral change.

The way individuals and society engage with sustainability has entirely changed because of the availability of digital platforms. Online communities can sometimes take the sole credit for bringing people together, providing channels for information dissemination, and galvanizing a sense of shared responsibility to the collective cause of food conservation. Sharing knowledge and best practices about food storage, meal planning, and waste reduction has encouraged a lot of people to reform their eating habits to consume more sustainably. Studies show that social media campaigns change people's perception and behavior towards food waste. Digital hashtags like #ZeroWaste, #FoodRescue, or #SustainableLiving have created movements that convince and inspire people to think about their choices-more importantly-waste minimization.

This analysis is bibliometric in nature in that it can be distinguished from the previous approaches through its ability to capture time trends in academic research on any theme-food waste-in the past decade or so. Besides, Google Trends data are used to measure the correspondence between social media activities surrounding a specific topic with the number of academic publications associated with food waste as it relates to that particular topic. Thereafter, descriptive analysis, correlation tests, and regression models are used to establish how social media and its level of engagement affect academic

output. Results reveal that scholarly publications on food waste topics and online interest on that subject are strongly positively correlated. The most interesting finding is that peaks in social media discussion about food waste are, on average, followed by increases in academic research on that subject roughly two years later.

The study results confirm the fact that social media influence and shape the consumer behavior attitudes along with the factors that influence the academic discourse on food waste. Increased digital engagement regarding food waste issues has been heralded before a rise in the scholarly attention, thus suggesting that research priorities in this area may be influenced by public interest. The findings are: Social Media as a Catalyst for Academic Research: A rise in social media conversations around issues of food wastage has been mirrored by a delayed yet noticeable uptick in academic publication concerning the same, signifying the role of digital engagement in influencing research trends. Shift in Consumer Behavior: Awareness of food waste over the Internet has succeeded in changing consumer behavior towards actions like meal planning, donating food, and composting at home. Challenges for Digital Advocacy: Limitations exist in online awareness-raising campaigns, including creating misinformation, unsustained user participation, and levels of digital literacy among demographic groups.

What this research is simply saying is that social media is the best tool for creating awareness about food waste and inciting a research campaign among scholars for sustainable food practices. The increasing power held by digital platforms gives an opportunity for further manipulation by all types of stakeholders in the food industry, policymakers, and environment groups to use this helpful means and change behavior and innovations in policy making. Recommend as follows: Create a stronger digital literacy campaign on food waste: Educational institutions and other NGOs should have certain themes on food sustainability incorporated into their digital literacy campaigns. Further strengthening collaborations between researchers and digital influencers: Academics should liaise with online communities to fill the breach between research findings and public awareness campaigns. That would include the very advanced tools of data analysis for monitoring digital conversations about food waste and predicting future patterns according to consumer behavior. By using digital platforms, society will make great strides in reducing food waste to a more sustainable future.

Ek 1. Korelasyon, regresyon ve betimsel analizlerin python kodları

```

1  import pandas as pd
2  from scipy.stats import pearsonr
3
4  # Veri: Sosyal medya paylaşımları (2013-2022) ve akademik yayınlar (2015-2024)
5  data = {
6      'Year': list(range(2013, 2023)),
7      'Social_Media_Shares': [0, 7.83, 5.66, 15.41, 27.80, 25.91, 35.83, 49.50, 32.66, 55.50],
8      'Academic_Publications': [1803, 2184, 2682, 3394, 3926, 4831, 5698, 6604, 6528, 7089]
9  }
10
11 # Veri çerçevesi oluşturma
12 df = pd.DataFrame(data)
13
14 # Korelasyon analizi
15 correlation, p_value = pearsonr(df['Social_Media_Shares'], df['Academic_Publications'])
16
17 # Tablo oluşturma ve korelasyon sonuçlarının eklenmesi
18 df['Correlation'] = correlation
19 print("Veri Tablosu:\n", df)
20
21 # Korelasyon sonuçları
22 table = pd.DataFrame({
23     'Metric': ['Pearson Correlation', 'P-Value'],
24     'Value': [correlation, p_value]
25 })
26 print("\nKorelasyon Sonuçları:\n", table)
27
28 # Yorumlama
29 print("\nYorum:")
30 if p_value < 0.05:
31     print(f"Pearson korelasyon katsayısı {correlation:.2f}, sosyal medya paylaşımları ile akademik yayınlar aras")
32 else:
33     print(f"Pearson korelasyon katsayısı {correlation:.2f}, sosyal medya paylaşımları ile akademik yayınlar aras")
34

```

```

import pandas as pd

# Veri
data = {
    'social_media_interest': [0, 7.83, 5.66, 15.41, 27.80, 25.91, 35.83, 49.50, 32.66, 55.50],
    'academic_publications': [1803, 2184, 2682, 3394, 3926, 4831, 5698, 6604, 6528, 7089]
}
df = pd.DataFrame(data)

# Descriptive statistics (Tanımlayıcı İstatistikler)
desc_stats = df.describe()

print(desc_stats)

```