



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.



UKA

ULUSAL KIRSAL AĐ
NATIONAL RURAL NETWORK

ULUSAL KIRSAL AĐ İLETİŞİM STRATEJİSİ

Mayıs 2021

TA/2019/SER/0009



T.C. TARIM VE
ORMAN BAKANLIĞI





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.



ULUSAL KIRSAL Ađ İLETİŞİM STRATEJİSİ

Mayıs 2021

TA/2019/SER/0009



**T.C. TARIM VE
ORMAN BAKANLIğI**





Bu yayının içeriğinden sadece Yüklenici sorumludur ve bu doküman hiçbir şekilde Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin görüşlerini yansıtmamaktadır.

İçindekiler

KISALTMALAR	6
TABLO LİSTESİ	7
GİRİŞ	8
1. ULUSAL KIRSAL AĞ	10
2. ULUSAL KIRSAL AĞ YÖNETİM VE KOORDİNASYON YAPISI	12
3. İLETİŞİM STRATEJİSİ VE UYGULAMA PLANI	16
3.1. İLETİŞİM PRENSİPLERİ	17
3.2. AMAÇ	18
3.2.1. HEDEFLER	18
3.2.1.1. FARKINDALIĞIN ARTIRILMASI	18
3.2.1.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR İLETİŞİM VE KAPASİTE GELİŞTİRME	18
3.2.1.3. GÖRÜNÜRLÜĞÜN ARTIRILMASI	18
3.2.2. İLETİŞİM STRATEJİSİ ÖZET TABLO	19
3.3. HEDEF KİTLE	20
3.4. MESAJLAR	22
3.5. İLETİŞİM ARAÇLARI	24
3.5.1. GÖRSEL KİMLİK	24
3.5.1.1. LOGO	24
3.5.2. BASILI MATERYALLER	26
3.5.2.1. BROŞÜR/FÖY/İNOGRAFIK/KİTAP	26
3.5.2.2. POSTER/AÇIK HAVA REKLAM PANOSU	26
3.5.2.3. PROMOSYON ÜRÜNLERİ	26
3.5.2.4. GÖRÜNÜRLÜK MALZEMELERİ	26

3.5.3. ÇEVİRİM İÇİ İLETİŞİM	27
3.5.3.1. İNTERNET SİTESİ	27
3.5.3.2. VERİ TABANLARI	27
3.5.3.3. ÇEVİRİM İÇİ FORUM	27
3.5.3.4. E-BÜLTENLER	28
3.5.3.5. SOSYAL MEDYA	28
3.5.3.6. İYİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ TANITIM VİDEOLARI	29
3.5.3.7. ANİMASYON FİLMİ	29
3.5.4. MEDYA İLİŞKİLERİ	30
3.5.4.1. BASIN BÜLTENLERİ	30
3.5.4.2. BİLGİLENDİRME NOTLARI	30
3.5.4.3. BASIN TOPLANTILARI/MEDYA ZİYARETLERİ	30
3.5.4.4. İYİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ VE YEG AĞLARI MEDYA BULUŞMALARI	31
3.5.4.5. TELEVİZYON/RADYO PROGRAMLARI	31
3.5.5. KİŞİLERARASI İLETİŞİM	32
3.5.5.1. BÖLGESEL TOPLANTILAR/ÖZEL GÜNLERLE İLGİLİ TOPLANTILAR	34
3.5.5.2. TEMATİK ÇALIŞMA GRUBU TOPLANTILARI	34
3.5.5.3. FUAR VE FESTİVALLERE KATILIM	34
3.5.5.4. EĞİTİMLER	35
3.5.5.5. ULUSAL KIRSAL KALKINMA AĞI KONGRESİ VE UKAFEST	35
3.5.5.6. UKA KARAVANI	35
3.5.6. İLETİŞİM ARAÇLARI ÖZET TABLO	36
3.6. BAŞARI KRİTERLERİ	40
3.7. BÜTÇE	41
3.8. İNSAN KAYNAĞI	41
3.9. UYGULAMA TAKVİMİ	41
3.10. İZLEME, DEĞERLENDİRME VE ARŞİVLEME	41
4. İLETİŞİM STRATEJİSİ UYGULAMA PLANI	42
4.1. İLETİŞİM STRATEJİSİ UYGULAMA PLANI FORMATI	44
5. 2019-2021 DÖNEMİ İLETİŞİM ETKİNLİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	46
6. 2021-2023 DÖNEMİ İLETİŞİM STRATEJİSİ UYGULAMA PLANI ÖNERİLERİ	48

Kısaltmalar

AB	Avrupa Birliği
ENRD	Avrupa Kırsal Kalkınma Ağı
KKYDP	Kırsal Kalkınma Yatırımları Destekleme Programı
IPARD	AB Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı Kırsal Kalkınma Bileşeni
UKA	Ulusal Kırsal Ađ
UKA DB	Ulusal Kırsal Ađ Destek Birimi
UKA İYK	Ulusal Kırsal Ađ İzleme ve Yönlendirme Komitesi
TÇG	Tematik Çalışma Grubu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
YEG	Yerel Eylem Grubu

Tablo Listesi

Tablo 1	İletişim Stratejisi Amaç ve Hedefler
Tablo 2	İletişim Araçları Özet Tablo
Tablo 3	İletişim Stratejisi Uygulama Planı Formatı

Giriş



Kırsal kalkınma, en genel tanımıyla, kırsal alanda yaşayan fertlerin ekonomik ve sosyal refahı ile yaşam kalitesini artırma sürecidir.

Dünyada kırsal kalkınma konusunda 1980 öncesinde tarımda modernizasyon ve devletlerin müdahaleleri izlenirken, 1980 sonrasında küresel düzeyde sürdürülebilir kalkınma, ortaklık, iş birliği, katılımcılık, yerelleşme gibi kavramlar politika belirlemede önemli hale gelmiştir.

TÜİK'in 2017 yılı verilerine göre Türkiye'de toplam nüfusun 20,4 milyonu kırsal alanlarda yaşamakta ve geçimini ağırlıklı olarak tarım sektöründen sağlamaktadır. Büyükşehir belediyeleri kapsamında olup kırsal nitelik taşıyan alanlar da bu nüfusa dahil edilirse tarımla iç içe olan nüfus miktarının çok daha fazla olduğu söylenebilir. Ayrıca, toplam GSMH'nin %7,5'i tarımdan sağlanmaktadır ve çalışan nüfusun %21'i bir şekilde tarımla ilişkilidir. İhracat rakamlarına bakılacak olursa; tarımsal ihracat 16,1 milyar dolara ulaşmış

1980 sonrasında küresel düzeyde sürdürülebilir kalkınma, ortaklık, iş birliği, katılımcılık, yerelleşme gibi kavramlar politika belirlemede önemli hale gelmiştir.

olup toplam ihracatın %8,8'lik kısmını oluşturmaktadır. Bu oran işlenmiş tarım ürünleri ile %14,7'ye, tarıma dayalı sanayi ile %22,4'e çıkmaktadır (İsmet Boz, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, "Kırsal Kalkınmanın Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi").

2020/14 sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi'nde, sürdürülebilir kırsal kalkınma için, ekonomik, sosyal ve çevresel değişimlere karşı daha dayanıklı, üretken, rekabetçi ve kapsayıcı bir kırsal toplum vizyonu çerçevesinde çok sektörlü ve çok paydaşlı bir kırsal kalkınma politikasının yürütülmesinin esas olduğu belirtilmiş, Tarım ve Orman Bakanlığı'nın koordinasyonunda Ulusal Kırsal Kalkınma Strateji Belgesi'nin hazırlanacağı ve yürütüleceği ifade edilmiştir (*Resmî Gazete*, 27 Ekim 2020 Salı, Sayı: 31287, Konu: Ulusal Kırsal Kalkınma Strateji Belgesi, Genelge: 2020/14).

2019-2023 dönemini kapsayan On Birinci Kalkınma Planı'nda, kırsal kalkınma ile ilgili amaç, politika ve tedbirler "Yaşanabilir Şehirler ve Sürdürülebilir Çevre" başlığı altında yer almaktadır. Sürdürülebilir kırsal kalkınma anlayışı ile üretici birlikleri ve aile işletmelerinin üretim kapasitesinin ve kırsal istihdamın artırılması desteklenerek kırsal nüfusun yaşam kalitesinin iyileştirilmesi, refah düzeyinin artırılması ve bulunduğu yerde yaşamını sürdürmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla üretilen politika ve tedbirler özetlenecek olursa; kırsal alanda ihtiyaç tespitinin yapılması, KÖYDES ve KIRDES projeleriyle fiziksel altyapıların iyileştirilmesi, kaynakların etkin kullanımı için koordinasyon mekanizmasının oluşturulması, kırsal kalkınma desteklerinin çiftçi ve çevre odaklı planlanması, kırsal kalkınma desteklerinde hedef birliğini sağlamaya yönelik Kırsal Kalkınma Yatırımları Destekleme Programı (KKYDP) ile AB Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı Kırsal Kalkınma Bileşeni (IPARD) ve Kalkınma Ajanslarının kırsal destekleri arasında tamamlayıcılığı temin etmek üzere genel esas ve usullerin gözden geçirilmesi, kurumsal ve yerel kapasitenin geliştirilmesi, kadınlar ve genç çiftçiler gibi gruplara pozitif ayrımcılık yapılması, kırsal istatistik verilerinin düzenlenmesi ve gerekli ölçüm kriterlerinin eklenmesi sayılabilir (On Birinci Kalkınma Planı).

AB destekleri içerisinde kırsal kalkınma, kırsal topluluklarda akıllı, sürdürülebilir ve kapsayıcı büyümenin desteklenmesi gagesine yönelik önemli bir işleve sahiptir (Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Raporu).

1. Ulusal Kırsal Ağ



Kırsal kalkınma programlarından hibe desteği alan projelerden elde edilen deneyimlerin paylaşılmasına imkân veren Avrupa Kırsal Kalkınma Ağı (ENRD), birçok çiftçinin yeni teknikler öğrenmesine, üretim tesislerini iyileştirmesine ve dolayısıyla rekabet gücünü artırmasına olanak tanımıştır.

Bu süreçte IPARD fonlarından yararlanan aday ülke statüsünde olan Türkiye, kendi ulusal kırsal ağını

benzer işlevleri kapsayacak şekilde geliştirmektedir. Türkiye Ulusal Kırsal Ağı (UKA), ülkemizin kırsal kalkınma politikaları ve uygulamalarında tüm paydaşlar arasında koordinasyonun sağlanması amacıyla 2017 yılında T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Tarım Reformu Genel Müdürlüğü bünyesinde yapılandırılmıştır ve tüm Türkiye'yi kapsamaktadır.

Kırsal Kalkınma için Avrupa Tarım Fonu Tüzüğü'nün 54. maddesinde de belirtildiği üzere, AB üyesi her devlet, kırsal kalkınmada yer alan kurum ve kuruluşları bir araya getiren bir ulusal kırsal ağı kurarak;

- Paydaşların kırsal kalkınma uygulamasına daha fazla dâhil olmasının sağlanması,
- Kırsal kalkınma programlarının uygulanmasında kalitenin artırılması,
- Halkın geniş bir kesiminin ve muhtemel faydalanıcıların kırsal kalkınma politikası ve finansman fırsatlarına ilişkin bilgilendirilmesi,
- Tarım, gıda üretimi, ormancılık ve kırsal alanlarda inovasyonun geliştirilmesi amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir.

Kırsal kalkınma programları ve uygulamalarının yaygınlaştırılması aşamasında kamu kurum ve kuruluşlarının yanı sıra tüm paydaşların aktif katılımı ve desteği çok önemlidir. Bu katılım ve desteğin sürdürülebilir olmasının ön koşulu ise çift yönlü iletişimin aktif olarak sağlanmasıdır.

IPARD Yönetim Otoritesi, kırsal kalkınma programlarının uygulanmasını iyileştirmek ve bu programlardan yararlanabilecek faaliyetler hakkında topluma genel bilgi vermek amacıyla iyi proje örneklerini derlemekte ve tanıtmaktadır. Ulusal Kırsal Ağ, yürüttüğü çalışmalarla iyi uygulama örneklerinin derlenerek yaygınlaştırılmasını sistematik hale getirmektedir.

IPARD Yönetim Otoritesi, kırsal kalkınma programlarının uygulanmasını iyileştirmek ve bu programlardan yararlanabilecek faaliyetler hakkında topluma genel bilgi vermek amacıyla iyi proje örneklerini derlemekte ve tanıtmaktadır.

2. Ulusal Kırsal Ağ Yönetim ve Koordinasyon Yapısı





UKA Yönetimi; UKA üyeleri, Ulusal Kırsal Ağ İzleme ve Yönlendirme Komitesi, Tematik Çalışma Grupları ve UKA Destek Birimi'nden oluşmaktadır.

Ulusal Kırsal Ağ, Avrupa Birliği tarafından aday ve potansiyel aday ülkelere destek olmak amacıyla oluşturulan AB Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı Kırsal Kalkınma Bileşeni (IPARD) çerçevesinde T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Tarım Reformu Genel Müdürlüğü bünyesinde yapılandırılmıştır. UKA'nın Türkiye'de yer alan tüm kırsal kalkınma çalışmalarını ve ilgili paydaşları kapsamı amaçlanmaktadır.

UKA Yönetimi; UKA üyeleri, Ulusal Kırsal Ağ İzleme ve Yönlendirme Komitesi, Tematik Çalışma Grupları ve UKA Destek Birimi'nden oluşmaktadır. Tarım ve Orman Bakanlığı bünyesinde kırsal kalkınma süreçlerine yönelik yürütülen ve UKA'nın görev alanına giren konularla ilgili paydaş birey ve/veya kurumların temsilcileri UKA üyeliğine başvurabilmektedir. Ulusal Kırsal Ağ İzleme ve Yönlendirme Komitesi (UKA İYK), UKA genel stratejisini belirleme ve karar alma sürecinde etkin rol almaktadır. Ulusal Kırsal Ağ Destek Birimi (UKA DB), UKA'nın sekretaryasını yürütmek, çalışmalarını kolaylaştırmak, gerekli yapı ve süreçleri hayata geçirmek amacıyla merkezde ve yerelde yapılanmıştır. Merkezî yapılanma Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarım Reformu Genel Müdürlüğü, AB Yapısal Uyum Yönetim Otoritesi Daire Başkanlığı bünyesinde yer almaktadır. Tematik Çalışma Grubu (TÇG) ise belirli konularda ilgili paydaşlar arasında bilgi birikiminin artırılmasına ve kırsal kalkınma programlarının uygulanmasına katkı sağlamak amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir.

UKA Üyeleri

UKA İYK

UKA İzleme ve Yönlendirme Komitesi

UKA DB

UKA Destek Birimi

IPARD Yönetim Otoritesi (Merkez Destek Birimi)
Bölge Temsilcileri

Tematik
Çalışma Grubu 1

Tematik
Çalışma Grubu 2

Tematik
Çalışma Grubu 3

Tematik
Çalışma Grubu 4

Tematik
Çalışma Grubu 5

Tematik
Çalışma Grubu 6

Tematik
Çalışma Grubu 7

Tematik
Çalışma Grubu 8



3. İletişim Stratejisi ve Uygulama Planı



Günümüzde haber kaynaklarının çeşitliliği ve bilgi akışının hızı göz önüne alındığında hedef kitleye bilginin doğru ve zamanında ulaşması için İletişim Stratejisi ve İletişim Uygulama Planı'nın hazırlanması gereklidir. Ayrıca, iletişim faaliyetlerinin üzerinde detaylı şekilde çalışılmış bir İletişim Stratejisi ve İletişim Uygulama Planı ile sürdürülmesinin UKA Rehberi'nin önemli bir bileşeni olduğu unutulmamalıdır.

İletişim Stratejisi, Ulusal Kırsal Ağ için iletişim prensipleri ve yaklaşımını, hedef kitleleri, süreç içinde kullanılacak yöntemleri ve iletişim araçlarını tanımlayan referans dokümandır. Uygulama Planı ise İle-

tişim Stratejisi doğrultusunda farklı hedef kitlelere ulaşmak amacıyla zamanlama, kaynak, kullanılacak iletişim araçları, sorumluluk paylaşımı gibi atılacak adımların belirlendiği planlama dokümanıdır. Uygulama Planı, Eylem Planı gibi iki yıllık hazırlanacak, ancak altı aylık ya da üç aylık dönemlerde, süreç içinde yaşanacak gelişme ve değişimlere göre yeniden düzenlenerek İletişim Stratejisi'nin hedeflerine ulaşmasına katkı sağlayacaktır. UKA görünürlük ve iletişim faaliyetleri, AB Dış Faaliyetler için İletişim ve Görünürlük Şartları'na (2018) göre tasarlanmıştır. <https://www.avrupa.info.tr/tr/ab-dis-faaliyetler-icin-iletisim-ve-gorunurluk-sartlari-7431>

3.1. İletişim Prensipleri

İletişim Stratejisi yaşayan bir dokümandır; ana ilkeleri ve yaklaşımına bağlı kalınması koşuluyla gerekli durumlarda değişiklik yapılmasına izin vermelidir.

Ulusal Kırsal Ağ İletişim Stratejisi'nin ana ilkeleri ve yaklaşımı;

- Hedef kitleler ve toplumda farkındalığı artırmak amacıyla çeşitli iletişim yöntemlerini kullanarak bilgi akışının ve doğru iletişimin sağlanması,
- Hedef kitleler arasında yapıcı ilişkilerin desteklenmesi,
- Sosyokültürel duyarlılık, dil ve psikolojik uygunluğun dikkate alınması,
- Görünürlük materyallerinin yerel ihtiyaç ve ilgi alanları dikkate alınarak geliştirilmesi,
- Farklı hedef kitlelerin anlayabileceği, karmaşık teknik terimler kullanmaktan kaçınarak oluşturulmuş, tüm iletişim materyallerinde kullanılabilir basit, isabetli ve anlaşılır anahtar mesajlar geliştirilmesi,
- Güçlü ve tanınır bir marka, kimlik ve temel mesajlar yaratılması,
- Mevcut ve planlanan faaliyetlerle ilgili hedef gruplara ilk elden ve doğru bilginin aktarımının sağlanması,
- UKA tarafından sunulan hizmetler hakkında etkili bilgi sağlanması,
- Belirlenen hedefler doğrultusunda çeşitli iletişim araçlarıyla paydaşlar, karar vericiler, tanımlanmış hedef gruplar ve kamuoyu arasında sürdürülebilir iletişim kanallarının oluşturulması,
- İletişim ve yaygınlaştırma çalışmalarının etkisinin izlenmesidir.

UKA görünürlük ve iletişim faaliyetleri, AB Dış Faaliyetler için İletişim ve Görünürlük Şartları'na göre tasarlanmıştır.

3.2. Amaç

İletişim Stratejisi'nin genel amacı; Ulusal Kırsal Ağ'ın kırsal kalkınma alanında üstlendiği koordinasyon görevinin yanı sıra uygulanan politikalar ve sürdürülen çalışmalar hakkında yararlanıcılar, paydaşlar ve kamuoyu nezdinde doğru ve hızlı bilgi akışının sağlanması, farkındalığın geliştirilmesi, uluslararası ağlarla bilgi ve deneyim paylaşımının artırılmasıdır.

3.2.1. Hedefler

İletişim Stratejisi'nin genel amacına ulaşmak üzere, Kırsal Kalkınma Programı ve yürütülen çalışmalarla ilgili farkındalığın ve katılımın artırılmasının yanı sıra iletişimin sürdürülebilirliğinin desteklenmesi için kapasite geliştirme ve görünürlüğün artırılması başlıkları altında faaliyetler tanımlanmaktadır.

3.2.1.1. Farkındalığın Artırılması

Ulusal Kırsal Ağ'ın yapısı, faaliyetleri ve sorumlulukları ile ilgili hedef kitleler ve kamuoyu nezdinde farkındalığın artırılması amacıyla, kırsal kalkınma çalışmalarının ulusaldan yerele ve yerelden ulusla olmak üzere çift yönlü iletişimle yürütülmesinin önemi, UKA'nın kırsal kalkınma programlarında koordinasyon görevi üstlendiği bilgisi, Kırsal Kalkınma Programı, öncelikleri ve sürdürülen çalışmalar hedef kitleler ve kamuoyuyla paylaşılacaktır.

3.2.1.2. Sürdürülebilir İletişim ve Kapasite Geliştirme

Ulusal Kırsal Ağ'ın faaliyetlerinin ve bilgi akışının hızlı ve şeffaf bir iletişimle gerçekleştirilmesi, İyi Uygulama Örneklerinin yaygınlaştırılması, sürdürülebilir iletişimin sağlanabilmesi için kapasite geliştirme çalışmalarının yapılması ile kırsal alanda yaşayan hedef kitle ve kamuoyunda aidiyet duygusunun geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

3.2.1.3. Görünürlüğün Artırılması

UKA'nın görünürlüğü ve bilinirliğinin artırılması amacıyla farklı hedef kitleler için uygun mecraların kullanılması, hızlı ve kolay erişim ile iletişimin çift yönlü etkileşimi sağlaması hedeflenmektedir.

3.2.2. İletişim Stratejisi Özet Tablo

Tablo 1. İletişim Stratejisi Amaç ve Hedefler

İLETİŞİM STRATEJİSİ		
Amaç	Ulusal Kırsal Ağ'ın kırsal kalkınma alanında üstlendiği koordinasyon görevinin yanı sıra uygulanan politikalar ve sürdürülen çalışmalar hakkında yararlanıcılar, paydaşlar ve kamuoyu nezdinde doğru ve hızlı bilgi akışının sağlanması, farkındalığın geliştirilmesi, uluslararası ağlarla deneyim paylaşımının artırılması.	
Hedefler	Farkındalığın Artırılması	<ul style="list-style-type: none"> Kırsal Kalkınma Programı, öncelikleri ve sürdürülen çalışmalarla ilgili hedef kitle ve kamuoyunun bilgilendirilmesi. UKA'nın kırsal kalkınma ile ilgili çalışmaların koordinasyonunu üstlendiği bilgisinin yanı sıra ilgili kuruluşların faaliyet, görev ve sorumluluklarının paylaşılması. Hedef kitle ile kırsal kalkınma çalışmalarının ulusaldan yerele ve yerelden ulusala olmak üzere çift yönlü iletişimle yürütülmesinin önemini vurgulanması.
	Sürdürülebilir İletişim ve Kapasite Geliştirme	<ul style="list-style-type: none"> Kırsal kalkınmanın yerel topluma sağlayacağı katkı paylaşılarak aidiyet duygusunun artırılması. İyi Uygulama Örnekleri ve Yerel Eylem Grupları (YEG) faaliyetlerinin yaygınlaştırılması. UKA, yararlanıcılar ve paydaşlar arasında sürdürülebilir iletişimin sağlanabilmesi amacıyla kapasite geliştirme çalışmalarının artırılması.
	Görünürlüğün Artırılması	<ul style="list-style-type: none"> UKA'nın görünürlüğünün artırılması amacıyla görsellerle desteklenen çalışmaların hedef kitleye uygun mecralarda sunulması. Çift yönlü iletişimin verimli sağlanabilmesi amacıyla kaynaklara erişimin kolay ve hızlı olması.

3.3. Hedef Kitle

Hedef kitlenin belirlenmesi ve farklı hedef gruplar için özel çalışmaların yapılması İletişim Stratejisi'nin tanımlanmış hedeflerine ulaşması yolunda önemli bir adımdır. Hedef kitle odaklı iletişim yaklaşımı ile bilgi fazlalığı ve karmaşıklığından kaynaklanabilecek iletişim kazalarını en aza indirmek mümkün olmaktadır. Hedef kitlenin detaylı analizi İletişim Stratejisi'nin mesajlarının hazırlanması aşamasında da büyük önem taşımaktadır.

Hedef kitle odaklı iletişim yaklaşımı ile bilgi fazlalığı ve karmaşıklığından kaynaklanabilecek iletişim kazalarını en aza indirmek mümkün olmaktadır.

Hedef kitle odaklı yaklaşımla;

- Kırsal Kalkınma Programı'nın başarıları, bölgesel ve yerel kalkınmaya etkileri hakkında farkındalığın artırılmasıyla ilgili çalışmaların hedef kitlenin tümüyle paylaşılması,
- IPARD çerçevesinde yer alan illerde Yerel Eylem Grupları (YEG) ile bilgi ve deneyim paylaşımının belirlenmiş bölgelerde ihtiyaçlar doğrultusunda sürdürülmesi ve Türkiye genelinde bilgi ve deneyim paylaşımının yapılması,
- İyi Uygulama Örneklerinin mevcut ve olası yararlanıcılarla paylaşılmasının yanı sıra kamuoyunun bilgilendirilmesi sağlanacaktır.

Ulusal Kırsal Ağ'ın hedef kitlesi:

- Yararlanıcılar
 - Yerel Eylem Grupları
 - Kooperatifler, Kırsal Kadın Örgütleri
 - Sivil Toplum Kuruluşları (STK)
 - Özel Sektör
 - İlgili Meslek Kuruluşları
 - Çiftçiler
 - Girişimciler
 - Üreticiler
- Paydaşlar
 - Kamu Sektörü
 - Üniversiteler
 - İlgili Meslek Kuruluşları (Meslek kuruluşlarının bir bölümü yararlanıcı olarak yer alırken, diğerleri paydaş statüsünde çalışmalarını sürdürebilirler.)
 - Yerel Yönetimler
 - Kalkınma Ajansları
 - Bölgesel ve Yerel Kurum ve Kuruluşlar
- İç İletişim
 - Tarım ve Orman Bakanlığı'nın ilgili birimleri
 - Yönetim Otoritesi çalışanları
 - Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği
 - Bölge, İl, İlçe Müdürlükleri
 - Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) Merkez ve İl Koordinatörlükleri
 - Avrupa Komisyonu
- Bilgi Yaygınlaştırıcılar
 - Kamuoyu
 - Kırsalda yaşayanlar
 - Genel kamuoyu
 - Kanaat Önderleri
 - Medya
 - Uluslararası
 - Ulusal
 - Bölgesel ve Yerel

3.4. Mesajlar

İletişim Stratejisi'nin amacına ulaşabilmesinin en önemli belirleyicilerinden biri kullanılacak mesajlardır. Mesajların içeriği ve iletilme yöntemi iletişimin özünü oluşturur. Çok genel, üstü kapalı ya da yetersiz mesajlardan oluşan bir İletişim Stratejisi ile hedefe ulaşmak mümkün değildir. Mesajın içeriğinin net ve kısa olması, mesajın özünün hedef kitle tarafından anlaşılmasını kolaylaştırır. Mesajlar açık, merak uyandırıcı, inandırıcı ve özgün olmalıdır.

UKA'nın amaçları ve görevleri iletişim mesajlarının ham halini oluşturmaktadır. Hedef gruplara göre mesajlar daha kolay anlaşılabilir ve basit hale getirilmelidir. İletişim Stratejisi hedef grupların özelliklerine göre farklı mesajlar kullanarak aynı anda çok sayıda kişiye ulaşmayı amaçlar. Kullanılacak mesajlar farklı hedef gruplara yönelik olarak farklı iletişim mecralarına uygulanabilecek şekilde tasarlanmalıdır. Mesajın hedef gruplara ulaşabilmesi için güçlü ve net olması gerekmektedir. Ayrıca, güçlü görsel öğelerle etkisi artırılmalıdır.

"Kalkınmanın anahtarı kırsal alanı birlikte yapılandırmak ve yerel kültürel değerlerin bütünlüğünü korumaktır. Ulusal Kırsal Ağ, bir yandan kırsal kalkınma politikalarının etkin uygulanmasını sağlamayı, diğer yandan kırsal kalkınma için yeni yaklaşımlar sunmayı hedeflemektedir. Genel anlayışı birliktelik, güven ve iş birliği ile tecrübelerin paylaşılmasıdır."

UKA'nın genel anlayışı doğrultusunda aşağıdaki örneklerde olduğu gibi ana mesaj ve alt mesajlar oluşturulacaktır.

<p>Ana Mesaj</p>	<p>Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı, kırsal kalkınma için aktif yerel katılımı desteklemektedir. Kırsal kalkınma sürecinin bütün paydaşları UKA koordinasyonunda bir araya geliyor, birlikte öğreniyor, deneyimlerini paylaşıyor, birlikte karar alıyor ve bu kararları dayanışma içinde hayata geçiriyor.</p>
<p>AB ile Uyum</p>	<p>Tarım ve Orman Bakanlığı, Ulusal Kırsal Ağ'ı AB mevzuatına uyumlu şekilde yapılandırarak Türkiye'de kırsal kalkınma programlarının Avrupa standartlarına yükseltilmesini destekliyor.</p> <p>UKA, kırsal kalkınma politikalarının etkin uygulanmasının yanı sıra kırsal kalkınma için yeni hedefler sunmayı amaçlamaktadır. UKA, Türkiye Cumhuriyeti ve Avrupa Birliği tarafından ortaklaşa finanse edilmekte olup Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarım Reformu Genel Müdürlüğü, AB Yapısal Uyum Yönetim Otoritesi Daire Başkanlığı tarafından yürütülmektedir.</p>
<p>Yararlanıcılar ve Paydaşlar</p>	<p>Ulusal Kırsal Ağ, kırsal kalkınma için aktif yerel katılımı desteklemektedir.</p> <p>UKA; birlikte öğrenerek, güven ve iş birliği ile kalkınmanın adresi.</p> <p>UKA, ilgili paydaşlar arasında koordinasyon görevini üstlenmektedir.</p> <p>UKA, ülkemizi, kırsal kalkınmaya ilişkin bilgi ve deneyimlerin paylaşılmasını ve iş birliklerinin tesis edilmesini sağlayacak iletişim ve dayanışma ağlarıyla örüyor.</p> <p>Kırsal kalkınma sürecinin bütün paydaşları UKA koordinasyonunda bir araya geliyor, öğreniyor, deneyimlerini paylaşıyor, birlikte karar alıyor ve bu kararları dayanışma içinde uygulamaya geçiriyor.</p> <p>Bölgemizde ve ülkemizde yürürlükte olan kırsal kalkınma politika ve çalışmalarının tümünü UKA internet sitesinden takip edebilirsiniz.</p> <p>Ulusal Kırsal Ağ, yerel, ulusal ve uluslararası kalkınma bağlarını yeniden ve daha güçlü bir şekilde kuruyor. Kırsalda bir değişim hikayesi yazılıyor.</p>
<p>Bilgi Yaygınlaştırıcılar</p>	<p>Türkiye genelinde kırsal kalkınma ulusaldan yerele ve yerelden ulusala olmak üzere çift yönlü yapılandırılmaktadır.</p> <p>Ulusal Kırsal Ağ, kırsal kalkınma için aktif yerel katılımı desteklemektedir.</p> <p>UKA, Avrupa Kırsal Ağı'nda Türkiye'yi temsil ederek kırsal dayanışma ve iş birliği ağını ülkemiz sınırlarının ötesine taşıyor.</p> <p>UKA, kırsal kalkınma politikalarının etkin uygulanmasıyla kırsal kalkınma için yeni hedefler sunmayı amaçlıyor.</p> <p>UKA, Türkiye Cumhuriyeti ve Avrupa Birliği tarafından ortaklaşa finanse edilmekte olup Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarım Reformu Genel Müdürlüğü, AB Yapısal Uyum Yönetim Otoritesi Daire Başkanlığı tarafından yürütülmektedir.</p>

3.5. İletişim Araçları

UKA İletişim Stratejisi kapsamında UKA ile ilgili farkındalığın artırılması, iletişimin sürdürülebilirliğinin sağlanması için kapasite geliştirilmesi ve görünürlüğün artırılması hedeflenmektedir. Söz konusu hedefler doğrultusunda farklı iletişim araçları ve mecralardan yararlanılmalıdır. Bu bölümde temel olarak kullanılacak iletişim araçları ve hangi hedeflere hizmet edeceği paylaşılmaktadır. Uygulama aşaması planlanırken ve uygulama sürecinde belirli dönemlerde yapılacak anket, odak grup ve araştırma çalışmaları ile mesajların ve mecraların hedeflere uygunluğunun kontrol edilmesi, gerekli durumlarda Uygulama Planı gözden geçirilerek değişikliklerin yapılması belirlenen hedeflere ulaşılmasını destekleyecektir.

IPARD çerçevesinde yapılacak tüm iletişim faaliyetleri, AB Dış Faaliyetler için İletişim ve Görünürlük Şartları (2018) kılavuzunda belirtilen kurallar ve gerekliliklere uygun şekilde yürütülecektir.

3.5.1. Görsel Kimlik

UKA görsel kimliği, Ulusal Kırsal Ağ ile ilgili farkındalığın artırılmasının yanı sıra hedef gruplar, paydaşlar ve medyaya mesajların aktarılmasında olumlu bir algı oluşturulması için iletişim araçları arasında öncelikli bir konuma sahiptir.

3.5.1.1. Logo

UKA logosu akılda kalıcı, güçlü olmalı ve UKA'nın kırsal kalkınma alanında şemsiye bir organizasyon olduğu algısını oluşturmalıdır. UKA logosu hedef kitle ile tüm iletişim kanallarında (antetli kağıt, sunum şablonları, kartvizitler, e-posta imzaları vb.) kullanılacaktır. Logonun farklı iletişim araçlarının yanı sıra Tarım ve Orman Bakanlığı kurumsal kimliği ve diğer paydaşların logoları ile birlikte kolay uygulanabilir olması dikkat edilmesi gereken bir özelliktir.

Ulusal Kırsal Ağ Logosu



Renkli Kullanım

CMYK

■	C:35 M:0 Y:100 K:0
■	C:34 M:19 Y:100 K:4
■	C:0 M:50 Y:100 K:0
■	C:63 M:0 Y:18 K:0
■	C:63 M:0 Y:18 K:15
■	C:1 M:15 Y:88 K:0
■	C:29 M:21 Y:65 K:5

HEX

■	B4D334
■	ACAD32
■	F7941D
■	49C4D2
■	3EABB9
■	FFD437
■	B4AC5D

YAZI CMYK

■	C:0 M:0 Y:0 K:80
■	C:0 M:0 Y:0 K:50

YAZI HEX

■	58595B
■	939598

Siyah-Beyaz Kullanım



AB-Türkiye İş Birliği Logosu

Türkiye’de AB ortak finansmanı ile yürütülen projelerde görünürlük kuralları gereği iş birliği logosunun materyalde yer alan diğer logoların iki katı büyüklüğünde kullanılması gereklidir.

AB-Türkiye İş Birliği Logosu ve görünürlük ilkelerine ulaşılabilir bağlantı adresi:

<https://www.avrupa.info.tr/tr/avrupa-birligi-gorunurluk-ilkelerini-ogrenin-16>

IPARD kapsamında gerçekleştirilecek tüm aktiviteler ve üretilecek dokümanlar AB iletişim ve görünürlük kural ve gerekliliklerine uygun olarak tasarlanacaktır.

<https://www.avrupa.info.tr/tr/ab-dis-faaliyetler-icin-iletisim-ve-gorunurluk-sartlari-7431>



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

3.5.2. Basılı Materyaller

Basılı materyaller farkındalığın artırılması ve bilgi paylaşımı için önemli araçlardır. Hazırlanan materyaller ağırlıklı olarak farkındalığın artırılması amacıyla açık alanlarda, toplantılarda ve eğitimlerde kullanılmaktadır.

3.5.2.1. Broşür/Föy/İnfografik/Kitap

Broşürler, UKA'nın görünürlüğü ve bilinirliğini artırmak amacıyla hedef gruplar ve ilgili paydaşlar ile Ulusal Kırsal Ağ'ın amacı, öncelikleri ve yürüttüğü çalışmaların ana hatlarının paylaşıldığı dokümanlardır. Toplantılar, kongreler, UKAFEST etkinlikleri ve UKA Karavanı'nda dağıtılması önerilmektedir.

Föy ya da el ilanları UKA hakkında özet bilginin yer aldığı ve seçilen başlıklarla ilgili gelişmelerin paylaşıldığı kısa dokümanlardır. UKAFEST ve UKA Karavanı'nda dağıtılmasının yanı sıra gerekli görülen durumlarda planlanan etkinliğe özel olarak üretilmesi önerilmektedir.

İnfografikler her yıl süreçteki gelişmeleri paylaşmak amacıyla üretilen, rakamsal verilerin de görsellerle birlikte kullanıldığı özet dokümanlardır. Etkinliklerde basılı versiyonları kullanılırken, sosyal medyada ise dönemsel gelişmelerle ilgili etkili paylaşımlar yapılmasına katkı sağlarlar.

Kitaplar UKA'nın çalışmalarının paylaşıldığı iletişim araçlarından biridir. *Kırsalın Düşleri Ağlarla Örülsün* kitabının ardından hazırlanan *Değişimin Hikayesi Kırsalda Yazılıyor* kitabı UKA faaliyetlerinin yanı sıra İyi Uygulama Örneklerinin kısa öykülerinin yaygınlaştırılmasına katkı sağlayacaktır.

Broşür, föy ve infografiklerin uluslararası tanıtımlar da göz önünde bulundurularak Türkçe ve İngilizce üretilmesi önerilmektedir. Farklı ülkelerden katılımın söz konusu olduğu durumlarda ilgili ülke dillerinde sınırlı sayıda üretim yararlı olacaktır.

Tüm basılı materyallerin PDF formatları internet sitesinde (<http://uka.org.tr/e-yayin>) paylaşılacaktır.

3.5.2.2. Poster/Açık Hava Reklam Panosu

Posterler ve açık hava reklam panoları özellikle yerel düzeydeki çalışmalarda görsel olarak farkındalığı artırmak ve etkinliklerin duyurulmasını sağlamak amacıyla kullanılan önemli araçlardır.

3.5.2.3. Promosyon Ürünleri

Etkinliklerde kullanılan defter, kalem, dosya, tanıtım kitleri ve basın kitlerinin yanı sıra hedef kitlenin kullanım alanına göre tasarlanan promosyon malzemeleri hedef gruplar, paydaşlar ve kamuoyu nezdinde görünürlük ve farkındalığın artırılmasında yüksek çarpan etkisine sahip ürünlerdir.

3.5.2.4. Görünürlük Malzemeleri

Bayraklar, roll-up'lar, sahne arkası görselleri, örümcek stantlar gibi materyaller Ulusal Kırsal Ağ'la ilgili farkındalığın ve UKA'nın görünürlüğünün artırılmasına katkı sağlayacak malzemelerdir.

3.5.3. Çevrim İçi İletişim

UKA internet sitesi, veri tabanları, çevrim içi forum, e-bültenler, sosyal medya araçları, İyi Uygulama Örnekleri ve Yerel Eylem Gruplarının (YEG) tanıtım videoları çevrim içi iletişimin başlıca araçlarıdır.

3.5.3.1. İnternet Sitesi

İnternet sitesi çevrim içi iletişimde önemli bir işlev üstlenmektedir. UKA internet sitesi (www.uka.org.tr) ile hedef kitlelere hızlı ve güvenilir bilgi ulaştırmanın yanı sıra hedef kitleler arasında ağ kurulması sağlanmaktadır.

Kullanıcı dostu bir tasarım sayesinde hedef kitle için önemli olabilecek bilgilerin ve başlıklar arası bağlantıların kolay ulaşılabilir kutucuklarda olması internet sitesinin etkin kullanımını artıracak özelliklerdir.

UKA internet sitesinde;

- Kırsal kalkınma ile ilgili mevzuat,
- IPARD, ENRD, LEADER gibi uluslararası programlar ile KKYDP, Kalkınma Ajansları gibi diğer kırsal kalkınma programları bağlantıları,
- UKA kapsamında hazırlanan belgeler,
- Etkinlik duyuruları,
- UKA üyeleri, YEG'ler, İyi Uygulama Örnekleri veri tabanları,
- Tematik alanlar,
- Elektronik yayınlar,
- İnfografik çalışmalar, kısa tanıtım filmleri,
- İyi Uygulama Örnekleri ve YEG videoları, tanıtımları,
- Sıkça Sorulan Sorular,
- İlgili kurum ve kuruluşlarla ilgili bağlantılar paylaşılacak ve sürekli güncellenecektir.

3.5.3.2. Veri Tabanları

UKA ile ilgili çeşitli verilerin veri tabanları ortamında kolay güncellenebilir ve erişilebilir olarak tutulması UKA iletişim çalışmalarının önemli bir ayağını oluşturmaktadır. Veri tabanları ile ilgili aşağıda listelenen temel başlıkların yanı sıra ihtiyaçlar doğrultusunda belirlenecek başlıkların çeşitlendirilmesi ve hazırlanan veri tabanının sürekli güncellenmesi gerekmektedir.

- UKA üyeleri, YEG'ler, İyi Uygulama Örnekleri, ilgili kurum ve kuruluş temsilcileri, medya kuruluşları gibi hedef kitle listelerinin hazırlanması ve sürekli güncellenmesi, çalışma alanına göre filtreleme yapılabilmesi,
- Sürdürülen tüm çalışmaların listelenmesi,
- Diğer ülke örneklerinin incelenmesi, analizlerin paylaşılması,
- YEG'lerin hazırladığı stratejilerin ortak noktalarının ve bölgesel olarak kullanılacak alanlarının analizi ve paylaşımı,
- İyi Uygulama Örneklerinin analizi, süreç içindeki gelişmelerinin takibi ve bunların paylaşımı öncelikli başlıklar olarak sıralanabilir.

3.5.3.3. Çevrim İçi Forum

Çevrim içi iletişimin yaygın olarak kullanıldığı göz önünde bulundurularak yararlanıcılar, paydaşlar, kurum içi ve ilgili kurum ve kuruluşlar arasında sağlıklı ve hızlı bilgi akışının sağlanması amacıyla haberleşme gruplarının bir araya getirileceği Çevrim İçi Forum platformunun geliştirilmesi önerilmektedir. Koordinasyonunun UKA Destek Birimi tarafından yürütüleceği Çevrim İçi Forum'da farklı hedef kitleler için farklı düzeylerde sisteme ulaşım sağlanmasının yanı sıra iletişimin düşey, yatay ve çapraz bağlantılarıyla sürdürülmesi sistem verimliliğinin artırılmasına katkıda bulunacaktır. Forum platformu hayata geçirilirken uyulması gerekli kurallar ve sorumluluklar kullanıcılarla paylaşılarak süreç içinde yaşanabilecek yanlış anlaşılmaların önüne geçilmelidir. Forum platformunda, farklı dönemlerde aktif moderatörler eşliğinde belirlenen başlıklarda görüş alışverişi yapılmasının yanı sıra kullanıcıların soru sorabileceği, görüş bildirebileceği ve yanıt alabileceği alanların olması platformu özel kılan faktörlerden olacaktır.

Sosyal medya çalışmaları günümüzde yoğun olarak kullanılan iletişim araçları arasındadır. Sosyal medya araçları, kırsal kalkınma ile ilgili farkındalığın artırılmasının yanı sıra hedef kitleye bilginin hızlı ulaşmasına, ağ oluşturulmasına, duyuruların yapılmasına ve etkinliklere katılımın artırılmasına katkı sağlayacaktır.

3.5.3.4. E-Bültenler

Elektronik bültenler aylık, üç aylık ya da altı aylık periyotlarda yayımlanan, kırsal kalkınma programlarıyla ilgili bilgi aktarmanın yanı sıra etkinlik duyurularının yapıldığı ve İyi Uygulama Örnekleri ile ilgili gelişmelerin paylaşıldığı dokümanlardır. E-bültenlerin paylaşılması aşamasında posta kutularında yoğunluk yaratmamak amacıyla içeriklere göre konuyla ilgili hedef kitleler dikkatle belirlenmelidir.

3.5.3.5. Sosyal Medya

Sosyal medya çalışmaları günümüzde yoğun olarak kullanılan iletişim araçları arasındadır. Sosyal medya araçları, kırsal kalkınma ile ilgili farkındalığın artırılmasının yanı sıra hedef kitleye bilginin hızlı ulaşmasına, ağ oluşturulmasına, duyuruların yapılmasına, etkinliklere katılımın artırılmasına katkı sağlayacaktır. Kullanılması önerilen başlıca sosyal medya araçları arasında Twitter, Instagram, Facebook, YouTube ve LinkedIn sayılabilir. Bu mecralarda Ulusal Kırsal Ağ hesapları oluşturularak düzenli bilgi girişi yapılması takipçi sayısının artırılması için çok önemlidir.

Sosyal medya çalışmalarının UKA Destek Birimi ile birlikte çalışacak sosyal medya planlama ajansı iş birliği ile sürdürülmesi, Uygulama Planı doğrultusunda hazırlanacak genel sosyal medya planlamasının yanı sıra önemli etkinlikler öncesinde etkinliğe özel detaylı sosyal medya planı oluşturulması, faaliyetlerin sosyal medyada görünürlüğünün ve yaratacağı farkındalığın artırılmasına katkı sağlayacaktır.

Sosyal medya çalışmalarında haftada en az üç mesaj paylaşılması, bu mesajlardan en az birinin kullanıcılardan görüşlerini belirtmelerinin isteneceği bir soru mesajı olması ve her ay bu sorulara gelen yanıtların görsel destekli anlatımlarla paylaşılması çift yönlü iletişim ve aidiyet duygusunu destekleyecektir.

Sosyal medya çalışmalarının kampanyalar, infografikler ve kısa videoların yanı sıra sponsorluk ve reklamlarla desteklenmesinin yaratacağı kelebek etkisi göz önünde bulundurulmalıdır.

3.5.3.6. İyi Uygulama Örnekleri Tanıtım Videoları

UKA, kırsal kalkınma programları kapsamında yararlanılabilecek faaliyetler hakkında topluma genel bilgi vermek ve kırsal kalkınma programlarının uygulanmasını iyileştirmek amacıyla İyi Uygulama Örneklerinin derlenerek yaygınlaştırılmasını sistematik hale getirmektedir.

İyi Uygulama Örnekleri olarak seçilen projelerle ilgili bilgi paylaşımı; hem Türkiye genelinde hem de AB ülkelerinde yerel aktörlerin edindiği bilgi, uygulamalarda yaşanan zorluklar, başarıyı artıran faktörler ve deneyimlerden çıkarılan derslerin aktarılması sayesinde kırsal kalkınma programlarının uygulamalarında verimliliğin artırılmasına katkı sağlayacaktır.

Örnek projelerle ilgili bilgi paylaşımı aynı zamanda pratik bilgilerin farklı coğrafyalar ve farklı aktörler arasında yayılmasına da yardımcı olacaktır. İyi Uygulama Örnekleri için üretilen tanıtım videolarının etkinliklerin yanı sıra sosyal medya hesapları ve internet sitesi kanalıyla yaygınlaştırılması farkındalığın artırılmasını destekleyecektir.

3.5.3.7. Animasyon Filmi

UKA tanıtım animasyonu, UKA hakkında farkındalığı artırmaya destek olacak ve yürütülen çalışmaları paylaşmayı sağlayacaktır. UKA'nın çıkış noktası olan kırsalın ruhu ve emek olgusunun yanı sıra "Kırsalın Düşleri Ağlarla Örülsün" sloganını destekleyen masalımsı bir görsellikle tasarlanan animasyon filminin farklı etkinliklerde kullanılmak üzere 3 dakikalık uzun sürümü ve sosyal medya hesaplarında kullanılmak üzere 1 dakikalık kısa sürümü olmak üzere iki ayrı versiyonu hazırlanacaktır.

3.5.4. Medya İlişkileri

Ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde basın bültenleri, bilgilendirme notları, basın kitleri hazırlanması ve dağıtımı, basın davetleri düzenlenmesi, televizyon ve radyo kanallarıyla görüşmeler yapılması ve programlarda yer alınması, sosyal medyanın aktif kullanımı gibi araçlarla medya ilişkilerinin güçlendirilmesi UKA hakkında farkındalığın artırılmasını ve bilgi paylaşımını sağlayacak önemli iletişim araçlarındandır.

Medya ilişkilerinin UKA Destek Birimi ile birlikte çalışacak medya planlama ajansı iş birliği ile sürdürülmesi, hazırlanacak genel medya planlamasının yanı sıra önemli etkinlikler öncesinde etkinliğe özel detaylı medya planı oluşturulması, faaliyetlerin medyadaki görünürlüğünün yüksek olmasına katkı sağlayacaktır.

Basın listelerinin ulusal ve bölgesel düzeyde sürekli güncellenmesinin önemi unutulmamalıdır. Ayrıca, bölgesel ve yerel medya mensupları için düzenlenecek medya eğitimlerinin UKA ve kırsal kalkınma özelinde medya farkındalığının artırılması konusunda önemli bir adım olacağı göz önünde bulundurulmalıdır.

3.5.4.1. Basın Bültenleri

Etkinlikler öncesinde ya da genel kamuoyunu ilgilendirecek haber niteliği taşıyan konularda paylaşımlar yapılması planlandığında basın bültenleri medya iletişimi için önemli bir araçtır. Basın bülteni hazırlarken dikkat edilmesi gereken noktalar:

- Etkinlikle ilgili merak uyandırıcı/bilgi verici başlık, etkinlik tarihi, etkinliğin yapılacağı yer ve katılımcılarla ilgili bilgiler en başta yer almalıdır.
- Etkinliğin UKA kapsamında gerçekleştirildiği belirtilmeli, ayrıca etkinlik uluslararası bir programın parçası ise bu bilgi paylaşılmalıdır.

- Basın bültenleri haberin özünü oluşturan dokümanlardır; mesajların kısa ve açık olarak verilmesi, gerekli durumlarda rakamlarla desteklenmesi ilgiyi artıracaktır.
- Farklı yayın organları için farklı basın bültenlerinin hazırlanması kamuoyunun ilgisinin artmasına yardımcı olmaktadır. Örneğin, İyi Uygulama Örnekleri ile ilgili bir etkinlik öncesinde haber ajansları için kısa genel bilgilendirme metni yeterliyken, sektörel medya kuruluşları için yapılan çalışmaların detaylandırılması yararlı olabilir. Ekonomi basını içinse rakamlarla desteklenen bilgiler daha merak uyandırıcıdır.
- Detaylı bilgiler "Çalışma Hakkında Genel Bilgi" ya da "Editör için Not" gibi başlıklar altında paylaşılmalıdır.

3.5.4.2. Bilgilendirme Notları

Kırsal Kalkınma Programı ve UKA hakkında daha kapsamlı hazırlanmış metinlerin ilgili görseller eşliğinde, hazırlanacak basın kitleri ile birlikte paylaşılması medyada farkındalığın artırılmasına katkı sağlayacaktır.

3.5.4.3. Basın Toplantıları/ Medya Ziyaretleri

Basın toplantıları, yürütülen programla ilgili paylaşımların yapılması ya da büyük etkinlikler öncesinde kamuoyunun farkındalığının artırılması amacıyla, basının ve kamuoyunun ilgisini çekecek bir konuşmacının katılımıyla gerçekleştirildiğinde etkinliği yüksek iletişim araçlarından biridir. Basın toplantısının hazırlık aşamasında;

- Basın toplantısı davet mesajının hazırlanması,
- Basın toplantısı katılımcı listesinin detaylı bir şekilde hazırlanması,
- Katılımcıların bilgilendirilmesi amacıyla medya ziyaretlerinin yapılması,

- İlgili paydaşların toplantıya davet edilmesi,
- Basın toplantısının gerçekleştirileceği mekânın fiziksel ve teknik donanımının yeterliliğinin kontrol edilmesi,
- Basın kitlerinin hazırlanması sağlanmalıdır. Basın kitlerine konulması yararlı dokümanlar:
 - Toplantı programı
 - UKA ile ilgili bilgi notu
 - Basılı dokümanlardan örnekler
 - Görüntü kalitesi yüksek fotoğraf ve videolar içeren USB
 - Mümkünse ana konuşmacının konuşma metni, değilse konuşmanın ana başlıkları

Basınla ilişkileri canlı tutmak ve hızlı bilgi akışını sağlamak amacıyla belirli dönemlerde medya ziyaretlerinin yapılması önerilmektedir. Medya temsilcileri, konu ile ilgili muhabirler, sektör dergileri, sektörle ilgili program yapan yapımcılar ve muhabirlerle görüşülerek bilgilendirme yapılması yararlanıcılar, paydaşlar ve kamuoyu nezdinde görünürlük ve farkındalığın artırılmasına katkı sağlayacaktır.

3.5.4.4. İyi Uygulama Örnekleri ve YEG Ağları Medya Buluşmaları

UKA kapsamında İyi Uygulama Örnekleri ve Yerel Eylem Grupları (YEG) ağlarının faaliyetlerinin kamuoyu ile paylaşılması kırsal kalkınmaya yönelik çalışmaların yaygınlaştırılmasının önceliklerindedir. İyi Uygulama Örneği olarak seçilmiş projeler ve YEG'lerin yürüttüğü çalışmaların çeşitli aşamalarında ulusal, bölgesel ve yerel medya mensuplarının katılımıyla gerçekleştirilecek alan ziyaretleri ve bunlarla ilgili yayımlanacak haberler yeni proje fikirleri için kaynak oluşturmanın yanı sıra kamuoyunda kırsal kalkınmayla ilgili farkındalığın artırılmasını destekleyecektir.

3.5.4.5. Televizyon/Radyo Programları

Ulusal, bölgesel, yerel televizyon ve radyo kanallarındaki programlarda konuşmacı olarak yer almak, Kırsal Kalkınma Programı ve UKA çalışmalarının geniş kitlelerle buluşturulmasına katkı sağlayacaktır. İzlenme oranı yüksek dizilerde Kırsal Kalkınma Programı ve desteklerle ilgili repliklerin yer alması, İyi Uygulama Örnekleri ve YEG ağlarının bulunduğu bölgelerde çekilmekte olan dizilerde bu konularla ilgili replik ve görseller içeren sahnelere yer verilmesi görünürlük ve farkındalığın artırılmasını destekleyecektir.

3.5.5. Kişilerarası İletişim

Bilgi paylaşımı ve farkındalık artırma amacıyla UKA çerçevesinde düzenlenecek etkinlikler İletişim Stratejisi'nin önemli araçlarıdır. Bölgesel toplantılar, eğitimler, Tematik Çalışma Grubu toplantıları, Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı Kongresi ve UKAFEST gibi etkinliklerin yanı sıra özellikle çiftçiler ve küçük aile işletmelerinin davet edileceği özel günler için planlanacak toplantılar, paydaş toplantıları, farkındalık toplantıları ve kampanyalar geniş bir çerçevede hedef kitleye ulaşılmasını sağlayacak kişilerarası iletişim araçlarıdır. Etkinlik planlaması yaparken orta-uzun vadede çıkabilecek olası sorunların ortadan kaldırılmasına yardımcı olacak başlıklar aşağıda sıralanmaktadır:

- Etkinliğin amaç ve hedefini netleştirmek amacıyla hazırlık aşamasında kurum içi ve paydaş toplantıları düzenlenmesi
- Etkinliğin hazırlık ve uygulama aşamasında kullanılacak uygulama planının hazırlanması
 - İnsan kaynakları
 - Ekip üyelerinin rol ve sorumlulukları
 - Bütçe
 - Etkinlik mekânının seçimi, teknik ekipman kontrolü
 - Görünürlük malzemelerinin belirlenmesi ve gerekiyorsa üretimi
 - Dağıtılacak promosyon malzemelerinin seçimi ve üretimi
 - Etkinlik sırasında fotoğraf ve video hizmetlerinin alımı
 - Programın belirlenmesi
- Konuşmacı listesi hazırlanması ve uygunluk kontrolü yapılması
- İlgili hedef gruplar incelenerek detaylı davetli listeleri oluşturulması
- Duyuru kanallarının belirlenmesi
 - Davetiye gönderilmesi
 - Sosyal medya araçları
 - UKA internet sitesi
 - İlgili kurum ve kuruluşların yanı sıra paydaşların internet siteleri
 - Gerekli durumlarda poster ve açık hava reklam panoları ile duyuruların yapılması
- Duyurularda son kayıt tarihinin belirtilmesi
- Medya bağlantılarının kurulması
 - Medya mensuplarına etkinlikle ilgili bilgi aktarılması
 - Etkinlik öncesi basın bülteninin hazırlanması ve dağıtımı
 - Etkinliğe katılacak basın mensupları için basın kitleri hazırlanması
 - Etkinlik sonrası basın bülteninin hazırlanması ve dağıtımı
 - Medya takibi yapılması
- Etkinlik sonrasında katılımcılara teşekkür mesajı gönderilerek görüşlerinin alınması, UKA etkinliklerinden internet sitesi ve sosyal medya hesapları kanalıyla haberdar olabilecekleri bilgisinin paylaşılması

Covid-19 pandemisinin yaşamımızda önemli yer tuttuğu bu günlerde İletişim Stratejisi'nde paylaşılan etkinliklerin fiziksel aktivite olarak gerçekleştirildiği hallerde sosyal mesafe ve hijyen önlemlerinin etkinlik döneminde uygulanmakta olan Covid-19 tedbirleri doğrultusunda alınmasının yanı sıra çevrim içi etkinliğe dönüştürülebilecek etkinliklerin tercih edilmesi önerilmektedir. Çevrim içi etkinlikler için Zoom, Microsoft Teams, Skype, YouTube gibi çevrim içi platformlar kullanılabilir.

Çevrim içi etkinliklerde yukarıda etkinlik uygulama planında belirtilen maddelere ek olarak göz önünde bulundurulması gereken önemli başlıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Yüksek katılımın sağlanabilmesi amacıyla hedef kitleye davetiyeler e-posta ile ulaştırılarak ilgili kişilerle doğrudan iletişime geçilmesi
- Bilgilendirme amacıyla UKA ve paydaşların internet siteleri ile sosyal medya hesaplarından yapılacak duyuruların sosyal medya reklam hizmet alımı ile desteklenmesi
- Etkinliğin içeriğine göre stüdyo ortamının hazırlanması
 - Üst düzey katılımlı etkinliklerin 4 ya da 5 yıldızlı bir otelin toplantı salonu kullanılarak AB görünürlük kuralları çerçevesinde hazırlanmış sahnede gerçekleştirilmesi, ana konuşmacıların sosyal mesafe ve hijyen kurallarına uygun olarak etkinlikte hazır bulunması, katılımcıların ise buldukları mekânlardan internet aracılığı ile katılım sağlanması
 - Eğitimler, bilgilendirme günleri gibi etkinlikler için UKA Destek Birimi toplantı salonunda AB görünürlük kuralları çerçevesinde hazırlanmış sahnenin diğer konuşmacıların arka planına da yansıtılarak konuşmacılar ve katılımcıların buldukları mekânlardan internet aracılığı ile katılımının sağlanması
- Etkinliğin içeriğine göre katılımcıların ses ve/veya görüntülerinin soru-cevap oturumları dışında kapalı tutulması, katılımcı sayısına göre gerekli durumlarda soru-cevap oturumlarında soruların yazılı olarak alınması ve cevaplanması
- Çevrim içi etkinliklerde katılımcıların konuşmacıya odaklanmasının fiziksel etkinlikteki kadar yüksek olmadığı göz önüne alınarak;
 - Konuşmacıların sunumlarını çarpıcı görseller, motivasyonu artırıcı konuşmalarla desteklemesi
 - Sunum sürelerinin sınırlandırılması
 - Konuşma aralarında infografik, kısa tanıtım filmleri gibi görselliğin yüksek olduğu materyaller kullanılarak odaklanmanın artırılması
- Olası teknik problemlerin hızlı çözümü için profesyonel teknik ekibin hazır bulundurulması
- Etkinlik sonrasında sunumların ve görünürlüğün artırılması amacıyla üretilmiş malzemelerin steril paketler içerisinde katılımcılara ulaştırılması

3.5.5.1. Bölgesel Toplantılar/Özel Günlerle İlgili Toplantılar

IPARD çerçevesinde belirlenen Düzey 2 İBB (İBB-2) illerinde gerçekleştirilecek toplantılara İBB-2 illeri arasında yer almayan komşu illerden de katılımcılar davet edilerek kırsal kalkınma ve belirlenen tematik başlıklar katılımcılarla paylaşılabilir. Toplantıların gündemi ve içerik doğrultusunda seçilecek hedef kitleler arasından katılımcı listelerinin IPARD Yönetim Otoritesi koordinasyonunda bölge temsilcileri tarafından belirlenmesi toplantıların hedefine ulaşmasına katkı sağlayacaktır. Bölgesel düzeyde çiftçiler, küçük aile işletmeleri, kadın kooperatifleri, genç girişimciler gibi farklı gruplar için düzenlenecek paydaş toplantıları, farkındalık toplantıları ve özel günler için planlanacak toplantılar farkındalığın ve katılımcılığın artırılmasını destekleyecektir. Çevrim içi değerlendirme formları ile toplantıların içerik ve organizasyonlarının değerlendirilmesinin planlanan diğer etkinlikler için altyapı oluşturacağı öngörülmektedir.

Kırsal kalkınma başlıklarıyla ilgili Dünya Sulak Alanlar Günü, Orman Haftası, Dünya Çiftçiler Günü, Dünya Çevre Günü, Dünya Kadın Çiftçiler Günü, Dünya Gıda Günü, Dünya Kooperatifçilik Günü gibi özel gün ve haftalarda UKA ve Kırsal Kalkınma Programı ile ilgili bilgi paylaşımı yapılması ve farkındalık artırma amacıyla etkinlikler düzenlenmesi önerilmektedir.

Etkinliklerin sosyal medya kampanyalarıyla desteklenmesi katılımcılar ve kamuoyunda farkındalığın artırılmasına katkı sağlayacaktır.

3.5.5.2. Tematik Çalışma Grubu Toplantıları

Kırsal kalkınma programlarının yaygınlaştırılmasının yanı sıra Küçük Aile Çiftliklerinin Teşvik Edilmesi, Kırsal Alanların Tanımı, Kırsal Alanlarda İnovasyon ve Girişimcilik, Kırsal Turizm, LEADER Yaklaşımı-Tabandan Tavana Kırsal Kalkınma, Tıbbi ve Aromatik Bitkiler, Kırsal Altyapı, Kısa Tedarik Zincirleri başlıklarında Tematik Çalışma Grupları Toplantıları gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Tematik Çalışma Grupları Toplantıları iki yılda bir düzenlenecek Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı Kongresi'nde farklı oturumlarda gerçekleştirilebileceği gibi gerek görülen durumlarda ayrı toplantılar olarak da düzenlenebilir. Kongre'nin yapılmayacağı yıllarda ise toplantıların bölgesel ya da ulusal düzeyde gerçekleştirilmesi ve çıktılarının yaygınlaştırılması, UKA ile ilgili farkındalığın artırılmasını ve bilgi paylaşımını destekleyecektir.

3.5.5.3. Fuar ve Festivallere Katılım

UKA DB Bölge Temsilcilerinin bölgelerinde bulunan UKA üyelerini fuar ve festivallere katılım için desteklemesi UKA üyelerine tanıtım, bilgi ve deneyim paylaşımı olanakları sunmasının yanı sıra yerel değerlerin tanıtımına katkı sağlayacaktır. UKA internet sitesi ve e-bültenler aracılığı ile bölgesel etkinlikler diğer bölgelerle paylaşılarak sinerji yaratılacaktır.

3.5.5.4. Eğitimler

UKA'nın hedef kitlesi belirlenirken yararlanıcılar, paydaşlar ve iç iletişim başlıklarında tanımlanan gruplar için belirli aralıklarla eğitimler düzenlenmesi öngörülmektedir. Eğitimler sonrasında doldurulacak çevrim içi değerlendirme formları ile eğitimin değerlendirilmesi yapılacak ve gerekli görülmesi durumunda diğer eğitimlerde bu bilgiler doğrultusunda düzenlemeler önerilecektir. Tarım ve Orman Bakanlığı İl Müdürlükleri ve TKDK İl Koordinatörlüklerinden seçilecek irtibat kişilerinin yanı sıra YEG'lerin bir araya getirileceği eğitim programları ortak anlayışın pekiştirilmesine katkı sağlayacaktır. Paydaşlar ve pilot projeler kapsamında hazırlanacak farklı eğitimler ise sürdürülebilir iletişim ve kapasite geliştirme çalışmalarını destekleyecektir.

3.5.5.5. Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı Kongresi ve UKAFEST

Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı Kongresi'nin, Yönetim Otoritesi UKA Destek Birimi'nin koordinasyonunda belirlenen başlıklar doğrultusunda, katılımcıların farklı ülke deneyimleri hakkında bilgi sahibi olabilecekleri, kırsal kalkınma ve tematik konularla ilgili gelişmeleri takip edebilecekleri ve tartışmalara katkı sağlayabilecekleri uluslararası bir ortam olması hedeflenmektedir. Kongre, seçilmiş İyi Uygulama Örnekleri ve YEG'lerin hedef kitleler ve kamuoyu ile buluşacağı UKAFEST'e de ev sahipliği yaparak hem projeler arası sinerji oluşturulmasına hem de hedef kitleler için bilgi paylaşımına katkı sağlayacaktır. Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı Kongresi'nin iki yılda bir sonbahar-kış döneminde düzenlenmesi önerilmektedir. Kongre oturumlarında çevrim içi değerlendirme formları ile oturumlar ve Kongre'nin değerlendirmesinin yapılması bir sonraki organizasyonun oturum başlıkları için altyapı oluşturacaktır.

3.5.5.6. UKA Karavanı

UKA logosu ve sloganları ile giydirilmiş bir karavanla ülke genelinde farklı hedef gruplar için tasarlanmış farklı etkinlikler yapılması hem bilgi paylaşımı hem de farkındalık artırma çalışmalarını destekleyecektir. UKA Karavanı'nda kırsal kalkınma programları hakkında bilgilendirme notları, UKA Broşürü, tanıtım materyalleri, İyi Uygulama Örnekleri ve YEG dokümanları gibi bilgi paylaşımı malzemeleri ve görsel materyaller yer alacaktır. UKA Karavanı'nın kırsal kalkınmayla ilgili özel günlerde düzenlenecek etkinliklerde cazibe merkezi olarak kullanılması önerilmektedir.

3.5.6. İletişim Araçları Özet Tablo

Tablo 2. İletişim Araçları Özet Tablo

Araçlar	Amaç	Hedef Kitle
Görsel Kimlik		
<p>Logo</p> <p>UKA logosu akılda kalıcı ve güçlü olacak, UKA'nın kırsal kalkınma alanında şemsiye bir organizasyon olduğu algısını oluşturacaktır.</p>	<p>Farkındalığın artırılması</p> <p>Bilgilendirme</p> <p>Görünürlük</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p> <p>Kamuoyu</p> <p>Bölgesel ve yerel medya</p>
Basılı Materyaller		
<p>Basılı Malzemeler, Promosyon ve Görünürlük Malzemeleri</p> <p>UKA ile ilgili farkındalık yaratmak, bilgi akışı sağlamak ve etkinlikleri duyurmak amacıyla üretilecek ve dağıtılacaktır. Basılı materyaller arasında en sık kullanılanlar broşür, infografik, kitap, poster, bayrak, roll-up, örümcek stant, pankart ve promosyon malzemeleridir.</p>	<p>Görünürlük</p> <p>Farkındalığın artırılması</p> <p>Bilgilendirme</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p> <p>Kamuoyu</p> <p>Medya</p>
Çevrim İçi Medya		
<p>İnternet Sitesi</p> <p>UKA ve kırsal kalkınma ile ilgili şeffaf bilgi paylaşımı ve farkındalığın artırılması amacıyla tasarlanıp sürekli güncellenecektir.</p>	<p>Bilgilendirme</p> <p>Farkındalığın artırılması</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p> <p>Kamuoyu</p> <p>Medya</p>
<p>Sosyal Medya</p> <p>UKA ve kırsal kalkınma ile ilgili farkındalığın artırılmasının yanı sıra hedef kitleye bilginin hızlı ulaşmasına, ağ oluşturulmasına, duyuruların yapılmasına ve etkinliklere katılımın artırılmasına katkı sağlayacaktır.</p>	<p>Farkındalığın artırılması</p> <p>Bilgilendirme</p> <p>Görünürlük</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p> <p>Kamuoyu</p>

Araçlar	Amaç	Hedef Kitle
<p>Veri Tabanları</p> <p>UKA ile ilgili çeşitli verilerin veri tabanları ortamında kolay güncellenebilir ve erişilebilir olarak tutulması UKA iletişim çalışmalarının önemli bir ayağını oluşturmaktadır.</p>	Bilgilendirme	Yararlanıcılar Paydaşlar
<p>Çevrim İçi Forum</p> <p>UKA faaliyetleri ve ilgili bütün başlıklara ilişkin hızlı bilgi akışı sağlayacaktır.</p>	Bilgilendirme Sürdürülebilir iletişim için kapasite artırılması	Yönetim Otoritesi İlgili kurum ve kuruluşlar Yararlanıcılar
<p>UKA Animasyonu</p> <p>UKA hakkında farkındalığı artırmaya ve yürütülen çalışmaları paylaşmaya katkı sağlayacaktır.</p> <p>İyi Uygulama Örnekleri ve YEG Ağları Videoları</p> <p>İyi Uygulama Örnekleri ve YEG'lerin sürdürdüğü çalışmaların paylaşılması farklı coğrafyalar ve farklı aktörler arasında hızlı bilgi akışına yardımcı olacaktır.</p>	Bilgilendirme Farkındalığın artırılması Görünürlük	Yararlanıcılar Paydaşlar Kamuoyu
Medya İlişkileri		
<p>Medya kuruluşları ve temsilcileriyle kurulan etkili iletişim farkındalığın artırılmasının yanı sıra bilginin hızlı ve şeffaf bir şekilde yaygınlaştırılmasını sağlayacaktır.</p>	Bilgilendirme Farkındalığın artırılması Görünürlük	Yararlanıcılar Paydaşlar Kamuoyu

Araçlar	Amaç	Hedef Kitle
Kişilerarası İletişim		
<p>Bölgesel Toplantılar</p> <p>Paydaş Toplantıları</p> <p>Farkındalık Toplantıları</p> <p>Özel Günler için Toplantılar</p> <p>Farklı hedef gruplar ve sektörlerden katılımcılarla gerçekleştirilecek toplantılar bilgi akışının sağlanmasının yanı sıra UKA ile ilgili farkındalığın ve görünürlüğün artırılmasını destekleyecektir.</p>	<p>Farkındalığın artırılması</p> <p>Bilgilendirme</p> <p>Görünürlük</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p> <p>Kamuoyu</p> <p>Bölgesel ve yerel medya</p>
<p>Tematik Çalışma Grubu Toplantıları</p> <p>Bölgesel ve ulusal düzeyde düzenlenecek Tematik Çalışma Grupları Toplantıları, seçilen konularda bilgi artışı ve yerel inovasyona katkı sağlamasının yanı sıra Kırsal Kalkınma Programı uygulamaları ile ilgili farkındalığın artırılmasını destekleyecektir.</p>	<p>Farkındalığın artırılması</p> <p>Bilgilendirme</p> <p>Politika geliştirme</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p>
<p>Fuar ve Festivallere Katılım</p> <p>UKA üyelerinin fuar ve festivallere katılım için desteklenmesi yerel değerlerin tanıtımının yanı sıra bilgi ve deneyimin artırılmasına katkı sağlayacaktır.</p>	<p>Bilgilendirme</p> <p>Farkındalığın artırılması</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p> <p>Kamuoyu</p> <p>Medya</p>
<p>Eğitimler</p> <p>Kırsal kalkınma programlarıyla ilgili bilgi paylaşımını ve iletişimde sürdürülebilirliğin sağlanmasını destekleyecektir.</p>	<p>Bilgi paylaşımı</p> <p>İç iletişim</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p>

Araçlar	Amaç	Hedef Kitle
<p>Değerlendirme Toplantıları</p> <p>İç iletişimde sürdürülebilirliğin sağlanması amacıyla tüm aktörlerin belirli dönemlerde bir araya gelmesini sağlayacaktır.</p>	<p>Bilgilendirme</p> <p>Sürdürülebilir iletişim için kapasite artırılması</p>	<p>Yönetim Otoritesi</p> <p>İlgili kurum ve kuruluşlar</p> <p>Yararlanıcılar</p>
<p>Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı Kongresi ve UKAFEST</p> <p>Kırsal kalkınma programları ve gelişmelerin paylaşılacağı uluslararası çalışmalardır. Kongre kapsamında düzenlenecek UKAFEST stantlarında İyi Uygulama Örnekleri ve YEG'ler hedef kitleler ve kamuoyu ile buluşturularak farkındalık artırma ve bilgi akışı desteklenecektir.</p>	<p>Farkındalığın artırılması</p> <p>Bilgilendirme</p> <p>Görünürlük</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p> <p>Kamuoyu</p> <p>Medya</p>
<p>UKA Karavanı</p> <p>UKA logosu ve sloganları ile giydirilmiş bir karavanla kamuoyu ile buluşarak farklı hedef gruplar için tasarlanmış farklı etkinlikler yapılması hem bilgi paylaşımı hem de farkındalık artırma çalışmalarını destekleyecektir.</p>	<p>Farkındalığın artırılması</p> <p>Bilgilendirme</p> <p>Görünürlük</p>	<p>Yararlanıcılar</p> <p>Paydaşlar</p> <p>Kamuoyu</p> <p>Medya</p>

3.6. Başarı Kriterleri

İletişim faaliyetleri ve kullanılacak mecralar tasarlanırken etkili iletişimin vazgeçilmez kriterlerinden biri olan ölçülebilirlik kriteri göz önünde bulundurulmalıdır.

İletişim faaliyetleri ve kullanılacak mecralar tasarlanırken etkili iletişimin vazgeçilmez kriterlerinden biri olan ölçülebilirlik kriteri göz önünde bulundurulmalıdır. Önerilen kriterler aşağıda sıralanmaktadır:

- UKA internet sitesinin kullanım sıklığı
- Düzenlenen toplantı sayısı
- Çevrim içi ve yüz yüze yapılan toplantılarda katılımcı sayısı
- Çevrim içi platformlarda paylaşılan mesaj, duyuru ve videoların sayısı
- Sosyal medya hesaplarının takipçi sayısı
- Hazırlanan basın bültenleri, e-bültenler, broşürler ve kitapların kalitesi ve adedi
- Medya görünürlüğü
- Dağıtılan promosyon malzemelerinin adedi
- Veri tabanının oluşturulması ve aktif kullanımı
- Çevrim İçi Forum sisteminin kurulması, yararlanıcılar ve ilgili paydaşlarla iletişimin tek bir alandan sağlanması
- UKA görsel kimliğinin bütün faaliyetlerde kullanılması, bilinirlik ve tanınırlığının artırılması

3.7. Bütçe

İletişim Stratejisi'nde tanımlanan iletişim faaliyetleri için UKA Destek Birimi gerekli durumlarda kısa dönemli uzmanlarla çalışmalı ve yıllık faaliyet planları hazırlanırken yürütülecek faaliyetlerle ilgili teklifler alınarak detaylı bütçe oluşturulmalıdır. Etkinlik bütçesi hazırlanırken sosyal medya ve bölgesel medya reklamları için bütçe eklenmesi unutulmamalıdır.

3.8. İnsan Kaynağı

İletişim faaliyetlerinin UKA Destek Birimi iletişim ve tanıtım sorumluları ile iş birliği halinde iletişim uzmanının sorumluluğunda gerçekleştirilmesi ve gerekli durumlarda tasarım, video hazırlama, profesyonel fotoğrafçılık, illüstrasyon hazırlama, internet sitesi yönetimi, sosyal medya planlaması ve medya ilişkileri gibi konularda profesyonel hizmet alımı yapılması önerilmektedir.

3.9. Uygulama Takvimi

İletişim faaliyetleri, İletişim Stratejisi Uygulama Planı'nda belirlenen takvime uygun olarak gerçekleştirilmelidir. İletişim Uygulama Planı belirlenecek tarih aralıklarında ya da yeni oluşacak gündeme göre gözden geçirilmeli ve gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

3.10. İzleme, Değerlendirme ve Arşivleme

İletişim faaliyetlerinin izlenmesi, dönemlik raporların yanı sıra hedef grupların geri bildirimleri, e-posta, sosyal medya, yüz yüze görüşmeler üzerinden düzenli olarak gerçekleştirilmeli ve hazırlanacak raporlara yansıtılmalıdır. Gerekli durumlarda belirli materyal ya da etkinliklere özel değerlendirme formları eklenmelidir. UKA için üretilen her türden iletişim materyalinin üç boyutlu, basılı ve elektronik kopyası arşivlenmelidir. Medya görünürlüğü, medya takip şirketi hizmeti aracılığıyla düzenli olarak belgelenmelidir.

4. İletişim Stratejisi Uygulama Planı

İletişim Stratejisi'nde tanımlanan faaliyetlerin detaylı hazırlanmış bir Uygulama Planı doğrultusunda hayata geçirilmesi önemlidir. Uygulama Planı'nda tanımlanan aktiviteler ve bunların zamanlamalarının 3 ay, 6 ay gibi belirlenecek dönemlerde o anın gerektirdiği ihtiyaçlar doğrultusunda gözden geçirilmesi ve gerekli durumlarda yeniden yapılandırılması İletişim Stratejisi'nin hedeflerine ulaşmasına katkı sağlayacaktır.



İletişim Stratejisi'nde tanımlanan faaliyetlerin detaylı hazırlanmış bir Uygulama Planı doğrultusunda hayata geçirilmesi önemlidir.



4.1. İletişim Stratejisi Uygulama Planı Formatı

Tablo 3. İletişim Stratejisi Uygulama Planı Formatı

Amaç	İletişim Stratejisi, Ulusal Kırsal Ağ için iletişim yaklaşımı ve hedef kitlelerin yanı sıra farklı hedef kitlelere uygun iletişim araçları ve uygulama dönemlerini tanımlayan referans dokümandır.					
Metodoloji	İletişim Stratejisi'nin ana ilkeleri; hedef kitleler ve toplumda farkındalığı artırmak amacıyla çeşitli iletişim yöntemlerini kullanarak doğru bilgi sağlamak, hedef kitleler arasında yapıcı ilişkileri desteklemek, katılımcı karar vermeyi teşvik etmek ve kolaylaştırmak, sosyokültürel duyarlılık, dil ve psikolojik uygunluğu dikkate almaktır. Bu amaca ulaşmak için UKA internet sitesi, basılı materyaller, kişilerarası etkinlikler, sosyal medya ve basın ilişkileri gibi çeşitli görünürlük araç ve kanallarının kombinasyonları kullanılacaktır.					
Faaliyet ve Araçlar	Etkinlik/ Üretim Amacı	Hedef Kitle	Katılımcı Sayısı/ Malzeme Adedi	Etkinlik Yeri	Çıktılar	Zamanlama
Basılı Dokümanlar						
Broşür						
Poster						
Görünürlük Malzemeleri						
Kişilerarası İletişim						
Bölgesel Toplantılar Paydaş Toplantıları Farkındalık Toplantıları						
Eğitimler						
Tematik Çalışma Grubu Toplantıları						

Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı Kongresi ve UKAFEST						
Değerlendirme Toplantıları						
Fuar ve Festivaller						
UKA Karavanı						
Medya İlişkileri						
Medya Ziyaretleri						
Basın Bültenleri						
İyi Uygulama Örnekleri ve YEG Ağları Ziyaretleri						
Çevrim İçi İletişim						
İnternet Sitesi						
Veri Tabanları						
Çevrim İçi Forum						
E-Bülten						
Sosyal Medya						
İyi Uygulama Örnekleri ve YEG Ağları Tanıtım Filmi						
UKA Animasyon Filmi						

5. 2019-2021 Dönemi İletişim Etkinliklerinin Değerlendirilmesi



TA/2019/SER/2019 Teknik Destek Projesi kapsamında Ulusal Kırsal Ağ'ın yapısı ve kırsal kalkınma programlarının uygulanma sürecindeki rolünün yararlanıcılar, paydaşlar ve kamuoyuyla paylaşılması ile ilgili çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

Covid-19 pandemisinin yaşamımızda önemli yer tuttuğu bu günlerde İletişim Stratejisi'nde paylaşılan etkinliklerin bir bölümü çevrim içi olarak gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında üretilen tüm dokümanlar internet sitesinde kullanıcılarla buluşturulmuştur.

İletişim Stratejisi çerçevesinde gerçekleştirilen faaliyetler:

- Kurumsal Kimlik
 - UKA Logosu
 - UKAFEST Logosu
- Dokümanlar
 - Ulusal Kırsal Ağ Broşürü (Türkçe ve İngilizce)
 - Dijital Katalog
 - Kitap
 - *Değişimin Hikayesi Kırsalda Yazılıyor* (Türkçe ve İngilizce)
 - Aylık E-Bülten (Aralık 2020-Mayıs 2021) (Türkçe ve İngilizce)
- UKA Animasyon Filmi
 - 3 dakikalık uzun versiyon
 - 1 dakikalık kısa versiyon
- Promosyon Ürünleri
 - Takvim (10.000 adet büyük, 10.000 adet küçük)
 - Hijyen Kiti (1.100 adet)
 - USB (100 adet)
 - Laptop Çantası (100 adet)

- Görünürlük Malzemeleri
 - Kırlangıç Bayraklar (Türk Bayrağı, AB Bayrağı, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarım Reformu Genel Müdürlüğü ve TKDK bayrakları olmak üzere 5 set)
 - Ulusal Kırsal Ağ Örumcek Stant (2 adet)
 - Ulusal Kırsal Ağ Roll-Up (2 adet)
 - İyi Uygulama Örnekleri Posteri (43 adet)
 - Etkinlik Duyuru Pankartları
- Gerçekleştirilen Toplantılar
 - Fiziki Toplantılar
 - UKA Tematik Çalışma Grubu Toplantıları (250 kişi)
 - Çevrim İçi Toplantılar
 - UKA İrtibat Temsilcileri Eğitimi (200 kişi)
 - UKA Balıkesir Bölgesel Toplantısı (240 kişi)
 - UKA Muş Bölgesel Toplantısı (150 kişi)
 - Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı Kongresi ve UKAFEST (4.100 kişi)

TA/2019/SER/2019 Teknik Destek Projesi kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerle ilgili zamanlama çizelgesi, üretilen dokümanlar ve materyallerin dijital kopyaları ek olarak sunulmaktadır (Ek-1: UKA İletişim Uygulama Planı Kasım 2019-Mayıs 2021, Ek-2: Doküman ve materyallerin dijital kopyalarının bulunduğu USB).

6. 2021-2023 Dönemi İletişim Stratejisi Uygulama Planı Önerileri



2021-2023 döneminde TA/2019/SER/2019 Teknik Destek Projesi kapsamında geliştirilen İletişim Stratejisi'nde detaylı olarak açıklanan ve Uygulama Planı'nda tanımlanan faaliyetlerin sürdürülmesinin Ulusal Kırsal Ağ'la ilgili farkındalığın artırılmasına ve yürütülen çalışmaların yaygınlaştırılmasına katkı sağlayacağını değerlendirilmesi önerilmektedir.

UKA Destek Birimi'nin koordinasyonunda yürütülecek çalışmalarda, faaliyetin gerçekleştirilmesinin planlandığı dönemdeki koşullar değerlendirilerek gerekli değişikliklerin yapılması İletişim Stratejisi'nde belirtilen amaç ve hedeflere ulaşılmasını destekleyecektir.

UKA Destek Birimi'nin koordinasyonunda yürütülecek çalışmalarda, faaliyetin gerçekleştirilmesinin planlandığı dönemdeki koşullar değerlendirilerek gerekli değişikliklerin yapılması İletişim Stratejisi'nde belirtilen amaç ve hedeflere ulaşılmasını destekleyecektir.

Dünya Sağlık Örgütü tarafından yapılan açıklamalarda dünya genelinde devam etmekte olan Covid-19 pandemisinin 2022 yılında biteceği öngörülmekle birlikte yürütülen aşı çalışmalarına karşın Covid-19 mutasyonları hızla artmakta ve bilim dünyası çalışmalarını yeni durumlara göre yapılandırmaktadır. Covid-19 pandemisinin yaşamımızdaki etkileri dolayısıyla 2021-2023 İletişim Uygulama Planı'nda önerilen etkinliklerin bir bölümünün çevrim içi olarak sürdürülmesinin, internet sitesi ve sosyal medya hesapları üzerinden yapılacak kampanyalar, bilgilendirme ve paylaşımların hedef kitleye ulaşılmasında çok daha etkin rol oynayacağı değerlendirilmektedir. Çevrim içi toplantı organizasyonlarında "3.5.5. Kişilerarası İletişim" başlığı altında yer verilen organizasyon detaylarının göz önünde bulundurulması etkinliklerin geniş kitlelerle buluşmasına katkı sağlayacaktır.

UKA Destek Birimi koordinasyonunda gerçekleştirilecek İletişim Uygulama Planı'nın hedeflerine ulaşması için değerlendirilmesinde yarar görülen öneriler şu şekilde özetlenebilir:

- Covid-19 pandemisi nedeniyle çevrim içi medya kullanımının önemi artmıştır. Bu bakımdan 2021-2023 döneminde UKA sosyal medya hesaplarının aktif kullanılması için adreslerin alınması, sosyal medya planlaması ve yönetiminin profesyonel hizmet alımı ile gerçekleştirilmesi
 - Sosyal medyada haftada en az üç mesaj paylaşılması
 - Bu mesajlardan en az birinin kullanıcılardan görüşlerini paylaşmalarının isteneceği bir soru mesajı olması ve her ay bu sorulara gelen yanıtların görsel destekli anlatımlarla paylaşılması
 - Özel günlerde canlı yayınlar ve sohbetler yapılması
 - Belirli dönemlerde yapılacak anketlerle sosyal medya çalışmalarının değerlendirilmesi

- Ulusal Kırsal Ağ çerçevesinde yürütülen çalışmaların ve gelişmelerin yararlanıcılar, paydaşlar ve kamuoyu ile farklı mecralarda paylaşılmasının önemi göz önünde bulundurularak medya ilişkilerinin de profesyonel hizmet alımı ile gerçekleştirilmesi
 - Özel etkinlikler öncesinde kapsamlı medya çalışması yapılması
 - Belirli dönemlerde İyi Uygulama Örnekleri olarak seçilen projelere basın ziyaretleri yapılması
 - Sektörel yayın, ulusal, bölgesel ve yerel medya temsilcileri ile yapılacak eğitimlerle UKA ile ilgili farkındalığın artırılması
- Gerekli durumlarda iletişim uzmanlığı, tasarım, video hazırlama, profesyonel fotoğrafçılık, illüstrasyon hazırlama gibi konularda da profesyonel hizmet alımı yapılması
- Çevrim İçi Forum platformu hayata geçirilerek UKA Destek Birimi, YEG'ler ve ilgili paydaşlar arasında hızlı ve etkili bilgi akışının gerçekleştirilmesi
- Bilgi akışının sağlanması ve ortak anlayışın pekiştirilmesi amacıyla Tarım ve Orman Bakanlığı İl Müdürlükleri, TKDK İl Koordinatörlükleri irtibat kişileri ve YEG'ler için belirli aralıklarla eğitimler düzenlenmesi
- E-bültenlerin farklı formatlarda hazırlanması
 - Şubat, Nisan, Ağustos ve Ekim aylarında dönem içi faaliyetlerden başlıklar
 - Haziran ve Aralık aylarında 6 aylık ve yıllık değerlendirmeler
- Her yıl *Rural Connections Magazine* için en az bir makale hazırlanması
- Veri tabanlarının güncellemelerinin düzenli yapılması
- İnternet sitesinin düzenli olarak güncellenmesi ve ilgili bağlantıların eklenmesi
- Önemli etkinlikler ve seçilecek özel günlerle ilgili etkinlik öncesi ve sırasında sosyal medya kampanyalarının düzenlenmesi
- Bölgesel Kırsal Ağ Toplantıları ve özel günlerde düzenlenecek toplantılarla farkındalık artırma ve bilgi paylaşımının sağlanması, internet sitesi ve sosyal medya hesapları kullanılarak çalışmanın çarpan etkisinin artırılması
- UKA Bölge Temsilciliklerinde ve gerekli durumlarda il düzeyinde Danışma Masası oluşturulması
- İyi Uygulama Örneklerinin seçim kriterlerinin paydaşlarla paylaşılması ve seçilen projeler farklı etkinliklerde yaygınlaştırılarak bilgi aktarımının sağlanması, internet sitesi ve sosyal medya hesapları kullanılarak çalışmanın çarpan etkisinin artırılması
- Her yıl en az bir kez gerçekleştirilecek Tematik Çalışma Grupları Toplantıları ile politika geliştirme çalışmalarının desteklenmesi, toplantı çıktılarının internet sitesinde yayımlanması ve sosyal medya mesajlarında paylaşılması
- Ulusal Kırsal Kalkınma Ağı Kongresi ve UKAFEST'in iki yılda bir sonbahar-kış döneminde, mümkün olan durumlarda fiziki olarak gerçekleştirilmesi, Kongre'nin yapılmadığı yıllarda ise UKAFEST'in İyi Uygulama Örnekleri ve Yerel Eylem Grupları çalışmalarının paylaşılacağı bir etkinlik olarak düzenlenmesi
- UKAFEST kapsamında 2021 ve 2022'de seçilecek İyi Uygulama Örnekleri ve YEG'ler için tanıtım kartlarının hazırlanması, 2020'de seçilmiş İyi Uygulama Örnekleri ve YEG'ler için oluşturulan tanıtım kartlarının projelerdeki gelişmeler de eklenerek yeniden hazırlanması

IPARD illeri ve komşu illerde kamuoyuyla buluşturulacak UKA Karavanı'nda çeşitli bilgi paylaşımı malzemeleri ve görsel materyaller yer alacaktır.

- UKAFEST için İyi Uygulama Örneklerinin kısa videolarının hazırlanması, internet sitesi ve sosyal medya hesaplarında paylaşılması
- UKA logosu ve sloganları ile giydirilmiş bir karavanın IPARD illeri ve komşu illerde kamuoyu ile buluşturulması ve farklı hedef gruplar için tasarlanmış farklı etkinliklerin yapılması
 - UKA Karavanı'nda kırsal kalkınma programları hakkında bilgilendirme notları, UKA Broşürü, tanıtım materyalleri, İyi Uygulama Örnekleri ve YEG dokümanları gibi bilgi paylaşımı malzemeleri ve görsel materyallerin yer alması
 - UKA Karavanı'nın kırsal kalkınmayla ilgili özel günlerde düzenlenecek etkinliklerde cazibe merkezi olarak kullanılması
- Eğitimler ve bilgi paylaşımı seminerlerinin düzenlenmesi
 - Yılda iki kez UKA irtibat temsilcileri eğitimleri düzenlenerek bilgi tazelemenin yanı sıra bölgeler arası sinerjinin artırılması
 - UKA Destek Birimi Bölge Temsilcilerinin bölgelerinde tespit edilen ihtiyaçlar doğrultusunda geniş katılımlı eğitimler ve seminerler düzenlenmesi
- Yurt içi ve yurt dışı çalışma ziyaretleri düzenlenerek çalışmaların yerinde değerlendirilmesi ve hazırlanacak raporlarla bilgi ve deneyimin yaygınlaştırılması
 - UKA Destek Birimi Bölge Temsilcilerinin yurt içinde farklı bölgeleri ziyaret ederek bilgi ve deneyim paylaşımında bulunması, çalışma ziyaretleri sonrasında hazırlanacak raporlar ile çıktılarının ülke genelinde UKA Destek Birimi merkez ve bölge temsilcileriyle paylaşılması

2021-2023 döneminde kırsal kalkınmanın temel unsurlarından biri olan yerel kültürün tanıtılması amacıyla bölgesel etkinliklerin düzenlenmesi ve tanıtımına katkı sağlanması önerilmektedir.

- UKA Destek Birimi merkez ve bölge temsilcileri, Tematik Çalışma Grupları temsilcileri, UKA üyelerinden seçilecek temsilciler ile AB ülkelerine çalışma ziyaretleri düzenlenmesi, ziyaretlerdeki bilgi, gözlem ve deneyimlerin hazırlanacak raporlarla paylaşılması
- UKA Destek Birimi Bölge Temsilcilerinin bölgelerindeki UKA üyelerini tanıtım ve deneyim paylaşımı sağlamak amacıyla yerel ve ulusal fuar ve festivallere katılım için desteklemesinin yanı sıra bu etkinliklerin UKA internet sitesi, sosyal medya duyuruları ve basın bültenleri ile yaygınlaştırılması
- Kırsal kalkınmanın temel unsurlarından biri olan yerel kültürün tanıtılması amacıyla bölgesel etkinliklerin düzenlenmesi ve tanıtımına katkı sağlanması, etkinliklerin UKA çevrim içi iletişim kanalları ile desteklenmesi
- Bilgilendirme amaçlı basılı malzemelerin gerekli durumlarda güncellenerek yeniden bastırılması
- Örünçek stant, roll-up, poster, açık hava reklam panoları ve bayrakların görünürlük ve tanınırlığın artırılması amacıyla kullanılması
- Promosyon malzemelerinin toplantıların ve hedef grupların özelliklerine göre belirlenmesi ve ürettirilmesi

2021-2023 dönemi için önerilen faaliyetlerle ilgili İletişim Uygulama Planı Önerisi zamanlama çizelgesi ek olarak sunulmaktadır (Ek-3: 2021-2023 Dönemi İletişim Uygulama Planı Önerisi).



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.



UKA

ULUSAL KIRSAL AĖ
NATIONAL RURAL NETWORK



T.C. TARIM VE
ORMAN BAKANLIğI

