



Avrupa Birliği tarafından
finanse edilmektedir

SECAP | Farkındalık Artırma Eylem Planı

SOSYAL MEDYA POLİTİKASI

YEREL SANAYİ VE TARIMIN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNE UYUMUNUN ARTIRILMASI PROJESİ | TR2020/DG/01/A2-01/207



<https://turkeliprojesi.org.tr>

TÜRKELİ

'Bu yayın, Avrupa Birliği tarafından finanse edilmektedir. İçeriği yalnızca Türkeli Belediyesi ve Akademisyenler Birliği Derneği sorumluluğundadır ve her zaman Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmaz



AKADEMİSYENLER
BİRLİĞİ DERNEĞİ

GİRİŞ

Bu çalışma, Türkiye ve AB Arasında Şehir Eşleştirme -II, Yeşil Bir Gelecek İçin Şehir Eşleştirme Programı kapsamında gerçekleştirilen “Increasing Climate Change Adaptation of Local Industry and Agriculture Projesi” kapsamında Akademisyenler Birliği Derneği, Türkeli Belediyesi ve Vilkaviskis Belediyesi konsorsiyumu tarafından yürütülen projenin 5 ve 10. Ayları arasındaki farkındalık oluşturma aşaması ve 2050 yılına kadar sürecek Farkındalık Artırma Eylem Planıdır. Eylem Planı kapsamında genel süreç aktarılmış, hedef kitle tanımlanmış ve farkındalık oluşturma için çeşitli yol haritaları çıkartılmıştır. Bu yol haritalarını genel olarak üç ayrı kategoride değerlendirmek mümkündür. Bunlardan ilki sosyal medya kampanyaları ile kurulacak ilişkilidir. Her yol haritası öncesinde genel politikaya değinilmiştir.



TÜRKELİ’NİN SECAPİ, SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMAYA VE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNE UYUM KAPASİTESİNİN ARTIRILMASINA KATKIDA BULUNMAYI AMAÇLAMAKTADIR.

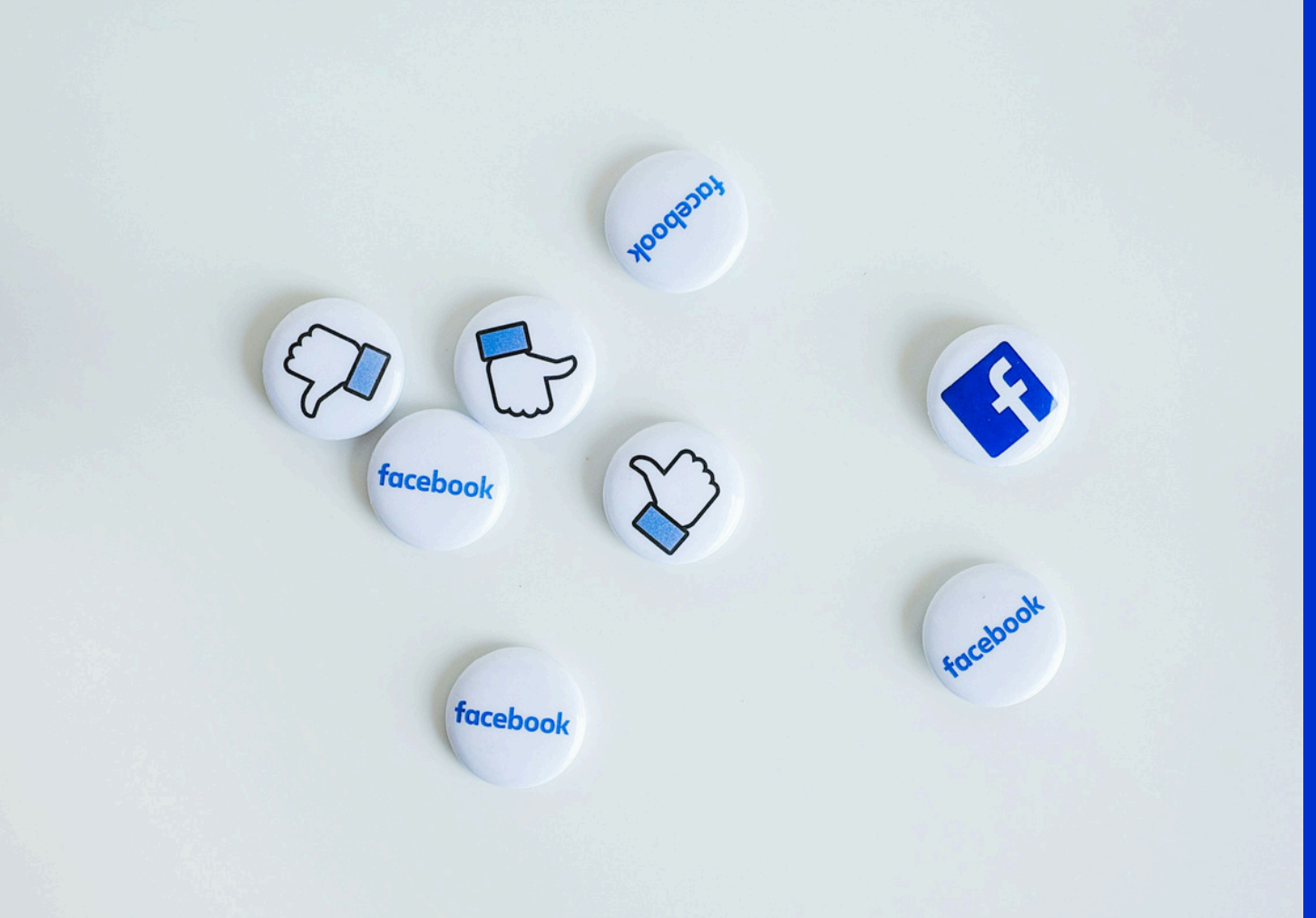
SOSYAL MEDYA POLİTİKASI

Proje kapsamında oluşturulması hedeflenen farkındalık adına sosyal medyanın etkin kullanılması, maliyet ve ulaşılabilirlik açısından önem arz etmektedir. Bu kapsamda sosyal medya faaliyetleri bir taraftan takipçilerin ilgisini çekmeye ve farkındalık oluşturmaya yönelik içerik sunmak odaklı çalışırken bir yandan da proje kapsamında daha detaylı belge ve metinlere yönlendirme işlevi görmelidir. Her ne kadar çeşitli algoritmalar ile sosyal medyadan oluşabilecek bir farkındalık mümkün olsa da hâlihazırda tanınan isim veya sayfalardan paylaşım ve etkileşim desteği almak, oluşturulması hedeflenen farkındalık adına fayda sağlayacaktır. Nitekim Thorson ve Wells'in yaptığı çalışmanın (2016) da gösterdiği üzere sosyal medyada akışta öne çıkmak için tanınır hesapların yönlendirici gücü çok yüksektir. Paylaşılan içeriklerde, projenin sarı bir şekilde açıklanması, konsorsiyumun kurumsal kimliğinden uyumlu bir renk paleti oluşturulması ve proje boyunca aynı tasarım diline sadık kalınması takipçiler ile kurulacak ilişki bağlamında faydalı olarak değerlendirilmektedir. Sosyal medya paylaşımlarının genel itibarıyla eş zamanlı ve tutarlı olması gerekmektedir.



“FARKINDALIK ADINA SOSYAL MEDYANIN ETKİN KULLANILMASI, MALİYET VE ULAŞILABİLİRLİK AÇISINDAN ÖNEM ARZ ETMEKTEDİR.”

FACEBOOK

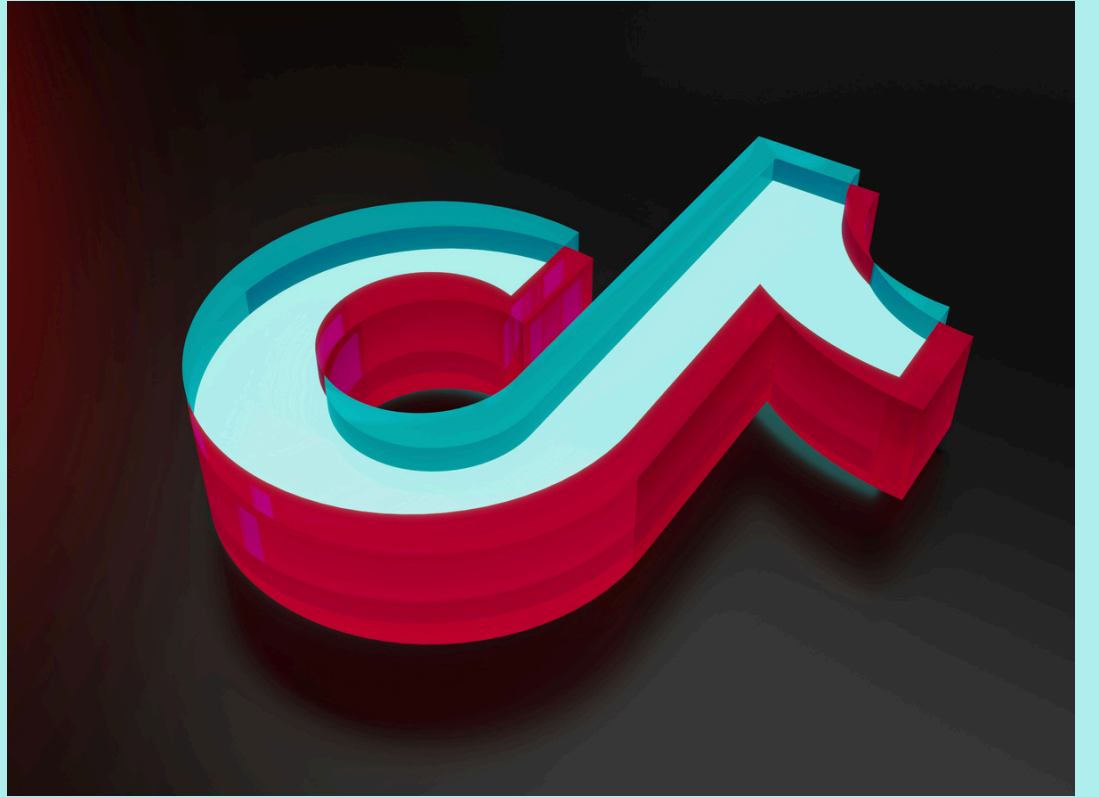


Dünya üzerindeki 4 Milyar 900 milyon sosyal medya kullanıcısı arasında 2 Milyar 900 milyon ile en çok kullanıcıya sahip olan Facebook (Büyükdoğan, 2024), sunduğu çoklu ortam paylaşımı ve gruplar arası etkileşim ile proje ve hedefleri hakkında farkındalık oluşturmak adına önem arz etmektedir.

Bu kapsamda Türkeli'de bulunan Facebook gruplarıyla iletişim kurmak ve hedef kitleye ulaşmak mümkündür. Ayrıca Facebook'un bağlantı paylaşmakta sunduğu kolaylık ile gerek proje kapsamında yapılan haberlerin paylaşılması gerek ise diğer sosyal medya platformları veyahut konsorsiyuma dahil olan kurum ve kuruluşların içeriklerini paylaşmak ve genel alıcıya sunmak mümkündür.

TİKTOK

Z kuşaağı tarafından eğlenceli içerikler sunduğu, gelişmiş filtreleri içinde barındırdığı, kullanıcıyı bilgilendirici içerikleri barındırması, kullanım kolaylığı sağlaması, video sũrelerinin kısa sũreli olması, hızlı ve akıcı bir algoritmaya sahip olması ve mũzik dinletisi sağlaması sebebiyle (Tam, 2022) rağbet gœren TikTok uygulaması, proje hedeflerinin genç nesillere aktarılması ve ilgilerini çekmesi açısından œnem arz etmektedir



TikTok'ta paylaşılacak içeriklerde ilk 1.5 saniyenin ilgi çekmek için œnemli olduğu unutulmamalıdır. Bu videolar hazırlanırken sıkıcı ve niceliksel bilgiler vermek yerine ilgi çekici ve eğlenceli içerikler sunmak gerekmektedir. Nitekim TikTok, œzellikle kırsaldaki gençler arasında rağbet gœrmektedir ve Tũrkeli œzelinde yapılan bu çalışmaların uzun vadeli bir farkındalığa yol aması adına etkili kullanılmalıdır.

X

İnternet ve çoklu-görsel mecraların artmasıyla birlikte yazılı medya içeriklerinin düşüşe geçtiği gibi hâkim bir kanı olmakla birlikte eski adı twitter güncel adı X olan sosyal medya platformu bu kanının sorgulanmasına yol açmıştır. 2022 yılında elde edilen veriye göre X'in toplam 16,1 milyon takipçisi bulunmaktadır ve bu platform Türkiye'nin üçüncü en çok sevilen sosyal medya uygulamasıdır (digitalage.com.tr). Gerek etiket (hashtag) kullanımı gerek ise kelime ve tarih arama özelliği ile X platformu, gündem oluşturma ve bilinçlendirme çalışmaları açısından büyük fırsatlar sunan bir sosyal mecraadır. Bu platform kullanılarak oluşturulacak içeriğin, yeni yönetim ile gelen uzun metinler paylaşma özelliğinden kaçınılmalı, üretilen içeriklerin bilinçlendirici olmakla birlikte eğlenceli ve dikkat çekici olmasına özen gösterilmelidir.



X platformu üzerinden yürütülecek farkındalık çalışmasında toplumun genel algı ve anlayışıyla çelişecek içeriklerin paylaşılmasından uzak durulması gerekmektedir. Nitekim X gibi hızla gündem oluşturma potansiyeli taşıyan platformlarda ufak çaplı halkla ilişkiler krizlerinin uzun vadeli zararlar verebildiği gözlemlenmektedir.

“Gerek etiket kullanımı gerek ise kelime ve tarih arama özelliği ile X platformu, gündem oluşturma ve bilinçlendirme çalışmaları açısından büyük fırsatlar sunan bir sosyal mecraadır.”

INSTAGRAM



Genel kullanıma açıldığı zaman aralığında fotoğraf paylaşımı olan Instagram, süreç içerisinde ve Facebook'un da sahibi olan meta grubu ile birleşmesiyle birlikte yalnızca konseptlere dayanan fotoğrafların paylaşıldığı bir mecra olmaktan uzaklaşmıştır. Instagram'ın süreç içerisinde geçirdiği dönüşüm, platformun videolar ve hikâyelerle desteklenen ve yorumlar yapılabilen, çoklu görsel-işitsel unsurların kullanıldığı bir şekil almasına sebep olmuştur. X platformunda da gözlemlendiği gibi etiket kullanımına açık olan Instagram, ayrıca TikTok'tan uyarladığı "reels" ile birlikte kullanılan sesin de etkili olduğu bir mecraya dönüşmüştür. Proje kapsamında X platformu ile paralel olarak etiket kullanımına özen gösterilmelidir. Ayrıca yapay zekadan da faydalanılarak 2050 çıktıları üzerine çeşitli senaryoların tartışıldığı görseller ile takipçileri bilinçlendirmek mümkündür. Instagram'da hazırlanacak içeriklerde özel olarak konum belirtmek ve benzer etiketlere sadık kalmak, hedeflenen farkındalığı artırmak adına büyük fayda sağlayacaktır. Bununla birlikte genel duyuruların da Instagram ve X hesapları üzerinden paylaşılması ve yerel basında çıkan haberlere hikâyede yer verilmesi, tasarlanan infografiklerin çeşitli yöntemlerle paylaşılması projenin hedeflediği farkındalığı oluşturması açısından önem arz eden eylemler olacaktır.



YOUTUBE

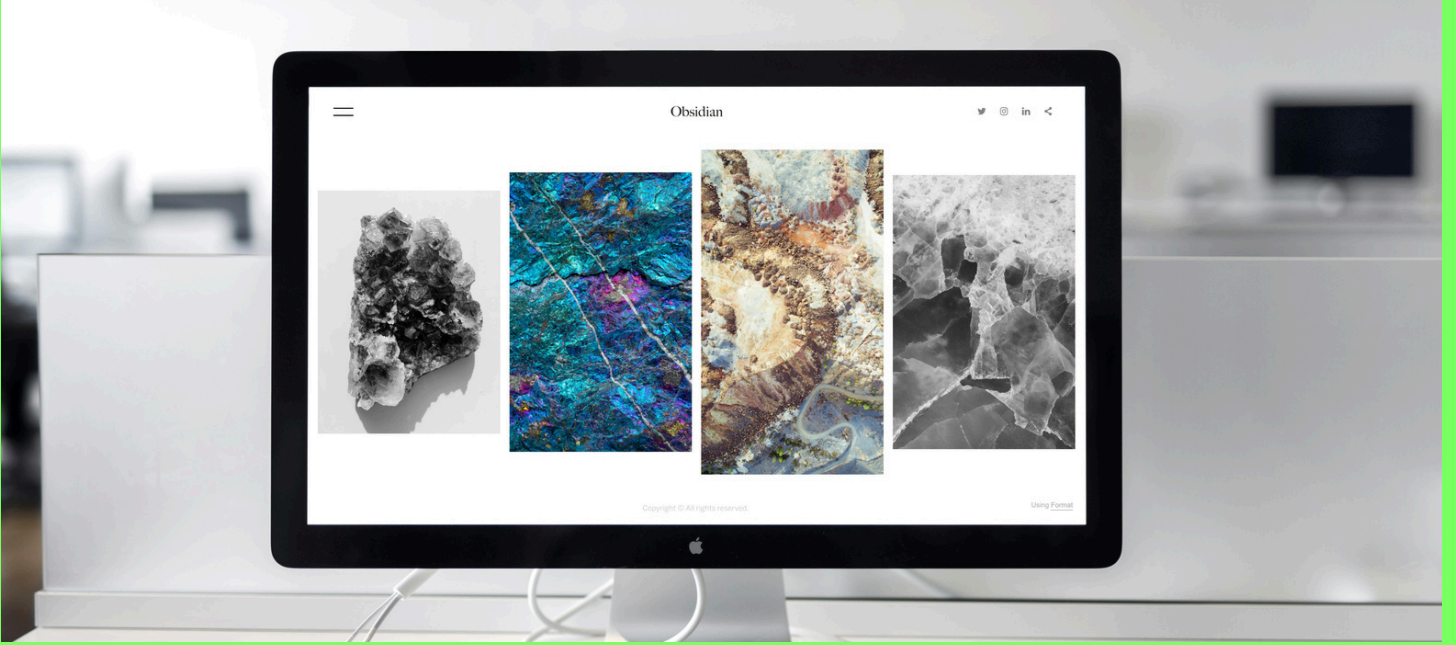
İzlenecek video içeriğini zaman ve mekândan azade kılan YouTube platformu, özellikle proje uzmanlarının, yöneticilerinin ve alan uzmanlarının canlı yayınlara katılarak farkındalık oluşturduğu, ayrıca kısa bilgilendirici içerikler ürettiği bir alan olarak kullanılabilir. Bu konuda izlenmesi tavsiye edilen iki usûl vardır. Bunlardan ilki, YouTube’da “Crashcourse”[1] ve benzeri kanalların takip ettiği yöntemi izlemek ve rağbet görebilecek popüler konular hakkında 3-7 dakika arasında animasyon destekli bilgi veren içerikler hazırlamaktır. İkinci yol ise, gerçekleştirilen canlı yayınlara ek olarak yine uzmanların kullanıldığı fakat bu defa “YouTube Shorts” için dikey içerikler hazırlandığı içerik türüdür. Bu içerik türünde ilk iki saniyenin ilgi çekici başlamasının videonun tamamının izlenmesi için faydalı olacağı göz önünde tutulmalıdır.

INFOGRAFİK

SECAP, Sürdürülebilirlik, İklim Değişikliği hakkında nicel verilerin açık ve anlaşılır şekilde işlendiği infografikler hazırlanması. Infografikler, bilgiyi sunmak ve yerleştirmek adına önde gelen bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır (Naparın ve Saad, 2017). En temel anlamıyla infografikler, elde bulunan verinin alıcıya grafik destekli sunularak daha kolay ve anlaşılır hâle getirilmesini hedefleyen görsel dosya türleridir (netevent.com, 17.11.2018). Her ne kadar infografiklerin sunduğu verilerin karşı tarafa aktarılması temel hedef olsa da bu içerik türünün de görsel bir dili olmalı ve genel alıcıya hitap etmelidir. Özellikle proje kapsamında hazırlanacak görsellerin, SECAP ve Projeyi yürüten kuruluşların kurumsal kimliklerini temsil eden bir renk paletinden oluşturulması, alıcı gözünde görselin kim tarafından dolaşıma sokulduğuna dair bir fikir ve tutundurma sağlaması açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte infografikler hazırlanırken sunulan verilerin güvenilirliği kontrol edilmeli, tasarım dilinin belirlenen hedef kitle için yeterince anlaşılır ve sade olması, alıcı tarafından karşılaşılan infografiğin tekrar paylaşımına sokulması ve birbirini takip eden içerik türünün bir tutarlılık sağlaması dikkat edilmesi gereken konular arasındadır.

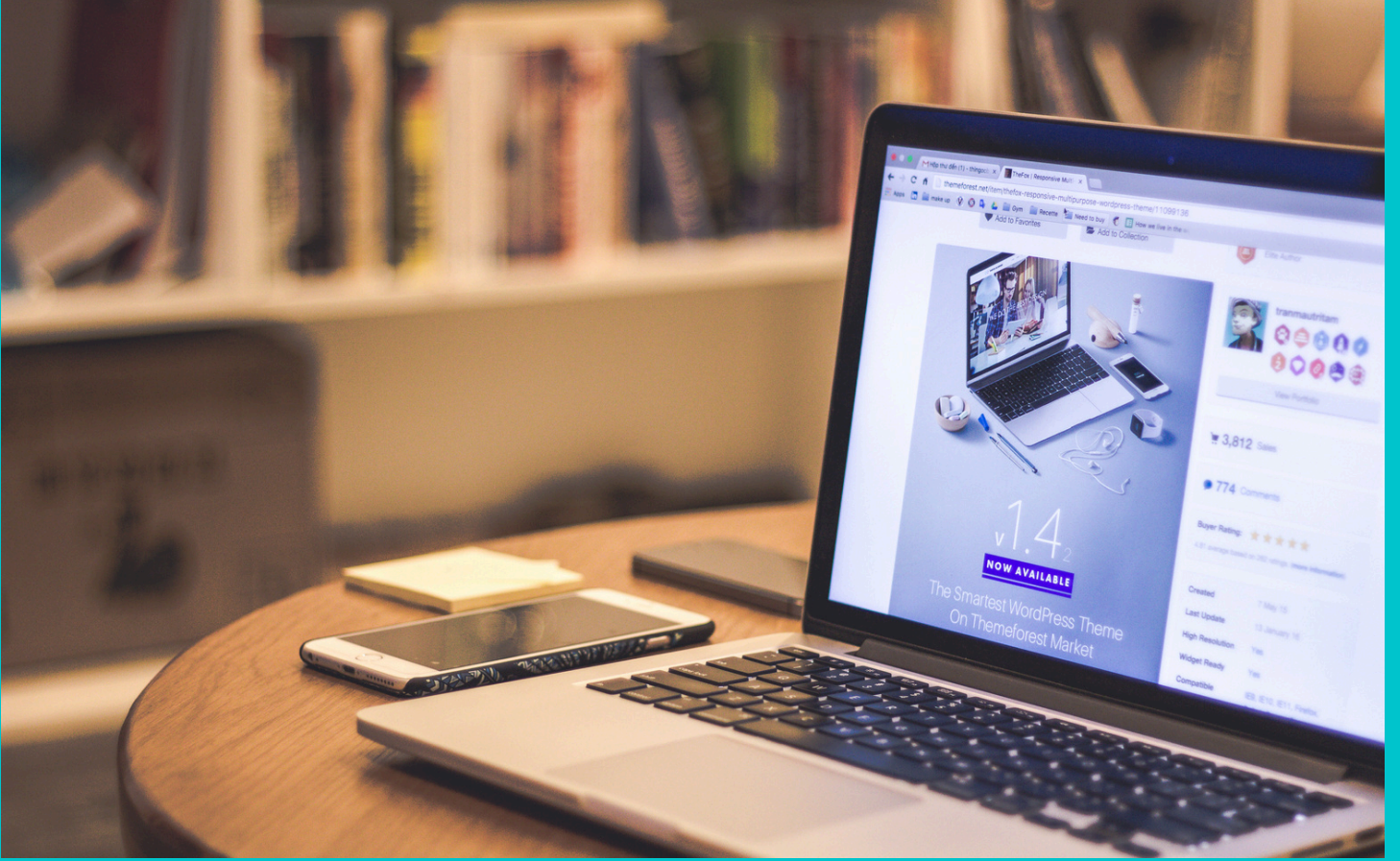


DİJİTAL SERGİ



Küresel çapta yaşanan salgın sonrasında müzeler ve sergiler arasında dijital olarak ziyaret edilebilme fırsatı sunanlar olmuştur. Sergiler, ekseriyetle ilgisi olanlar tarafından takip edilmektedir fakat ulaşılabilirlik açısından dijital sergiler interneti olan herkes için kolaylık sağlamaktadır. Dijital sergi için sağlanan bir altyapı ile Türkeli'de gelecek senaryoları hazırlamak mümkündür. Bu senaryolar için başarılı olacağına inanılan bir örnek, Proje kapsamında hedeflenen çıktıların sağlanması ve sağlanmaması şeklinde 2050'de Türkeli konsepti uygulanması, bir distopik bir ütopyik senaryo ile sergiyi ziyaret edenler açısından faydalı olacaktır. Sergi hazırlanırken yapay zekadan destek alınması ve bu desteğin açıkça belirtilmesi de hem sürdürülebilirlik hedefleri hem de yapay zeka kullanımını belirtmesi açısından konsorsiyum adına faydalı ve yenilikçi bir eylem olacaktır.

İNTERNET SİTESİ



Proje'nin internet sitesinin tüm sosyal medya kanallarına aktarımı olması ve içerikleri güncel şekliyle yenilemesi gerekmektedir. Ayrıca yetkililer ile iletişim kurulması adına güncel olarak kontrol edilen ve cevap verilen irtibat adresleri olmalı ve geri bildirim toplanmalıdır. Proje ve konsorsiyum hakkında bilgi alınması istendiğinde nihai adresin internet sitesi olduğu göz önünde bulundurulmalı ve oluşturulacak kurumsal kimliğin birebir olarak internet sitesine uygulanması gerektiği unutulmamalıdır.