



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

# Yüksek Öğretimde İklim Değişikliği Konusunda Toplumsal Kapasite Geliştirme: Algı Yönetimi, Farkındalık Yaratma ve Dayanıklılığı Arttırma Projesi

## SOSYAL MEDYA KAMPANYASI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

# ADIM 1 DERİNLEMESİNE GÖRÜŞMELER





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## General Understandings and Perceptions of Climate Change

2 <sup>nd</sup> Order Themes	1 <sup>st</sup> Order Themes	Frequency
Importance of the Issue	<b>Important</b>	31
	Not important	6
Attribution of responsibility	<b>Personal</b>	24
	Governmental	11
	Others Attribution	7
Knowledge and awareness	Self-knowledge	13
	<b>Other people's knowledge</b>	39
Negative emotions	<b>Passive negative emotions (i.e., anxiety, sadness, pity, guilty)</b>	75
	Active negative emotions (i.e., anger, fear)	12





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## Drivers of Climate Change

2 <sup>nd</sup> Order Themes	1 <sup>st</sup> Order Themes	Frequency
Drivers of climate change	Political	1
	Economic	26
	Socio-cultural (i.e. human, urbanization and industrialization)	33
	Technological	15
	<b>Environmental (i.e. environmental pollution, overutilization of fossil fuels, ozone layer depletion, depletion of natural resources)</b>	<b>79</b>
	Legal	1
	Media	1





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## Climate Change Related Practices

2 <sup>nd</sup> Order Themes	1 <sup>st</sup> Order Themes	Frequency
Personal behavior in the context of climate change	Good behavior (i.e., public transportation, saving water and electricity, recycling and forestation)	62
	<b>Bad behavior</b> (i.e., using perfumes, driving car, consuming excessive water, using air-conditioner)	78
Recalled images from the previous campaigns	<b>Animals</b> (i.e., polar bears, penguins, pandas, sea dogs)	31
	Forests and trees	9
	Drought and desertification	7
	Desperation	6
	Melting of glaciers	5
	Renewable energy resources	2
	Starvation	2
	Wars	1
Natural disasters	1	





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti

2 <sup>nd</sup> Order Themes	1 <sup>st</sup> Order Themes	Frequency
Ecological Consequences	Impact on season (e.g., glaciers, temperature, floods and extreme weather conditions)	57
	Impact on plants( e.g., trees, forests, other plants)	59
	<b>Impact on animals</b>	<b>62</b>
	Impact on natural resources(e.g., sandstorm, scarcity, drought, wastage)	52
	Impact on individual	22
	No impact	5
	Waste	6
	Seas and river (e.g., sea level rise)	18
	<b>Air pollution</b>	<b>35</b>
Societal Consequences	Economy (e.g., investments, agriculture, industrial, production)	6
	Society (e.g., welfare, life quality, immigration, next generations)	33
	<b>Health (e.g., epidemic diseases, hunger, deaths)</b>	<b>34</b>
	Policy (e.g., national security, wars, disturbances, fires)	6
Temporal distance	Immediate consequences	0
	<b>Future consequences</b>	<b>33</b>

## Consequences of Climate Change





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## **ADIM 2**

### **ODAK GRUP ÇALIŞMALARI**

Sosyal medya kampanyası planlamasının ikinci aşamasında ise 04.01.2018 tarihinde üç odak grup çalışması düzenlenmiştir.

Katılımcılara iklim değişikliği ile ilgili bir farkındalık kampanyası hazırlama görevi verilmiş ve katılımcılardan bireysel olarak bu kampanyada temsil ettikleri paydaş grubunun ilgisini en üst düzeyde çekebilecek ve farkındalık düzeylerini arttıracak, bir tema, imge ve metin tasarımları istenmiştir.

Her bir katılımcının kampanya önerisi dinlendikten sonra çalışmaların ikinci ayağında, grup olarak fikirlerini tartışıp, tüm katılımcıların üzerinde fikir birliğine vardığı tek bir kampanya (tema, imge ve metin) hazırlamaları istenmiştir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## Etkinlik 3

# Sosyal Medya Kampanyasının Planlanması ve Yönetimi





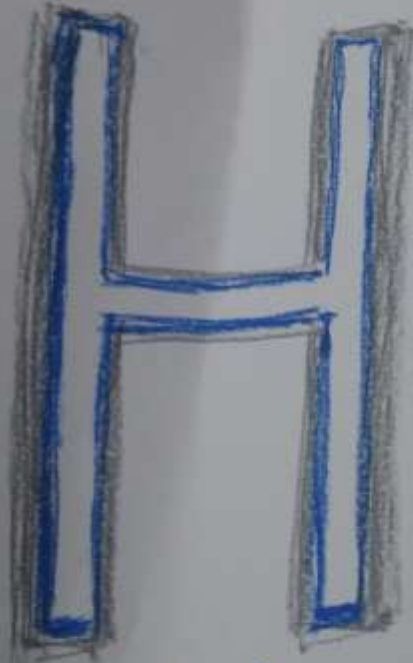


Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

### **Etkinlik 3**

## **Sosyal Medya Kampanyasının Planlanması ve Yönetimi**

DAMLAYA DAMLAYA YOK OLUR



HEPİMİZ



İÇİN



SU

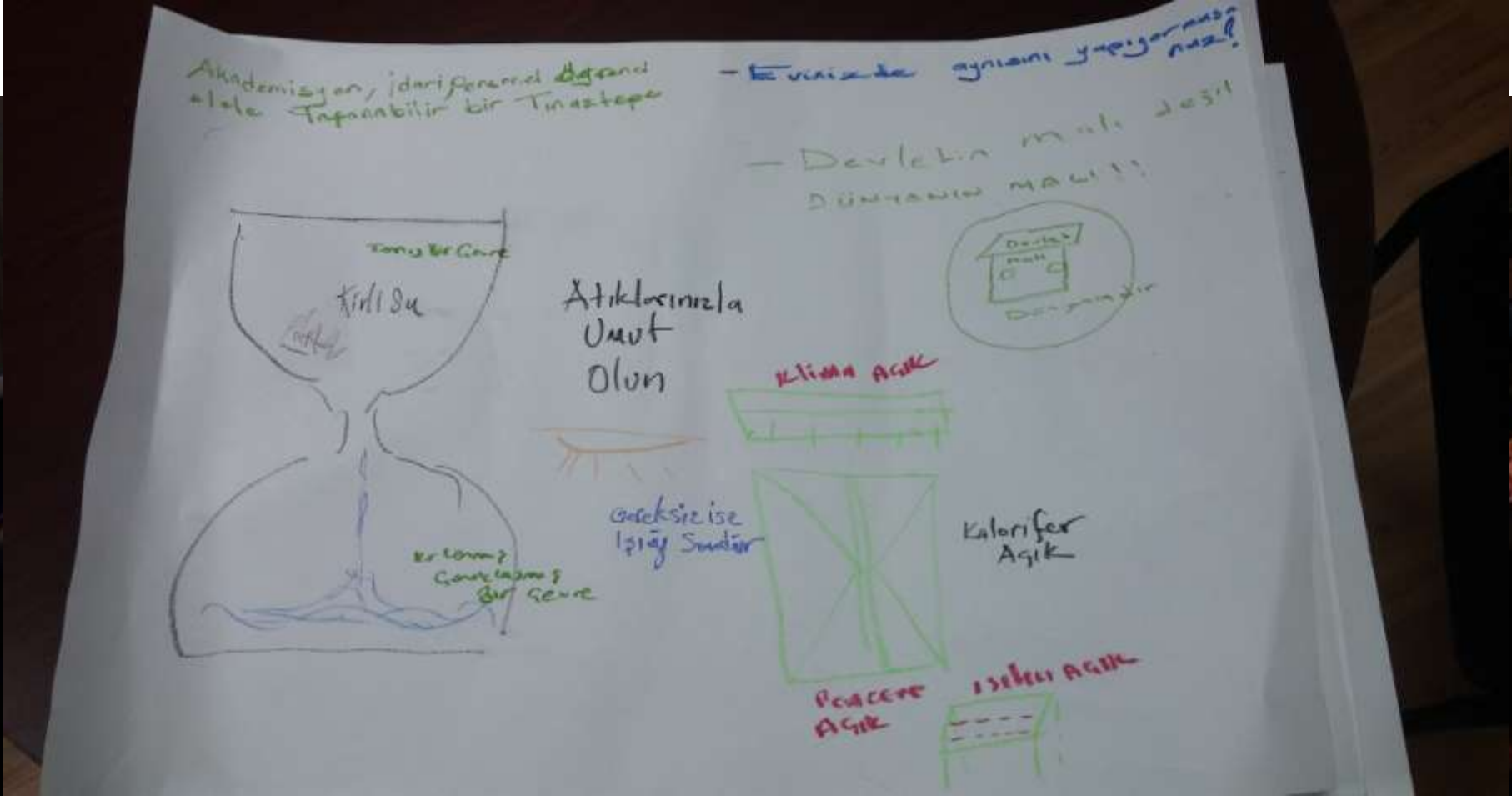




Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## Etkinlik 3

# Sosyal Medya Kampanyasının Planlanması ve Yönetimi



**think  
neuro**



**İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNE  
FARKINDALIKTA  
TÜRKİYE'DE BİR İLK**

**NÖRO-PAZARLAMA  
DENEYİ**

**İKLİM  
DEĞİŞİKLİĞİNE  
BEYİNİNİZ NE  
DİYOR?**

Dokuz Eylül Üniversitesi, AB/IPA destekli iklimDE Farkındalık Projesi kapsamında iklim değişikliği ile ilgili farkındalığı arttırmak üzere Nöropazarlama deneylerini gerçekleştirdi. Deneyler İstanbul'da faaliyet gösteren think neuro firması işbirliğiyle 23 Mart 2018'de DEÜ İşletme Fakültesinde kurulan laboratuvarda gerçekleştirildi. Deneyler öğrenci ve Üniversite personelinden yoğun ilgi gördü.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## ADIM 3 NÖROPAZARLAMA DENEYLERİ

**iklimDE**  
Farkındalık Projesi

**KURAKLIK ve AŞIRI YAĞIŞLAR**  
**İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNİN SONUCUDUR**  
İKLİM, FOSİL YAKIT KULLANIMIYLA BOZULMUŞTUR

**ŞİMDİ**  
**TOPLU TAŞIMA**  
**KULLANARAK**  
**BU MASUM**  
**PENGUENLERİN**  
**YAŞAMINI**  
**KURTARMAK**  
**SENİN ELİNDE**

**iklimDE**  
Farkındalık Projesi

**KURAKLIK ve AŞIRI YAĞIŞLAR**  
**İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNİN SONUCUDUR**  
İKLİM, FOSİL YAKIT KULLANIMIYLA BOZULMUŞTUR

**TOPLU TAŞIMA**  
**KULLANARAK**  
**BU MASUM**  
**PENGUENLERİN**  
**YAŞAMINI**  
**KURTARMAK**  
**SENİN ELİNDE**

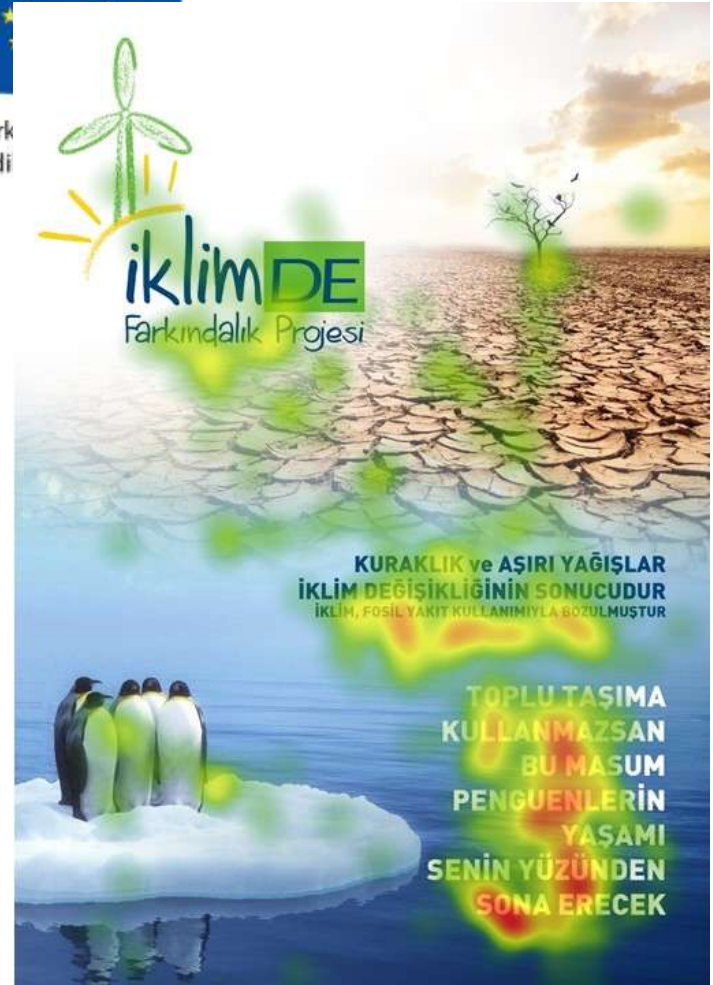
**iklimDE**  
Farkındalık Projesi

**KURAKLIK ve AŞIRI YAĞIŞLAR**  
**İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNİN SONUCUDUR**  
İKLİM, FOSİL YAKIT KULLANIMIYLA BOZULMUŞTUR

**ŞİMDİ**  
**TOPLU TAŞIMA**  
**KULLANMAK**  
**BU MASUM**  
**PENGUENLERİN**  
**YAŞAMINI**  
**KURTARACAK**



Avrupa Birliği ve Türk  
fından finanse edi

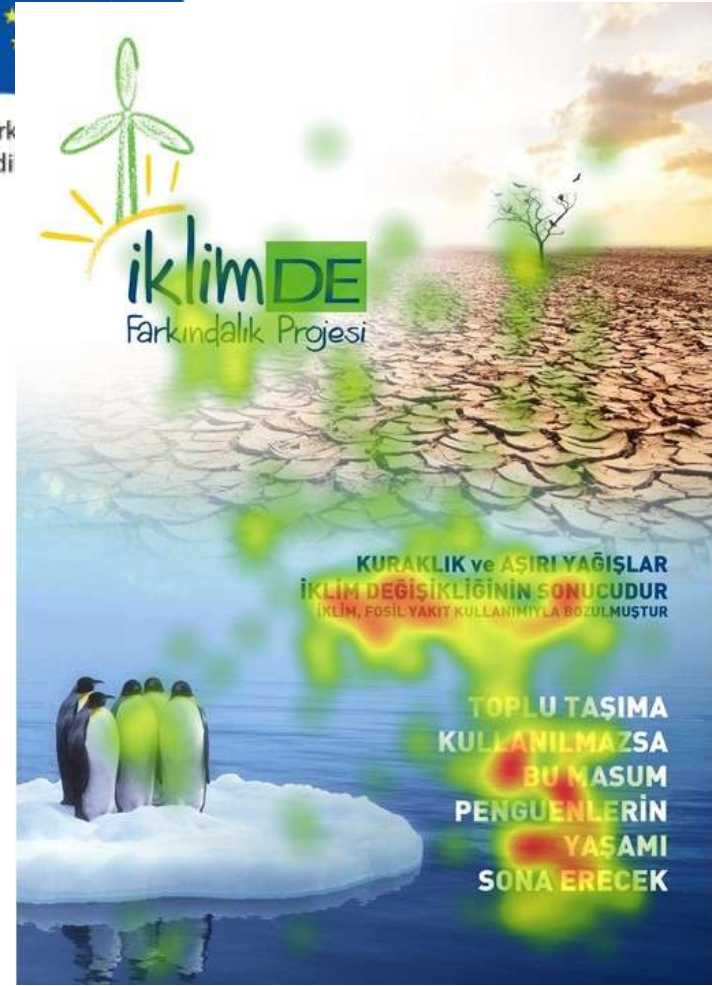


zayıf odaklanma





Avrupa Birliği ve Türk  
findan finanse edi



zayıf odaklanma





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## *Sosyal Medya Kampanyasının Planlanması ve Yönetimi*

- **İçeriklerin retimi**

Nöro pazarlama deneyleri sonucunda etkinliği belirlenen sosyal medya içerikleri ve mesajları Dev Ajans tarafından üretilmiştir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## Sosyal Medya Kampanyasının Yürütülmesi

- Etk.3.5 Hazırlanan içeriklerin Facebook, Twitter, Instagram hesaplarında, DEÜ'nin Youtube kanalında, web sitesinde ve DOKUZGEN'de yayınlanması.







Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## *Sosyal Medya Kampanyasının Planlanması ve Yönetimi*

- **Etk.3.6 Sosyal medya kampanyasının etkisinin incelenmesi.**

Sosyal Medya kampanyalarının yarattığı etki analizlerine Dev Ajans tarafından başlanılacaktır.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

## Etkinlik 3

# Sosyal Medya Kampanyasının Planlanması ve Yönetimi



<http://iklim.deu.edu.tr>



@iklim\_DE



@iklimDE



@iklim\_de



[surdurulebilirdeu@gmail.com](mailto:surdurulebilirdeu@gmail.com)

