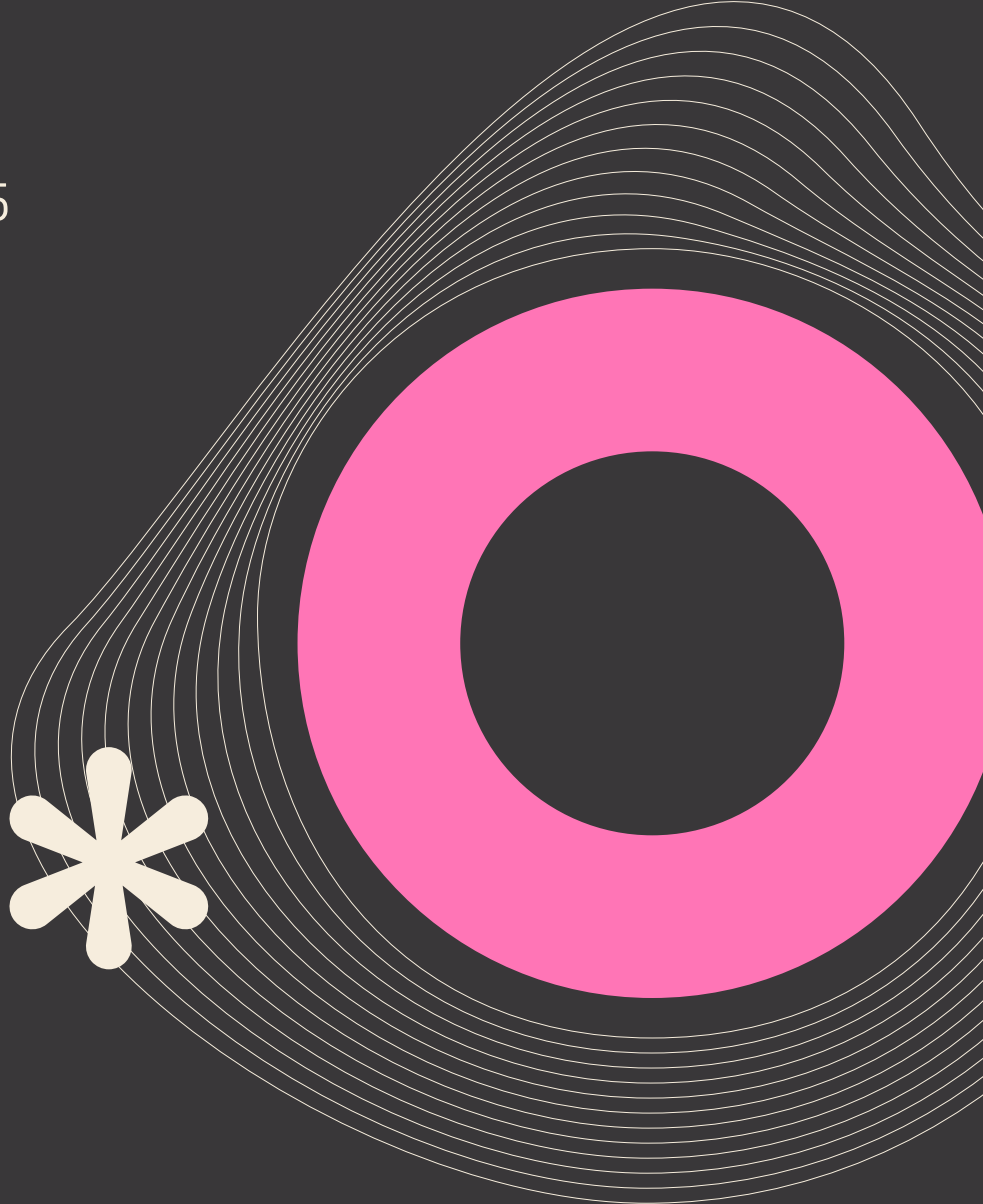


AFETE HAZIRLIK IÇIN GÖRSEL MESAJLARIN ETKİSİ

8. Baskı - 15 Temmuz 2025



GİRİŞ

RESILIAGE, kültürel ve doğal mirasın Afet Riskinin Azaltılmasına (DRR) entegrasyonu yoluyla toplum direncini artırmaya odaklanan üç yıllık bir Avrupa araştırma projesidir (2023-2026). Horizon Europe tarafından finanse edilen proje, yerel toplulukların önemli bir kaynağı olan mirasın, doğal tehlikeler ve aşırı olaylar karşısında toplumsal dayanıklılığı nasıl güçlendirebileceğini araştırmaktadır. RESILIAGE, saha araştırması yaparak ve toplulukları çoklu tehlike senaryolarına dahil ederek, birlikte eyleme geçirilebilir bilgi üretmeyi, toplulukları afet risklerine daha iyi hazırlanma ve azaltma konusunda güçlendirmeyi ve aynı zamanda iklim değişikliğinin etkilerini ele almayı amaçlamaktadır.

Proje Politecnico di Torino tarafından yürütülmekte ve ilk müdahale ekipleri, politika yapıcılar, vatandaş dernekleri ve miras örgütleri de dahil olmak üzere 10 ülkeden 18 ortağı kapsamaktadır. RESILIAGE, farklı ülkelerde kurulan beş CORE Laboratuvarı aracılığıyla yönetim, sosyal etkileşim ve diğer kritik faktörleri analiz etmek için Sistemik Dayanıklılık İnovasyonu (SyRI) çerçevesini kullanmaktadır. Bu çerçeve, afet risk yönetimi ve iklim değişikliğine uyumda kültürel mirası kullanarak toplum direncini güçlendiren uygulamaları tanımlar ve geliştirir. Buna ek olarak, her bir CORE Laboratuvarı, şehir bölgesi, belediye, belediye ağı, bölgesel ve bölgeler arası dahil olmak üzere belirli bir yönetim ölçeğinde uzmanlaşmıştır.

Proje, paydaşları işbirlikçi ve katılımcı süreçlere dahil ederek, toplumun hazırlığını güçlendiren ve afet direnci için uzun vadeli stratejileri teşvik eden dijital araçlar ve yumuşak çözümler yaratmayı amaçlamaktadır.

İÇERİK

Kitapçık #8 – Afetlere Hazırlıkta Görsel Mesajların Etkisi, doğal afet risk yönetiminde insan faktörlerini incelemeye devam ediyor ve **Kitapçık #7**'de ele alınan temaların üzerine inşa ediliyor.

Önceki sayıda, krizlerin zamanlamasına (bir olaydan önce ve sonra) ve **afiş ile iletişimin halk davranışlarını nasıl etkileyebileceğine** odaklanılmıştı. Bu yeni kitapçık ise, **video kampanyalarının insanların doğal afetlere hazırlığını nasıl artırabileceğini** araştırarak konuyu bir adım ileri taşıyor.

Neden önemli?

İnsanların **riski algılama biçimi**, bir afet sırasında **nasıl tepki verdiklerini belirlemede kritik bir rol oynar**. Birçok birey **ne yapması gerektiğini net olarak bilmez** ve eylemleri her zaman **güvenli veya etkili olmayabilir**.

Risk algısı, **zihinsel kestirmeler (heuristikler)** tarafından etkilenir ve bu da **bilişsel yanlılıklara** yol açabilir. **Jensen ve Ong (2020)**'nin belirttiği gibi, bu algıların anlaşılması, **acil durum planlamasını iyileştirmeye yardımcı olur** ve **vatandaşları çok geç olmadan harekete geçmeleri için motive eder**.

Ne yaptık?

Görsel mesajların etkisini değerlendirmek amacıyla **RESILIAGE, RAISE** aracını kullanarak **Avrupa'daki çeşitli CORE Lab'lerde uzun vadeli bir çevrimiçi anket** yürüttü. Anket, **üç aşamada** gerçekleştirildi:

- 1. Başlangıç anketi** – hazırlık düzeyleri, davranışları, bilgileri ve etkileyen faktörleri (örn; algılanan kontrol, duygular, mirasın kırılabilirliğine dair farkındalık gibi) değerlendirdi.
- 2. Video kampanyası** – katılımcılar, **sel sırasında nasıl hareket edilmesi gerektiğini anlatan kısa bir video** izlediler.
- 3. Takip anketleri** – biri **videonun hemen ardından**, diğeri ise **dört hafta sonra** uygulandı; böylece zaman içindeki değişimler ölçüldü.

Avrupa genelinde doğal afet riskine dikkat çeken video kampanyalarının afetlere hazırlık üzerindeki etkisinin neler olduğunu keşfedin.

Bu bilgiler, **daha dirençli toplulukların** oluşmasına ve **insan odaklı kriz yanıtlarının geliştirilmesine** katkı sağlamaktadır.



Core Lab

**Karsiyaka
TURKEY**

KARSIYAKA CORE LAB

SICAK HAVA DALGALARI GÖZ ARDI EDİLİYOR: RISK ALGISI VE VIDEO ETKİSİ ARASINDAKİ UÇURUMUN KAPATILMASI



Core Lab
**Karsiyaka
TURKEY**

Boylamsal çevrimiçi anket: doğal afetlere hazırlıklı olma konusunda iletişim

Afetlere Hazırlık ve Geçmiş Deneyimler

Katılımcıların yaklaşık **%91'i yaşadıkları en son büyük doğal afet olarak depremleri** belirtti. Sadece küçük yüzdelere **sel (%3,5), orman yangınları (%3,5)** ve **heyelanlar (%2)** bildirildi. **Sıcak hava dalgaları ise hiç belirtilmedi** – oysa bu, **RESILIAGE projesinin odak noktalarından biri** ve bölge için **önemli bir yerel tehdit**.

Bu durum, **kritik bir farkındalık eksikliği**ni ortaya koyuyor: **Depremler** insanların hafızasında ve dikkatinde öne çıkarken, **sıcak hava dalgaları** – ciddi riskler taşımalarına rağmen – **hafife alınıyor**.

Nitekim katılımcıların çoğu, **son afetlerini son altı ay içinde düşündüklerini**, hatta birçoğu **yalnızca son bir hafta içinde** akıllarına geldiğini belirtti – bu da afet riskinin insanların zihninde sürekli yer ettiğini ve bunun **stres, kaygı ve psikolojik yük** yaratabileceğini gösteriyor.

Individual preparedness level (/5) before the awareness campaign



Temel göstergeler genelinde kendi bildirdikleri afete hazırlık düzeyleri

Ek olarak:

- **Ne kadar çok afet deneyimi yaşanmışsa**, gelecekteki riskin artacağına dair algı da o kadar yüksek.
- Ancak bu durum, **daha güçlü bir hazırlık ya da kontrol hissine yol açmıyor** – bu da **farkındalık ile eylem arasındaki kopukluğu gözler önüne seriyor**.



Afetlere Hazırlık, İletişim ve Duygusal Etkiler

Risk algısı önemli olsa da, **dikkatli bir şekilde ele alınmalıdır. Karşıyaka** örneğinde:

- **Gelecekteki afetlerden korkan**, yani **risk algısı yüksek olan** katılımcılar aynı zamanda **daha fazla olumsuz duygusal tepki** bildirdi.
- Bu durum, **korkuya dayalı iletişimin psikolojik olarak zararlı olabileceğini** ve hazırlık davranışlarını teşvik etmekte ters etki **yaratabileceğini** göstermektedir (Blondé & Girandola, 2016).

Bu nedenle iletişim:

- **Afet risklerine aşinalığı artırarak kontrol algısını güçlendirmeli,**
- Hem **bireysel hem de toplu eylemleri teşvik etmeli**, böylece insanların bir fark yaratabileceklerine dair inançlarını pekiştirmelidir.

Dikkate değer bulgular:

- **Afet riskleri hakkında bilgi sahibi olduğunu düşünen bireyler**, daha yüksek hazırlık seviyelerine sahip.
- **Kişisel kontrol hissi**, hem **olumsuz duyguların azalması** hem de **daha iyi hazırlık** ile ilişkilendiriliyor.

Bu nedenle iletişim stratejileri:

- Özellikle **sıcak hava dalgaları** konusunda korku mesajları kullanmadan **farkındalık yaratmalı**
- Ve vatandaşlara **net, uygulanabilir adımlar sunarak onları güçlendirmeye** odaklanmalıdır.

Afetlere Hazırlık ve Kültürel-Doğal Miras (CNH)

Bu CORE Lab'deki benzersiz bir bulgu, **kişisel kontrol hissi ile kültürel-doğal mirasın (CNH) dirençlilik kaynağı olarak görülmesi arasında pozitif bir ilişki** bulunmasıydı. Örneğin:

"Kültürel geleneklerin veya miras etkinliklerinin sürdürülmesi, beni afetlere karşı hazırlanmaya motive ediyor."

Ancak bazı çelişkili etkiler de gözlemlendi:

- **Tarihi/dini yapılar gibi kültürel mirasın** savunmasız olduğu algılandığında, **katılımcıların kontrol hissi azaldı.**
- **Doğal miras** tehdit altında olarak algılandığında ise, **hazırlık seviyesi daha düşüktü.**

Bu bulgular, **CNH'nin uyum ve hazırlık için motivasyon sağlayabileceğini**, ancak **yalnızca risk/tehdit olarak vurgulanmasının insanların kendini çaresiz hissetmesine neden olabileceğini** gösteriyor.

Dolayısıyla CNH'ye dair iletişim, **yalnızca kırılganlık değil**, aynı zamanda **toplumsal dayanıklılığa katkı sunan bir kaynak** olarak **güçlendirici yönlerini** ön plana çıkarmalıdır.

Afetlere Hazırlık ve Farkındalık Videosu Kampanyaları

Sıcak hava dalgalarına yönelik videoları izleyen katılımcılar, afet risklerine dair **bilgi seviyelerinin düştüğünü** belirtti. İlk bakışta olumsuz gibi görünse de, bu durum aslında:

- **Gerçek bilgi eksikliklerinin fark edilmesini** ve bu farkındalıkla birlikte **bilgi arayışına geçilmesini** temsil eder — ki bu da **hazırlığın önemli bir parçasıdır**.

Ek bulgular:

- Video **açık ve anlaşılır** olarak değerlendirildi, bu nedenle **algılanan bilgi azalması kafa karışıklığından değil, farkındalık artışından kaynaklanıyor** olabilir.
- Ancak video, **gerçek hazırlık davranışlarında değişiklik yaratmadı** (örneğin acil durum kiti hazırlama, uygulama indirme gibi).

İlginç bir şekilde:

- **Daha fazla afet deneyimi olan katılımcılar**, videoyu **daha alakalı** buldu — bu da farkındalık kampanyalarının, özellikle deneyimli bireyler için değerli olduğunu gösteriyor.
- Katılımcıların **ilk risk algısı veya kontrol seviyeleri** ile videoyu **ne kadar faydalı buldukları arasında bir ilişki bulunmadı** — bu da **videonun geniş bir kitleyi etkileyebildiğini** gösteriyor.



WEBSITE

www.resiliage.eu

CONTACT US

info@resiliage.eu

FOLLOW US

     @ResiliageEU

OUR CONSORTIUM

