



This report is published on Panorama Portal at
13/07/2022.

Bu rapor Panorama Portalı'nda 13/07/2022 tarihinde
yayınlanmıştır.

DOI:10.13140/RG.2.2.35118.79688/2

Bu çalışmayı alıntılar için : Evren Balta & Burcu Ermeýdan "Medya ve Sosyal Medya Kullanımı İle Medyada Görünürlük Kılavuzu", Panorama, E-publication, 13 Temmuz 2022, <https://www.uikpanorama.com/blog/2022/07/13/s-med/>

"Bu çalışmanın ilk hali Uluslararası İlişkiler Konseyi ile Mersin Ticaret ve Sanayi Odası tarafından 26-29 Mayıs 2022 tarihlerinde Mersin Divan Otel'de düzenlenen ve GA_Panorama, Uluslararası İlişkiler dergisi, Global Academy ve Altınbaş Üniversitesi tarafından desteklenen IX. Uluslararası İlişkiler Çalışmaları ve Eğitimi Kongresi kapsamında 29 Mayıs 2002'de gerçekleştirilen "Uluslararası İlişkiler ve Etik" panelinde sunulmuştur."

MEDYA VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE MEDYADA GÖRÜNÜRLÜK KILAVUZU

Evren Balta ve Burcu Ermeydan

GİRİŞ

Bu kılavuz akademisyenlerin giderek daha fazla görünürlük kazandığı medya ve sosyal medya kanallarındaki etkileşimlerinde yol gösterici olma amacıyla hazırlanmıştır. Medyada yer alırken ve sosyal medya kullanırken dikkat edilmesi gereken hususları toparlayan bir yönlendirici metin olacak değerlendirilebilir.

Medya ve sosyal medya görünürlüğü ve yönetimi hakkında birçok yönlendirici kaynak bulunmakla birlikte, Türkiye özelinde, özellikle de akademisyenlere yönelik olacak, yönlendirici benzer kılavuzlar oldukça azdır. Bu sebeple bu kılavuz, bir örnek olması amacıyla, dünyadaki benzer kılavuzlar, akademisyenlerin medya ve sosyal medya görünürlüğüne odaklanan akademik çalışmalar ile 9. Uluslararası İlişkiler Çalışmaları ve Eğitimi Kongresi çerçevesinde 29 Mayıs 2022’de düzenlenen “Uluslararası İlişkiler ve Etik” panelinde yapılan sunum ve katılımcılardan alınan geri dönüşler temel alarak hazırlanmıştır.

Bu hali ile kural koyucu bir metin olmaktan ziyade, akademisyenlere, özellikle de Uluslararası İlişkiler alanında çalışan akademisyenlere yönelik olarak, medya ve sosyal medya görünürlüklerini düzenlemede yol gösterici nitelikte değerlendirilmelidir. Nihayetinde sosyal medya ve medya görünürlüğü bilgi birikimleriniz, kişiliğiniz, kişisel ve kurumsal bağlantılarınız ve hedef kitlenizle iletişim kurma biçimlerinizi de içeren aktif süreçtir. Bu hali ile bu kılavuz, ileride yapılacak katkı ve yorumlarla gelişime açık dinamik bir metin olarak değerlendirilmelidir.

NEDEN MEDYADA / SOSYAL MEDYADA OLMALIYIZ?

1. Bilgiye ulaşmak.
2. Bilgi paylaşımı yapmak.
3. Kamuoyundaki güncel tartışmaları takip etmek ve bu tartışmalar hakkında fikir beyan etmek.
4. Bildiklerimizi ve düşüncelerimizi farklı platformlarda tartışmaya açmak ve konu ile ilgili fikir alışverişinde bulunmak.
5. Daha geniş bir akademik kitle içinde tanınırlık kazanmak
6. Diğer akademisyenlerle ilişkiler kurma olanağı sağlamak.
7. Çevreminiz akademik olmayan çevreleri de içerecek şekilde genişletmek.
8. Potansiyel fon sağlayıcıların veya araştırma ortaklarının ilgisini çekmek.
9. Çalıştığınız kurumun tanınırlığına katkı sağlamak.

SOSYAL MEDYAYI NASIL KULLANMALIYIZ?

Tüm pozitif yönlerine ek olarak, sosyal medya kullanımını çeşitli negatif yönleri de vardır. Bu sorunların önüne geçmek için sosyal medyada kullanım stratejinizin, içerik/bilgi paylaşımlarınızın ve oluşturduğunuz çevrimiçi kimliğin (“*persona*”) düzgün şekilde planlaması önemlidir. Bunun yanında, içerik paylaşımlarınız sırasında dikkat edilmesi gereken teknik ve diğer hususlar da bu büyük planlamasının bir parçası olarak değerlendirilmelidir. Bu başlık altında, bu amaca yönelik olarak dikkat edilmesi gereken noktalar özetlenmiştir.

1) Sosyal Medya Kullanımı Stratejisi Oluştururken Dikkat Edilmesi Gerekenler

Sosyal medya paylaşımları yıllar boyu silinmeyerek verileri, sizin hakkınızda bilgileri ve düşünceleri içerir. Bu sebeple, sosyal medyada aktif olarak görünürlük sürecinizi en başından çok detaylı olarak planlamanız gereklidir. Sosyal medya stratejisi olarak tanımlayabileceğimiz bu adım, hangi sosyal medya kanallarında, neden, ne tür paylaşımlarla nasıl varlık göstereceğinizin sınırlarını belirlediğiniz geniş bir süreçtir. Bu noktalar, doğru çevrimiçi kimlik oluşturmanızı ve bunu doğru kanallarda yaymanıza olanak verir. Bu açıdan, sosyal medya kullanım stratejiniz belirlerken sormanız gereken sorular aşağıda özetlenmiştir. Bu sorulara verilen cevaplar ışığında, sosyal medyada nasıl görünmek istediğiniz ve hangi sosyal medya kanallarında aktif olarak yer almak istediğiniz gibi yönlerin çerçevesi oluşacaktır.

1. Sosyal medya kanallarını kullanım amacınız nedir?
2. Sosyal medya kanallarında paylaşmak istediğiniz içerik/bilgi nedir?
3. Paylaşmak istediğiniz içeriğin telif hakları ile ilgili potansiyel sorunlar var mı?
4. Sosyal medyada paylaşımlarınızın hedef kitlesi kimdir?
5. Seçtiğiniz sosyal medya kanalı, içerik tercihleriniz ve hedef kitleniz uyumlu mu?
6. Kullandığınız profil ismi, kolay bulunabilir, yazılabilir ve hatırlanabilir mi?
 - Örneğin Twitter’da aramalarda öncelikle kullanıcı ismi üzerinden listelenme yapılmaktadır. Kullanıcı isminizin bilir, kolay hatırlanabilir olması önemlidir.
7. Sosyal medya stratejiniz, oluşturmayı hedeflediğiniz çevrimiçi kimlik ile uyumlu mu?

2) Çevrimiçi Kimlik Oluşturulurken Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

En kısa tanımı ile çevrimiçi kimlik, sosyal medya kanallarında çizgilerin genel imaj olarak özetlenebilir. Her ne kadar imajınızı, hedef kitleniz tarafından nasıl algılandığınızla alakalı olsa da imajınızı oluştururken dikkat edeceğiniz birkaç önemli nokta ile hakkınızda oluşabilecek negatif bakış açılarını en aza indirgemeniz mümkün olacaktır. Çevrimiçi kimlik oluşturulması profillerimizi oluştururken verdiğimiz bilgiler, isim, fotoğraf, unvan kullanımından, yaptığımız paylaşımlarda çizdiğimiz imajı de içeren geniş bir süreçtir. Bunu yaratırken çalıştığımız kurumla bağlantılı olarak profesyonel kimliğimiz ve kişisel kimliğimiz bir bütün olarak etkilidir. Bunu yaratırken dikkat edilmesi gereken bazı temel hususlar şu şekilde sıralanabilir:

1. Oluşturmak istediğiniz sosyal medya imajı, sosyal medya stratejinizle uyumlu olmalıdır.
2. Verdiğimiz kişisel bilgiler (unvan, kurum, şehir gibi) güncel ve doğru olmalıdır.
3. Verdiğimiz kişisel bilgilerin (iletişim adresi, fotoğraf, bilgileri gibi) topluma açık olacağından ve ileride hak ve bilgi ihlallerine sebebiyet vereceğinin bilincinde olunmalıdır. Bu tür negatif sonuçlara sebep olacak bilgilerin paylaşımında tedbirli davranılmalıdır.
4. Yaptığımız paylaşımlarda, özellikle bilgi paylaşımlarında, içeriğin güncel ve doğruluğu kontrol edilmiş olmalıdır. Bu sizin güvenilirliğiniz ve saygınlığınız için önemli bir husustur.
5. Bilgilerinizi güncel tutulmalıdır. Profesyonel çalışmalarınız ve kariyer değişiklikleri hakkında güncel kısa bilgilendirmeler paylaşılmalıdır. Bu sizin bilinirliğinizi ve aktif imajınıza katkı sağlar.
6. Yarattığınız sosyal medya imajının bir parçası olarak, sosyal medya siteleri sizden aktif olmanızı beklerler. Bunu sağlamak için sosyal medya platformlarında mümkün olduğuna kadar aktif olmaya, tartışmalara girmeye çalışmanız önerilir.

3) İçerik ve Bilgi Paylaşımı Sırasında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Sosyal medya kanallarında yaptığınız paylaşımlar, sosyal medya stratejiniz ve çizmek istediğiniz imajı doğrudan etkileyen temel etmendir. Bu sebeple, paylaşımlarınız hem stratejiniz ve imajınız ile uyumlu olmalı, hem de kendi içinde bir takım etik ve teknik hususları dengelemelidir. Bu başlık altında, sosyal medya kanallarında içerik ve bilgi paylaşımı yaparken göz önünde bulundurulması gereken noktalar özetlenmiştir.

1. Paylaşımlarınızın ve sosyal medyadaki hareketlerinizin sizin kendi sorumluluğunuz olduğu unutulmamalıdır.
2. Paylaşımlarınızın kamuya açık bilgiler olacağına bilincinde olunmalıdır.
3. Paylaştığınız içerikler güncel ve doğruluğu kontrol edilmiş olmalıdır.
4. Eğer paylaştığınız içeriğin herhangi bir sebeple yanlış olduğunu fark ederseniz, paylaşımı silinip ve paylaşımın yanlış olduğuna dair bilgilendirme yapılmalıdır.
 - Yaptığınız paylaşımın sorumluluğu tamamen kabul ederek, bir durumdan etkilenen insanlardan özür diyebilirsiniz.
5. Paylaşılan içeriklerin ve bilgilerin telif hakkı, fikri mülkiyet ve kişisel verilerin kullanımını ihlali yapmadığına emin olunmalıdır.
6. Kişisel paylaşımlarınız ile akademik paylaşımlarınız arasındaki çizgiyi doğru olarak belirlenmesi gereklidir.
7. Akademik çalışmalarınız açısından sizleri zor duruma düşürecek bilgileri paylaşmaktan kaçınılmalıdır.
 - Söz gelimi, sonuçlandırılmamış bir bilimsel çalışmanın verilerinin önceden paylaşılması hedefinizdeki yayıncı kuruluş için sorun teşkil edebilir.
8. Paylaşımlar sırasında cinsiyet nötr ifade biçimleri tercih edilmelidir.

9. Paylaşımlarınızda karşınızdaki kişilerin/ hedef kitlenizim haklarına karşılıklı saygılı olunmalıdır.
10. Paylaşılan bilgilere tepki verirken/yorum yaparken, paylaşımı yapan kişinin kişilik ve fikir hürriyetine saygılı davranılmalıdır.
11. Paylaşımlarınızın hedef kitleniz ve kullandığınız sosyal medya kanalının yapısı ile uyumlu olup olmadığına karar verilmelidir.
 - Örneğin akademik sosyal ağların sınırları diğer sosyal ağlara göre daha belirgindir. Bilgi paylaşımı esası üzerinden daha çok benzer bilgi düzeyi ve ilgi alanındaki insanları bir araya getirmesi sebebiyle, akademik sosyal ağlarda bilgi paylaşımının sınırları daha nettir. Akademik sosyal ağlar, akademik işbirliği, yayın ve bilgi paylaşımı, fikir alışverişi, çalışmalarınızın ve fikirlerinizin daha fazla alana ulaşmasına olanak sağlamaktadır. Daha geniş bir yelpazede bulunan diğer sosyal ağlarda ise, çok farklı bilgi düzeyinden kişilerle iletişim halinde kalmak anlamına gelmektedir. Bu sebeple, paylaşımlarınızın içeriği, paylaşım amacınız ve kullandığınız sosyal medya kanalı uyumlu olmalıdır.
12. Paylaşımlarınızın, hedef kitleniz dışındaki kişilere de ulaşabileceğini ve size linç ve *spam* gibi negatif etkilerle geri dönme potansiyeli olduğunu hesaplanmalıdır.
 - a. Paylaşım ile sunulan bilginin farklı bilgi seviyesindeki kişiler tarafından farklı algılanabileceğini göz önüne alın.
13. Kullanılan sosyal medya kanalının algoritması ve kullanıcı yaklaşımlarının temel alınarak yaratacağı negatif etkiler göz önüne alınmalıdır. Bu negatif etkiler temelde yankı odaları sorunu, dezenformasyon ve sansür gibi listelenebilir.

4) Sosyal Medyada İçerikleri Oluştururken Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

1. Haber değeri en yüksek bilgileri ilk sıraya koyun.
2. Basit bir anlatım kullanın.
3. Edilgen dil kullanımından kaçının.
4. Jargon ve kısaltmalardan kaçının ve günlük dilde kullanılan kelimeleri tercih edin.
5. Uygun ise açıklayıcı görsel kullanımını tercih edin.
6. Uygun durumlarda etiketleme ve hastag kullanımını yaygınlaştırın.
7. Paylaşımların engelliler için erişilebilirliğini kontrol edin. (Kullandığınız sosyal medya kanallarının bu amaçla uyguladığı ayarlara göz atabilirsiniz.)

5) Kurum Kimliğimiz ile Kişisel Kimliğimiz Arasındaki Dengenin Sağlanmasına Yönelik Hususlar

Sosyal medya kanallarında oluşturduğunuz çevrimiçi kimlik, sadece sizinle değil aynı zamanda bağlı olduğunuz kurumla da ilişkilidir. Bu sebeple, kurumsal kimliğiniz ile kişisel kimliğiniz arasındaki dengenin sağlanması, kurum kimliğinizi zedeleyecek paylaşımlardan ve hareketlerden uzak durulması ya da tedbirli davranılması gereklidir. Bu açıdan dikkat edilmesi

gereken hususlar Şu Şekilde zetlenebilir:

1. Sosyal medya kullanımı sırasında kurumsal kimliğimiz ve kişisel fikirlerimiz/beyanlarımız arasındaki fark/birliktelik dengesi sağlanmalıdır.
 - Örneğin, aksi durum olmadığı sürece beyanatlarınızın kişisel görüŐleriniz olduğu ve kurumla bağlantılı olmadığını belirtilmesi yerinde olacaktır.
2. Var ise, kurumunuzun sosyal medya kullanımı hakkındaki kılavuzu ve kurum politikasına uygun hareket edilmelidir.
3. Aksi bir durum olmadığı sürece, kurum logoları ve görsel materyallerini sosyal medya hesaplarınızda kullanılmamalıdır.
4. Mesai saatlerinde sosyal medyada görünür olmak kurum imajınız açısından sorun yaratabileceği göz önüne alınmalıdır. Negatif sonuçlara sebebiyet verecekse, bundan kaçınılmalıdır.
5. ÖĞrenci, alıŐan ve iŐ arkadaŐı gibi kurumsal bağlantılarınızla sosyal medyada bağlantı kurarken bu durumun kişisel verilerinize etkisinin olabileceği unutulmamalıdır.
 - Örneğin, bağlantı kurduğunuz kişilerin (Ğrenci, çalışan vs.) sizin kişisel bilgilerinize eriŐebilecekleri ya da bu durumun profesyonel olmayan bağlantılar kurulmasına sebebiyet vereceği hususu göz önünde bulundurulmalıdır.
6. Sosyal medyanın ikili iletişim kanalı olarak kullanılması sırasında kurum içi iletişim etiği açısından sorun teşkil edebileceği durumlardan kaçınılmamalıdır. Bu sorunlardan kaçınmak için, kurumsal bağlantılarınızda kurduğunuz ilişkiler, kurumunuzun iletişim kanalları üzerinden yrtmeniz yerinde olacaktır.
7. ÖĞrenciler, kurumunuz ve çalıŐma arkadaşlarınıza dair bilgilerin açık veya rtk Şekilde sosyal medya hesaplarınızda paylaŐılmasından kaçınılmalıdır.

6) Sosyal Medyada *Spam*, Lin ve Trol Saldırısında Altında Kalındığında Yapılması

Gerekenler

PaylaŐtıĐımız içerikler sebebiyle ya da size karşı kişisel husumet besleyen kişiler tarafından tepkilerle karŐılaŐabilirsiniz. Bu tepkiler, bazen kişilik haklarınıza zarar verecek Şekilde, taciz, tehdit, linç kampanyaları, hesabınızın Őikyet edilmesi ve anonim hesaplar üzerinden yoğun saldırı Őeklinde gerçekleŐebilir. Bu durumda izlenmesi gereken adımlar, Şu Şekilde zetlenebilir.

1. Ani tepkiler vermekten kaçınarak, aksiyon alıp almama hususunda tercih yapmalısınız.
2. Negatif yorumlara yönelik yapılacak ilk tepki, yapıcı ve açıklayıcı bir Şekilde cevap vermektir.
 - Ama bunu yaparken, trol saldırılarının amacının sizin pozitif imajınıza saldırmak olduğunu ve her ne kadar pozitif dönüŐ yapmıŐ olsanız da linç giriŐimlerini durduramayabileceğinin farkında olmalısınız. Bu noktada en mantıklı hareket, tepki vermemeyi tercih etmektir.
3. Yoğun *spam* altında iseniz, kullandığınız sosyal medya kanalının Őikyet seçeneğini kullanarak ilgili hesapları ve paylaşımları Őikyet etmelisiniz.

4. Trol saldırısı, sahte hesap, yanıltıcı bilgi paylaşımı, sosyal medyada kişisel bilgilerinizin izinsiz paylaşılması gibi durumlarda, ilgili paylaşımları belgeleyin ardından ilgili hesaplara/paylaşımlara tepki vermeyin ve engelleyin. Ardından sosyal medya kanalının şikâyet olanaklarını kullanarak şikâyet oluşturun.
5. Cinsel taciz, kişisel verilerin ihlali gibi durumlarda, ilgili paylaşımları belgeleyin, hesapları engelleyin ve yargı kanalı üzerinden şikâyette bulunun.
6. Hakkınızdaki negatif kampanyalara karşı psikolojik olarak hazırlıklı olun. Bu amaçla şu noktalara dikkat edebilirsiniz.
 - a. Siber zorbalığa girebilecek davranışların yanlış ama her zaman gerçekleşebilecek bir şey olduğunu kabul edin.
 - b. Kendi güçlü yönlerinize güvenin.
 - c. Sinirlenmek, üzülmek gibi duygularınızın doğal olduğunu hatırlayın.
 - d. Sosyal medyadan uzak bir süre geçirin.
 - e. Kendinizi destekleyecek bir kitle oluşturun ve onların desteğini pozitifçe çevirin.
 - f. Sürecin zorluklarına rağmen, pozitif olmaktan uzaklaşmayın.

GELENEKSEL MEDYAYI NASIL KULLANMALIYIZ?

1) Medya Kanalını ve Programı Seçmeden Önce Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Hep doğru medya kanalını tercih etmek hem de kendinizi yayına hazırlamak için yayın editörüne / sunucuya yönelmeniz gereken sorular şu şekildedir:

1. Gazeteci kimdir ve hangi medya kuruluşundandır?
2. Hangi konu üzerinde konuşmanızı istiyorlar? Onların bu konuya bakış açısı nedir?
3. Sizden ne bekliyorlar?
4. Program / röportaj akışı nedir?
5. Program açkötürüm formatında ise diğer katılımcılar kimlerdir?
6. Bu konuda ve öncesinde başka kimlerle görüştüler?
7. Ne tür bir röportaj istiyorlar (ör. canlı yayın veya önceden kaydedilmiş) ve ne kadar sürecek?
8. Son teslim tarihi/yayın saati nedir?
9. Programın / röportajın planlanan süresi ne kadar?

2) Medya Kanalı ile Yapılacak Röportaj ya da Canlı Yayına Katılırken Dikkat Etmeniz Gereken Noktalar:

1. Yayıncı/gazeteci/yayın editörü konu hakkında derin bilgiye sahip olmayabilir. Ön görüşme yaparak, ne kadar bilgi sahibi olduklarına dair fikir edinerek bir yayın stratejisi geliştirebilirsiniz.
2. Var ise sorulacak sorularına ve konuşulacak konu başlıklarına önceden göz atabilirsiniz.
3. Yayının canlı mı banttan mı olduğuna dikkat ederek, cevaplarınızı, cevap sürenizi planlayın.
4. Açıklamalarınızı kısa, anlaşılır ve soruya uygun olarak yapılandırın.
5. Açıklamalarınızın hedef kitlesini düşünerek basit cevaplar vermeye çalışın.
6. Bilginiz dâhilinde olmayan sorular ile karşılaştığınızda bilmediğinizi belirterek, cevap vermekten kaçın.

3) Televizyon Canlı Yayını Sırasında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

1. Akademik imajınıza uygun giyinin.
2. Yayın sırasında kameraya değil sunucuya bakarak konuşun.
3. Kamera karşısında mümkün olduğu kadar doğal davranmaya çalışın. Aşırı stresli ya da aşırı rahat tavırlardan kaçın.

4) Radyo, Podcast, Youtube, Zoom, Skype Gibi Sesli ve Görüntülü Platformlar Üzerinden Yayına Katılım Sırasında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar:

1. Uygun kamera açısını ayarlayın.
2. Sessiz bir ortam tercih edin.
3. Tekrar etme şansı olup olmadığı, ön kayıt alınıp düzeltme yapılıp yapılmayacağını önceden öğrenerek görüşmeye başlayın.