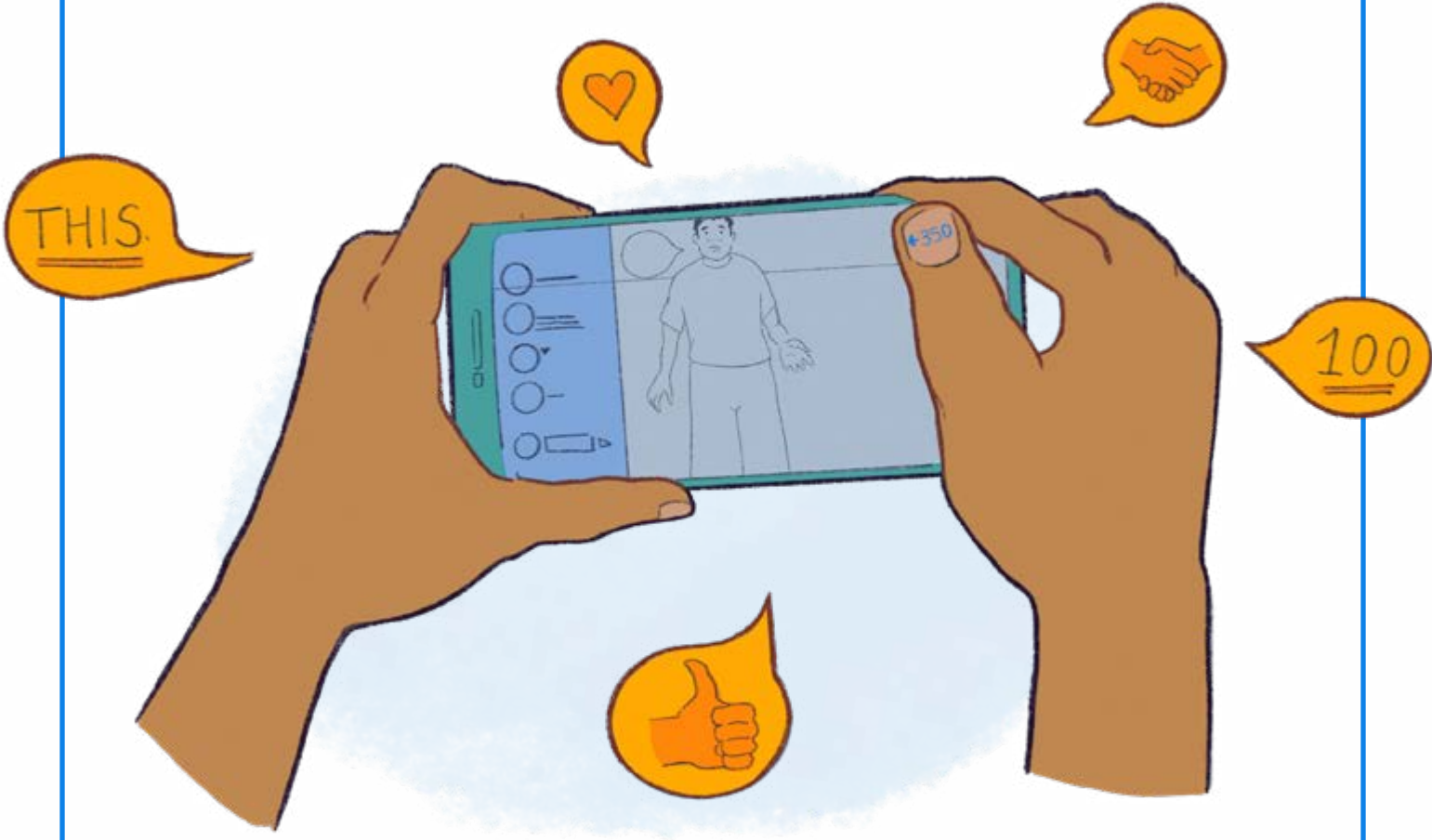




NİÇİN DİJİTAL HİKAYE ANLATALIM?

Dijital hikaye anlatıcılığı neden önemli ve bu araç kiti ne sunuyor?

Niçin Hikaye Anlatıcılığı?

Herkes kendi hikayelerini ve içinde yaşadıkları topluluğa dair hikayeleri anlatmaya kadirdir. Hikayelerin, insan grupları arasında ilişkiler kurma ve empati geliştirme gücü vardır.

Hikayeler, insanları harekete geçmeye ve bağlantı korumaya teşvik etme gücüne sahiptir. Hikayeler insanları kalbine hitap eder; durumları bir manşetin veya bir olgunun ötesine taşıyarak, kalıcı bir şeye dönüştürmeye yardımcı olurlar. Özellikle de iklim krizinin karşısında, dünya çapında hikaye anlatıcıların gerçekliklerini, zaferlerini ve umutlarını dile getirmesine, paylaşmasına ihtiyacımız var. Eğer topluluklarımıza bakmaları, görmeleri ve işitmeleri için; çevrelerinde olanları gerçekten algılamaları ve belgelemeleri için ilham verebilirsek; o zaman ihtiyaç duyduğumuz değişimin çağrısını yapmaya devam etmek için daha da fazla insanı mücadelemize dahil edebiliriz.

İklim krizi söz konusu olduğunda tek bir hikaye bulunmamakta. Bu kriz dünyadaki herkesi etkiliyor, ama herkesi çok farklı şekillerde etkiliyor. Hepimizin karşılaştığı mevcut gerçeklikleri ve değişen iklimi anlatmak için dünya çapında birçok hikaye anlatıcısına ihtiyacımız var.

Birçok bakış açısına ve düşünceye ihtiyacımız var. İklim konusunda anlamlı ve uzun vadede kalıcı sonuçlar elde edecek eylemler gerçekleştirebilmek için, iklim hikayelerini eksiksiz bir şekilde anlatmalıyız. Sadece felaketleri ve kitlesel yürüyüşleri değil, aynı zamanda gündelik cesur davranışları ve direnci de anlatmalıyız.





Hikaye Anlatıcılığı Türleri

Dijital hikaye anlatıcılığının birçok türü vardır.

- 1 **Kişisel Hikaye Anlatıcılığı:** Kendi deneyimlerinizi paylaşmak ve öğrenmek.
- 2 **Kampanya Hikaye Anlatıcılığı:** Konu odaklı bir kampanya temelindeki hikayeleri ve bu kampanyanın sizin için neden önemli olduğunu paylaşmak.
- 3 **Dijital Raporlama:** Dijital araçlar kullanarak ve çevrimiçi bir kitleyle iletişim kurarak, belirli bir eylemi veya olayı belgelemek.
- 4 **Topluluk Hikaye Anlatıcılığı:** Bir grup insanın kolektif hikayesini paylaşmaya yardımcı olmak.

Umarız bu araç kiti, hikaye anlatıcılığı türlerinin hepsinde becerilerinizi geliştirmenize yardımcı olur. Biz hikaye anlatıcılığı araç kitinde en çok ilk üçüne odaklanacağız.

Bu Araç Kiti Ne Sunuyor?

Bu araç kiti aracılığıyla size şu konularda yardımcı olacağız:

- Hikayenizi keşfetmeyi öğrenmek. Ne söylemek istiyorsunuz?
- 📱 Ne tür dijital araçlar kullanacağınıza ve bunları nasıl kullanacağınıza karar verme: Yazma, fotoğraf ve videoya odaklanacağız.
- 📺 Temel fotoğraf ve video düzenleme becerisini öğrenme.
- 🔗 Hikayeni tamamladığınızda bunu stratejik bir şekilde paylaşma.

İhtiyacınız Olan Şeyler:

Akıllı telefonlar gibi dijital araçların yayılması sayesinde bir hikaye anlatıcısı olmak her zamankinden kolay.

Dijital bir hikaye anlatıcısı olmak için pahalı bir fotoğraf makinesi veya dizüstü bilgisayara ihtiyacınız yok.

Paylaşacağımız ipuçlarından ve taktiklerden, bir akıllı telefona ve veri paketine sahip olan herkes faydalanabilir. Hikaye anlatıcılığınıza yardımcı olacağını düşündüğünüz farklı araçlarınız varsa bunları da kullanabilirsiniz.



HİKAYENİZİ BULUN

Dijital bir araç seçmeden önce, hikayenizin odağına ve neler anlatacağınıza karar vermek için kendinize zaman tanıyın.

Hikayeniz Önemlidir

Coşkulu bir iklim hareketi oluşturmak için, çok tanınmış birkaç sözcünün düşüncelerini paylaşmasından ve değişimi ateşlemesinden daha fazlasına ihtiyaç var. Bunun için her yerde düşüncesini dile getiren ve doğrudan toplulukları ile konuşan insanlar lazım.

Kimse topluluğunuzu sizin kadar tanımaz. Topluluğunuzu harekete geçirebilecek ve iklim adaleti hareketine katılmalarını sağlayacak kişi SİZ olabilirsiniz.



Bir Hikayenin Yapısı

İzleyeceğimiz model Marshall Ganz tarafından geliştirildi. Harvard'da bir profesör olan Ganz, değişim yolunda daha güçlü örgütleyiciler olmalarına yardımcı olabilmek için birçok insanla çalıştı. Ganz, hikaye anlatıcılığı ve toplumsal değişimle ilgili düşünceleri tarif etmek için 'Kamusal Hikaye' terimini kullanıyor.

Ganz diyor ki, "İyi bir kamusal hikaye, hayatınızın 'kurgu'sunu yapılandırmış olan, öne çıkan noktalar dizisinden çıkartılır. Bunlar arasında karşınıza çıkan **zorluklar**,yaptığınız **seçimler** ve **elde ettiğiniz sonuçlar vardır."**

İyi bir kamusal hikaye 3 öğeye ayrılabilir:

- 1 Kendinize dair hikaye:** Yaptığınız şeyleri yapmaya sizi ne sevketti?
- 2 Bize dair hikaye:** Topluluğunuzu, kurumunuzu harekete geçirenler. Paylaşılan amaçlar, hedefler, vizyon.
- 3 Şimdiye dair hikaye:** Bu topluluğun şu an önündeki mesele, yapması gereken seçimler ve neler için umutlanabilecekleri.

Bu farklı öğeleri birbirlerine dokuyarak, birçok hikayeyi etkili bir şekilde anlatabilir ve birçok insanı çalışmalara katabilirsiniz.



Kendi kamusal hikayenizi oluşturmaya başlamak için, bir kalabalığın önünde durduğunuzu ve yaptığınız önemli işe katılmaları için başkalarını çağırdığınızı hayal edin.



1 Kendinize Dair Hikaye

Burada kendi başınıza yapabileceğiniz bir egzersiz var. Oturup kendi yolculuğunuza dair düşünmek için kendinize zaman ayırın.



Şunu aklınızda tutun:

Kendinize, bize ve şimdiye dair bir hikaye oluşturmak aydınlatıcı bir deneyimdir. Fakat, duygusal olarak yoğun bir süreç olabilir. Buna hazır olup olmadığınızı anlamak için önce kendinizi tartın. Yanınızda size destek olacak bir arkadaşınızın olması yararlı olabilir. Aklınızda bulundurmanız gereken ilave bir nokta da bu hikayenin hayatınız boyunca değişeceğidir. Bu yapımı devam eden bir eserdir.

ÇİZİN

- 1 Büyük bir kağıt ve kalem, keçeli kalem veya kurşunkalem bulun.
- 2 Bir saati 15 dakika sonra çalması için kurun.
- 3 Hayatınızda bu noktaya kadar sizi ulaştıran yolculuğu kağıda çizin.
- 4 Ayrıca şu an olduğunuz yere gelmenizi sağlayan spesifik zorlukları, seçimleri ve sonuçları düşünün. Sizi etkileyen insanlar kimlerdi?

Bazıları bunu bir nehir olarak çizer, bazıları da bir harita gibi. İstedığınız gibi şekil verebilirsiniz.



YAZIN

- 1 Şimdi durun ve haritanıza bakın. Ne gibi desenler ve temalar görüyorsunuz?
- 2 Sizi olduğunuz yere getiren temel seçimlerinizi anahatlarıyla özetleyen 3 cümle yazın.

2

Bize Dair Hikaye

Birlikte çalıştığımızda değişim daha hızlı gerçekleşir. Ait olduğunuz toplulukları ve sahip oldukları değerleri düşünün. Kampanyanıza kimlerin katılmasını istersiniz? Arkadaş grubunuz mu, okulunuz mu, aileniz mi? Hepinizin önem verdiği şeyler neler?

ÇİZİN

- 1 Başka bir kağıt alın. Saati 10 dakikaya kurun.
- 2 Topluluğunuzun resmini çizin.
- 3 Şimdi topluluğunuzu tarif etmek için kullanabileceğiniz tüm kelimeleri düşünün ve bunları yazın. Sizleri bir araya getiren ortak tema nedir?

YAZIN

- 1 Çiziminize ve kelime bulutunuza bir süre bakın. Gözünüze çarpan bir şey var mı?
- 2 Bu çalışmada size katılmasını istediğiniz insanlara dair 2 cümle yazın. Bunlar kimler? Nelere değer veriyorlar?

3

Şimdiye Dair Hikaye

Şimdi, üstesinden gelmeye çalıştığınız ve aciliyet taşıyan meseleyi düşünmeye biraz zaman ayırın. Bu zorluğun şu kilit anda önemi nedir? İnsanlar bu sorunu aşmak için neler yapabilir?

ÇİZİN

- 1 Başka bir kağıt alın. saati 10 dakikaya kurun.
- 2 Gözlerinizi kapatın ve geleceği hayal edin. Hepimiz birlikte çalışsaydık gelecek neye benzerdi? Kampanyanız başarıya ulaşsa neler olabilir?
- 3 Şimdi bunu çizin.

YAZIN

- 1 Durun ve düşünün.
- 2 İki cümle yazın. İnsanların şu anda acilen gerçekleştirmesini istediğiniz eylem nedir? Ve neden şimdi?





Hepsini Bir Araya Getirmek

Artık elinizde Kendinize, Bize ve Şimdiye dair hikayeniz için bir çerçeve var.

- Cümlelerinizi bir araya örün. Gereken tüm kısımların üzerinde tekrar çalışın. Paragrafınızı tekrar okuyun, ayrıca bir arkadaşınıza okutun.
- Hikayenizi temsil ettiğini düşündüğünüz bir resim bulun. İdeal olarak bu, kendi çizdiğiniz veya çektiğiniz bir resimdir.

İşte oldu! Kendi kamusal hikayenizin başlangıcı elinizde.

Sırada Ne Var?

Bir kamusal hikayeyi ve bu araçları kullanmak, birçok açıdan faydalı olabilir. Ne tür bir hikaye çıkarıyor olduğunuza bağlı olarak, şunlar üzerine düşünmeye de zaman ayırın:

- Bir hareketi ortaya çıkaran seçimler ve zorluklar.
- İnsanların sahip oldukları değerler.
- Gerçekleştirilebilecek eylemler.
- Kolektif olarak acilen harekete geçilmesini gerektiren neden.
- Nereye ulaşmak istediğinize dair vizyon.



OLUŞTURMAYA BAŞLAYIN

Metin, fotoğraflar ve videolara odaklı bir şekilde, dijital hikaye anlatıcılığının yapım taşlarını inceleyin.

Bir Çerçeve Çıkarın

Son modülde iyi bir hikayenin bazı öğeleri üzerinden adım adım ilerlediniz ve bir meseleyle kişisel olarak nasıl ilişkilendiğinize dair düşündünüz.

İşe yoğunlaşmadan önce, planlarınızın bir çerçeve içerisine oturtmak için gerekli zamanı ayırın. Düşüncelerinizin ve neler söylemek istediğinizin planını çıkarın.

Ayrıca şunlar hakkında düşünün:

- Hikayenizi kimlerin görmesini istiyorsunuz ve neden?
- İnsanların hikayenizi gördükten sonra ne yapmalarını istiyorsunuz?

Ortamınızı Seçin

Bir hikayeyi çevrimiçi ortamda anlatmanın birçok yolu vardır; bu eğitimde **metin, fotoğraf ve videoya odaklanacağız**. Bunlar temel yapı taşlarıdır.

Hangi aracı kullanacağınızı seçmelisiniz:

Hedef kitlenizi düşünün: Kimlere erişmek istiyorsunuz? Onların dikkatini çekmenin en etkili yolu ne olacaktır? Bu insanların sahip olduğu İnternet bant genişliği nedir?

Kendi imkanlarınızı, becerilerinizi ve elinizdeki teknolojiyi düşünün: Neye erişiminiz var? Ne kadar vaktiniz var? En rahat neleri kullanabiliyorsunuz?

Hatırlatma: Etkili bir sonuç elde etmek için pahalı aletlere ihtiyacınız yok; biraz yaratıcılık yeter.



Oluşturma Süreci İpuçları



YAZMA

Hikayeleri geniş bir kitleye ulaştırmak için blog gönderileri veya makaleler yazmak çok başarılı bir yol olabilir. Buna dair bazı önerilerimiz var:

- Hedef kitleniz konuya dair zaten neleri biliyor? Daha çok sayıda insanın anlayabileceği şekilde konuları nasıl anlatabileceğinizi düşünün. Yazmaya başlamadan önce birisine yüksek sesle düşüncenizi anlatmak işe yarayabilir.
- İnsanların ilgisini çekecek bir şeyle başlayın: İnsanların hikayenin içine gimelerine yardımcı olacak güçlü bir anekdot veya olgu var mı? İlk paragraf çok büyük önem taşıyor.
- 'Etken' bir cümle yapısı kullanın. Etken yazılan bir cümlede, eylemi cümlenin öznesi gerçekleştirir. Edilgen yapıda yazılan bir cümlede, özne üzerinde eylem gerçekleştirilir.
- Açıklayıcı olun, ama aynı zamanda kısa ve öz olun. Bazen kısa cümleler en tesirli olanlardır.





Oluşturma Süreci İpuçları



FOTOĞRAFÇILIK VE VIDEOGRAFI

Fotoğraf İpuçları:

Işık: Işığın nereden geldiğinin farkında olun. Gölgelemin en az olduğu, en iyi aydınlatılan noktayı bulun.

Açı: Durduğunuz yer fotoğrafın hissini nasıl değiştiriyor? Sağa sola gidin, etrafı dolaşın. Çok uzaktan, orta mesafeden ve yakında fotoğraf çekin. Yukarıdan ve aşağıdan çekimler yapın.

Mesaj: Anlatmak istediğiniz hikaye nedir? Bunu nasıl öne çıkaracaksınız?

Mesajınızın bazı öğelerinin de görünür olduğuna emin olun. Görüntüde olmasını istediğiniz bir kampanya pankartı var mı? Fotoğraftaki kişilerin yansıttığı enerji ve his nedir?

Arka plan: Görüntünün arkasında ne olduğunun farkında olun. Hikayeye ne ekliyor? Dikkati dağıtıyor mu? Hikayeye dair ayrıca ne mesaj veriyor?

Video çekimi yaparken tüm bunları akılda tutup, ayrıca şunlara da dikkat etmek iyi olacaktır:

Sabitlik: Kameranızı sağlam bir şekilde konumlandığına emin olun. Etraftaki nesnelerden bir tripod veya ayaklık oluşturabilirsiniz. Çekimlerinize en az 5 saniye boyunca devam etmeye çalışın.

Ses: Sesi iyi yakalamak çok önemlidir. Röportaj yaptığınız kişiye yaklaşın. Dikkat dağıtıcı seslerden uzaklaşmaya çalışın. Mümkünse bir mikrofon edinin. Eğer iyi ses almak zorsa, sesi daha sonra ekleyebilir veya altyazı ekleyebilirsiniz.



ÖNEMLİ NOKTALAR

- Fotoğraflarını çekmeden veya röportaj yapmadan önce insanlarla bir ilişki kurmak için gereken zamanı ayırın. İlişkiler önemlidir!
- Onay almak önemlidir. Hikayenizin bir parçası olan herkesin, ortaya çıkacak içerikle ne yapacağınızı bildiğine emin olun. Bu konuda içlerinin rahat olduğuna ve onay verdiklerine emin olun.
- Röportajlarda açık uçlu sorular sormaya dikkat edin (bu, sadece 'evet' veya 'hayır' ile yanıtlanamayacak sorular demektir)



BAŞKA YARATICI FİKİRLER

Hikayeleri anlatmanın farklı yolları da vardır:

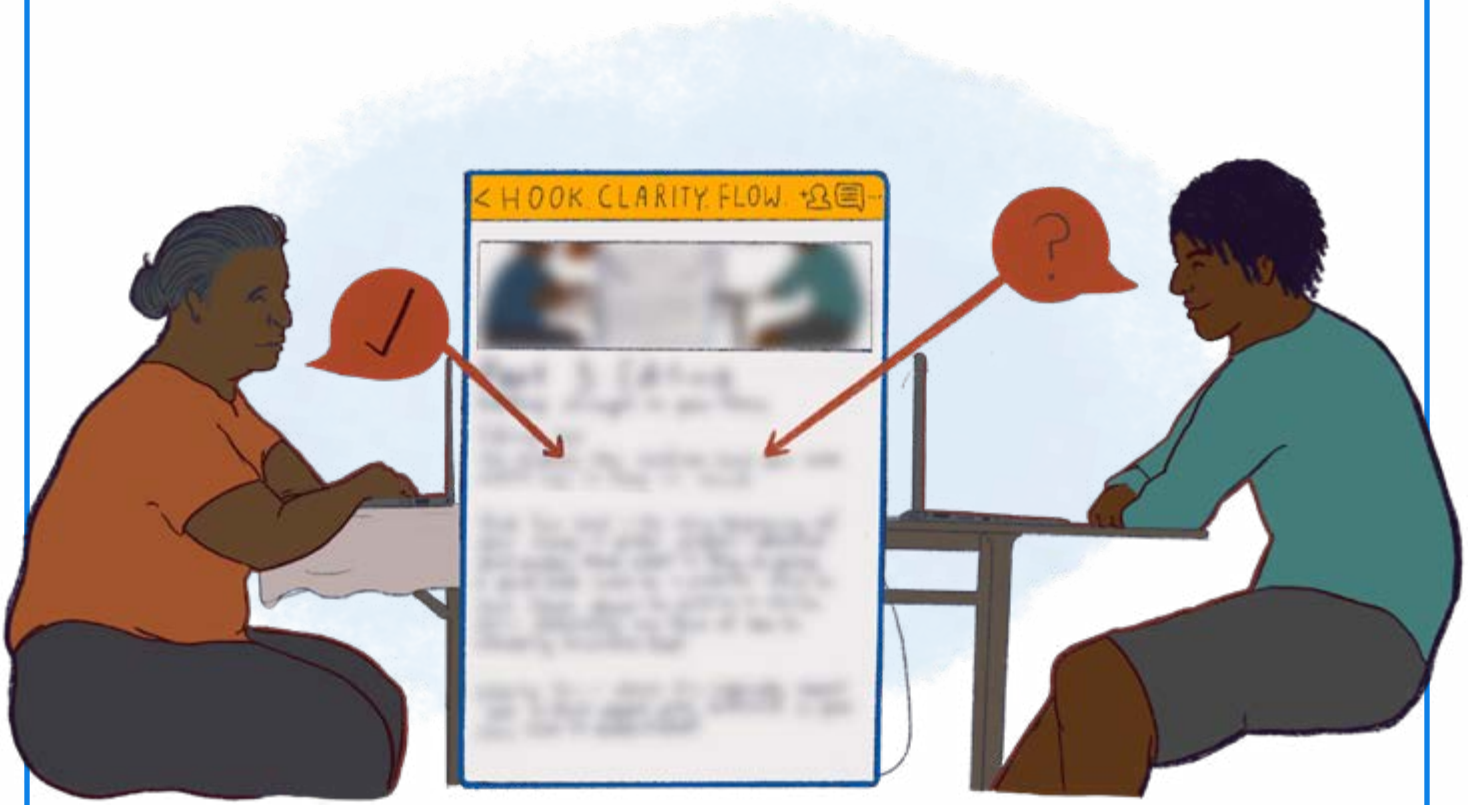
Nesneleri kullanın: Nesneler, hikayeleri anlatmak açısından çok başarılı olabilir. Bir tema seçin: Bu bir ağaç dalı veya giysi kadar küçük ya da bir nehir kadar büyük bir şey olabilir. Değişik nesnelerle bir konuyu anlatabilirsiniz.

SMS ve kısa metinler: İnsanlarla SMS'ler veya whatsapp gibi diğer iletişim araçlarıyla da bağlantı kurabilirsiniz. SMS özellikle gelişmiş cep telefonu olmayan topluluklar söz konusu olduğu yerde iyidir. Kısa SMS güncellemeleri ve hikayeleri göndermek için topluluklar ile çalışabilirsiniz.

Kuklalar veya Animasyonlar: Hikayelerinizi bir kukla gösterisine veya animasyona dönüştürebilirsiniz.

Oyunlar ve Performanslar: Sözlü tarih ve hikayeleri kullanarak, oyunlar veya kamusal performanslar oluşturabilirsiniz. Bu, insanların kimliklerini gizlemek ve kamuoyunun ilgisini toplamak için çok etkili bir yoldur.

Podcastler veya Sesli Belgeseller: Ses gerçekten güçlü bir araçtır; eğer yaratıcıysanız, ciddi derinliğe sahip güçlü hikayeler oluşturabilirsiniz.



DÜZENLEME

Hikayenizi merak uyandırır ve net hâle getirmek amacıyla güçlendirelim.

Hikayenizin ilk taslağını tamamladıktan sonra, daha da güçlü hâle getirmek için düzenlemek için gerekecek zamanı ayırın.

Düzenleme İpuçları

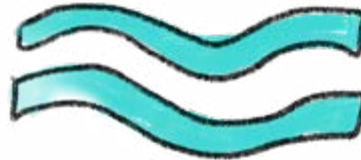
Ortamanız ne olursa olsun, şu kullanışlı ipuçlarını aklınızda tutmanız yararlı olacaktır:

İlgi çekici nokta: Hikayenizin en başında insanların dikkatini çekecek ve devam etmelerini sağlayacak bir öğeye ihtiyacınız vardır. Bu güçlü bir öykü veya olgu olabilir. Öne çıkarmak istediğiniz sorunu veya çözümü aklınıza getirin; şimdi bunu en canlı nasıl öne çıkaracağınızı düşünün.

Netlik: Bu noktada hedef kitleniz hakkında düşünmek çok önemlidir. Hikayeniz anlaşılabilir netliğe sahip mi? Örneğin dünyanın her yerinden gençlere seslenmeye çalışıyorsanız ama çok teknik veya uzmanlaşmış bilgiler kullanıyorsanız; hedef kitleniz dediklerinizi anlayabilecek mi? Fazla kısaltma ve teknik terimler kullanmayın.

Akış: Hikayenizin farklı kısımlarında akış iyi mi? İnsanlar hikayenin gidişini kolayca takip edebiliyor mu? Hikayenizin farklı kısımlarını bir deredeki taşlar gibi düşünün: İnsanlar bir taştan diğerine kolayca zıplayabiliyor mu?

Bir arkadaş veya koç bulun: Güçlü bir hikayeyi tek başına oluşturmak gerçekten zordur. Bir arkadaşınızdan veya saygı duyduğunuz birinden hikayenizi okumasını isteyin. Geri bildirimlerden korkmayın!





Yazma

İyi yazmaya dair birçok kılavuz bulabilirsiniz. Sadece birkaç basit ipucunu öne çıkarmak istiyoruz:

Yüksek sesle okuyun: Hikayenizi yüksek sesle okumak basit ama etkili bir yoldur. Bu sayede olası yaygın hataları yakalayabilirsiniz.

Basitleştirin: Yaygın inanışın aksine, iyi bir yazarın işareti, kullandığı süslü kelimeler değildir. Bazen en iyi cümleler kısa ve öz olanlardır. Hikayenizi gözden geçirin ve gereksiz olduğunu hissettiğiniz kelimeleri ve paragrafları atın. Cümleleriniz arasında uzun olanlar var mı? Onları bölün!

Etken Cümle: İyi metinlerde etken cümle yapısı öne çıkar (edilgen değil). Eylemi kimin gerçekleştirdiği bellidir. Özellikle de iklim krizi söz konusu olduğunda, kimin sorumlu olduğunu gösterdiğimizize emin olmak istiyoruz.

Örneğin:

Etken cümle yapısı: Fosil yakıt şirketleri atmosferi kirletti.

Edilgen cümle yapısı: Atmosfer kirlendi.

Fiil Çekiminde ve Konuşanda Süreklilik: Hikayeyi kim anlatıyor? Hikayeyi kendi perspektifinizden mi (birinci şahıs - ben/biz kullanarak) anlatıyorsunuz, yoksa daha geniş bir perspektiften mi (üçüncü şahıs - o kullanarak) anlatıyorsunuz? Hikayeyi geçmiş mi, şimdiki zamanda mı, yoksa gelecek zamanda mı anlatıyorsunuz? Bunların tüm hikayeniz boyunca aynı kaldığına emin olun.

Fotoğraflar

Fotoğraflarınızı düzenleme konusunda birkaç basit ipucu vereceğiz. Elbette çok daha fazla ayrıntılı bilgi veren birçok başarılı çevrimiçi ders mevcut. Ama vaktiniz kısıtlıysa buradan başlayabilirsiniz.

Parlaklık: Parlaklığı veya pozlamayı değiştirmek bir fotoğrafı gerçekten değiştirebilir. (Ama çok parlak yapmayın.)

Kontrast/En Parlak Alanlar: Kontrastı ve en parlak alanları ayarlamak, fotoğrafınızın önemli kısımlarının öne çıkmasına gerçekten yardımcı olabilir.

Kırpma: Orijinal fotoğrafınızdaki her şeye ihtiyacınız olmayabilir. En önemli kısmı seçmek için istediğiniz gibi kırpabilirsiniz.

Buna başlarken elinizde yüksek çözünürlüklü bir fotoğraf olması iyi olur.





Videolar

Video düzenleme oldukça karmaşık bir süreç olabilir. Bu alanda ne kadar ileri teknik kullanacağınız size kalmış. Videonuzu epey çıplak hâlinde mi bırakmak istiyorsunuz, yoksa bir sürü geçiş ve efekt mi koymak istiyorsunuz? Size yardımcı olabilecek bazı adımları burada bulacaksınız:

Aracınızı seçin: Piyasada çok değişik video düzenleme yazılımları var; bunlar çok basitten çok karmaşığa kadar değişiyor. *Aşağıda önerdiğimiz bazı yazılımları içeren bir liste bulacaksınız.*

Senaryo Taslağı ve Video Seçimi: Videonuzun merkezinde hikayeniz var. Düzenlemeye başlamadan önce videonuzun akışını kontrol edin.

Tüm video çekimlerinize bakın; en dinamik ve heyecan verici kısımları seçin.

Metin ve Grafikler: Ekleme istediğiniz metin ve grafiklere karar verin. Bunlar istediğiniz kadar basit veya karmaşık olabilir.

Geçişler: Bir sahneden diğerine nasıl geçmek istersiniz? TikTok gibi uygulamalar iyi video geçişleri oluşturma ve özellikle de bedenlerini veya nesneleri kullanma konusunda insanların kendilerini geliştirmelerine yardımcı oluyor. Siz de video düzenleme uygulamanızda değişik geçiş araçları uygulayabilirsiniz.

Müzik: Arka planda güzel bir müzik olması, genellikle videodaki duygularla insanların bağlantı kurmasına yardımcı olur. Birçok video düzenleme uygulamasında kullanabileceğiniz ücretsiz parçalar vardır. Videonuza uygun güzel bir müzik seçin ama müziğin videodaki baskın şey olmasına izin vermeyin.

Önerilen Uygulamalar

Fotoğraf:



Adobe Lightroom



Video



Adobe Spark Video



Animoto



Adobe Premiere Rush



KineMaster



iMovie



Adobe Premiere



YAYINLAYIN VE PAYLAŞIN

Hikayenizi dünyaya nasıl duyuracaksınız?

Birkaç güçlü hikaye oluşturdunuz ama işiniz daha bitmedi. İnsanların hikayenizi görmesini nasıl sağlayacağınızı, bunu nasıl yayacağınızı da düşünmeniz lazım.

Hazırlık Yapın

Hikayenize birinin son bir kez baktığından emin olun.

Ele alınması gereken bazı önemli noktalar şunlardır:

- Hikayenizi kimlerin görmesini istiyorsunuz? (Mümkün olduğu kadar spesifik olun.)
- Bu insanlar bilgi edinmek için nerelere gidiyor? *Örneğin genç insanlara ulaşmaya çalışıyorsanız, bu insanlar bilgi edinmek için Instagram'a veya bloglara mı bakıyor? Sık açtıkları belirli web siteleri veya hesaplar var mı?*
- İnsanların hikayenizi gördükten sonra ne yapmasını istiyorsunuz? Harekete geçmeleri için bir çağrınız var mı?
- Hikayenizi nerede paylaşmak istiyorsunuz? Medium gibi bir blog platformunda mı? Başka bir web sitesinde mi? Ya da doğrudan sosyal medya üzerinde mi?

Sosyal Medya İpuçları

Sosyal medya, hikayelerimizi çevrimiçi ortamda paylaşmanın ücretsiz bir yolu. Artık muhabirlerin veya haber sitelerinin hikayemizi fark etmelerini beklemek zorunda değiliz.

Ancak sosyal medyada çok fazla içerik olduğu için, nasıl gönderi yayınladığımız ve paylaştığımız konusunda da stratejik olmamız gerekiyor. Sosyal medyada **insanların dikkatini çekmek saliselerle ölçülür zamanınız var**; o yüzden bazı şeyler gerçekten çok önemlidir. Gerçekten de insanların merakını ilk anda uyandırmanız gerekiyor. Şunlara çok odaklanmanız yararlı olacaktır:

- Görüntü Veya Küçük Resim
- Manşet Veya Başlık
- Paylaşılan Metin

Bu platformlar sürekli değişiyor: 350.org'da neyin işe yarayıp neyin yaramadığı konusunda sürekli olarak bilgilerimizi güncelleyip, derliyoruz. [Bu belgeye buradan erişebilirsiniz \(İngilizce\)](#)



Haberi Yayın

Sosyal medyada gönderi yayınlamak ilk adım. Hikayenizin yaygın bir şekilde paylaşılmasını sağlamak için, destekçi, müttefik ve arkadaş ağlarınızdan yardım alın. Hikayenizin bir etki yaratmasını bu sayede sağlarsınız.

Bu konuda bazı ipuçları verebiliriz:

- Ortaklarınız ve müttefikleriniz kimler? Muhabirler, STK'lar, sosyal medya fenomenleri, topluluklar ve diğer haber kaynakları kimler?

Onlara birer mesaj gönderin ve hikayenizi paylaşımlarını isteyin. Hikayenizin görünmesini sağlamanın en iyi yollarından bazıları ilişkilerinizdir.

- Ulaşmaya çalıştığınız kampanya hedefleri var mı? Bu hikayeleri siyasetçilerin, şirketlerin veya diğer hedeflerin görmesini nasıl sağlayabilirsiniz?

Bir e-posta mesajı ile hikayenizi onlarla paylaşabilirsiniz veya birçok insanı sürece katıp, Twitter fırtınası benzeri bir çalışma yapabilirsiniz.

Yeni şeyler denemeye devam etmek de çok önemlidir! Eğer bir şey işe yaramazsa, yaratıcı olun ve başka yollar düşünün.

→ Lütfen oluşturduğunuz hikayeleri bizimle de paylaşın! Sosyal medyamız üzerinden 350.org ekibine ulaşabilirsiniz. İçeriğinizde bizi etiketleyin ve bizi doğrudan mesajla bilgilendirin.

BAĞLANTIYA GEÇİN

Hikaye anlatıcılığını toplumsal değişim amacıyla kullanmanın başka yollarını keşfedin.

İklim hareketine nasıl katılacağınıza emin değilseniz ama destek vermek için becerilerinizi kullanmak istiyorsanız, size bazı önerilerimiz var:

- 1 Yakınınızda yerel bir grup bulun:** Birlikte çalıştığımızda çok daha güçlüyüz. Yaşadığınız yerde başka hangi iklim ağları mevcut, veya iklim kriziyle bağlantıyı kurabilecek hangi yapılar var? Bölgenizde doğrudan iklim krizine odaklanmasa bile kent, ekoloji, gıda ve benzeri konularda çalışan doğal müteffikler olabilir.
- 2 İlave eğitimler bulun:** Eğer iklim alanında kampanyacılık, iklim bilimi veya başka konularda ilave bilgi edinmek istiyorsanız, tr.trainings.350.org adresinde çok güzel eğitimler ve başka kaynaklar bulabilirsiniz.
- 3 Sanat yapın:** Sadece dijital şeylere odaklanmayın. Eğer iklim hareketini desteklemek için başarılı sanat çalışmaları yapmak istiyorsanız, art.350.org adresinde faydalı kitler ve kılavuzlar bulabilirsiniz.