



Farkındalık Artırma
Eylem Planı

Funded by
the European Union

TÜRKELİ'NİN SECAPİ

Increasing Climate Change Adaptation of Local Industry and Agriculture
TR2020/DG/01/A2-01/207



**Sosyal Medya
Politikası**

**Geleneksel Medya
Politikası**

**Kişilerarası
İletişim Politikası**



<https://turkeliprojesi.org.tr>



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 İlçe Belediyesi konsorsiyumu tarafından yürütülen projenin 5 ve 10. Ayları arasındaki farkındalık oluşturma aşaması ve 2050 yılına kadar sürecek politika metnidir. Politika metni 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 ikincisi geleneksel medya üçüncüsü ise kişilerarası iletişim ile kurulacak ilişkilerdir. Her yol haritası öncesinde genel politikaya değinilmiştir.



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

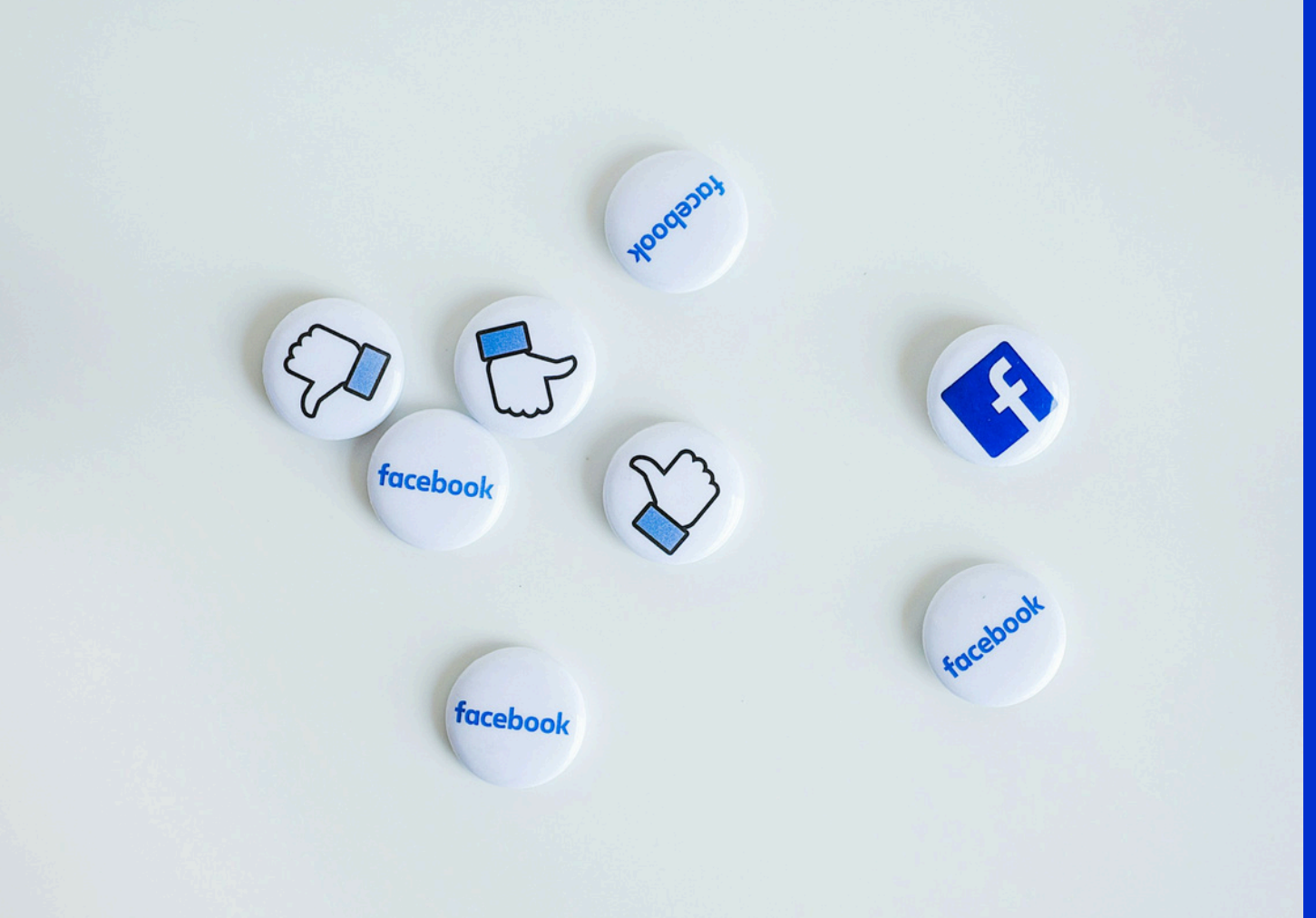
SOSYAL MEDYA POLİTİKASI

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

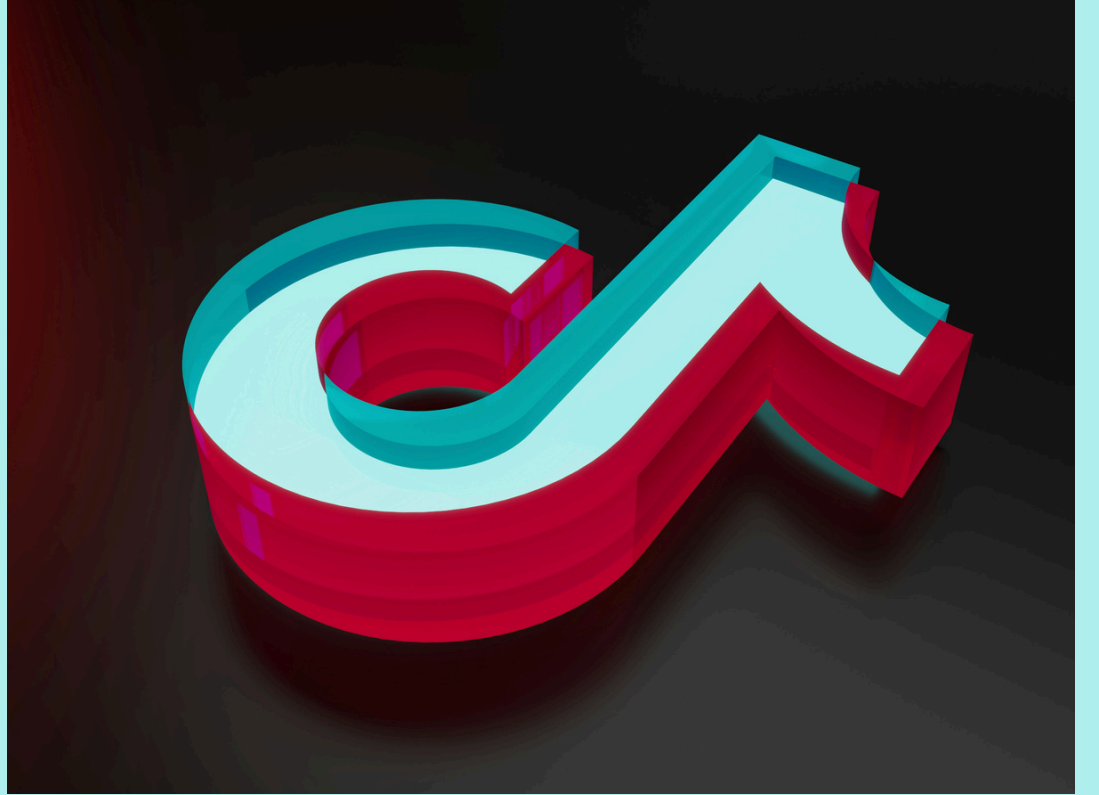


Dünya üzerindeki 4 Milyar 900 milyon sosyal medya kullanıcısı arasında 2 Milyar 900 milyon ile en çok kullanıcıya sahip olan Facebook (Büyükdoğan, 2024), sunduğu çoklu ortam paylaşımı ve gruplar arası etkileşim ile proje ve hedefleri hakkında farkındalık oluşturmak adına önem arz etmektedir.

Bu kapsamda Türkelî'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 kuşuğu tarafından eğlenceli içerikler sunduğu, gelişmiş filtreleri içinde barındırdığı, kullanıcıyı bilgilendirici içerikleri barındırması, kullanım kolaylığı sağlaması, video sürelerinin kısa süreli olması, hızlı ve akıcı bir algoritmaya sahip olması ve müzik dinletisi sağlaması sebebiyle (Tam, 2022) rağbet gören TikTok uygulaması, proje hedeflerinin genç nesillere aktarılması ve ilgilerini çekmesi açısından önem arz etmektedir



TikTok'ta paylaşılacak içeriklerde ilk 1.5 saniyenin ilgi çekmek için önemli olduğu unutulmamalıdır. Bu videolar hazırlanırken sıkıcı ve niceliksel bilgiler vermek yerine ilgi çekici ve eğlenceli içerikler sunmak gerekmektedir. Nitekim TikTok, özellikle kırsaldaki gençler arasında rağbet görmektedir ve Türkelî özelinde yapılan bu çalışmaların uzun vadeli bir farkındalığa yol açması 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

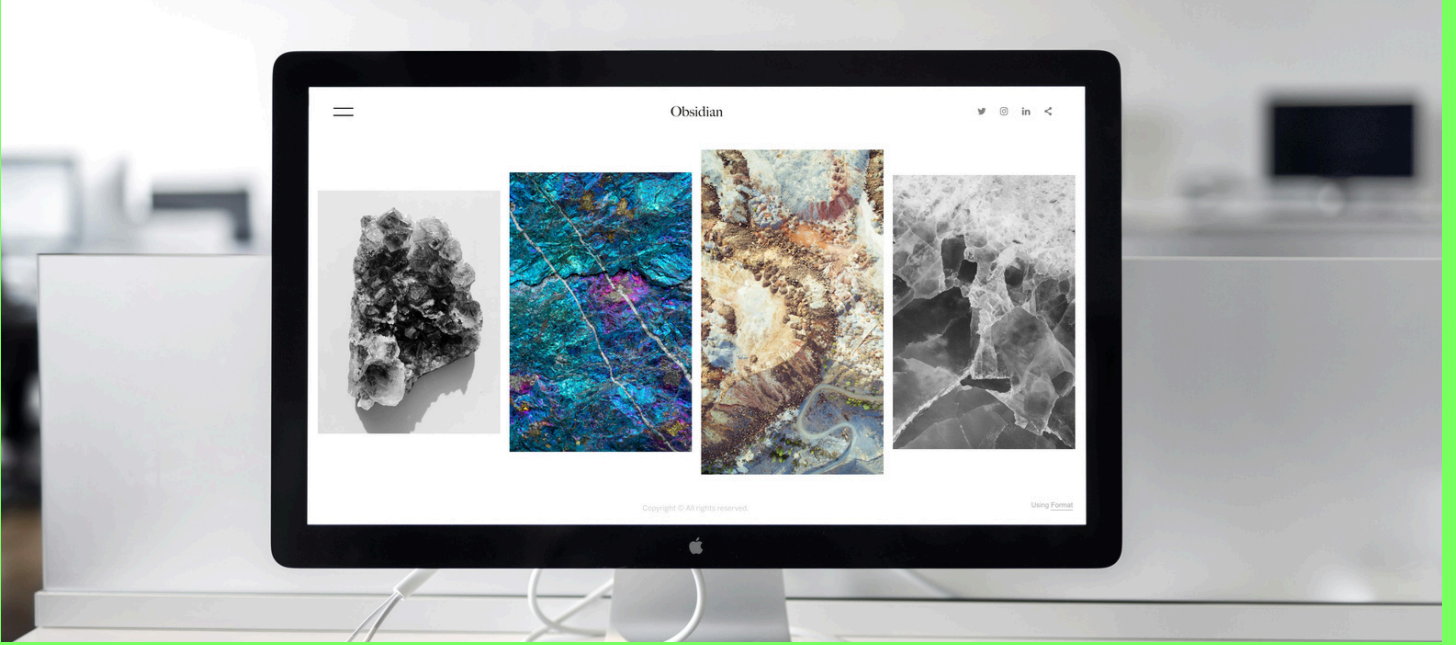
İzlenecek video içeriğini zaman ve mekândan azade kılan YouTube platformu, özellikle proje uzmanlarının, yöneticilerinin ve alan uzmanlarının canlı yayınlara katılarak farkındalık oluşturduğu, ayrıca kısa bilgilendirici içerikler ürettiği bir alan olarak kullanılabilir. Bu konuda izlenmesi tavsiye edilen 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.

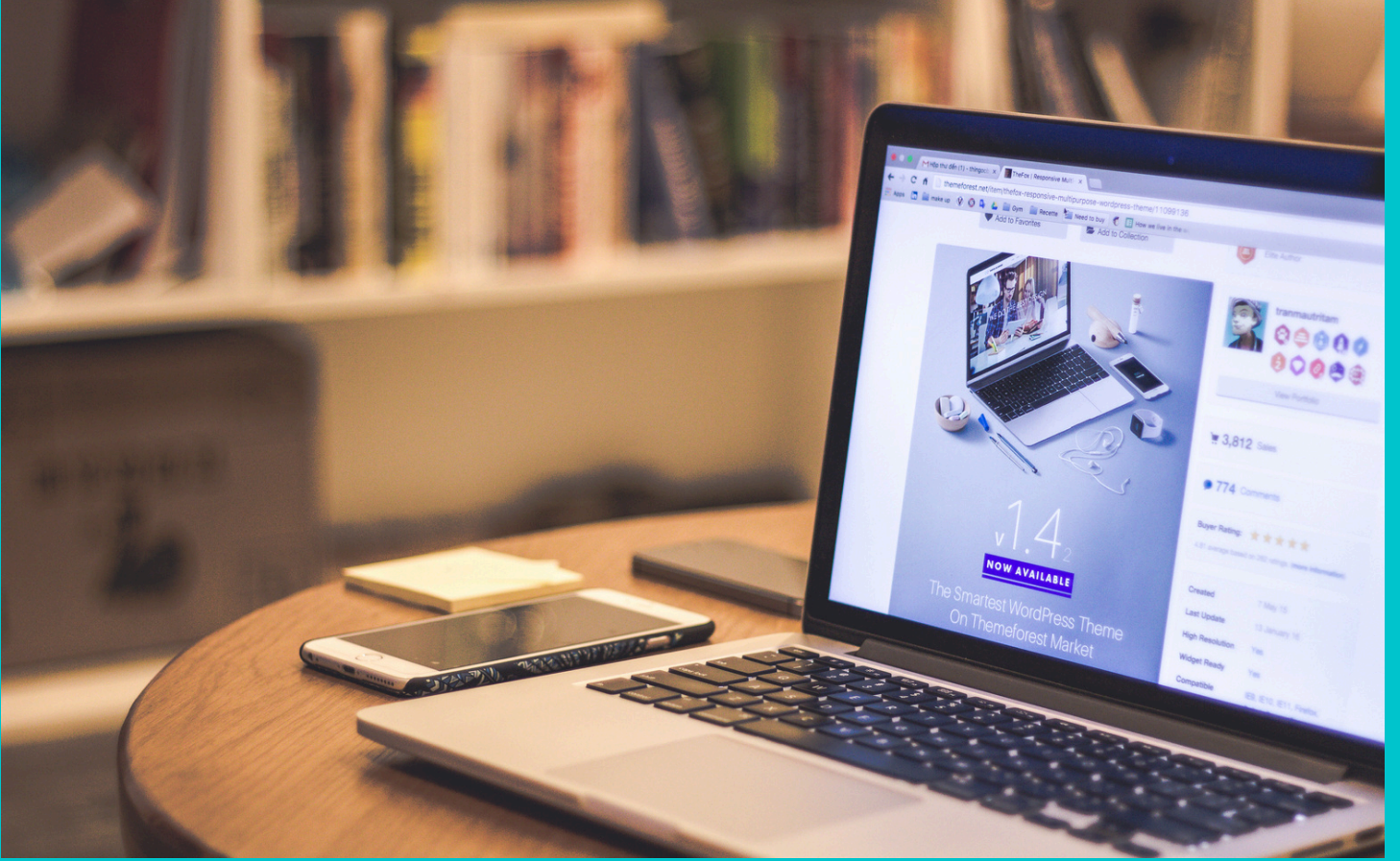


DİJİTAL SERGİ



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 çıktılarının 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.

GELENEKSEL MEDYA POLİTİKASI



Proje kapsamında oluşturulması hedeflenen farkındalığın yayılması adına geleneksel medya kullanımını iki ayrı başlıkta incelemek gerekmektedir. Bunlardan ilki ulusal medya ikincisi ise yerel medyadır. Ulusal medya, sunduğu haber ve kullandığı dağıtım-ileişim olanaklarını ülke genelinde okunmaya-izlenmeye-dinlenmeye yönelik üretir. İkinci olarak yerel medya kuruluşları ise en basit tabiriyle yayını ulusal veyahut küresel ölçekte takip edilmek odaklı değil belirli bir yerel bölgeye odaklı haber sunmak amacıyla hazırlanan ve dağıtım-iletişim olanaklarını da bu kapsamda değerlendiren basın kuruluşlarıdır (Erdoğan, 2024).

Türkiye’de yerel medya kuruluşlarının hâlâ önemini korumakta olduğu ve gerek sivil toplumda gerek yerel halkta gerek ise siyasette ve idarede etkin oldukları göz önünde bulundurulmalıdır. Yerel basın ayrıca ulusal basın için haber kaynakları olduğu ve ulusal basınla irtibatta olduğu unutulmamalıdır. Bu kapsamda yerel basın ile pozitif ve uzun vadeli bir iletişim kurulmalı ve düzenli olarak irtibat sağlanmalıdır. Bir ilçe olarak Türkeli, yerel basın kuruluşları açısından çok zengin olmamakla birlikte bu proje kapsamında Türkeli ilçesi, Sinop ili ve Kastamonu ili ölçeğinde yayın yapan kuruluşlara odaklanmakta ve iletişim kurmakta fayda vardır. Ayrıca ulusal ölçekte yayın yapan ajans ve haber kuruluşlarının bölge ve il temsilcileriyle irtibat kurulması da fayda sağlayacaktır.



“Türkiye’de yerel medya kuruluşlarının hâlâ önemini korumakta olduğu ve gerek sivil toplumda gerek yerel halkta gerek ise siyasette ve idarede etkin oldukları göz önünde bulundurulmalıdır.”

YEREL BASIN İLE GÖRÜŞME VE BİLGİLENDİRME TOPLANTISI



2000'li yıllardan itibaren geleneksel medyanın iletişim ekosisteminde domine ettiği alan sorgulanır olsa dahi yerini koruduğu gözlemlenmektedir. Nitekim günümüzün sosyal medya aktörleri de aslında geleneksel medyadan veyahut sosyal medya dışından elde ettikleri güç ve tanınırlık sayesinde büyük kitlelere ulaşmış ve gündeme yön vermiştir. Bu kapsamda Türkeli ve yakın coğrafyasında konuşlu yerel basın kuruluşları ile internet ve sosyal medya kuruluşları yöneticileri ile SECAP ve Proje'nin açıklandığı bir bilgilendirme toplantısı, ilerleyen adımlarda farkındalık oluşturmak açısından faydalı olacaktır. Bu toplantıda yerel basın ile kurulan bağlantı, hem ileride değinilecek olan eğitimlere katılım sağlanması hem gerçekleştirilen faaliyetlerin daha geniş kesimlere duyurulması hem de oluşturulmaya çalışılan çevre ve iklim farkındalığı hakkında geri dönütlerin toplanması adına kilit konumdadır. Yerel basın kuruluşları ile kurulan bağlantının proje çıktıları doğrultusunda farkındalık oluşturmak açısından uzun vadeli stratejik önemi bulunmaktadır. Bu toplantıda bilgilendirme kapsamında teknik detaylardan çok vizyon ve misyonun açıkça ortaya konulması, iş birliğine açık olduğunun dinleyicilere aktarılması gerekmektedir.

YEREL BASIN İLE SÜRDÜRÜLEBİLİR LİK EĞİTİM FARKINDALIĞI SERTİFİKALI EĞİTİM PROGRAMI



Bu eğitimler kapsamında yerel basın ile görüşme ve bilgilendirme toplantısında sağlanan bağlantının doğru kullanılması önemlidir. Yerel basın mensuplarına, özellikle genç ve yeni başlayan ve meslekte yükselme azmi gösteren muhabirlerin katılımıyla genel çerçevede bir Çevre ve İklim Haberciliği özelde ise SECAP'ın ve yürütülen projenin anlatılacağı bir sertifikalı eğitim programını tercih etmenin faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu eğitimi tamamlayan muhabirlerle bağlantının devam ettirilmesi ve zaman zaman projenin gidişatı ve hedefler hakkında görüşmeler yapılması oluşturulması hedeflenen farkındalık açısından faydalı olacaktır.

YEREL RADYOLARDA KAMU SPOTU:

Dijital mecraların yükselişte olmasına rağmen geleneksel medya kanalları hâlâ önemini korumaktadır. Özellikle mesai saatlerinde, insanların araçlarında olduğu zaman aralıklarında yerel veya bölgesel olarak radyoların kullanılması ve proje üzerine ilgi çekici ve bilgilendirici içerikler oluşturulması önerilmektedir.

PROJEYİ AÇIKLAMAK ADINA PROJE YETKİLİLERİNİN YEREL BASINA İÇERİK SUNMASI



Proje yönetimi kapsamında uzman bir yetkili, gerek radyo veyahut televizyona konuk olarak gerek ise basılı veya dijital haber kanallarına konuk olarak projeyi, proje hedeflerini ve çıktılarını genel kitleye hitap ederek açıklaması, ön bilgilendirme ve farkındalık oluşturmak açısından fayda sağlayacaktır. Bu içerikler üretilirken projenin sosyal medya hesaplarına veyahut internet sitesine yönlendirmede bulunulmaya dikkat edilmelidir.

KİŞİLERARASI İLETİŞİM POLİTİKASI

İletişimin en ilkel fakat etkili olan türü, kişilerarası ve birebir temas ile gerçekleşendir. Bu kapsamda kurulan kişilerarası iletişimde proje temsilcilerinin oluşturdukları izlenimin projenin imajını oluşturacağı ve oluşan farkındalığın tutunması adına önemi göz önünde bulundurulmalıdır.



ÜNİVERSİTELERDE KONFERANSLAR

Sinop Üniversitesi bünyesinde bulunan Türkeli MYO'da SECAP'ı ve projeyi anlatacak toplantılar gerçekleştirilerek bir tanınırlık ve farkındalık oluşturmak mümkündür. Bu toplantılarda projenin sosyal medya hesaplarının da açıkça paylaşılması ve farkındalık oluşturma faaliyetleri kapsamında yapılacak etkinlikler için daha geniş bir kitleye ulaşılması fırsatı bulunmaktadır. Ayrıca bu toplantılar ile hem öğrencilerin hem de akademik ve idari personelin farkındalığı artacağı gibi konsorsiyumun da tanınırlığı artacaktır. Başlangıç aşamasında MYO Müdürlüğü veyahut öğrenci topluluklarıyla iletişime geçmek, faydalı olacaktır.

ÖDÜLLÜ YARIŞMA

Proje kapsamında Türkelî'deki ortaokul ve liselerde elektronik olarak kompozisyon yarışması düzenlenmesi, doğrudan öğrencileri araştırmaya ve düşündürmeye yönelteceği için sağlam temellerde bir farkındalık oluşturma potansiyelini haizdir. Bu kompozisyon yarışmasının duyurulması ve ödül törenlerinin düzenlenmesi süreci hem proje hakkında tanınırlık sağlayacak hem de oluşturulması hedeflenen farkındalık açısından belirli bir veri sunacaktır. Bu sayede hem öğrenciler hem öğretmenler hem de veliler konudan haberdar olacaktır. Yapılacak ödül töreninin yerel basına yansması ve sosyal medyada paylaşılması ile etkileşim sağlanacak ve ana duyurular için oluşturulmaya çalışılan konuya ilgili kitle oluşumuna katkı sağlanacaktır. Yarışma neticesinde verilecek ödüllerin sürdürülebilirlik faaliyetleri ve çıktıları ile ters düşmemesi gerektiği göz ardı edilmemelidir.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK HAKKINDA FARKINDALIK SERTİFİKA EĞİTİM PROGRAMI

Proje ve hedeflenen çıktılar hakkında kamu personeline yönelik bir hafta sonu olacak şekilde sürdürülebilirlik hakkında farkındalık oluşturma sertifika eğitim programı düzenlenmesi ile farkındalık oluşturmak mümkündür. Alandan uzman isimler tarafından kamu personeline eğitim verilmesi ve sertifika sunulması, hem katılımcıların özgeçmişlerine katkı sağlayacak hem de farkındalık oluşturacaktır.



İLKOKUL'DA HAYAT BİLGİSİ DERSİ KAPSAMINDA FARKINDALIK OLUŞTURMA PROGRAMI



Türkelide ve köylerinde bulunan ilkokullarda, gerekli yasal süreç takip edildikten sonra proje kapsamında çalışan ve konu hakkında bilgi sahibi uzmanların hayat bilgisi dersi kapsamında bir saat derse girmesi ve 2050 yılına kadar hedeflenen iklim nötr olma hedefini açıklaması, sürdürülebilir enerji kaynaklarının kullanımındaki artışın faydalarını aktarması, enerji verimliliği kavramını tanıtmaları ve CO2 emisyonları hakkında bilgi vermesi, farkındalık oluşturmak açısından kaynakların verimli kullanıldığı bir yöntem olacaktır. İlkokul çağındaki öğrencilerin aileleriyle sıkı iletişim kurdukları da göz önünde bulundurulursa, bu verilecek bir saatlik eğitimi ailelere de yansımaları muhtemeldir. İlerleyen süreçte öğrencilerin bu konuda kısa bir ödev hazırlamasını istemek mümkündür. Bu planın uygulanması adına yerel ölçekte öğretmenlerle irtibatlı olmak önem taşımaktadır.

ORTAOKUL'DA FEN BİLGİSİ DERSİ KAPSAMINDA FARKINDALIK OLUŞTURMA PROGRAMI

Türkeli'de ve köylerinde bulunan ortaokullarda, gerekli yasal süreç takip edildikten sonra proje kapsamında çalışan ve konu hakkında bilgi sahibi uzmanların hayat bilgisi dersi kapsamında bir saat derse girmesi ve 2050 yılına kadar hedeflenen iklim nötr olma hedefini açıklaması, sürdürülebilir enerji kaynaklarının kullanımındaki artışın faydalarını aktarması, enerji verimliliği kavramını tanıtmaları ve CO2 emisyonları hakkında bilgi vermesi, ilkokullarda olduğu gibi ortaokullarda da hem kısa hem de uzun vadeli bir farkındalık oluşturulmasına fayda sağlayacaktır.



EĞİTİCİLERİN EĞİTİMİ

Türkeli ilçe merkezinde ve köylerinde bulunan eğitim kurumlarında, gerekli yasal sürecin takip edilmesi ve akabinde ilkököl, ortaokul ve lise seviyelerinde ilgili derslerin öğretmenlerinin eğitilmesi, farkındalık oluşturmak adına faydalı bir adım olarak değerlendirilmektedir. Bu eğitimlerin sonunda bir eğitim sertifikası verilmesi, profesyoneller tarafından sıklıkla kullanılan LinkedIn profillerinde paylaşılması sebebiyle hem bir farkındalık oluşturacak hem de eğitim yoluyla genç nesillere aktarılarak hedeflenen farkındalığın artışına katkı sunacaktır.

TÜRKELİ'DEKİ SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI İLE GÖRÜŞME

Kuruluş amacına göre çeşitli hedefler ve yapılanmaları olan sivil toplum kuruluşları ile yapılacak olan kısa ve bilgilendirici görüşmeler, farkındalık oluşturmak açısından düşük maliyetli ve etkili bir yöntem olarak belirmektedir. Bu görüşmeler kapsamında yerel medyanın doğrudan ulaşamayacağı çeşitli paydaşlarla görüşme fırsatı elde edebilmek mümkündür. Sivil toplum kuruluşlarıyla gerçekleşen görüşmelerde verilen bilgilerin doğrudan yaşama temas eden noktalarına değinilmesi ve teknik detaylar ile dinleyicileri konudan koparmamaya dikkat edilmesi gerekmektedir.

