



JANDARMA VE SAHİL GÜVENLİK AKADEMİSİ SOSYAL MEDYA STRATEJİSİ

Ankara,2021

JANDARMA VE SAHİL GÜVENLİK AKADEMİSİ

SOSYAL MEDYA STRATEJİSİ

Durum Analizi

Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi (JSGA)'nın birer sosyal medya platformu olan Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn ve Instagram hesapları bulunmaktadır. 2017 yılında açılan bu sosyal medya hesaplarının hâlihazırda bir iletişim planı veya stratejisi yoktur. Bu durum, paylaşımlarda tutarlılık eksikliği yaratmakta olup iletişim etkinliğini azaltmakta ve akademinin imajı yönetimini ve yönetme yetkisini zayıflatmaktadır.

2020 yılında Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi'nin sosyal medya hesapları İçişleri Bakanlığı tarafından onaylanmıştır. Bu onay, akademinin sosyal medya hesaplarının öneminin bakanlık tarafından kabul edildiğini ve potansiyeline değer verildiğini göstermektedir. Bu durumda yapılacak ilk görevlerinden biri akademi çapında bir sosyal medya stratejisi geliştirmektir.

Bu strateji belgesi, Basın, Halkla İlişkiler ve Protokol Şube Müdürlüğüne hazırlanmış ve gözden geçirilmiştir.

Genel Strateji

- Akademinin sosyal medya girişimlerini koordine etmek ve güçlendirmek,
- Sosyal medyayı genel iletişim stratejisinin ayrılmaz bir parçası olarak bünyesinde bulundurmaktır.

İlkeler ve Yöntemler

1	Samimiyet ve gençlerin dilinden konuşmak
2	Sosyal medya hesaplarını tek elden yönetmek; tek dil ve tutarlılık
3	Düzgün Türkçe kullanmak
4	Gençlere hitap eden paylaşımlar yapmak
5	Paylaşımların içeriğinin belirli olması ve bu belirli içerik dışında bir şey paylaşmamak
6	Siyaset veya gündemde taraf oluşturacak herhangi bir paylaşım yapmamak
7	JSGA'nın tanıtımı-tarihine ve köklü geçmişine yönelik paylaşımlar yapmak
8	İnteraktif olmak; sorulara anında yanıt vermek, öğrencilerin yaşadığı sorunlara çözüm önerileri bulmak
9	Reklam vermemek. JSGA köklü bir kurum; reklama ihtiyacı yok algısı yaratmak

Hedefler

Sosyal medya aracılığıyla ulaşmak istenilen hedefler

1	JSGA'nın kurumsal imajını güçlendirmek
2	Tercih sırasını yükseltmek, marka oluşturmak, güven tesis etmek
3	Akademiye tanıtmak
4	İletişimde çağın gereklerini yakalamak
5	Akademik ve pedagojik anlamda gelişim sağlamak
6	Mevcut ve aday öğrencilerle, mezunlarla ve ebeveynlerle etkin iletişim kurmak
7	Katılımcı bir ortam sunarak öğrencilerin kendilerini ifade edebilme becerilerini geliştirmek
8	Akademi bünyesinde işbirliğine dayalı bir sosyal medya ortamı oluşturmak

Hedef Takipçi

Sosyal medya aracılığıyla ulaşmak istenilen hedef takipçiler

Birincil Takipçiler

1	Aday Öğrenciler
2	Mevcut Öğrenciler
3	Akademi Personeli (Akademik-İdari)
4	Ebeveynler
5	Ziyaretçiler
6	Devlet Yetkilileri
7	Basın
8	Diğerleri

Aday Öğrenciler: Aday öğrenciler internet üzerinde gezinirken gideceği okulları ziyaret etmekte ve öğrenim görmeyi arzuladıkları üniversiteyi daha yakından tanımaya çalışmaktadır. Bu nedenle üniversiteler, daha çok öğrenci kazanabilmek amacıyla web sayfalarını dikkat çekici hale getirmelidir. Sosyal medyada paylaşılan yaratıcı formatta hazırlanmış bir içeriğin okunurluk düzeyi ve takipçiler arasında paylaşılma oranı, tanıtım çalışmalarına önemli katkılar yapmaktadır. Bu amaçla, gençlerin hayatlarını belirleyecek önemli bir kavşak olan üniversite ve meslek tercih zamanlarında sosyal medyada JSGA'nın hedef kitlesindeki gençlere tam ve doğru tanıtılması için çalışmalar yapılacaktır.

Sadece eğitim ve öğretim alanında değil, Jandarma Genel Komutanlığı ile Sahil Güvenlik Komutanlığının görev alanları, koşulları personelde aranan nitelikler, çalışanların sahip olduğu haklar

konularında en doğru bilgiyi ulařtırmak, kuruma katılmayı dūřünen hedef kitleye kurumsal deęerleri ve kurumsal kűltűrűn unsurlarını aktarmaktır. Bu paylařımlarda amaç; adaylara bir meslek tercihinden ziyade bir yařam biçimi, deęerler ve anlamlar dűnyası tercihi yapacakları mesajını iletmektir. JSGA, tarihi derinlięimizin űrűnű olan milli deęerlerimizi benimsemekte ve bunların korunması için çalıřmaktadır.

Mevcut ğrenciler: İletişim imkânları ve internetin yaygınlaşması ile birlikte gençler dűnyada olan yeni gelişmelerden çok hızlı biçimde haberdar olabilmektedir. Gençlerin yeni teknolojileri olan hızlı uyumluluklarını pekiştirmek ve onlarla aşına oldukları iletişim ortamlarında paylaşımda bulunabilmek kurumsal önceliğimizdir. Gelecek yaşamlarının ayrılmaz parçası olacak bilişim ortamına mevcut öğrencilerimizin kurumsal değerler, yasal sınırlar, etik kurallar dahilinde erişebilme becerilerini geliştirmek ve öğrencilerimizi bilgi toplumunun bilinçli ve yönlendirici bireyleri olarak hazırlamak, bilgi toplumuna geçiş aşmasında bizleri bugűne kadar gűclű yapan ve zinde tutan milli değerlerimizin korunup gűlendirerek gelecek nesillere aktarılmasında bilişim ortamını yetkinlikle kullanabilecek bireyler olarak gelişimlerine katkı sağlamak temel amacımızdır.

Bilgi toplumuna geçiřte yařadığımız bu hızlı sűrete internetin űniversite öğrencileri tarafından kullanımı her geçen gűn artmaktadır. Bu konuda yapılan arařtırmalarda da bařta űniversite gençlięi olmak űzere bűtűn gençlerin yeni iletişim teknolojilerine çabuk adapte olduklarını ortaya çıkarmaktadır. Bu gerçeęi göz nűnde bulunduran űniversiteler de daha kısa zamanda ve daha dűřűk maliyetle hedef kitlesi olan gençlere ulařmak için sosyal aęları kullanmaktadır.

Akademi Personeli: Üniversitelerin ğretim űyeleri, ğretim görevlileri ve diğer araştırmacılar gibi akademik personeli ile idari personeli, űniversitelerin bűnyesinde bulunan önemli bir paydaşıdır. Sosyal medya eğitim kurumları ve űniversitelerde bulunan personelin gelişimini, kurum içinde tam zamanlı bilgi akışını sağlayarak, oryantasyon ve eğitim çalışmalarını teşvikler, çalışan kişilere yönetime her an ulaşabilme imkânı sunarak kurumu benimseme sűrelerini hızlandırır. Bu nedenle kurumların personele, kurum ile ilgili gelişmeleri anında yansıtın bilgileri açık iletişim kanalları ve etkin araçlar ile iletmesi gerekir.

JSGA açıklık, hesap verebilirlik, samimiyet, dűrűslűk, verimlilik, etkinlik, sorumluluk alma, hız, uyumluluk prensiplerinin tűm űyeleri tarafından benimsenerek davranıř olarak gözlemlenebilir olmasını hedefler. Bu prensiplerin benimsenmesinde ve hayata geçirilmesinde en önemli aktörlerin öğrencilere rol model olacak akademik ve idari personel olduęuna inanır. Kurumsal dayanıřma ve uyumun gűlendirilmesinde biliřim ortamından etkin bir araç olarak yararlanmayı öncelikli olarak grűr. Ayrıca evreye ve gezegenin gűvenlięine dost bir kurum olarak biliřim teknolojileri ile elde edeeęi yararların gezegenimizin geleceęi için önemli olduęunun savunucusudur. Bu evreci bilincin geleceęe aktarılmasında sosyal medyanın saęladıęı yararlar yadsınamaz.

Ebeveynler: Ebeveynler; çocuęunun eęitimi ve geleceęi için bir takım űrűn ve hizmetleri internet ortamında bulabilirler. Bu durum, ğrenci ailelerinin internete ilgi duymasını saęlamıřtır. Ayrıca çocuklarını okutacakları űniversitelerin seçiminde űniversitelerin internet sayfalarının yanı sıra sosyal medyadaki tanıtım sayfaları da etkili olmaktadır.

Sosyal Medya Araçları

Belirlediğiniz hedeflere katkıda bulunan araçları seçin.

Araç	Amaç/Strateji	Ölçüt	Öncelik Sırası (1'den 3'e kadar)
Instagram	-Akademinin kurumsal imajını güçlendirmek -Tercih sırasını yükseltmek, marka oluşturmak, güven tesis etmek -Akademiye tanıtmak	Sayfa beğenileri, gönderi beğenileri, yorumlar	1
Twitter	-Akademinin kurumsal imajını güçlendirmek -Tercih sırasını yükseltmek, marka oluşturmak, güven tesis etmek -Akademiye tanıtmak	Takipçiler, retweetler, yanıtlar, tıklanan bağlantılar	2
Facebook	-Akademinin kurumsal imajını güçlendirmek -Tercih sırasını yükseltmek, marka oluşturmak, güven tesis etmek -Akademiye tanıtmak	Sayfa beğenileri, gönderi beğenileri, yorumlar	3

Paylaşımların İçeriği

Belirlenen 14 adet kriter ile akademinin sosyal medya hesaplarında paylaşılan mesajların içeriğinin neler olduğu ve hangi kıstasları, hangi konuları barındırdığı şu şekilde açıklanmaktadır:

Duyuru: Eğitime verilen tatil gibi aralıklara yönelik duyurular, herhangi bir konudaki hatırlatmalar ya da uyarılar, bir konu hakkındaki öneriler, sınavlar ya da herhangi bir etkinliğe ait başvuru tarihi-son tarih gibi duyurular, programlara ilişkin başlangıç ve bitiş tarihleri, eğitim, sınav ve kurslara ilişkin duyurular ve personel alımlarına yönelik iş ilanlarını belirten paylaşımlar bu kriter altında değerlendirilmektedir.

Bilgilendirme: JSKA ya da bağlı diğer birimlerle alakalı alınan yeni kararlar, değişiklikler veya yenilikler, bir sınav ya da bir başvuruya ilişkin sonuçların neler olduğunun bilgilendirilmesi, televizyon programlarına katılan akademi personeline ilişkin bilgiler, herhangi bir proje hakkında yapılan bilgilendirmeler, özel günlere yönelik bilgilendirici açıklamalar ve rapor gibi bilgilendirmeye yönelik içeriklerle ilgili paylaşılan mesajlar bu kriterin temelini oluşturmaktadır.

Bilimsel Toplantı: Akademi bünyesinde gerçekleşen; sempozyum, kongre, konferans, söyleşi, panel, seminer, çalıştay, eğitim ve sunumlar gibi bilimsel açıdan insanları bir araya toplayan faaliyetlere ilişkin gönderilen paylaşımlar bu kategori içerisinde yer almaktadır.

Toplantı-Görüşme: Akademi içerisinde gerçekleşen protokol toplantıları, konu görüşmeleri, senato ve yönetim kurulu toplantıları, tanışma toplantıları, bilgilendirme toplantıları ve tanıtım toplantılarıyla ilgili paylaşılması uygun görülen mesajlar bu kriter altında değerlendirilmektedir.

Hizmet: Akademi bünyesinde gerçekleşen hizmet ve alt yapı sistemlerine yönelik açılan yeni tesis ve laboratuvarların bilgilendirmesi, yeni yapılan eğitim ve yönetim binalarına ilişkin bilgiler, restore edilen akademi yapıları, tamiri gerçekleşen internet sistemlerine yönelik duyurular, akademi binalarındaki çalışmalar ve yenilenmeyle ilgili hizmetlere dönük faaliyetler bu faktör içerisinde ele alınmaktadır.

Etkinlik: Akademide gerçekleşen; sergi, tanıtım günleri, fuar, gelişim günleri ve geziler ile ilgili paylaşımlar bu kriterde değerlendirilmektedir.

Kültür-Sanat: Akademi içerisinde gerçekleştirilen marş, konser, koro, tiyatro, orkestra, dinleti gibi faaliyetlere ilişkin mesajlar bu değer altında incelenmektedir.

Tören: İçeride ya da dışarıda akademiyle alakalı yapılan; açılış törenleri, ödül törenleri, imza törenleri, emeklilik törenleri, anma günü törenleri, yıldönümü törenleri, görev teslim törenleri ve mezuniyetlere yönelik törenlere ilişkin paylaşılan mesajlar bu kriter altında ele alınmaktadır.

Kutlama: Kutlama kriteri, akademinin özel gün ve zamanlarda paylaşım yaptığı kutlama mesajlarıdır.

Davet-Ziyaret: JSGA'ya yapılan ve JSGA'nın yaptığı makam ziyaretleri, akademinin yurt dışı ziyaretleri, Anıtkabir ziyaretleri, akademiye davetler, yurtiçi ve yurtdışı heyetlerin akademiye ziyaretleri davet-ziyaret kriteri içerisinde değerlendirilmektedir.

Dilek-İstek: Sınavlarda başarı temennisi, herhangi biri için yardım temennisi, öğrencilerin gireceği sınavlarda başarı dilekleri, herhangi bir durum için bireylerin akademiyle beraber hareket etmesi için istekler, akademiye takip eden kişilerden mesaj istekleri, Twitter ile birlikte diğer sosyal medya araçlarından da takip edilme istekleri, projelerle ilgili başarı dilekleri ve yapılacak olan bir etkinliğe bireylerin katılmasını isteme gibi dilek-istek söylemleri bu kriter içerisinde ele alınmaktadır.

Spor: Akademiye temsil eden spor takımlarının bulunması ve sportif faaliyetlerde yer almasından dolayı; akademinin katıldığı yarışlar, akademinin spor tesisleriyle ilgili bilgilendirmeleri, spor oyunlarıyla ilgili duyurular, akademi takımları hakkında bilgiler, maçlar hakkında bilgilendirmeler, takımlar hakkında bilgilendirmeler, yarışlar ve skor durumlarıyla ilgili bilgilendirmeler bu kriterde ele alınmaktadır.

Tanıtım: Tanıtım, akademinin en fazla önem vermesi gereken faaliyetler başında gelmektedir. Akademiye ilişkin tanıtımlar kullanıcıların akademi hakkında yazınsal ve görsel bilgilerinin artmasını sağlamaktadır. Bu noktada akademinin paylaştığı paylaşımlar içerisinde; yerleşkeye ilişkin görseller, akademide kış manzaraları, akademinin tanıtımına ilişkin unsurlar bu kriter altında ele alınmaktadır.

Taziye-Anma: Taziye-anma ile ilgili mesajlar, akademinin bir vefat veya şehit durumuyla ilgili paylaştığı paylaşımları kapsamaktadır.

SWOT Analizi

Güçlü Yanlar (S) <ul style="list-style-type: none">• Sosyal medya hesaplarının tek bir kişi tarafından yönetilmesi, tek dil ve tek sesin kullanılması• Paylaşımlarda düzgün bir Türkçe kullanılması	Zayıf Yanlar (W) <ul style="list-style-type: none">• Takipçilerle interaktif iletişimin sağlanamaması• Hesapların güvenliği ve tehditler için belirli bir stratejinin olmaması• Birimlerden gönderilen içerik paylaşımlarının yetersiz olması• Sosyal Medya Kısmında grafiker, video montaj uzmanı, fotoğrafçı, metin yazarı ve Sahil Güvenlik Komutanlığı'nı temsil eden personelin olmaması
Fırsatlar (O) <ul style="list-style-type: none">• Sosyal medya hesaplarının geliştirilmesi ve sorunsuz işlemesi için bir bütçe ayrılması• Hem akademik-idari personelin hem de öğrencilerin sosyal medyanın bilinçli kullanımı konusunda bilgilendirilmesi ve bu konuda eğitici seminerler düzenlenmesi• Sosyal medya hesaplarının interaktif, canlı ve güncel tutulması• Sosyal medya yoluyla akademiye ulaştırılan memnuniyetsizlikleri giderici faaliyetler yürüterek, bu iletişim yolunun faydalı yönlerinin ön plana çıkarılması	Tehditler (T) <ul style="list-style-type: none">• Yanlış ve önlemsiz sosyal medya kullanımının kurum olarak akademinin zarar görmesine sebep olması• Siber suç riskine karşı güçlü bir koruma programının olmaması• Sosyal medya paylaşımlarının çok hızlı tüketilmesi ve paylaşımların kontrolünü güçleştirilmesi