

İKLİM KRİZİNİ KONUŞMAK

Bilgiden Eyleme İklim İletişimi

DR. NİLÜFER GEYSİ

İKLİM KRİZİNİ KONUŞMAK: BİLGİDEN EYLEME İKLİM İLETİŞİMİ

Dr. Nilüfer Geysi

Yayınevi Grubu Genel Başkanı: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Kübra Konca Nam

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 76780

ISBN: 978-625-5014-82-5

E-ISBN: 978-625-5014-73-3

1. Baskı, Ekim 2026

Baskı Cilt: Vadi Grafik Tasarım ve Reklamcılık Ltd. Şti.

İvedik Org. San.1420. Cad. No: 58/1 Yenimahalle/Ankara

Matbaa Sertifika No: 47479

Kütüphane Kimlik Kartı

İKLİM KRİZİNİ KONUŞMAK: BİLGİDEN EYLEME İKLİM İLETİŞİMİ

Dr. Nilüfer Geysi

ISBN: 978-625-5014-82-5

E-ISBN: 978-625-5014-73-3

XII+128 s., 135x215 mm

Kaynakça var, dizin yok.

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mechanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM
yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis:

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

İstanbul: Salon Yayınları, Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Santral: +90 332 351 92 85

Editör hatları: +90 533 151 50 42, +90 507 151 50 43

bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Eğitim Publishing Group, Inc.

P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America

americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.

10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr

Whatsapp hattı: +90 553 950 50 37

bilgi@kitapmatik.com.tr

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye

Whatsapp hattı: +90 501 651 92 85

bilgi@egitimkitabevi.com

EĞİTİM YAYINEVİ
GRUBU

Eğitim
yayınevi

SALON
yayınevi

kitapmatik
Eğitimci Kitapçısı

Kitapmatik
İyayınları

Eğitim
kitabevi

Anneme, babama ve kardeşime...

Yazar Hakkında

Dr. Nilüfer Geysi lisans ve yüksek lisans eğitimini İzmir Ekonomi Üniversitesi'nde, doktora eğitimini ise Bahçeşehir Üniversitesi'nde halkla ilişkiler, reklamcılık ve pazarlama iletişimi alanlarında tamamlamıştır. İklim değişikliği iletişimi üzerine hazırladığı doktora tezi, sürdürülebilirlik ve bilim iletişimi ekseninde geliştirdiği akademik çalışmalarının temelini oluşturmuştur.

Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde Dr. Öğretim Üyesi olarak görev yapan Geysi, aynı zamanda üniversitenin Sosyal Etki ve Sorumluluk Merkezi müdürü ve CIFAL İstanbul, UNITAR koordinatörüdür. Akademik çalışmaları sürdürülebilirlik, bilim iletişimi ve iklim iletişiminin kesişimine odaklanmaktadır.

Lisans ve lisansüstü düzeyde kamusal katılım ve etik, iklim değişikliği iletişimi, sürdürülebilirlik iletişimi ve bilim iletişimi dersleri veren Geysi, akademik çalışmalarının yanı sıra sürdürülebilirlik iletişimi ve sorumlu iş modellerine yönelik eğitim programları geliştirmekte ve bu alanlarda özel sektörle iş birlikleri yürütmektedir.

İÇİNDEKİLER

Yazar Hakkında V

Önsöz IX

Giriş: İklim Krizi Neden Bir İletişim Meselesidir? 1

1. Bölüm: İklim Krizi ve İletişim..... 7

İklim Değişikliğini Bir İletişim Sorunu Olarak Düşünmek 7

Bilim, Risk ve Çevre İletişimi Perspektifleri..... 10

İklim İletişiminde Aktörler 14

Kime Güveniyoruz? İklim İletişiminde Kaynak ve Güvenilirlik 19

Medya, Çerçeveleme ve İklim Krizinin Temsili..... 25

İklim İletişiminde Duyguların Rolü 29

2. Bölüm: İletişimsel Eylemi Anlamak 33

İletişimsel Eylem Nedir? 33

Durumsal Problem Çözme Teorisi 35

İletişimsel Eylemin Boyutları: Bilgiyi Kazanmak, Seçmek ve

Aktarmak 38

İletişimsel Eylemden Davranışa 41

3. Bölüm: Davranışı Anlamak: Neden Harekete Geçiyoruz ya da Geçmiyoruz?..... 45

Planlı Davranış Teorisi 45

Tutumlar: Doğru Bulmak Yetiyor mu? 48

Öznel Normlar: Çevremiz Ne Düşünüyor? 51

Algılanan Davranışsal Kontrol: Yapabileceğime İnanıyor muyum?54

Çevreci Davranışların İklim Krizindeki Yeri 57

4. Bölüm: İklim İletişiminde Hedef Kitle 61

“Genel Kamuoyu” Neden Yeterli Değil? 61

İklim İletişiminde Segmentasyon Yaklaşımları..... 63

Durumsal Yaklaşım Göre Hedef Kitleler 66

5. Bölüm: İklim Aktivizmi	69
Kolektif Kimlik ve Aidiyet.....	69
Kolektif Yeterlik ve Eyleme Geçme.....	72
Öfke, Umut ve Ahlaki Tepki.....	78
Dijital İklim Aktivizmi	82
 6. Bölüm: Araştırma: İletişimsel Eylem, Çevreci Davranış ve Aktivizm.....	87
Araştırmanın Amacı ve Soruları.....	87
Araştırma Modeli ve Hipotezler	88
Araştırmanın Yöntemi.....	90
Araştırma Örneklemi.....	90
Ölçüm Araçları	92
Verilerin Analizi	94
Araştırmanın Bulguları.....	95
Problem Algısından İletişimsel Eyleme.....	96
İletişimsel Eylemden Çevreci Davranışa	97
Duygular ve Problem Çözme Motivasyonu	98
Hedef Kitle Segmentasyonu ve Davranış Farklılıkları	99
Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi.....	101
 Sonuç: İklim Değişikliği İletişimi İçin Çıkarımlar	109
İletişimin Sınırları: Her Sorun İletişimle Çözülebilir mi?	109
Hedef Kitleyi Anlamak mı, Yönetmek mi?.....	110
Bireysel Sorumluluktan Kolektif Değişime	111
İklim İletişimine Ne Zaman Başarılı Diyebiliriz?	112
 KAYNAKÇA	116

Önsöz

Bu kitabın hikâyesi, 2022 yılında Bahçeşehir Üniversitesinde tamamladığım *İklim Değişikliği İletişimi: İletişimsel Eylem, Aktivizm ve Çevreci Davranış Üzerine Bir Çalışma* başlıklı doktora tezime başladı. Araştırmaya başlamamı sağlayan temel mesele, iklim değişikliğine ilişkin bilgi ve farkındalığın her zaman davranışa dönüşmemesiydi. İnsanların iklim değişikliğinin farkında olması, krizin ciddiyetini kabul etmesi ve çevrenin korunmasını önemli bulması, mutlaka çevreci davranışlarda bulunacakları, iklim politikalarını destekleyecekleri ya da daha aktif bir katılım gösterecekleri anlamına gelmiyordu. Bu çelişki, beni insanların iklim değişikliği hakkında ne bildiklerinden çok, bilgiyle ne yaptıkları ve hangi koşullarda harekete geçtikleri üzerine düşünmeye yöneltti.

Doktora araştırmamın merkezine yerleşen bu sorgulamayı iletişim ile davranış arasındaki dinamik bağ üzerinden ele aldım. Bireylerin iklim değişikliğini ne ölçüde bir problem olarak gördüklerini, kendilerini bu problemle ne kadar ilişkili hissettiklerini ve harekete geçmelerinin önünde hangi kısıtları algıladıklarını, bilgi arama, bilgiyi seçme ve paylaşma gibi iletişimsel eylemlerle birlikte inceledim. Bunun yanında tutumların, öznel normların, algılanan davranışsal kontrolün ve iklim değişikliği karşısında hissedilen duyguların çevreci davranış niyeti ve davranışla ilişkisini araştırdım. İletişim ile davranış arasındaki bu bağı incelemek amacıyla Durumsal Problem Çözme Teorisi ile Planlı Davranış Teorisi'ni bir araya getiren bütünlük bir model önerdim.

Çalışmanın bir diğer boyutunu insanların iklim değişikliği karşısında aynı konumda olmadıkları düşüncesi oluşturdu. İklim değişikliğinden etkilenmek, sorunun farkında olmak ve sorun karşısında iletişimsel ya da davranışsal olarak eyleme geçmek aynı duruma karşılık gelmiyordu. Bu nedenle bireyleri yalnızca yaş, cinsiyet veya eğitim gibi demografik özellikleri üzerinden değil, iklim değişikliği problemiyle kurdukları

ilişki açısından ele aldım. Durumsal yaklaşım çerçevesinde gerçekleştirilen hedef kitle segmentasyonu, farklı konumlardaki grupların çevreci ve aktivist davranışlarını karşılaştırmaya olanak sağladı.

Araştırmanın sonuçları iletişimsel eylem ile çevreci davranış arasında anlamlı bir ilişki bulunduğunu ve duyguların hem problem çözmeye yönelik motivasyon hem de çevreci davranış niyetiyle ilişkili olduğunu ortaya koydu. Böylece iklim değişikliği iletişimini yalnızca insanlara bilgi ulaştırılması üzerinden değil, problem algıları, iletişimsel eylemler, duygular ve davranışlar arasındaki ilişkiler üzerinden düşünmek mümkün hâle geldi.

Doktora çalışması tamamlandığında bazı sorular yanıtlanmış, fakat yenileri ortaya çıkmıştı. İnsanlar iklim değişikliğiyle ilgili hangi bilgileri arıyor, hangilerinden uzak duruyor? Hangi kaynakların bilgisine güveniyor? İklim krizi hakkında konuşmak ve bilgiyi başkalarıyla paylaşmak eylemle nasıl ilişki kuruyor? Kaygı, korku, umut, öfke ya da suçluluk hangi koşullarda harekete geçmeyi destekliyor, hangi koşullarda geri çekilmeye eşlik ediyor? Gündelik çevreci davranışlarla daha geniş toplumsal ve politik değişim talepleri arasında nasıl bir ilişki bulunuyor? Bireysel eylem hangi koşullarda kolektif eylem ve aktivizmle buluşuyor?

Elinizdeki kitap, söz konusu doktora tezinin doğrudan kitaplaştırılmış biçimi değildir. Tezde geliştirilen kuramsal çerçeve ve gerçekleştirilen araştırma kitabın çıkış noktasını oluşturmakla birlikte, aradan geçen yıllarda iklim iletişimi alanında gelişen literatür doğrultusunda çalışma kapsamlı biçimde yeniden ele alındı. İletişimsel eylem, hedef kitle, çevreci davranış ve aktivizme ilişkin tartışmalar genişletilirken güven, kişilerarası iletişim, dijital aktivizm, kolektif yeterlik, yapısal kısıtlar ve bireysel eylem ile sistemsel dönüşüm arasındaki ilişki gibi konular daha görünür hâle geldi.

Bu gelişmeler aynı zamanda başlangıçtaki sorunun

görüldüğünden daha karmaşık olduğunu ortaya koydu. Bilgi sahibi olmak davranış için tek başına yeterli olmadığı gibi, bir problemi önemli bulmak da iletişimsel veya davranışsal olarak harekete geçmeyi garanti etmiyor. İnsanların hangi kaynakları güvenilir buldukları, karşılaştıkları bilgiler arasında nasıl seçim yaptıkları, hangi duyguları yaşadıkları, kendilerini ne ölçüde etkili gördükleri ve içinde hareket ettikleri maddi ve toplumsal koşullar birbirinden bağımsız işlemiyor. İklim iletişimini anlamak, bu ilişkileri birlikte düşünmeyi gerektiriyor.

Benzer bir genişleme eylemin kendisi açısından da yaşandı. Çevreci davranışı yalnızca bireysel tutum ve tercihler üzerinden açıklamanın sınırları daha görünür hâle gelirken altyapı, maliyetler, politika ortamı ve erişilebilir seçenekler gibi yapısal koşullar daha fazla dikkate alınmaya başladı. Bireysel sorumluluk ile sistemsel dönüşümü birbirinin alternatifi olarak görmek yerine, bireysel davranışların kolektif ve politik süreçlerle nasıl ilişki kurduğu sorusu öne çıktı. Aktivizm araştırmaları da kolektif kimlik, sosyal bağlar, duygular, kolektif yeterlik ve dijital iletişimin iklim eylemindeki rolünü daha görünür hâle getirdi.

İklim değişikliği hakkındaki kamusal tartışma da dönüşüyor. Açık iklim inkârının yanında, iklim değişikliğinin varlığını kabul ettiği hâlde eylemi geciktiren, sorumluluğu başkalarına yönlendiren veya çözüm seçeneklerini itibarsızlaştıran söylemler iletişim açısından yeni sorular doğuruyor. Böylece mesele yalnızca insanların iklim değişikliğinin gerçekliğini kabul edip etmediklerinden, sorumluluğu nasıl dağıttıkları, hangi çözümleri mümkün gördükleri ve hangi eylemleri destekledikleri sorularına doğru genişliyor.

Bütün bu tartışmalar, iklim değişikliği iletişimini yalnızca doğru bilginin doğru biçimde aktarılması meselesi olarak ele almanın sınırlarını gösteriyor. İnsanların bilgiyle ne yaptıkları, kime güvendikleri, hangi duygularla ve toplumsal ilişkilerle hareket ettikleri, ne tür kısıtlarla karşılaştıkları ve bireysel eylemlerini daha geniş kolektif süreçlerle nasıl

ilişkilendirdikleri iletişim sürecinin parçalarını oluşturuyor. Bu kitap, iklim iletişimine bu daha geniş ilişkiler ağı içinden bakmayı öneriyor.

Elinizdeki çalışmanın yalnızca iletişim alanında çalışan akademisyenlere ve öğrencilere değil, iklim krizi konusunda iletişim kuran kurumlara, sivil toplum kuruluşlarına, iletişim profesyonellerine ve konuya ilgi duyan okurlara da ulaşmasını diliyorum. Kitabın amacı, iklim krizi karşısında herkese uygulanabilecek tek bir iletişim reçetesi sunmak değil. Aksine, böyle bir reçetenin neden mümkün olmadığını ve farklı hedef kitlelerin, problemlerin ve toplumsal koşulların neden farklı iletişim yaklaşımları gerektirdiğini tartışmaya açmak.

Giriş: İklim Krizi Neden Bir İletişim Meselesidir?

İklim değışikliği uzak bir geleceğin soyut ihtimali olmaktan çıkmış; bugünün siyasal, ekonomik ve toplumsal koordinatlarını yeniden belirleyen en temel kriz hâlini almıştır. Küresel sıcaklık artışı, aşırı hava olayları, deniz seviyesindeki yükselme, biyolojik çeşitlilik kaybı, gıda güvenliği sorunları, iklim göçleri ve sağlık riskleri, iklim krizinin salt çevresel bir mesele olarak ele alınamayacağını açıkça göstermektedir. İklim krizi doğa bilimlerinin ortaya koyduğu verilerle anlaşılrsa da toplumsal karşılığını iletişim, algı, duygu, davranış ve kolektif eylem alanlarında bulmaktadır.

İklim değışikliğinin insan faaliyetlerinden kaynaklandığına ilişkin bilimsel uzlaşşı bugün güçlü biçimde kurulmuştur. Fosil yakıt kullanımı, ormansızlaşma, sanayileşme, üretim ve tüketim kalıpları ile enerji kullanımındaki artış, iklim sisteminde geri döndürölmesi güç değışiklimlere yol açmıştır. Bilimsel raporlar, uluslararası anlaşmalar ve kurumsal taahhütler, iklim krizinin ölçeğini ve aciliyetini ortaya koymaktadır. Paris Anlaşması gibi küresel girişimler, sera gazı emisyonlarının azaltılması ve küresel sıcaklık artışının sınırlandırılması yönünde ortak hedefler belirlemiştir. Buna rağmen, verilen sözler ile gerçekleşen eylemler arasındaki mesafe hâlâ büyüktür. Söz konusu eylemsizlik bizi iklim krizinin temel paradokslarından biriyle karşı karşıya bırakmaktadır. İklim değışikliği hakkında giderek daha fazla şey biliyoruz; fakat bu bilgi her

zaman davranışa, politik talebe ya da toplumsal dönüşüme dönüşmüyor. İnsanlar iklim değişikliğinden endişe duyabiliyor, krizin insan kaynaklı olduğunu kabul edebiliyor, hatta çevresel sorunların farkında olabiliyor. Ancak farkındalık tek başına eylem üretmeye yetmiyor. İklim krizinde asıl mesele, bilginin nasıl anlam kazandığı, nasıl dolaşıma girdiği, hangi duygularla ilişkilendiği ve hangi koşullarda eyleme dönüştüğüdür.

İklim krizi aynı zamanda bir iletişim meselesidir. Bu alandaki iletişim çalışmaları doğrudan bireylerin iklim krizini nasıl anladığını, hangi kaynaklara güvendiğini, ne tür mesajlarla harekete geçtiğini, hangi durumlarda pasif kaldığını ve çevreci ya da aktivist davranışlara nasıl yöneldiğini anlamayı gerektirir. Bir başka deyişle iklim iletişimi, bütünüyle iklim krizinin toplumsal olarak nasıl kurulduğunu, paylaşıldığını, tartışıldığını ve eyleme dönüştürüldüğünü inceleyen kurucu bir alandır.

Niklas Luhmann'ın (1989, ss. 28-29) çevresel sorunlara ilişkin dikkat çekici ifadesi önemlidir: “Balıklar ya da insanlar ölebilir, göllerde ve nehirlerde yüzmek hastalıklara neden olabilir, ortalama sıcaklıklar yükselebilir ya da düşebilir; ancak bunun iletişimi yapılmadığı sürece toplum üzerinde bir etkisi yoktur”. Luhmann'ın yaklaşımı, iklim krizinin fiziksel gerçekliğini inkâr etmez; aksine bu gerçekliğin toplumsal karşılık bulabilmesi için iletişim süreçlerinin belirleyici olduğunu vurgular. Toplumların iklim krizini nasıl adlandırdığı, nasıl anlamlandırdığı ve ona nasıl tepki verdiği iletişim yoluyla şekillenir.

Bugün iklim değişikliği devletleri, şirketleri, sivil toplum kuruluşlarını, akademiye, medyayı ve bireyleri aynı anda ilgilendiren çok aktörlü bir sorun alanıdır. Hükümetler politika üretmekte, şirketler sürdürülebilirlik taahhütleri açıklamakta, sivil toplum kuruluşları kampanyalar yürütmekte, bilim insanları raporlar yayımlamakta ve medya iklim krizine ilişkin farklı çerçeveler sunmaktadır. Ancak bu aktörlerin ürettiği

mesajların toplumda nasıl karşılık bulduğu, hedef kitlelerin bu mesajlarla nasıl ilişkilendiği ve bu ilişkinin davranışlara nasıl yansıdığı her zaman yeterince açık değildir.

İklim değişikliğinin karmaşık, belirsiz ve çok boyutlu doğası, bireylerin doğrudan harekete geçmesini zorlaştırmaktadır. Krizin küresel ölçekte gerçekleşmesi, etkilerinin kimi zaman uzak coğrafyalarla ilişkilendirilmesi, bireysel davranışların sonuçlarının görünür olmaması ve çözümün çok aktörlü bir dönüşüm gerektirmesi, eylemsizliği besleyen koşullar yaratmaktadır. İnsanlar iklim krizini önemli bulabilir; ancak kendilerini krizin çözümünde etkili bir aktör olarak görmeyebilir. Endişe duyabilir; ancak ne yapacağını bilemeyebilir. Bilgi sahibi olabilir; ancak harekete geçmek için yeterli motivasyonu ya da toplumsal desteği hissetmeyebilir.

Çalışmanın temel eksenini, bahsedilen farkındalık ve eylem arasındaki boşluk oluşturmaktadır. “İnsanlar iklim değişikliğini biliyor mu?” sorusu yerini daha güncel ve hayati bir sorgulamaya bırakmıştır: “İnsanlar bildikleri, gördükleri ve endişe duydukları hâlde neden yeterince harekete geçmiyor?”. Ortaya çıkan eylemsizliği anlamlandırmak, iklim değişikliği bağlamındaki iletişimsel eylemlerin, duyguların, motivasyonların, davranış niyetlerinin, çevreci davranışların ve aktivist yönelimlerin birlikte değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır.

Mevcut çerçevede kitap, Durumsal Problem Çözme Teorisi ile Planlı Davranış Teorisi’ni birlikte ele alarak iklim değişikliği iletişimini daha bütüncül biçimde tartışmaktadır. Durumsal Problem Çözme Teorisi, bireylerin bir sorunu ne ölçüde fark ettiğini, bu sorunla ilgili ne kadar ilgili olduğunu, harekete geçmenin önünde hangi kısıtları algıladığını ve bu koşullar altında nasıl iletişimsel eylemler geliştirdiğini anlamaya yardımcı olur. Planlı Davranış Teorisi ise tutumlar, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve davranış niyeti üzerinden bireylerin çevreci davranışlarını açıklamak için önemli bir çerçeve sunar. İki yaklaşım birlikte düşünüldüğünde,

iklim krizinde iletişim ile davranış arasındaki ilişki daha görünür hâle gelir.

Çalışmanın temel iddiası şu şekilde özetlenebilir: Etkili iklim iletişimi, hedef kitlelerin sorunu nasıl algıladığını, kendilerini bu sorun karşısında ne kadar ilgili ve güçlü hissettiklerini, hangi duygularla hareket ettiklerini, hangi kaynaklara güvendiklerini ve iletişimsel eylemlerinin çevreci ya da aktivist davranışlara nasıl bağlandığını anlamayı gerektirir. İklim iletişimi, bilgi aktarımından çok daha fazlasıdır; toplumsal problem çözmenin, katılımın ve dönüşümün parçasıdır.

Sürecin dinamikleri, hedef kitle kavramının yeniden sorgulanmasını zorunlu kılmaktadır. İklim iletişimi stratejilerini yaş, cinsiyet, eğitim veya gelir gibi salt demografik değişkenler üzerine inşa etmek, sorunun çok boyutlu doğasını kavrayamayan indirgemeci bir yaklaşımdır. Zira aynı demografik yapı içindeki bireyler, kriz karşısındaki farkındalık, ilgi, motivasyon, kısıt algısı ve eylem kapasitesi açısından ciddi farklılıklar sergileyebilmektedir. Sonuç olarak stratejik çerçevenin, bireylerin iklim krizini deneyimleme biçimlerini, anlamlandırma süreçlerini ve verdikleri tepkileri kapsayacak şekilde genişletilmesi şarttır. Kitapta iklim krizine yönelik hedef kitleler, örtük, bilinçli ve aktif ya da aktivist kitleler bağlamında ele alınmaktadır. Bazı bireyler iklim krizinden etkilenmelerine rağmen sorunu yeterince fark etmeyebilir; bazıları sorunun farkında olduğu hâlde harekete geçmeyebilir; bazıları ise bilgi arama, paylaşma, tartışma, çevreci davranışta bulunma ya da aktivist eylemlere katılma bakımından daha aktif bir konumda yer alabilir. Sözü edilen farklılıkları anlamak hem akademik çalışmalar hem de uygulama alanı için kritik önemdedir.

İklim değişikliğiyle mücadelede bireysel davranışların rolü de bu tartışmanın önemli bir parçasıdır. İklim krizi kuşkusuz tek başına bireysel tercihlerle çözülebilecek bir sorun değildir. Enerji politikalarından üretim sistemlerine, kent planlamasından ulaşım altyapısına, tarımdan uluslararası

politikalara uzanan kapsamlı ve yapısal bir dönüşüm gerektirir. Bununla birlikte bireysel ve sistemsel eylemi birbirinden bütünüyle ayrı iki düzey olarak düşünmek de aralarındaki ilişkiyi gözden kaçırma riski taşır. İnsanların gündelik yaşamlarında benimsedikleri pratikler kadar, politik talepleri, başkalarıyla kurdukları iletişim, kurumlara yönelttikleri baskı ve kolektif eylemlere katılımları da iklim krizi karşısındaki eylemlilik biçimlerinin parçalarıdır. Bireysel davranış ile kolektif eylemi karşıt seçenekler olarak konumlandırma eğilimi, yerini bu eylem biçimlerinin hangi koşullarda organik bir bağ kurduğunu anlama çabasına bırakmalıdır.

Bu kitap, iklim krizinin iletişimsel boyutunu tam da bu ilişkiler üzerinden ele almaktadır. Bireylerin iklim değişikliğine ilişkin bilgiyi nasıl aradıkları, seçtikleri, işledikleri, paylaştıkları ya da kimi zaman bu bilgiden neden kaçındıkları; hangi duyguların ve motivasyonların iletişimsel eylemi şekillendirdiği ve bütün bu süreçlerin çevreci davranış, politik katılım, kolektif eylem ve aktivizmle nasıl ilişkilendiği kitabın temel tartışma alanlarını oluşturmaktadır.

1. Bölüm: İklim Krizi ve İletişim

İklim Değişikliğini Bir İletişim Sorunu Olarak Düşünmek

İklim değişikliği, günümüzün en belirleyici krizlerinden biridir. Meselenin fiziksel ve ekolojik sonuçlarının toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel dinamiklerle iç içe geçmesi, iklim krizini doğa bilimlerinin sınırlarından çıkararak iletişim, sosyoloji, psikoloji, siyaset bilimi ve ekonomi gibi disiplinlerin ortak inceleme alanına taşımaktadır. İletişim açısından temel mesele ise iklim değişikliğine ilişkin bilimsel bilginin toplumsal alanda nasıl anlam kazandığı, dolaşıma girdiği ve farklı aktörlerin problem karşısındaki konumlarıyla nasıl ilişkilendiğidir.

İklim değişikliğinin insan faaliyetlerinden kaynaklandığına ilişkin bilimsel kanıtlar güçlü ve nettir. Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli'nin (IPCC) Altıncı Değerlendirme Raporu, insan faaliyetlerinin, özellikle sera gazı emisyonları yoluyla küresel ısınmaya tartışmasız biçimde neden olduğunu ortaya koymaktadır. Enerji kullanımı, arazi kullanımı ve arazi kullanımındaki değişimler ile üretim ve tüketim biçimleri küresel sera gazı emisyonlarının oluşumunda belirleyici rol oynamaktadır. İnsan kaynaklı iklim değişikliğinin etkileri yalnızca geleceğe ilişkin projeksiyonları kapsamaz; atmosferde, okyanuslarda, buzullarda ve ekosistemlerde yaygın değişimler gözlenmekte, aşırı hava ve iklim olayları dünyanın farklı bölgelerinde insanları ve doğal sistemleri

etkilemektedir (IPCC, 2023). Dünya Meteoroloji Örgütü'nün State of the Global Climate 2025 raporu sıcaklık, okyanus ısı içeriği ve sera gazı yoğunlukları gibi temel göstergelerdeki uzun dönemli değişimin sürdüğüne işaret etmektedir (WMO, 2026). Fakat iklim değişikliğinin bilimsel olarak ortaya konmuş olması, bilginin toplumsal alanda aynı açıklıkla karşılık bulduğu anlamına gelmez. Bilimsel bilgi ile insanların iklim krizini nasıl algıladıkları, anlamlandırdıkları ve bu kriz karşısında nasıl hareket ettikleri arasında kendiliğinden işleyen bir ilişki yoktur.

İklim değişikliğinin iletişimini güçleştiren özelliklerden biri, problemin zamansal ve mekânsal ölçeğidir. İklim, gündelik hava durumundan farklı olarak uzun dönemli ortalamalar ve eğilimler üzerinden anlaşılmaktadır. Değişim sıcaklık ve yağış örüntülerinden okyanuslara, buzullara, deniz seviyesine ve ekosistemlere kadar çok sayıda gösterge aracılığıyla izlenmektedir (Bostrom, Morgan, Fischhoff ve Read, 1994; Faghmous ve Kumar, 2014; Werndl, 2016). Dolayısıyla insanların doğrudan deneyimledikleri tekil olaylarla uzun dönemli iklim eğilimleri arasındaki ilişki her zaman açık değildir. Bilimsel olarak ölçülebilen değişimlerin gündelik yaşam açısından ne ifade ettiğinin anlaşılması, bilimsel veriler ile toplumsal deneyim arasında bir bağ kurulmasını gerektirir.

Benzer biçimde iklim krizi aynı zamanda farklı zamanları, mekânları ve sorumluluk düzeylerini birbirine bağlamaktadır. Küresel ölçekte ortaya çıkan bir problem yerel düzeyde farklı sonuçlar üretmekte; bugün alınan kararlar gelecek kuşakların yaşam koşullarını etkilemekte; bireysel davranışlar enerji, ulaşım ve üretim sistemleri içinde gerçekleşmektedir. Söz konusu çok katmanlı yapı, iklim değişikliğinin nedenlerinin, sonuçlarının ve sorumluluklarının tek bir aktöre ya da ölçeğe indirgenmesini güçleştirmektedir. İklim iletişimi de bilimsel bulguların açıklanmasının yanında bu ilişkilerin nasıl kurulduğu ve farklı aktörler tarafından nasıl yorumlandığıyla ilgilenmektedir.

Bilimsel bilgi kamusal alana girdiğinde medya kuruluşları, kamu kurumları, şirketler, sivil toplum örgütleri, bilim insanları ve bireyler tarafından farklı bağlamlarda dolaşıma sokulmaktadır. Süreç içerisinde iklim değişikliği bir çevre problemi, sağlık riski, ekonomik mesele, adalet sorunu veya politik sorumluluk alanı olarak ele alınabilmektedir. İletişim burada problemin hangi yönlerinin görünür hâle geldiği, sorumluluğun nasıl tanımlandığı ve hangi çözüm seçeneklerinin tartışılabilir bulunduğu üzerinde de rol oynar. Ballantyne (2016), iklim iletişimini sadece bilgi aktarımı ve ikna üzerinden ele almanın, iletişimin toplumsal anlamların oluşumundaki rolünü gözden kaçırdığını belirtmektedir.

Ortaya konan bakış açısı, iklim değişikliği iletişiminin kapsamını da genişletmektedir. Moser (2010, 2016), iklim iletişiminin amaçlarının, aktörlerinin ve hedef kitlelerinin farklılaşabileceğini; iletişimin içinde gerçekleştiği toplumsal bağlamların da sürecin ayrılmaz bir parçası olduğunu vurgulamaktadır. Badullovich (2023) ise özellikle kutuplaşmış ortamlarda iklim iletişimini insanların tutumlarını değiştirmeye yönelik stratejik mesajlar üzerinden düşünmenin sınırlılıklarına dikkat çekmektedir. Badullovich'in önerdiği yaklaşım, farklı aktörlerin iklim politikaları hakkında üretken biçimde iletişim kurabilmelerini sağlayacak ilişkilerin ve iletişim koşullarının oluşturulmasını öne çıkarmaktadır. Bu doğrultuda iklim iletişimi, kriz hakkındaki toplumsal paylaşımların hangi elverişli koşullar altında mümkün olabildiğini inceleyen bir nitelik kazanmaktadır.

İklim iletişiminin kapsamını bu şekilde genişletmek, iletişim ile eylem arasındaki ilişkiyi de tartışmanın merkezine taşımaktadır. Çevre ve iklim iletişiminde bilgi eksikliği yaklaşımı, çevresel sorunlar karşısındaki eylemsizliği büyük ölçüde yeterli bilgiye sahip olmamakla açıklamıştır. Buna karşılık iklim değişikliği üzerine yapılan çalışmalar, bilgi ve farkındalığın davranış açısından önemli olmakla birlikte tek başına yeterli olmadığını göstermektedir. İklim değişikliğinin

gerçekliğini kabul etmek, sonuçlarından endişe duymak ve davranışta bulunmak birbiriyle ilişkili fakat birbirinden farklı süreçlerdir (Csutora, 2012; Whitmarsh, Poortinga ve Capstick, 2021).

İklim değişikliğini bir iletişim sorunu olarak düşünmek, bilimsel bilginin hangi aktörler aracılığıyla dolaşıma girdiğini, problemin hangi yönlerinin görünürlük kazandığını, farklı toplumsal grupların iklim değişikliğiyle nasıl ilişki kurduğunu ve iletişimin hangi koşullarda katılım ve eylemle bağlantı kurabildiğini de düşünmeyi gerektirir. Dolayısıyla iklim iletişimi, iklim krizi hakkında mesaj üretmenin ötesinde, bilimsel bilgi ile toplumsal anlam ve eylem arasındaki ilişkileri inceleyen bir çalışma alanıdır.

Bilim, Risk ve Çevre İletişimi Perspektifleri

İklim değişikliği iletişimi bilim iletişimi, risk iletişimi ve çevre iletişiminin kavramsal ve kuramsal birikiminden beslenen bir alandır. Çünkü, iklim krizi aynı anda bilimsel bilgiye dayanan, çeşitli risk ve belirsizlikler barındıran ve insan ile doğa arasındaki ilişkiyi yeniden düşünmeyi gerektiren bir sorundur. İklim değişikliğine ilişkin bilginin nasıl üretildiği ve toplumla nasıl paylaşıldığı bilim iletişiminin; bu değişimin doğurduğu tehditlerin nasıl algılandığı ve değerlendirildiği risk iletişiminin; çevresel sorunların kamusal alanda nasıl anlamlandırıldığı ve insan-doğa ilişkisinin nasıl kurulduğu ise çevre iletişiminin temel sorularıyla kesişir. Üç bakış açısı birlikte ele alındığında, iklim iletişiminin bilginin, riskin, deneyimin, değerlerin ve toplumsal anlamların iç içe geçtiği bir iletişim sürecine karşılık geldiği görülür (Moser, 2010; Pezzullo ve Cox, 2025).

Bilim iletişimi en genel anlamıyla bilimsel bilgi, yöntem ve uygulamalar ile toplum arasındaki ilişkinin kurulmasını sağlayan iletişim süreçlerini kapsar. Burns, O'Connor ve Stocklmayer (2003), bilim iletişimini bilimle ilgili farkındalık, ilgi, görüş, anlayış ve katılım gibi farklı boyutları içeren

geniş bir süreç olarak ele almaktadır. İklim bilimi küresel sıcaklık değişimleri, sera gazı emisyonları, atmosferik süreçler, iklim modelleri, aşırı hava olayları ve geleceğe ilişkin projeksiyonlar gibi geniş ve çoğu zaman teknik bilgiye dayanır. Bilginin kamusal alana taşınması, bilimsel verilerin ne anlama geldiklerinin ve insanların yaşamlarıyla nasıl ilişkilendirilebileceklerinin açıklanmasını gerektirir.

Bilimsel bilginin mevcut ve erişilebilir olması, onun toplum tarafından anlaşılacağı ya da herkes tarafından aynı biçimde yorumlanacağı anlamına gelmez. Özellikle iklim değişikliği gibi karmaşık nedensellik ilişkileri içeren ve geleceğe ilişkin projeksiyonların önemli yer tuttuğu konular iletişim açısından kendine özgü güçlükler taşımaktadır. Örneğin, küresel ortalama sıcaklığın belirli bir derece artması bilimsel açıdan iklim sistemindeki önemli bir değişime işaret ederken, gündelik deneyim açısından soyut kalabilir. Küresel ortalamadaki artış, her yerde ve her gün sıcaklığın aynı miktarda yükselmesi anlamına gelmediği için bu tür verilerin ne ifade ettiğinin açıklanması gerekir. Benzer biçimde, yüzyılın ortasına veya sonuna ilişkin iklim projeksiyonları bilimsel açıdan kritik bilgiler sunmasına rağmen bireyler tarafından uzak bir geleceğin sorunu olarak değerlendirilebilir.

Bu noktada bilim iletişimi ile risk iletişimi birbirine yaklaşıp. Çünkü iklim biliminin önemli bir bölümü, ortaya koyduğu mevcut ve gelecekteki risklerle ilişkilidir. Atmosferde veya ekosistemlerde gözlemlenen fiziksel değişimleri de içine alan iklim krizinin etki alanı aşırı sıcaklıklar, kuraklık, seller, orman yangınları, deniz seviyesindeki yükselme, su stresi, tarımsal kayıplar ve insan sağlığı tehditleri gibi çok daha geniş bir sonuç zincirine yayılmaktadır. Risklerin niteliği, insanların ve ekosistemlerin söz konusu tehlikelere ne ölçüde maruz kaldığına ve ne kadar kırılgan olduğuna da bağlıdır (IPCC, 2022).

Riskin nesnel ölçütlerle bilimsel olarak tanımlanması ile bireylerin bu riski algılama süreçleri aynı düzlemde

gerçekleşmez. Risk algısı literatürünün temel çalışmalarından biri olan Slovic (1987), insanların risklere ilişkin değerlendirmelerinin salt istatistiksel olasılık ve beklenen zarar hesaplarıyla açıklanamayacağını göstermiştir. Riskin gönüllü olup olmaması, kontrol edilebilirliği, tanıdıklığı ve sonuçlarının niteliği gibi özellikler de insanların risk değerlendirmelerinde rol oynayabilmektedir. Kasperson ve arkadaşlarının (1988) geliştirdiği riskin toplumsal büyütülmesi yaklaşımı ise risklerin toplumsal etkilerinin yalnızca fiziksel tehlikenin özelliklerinden kaynaklanmadığını; medya, kurumlar, toplumsal gruplar ve kişiler arası iletişim gibi süreçlerin risk sinyallerini güçlendirebildiğini veya zayıflatabildiğini ortaya koymaktadır. Van der Linden (2015), iklim değişikliği risk algısını inceleyen modelinde bilişsel faktörlerin yanı sıra deneyimsel ve sosyokültürel değişkenlerin de önemli olduğunun altını çizmektedir. Leiserowitz (2006) de iklim değişikliğine ilişkin risk algısının duygulanım, zihinsel imgeler ve değerlerle bağlantılı olduğunu iddia etmektedir.

Sonuç olarak, aynı bilimsel bilgiyle karşılaşan bireylerin iklim değişikliğini aynı ölçüde ciddi, yakın veya kişisel bir risk olarak değerlendirmeleri beklenemez. Örneğin, deniz seviyesindeki yükselme, kıyı bölgelerinde yaşayan topluluklar açısından doğrudan yaşam alanları, altyapı ve ekonomik faaliyetlerle ilişkili bir risk olarak algılanabilirken, denizden uzak bölgelerde yaşayan insanlar açısından daha soyut bir tehdit olarak görülebilir. Kuraklık da farklı toplumsal ve ekonomik koşullarda farklı anlamlar kazanır. Tarımsal üretimle geçinen biri için yağışların azalması ürün ve gelir kaybıyla doğrudan bağlantılıyken, kentte yaşayan biri kuraklığın sonuçlarını su kullanımına ilişkin kısıtlamalar veya gıda fiyatlarındaki değişimler üzerinden deneyimleyebilir. Ya da aynı sıcak hava dalgası, iklimlendirilmiş bir ortamda çalışan bir kişiyle günün büyük bölümünü açık havada geçirmek zorunda olan bir çalışan için aynı sonuçları doğurmaz. Yaş, sağlık durumu, gelir düzeyi, çalışma koşulları, konut özellikleri ve sağlık hizmetlerine

erişim gibi unsurlar iklim kaynaklı tehlikeler karşısındaki kırılganlığı farklılaştırabilir. İklim riski değerlendirmelerinde tehlike, maruz kalma ve kırılganlık arasındaki ilişkiler giderek daha merkezi bir yer tutmaktadır (IPCC, 2022).

İklim risklerinin iletişiminde zaman konusu da önemlidir. İklim değişikliği uzun yıllar boyunca gelecekte ortaya çıkacak sonuçlar üzerinden anlatılmış; gelecek on yıllara ilişkin sıcaklık artışları, deniz seviyesindeki yükselme ve ekosistemlerde yaşanabilecek değişimler iletişimin önemli bir parçasını oluşturmuştur. Buna bağlı olarak iklim değişikliğinin zamansal ve mekânsal olarak uzak bir sorun şeklinde algılanabilmesi tartışması gündeme gelmiştir. Spence, Poortinga ve Pidgeon (2012), iklim değişikliğinin psikolojik mesafesini zamansal, coğrafi ve toplumsal uzaklık ile belirsizlik boyutları üzerinden incelemiş ve psikolojik mesafe ile iklim değişikliğine ilişkin kaygı ve davranışsal niyetler arasında ilişkiler bulunduğunu göstermiştir.

Risk iletişiminin bir diğer önemli boyutu belirsizliktir. İklim bilimi geleceğe ilişkin değerlendirmelerini çoğu zaman farklı olasılıklar ve senaryolar üzerinden ifade eder. Bilimsel açıdan belirsizlik, bilginin geçersiz veya güvenilir olmadığı anlamına gelmez; mevcut bilgi doğrultusunda olası sonuçların ve bilginin sınırlarının ifade edilmesini sağlar. Ancak gündelik dilde belirsizlik kavramı kimi zaman “bilinmiyor” ya da “bilim insanları emin değil” şeklinde yorumlanabilir. Bu yüzden belirsizliğin nasıl ifade edildiği iklim iletişiminde oldukça önemlidir. Bilimsel belirsizliğin ortadan kaldırılması mümkün olmadığı gibi, iletişim amacıyla tamamen gizlenmesi de doğru değildir. Buradaki temel mesele, belirsizliği bilimsel bilginin doğasına uygun, ancak kamuoyunun yanlış yorumlamasına yol açmayacak bir bağlam içinde aktarabilmektir (Moser, 2010).

Risk algısı ve bilimsel verilerin ötesine geçildiğinde çevre iletişimi, insan ile çevre arasındaki ilişkinin iletişim yoluyla nasıl anlamlandırıldığını inceler. Pezzullo ve Cox’a (2025)

göre çevre iletişimi, insanların çevre olarak adlandırdıkları dünyayı nasıl algıladıkları, onunla ilişkilerini nasıl kurdukları, çevresel sorunları nasıl tanımladıkları ve bu sorunlar karşısında hangi eylemleri gerekli gördükleriyle yakından ilişkilidir. Bu açıdan bakıldığında kuraklık su yönetimi, tarımsal üretim, ekonomik koşullar, yaşam biçimleri ve kaynakların dağılımı üzerinden farklı biçimlerde anlamlandırılabilir. Benzer şekilde orman yangını ekolojik bir kayıp olmanın yanında, yerleşim politikaları, afet yönetimi, ekonomik faaliyetler veya insan-doğa ilişkisinin bir sonucu olarak da çerçevelenebilir. İletişimde hangi boyutun öne çıkarıldığı, sorunun nedenlerinin, sorumlularının ve olası çözümlerinin nasıl düşünüleceğini de etkileyebilir.

İklim değişikliği çevre iletişiminin temel konularından biri hâline gelmiş olmakla birlikte geleneksel anlamda çevresel olarak tanımlanan sorunların sınırlarını da aşmaktadır. İklim krizinin nedenleri ve sonuçları enerji üretiminden ulaşım, ekonomik modellerden tüketim pratiklerine, tarımdan kentleşmeye, sağlıktan göçe ve toplumsal adaletle kadar uzanan geniş bir ilişki ağı içinde şekillenmektedir.

Sonuç olarak bilim, risk ve çevre iletişimi perspektifleri iklim iletişiminin farklı yönlerini anlamayı sağlayan ve sürekli birbirine temas eden yaklaşımlar olarak görülebilir. Fakat iklim iletişimi bu alanların basit bir toplamına indirgenemez. İklim krizinin toplumda nasıl anlam kazandığı, hangi aktörler tarafından nasıl tanımlandığı ve temsil edildiği, hangi bilgi ve deneyimlerin öne çıkarıldığı, hangilerinin geri planda kaldığı, sorumluluğun nasıl dağıtıldığı ve çözüm yollarının nasıl tartışıldığı da bu alanın temel soruları arasındadır.

İklim İletişiminde Aktörler

İklim değişikliği iletişimi, farklı amaçlara, sorumluluklara ve etki alanlarına sahip çok sayıda aktörün yer aldığı bir süreçtir. Devlet kurumları, uluslararası kuruluşlar, yerel yönetimler, şirketler, sivil toplum kuruluşları, bilim insanları,

medya ve bireyler iklim krizine ilişkin bilginin üretilmesinde, dolaşıma girmesinde ve toplumsal olarak anlamlandırılmasında farklı roller üstlenir. İklim değişikliğinin çevresel olduğu kadar ekonomik, toplumsal ve politik sonuçlar doğurması, iletişimin tek bir kurum ya da uzmanlık alanı tarafından yürütülemeyeceğini göstermektedir. İklim krizi, doğa bilimlerinden sosyal bilimlere uzanan farklı disiplinleri, karar vericileri, hükümetleri, sivil toplum kuruluşlarını, şirketleri ve bireyleri ortak bir sorun etrafında buluşturmaktadır (Manne, 2015). Bilim insanlarının iklim değişikliğine ilişkin bilgiyi toplumla paylaşmanın daha etkili yollarını araştırması, çok aktörlü yapının önemli bir parçasıdır (Dilling ve Moser, 2007; Connor vd., 2016).

Bilim insanları iklim sistemindeki değişimlere ilişkin bilgi üretirken, devlet kurumları üretilen bilgiyi politikalar ve düzenlemelerle ilişkilendirir; sivil toplum kuruluşları belirli sorunları kamusal gündeme taşıyarak farkındalık ve katılım yaratmaya çalışır; şirketler kendi faaliyetleri, çevresel sorumlulukları ve paydaşlarıyla ilişkileri üzerinden sürece dâhil olur. Medya ise bütün aktörlerin ürettiği bilgi ve söylemlerin geniş kitlelere ulaşmasında aracılık eder. Bireyler de bilgi arayan, seçen, paylaşan, yorumlayan ve kimi zaman bilgiyi çevreci ya da aktivist davranışlara dönüştüren iletişimsel aktörlerdir. Bu nedenle iklim iletişimi, farklı aktörlerin sorunun nedenleri, sorumluları ve çözümleri konusunda anlam ürettikleri, bu anlamları dolaşıma soktukları ve kimi zaman birbirleriyle rekabet eden çerçeveler geliştirdikleri bir alan olarak düşünülebilir.

Devlet kurumları, diğer aktörler arasında belirleyici bir konuma sahiptir. İklim sisteminin çok ölçekli politikalarla doğrudan ilişkili olması, devletlerin işlevini topluma bilgi sağlama misyonunun ötesinde konumlandırır (Di Gregorio vd., 2019). Emisyonların azaltılması, iklim değişikliğine uyum, enerji politikaları, çevresel düzenlemeler ve iklim risklerinin yönetilmesi gibi alanlarda alınan kararlar aynı zamanda kamusal

iletişimin de içeriğini oluşturur. Uluslararası konferansların, politikaların, düzenlemelerin ve küresel gelişmelerin hükümet söylemlerine nasıl dâhil edildiği de iletişimin bir parçasıdır (Reber, 2021).

Kamusal iklim iletişiminin asıl işlevi, salt politika ve düzenlemeleri duyurmakla sınırlı kalmayıp yurttaşların iklim risklerini anlamalarını, alınan kararların gerekçelerini kavramalarını ve azaltım ile uyum süreçlerine katılımlarını çok yönlü biçimde desteklemektir. Filho (2019), birçok devlet kurumu ve uluslararası kuruluşun zaman ve bütçe gibi kaynakların sınırlılığı nedeniyle iletişim faaliyetlerinde bilgilendirme ve eğitime ağırlık verdiğini; iklim değişikliğini azaltmaya yönelik davranışların teşvik edilmesinin ve iletişim çalışmalarının sonuçlarının izlenmesinin ise geri planda kalabildiğini belirtmektedir.

İklim iletişiminin kamusal boyutunda yerel yönetimler de oldukça önemlidir. İklim değişikliği küresel ölçekte gerçekleşmesine rağmen etkilerinin önemli bir bölümü yerel düzeyde deneyimlenmektedir. Aşırı sıcaklık, sel, kuraklık, su yönetimi, ulaşım ve enerji kullanımı gibi konular doğrudan kent yaşamıyla ilişkilidir. Dolayısıyla kent yönetimleri, küresel ölçekte üretilen iklim bilgisinin yerel koşullar ve gündelik yaşamla ilişkilendirilmesinde aracılık işlevi üstlenebilir. Boussalis, Coan ve Holman'ın (2018) ABD'deki 82 büyükşehirin iklim değişikliği iletişimini inceleyen araştırması, kentlerin büyük bölümünün iklim değişikliğini kamu iletişimine dâhil ettiğini; iletişimin özellikle enerji ve ulaşım üzerinde yoğunlaştığını ve kentlerin iklim değişikliğine karşı kırılganlıklarının iletişim biçimleri üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, iklim iletişiminin salt küresel mesajlara dayanamayacağını, yerel koşullar ve deneyimlerle de ilişkilendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Şirketler ise iklim iletişiminin giderek daha görünür hâle gelen aktörleri arasındadır. İklim değişikliğinin şirketlerin faaliyetleri üzerindeki stratejik etkilerinin belirginleşmesi ve

şirketlerin çevresel etkilerine yönelik toplumsal beklentilerin artması, çevresel sorumluluğu kurumsal iletişimin önemli konularından biri hâline getirmiştir. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren kurumsal çevrecilik anlayışının gelişmesi, uluslararası çevre politikalarının güçlenmesi ve çevre örgütlerinin şirketler üzerindeki baskısının artması bu dönüşümde etkili olmuştur (Hart, 1995; Kolk ve Pinkse, 2004; Toft ve Rüdiger, 2020). Şirketlerin iklim değişikliğini kapsayan çevresel iletişimleri kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), kurumsal vatandaşlık, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal savunuculuk gibi farklı yaklaşımlar üzerinden şekillenebilmektedir.

KSS bu yaklaşımlar arasında önemli bir yere sahiptir. Coombs ve Holladay (2012), KSS'yi kurumların faaliyetlerini sürdürürken çalışanlarına, topluluklara, çevreye ve genel olarak topluma karşı algılanan yükümlülüklerini yerine getirmeye yönelik gönüllü eylemleri çerçevesinde ele almaktadır. Sosyal sorumluluk yaklaşımı, şirketlerin salt ekonomik yapılar yerine geniş bir toplumsal ilişkiler sisteminin sorumlu aktörleri olarak değerlendirilmesini sağlamıştır. Sürdürülebilirlik kapsamındaki kurumsal iletişim, şirket itibarını koruma işlevinin ötesinde, paydaşların çevresel sorunları anlamlandırma biçimleri üzerinde de belirleyici olmaktadır (Signitzer ve Prexler, 2008).

STK'lar ise iklim krizinin kamusal görünürlüğünün artırılması, toplumsal farkındalık yaratılması ve farklı aktörlerin harekete geçirilmesi açısından kritik bir rol üstlenir. Toplumsal değişimi destekleyen ve toplumun yaşam kalitesiyle ilgilenen küresel aktörler olarak STK'lar, çevrenin korunması ve insan hakları gibi alanlardaki karar alma süreçlerine giderek daha fazla katılmaktadır (Arenas, Lozano ve Albareda, 2009; Scherrer, 2009). STK'ların bilimsel ve akademik bilgi ile kamusal alan arasındaki mesafenin azaltılmasında üstlendikleri eğitici rol de önemlidir (Breitmeier ve Rittberger, 2000).

Hall ve Taplin'in (2007) Birleşik Krallık ve Avustralya'daki çevre STK'larının kampanyalarını karşılaştırdığı araştırma, ülkelerin politik ve ekonomik koşullarının iklim kampanyalarını

etkileyebildiğini göstermektedir. Fosil yakıt endüstrisinin politik ve ekonomik ağırlığı ile çevre kuruluşlarının meşruiyeti gibi unsurlar, STK'ların hareket alanını ve iletişim stratejilerini farklılaştırabilmektedir. Bir diğer deyişle, iklim iletişiminde kullanılan mesaj ve stratejiler içinde üretildikleri toplumsal bağlamdan ayrı düşünülemez.

Bilim insanları ve bilimsel kuruluşlar ise iklim iletişiminin bilgi üretimi boyutunda merkezi bir yere sahiptir. İklim değişikliğinin nedenleri, etkileri ve gelecekte ortaya çıkabilecek sonuçları büyük ölçüde bilimsel araştırmalar aracılığıyla anlaşılmaktadır. Daha önce de tartıştığımız üzere, bilimsel bilginin üretilmesi tek başına toplumsal karşılık yaratmaya yetmez. Karmaşık bilimsel bulguların, iklim modellerinin, olasılıkların ve belirsizliklerin toplumun anlayabileceği ve kendi yaşamıyla ilişkilendirebileceği biçimde aktarılması gerekir. Bu sebeple, bilim insanlarının rolü akademik bilgi üretmenin ötesine geçerek bilim ile toplum arasındaki iletişimi de kapsamaktadır. İklim bilimcilerin toplumla etkili iletişim kurmanın yollarını geliştirmeye yönelik çabaları bu ihtiyacın bir sonucudur (Dilling ve Moser, 2007; Connor vd., 2016).

İklim iletişiminin çok aktörlü yapısında bireylerin rolüne ayrı bir önem vermek gerekir. Geleneksel iletişim anlayışında bireyler çoğu zaman kurumlar, uzmanlar veya medya tarafından üretilen mesajların alıcıları olarak konumlandırılmıştır. Oysa özellikle dijital iletişim ortamlarının yaygınlaşmasıyla bireyler iklim değişikliği hakkında bilgi arayan, karşılaştıkları bilgileri seçen, yorumlayan, paylaşan ve başkalarıyla etkileşime giren aktörlere dönüşmüştür. Bilgiye ulaşmanın yanı sıra bilgiyi dolaşıma sokabilmeleri, iklim iletişiminde bireyin konumunu pasif alıcıdan iletişimsel sürecin katılımcısına doğru değiştirmektedir.

Bireylerin iletişimsel katılımı, çevreci ve aktivist davranışlarla da bağlantılıdır. İklim değişikliğinin farkında olmak veya konu hakkında bilgi sahibi olmak, tek başına davranış değişikliğini garanti etmez. İnsanların problemi ne ölçüde fark ettikleri,

kendilerini sorunla ne kadar ilişkili gördükleri, harekete geçmelerinin önünde hangi engelleri algıladıkları ve çözüm sürecinde kendilerine nasıl bir rol biçtikleri, iletişimsel ve davranışsal katılımlarını farklılaştırabilir. İklim iletişimi, bireyi edilgen bir bilgi alıcısı olarak kurgulamak yerine; bilgi üreten, paylaşan, gündelik yaşamında çevreci tercihler yapabilen ve gerektiğinde aktivist eylemlere katılabilen bir özne olarak ele almayı gerektirir.

İklim iletişim ağındaki tüm bu aktörlerin ürettiği bilgi ve eylemlerin kamusal alanda dolaşıma girmesinde medya, en kritik bağlayıcı zemini oluşturur. İklim krizine dair toplumsal gündem, doğrudan bilimsel raporlar veya akademik yayınların okunmasıyla şekillenmekten çok; hükümet politikalarının, şirket açıklamalarının ve sivil toplum kuruluşu taleplerinin medyadaki yansımaları dolayısıyla kurulmaktadır. Medyayı farklı aktörlerin mesajlarını ileten nötr bir kanal olmanın ötesine taşıyan dinamik, tam olarak budur. İklim krizine ne ölçüde yer verildiği, hangi gelişmelere haber değeri biçildiği, hangi aktörlere söz hakkı tanındığı ve problemin hangi çerçeveler içinden sunulduğu, meselenin kamusal görünürlüğünü ve anlamını bizzat inşa eder. Medyanın bir aktör olmaktan çıkıp iklim krizinin toplumsal algısını şekillendiren bu inşa edici gücü, krizin kitle iletişim araçlarında nasıl temsil edildiğine dair çok daha derinlikli bir analizi zorunlu kılmaktadır.

Kime Güveniyoruz? İklim İletişiminde Kaynak ve Güvenilirlik

Farklı aktörlerin aynı problem hakkında konuşması, bu aktörlerin sözlerinin kamusal alanda aynı ağırlığa sahip olduğu anlamına gelmez. İklim değişikliğine ilişkin bir bilginin bilimsel açıdan doğru olması ile hedef kitle tarafından güvenilir bulunması da aynı mesele değildir. Bilginin kim tarafından aktarıldığı, kaynağın hangi amaçlarla ilişkilendirildiği ve hedef kitlenin kaynakla nasıl bir ilişki kurduğu, bilginin dikkate alınmasında rol oynayabilir.

Güvenilirlik tek başına kaynağın konu hakkında ne ölçüde bilgi sahibi olduğuna ilişkin bir değerlendirmeden oluşmaz. Uzmanlık ve yeterliğin yanında dürüstlük, bağımsızlık, şeffaflık, iyi niyet ve paylaşılan değerler de kaynağın nasıl değerlendirildiğinde rol oynayabilir. Cologna ve Siegrist'in (2020) yaptığı meta-analiz, güven ile iklim değişikliğini azaltma ve uyum davranışları arasında ilişkiler bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bir kaynağın güvenilir bulunması bu açıdan yalnızca “Biliyor mu?” sorusuna değil, “Doğruyu söylüyor mu?”, “Hangi çıkarları temsil ediyor?” ve “Benim önem verdiğim değerlerle nasıl bir ilişki kuruyor?” gibi değerlendirmelere de bağlıdır.

Bu durum güvenilirliği kaynağın sahip olduğu sabit bir nitelik olmaktan çıkararak kaynak ile hedef kitle arasındaki ilişkinin bir parçası hâline getirir. MacInnes ve arkadaşlarının (2026) farklı ülkeleri kapsayan araştırmasında iklim bilimcileri güçlü güven kaynakları arasında yer alırken, arkadaşlar ve aile üyeleri ile “benim gibi insanlar” olarak görülen kişiler de belirli gruplar açısından güvenilir bulunmuştur. Kaynakla paylaşılan değerler, samimiyet ve farklı görüşlere saygılı yaklaşım da güven değerlendirmelerinde rol oynamaktadır (MacInnes vd., 2026).

Bilimsel uzmanlık ile toplumsal güven arasındaki ayrım iklim değişikliği açısından özellikle belirgindir. Bogert, Buczny, Harvey ve Ellers'in (2024) analizi, bilime güven ile insan kaynaklı iklim değişikliğine ilişkin bilimsel görüşle uyumlu inançlar arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu ortaya koymaktadır. Tranter, Lester, Foxwell-Norton ve Palmer (2023) da IPCC'nin iklim değişikliğine ilişkin bilimsel değerlendirmelerine duyulan güven ile insan kaynaklı iklim değişikliğinin kabulü arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Bununla birlikte bilimsel bilginin güçlü kanıtlara dayanması, kaynağın bağımsızlığına, niyetlerine veya temsil ettiği kurumlara ilişkin değerlendirmeleri ortadan kaldırmaz.

Bilimsel otorite ile bilimsel otoriteye duyulan güven bu nedenle birbirinden ayrılmalıdır.

Güvenin ilişkisel niteliği politik ve toplumsal kimliklerin rolünü de görünür kılmaktadır. Farklı ülkeleri kapsayan araştırmalarda sağ yönelimli politik görüşlerin iklim bilimcilerine daha düşük güvenle ilişkili olabildiği ve bu farklılığın bazı ulusal bağlamlarda güçlendiği görülmektedir. Fielding, Hornsey, Thai ve Toh (2020) ise grup içi kaynakların ve paylaşılan değerlerin iklim politikalarının iletişimde oynayabileceği role dikkat çekmektedir. Buradan hareketle, kutuplaşmış ortamlarda güven sorununu yalnızca daha fazla bilimsel bilgi sağlayarak çözmek mümkün olmayabilir, bilginin hangi toplumsal kimlikler ve ilişkiler içinde anlam kazandığı da hesaba katılmalıdır.

Güven sorunu, iklim iletişiminin ötesindeki daha geniş güven ortamıyla da ilişkilidir. Edelman Güven Barometresi'nin 28 ülkeyi kapsayan 2026 araştırmasında katılımcıların %70'i kendilerinden farklı değerlere, bilgi kaynaklarına veya kültürel geçmişe sahip kişilere güvenme konusunda isteksiz ya da kararsız olduğunu belirtmiştir. Araştırma ayrıca kişisel ilişkilere duyulan güven güçlenirken hükümet liderleri ve ana akım medya gibi daha uzak kurumsal kaynaklara duyulan güvenin zayıfladığı bir tabloya işaret etmektedir (Edelman, 2026). İklim iletişimi açısından bu daha geniş güven ortamı, kaynak güvenilirliğinin yalnızca mesajın veya iletişimcinin özellikleri üzerinden değil, farklı toplumsal grupların birbirleriyle ve kurumlarla kurdukları ilişkiler içinde değerlendirilmesi gerektiğini düşündürmektedir.

Güven ile yanlış bilgi arasındaki ilişki, bu tartışmanın bir başka boyutunu oluşturmaktadır. Yanlış bilgi bilimsel açıdan hatalı bir iddianın dolaşıma girmesinden ibaret değildir; bilim insanlarının, kurumların veya iklim çözümlerinin güvenilirliğini hedef alan söylemler de hangi kaynakların dikkate alınacağını etkileyebilir. Bilim insanlarına ve bilimsel kurumlara yönelik

mevcut güvensizlik yanlış veya yanıltıcı bilgilerin kabulünü kolaylaştırabilir. Ejaz, Altay, Fletcher ve Nielsen'in (2025) sekiz ülkeyi kapsayan araştırması, farklı bilgi kaynaklarına duyulan güvenin iklim değişikliğine ilişkin yanlış inançların açıklanmasında rol oynadığını ortaya koymaktadır. Sonuçlar güven ile yanlış bilgi arasındaki ilişkinin tek yönlü olmadığına dikkat çekmektedir.

Kaynak güvenilirliği, kaynağın söyledikleriyle yaptıkları arasındaki tutarlılıkla da ilişkilidir. Bu ilişki kurumsal iklim iletişiminde özellikle görünür hâle gelmektedir. Çevresel performansın olduğundan daha olumlu gösterilmesi veya çevreci bir kurumsal imajın bunu destekleyecek uygulamalar olmaksızın oluşturulması, yeşil aklama tartışmalarını beraberinde getirmektedir (Aggarwal ve Kadyan, 2014). Ihlen'in (2009) dünyanın en büyük şirketlerinin finans dışı raporlarını inceleyen araştırması, iklim değişikliğinin şirketlerin gündeminde farklı düzeylerde yer aldığını, ancak bu gündemin her zaman sorunun çözümüne yönelik sistematik girişimlerle desteklenmediğini ortaya koymuştur. Daha yakın tarihli bir çalışmada Keilmann ve Koch (2024) da içi boş veya yanıltıcı çevresel iddiaların kurumsal itibar ve güvenilirlik üzerinde olumsuz sonuçlar yaratabildiğini göstermiştir.

Diğer bir yandan, güvenilir bir kaynaktan iletişim kurmak, ikna veya davranış değişikliğini garanti etmez. Goldwert ve Vlasceanu'nun (2026) geniş örneklemlili deneysel araştırmasında bilim insanları ve taban hareketi savunucuları yüksek güvenilirlik değerlendirmeleri almasına rağmen bilgi kaynağının değiştirilmesi iklim inançları, davranışsal taahhütler veya politika tercihleri üzerinde farklı sonuçlar üretmemiştir. Güven, ikna ve eylem aynı süreç değildir. Kaynağın güvenilir bulunması bilginin dikkate alınmasını kolaylaştırabilir; ancak hedef kitlenin mevcut inançlarını, problemle kurduğu ilişkiyi, algıladığı kısıtları veya içinde hareket ettiği koşulları ortadan kaldırmaz. Güven, davranışı tek başına üreten bir neden olmaktan çok, bilginin değerlendirilmesine dâhil olan koşullardan biridir.

Türkiye bağlamında iklim değışikliğı iletişiminde farklı kaynaklara duyulan güveni doğrudan karşılaştırmaya olanak sağlayan çalışmalar sınırlıdır. Bununla birlikte mevcut bulgular, bilime, kurumlara ve iklim eylemini yürüten aktörlerin niyetlerine ilişkin değlendirmelerin iklim değışikliğinin nasıl anlamlandırıldığından ayrı düşünölemeyeceğine işaret etmektedir. Alkış Küçükaydın'ın (2024) öğretmen adaylarıyla gerçekleştirdiğı araştırmada bilime güvensizlik, kolektif narsisizm ve paranoid düşünceler iklim değışikliğine ilişkin komplo inançlarının belirleyicileri arasında yer almıştır. Politik ideoloji ve sosyal medya kullanım sıklığının aynı ilişkileri göstermemesi, iklim değışikliğine ilişkin komplo inançlarının yalnızca politik yönelim veya medya kullanımı üzerinden açıklanamayacağını düşündürmektedir.

Kurumların çevresel çabalarının nasıl değlendirildiğine ilişkin veriler ise güven tartışmasının başka bir boyutunu görünür kılmaktadır. İklim Haber'in (2025) aktardığı, WIN tarafından 39 ölkede gerçekleştirilen araştırmada Türkiye'deki katılımcıların %40'ı hükümetin çevre konusunda gerekli adımları attığını düşünürken %60'ı bu görüşe katılmamıştır. Şirketlere ilişkin değlendirmelerde, katılımcıların yalnızca %7'si kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik çalışmalarının samimi biçimde yürütöldüğünü düşünmektedir. Bu veriler genel kurumsal güveni doğrudan ölçmemekle birlikte, kurumların çevresel eylemlerinin yeterliliğı ve samimiyetine ilişkin değlendirmelerin güvenilirlik tartışmasının bir parçası olduğunu göstermektedir.

WIN araştırmasının sunduğı uluslararası karşılaştırmalı görünümü, Türkiye'yi zaman içinde izleyen araştırmalarla birlikte değlendirmek mümkündür. İklim Haber ve KONDA Araştırma tarafından yürütölen Türkiye'de İklim Değışikliğı Algısı araştırmaları, iklim değışikliğinin kabulü ile iklim politikalarına ve kurumların performansına ilişkin değlendirmelerin birbirinden ayrılması gerektiğine işaret etmektedir. Araştırmanın son dalgasında iklim değışikliğinin

varlığı toplumun geniş bir kesimi tarafından kabul edilirken, iklim politikalarına ilişkin bilgi, güven ve sahiplenmenin aynı düzeyde olmadığı görülmektedir (İklim Haber ve KONDA Araştırma, 2026). Bu ayrım, iklim değişikliğini gerçek ve ciddi bir problem olarak görmek ile problemi yönetmesi beklenen kurumların eylemlerini yeterli veya güvenilir bulmanın aynı tutum olmadığını ortaya koymaktadır.

Güven meselesinin yalnızca bireylerin kaynaklara ilişkin değerlendirmelerine indirgenemeyeceği ise iklim bilgisinin dolaşıma girdiği iletişim ortamına bakıldığında daha açık hâle gelir. Çömlekçi (2025), Türkiye’de iklim değişikliği iletişiminde bağımsız gazeteciler ve doğrulama aktörlerinin rollerini incelerken politik kutuplaşma, kamusal verilere erişimdeki sınırlılıklar ve finansal kırılganlık gibi sorunlara dikkat çekmektedir. Güvenilir iklim iletişimi bu açıdan yalnızca hedef kitlenin belirli bir kaynağa güvenmesine değil, güvenilir bilginin üretilebildiği, sorgulanabildiği ve kamusal alana taşınabildiği iletişim koşullarına da bağlıdır.

İklim iletişiminde güveni, “en güvenilir iletişimci kimdir?” sorusunun dışında değerlendirmek önemlidir. Uzmanlık, dürüstlük, şeffaflık, algılanan niyetler, paylaşılan değerler ve toplumsal kimlikler farklı koşullarda birbirleriyle ilişki kurarak kaynak değerlendirmelerini biçimlendirebilir. Güvenilirlik, iletişimcinin sahip olduğu değişmez bir özellikten çok, kaynak, hedef kitle ve toplumsal bağlam arasındaki ilişkide oluşan bir değerlendirmedir.

Bu yaklaşım güven tartışmasını iletişimsel eyleme de bağlamaktadır. İklim değişikliği hakkında hangi bilginin erişilebilir olduğu kadar, hangi bilginin dikkate alınmaya değer bulunduğu da önemlidir. İnsanlar karşılaştıkları bilgilerin kaynaklarını değerlendirir, bazı içeriklere yönelir, bazılarını eler ve bazılarını başkalarıyla paylaşır. Kimin konuştuğu, insanların bilgiyle ne yaptıklarından bütünüyle ayrı düşünülemez. İletişimsel eylem bu noktada, bireylerin problemle ilgili bilgiyi

nasıl kazandıkları, seçtikleri ve toplumsal dolaşıma nasıl kattıkları sorusunu gündeme getirmektedir.

Medya, Çerçeveleme ve İklim Krizinin Temsili

Medya, iklimle ilgili bilgi ve tartışmaların kamusal alanda görünürlük kazanmasında önemli bir aracılık işlevi üstlenmektedir. Anderson (2009), iklim haberciliğinin bilim insanları, politika yapıcılar, endüstri ve sivil toplum kuruluşları gibi farklı aktörlerin kamusal görünürlük ve problem tanımı üzerindeki mücadeleleriyle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Söz konusu aracılık süreci, hangi gelişmelerin haber değeri taşıdığına, hangi aktörlerin kaynak olarak kullanıldığına ve problemin hangi bağlam içinde sunulduğuna ilişkin seçimleri içerir. Bir sıcak hava dalgasının iklim değişikliğiyle ilişkilendirilip ilişkilendirilmemesi, bir enerji politikasının ekonomik maliyetler ya da emisyon azaltımı üzerinden ele alınması veya bir iklim protestosunda protestocuların taleplerinin mi yoksa eylemin yarattığı toplumsal aksamanın mı öne çıkarıldığı, iklim krizinin farklı biçimlerde temsil edilmesine yol açabilir.

Çerçeveleme kavramı bu seçimlerin incelenmesine olanak sağlamaktadır. Entman'a (1993) göre çerçeveleme, algılanan gerçekliğin belirli yönlerinin seçilerek iletişim metninde daha belirgin hâle getirilmesini kapsar. Bu seçimler problemin nasıl tanımlandığı, nedenlerinin nasıl açıklandığı, nasıl değerlendirildiği ve hangi çözüm yollarının öne çıkarıldığı üzerinde rol oynar. Buradan hareketle çerçeveleme bir konuyla ilgili belirli bir problem tanımının nasıl kurulduğuna ilişkindir.

İklim değişikliği, farklı problem tanımları içinde temsil edilebilmektedir. Bilimsel bir mesele, çevresel risk, ekonomik maliyet veya fırsat, halk sağlığı sorunu, enerji güvenliği meselesi, ahlaki sorumluluk ya da iklim adaleti problemi olarak ele alınması, iklim krizinin farklı yönlerini öne çıkarmaktadır (Nisbet, 2009). Örneğin, sağlık çerçevesi sıcaklığa bağlı hastalıklar, hava kalitesi veya diğer sağlık sonuçlarını

görünür kılarken; ekonomik bir çerçeve iklim politikalarının maliyetlerine, yatırımlara veya ekonomik fırsatlara odaklanabilir. Adalet çerçevesi ise iklim değişikliğine katkı ile iklim değişikliğinin sonuçlarına maruz kalma arasındaki eşitsizlikleri merkeze alabilir. Farklı çerçeveler sadece farklı anlatım biçimleri değildir; problemin nedenleri, sorumluları ve çözüm seçenekleri arasında farklı ilişkiler kuran temsil biçimleridir.

Guenther, Jörges, Mahl ve Brüggemann'ın (2024) 25 yıllık iklim değişikliği çerçeveleme literatürünü sistematik olarak inceledikleri çalışma, çerçevelemenin medya içeriklerinde saptanan söylemlerden ibaret olmadığını ortaya koymaktadır. Yazarlar anlam üretimi, medyadaki yansımalar, hedef kitlelerin zihinsel şemaları ve etkinin bizzat kendisi arasında ayırım yapmakta ve bunları daha geniş kültürel anlam repertuvarlarıyla ilişkilendirmektedir. İnceledikleri 275 çalışmanın önemli bir bölümünün farklı çerçeve konumları arasındaki ilişkileri birlikte değerlendirmediklerini belirleyen araştırmacılar, çerçeveleme çalışmalarında üretim, içerik ve alımlama süreçlerinin daha fazla ilişkilendirilmesi gerektiğini savunmaktadır (Guenther vd., 2024).

Yapılan kavramsal ayırım, çerçevelerin hedef kitle üzerindeki etkilerini değerlendirirken de önem taşımaktadır. Bir çerçevenin varlığı, bütün hedef kitlelerde aynı anlamı veya tepkiyi üreteceği anlamına gelmez. Guenther ve arkadaşlarının (2024) incelemesinde çerçeveleme etkilerini araştıran çalışmaların neredeyse tamamının deneysel tasarımlara dayandığı; bu çalışmalarda özellikle iklim değişikliğinin zararlı sonuçlarını, iklim eylemini ve ahlaki sorumluluk ile iklim adaletini öne çıkaran çerçevelerin incelendiği görülmektedir. Bulgular aynı zamanda iklim çerçeveleme literatürünün belirli çerçevelere yoğunlaştığını ve çerçeve etkilerinin hangi koşullarda ortaya çıktığının ayrıca değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir (Guenther vd., 2024).

Çerçevelemenin önemli boyutlarından biri sorumluluğun nasıl kurulduğudur. İklim değişikliği bireysel tüketim tercihleri üzerinden temsil edildiğinde çözüm alanı da bireysel davranışlara doğru daralabilir. Enerji sistemleri, üretim biçimleri, kurumsal kararlar veya kamu politikaları öne çıkarıldığında ise farklı aktörler ve farklı müdahale düzeyleri görünür hâle gelir. Benzer biçimde iklim değişikliğinin salt sonuçlarının haberleştirilmesi ile sonuçların nedenleri ve çözüm seçenekleri arasında bağlantı kurulması aynı problem tanımını üretmez. Medyada hangi aktörlere sorumluluk atfedildiği bu nedenle iklim krizinin nasıl anlaşılacağı kadar hangi eylemlerin anlamlı görülebileceği açısından da önemlidir.

İklim krizinin medya temsili, alternatif çıkış yollarının nasıl sunulduğunu da kapsar. Thier (2025), iklim değişikliğine ilişkin çözüm odaklı haberleri problem odaklı haberlerle karşılaştırdığı deneysel çalışmasında, çözüm haberciliğinin okurların bireysel ve kolektif tepki yeterliği algılarını artırabildiğini ortaya koymuştur. Aynı çalışmada olumlu ve olumsuz duygulardaki değişimlerin iklim politikalarına verilen desteği açıklamadığı tespit edilmiştir. Araştırmanın sonucu, çözüm odaklı iklim haberciliğinin okurun bireysel ve kolektif düzeyde ne yapılabileceğine ilişkin değerlendirmeleriyle de ilişkili olabileceğini göstermesi bakımından önemlidir (Thier, 2025).

İklim krizinin temsili metinsel çerçevelerle sınırlı değildir. O'Neill (2013), ABD, Birleşik Krallık ve Avustralya'daki 13 gazetenin çevrim içi iklim haberlerine eşlik eden 1.603 görseli incelemiş ve iklim değişikliğinin görsel temsiliinde özellikle "tartışmalı" ve "mesafelendirici" iki çerçevenin öne çıktığını belirlemiştir. Çalışma, iklim görsellerinin sadece haberleri destekleyen unsurlar olmadığını; problemin belirli biçimlerde görülmesine katkıda bulunan temsil araçları olduğuna dikkat çekmektedir (O'Neill, 2013).

Bravo, Walter, Prasse ve Keuper'in (2026) iklim değişikliğinin medyadaki görsel temsillerine ilişkin sistematik

incelemesi de görsel iletişimin iklim haberciliğinde ayrı bir araştırma alanı hâline geldiğini göstermektedir. Araştırmacılar 2005–2024 arasında yayımlanan çalışmaları incelemiş; mevcut araştırmaların ağırlıklı olarak geleneksel medyaya ve Batılı ülkelere odaklandığını, sosyal medya görsellerine ve farklı coğrafyalara ilişkin araştırmaların ise daha sınırlı kaldığını belirlemiştir. İnceledikleri çalışmalarda en yaygın kuramsal yaklaşımın çerçeveleme olması da görsel temsil ile problem tanımı arasındaki ilişkinin iklim iletişimi açısından önemini teyit etmektedir (Bravo vd., 2026).

Türkiye bağlamında ise Uzelgün ve Castro’nun (2014) Türk gazetelerinde iklim değişikliğinin temsilini inceleyen çalışması önemli bir örnek sunmaktadır. Araştırma, iklim değişikliğinin gazetelerde bilimsel bilgi ve uzmanlıkla güçlü biçimde ilişkilendirilmesine karşın bilim ile politika arasındaki bağların sınırlı kurulabildiğini ve problemin politik boyutlarının geri planda kalabildiğini göstermektedir (Uzelgün ve Castro, 2014).

İklim krizinin kamusal görünürlüğü artık sadece geleneksel medya kuruluşlarının haber seçimleriyle biçimlenmemektedir. Sosyal medya platformlarında hangi içeriklerin kullanıcıların karşısına çıkacağı kullanıcı etkileşimleri, öneri sistemleri ve platformların görünürlük mantıklarıyla da ilişkilidir. Nieto-Sandoval ve Ferré-Pavia (2024), Glasgow ve Şarm El-Şeyh iklim zirveleri sırasında TikTok’ta yayımlanan 1.013 videoyu inceledikleri çalışmalarında, iklim iletişiminde influencer’ların, medya kuruluşlarının ve gazetecilerin öne çıkan aktörler olduğunu; videolarda bilgi kaynaklarına ise sınırlı ölçüde yer verildiğini belirlemiştir. Araştırmada ayrıca Glasgow Zirvesi sırasında çevresel meselelerin daha belirgin olduğu, Şarm El-Şeyh Zirvesi döneminde ise söylemin daha politikleşmiş bir içeriğe doğru değiştiği görülmüştür (Nieto-Sandoval ve Ferré-Pavia, 2024).

Dijital platformların iklim iletişimine getirdiği daha temel bir değişiklik, kullanıcıların karşılaştıkları içeriklerin algoritmik olarak kişiselleştirilmesidir. Loupessis ve Intahchomphoo

(2025), TikTok'un öneri sisteminde kullanıcıların izleme, beğenme, paylaşma ve benzeri etkileşimlerinin sonraki içerik önerilerinin şekillenmesine katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Yazarların algoritmik sarmal döngüsü olarak adlandırdığı süreçte, kullanıcının önceki etkileşimleri belirli türde içeriklerin yeniden önerilme olasılığını artırmakta; tekrarlanan maruziyet ise sonraki etkileşimleri beslemektedir. Bu yapı, iklim değişikliği konusunda farklı kullanıcıların aynı kamusal içerik ortamıyla karşılaşmadıkları; önceki etkileşimlerine bağlı olarak farklı iklim anlatılarıyla karşılaşabilecekleri bir iletişim düzeni ortaya çıkarmaktadır (Loupessis ve Intahchomphoo, 2025). Dolayısıyla dijital ortamda iklim krizinin temsili, çerçevelerin kimlerin karşısına hangi tekrar ve seçicilik örüntüleri içinde çıktığıyla da ilgilidir.

Özetle medya, iklim krizine ilişkin farklı problem tanımlarının, sorumluluk atıflarının ve çözüm önerilerinin kamusal alanda karşılaştığı başlıca iletişim ortamlarından biridir. Çerçeveleme, söz konusu unsurlardan hangilerinin öne çıkacağını ve aralarındaki ilişkilerin nasıl kurulacağını anlamaya yardımcı olur. Dijital platformlar ise içeriklerin dolaşımına algoritmik seçiciliği ekleyerek kamusal görünürlüğün oluşma biçimini değiştirmektedir. İklim krizinin medya temsiliyi incelemek anlatıların nasıl kurulduğu, kimler tarafından dolaşıma sokulduğu, hangi kitlelere ulaştığı ve kamusal tartışmada nasıl yer edindiği arasındaki ilişkileri anlamayı gerektirir.

İklim İletişiminde Duyguların Rolü

İklim krizinin mevcut ve olası sonuçları korku, endişe, öfke, üzüntü, suçluluk ve umut gibi farklı duygusal tepkilerle ilişkilidir. Duygular insanların iklim değişikliğine ne ölçüde dikkat ettikleri, problemle nasıl bir ilişki kurdukları ve eylem olanaklarını nasıl değerlendirdikleri açısından kritiktir.

İklim iletişimi uzun süredir tartışılan konulardan biri, tehdidin ve korkunun iletişimde nasıl kullanılacağıdır. O'Neill

ve Nicholson-Cole (2009), korkutucu ve felaket odaklı iklim temsillerinin dikkat çekebilmesine karşın kişisel katılımı aynı ölçüde desteklemeyebileceğini göstermiştir. Güçlü tehdit imgeleri problemin ciddiyetini görünür kılarken, iklim değişikliğinin bireyin etki alanının dışında ve başa çıkılması güç bir sorun olarak algılanmasıyla da ilişkilendirilebilmektedir. Bu çalışmanın bulguları, korkunun dikkat çekme kapasitesi ile problem karşısında kişisel katılım yaratma kapasitesinin birbirinden ayrılması gerektiğine işaret etmektedir (O'Neill ve Nicholson-Cole, 2009).

Benzer bir ayrım iklim kaygısı açısından da gereklidir. Kaygı, iklim değişikliğinin sonuçlarını önemsemenin ve problemle ilgilenmenin bir parçası olabileceği gibi daha yoğun psikolojik sıkıntıyla da ilgili olabilir. Hogg ve arkadaşları (2024), ekokaygının farklı boyutlarını inceledikleri çalışmalarında, iklim değişikliği üzerine düşünme ve kişisel etkilerine ilişkin kaygının çevreci davranışlarla pozitif ilişkili olduğunu; buna karşılık ekokaygının daha semptomatik boyutlarının düşük psikolojik iyi oluşla ilişkilendirildiğini belirlemiştir. Ekokaygının farklı boyutlarının farklı sonuçlar doğurması, kaygının iklim iletişimiindeki rolünü değerlendirirken bu ayrımın korunmasını gerektirmektedir (Hogg vd., 2024).

Öfke ise kaygı ve üzüntüden farklı bir örüntü gösterebilmektedir. Contreras, Blanchard, Mouguiama-Daouda ve Heeren (2024), ekooğfke, ekokaygı ve ekoozüntünün zaman içindeki ilişkilerini inceledikleri çalışmalarında, sonraki çevreci davranış ve davranış niyetlerini öngören duygunun ekooğfke olduğunu belirlemiştir. Eko kaygı ve ekoozüntü ise aynı uzunlamasına ilişkiyi göstermemiştir (Contreras vd., 2024). Bu bulgu, olumsuz olarak sınıflandırılan iklim duygularının davranışla ilişkilerinin birbirinden farklılaşabileceğini göstermesi bakımından önemlidir.

Umut konusunda da duygunun niteliği önem taşımaktadır. Ojala (2023), iklim değişikliği ve umut üzerine araştırmaları değerlendirdiği çalışmasında, özellikle hedefler belirleme, bu

hedeflere ulaşmanın yollarını görebilme ve bu yönde hareket edebilme kapasitesiyle ilişkili bilişsel umudun iklim katılımıyla tutarlı biçimde pozitif ilişkiler gösterdiğini belirtmektedir. Buna karşılık yalnızca olumlu bir duygu olarak hissedilen umut ile iklim katılımı arasındaki ilişkiler daha değişkendir. Ojala'nın (2023) değerlendirmesi, umudun iklim iletişiminde kendiliğinden olumlu bir sonuç olarak görülmesinden çok, neye dayandığının ve eylem kapasitesiyle nasıl ilişkilendiğinin dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Korku, kaygı, öfke ve umuda ilişkin bu farklılıklar, iklim iletişiminde duyguları “olumlu” ve “olumsuz” biçiminde sınıflandırmanın sınırlılığının altını çizmektedir. Olumsuz olarak tanımlanan bir duygu problemle ilgilenme veya davranışla ilişkili olabilirken, olumlu kabul edilen bir duygu her durumda eyleme yönelmeyi desteklemeyebilir. Duygunun türünün yanı sıra kaynağı, yoğunluğu ve bireyin problem karşısındaki değerlendirmeleri de duygusal tepkinin nasıl bir karşılık bulduğuyla ilişkilidir.

İklim iletişimi açısından temel mesele, hangi duygunun daha etkili olduğunu belirlemekten çok, farklı duyguların problem algısı ve eylem olanaklarıyla hangi koşullarda nasıl ilişki kurduğunu anlamaktır. “Korku yerine umut” ya da “kaygı yerine olumlu duygular” gibi genel formüller hem duygular arasındaki farklılıkları hem de aynı duygunun farklı koşullarda üstlenebileceği farklı işlevleri gözden kaçırabilir. Netice itibarıyla duygular, hedef kitleyi belirli bir davranışa yöneltmek amacıyla mesaja eklenen araçlardan çok, insanların iklim kriziyle kurdukları ilişkinin bir boyutu olarak ele alınmalıdır.

2. Bölüm: İletişimsel Eylemi Anlamak

İklim değışikliğı hakkında bilgi sahibi olmak, bireyin bu bilgi karşısında iletişimsel olarak aktif olacağı anlamına gelmez. İnsanlar karşlarına çıkan iklim bilgilerini farklı biçimlerde değerlendirir. Bazıları konu hakkında daha fazla bilgi ararken bazıları mevcut bilgilerle yetinir, bazı bilgileri dikkate alırken bazılarını göz ardı eder, başkalarıyla konuşur ya da bilgiyi paylaşır. Dolayısıyla iklim iletişimini anlamak, insanların ne bildiklerinin yanında bilgiyle ne yaptıklarını da incelemeyi gerektirir.

İletişimsel eylemin hangi koşullarda ortaya çıktığını açıklamak için bu bölümde Durumsal Problem Çözme Teorisi temel alınmaktadır. Kim ve Grunig (2011) tarafından geliştirilen teori, bireylerin bir durumu problem olarak algılamaları ile o problem hakkında geliştirdikleri iletişim davranışları arasındaki ilişkileri açıklamaktadır. Problem farkındalığı, ilgilenim düzeyi ve kısıt algısı bireyin problem karşındaki konumunu belirlerken, problem çözmede durumsal motivasyon iletişimsel eyleme yönelmesinde merkezi bir rol üstlenir (Kim ve Grunig, 2011).

İletişimsel Eylem Nedir?

Bu kitapta iletişimsel eylem, bireylerin belirli bir mesele karşısında bilgiyle ve başkalarıyla kurdukları etkin iletişim ilişkisini ifade etmek üzere kullanılmaktadır. Bilgi aramak, karşılaşılan bilgileri değerlendirmek, bir konu hakkında başkalarıyla konuşmak, bilgi paylaşmak ya da görüşlerini ifade etmek bu ilişkinin farklı biçimleridir (Kim ve Grunig,

2011; Latkin vd., 2023). İletişimden uzak durmak veya belirli bilgilerden kaçınmak da bireyin problem karşısındaki iletişimsel konumunun bir parçası olabilir (Geiger ve Swim, 2016). Bu çeşitlilik, iklim değişikliği karşısındaki iletişimsel etkinliğin tek bir davranış üzerinden değerlendirilemeyeceğine işaret etmektedir (Swim vd., 2018; Latkin vd., 2023).

Bilgi arama, iletişimsel etkinliğin en görünür biçimlerinden biridir. Bireyler bir konuyu anlamaya ihtiyaç duyduklarında veya mevcut bilgilerini yetersiz gördüklerinde farklı bilgi kaynaklarına yönelebilirler. Wilson (1999), bilgi aramayı daha geniş bir bilgi davranışı çerçevesine yerleştirerek bilgi ihtiyacı ile bu ihtiyaca karşı geliştirilen davranışlar arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Case ve Given (2016) ise bilgi davranışını amaçlı aramanın ötesinde ele alarak insanların bilgiyle karşılaşma, bilgiyi kullanma ve kimi durumlarda bilgiden kaçınma biçimlerini de bu kapsamda değerlendirmektedir. Bir konu hakkında bilgi sahibi olmak ile o konu hakkında aktif biçimde bilgi aramak bu nedenle aynı iletişimsel konumu ifade etmez.

Bilgiden kaçınma da bu ilişkinin anlaşılması açısından önem taşımaktadır. İnsanlar erişebilecekleri her bilgiyi edinmek istemeyebilirler. Sweeny ve arkadaşları (2010), bilgiden kaçınmayı erişilebilir durumdaki bilgiyi edinmekten kaçınma üzerinden ele almakta ve insanların kendilerini kötü hissettireceğini, istemedikleri bir davranışta bulunmalarını gerektireceğini ya da mevcut inançlarını zorlayacağını düşündükleri bilgilerden uzak durabileceklerini belirtmektedir. Bilgi aramamak her durumda konuya ilgisizlik anlamına gelmez; birey problemle ilgilendiği hâlde belirli bilgileri edinmekten veya onlarla karşılaşmaktan kaçınabilir.

İletişimsel etkinliğin bir başka boyutu kişiler arası iletişimdir. İnsanlar bir mesele hakkındaki bilgilerini ve değerlendirmelerini başkalarıyla konuşarak sınavabilir, farklı görüşlerle karşılaşabilir ve kendi değerlendirmelerini yeniden gözden geçirebilirler. Swim, Geiger, Sweetland ve Fraser

(2018), iklim değışikliğı hakkındaki kişiler arası tartışmaları, bilimsel bilgi ile gündelik anlamlandırmaların karşılaştığı sosyal süreçler içinde ele almaktadır. Konuşma, bilginin paylaşılmasının yanında, bireylerin problem hakkındaki değerlendirmelerini başkalarının görüşleriyle karşılaştırdıkları bir anlamlandırma süreci olarak da işlev görebilir.

Konuşmanın gerçekleşmediğı durumlar da iletişimsel konum hakkında bilgi verebilir. Geiger ve Swim (2016), iklim değışikliğı konusunda ortaya çıkabilen sessizlik iklimi olgusunu çoğulcu bilgisizlik üzerinden açıklamaktadır. İnsanlar iklim değışikliğı konusunda kaygı duysalar bile başkalarının konuya kendileri kadar önem vermediğini düşündüklerinde görüşlerini ifade etmekten kaçınabilmektedir. Böylece iklim değışikliğı hakkında konuşulmaması, toplumda konuya ilişkin kaygının bulunmadığı izlenimini güçlendirebilmekte ve mevcut sessizliğin sürmesine katkıda bulunabilmektedir (Geiger ve Swim, 2016).

Bilginin başkalarına aktarılması ise farklı bir iletişimsel etkinliktir. Paylaşma sırasında birey hangi bilginin başkalarına iletmeye değer olduğuna, kiminle paylaşılacağına ve hangi içeriklerin dolaşıma sokulacağına ilişkin seçimlerde bulunur. İklim iletişimi araştırmalarında da bilgi paylaşımı ve farklı kanallar üzerinden iletişim kurma ayrı iletişim davranışları olarak incelenmektedir (Latkin vd., 2023).

Kim ve Grunig'in (2011) Durumsal Problem Çözme Teorisi'nin katkısı, iletişimsel etkinliğin bu geniş alanı içinde problem çözmeyle ilişkili bilgi davranışlarını sistematik bir modele yerleştirmesidir. Teori iletişimsel eylemi bilgi kazanımı, bilgi seçimi ve bilgi aktarımı olmak üzere üç alanda ele almakta ve her alanda daha aktif ve daha pasif iletişim biçimleri arasında ayrım yapmaktadır (Kim ve Grunig, 2011).

Durumsal Problem Çözme Teorisi

Durumsal yaklaşım, bireylerin belirli bir problem karşısındaki iletişim davranışlarının problemle kurdukları ilişkiye göre

farklılaşabileceği düşüncesine dayanır. Bu yaklaşımın halkla ilişkiler alanındaki kuramsal temeli Grunig'in Durumsal Hedef Kitle Teorisi'ne (*Situational Theory of Publics*) uzanmaktadır. Özgün teoride kullanılan *publics* kavramı, belirli bir problem etrafında ortaya çıkan grupları ifade etmektedir; bu kitapta kavram, Türkçe halkla ilişkiler terminolojisi ve kitabın hedef kitle yaklaşımıyla tutarlılık sağlamak amacıyla "hedef kitle" olarak kullanılmaktadır. Teori, hedef kitleleri önceden belirlenmiş ve değişmez gruplar olarak kabul etmek yerine, bireylerin belirli bir problem karşısındaki algıları ve iletişim davranışları üzerinden ele almaktadır (Tkalac Verčič, 2008; Kim ve Ni, 2013).

Durumsal Hedef Kitle Teorisi'nin temelinde problem farkındalığı, kısıt algısı ve ilgilenim düzeyi yer almaktadır. Problem farkındalığı, bireyin içinde bulunduğu durumda çözülmesi gereken bir sorun bulunduğunu ne ölçüde algıladığını ifade eder. Mevcut durum ile olması gerektiğini düşündüğü durum arasında bir uyumsuzluk algılanması, bireyin problem hakkında düşünmesini ve problemle ilgili bilgiye yönelmesini teşvik edebilir. Kısıt algısı, bireyin problem karşısında hareket etme veya çözüm üretme kapasitesini sınırlayan engellere ilişkin değerlendirmesidir. Algılanan kısıtların artması, daha aktif iletişim davranışlarının ortaya çıkmasını güçleştirebilir. İlgiilenim düzeyi ise bireyin problemle kendisi arasında ne ölçüde bağlantı kurduğunu ifade eder ve yüksek ilgilenim özellikle aktif bilgi aramayla ilişkilendirilmektedir (Tkalac Verčič, 2008; Kim ve Ni, 2013).

Yaklaşımın ayırt edici özelliği, bu değişkenleri bireyin değişmez özellikleri olarak görmemesidir. Aynı kişi bir problem hakkında yoğun biçimde bilgi ararken başka bir problem karşısında iletişimsel olarak pasif kalabilir. Problem farkındalığı, ilgilenim ve kısıt algısı bireyin genel özelliklerinden çok, belirli bir problemle kurduğu ilişkiye bağlıdır. İletişim davranışındaki farklılıkların demografik özellikler veya genel kişilik eğilimleri yerine problem karşısındaki durumsal algılar

üzerinden açıklanması, yaklaşımın “durumsal” niteliğini oluşturmaktadır.

Durumsal Hedef Kitle Teorisi, problem farkındalığı, ilgilenim ve kısıt algısındaki farklılıklardan hareketle kamu olmayan, örtük, bilinçli ve aktif hedef kitleleri ayırt etmektedir (Tkalac Verčič, 2008). Bu sınıflandırma dördüncü bölümde ayrıntılı olarak ele alınacağından, burada teorinin iletişim davranışını açıklayan durumsal mantığı üzerinde durulmaktadır.

Teorinin iletişim davranışına ilişkin ilk açıklaması ağırlıklı olarak bilgi arama ve bilgi işleme ayrımına dayanmaktadır. Bilgi arama, bireyin belirli bir problem hakkında amaçlı biçimde bilgi edinmeye yönelmesini ifade ederken; bilgi işleme, kişinin özel bir arama çabası göstermeden karşılaştığı bilgiyi fark etmesi ve değerlendirmesiyle ilişkilidir. Problem farkındalığının artması daha fazla bilgi arama ve işlemeye, yüksek kısıt algısı ise bu davranışların azalmasıyla ilişkilendirilmiştir. İlgiilenim düzeyi de özellikle aktif bilgi arama eğiliminin açıklanmasında rol oynamaktadır (Tkalac Verčič, 2008; Kim ve Ni, 2013).

Kim ve Grunig’in Durumsal Problem Çözme Teorisi (*Situational Theory of Problem Solving*), bu kuramsal mantığı problem çözme perspektifi içinde genişletmektedir. Durumsal Hedef Kitle Teorisi hedef kitlelerin hangi koşullarda oluştuğunu ve bilgi arama ile bilgi işleme eğilimlerini açıklarken, Durumsal Problem Çözme Teorisi bireylerin problemleri bir durum karşısında geliştirdikleri iletişim davranışlarını daha kapsamlı biçimde ele almaktadır (Kim, Grunig ve Ni, 2010; Kim ve Grunig, 2011).

Durumsal Problem Çözme Teorisi, önceki teorinin problem farkındalığı, kısıt algısı ve ilgilenim düzeyi değişkenlerini korurken problem çözmede durumsal motivasyonu modele dâhil etmektedir. Problem çözmede durumsal motivasyon, bireyin belirli bir problem hakkında daha fazla düşünmeye, problemle ilgilenmeye ve çözümüne yönelik çaba göstermeye ne ölçüde hazır olduğunu ifade etmektedir. Kim ve Grunig’in (2011)

modelinde problem farkındalığı, kısıt algısı ve ilgilenim düzeyi durumsal motivasyonun oluşumuyla ilişkilendirilmektedir. Problem çözmeye yönelik bu motivasyon, bireyin problemi nasıl algıladığı ile problem hakkında nasıl iletişim kurduğu arasındaki temel mekanizma olarak ele alınmaktadır.

Teoride yer alan bir diğer kavram referans kriteridir. Referans kriteri, bireyin problemleri bir durumla karşılaştığında başvurabileceği önceki bilgi, deneyim ve değerlendirme çerçeveleriyle ilişkilidir. İnsanlar karşılaştıkları her problemi tamamen yeni bir durum olarak değerlendirmez. Kişilerin geçmiş deneyimleri ve sahip oldukları bilgiler, problemi tanımlarken ve çözüm yollarını değerlendirirken kullanabilecekleri bir başvuru zemini sağlar. Referans kriteri, mevcut bilişsel kaynakların problem çözme sürecindeki yerini açıklamaktadır (Kim ve Grunig, 2011).

Durumsal Problem Çözme Teorisi, açıklanan iletişim davranışlarının kapsamını da genişleterek bilgi arama ve işlemenin yanında bilginin kazanılması, seçilmesi ve aktarılmasını problem çözme sürecinin iletişimsel boyutuna dahil etmektedir (Kim, Grunig ve Ni, 2010; Kim ve Grunig, 2011). Böylece iletişim, bireyin problem hakkında bilgi edinmesinin ötesinde, karşılaştığı bilgiler arasında seçim yapmasını ve bilgiyi başkalarıyla dolaşıma sokmasını da kapsayan bir yapı içinde ele alınmaktadır. Bu kuramsal genişleme, iletişimi yalnızca hedef kitlelerin oluşumunu ayırt eden bir gösterge olarak değil, problem çözme sürecinin bir parçası olarak konumlandırmaktadır. Chon, Tam, Lee ve Kim (2023) de teoriyi değerlendirirken davranışsal niteliğini ve problem çözme yönelimini öne çıkarmaktadır.

İletişimsel Eylemin Boyutları: Bilgiyi Kazanmak, Seçmek ve Aktarmak

Durumsal Problem Çözme Teorisi'nde iletişimsel eylem, birbirinden kopuk iletişim davranışlarının toplamı yerine, problem çözme sürecinde bilginin nasıl kazanıldığı, seçildiği

ve aktarıldığını kapsayan çok boyutlu bir yapı olarak ele alınmaktadır. Kim ve Grunig (2011), bu üç alanın her birinde bireyin daha aktif ya da daha pasif bir iletişim biçimi geliştirebileceğini öne sürmektedir. İletişimsel eylem bilgi arama ve bilgi keşfetme, bilgi önleme ve bilgiye izin verme, bilgi iletme ve bilgi paylaşma olmak üzere altı davranış üzerinden kavramsallaştırılmaktadır.

İlk boyut olan bilgi kazanımı, bireyin problemle ilgili bilgiye nasıl ulaştığıyla ilgilidir. Bilgi arama (*information seeking*), kişinin problemi anlamak veya çözmek amacıyla bilinçli biçimde bilgiye yönelmesini ifade eder. Birey yeni kaynaklara başvurabilir, belirli soruların yanıtlarını araştırabilir veya ihtiyaç duyduğu bilgiye ulaşmak için çaba gösterebilir. Bilgi keşfetme (*information attending*) ise böyle bir amaçlı arama olmaksızın karşılaşılan problemle ilgili bilgiye dikkat edilmesini ifade eder. Kişi başka bir amaçla medya kullanırken, bir konuşmayı takip ederken veya gündelik yaşamı sırasında problemle ilgili bir bilgiyle karşılaşabilir ve bu bilgiyi işleyebilir. İki davranış arasındaki temel ayrım, bilgiye maruz kalmaktan çok, bilgiye ulaşmanın ne ölçüde amaçlı ve kendiliğinden başlatılmış olduğuna dayanmaktadır (Kim, Grunig ve Ni, 2010; Kim ve Grunig, 2011).

Bilgiye ulaşmadaki bu amaçsallık farkı, iklim krizi bağlamında da somut bir karşılık bulmaktadır. İklim değişikliği hakkında internette araştırma yapan, farklı kaynakları karşılaştıran veya belirli bir iklim politikası hakkında bilgi arayan kişi bilgi arama davranışı göstermektedir. Buna karşılık gündelik haber akışında bir sıcaklık rekoruna ilişkin habere rastlayan veya sosyal medya kullanırken iklim değişikliğiyle ilgili bir içerikle karşılaşan kişi, bilgiyi aktif biçimde aramamış olsa da problemle ilgili bilgi edinmiş olabilir.

İkinci boyut olan bilgi seçimi, bireyin karşılaştığı bilgilerin tümüne aynı biçimde yaklaşmadığını dikkate almaktadır. Bilgi önleme (*information forefending*), kişinin problem çözme sürecinde hangi bilgi veya kaynakları dikkate alacağını

konusunda daha seçici davranmasını ifade eder. Birey belirli içerikleri güvenilirmez, ilgisiz veya kendi problem çözme ihtiyacı açısından yararsız bularak dışarıda bırakabilir. Bilgiye izin verme (*information permitting*) ise problemle ilgili olduğu düşünülen bilgilerin daha az seçici bir değerlendirmeye kabul edilmesini ifade etmektedir. Buradaki aktif-pasif ayrımı, bilginin doğru ya da yanlış olmasından çok, bireyin karşılaştığı içerik üzerinde ne ölçüde seçici bir kontrol uyguladığıyla ilgilidir (Kim ve Grunig, 2011).

Bilgi seçimi iklim iletişimi açısından özellikle dikkat çekicidir çünkü bireyler çok sayıda ve kimi zaman birbiriyle çelişen bilgi kaynağıyla karşılaşmaktadır. Bilimsel kuruluşlar, haber medyası, kamu kurumları, şirketler, çevre örgütleri, aktivistler ve sosyal medya kullanıcıları iklim değişikliği hakkında farklı içerikler üretmektedir. Bu ortamda iletişimsel eylem, bilgiye ulaşmanın yanında hangi kaynakların güvenilir veya ilgili bulunduğunu ve hangi içeriklerin dikkate alınmaya değer görüldüğünü de kapsamaktadır.

İletişimsel eylemin üçüncü boyutu, bilginin aktarım sürecidir. Bilgi iletme (*information forwarding*), bireyin problemle ilgili bilgiyi kendi girişimiyle başkalarına aktarmasını ifade eder. Kişi kendisinden istenmesini beklemeden bir haberi gönderebilir, bir konuyu başkalarının dikkatine sunabilir veya edindiği bilgiyi çevresindeki kişilerle paylaşmaya başlayabilir. Bilgi paylaşma (*information sharing*) ise daha tepkisel bir iletişim biçimidir. Bilgi, bir başkasının sorması, konunun gündeme gelmesi veya paylaşmayı gerektiren bir iletişim durumunun ortaya çıkması üzerine aktarılır. Ayrım, bilginin başkalarına ulaştırılıp ulaştırılmamasından ziyade aktarımın kim tarafından ve ne ölçüde kendiliğinden başlatıldığına dayanmaktadır (Kim, Grunig ve Ni, 2010; Kim ve Grunig, 2011). Bu ayrım iklim iletişiminde de görülebilir. İklim değişikliğine ilişkin yeni okunan bir makaleyi kendi girişimiyle sosyal çevresinin dikkatine sunmak bilgi iletme; gündelik bir sohbet sırasında

sorulan soru üzerine iklim değışikliğı hakkında bilgi vermek ise bilgi paylaşmaya örnek oluşturabilir.

Üç alan birlikte değerdendirildiğinde aktif ve pasif iletişim arasındaki ayrımın “iletişim kurmak” ve “iletişim kurmamak” biçiminde olmadığı görölmektedir. Aktif biçimler daha fazla amaçlılık, seçicilik ve bireysel girişim içerirken; bilgi keşfetme, bilgiye izin verme ve bilgi paylaşma gibi daha pasif biçimlerde iletişim, karşılaşılan durum tarafından daha fazla belirlenmektedir. Üç boyutun kuramsal değeri, bireyin problemle ilgili bilgiyi edinmesinden seçmesine ve toplumsal dolaşıma sokmasına uzanan süreçte farklı iletişimsel etkinlik biçimlerini ayırt edebilmesidir.

İletişimsel Eylemden Davranışa

İletişimsel eylemin iklim iletişimi açısından taşıdığı önem, bilgiyle kurulan ilişkinin davranışsal sonuçlarla bağlantı kurabilmesinden kaynaklanır. Ancak bilgi arama, seçme veya paylaşma ile davranış değışikliğı arasında doğrudan bir geçiş varsaymak yanıltıcı olabilir. İletişimsel eylemin davranışsal niyete veya gerçekleşen davranışa nasıl yansıyacağı problem algısı, motivasyon, algılanan kısıtlar ve davranışın gerçekleştiğı koşullarla birlikte değerdendirilmelidir.

Durumsal Problem Çözme Teorisi başlangıçta iletişim davranışlarını açıklamaya odaklanmış olsa da sonraki çalışmalar iletişimsel eylemin davranışsal sonuçlarla ilişkisini de incelemiştir. Pressgrove, Barra ve Janoske (2020), aktif ve pasif iletişimsel eylem ile toplum yararına davranış niyetleri arasındaki ilişkileri teori çerçevesinde ele almış ve farklı iletişim biçimlerinin davranışsal niyetlerle aynı biçimde ilişkilenmediğini ortaya koymuştur. Bu bulgu, iletişimsel eylemin yalnızca gerçekleşip gerçekleşmediğinin değil, hangi biçimde gerçekleştiğinin de davranışsal sonuçlar açısından dikkate alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Çevresel konular üzerine yapılan araştırmalar, durumsal değışkenlerin bu süreçte farklı roller üstlenebildiğini

göstermektedir. Bhalla'nın (2022) çevresel kurumsal sosyal sorumluluk bağlamındaki araştırmasında konunun belirginliği iletişimsel davranışlarla ilişkili bulunmuş, iletişimsel davranışlar da çevresel kurumsal sosyal sorumluluğu desteklemeye yönelik davranış niyetlerini tahmin etmiştir. Buna karşılık konunun bireye yakınlığı iletişimsel davranış üzerinde anlamlı bir etki göstermemiştir. İklim politikaları bağlamında Chon ve Chung (2024) ise ilgilenim düzeyinin durumsal değişkenler arasında güçlü bir rol oynadığını; hükümet-vatandaş ilişkisinin niteliğinin de aktif iletişim davranışları ve federal iklim politikalarına verilen destekle ilişkili olduğunu bulmuştur. Bahsi geçen çalışmalar, problemle kurulan ilişkinin farklı boyutlarının iletişimsel ve davranışsal sonuçlarda aynı işlevi üstlenmediğini düşündürmektedir.

Davranış niyetinin ötesinde gerçekleşen çevreci davranışlara odaklanan araştırmalar da bulunmaktadır. Lee, Dong ve Sun (2025), örgüt içi çevre iletişiminin çalışanların çevreci davranışlarıyla ilişkisini durumsallık teorisi temelinde incelemiştir. Çalışmada çevre iletişimi problem farkındalığı ve ilgilenim düzeyini güçlendirirken kısıt algısını azaltmıştır. Durumsal algılar, iletişimsel eylem ve çalışanların işyerindeki çevreci davranışlarıyla bağlantılı bulunmuştur (Lee vd., 2025). Böylece çalışma, iletişimsel eylem ile gerçekleşen çevreci davranışın aynı model içinde nasıl ilişkilendirilebileceğine ilişkin bir örnek sunmaktadır.

Durumsallık teorisi dışındaki çevre iletişimi araştırmaları da kişilerarası iletişim ile çevreci davranış arasındaki bağlantıyı incelemektedir. Tian ve arkadaşlarının (2025) kişilerarası çevre iletişimini zaman ve farklı gruplar boyunca sistematik biçimde ele alan çalışması, çevresel konular hakkında kişilerarası iletişim ile çevreci davranışlar arasında ilişkiler bulunduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte ilişkinin yönü her araştırmada aynı değildir. Gonzalez, Vandenbosch ve Rousseau'nun (2023) 657 gençle gerçekleştirdiği iki dalgalı panel araştırmasında, sosyal medyada iklim içeriklerine maruz kalma ve bu içeriklerle farklı

biçimlerde etkileşim kurmanın çevreci tutumlar, normlar ve davranışlarla zaman içindeki karşılıklı ilişkileri incelenmiştir. İklim içeriklerini beğenmek daha sonraki çevreci tutumlarla pozitif ilişkili bulunurken, diğer sosyal medya etkileşimlerinin daha sonraki çevreci davranışları yordadığına ilişkin anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Ancak başlangıçtaki çevreci davranışlar daha sonraki çevreci tutum ve normlarla ilişkili bulunmuş; tutum ve normlardan sonraki davranışlara uzanan ters yöndeki ilişki ortaya çıkmamıştır (Gonzalez vd., 2023). Bulgular, özellikle dijital iletişimsel etkinlik ile daha sonraki çevreci davranış arasındaki ilişkinin yönünün varsayıldığı kadar açık olmadığını altını çizmiştir.

Problem farkındalığının iletişimsel aktiflikteki rolü de bu açıdan yeniden değerlendirilmelidir. Bhalla ve Shen'in (2026) çevresel sorunlar üzerine araştırmasında problem farkındalığı ağırlıklı olarak pasif iletişim davranışlarıyla ilişkili bulunurken, ilgilenim düzeyi hem aktif hem pasif iletişim davranışlarını tahmin etmiştir. Dolayısıyla problem farkındalığı, ilgilenim, kısıt algısı ve ilişkisel etkenlerin iletişimsel süreçte aynı ağırlığa veya aynı işleve sahip olduğu varsayılmaz.

Tüm çalışmalar birlikte değerlendirildiğinde, iletişimsel eylem ile davranış arasındaki ilişkiyi tek bir örüntü üzerinden açıklamak yerine, hangi iletişim biçiminin hangi durumsal ve toplumsal koşullarda hangi davranışsal sonuçlarla bağlantı kurduğunu sormak daha açıklayıcı görünmektedir.

3. Bölüm: Davranışı Anlamak: Neden Harekete Geçiyoruz ya da Geçmiyoruz?

İklim değışikliğı hakkında bilgi edinmek, problemle ilgilenmek ve iletişimsel olarak aktif olmak, davranışın oluştuğı sürecin önemli parçalarıdır. Ancak önceki bölümde görüldüğü gibi, iletişimsel eylem ile davranış arasında zorunlu ve doğrusal bir ilişki bulunmamaktadır. Davranışı anlamak, bireyin bir problemi nasıl algıladığının yanında belirli bir davranış nasıl değlendirdiğini, çevresinden nasıl bir sosyal beklenti algıladığını ve o davranış gerçekleştirebileceğine ne ölçüde inandığını incelemeyi gerektirir.

İletişimsel eylem ile davranış arasındaki bu ayrım, kitabın kuramsal yaklaşımında da bir geçiş karşılık gelmektedir. Durumsal Problem Çözme Teorisi bireyin problem karşısındaki algılarından hareketle iletişimsel eylemin hangi koşullarda ortaya çıktığını açıklarken, Planlı Davranış Teorisi belirli bir davranışa yönelik niyetlerin nasıl oluştuğuna ve bu niyetlerin davranışla nasıl ilişkilendiğine odaklanmaktadır. İki yaklaşımın açıklamaya çalıştığı süreçler farklı olmakla birlikte, birlikte ele alındıklarında problem karşısındaki iletişimsel etkinlik ile davranış arasındaki ilişkinin daha ayrıntılı incelenmesine olanak sağlamaktadır.

Planlı Davranış Teorisi

Ajzen (1991) tarafından geliştirilen Planlı Davranış Teorisi, bireylerin belirli davranışları gerçekleştirmelerini açıklamak amacıyla tutum, öznel norm, algılanan davranışsal kontrol ve

davranış niyeti arasındaki ilişkileri temel almaktadır. Teorinin merkezinde davranış niyeti yer alır. Niyet, bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmeye ne ölçüde hazır veya istekli olduğunu ifade eder ve davranışın en yakın öncülü olarak kabul edilir. Davranışa yönelik tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol ise niyetin oluşumunda rol oynar. Algılanan davranışsal kontrol, bireyin gerçek kontrol koşullarını yeterli ölçüde yansıttığı durumlarda davranış üzerinde doğrudan bir etkiye de sahip olabilir (Ajzen, 1991).

Tutum, bireyin söz konusu davranışı olumlu ya da olumsuz değerlendirmesiyle ilgilidir. Öznel norm, bireyin kendisi açısından önemli kişilerin veya grupların davranışın gerçekleştirilmesine ilişkin beklentilerini nasıl algıladığını ifade eder. Algılanan davranışsal kontrol ise davranışı gerçekleştirmenin birey açısından ne ölçüde kolay veya zor görüldüğüyle ilişkilidir. Teoriye göre olumlu tutumlar, davranışı destekleyen sosyal beklentiler ve yüksek davranışsal kontrol algısı daha güçlü davranış niyetlerinin oluşmasına katkıda bulunur; güçlü niyetler de davranışın gerçekleşme olasılığını artırır (Ajzen, 1991).

Planlı Davranış Teorisi çevresel davranışların açıklanmasında geniş bir uygulama alanı bulmuştur. Yuriev, Dahmen, Paillé, Boiral ve Guillaumie'nin (2020) çevreci davranışları Planlı Davranış Teorisi üzerinden inceleyen çalışmaları değerlendirdiği kapsam belirleme derlemesi, teorinin geri dönüşümden enerji kullanımına, ulaşımdan tüketim tercihlerine kadar farklı çevresel davranış alanlarında kullanıldığını göstermektedir. Morren ve Grinstein'in (2016) ülkeler arası çevresel davranış araştırmalarını kapsayan meta-analizi de Planlı Davranış Teorisi'nde yer alan değişkenlerin çevreci davranışların açıklanmasında önem taşıdığını, ancak ilişkilerin kültürel ve ulusal bağlama göre farklılaşabildiğini ortaya koymaktadır.

Teorinin çevreci davranış araştırmalarındaki gücü, belirli bir davranışa ilişkin değerlendirmeleri sistematik biçimde

birbirine bağlayabilmesidir. Çevreyi önemsemek gibi genel bir tutum yerine, örneğin toplu taşıma kullanmak, enerji tüketimini azaltmak veya belirli tüketim alışkanlıklarını değiştirmek gibi tanımlanmış davranışlara yönelik tutum, sosyal beklenti ve kontrol algısının incelenmesine imkân verir.

Teoride davranış niyeti merkezi bir yerde olsa da niyetin oluşması davranışın gerçekleşeceğini garanti etmez. Planlı Davranış Teorisi üzerine çevreci davranış araştırmalarını inceleyen Yuriev ve arkadaşları (2020), teorinin davranış niyetlerini açıklamada yaygın biçimde kullanılmasına rağmen araştırmalarda gerçekleşen davranışın daha sınırlı ele alındığını ve teorinin uygulanışında önemli yönetsel farklılıklar bulunduğunu belirtmektedir. İnsanlar çevreci bir davranışı olumlu değerlendirebilir, gerçekleştirmeyi isteyebilir ve hatta bu yönde güçlü bir niyet geliştirebilir; ancak maliyet, zaman, altyapı, alışkanlıklar veya erişilebilir seçenekler davranışın gerçekleşmesini engelleyebilir. Niyet ile davranış arasındaki bu mesafe, Planlı Davranış Teorisi'nin çevreci davranış alanındaki en önemli tartışma noktalarından biridir.

Bu tartışma, teorinin zaman içinde farklı değişkenlerle genişletilmesine de yol açmıştır. Çevreci davranış araştırmalarında ahlaki ve kişisel normlar, çevresel kimlik, geçmiş davranış ve alışkanlıklar, duygular, bilgi ve bağlamsal kısıtlar Planlı Davranış Teorisi'nin temel değişkenleriyle birlikte incelenmektedir. Örneğin Chen (2016), Tayvan'da enerji tasarrufu ve karbon azaltma niyetlerini açıklarken modele ahlaki yükümlülüğü dâhil etmiş; Ates (2020) Planlı Davranış Teorisi'ni değer, kimlik ve kişisel norm değişkenleriyle bütünleştirmiştir. Yapılan genişletmeler, teorinin temel yapısını geçersiz kılmaktan çok, çevreci davranışın sosyal, ahlaki ve bağlamsal belirleyicilerinin temel model tarafından bütünüyle kapsanmadığını göstermektedir.

Planlı Davranış Teorisi çevreci davranışı açıklamak için tamamlanmış ve bütün olası belirleyicileri kapsayan

bir modelden çok, belirli bir davranışa yönelik niyetin nasıl oluştuğunu açıklayan güçlü bir başlangıç çerçevesi sunmaktadır. Tutumların, sosyal beklentilerin ve algılanan kontrolün davranış niyetine nasıl bağlandığını ortaya koyması teorisinin temel gücüdür. Niyetin hangi koşullarda gerçekleşen davranışa dönüştüğü ise alışkanlıklardan duygulara, maddi olanaklardan altyapıya kadar daha geniş bir koşullar kümesini dikkate almayı gerektirir.

Tutumlar: Doğru Bulmak Yetiyor mu?

Planlı Davranış Teorisi'nde tutum, bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmeye yönelik olumlu ya da olumsuz değerlendirmesidir (Ajzen, 1991). Tutumun odağında genel olarak bir konuya, nesneye veya probleme ilişkin görüş değil, tanımlanmış bir davranış bulunmaktadır. Bu nedenle iklim değişikliğinin ciddi bir sorun olduğunu düşünmek ile iklim değişikliğinin etkilerini azaltmaya yönelik belirli bir davranış olumlu değerlendirmek teorik düzlemde birbirinden açıkça ayrılmaktadır. Birincisi iklim değişikliğine ilişkin genel bir değerlendirmeyi ifade ederken, ikincisi belirli bir davranışa yönelik tutumdur.

Ajzen'e (1991) göre davranışa yönelik tutumun temelinde davranışsal inançlar bulunur. Birey, bir davranış gerçekleştirmesinin belirli sonuçlara yol açacağına ilişkin çeşitli inançlara sahiptir ve bu sonuçları olumlu ya da olumsuz biçimde değerlendirir. Örneğin, bir kişi özel araç yerine toplu taşıma kullanmanın karbon emisyonlarını azaltacağını, ulaşım maliyetlerini düşüreceğini, ancak yolculuk süresini uzatacağını düşünebilir. Burada emisyonların azalması, maliyetin düşmesi ve zaman kaybı davranışın olası sonuçlarına ilişkin inançlardır. Bireyin bu sonuçların her birine verdiği değer ise davranışa ilişkin genel değerlendirmesinin oluşmasına katkıda bulunur. Dolayısıyla aynı davranış, farklı sonuçları önemseyen ya da aynı sonucu farklı değerlendiren kişilerde farklı tutumlar ortaya çıkarabilir.

Tutumun bu yapısı, çevreci davranışların neden tek başına çevresel değerler üzerinden açıklanamayacağını da gösterir. Bir davranış çevresel açıdan yararlı görülürken maliyetli, zahmetli, zaman alıcı veya keyifsiz olarak değerlendirilebilir. Örneğin et tüketimini azaltmanın iklim açısından yararlı olduğuna inanan bir kişi, bu davranışın beslenme alışkanlıklarını kısıtlayacağını veya hoşlandığı yiyeceklerden vazgeçmesini gerektireceğini de düşünebilir. Davranışa yönelik tutum, bu farklı sonuçlara ilişkin inançların ve değerlendirmelerin birlikte oluşturduğu genel yönelimi yansıtır. Buradan hareketle, iklim değişikliğini önemsemek ile iklim değişikliğiyle mücadele için önerilen her davranışı olumlu değerlendirmek arasında zorunlu bir paralellik yoktur.

Planlı Davranış Teorisi açısından bir başka önemli nokta, tutumun davranışla aynı özgüllük düzeyinde ele alınmasıdır. “Çevreyi korumak önemlidir” ya da “iklim değişikliği konusunda bir şeyler yapılmalıdır” gibi genel değerlendirmeler, belirli bir davranışın açıklanmasında sınırlı kalabilir. Örneğin, teori “önümüzdeki ay özel araç kullanımımı azaltmak” gibi belirli bir davranışın açıklanmasında, kişinin doğrudan o davranışa yönelik değerlendirmesine odaklanır. Ajzen’in yaklaşımında tutum, niyet ve davranışın hedef, eylem, bağlam ve zaman bakımından mümkün olduğunca birbiriyle uyumlu biçimde tanımlanması, aralarındaki ilişkinin doğru değerlendirilebilmesi açısından önemlidir (Ajzen, 1991).

Öte yandan, davranış hedefi ve bağlamı net biçimde tanımlanmış olsa dahi, tutumun bilişsel ve duygusal yönleri birbirinden ayrışabilmektedir. Bir davranışın yararlı, etkili veya gerekli olduğuna ilişkin değerlendirme ile o davranışın keyifli, hoş veya tatmin edici bulunması birbirilerinden farklı değerlendirme süreçleridir. Bu doğrultuda Planlı Davranış Teorisi uygulamalarında davranışa yönelik tutum, kimi zaman araçsal ve deneyimsel boyutlarıyla ele alınmaktadır.

Bir kişi bisikletle ulaşımın ekonomik ve çevresel açıdan yararlı olduğunu düşünürken, bunu yorucu veya rahatsız edici bulabilir. Davranışın sonuçlarına ilişkin bilişsel değerlendirme ile davranışı gerçekleştirmeye ilişkin duygusal deneyim böylece aynı tutum içinde farklı yönler e işaret edebilir.

Tam da burada “Olumlu tutum yetiyor mu?” sorusu anlam kazanır. Bir davranışın yararlı, doğru veya tercih edilir bulunması, o davranışın gerçekleştirileceğini garanti etmez. Planlı Davranış Teorisi’nde tutum öncelikle davranış niyetinin oluşumuna katkıda bulunur; niyet ise davranışa en yakın psikolojik öncül olarak kabul edilir (Ajzen, 1991). Dolayısıyla olumlu tutum ile gerçekleşen davranış arasına niyetin yanı sıra sosyal beklentiler, davranış üzerinde algılanan kontrol ve uygulamadaki koşullar girmektedir. Çevreci davranış araştırmalarında da tutumların davranışsal niyetlerle ilişkisi, gerçekleşen davranışlarla olan ilişkisine kıyasla daha tutarlı görünmektedir.

Tutum ile davranış arasındaki mesafe, davranışın gerektirdiği maliyet ve çaba arttıkça daha görünür hâle gelebilir. Çevreci bir seçeneği olumlu değerlendirmek, o seçeneğin pahalı, erişilmesi güç veya gündelik yaşam açısından zahmetli olduğu koşullarda davranışı gerçekleştirmek için yeterli olmayabilir. Zhang ve arkadaşları (2021), Pekin’de konutlarda enerji kullanımı üzerine gerçekleştirdikleri geniş ölçekli araştırmada çevreci tutumlar ile enerji kullanım davranışları arasındaki boşluğu incelemiş ve davranışın anlaşılmasında psikolojik değişkenlerin yanında bağlamsal faktörlerin de dikkate alınması gerektiğini göstermiştir (Zhang vd., 2021).

Benzer bir sorun farklı davranış alanlarında da ortaya çıkmaktadır. Wu, Font ve Liu (2021), insanların tatildeki çevreci davranış niyetleri ile ev ortamındaki çevreci davranışları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bir bağlamda ifade edilen çevreci niyetin başka bir bağlamdaki davranışa kolaylıkla genellenemeyeceğini kanıtlamıştır. Bu bağlamda çevreci davranış kişinin sahip olduğu tek bir genel tutumun

farklı alanlardaki doğrudan sonucu olarak görülmemelidir. Enerji kullanımı, ulaşım, beslenme, tüketim ve atık azaltma gibi davranışların her biri farklı maliyetler, alışkanlıklar ve olanaklar içinde gerçekleşmektedir.

Tutum-davranış boşluğu, iklim iletişimi açısından önemli bir sınıra işaret etmektedir. Stieglitz ve arkadaşları (2023), akıllı ev uygulamalarının kullanımında çevresel tutum ile enerji tasarrufu davranışı arasındaki boşluğu incelemiş ve farklı dijital dürtme biçimlerinin bu boşluğu azaltıp azaltamayacağını sınıamıştır. Bulgular, test edilen dijital dürtmelerin tutum-davranış boşluğunu anlamlı biçimde azaltmadığını ortaya koymuştur. Sonuç, olumlu çevresel tutumların davranışa dönüşmesinin kendiliğinden gerçekleşmediğini ve iletişimsel müdahalelerin de bu geçişi her durumda sağlayamadığını göstermesi bakımından önemlidir (Stieglitz vd., 2023).

Öznel Normlar: Çevremiz Ne Düşünüyor?

Planlı Davranış Teorisi'nde öznel norm, bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmemesi konusunda kendisi açısından önemli kişilerin beklentilerine ilişkin algısını ifade eder (Ajzen, 1991). Süreçteki belirleyici unsur, çevredeki insanların gerçekte ne düşündüğünden çok, bireyin onların beklentilerini nasıl algıladığıdır. Aile üyeleri, arkadaşlar, çalışma arkadaşları veya kişinin görüşüne önem verdiği başka gruplar davranışa ilişkin farklı beklentiler taşıyabilir. Öznel norm, bireyin bu beklentileri algılama biçimi ile onlara verdiği önemi davranış niyetinin sosyal boyutuna taşımaktadır.

Ajzen'in yaklaşımında öznel normun temelinde normatif inançlar bulunur. Birey, kendisi açısından önemli belirli kişi veya grupların bir davranışı gerçekleştirmesini onaylayacağını ya da ondan bu davranışı beklediğini düşünebilir. Ancak bütün referans kişilerin beklentileri birey açısından aynı ağırlığa sahip değildir. Kişinin söz konusu beklentiye uyma yönelimi de öznel normun oluşmasında rol oynar (Ajzen, 1991). Diğer bir deyişle öznel norm, soyut bir toplum baskısından çok,

kimlerin görüşünün birey açısından önemli olduğu ve bu kişilerin beklentilerinin nasıl algılandığıyla ilgilidir.

Çevreci davranışlarda bu ayrım somut biçimde görülebilir. Bir üniversite öğrencisi yakın arkadaşlarının atıkları ayrıştırmasını, tek kullanımlık ürünlerden kaçınmasını veya toplu taşımayı tercih etmesini beklediğini düşünebilir. Bir çalışan işyerindeki meslektaşlarının enerji tasarrufuna önem verdiğini, bir tüketici ise ailesinin çevre dostu ürünleri tercih etmesini desteklediğini algılayabilir. Aynı davranış farklı sosyal çevrelerde farklı beklentilerle karşılaşabileceği için öznel normun gücü de kişinin hangi referans grubunu dikkate aldığına göre değişebilir.

Öznel normun diğer norm kavramlarından ayrılması önemlidir. Betimleyici norm bireyin başkalarının gerçekte ne yaptıklarına ilişkin algısını ifade eder. “Arkadaşlarım tek kullanımlık plastik kullanmamam gerektiğini düşünüyor” öznel veya buyurucu bir beklentiye işaret ederken, “arkadaşlarımın çoğu tek kullanımlık plastik kullanmıyor” betimleyici bir normdur. Buyurucu norm ise bir davranışın sosyal çevrede ne ölçüde onaylandığı veya onaylanmadığıyla ilgilidir ve bu yönüyle Planlı Davranış Teorisi’ndeki öznel normla önemli ölçüde örtüşmektedir. Kişisel veya ahlaki norm ise sosyal çevrenin beklentisinden farklı olarak bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmeye ilişkin içselleştirdiği sorumluluk ve ahlaki yükümlülük duygusunu ifade etmektedir. Çevreci davranış literatüründe farklı norm türlerinin aynı kavram altında toplanmaması gerektiği özellikle önem taşımaktadır (Niemic vd., 2020).

Öznel normların davranış sürecindeki etkisi, yapılan kavramsal ayrımlar kadar önemlidir. Planlı Davranış Teorisi’nde öznel norm, tutum ve algılanan davranışsal kontrolle birlikte davranış niyetinin belirleyicilerinden biridir. Çevreci davranış araştırmalarında öznel normların geri dönüşüm, enerji tasarrufu, çevre dostu ulaşım ve tüketim tercihleri gibi farklı alanlarda davranış niyetlerini pozitif yönde etkilediği saptanmıştır.

İlişkinin gücü davranışa ve bağlama göre değişmektedir. Özel normların gerçekleşen davranışla doğrudan ilişkisi ise davranış niyetiyle olan ilişkisine kıyasla daha değişken görünmektedir.

Helferich, Thøgersen ve Bergquist'in (2023) sosyal normlar ile çevreci davranış arasındaki ilişkileri meta-analitik yapısal eşitlik modellemesiyle inceledikleri çalışma, farklı norm türlerinin aynı mekanizma üzerinden işlemediğini ortaya koymaktadır. Araştırmada betimleyici ve buyurucu normların çevreci davranışla bağlantısı doğrulanırken, kişisel normların daha güçlü bir yordayıcı olduğu tespit edilmiştir. Sosyal normların etkisinin bir bölümü de kişisel normlar aracılığıyla ortaya çıkmıştır (Helferich vd., 2023). Sosyal çevrede karşılaşılan beklentilerin davranış üzerindeki belirleyiciliği, dışsal baskının gücüyle birlikte bu beklentilerin birey tarafından ne ölçüde içselleştirildiği üzerinden şekillenebilir.

Normatif etkinin gücü, bireyin hangi grubu referans aldığına göre de değişebilmektedir. Çoker ve arkadaşlarının (2022) Birleşik Krallık'ta gerçekleştirdiği araştırmada, katılımcıların yakın sosyal çevrelerini ne ölçüde çevre dostu beslenen kişiler olarak gördükleri ile kendi gıda tercihleri arasında anlamlı bir paralellik saptanmıştır. Fakat toplumun geneline ilişkin benzer algıların davranışla ilişkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmacılar elde ettikleri bulgudan hareketle, çevreci davranışlar açısından bireye yakın ve gündelik yaşamında anlam taşıyan grupların daha uzak referans gruplarından farklı bir rol oynayabileceğine dikkat çekmektedir (Çoker vd., 2022).

İklim iletişimi açısından özel normların önemi, çevreci davranışların sosyal bir bağlam içinde gerçekleştiğini hatırlatmasındayattmaktadır. Bireyler hangi davranışların uygun, beklenen veya yaygın olduğuna ilişkin değerlendirmelerini çevrelerindeki insanlardan bağımsız biçimde oluşturmazlar. Ancak sosyal normlara dayalı iletişim, “çoğu insan bunu yapıyor” veya “çevreniz sizden bunu bekliyor” biçimindeki genel mesajlara indirgenmemelidir. Referans grubunun birey

açısından anlamı, davranışın görünürlüğü, grubun kendi içindeki normların niteliği ve sosyal beklentinin ne ölçüde içselleştirildiği normatif etkinin nasıl ortaya çıkacağını değiştirebilir. Öznel normları anlamak, sosyal çevrenin varlığını saptamaktan çok, bireyin hangi sosyal beklentileri davranış kararında anlamlı bulduğunu açıklamayı gerektirir.

Algılanan Davranışsal Kontrol: Yapabileceğime inanıyor muyum?

Algılanan davranışsal kontrol, kişinin belirli bir davranışı gerçekleştirme konusunda kendisini ne kadar yeterli ve güçlü hissettiğini ifade eder. Ajzen'in (1991) modele eklediği bu kavram, insanların bir davranışı istemeleri ile onu gerçekleştirebileceklerini düşünmeleri arasındaki farkı açıklamaya yöneliktir. Birey bir davranışı olumlu değerlendirebilir ve çevresindeki insanların da bu davranışı desteklediğini düşünebilir; ancak gerekli olanaklara, zamana, bilgiye veya kaynaklara sahip olmadığını düşündüğünde davranış niyeti zayıflayabilir.

Algılanan davranışsal kontrolün temelinde kontrol inançları bulunmaktadır. Kontrol inançları, davranışın gerçekleştirilmesini kolaylaştırabilecek veya güçleştirebilecek etkenlerin varlığına ilişkin değerlendirmeleri içerir (Ajzen, 1991). Örneğin, özel araç kullanımını azaltmak isteyen bir kişi yaşadığı yerde toplu taşımanın erişilebilir olup olmadığını, işe ulaşmak için yeterli zamanı bulunup bulunmadığını veya alternatif ulaşım seçeneklerinin maliyetini değerlendirebilir. Benzer biçimde evinde enerji tüketimini azaltmak isteyen biri hangi önlemleri alabileceğini bilip bilmediğini, gerekli teknolojilere erişimini veya bu değişikliklerin maliyetini dikkate alabilir. Davranış üzerindeki kontrol algısı, kişinin söz konusu kolaylaştırıcı ve engelleyici koşulları nasıl değerlendirdiğiyle şekillenir.

Kavramın öz yeterlikle tamamen eş anlamlı görülmemesi gerekir. Öz yeterlik daha çok bireyin belirli bir davranışı

gerçekleştirebilecek kişisel kapasiteye sahip olduğuna ilişkin güvenini ifade eder. Algılanan davranışsal kontrol ise kişinin kendi kapasitesinin yanında davranışın gerçekleşmesini kolaylaştıran veya sınırlandıran koşullara ilişkin değerlendirmesini de içermektedir (Ajzen, 2002). Bir başka ifadeyle, “bunu yapabilecek beceriye sahibim” düşüncesi ile “bunu gerçekleştirmek benim kontrolümde” algısı, birbirine yakın dursa da kavramsal açıdan iki farklı olguya karşılık gelmektedir. Çevreci davranışlarda bu ayrım özellikle önemlidir; birey ne yapılması gerektiğini bildiği ve bunu yapabileceğine güvendiği hâlde davranışın gerektirdiği olanaklara sahip olmayabilir.

Algılanan davranışsal kontrol ile gerçek davranışsal kontrol arasındaki ayrım daha da önemlidir. Bir kişinin belirli bir davranışı gerçekleştirebileceğini düşünmesi, gerekli koşullara gerçekte sahip olduğu anlamına gelmez. Gerçek davranışsal kontrol para, zaman, beceri, erişim, altyapı ve diğer kaynakların fiili olarak bulunmasıyla ilgilidir. Algılanan davranışsal kontrol ise bireyin söz konusu koşullara ilişkin değerlendirmesidir. Algının gerçek koşulları doğru biçimde yansıttığı ölçüde davranışı öngörme gücü de artabilir. Ajzen’in (1991) Planlı Davranış Teorisi’nde algılanan davranışsal kontrolün niyetin yanında davranışla doğrudan ilişkilendirilebilmesinin gerekçelerinden biri budur.

Çevreci davranışlar, algılanan ve gerçek kontrol arasındaki ayrımın kolaylıkla görülebildiği bir alan sunmaktadır. Düşük karbonlu ulaşım biçimlerini tercih etmek isteyen bir kişinin yaşadığı yerde güvenilir toplu taşımanın bulunmaması, bisiklet kullanmak isteyen birinin güvenli bisiklet yollarına erişememesi veya evinin enerji verimliliğini artırmak isteyen bir kiracının bina üzerinde değişiklik yapma yetkisinin olmaması, davranışın bireysel isteğin dışında koşullara bağlı olduğunu gösterir. Javaid, Creutzig ve Bamberg’in (2020) düşük karbonlu ulaşım biçimlerinin benimsenmesine ilişkin sistematik derlemeleri de ulaşım tercihlerinde psikolojik

değişkenlerle birlikte altyapı ve bağlamsal koşulların dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Algılanan davranışsal kontrolün Planlı Davranış Teorisi'ndeki konumu da tutum ve öznel normdan bir ölçüde farklıdır. Kontrol algısı davranış niyetinin oluşumuna katkıda bulunurken, davranışın gerçekleştirilmesiyle de doğrudan ilişkili olabilir (Ajzen, 1991). Çevreci davranış araştırmalarında algılanan davranışsal kontrolün davranış niyetinin önemli yordayıcılarından biri olduğu sıkça teyit edilmektedir; davranış üzerindeki doğrudan ilişkisinin gücü ise incelenen davranışa ve bağlama göre değişmektedir. Etki gücünde farklılaşma beklenebilir bir durumdur; çünkü kontrol algısının davranış açısından taşıdığı anlam, algılanan olanakların gerçek davranış koşullarıyla ne ölçüde örtüştüğüne bağlıdır.

Dışsal koşulların rolü çevreci davranışlarda özellikle belirgindir. Maliyet ve zaman, davranışın birey açısından uygulanabilirliğini değiştirebilir; altyapı ve erişim, çevreci seçeneğin fiilen mümkün olup olmadığını belirleyebilir; bilgi ve beceri ise kişinin mevcut seçeneklerden yararlanma kapasitesini etkileyebilir. Kurumsal ve politik koşullar da davranışın önündeki engelleri azaltabilir veya artırabilir. Çevreci davranış araştırmalarında bu unsurların algılanan kontrol ve davranışla farklı biçimlerde ilişkilendirildiği görülmektedir. Dolayısıyla, çevreci davranışın gerçekleşmemesini doğrudan motivasyon eksikliğine bağlamak, kişinin davranışta bulunabileceği koşulların bulunup bulunmadığını gözden kaçırabilir.

Ortaya çıkan tablo iklim iletişimi açısından önemli bir soruyu gündeme getirmektedir: İnsanlardan ne yapmaları istendiği kadar, bunu yapabilmeleri için hangi koşullara sahip oldukları da hesaba katılıyor mu? Daha sürdürülebilir tüketim seçeneklerine yönelme çağrıları, davranışın birey açısından erişilebilirliğini ve uygulanabilirliğini dikkate almadığında sınırlı kalabilir. Algılanan davranışsal kontrol kavramı, davranışın psikolojik değerlendirmesi ile davranışın

gerçekleştiği koşullar arasındaki ilişkiyi görünür kılması bakımından önemlidir.

Algılanan davranışsal kontrol böylece “yapabileceğime inanıyor muyum?” sorusundan daha geniş bir anlam yüklenmektedir. “Bunu nasıl yapacağımı biliyor muyum?”, “gerekli kaynaklara sahip miyim?”, “önümde hangi engeller var?” ve “davranışı gerçekleştirmek gerçekten benim kontrolümde mi?” soruları da kontrol değerlendirmesinin parçasıdır. İklim değişikliği bağlamında bu çerçeve, çevreci davranışın bireysel iradeye indirgenmesini önler. İnsanların davranışta bulunma isteği kadar, davranışı mümkün veya güç hâle getiren maddi ve toplumsal koşulların da açıklamaya dâhil edilmesini gerektirir.

Çevreci Davranışların İklim Krizindeki Yeri

Çevreci davranışlar, bireylerin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik gündelik tercih ve uygulamalarını kapsayan geniş bir davranış alanıdır. Fakat iklim değişikliğinin azaltılması açısından tüm eylemlerin etkileri eşit değildir. IPCC’nin Altıncı Değerlendirme Raporu’nda bireysel hareketlilik tercihlerinden beslenmeye, konutlardaki enerji kullanımından teknolojik tercihlere kadar farklı talep taraflı seçeneklerin azaltım potansiyellerinin önemli ölçüde değiştiği gösterilmektedir. Örneğin bireysel hareketlilik seçenekleri arasında otomobil kullanımından yürüme ve bisiklete geçiş, uçuşların azaltılması, toplu taşımaya yönelme ve bitki ağırlıklı beslenme, yüksek azaltım potansiyeline sahip eylemler arasında konumlandırılmaktadır (IPCC, 2022).

Bireysel davranışın iklim değişikliğinin azaltılmasındaki yerini incelerken, davranışı içinde gerçekleştiği sistemlerden ayırmamak gerekir. IPCC, talep taraflı azaltımı bireysel tercihlerle sınırlamamakta; altyapı kullanımı, teknolojinin benimsenmesi ve sosyokültürel değişimi aynı çerçeve içinde ele almaktadır. Binalar, kara ulaşımı ve gıda sektörlerinde talep taraflı stratejilerin 2050 yılı itibarıyla küresel sera gazı

emisyollarını baz senaryoya kıyasla %40–70 oranında azaltma potansiyeline sahip olduğu tahmin edilmektedir. Hesaplanan söz konusu oran, bireylerin tek başlarına yapabileceklerinin toplamını ifade etmemektedir; aksine, davranış değışikliklerinin düşük karbonlu teknolojiler, hizmet sunum biçimleri ve uygun altyapıyla entegre biçimde gerçekleşmesini varsaymaktadır (IPCC, 2022).

Ortaya konan yapısal çerçeve, çevreci davranışın neden salt bireysel motivasyon üzerinden açıklanamayacağını da kanıtlamaktadır. Cleveland, Robertson ve Volk (2020), çevreci davranışların bireylerin çevresel eğilimleriyle ilişkisini incelerken durumsal kolaylaştırıcıları ve kısıtları modele dâhil etmiştir. İki çalışmadan elde edilen sonuçlar, bireylerin çevresel sonuçlar üzerinde etkili olabileceklerine ilişkin inançları ile çevreci davranışları arasındaki ilişkinin, algıladıkları kolaylaştırıcı ve kısıtlayıcı koşullar tarafından kısmen açıklandığını göstermiştir. Araştırmacılar bu nedenle çevreci eylemliliğin bağlamsal koşullardan bağımsız işlemediğini vurgulamaktadır (Cleveland vd., 2020).

Ulaşım, bahsi geçen ilişkinin açık biçimde görülebildiği alanlardan biridir. Bir kişinin otomobil kullanımını azaltmaya yönelik olumlu tutuma ve güçlü bir niyete sahip olması, yaşadığı yerde işlevsel toplu taşıma veya güvenli yürüme ve bisiklet altyapısı bulunmadığında aynı davranışsal sonucu doğurmayabilir. IPCC'nin ulaşım değerlendirmesinde de davranışsal ve sosyokültürel değışimlerin yanında kentsel planlama, düşük karbonlu ulaşım altyapısı ve teknolojik dönüşüm ayrı azaltım kaynakları olarak analiz edilmektedir. Örneğin aktif hareketliliğin kara ulaşımından kaynaklanan emisyonları azaltma potansiyeli bulunurken, altyapı kullanımındaki değışikliklerin de önemli bir azaltım potansiyeli taşıdığı hesaplanmaktadır (IPCC, 2022).

Kurumsal bağlam da çevresel kaygının davranışa yansımaları doğrudan etkileyebilir. Kulin ve Johansson Sevâ'nın (2021) ülkeler arası araştırması, hükümet kalitesinin

çevresel kaygı ile çevreci davranış arasındaki ilişkide rol oynadığını göstermektedir. Elde edilen veri, insanların çevresel sorunları önemsemelerinin davranışı açıklamak için tek başına yeterli olmadığını; davranışın gerçekleştiği kurumsal ortamın da mutlak surette dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bireysel davranışın önemini kabuletmek, iklim değişikliğinin sorumluluğunu tümüyle bireye yüklemeyi gerektirmez. IPCC'nin talep taraflı azaltım yaklaşımı bu bakımdan önemli bir ayrım sunmaktadır. İnsanlar tüketici olmanın yanında vatandaş, yatırımcı, profesyonel ve toplumsal aktörler olarak da iklim değişikliğinin azaltılmasına katılabilirler. Raporda ayrıca yüksek sosyoekonomik statüye sahip bireylerin emisyonlara orantısız biçimde katkıda bulunduğu ve emisyon azaltma potansiyellerinin de çok daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla "bireysel davranış" kategorisi, bütün bireylerin aynı sorumluluğa, aynı kaynaklara ve aynı eylem kapasitesine sahip olduğu varsayımı üzerine kurulamaz (IPCC, 2022).

Çevreci davranış açıklamaya yönelik yaklaşımlar, iklim değişikliği karşısında tek tip bir birey varsayımının sürdürülelemeyeceğini göstermektedir. Aynı sorunla karşılaşan insanlar onunla aynı ölçüde ilgilenmez, aynı eylemleri mümkün görmez ve benzer koşullarda dahi aynı davranışları geliştirmezler. İklim iletişimi açısından bu farklılık, kimin hangi mesajdan etkileneceği sorusundan daha temel bir mesele ortaya çıkarır: İklim değişikliği karşısında insanlar hangi özellikleri bakımından birbirinden ayrılmaktadır ve bu farklılıklar iletişim açısından nasıl anlamlandırılabilir? Toplumu tek ve homojen bir kamuoyu olarak ele almak, problemle kurulan ilişkideki çeşitliliği görünmez hâle getirebilir. Hedef kitle yaklaşımının çıkış noktası, iklim değişikliği hakkında herkese seslenecek ortak bir alıcı tasarlamak yerine, farklılaşan konumları tanımlayabilmektir.

4. Bölüm: İklim İletişiminde Hedef Kitle

“Genel Kamuoyu” Neden Yeterli Değil?

İklim değişikliği herkesi ilgilendiren küresel bir sorun olsa da insanların kriz bağlamında geliştirdiği ilişki pratikleri geniş bir çeşitlilik göstermektedir. İklim değişikliğini ciddi bir sorun olarak kabul eden bir kişi çözüm konusunda kendisini etkisiz görebilir; bir başkası gündelik yaşamında çevreci davranışlar geliştirirken kamusal katılımdan uzak durabilir; bir diğeri ise karşılaştığı çevresel değişimleri iklim kriziyle ilişkilendirmeyebilir. Toplumu tek bir genel kamuoyu kategorisi altında ele almak, problemle kurulan ilişkideki bu farklılıkları görünmez hâle getirebilir.

Yaş, eğitim, gelir, meslek veya yaşanılan yer gibi demografik özellikler insanların iklim değişikliğiyle karşılaşma ve onu değerlendirme biçimleri hakkında önemli bilgiler sağlayabilir. Bununla birlikte demografik benzerlik, iklim krizi karşısında aynı konumun paylaşılacağı anlamına gelmez. Benzer sosyodemografik özelliklere sahip kişiler iklim değişikliğine ilişkin inançları, risk algıları, konuya verdikleri önem ve eyleme yönelik eğilimleri bakımından birbirinden ayrılabilir. İklim iletişimindeki segmentasyon çalışmaları da demografik özelliklerin ötesine geçerek iklim değişikliğine ilişkin inanç ve tutumların hedef kitlelerin ayrıştırılmasında kullanılabileceğini göstermektedir (Maibach, Roser-Renouf ve Leiserowitz, 2008).

Hedef kitle tartışmasının kuramsal arka planında *audience* ve *public* arasındaki kavramsal ayrım da yer almaktadır. *Audience*, genel anlamıyla belirli bir mesajın izleyicisi,

dinleyicisi veya alıcısı olan topluluğu ifade ederken; *public* belirli bir problem etrafında ortaya çıkan toplumsal bir oluşumu anlatır. Dewey'nin (1927) yaklaşımında *public*, insanların bir eylemin dolaylı sonuçlarından etkilenmeleri ve bu sonuçların düzenlenmesi gereğini fark etmeleriyle ortaya çıkar. Blumer (1946) ise kavramı, bir meseleyle karşılaşan, meseleye ilişkin farklı görüşlere sahip olan ve çözüm konusunda tartışmaya katılan kişiler üzerinden ele alır. Her iki yaklaşım da *public* kavramını önceden tanımlanmış sabit bir nüfus kategorisinden çok, belirli bir problem etrafında şekillenen dinamik bir toplumsal oluşum olarak düşünmeye imkân vermektedir.

İklim değişikliğine ilişkin bir haberle karşılaşmak, bir kampanya mesajını görmek veya sosyal medyada iklim içeriğine maruz kalmak kişiyi iletişimin alıcısı (*audience*) hâline getirebilir; ancak böyle bir karşılaşma kişinin iklim değişikliğini çözüm gerektiren bir problem olarak gördüğünü veya problem etrafında oluşan bir hedef kitlenin (*public*) parçası hâline geldiğini göstermez. Problemlerle kurulan ilişkinin anlaşılması, insanların iklim değişikliğini fark edip etmediklerini, kendileri açısından ne ölçüde ilgili gördüklerini, çözümün önünde hangi engelleri algıladıklarını ve konu hakkında nasıl iletişim kurduklarını dikkate almayı gerektirir. Ni ve Kim (2009) hedef kitleleri ilişkisel ve iletişimsel süreçler içinde ele alarak sorunların, ilişkilerin ve iletişim davranışlarının söz konusu kitlelerin oluşumundaki rolüne dikkat çekmektedir.

Hedef kitle segmentasyonu, bu heterojenliği iletişim açısından anlamlı farklılıklar üzerinden incelemeye olanak sağlar. Segmentasyonun temel amacı, insanları mümkün olduğunca çok kategoriye ayırmak değil, problemle kurdukları ilişkide hangi farklılıkların açıklayıcı olduğunu belirleyebilmektir. Segmentasyonun temel amacı, kategori sayısını maksimize etme kaygısı gütmeyen, problemle kurulan ilişkide hangi farklılıkların açıklayıcı olduğunu ortaya koymaktır.

İklim İletişiminde Segmentasyon Yaklaşımları

İklim iletişiminde hedef kitle segmentasyonunun en bilinen örneklerinden biri, Yale Program on Climate Change Communication ile George Mason University Center for Climate Change Communication tarafından geliştirilen Global Warming's Six Americas modelidir. Amerikan toplumundaki iklim değişikliği algılarını tek bir kamuoyu eğilimi üzerinden değerlendirmek yerine farklı hedef kitle profilleri belirlemeyi amaçlayan model, iklim değişikliğinin gerçekliği ve nedenlerine ilişkin inançlar, risk algısı, konuya verilen önem, politika tercihleri ve davranışsal yönelimler gibi çeşitli göstergelerden hareket etmektedir (Maibach, Roser-Renouf ve Leiserowitz, 2009). Böylece iklim değişikliğine inanıp inanmama biçimindeki ikili bir ayrımın ötesine geçilerek, insanların krizle kurdukları ilişkinin farklı düzeyleri ortaya konulmaktadır.

Six Americas modelinde Amerikan toplumu, iklim değişikliği karşısındaki konumlarına göre altı segmente ayrılmaktadır: *alarmed* (alarmla geçmişler), *concerned* (kaygılılar), *cautious* (temkinliler), *disengaged* (ilgisizler), *doubtful* (şüpheliler) ve *dismissive* (reddedenler) (Maibach vd., 2009). Alarmla geçmiş olan grup, iklim değişikliğinin gerçekleştiğine ve insan faaliyetlerinden kaynaklandığına güçlü biçimde inanmakta, sonuçları konusunda yüksek düzeyde kaygı duymakta ve iklim eylemini desteklemektedir. Kaygılılar sorunun gerçekliğini ve önemini kabul etmekle birlikte aynı aciliyet düzeyini taşımamaktadır. Temkinliler iklim değişikliğinin nedenleri, sonuçları veya ciddiyeti konusunda daha fazla belirsizlik gösterirken, ilgisizler konuyla daha zayıf bir ilişki kurmaktadır. Şüpheliler iklim değişikliğinin gerçekliği veya insan kaynaklı niteliği konusunda kuşku duyarken, reddedenler iklim değişikliğine ilişkin en güçlü karşıt konumu temsil etmektedir.

Six Americas yaklaşımının farklı ülkelerdeki uygulamaları, iklim değişikliği karşısındaki heterojenliğin Amerikan

toplumuna özgü olmadığını; ancak ortaya çıkan segmentlerin her toplumda aynı biçimi almadığını doğrulamaktadır. Avustralya’da Hine ve arkadaşları (2013), 3.096 kişilik ulusal örneklem üzerinde gerçekleştirdikleri analizde *alarmed* (alarma geçmişler), *concerned* (kaygılılar), *uncertain* (kararsızlar), *doubtful* (şüpheliler) ve *dismissive* (reddedenler) olmak üzere beş yorumlayıcı topluluk belirlemiştir. Gruplar iklim değişikliğine ilişkin bilişsel ve duygusal değerlendirmelerinin yanı sıra davranışları, medya kullanımları ve enerji politikalarına yönelik tercihleri bakımından da ayrılmıştır. Amerikan modeline benzeyen bir dağılım ortaya çıkmasına karşın, Six Americas’ın altılı yapısı Avustralya örnekleminde birebir tekrarlanmamıştır (Hine vd., 2013).

Hine ve arkadaşlarının (2016) daha sonraki araştırması, segmentasyonu iklim iletişimi mesajlarının farklı hedef kitlelerdeki karşılığını incelemek amacıyla kurgulamıştır. Çalışmada 1.031 Avustralyalı katılımcı *alarmed* (alarma geçmişler), *uncommitted* (kararsızlar) ve *dismissive* (reddedenler) olmak üzere üç grupta ele alınmıştır. Grupların iklim değişikliğine uyum mesajlarına verdikleri tepkiler birbirinden belirgin biçimde farklılaşmıştır. Alarma geçmiş grup iklim değişikliği mesajlarına daha açıkken, reddedenler iklim değişikliğini doğrudan vurgulamayan ve yerel etkileri öne çıkaran mesajlara daha olumlu tepki göstermiştir. Kararsızlar grubunda ise daha güçlü olumsuz duygular uyandıran ve somut öneriler içeren mesajların daha etkili olduğu saptanmıştır (Hine vd., 2016). Elde edilen bulgular, segmentasyonun hedef kitle farklılıklarını betimlemekle kalmayıp, spesifik iletişim içeriklerinin farklı gruplarda nasıl yankı bulduğunu test etmek amacıyla da kullanılabileceğini kanıtlamaktadır.

Almanya’daki araştırmalar, benzer bir farklılaşmanın başka bir toplumsal bağlamda farklı segmentlerle yapılabildiğine işaret etmektedir. Klinger, Metag ve Schäfer (2022), 999 kişiden oluşan temsili örnekleme *alarmed actives* (alarma geçmiş aktifler), *convinced* (ikna olmuşlar), *cautious* (temkinliler),

disengaged (ilgisizler) ve *dismissive* (reddedenler) olmak üzere beş segment belirlemiştir. Alarma geçmiş aktifler iklim değişikliğiyle en yoğun biçimde ilgilenen ve eyleme en fazla yönelen grubu oluştururken, ilgisizler konuyla en zayıf ilişkiyi kuran gruplardan biridir. Alman örneklemindeki reddedenler ise ABD’deki karşılığına kıyasla daha ılımlı bir şüphecilik sergilemektedir. Dolayısıyla Almanya’daki yapı Six Americas’a genel hatlarıyla benzemekle birlikte, özellikle şüpheli ve reddedici olma açısından aynı radikallikte değildir (Klinger, Metag ve Schäfer, 2022).

Singapur örneğinde ise çok daha farklı bir segmentasyon mimarisi göze çarpmaktadır. Detenber, Rosenthal, Liao ve Ho (2016), 1.006 kişiden oluşan ulusal temsili örnekleme *concerned* (kaygılılar), *disengaged* (ilgisizler) ve *passive* (pasifler) olmak üzere üç segment saptamıştır. Gruplar iklim değişikliğine ilişkin tutumları, bilgi düzeyleri, sorumluluk algıları ve eyleme yönelimleri bakımından ayrılmaktadır. ABD ve Avustralya örneklerinde görülen belirgin alarma geçmişler ve reddedenler kutuplarının Singapur’da ayrı segmentler olarak varlık göstermemesi, Amerikan modelindeki sınıf yapısının farklı bir toplumsal bağlamda doğrudan yeniden üretilmediğini açıkça ortaya koymaktadır (Detenber vd., 2016).

Türkiye bağlamında iklim değişikliğine yönelik hedef kitle segmentasyonu çalışmaları daha sınırlıdır. Demir, Gök Demir, Karakaya ve Erendag Sumer (2024), küresel ısınma konusunda hedef kitleleri Durumsal Problem Çözme Teorisi çerçevesinde ele alarak problem farkındalığı, kısıt algısı ve ilginlik düzeyine göre sınıflandırmış ve farklı hedef kitlelerin iletişimsel eylemlerini incelemiştir. Türkiye örneği bu yönüyle Six Americas’ın iklim değişikliğine ilişkin inanç, kaygı ve tutumlara dayanan segmentasyon yaklaşımından ayrılmakta; hedef kitle farklılıklarını bireylerin problemle kurdukları durumsal ilişki üzerinden değerlendirmektedir (Demir vd., 2024).

Farklı ülkelerdeki çalışmalar bütüncül olarak değerlendirildiğinde, segmentasyon modellerinin bir ülkeden diğerine aynı kategorilerle aktarılmasının güç olduğu görülmektedir. Avustralya'daki yapı Amerikan modeline görece yakınsa, Almanya'da şüpheli ve reddedici grupların niteliği farklılaşmış, Singapur'da ise üç geniş segment ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan yapısal farklılıkları salt kültürel dinamiklerle açıklama eğilimi; kullanılan ölçümlerin, analitik yöntemin ve araştırmanın odaklandığı iletişim sorununun segment yapısı üzerindeki doğrudan etkisini göz ardı etmektedir. Nitekim Avustralya'da aynı araştırma hattında hem beş hem de üç segmentli yapıların elde edilmiş olması, segmentasyonun araştırma tasarımıyla bağımsız ve değişmez bir toplumsal harita olarak okunamayacağını teyit etmektedir.

Six Americas modeli bu bağlamda, farklı toplumlarda birebir karşılığı bulunması beklenen evrensel bir şablondan ziyade, iklim değişikliği karşısındaki farklılaşmayı çözümlemek için geliştirilmiş güçlü bir analitik yaklaşımdır. Ülkeler arası çalışmaların üzerinde durduğu ortak nokta hedef kitlelerin iklim değişikliği karşısında kaygı, ilgilenim, inanç, davranış ve iletişimsel yönelim bakımından kaçınılmaz olarak farklılaşmasıdır. Ancak bu heterojenliğin kaç segment oluşturacağı ve söz konusu segmentlerin hangi özelliklerle tanımlanacağı, yerel bağlama ve kullanılan metodolojik ölçütlere göre değişkenlik göstermektedir.

Durumsal Yaklaşım Göre Hedef Kitleler

Durumsal Hedef Kitle Teorisi, hedef kitleleri demografik özellikleri yerine belirli bir problem karşısındaki konumlarına göre ele almaktadır. Teorinin temelinde problem farkındalığı, ilgilenim düzeyi ve kısıt algısı yer alır. Bu üç değişken, bireylerin problem karşısındaki konumlarının ve iletişimsel olarak ne kadar aktif olduklarının açıklanmasında kullanılmaktadır. Durumsal yaklaşımda hedef kitle olmayanlar (*nonpublics*), örtük hedef kitleler (*latent publics*), bilinçli hedef kitleler

(*aware publics*) ve aktif hedef kitleler (*active publics*) olmak üzere dört temel grup tanımlanmaktadır (Grunig ve Hunt, 1984; Grunig, 1997).

Hedef kitle olmayanlar, ele alınan problem bağlamında problemle anlamlı bir ilişki içinde bulunmayan kişileri tanımlar. İklim değişikliği gibi etkileri geniş bir alana yayılan bir krizde bu kategorinin sınırlarını belirlemek kolay değildir. İklim krizinin herkesi bir biçimde etkilediği gerçeği ile herkesin aynı hedef kitlenin parçası olduğu varsayımı bu nedenle birbirinden ayrılmalıdır. Durumsal yaklaşım açısından belirleyici olan, bireyin genel olarak iklim krizinden etkilenip etkilenmeyeceğinden çok, ele alınan problemle nasıl bir ilişki içinde bulunduğudır.

Örtük hedef kitleler, problemden etkilenmelerine karşın henüz çözülmesi gereken bir problem bulunduğunu fark etmeyen grupları kapsar. İnsanlar iklim krizinin çeşitli sonuçlarıyla karşılaşabilir; ancak yaşadıkları deneyimleri daha geniş iklim sorunuyla ilişkilendirmeyebilirler. Burada problemle bir bağlantının bulunması ile bu bağlantının birey tarafından fark edilmesi birbirinden ayrılmaktadır. Örtük hedef kitlenin ayırt edici özelliği ilgisizlikten çok problem tanımının henüz gerçekleşmemiş olmasıdır (Grunig, 1997).

Bilinçli hedef kitleler, problemin varlığını fark etmiş ancak problem karşısında henüz aktif bir iletişimsel yönelim geliştirmemiş kişileri ifade eder. Birey iklim değişikliğini ciddi bir sorun olarak görebilir ve kendisini problemle ilişkili hissedebilir; yine de çözüm üzerinde etkili olamayacağını düşünmesi veya karşısındaki kısıtları yüksek algılaması iletişimsel olarak etkin olmasını sınırlayabilir. Yani durumsal yaklaşım, problemi tanımak ile problem karşısında iletişimsel olarak harekete geçmek arasında ayrım yapmaktadır.

Aktif hedef kitleler, problemi tanıyan ve problemle kurdukları ilişki doğrultusunda iletişimsel olarak aktif bireylerden oluşmaktadır. Önceki bölümlerde tartıştığımız

üzere, Durumsal Problem Çözme Teorisi aktif olma durumunu bilgi kazanımı, seçimi ve aktarımını kapsayan iletişimsel eylem üzerinden daha ayrıntılı biçimde açıklamaktadır (Kim ve Grunig, 2011). Aktif hedef kitle bu nedenle aktivistlerle eş anlamlı değildir. Aktivizm toplumsal veya politik değişime yönelik daha kamusal ve kolektif eylemleri ifade ederken, durumsal yaklaşımda aktif olmak problem karşısındaki iletişimsel etkinliği tanımlar. İklim değişikliği hakkında aktif biçimde iletişim kuran bir kişi aktif hedef kitlenin parçası olabilir; bunun için bir protestoya katılması, çevre örgütünde faaliyet göstermesi veya politik bir talepte bulunması gerekmez.

Hedef kitle türleri bireylere atfedilen kalıcı ve değişmez kimlikler olarak düşünülmemelidir. Kişinin genel kimlik özelliklerini dışarıda bırakan durumsal yaklaşım, sınıflandırmanın odağına doğrudan bireyin spesifik bir problem karşısındaki duruşunu yerleştirmektedir. Aynı birey bir problem karşısında aktif hedef kitlenin parçasıyken başka bir problem karşısında örtük veya bilinçli konumda bulunabilir. Segmentasyon bu açıdan insanları değişmez kategorilere yerleştirmekten çok, belirli bir problem bağlamındaki konumlarını anlamaya yönelik bir çerçeve sunmaktadır (Grunig, 1997; Kim ve Grunig, 2011).

Durumsal sınıflandırma, iletişim hedeflerinin hedef kitlenin problem karşısındaki konumundan bağımsız belirlenemeyeceğini de ortaya koymaktadır. Problemi henüz tanımayan bir kitle ile problemi fark etmiş ancak yüksek kısıt algılayan bir kitlenin iletişim gereksinimleri aynı olmayacaktır. Segmentasyonun stratejik değeri, her grup için hazır iletişim reçeteleri üretmenin ötesinde, iletişim hedefleri ile kitlenin problem karşısındaki konumu arasında anlamlı bir ilişki kurulmasına olanak sağlamasında yatmaktadır.

5. Bölüm: İklim Aktivizmi

Kolektif Kimlik ve Aidiyet

Kolektif kimlik, en genel anlamıyla bireyin kendisini belirli bir grubun parçası olarak tanımlaması ve bu aidiyete ortak anlamlar, değerler ve amaçlar yüklemesiyle ilişkilidir. İklim aktivizmi açısından kimlik, “çevreyi önemseyen biri” olmaktan daha fazlasını ifade eder. İklim krizinin ortak bir problem olarak tanımlanması, problemle ilgili sorumluluk ve taleplerin paylaşılması ve bireyin kendisini benzer kaygıları taşıyan insanlarla birlikte hareket eden bir topluluğun parçası olarak görmesi, bireysel kaygının kolektif bir yönelim kazanmasına katkıda bulunabilir. Güncel iklim aktivizmi araştırmalarında da katılım giderek salt bireysel tutumlar üzerinden değil, kolektif kimlik, ortak anlatılar ve hareket aidiyeti üzerinden açıklanmaktadır.

İklim değişikliğini önemsemek ile iklim aktivisti olarak hareket etmek arasında önemli bir ayrım vardır. Birey iklim krizinden kaygı duyabilir, çevreci davranışları destekleyebilir ve hatta gündelik yaşamında bu doğrultuda tercihler yapabilir; ancak kendisini kolektif bir mücadelenin parçası olarak görmeyebilir. Aktivizme yönelmek, kişisel kaygının kamusal bir meseleyle ilişkilendirilmesini ve çoğu durumda aynı mesele etrafında oluşan bir grupla özdeşleşmeyi gerektirir. Son dönem araştırmalarının işaret ettiği kaygı, iletişim ve özdeşleşme koordineli eylem hattı bu açıdan önemlidir. Kaygı tek başına aktivizme dönüşmez. Sosyal ilişkiler, paylaşılan anlam

çerçeveleri ve eylemin etkili olabileceğine ilişkin inançlar bu geçişte rol oynar.

İletişim bu noktada kolektif kimliğin oluşmasında merkezi bir işleve sahiptir. Grubun kim olduğu, neyi savunduğu, hangi sorunu nasıl tanımladığı ve kimleri sorumlu gördüğü iletişim süreçleri içerisinde üretilir. İklim hareketlerinin kullandığı anlatılar, sloganlar, görseller, kişisel tanıklıklar ve ortak talepler, birbirini tanımayan bireylerin benzer deneyim ve kaygılar etrafında kendilerini aynı topluluğun parçası olarak görmelerine imkân verebilir. İletişim eylem çağrısını taşıyan bir araç olmaktan çıkar; kolektif kimliğin kurulmasına ve sürdürülmesine katkıda bulunan bir sürece dönüşür.

Kolektif kimliğin kurulmasında kişisel anlatılar dikkat çekici bir işleve sahiptir. İklim değişikliği küresel, karmaşık ve kimi zaman bireyin gündelik deneyiminden uzak algılanabilen bir sorun olduğundan, kişisel deneyimlerin kamusal olarak paylaşılması soyut bir problemin ortak bir deneyim etrafında anlamlandırılmasına katkıda bulunabilir. Gerbaudo (2024), sosyal medyadaki kişisel tanıklık kampanyalarını bireysel etkilenmişlikten kolektif kimliğe geçiş açısından ele almaktadır. Kişisel deneyimin kamusal olarak anlatılması bu açıdan benzer deneyimlerin yan yana gelerek ortak bir mağduriyet, talep veya kimlik oluşturmaya da katkıda bulunabilir.

Kolektif kimlik sadece hareketin kendi üyeleri tarafından oluşturulan ve tartışmasız biçimde kabul edilen sabit bir kimlik değildir. İklim aktivistlerinin kim oldukları ve nasıl algılandıkları, hareketin dışındaki aktörlerle kurulan iletişim içinde de şekillenir. Lewis ve Vignoles (2024), Birleşik Krallık merkezli büyük bir çevrim içi gazetenin yorum bölümünde iklim aktivisti kimliklerinin nasıl kurulduğunu ve tartışmaya açıldığını incelemektedir. Öne sürülen yaklaşım, aktivist kimliğin hem hareket içindeki öz tanımlamalarla hem de hareket dışındaki değerlendirmelerle biçimlendiğini göstermesi bakımından önemlidir.

Sözkonusu dinamikler, aidiyetin yanında meşruiyet sorununu da tartışmaya açmaktadır. Aktivistlerin samimi, güvenilir veya toplumun meşru temsilcileri olarak görülüp görülmemeleri, onların mesajlarının nasıl karşılandığını etkileyebilir. Dijital ortamlarda bu sorun daha da belirginleşmektedir. Sosyal medyada görünür olmak, geniş bir takipçi kitlesine ulaşmak veya yüksek etkileşim elde etmek, kendiliğinden toplumsal destek anlamına gelmez. Aktivizmin gösteriş ya da kişisel görünürlük arayışı olarak değerlendirilmesi, kolektif eylemin meşruiyetini zayıflatabilir. Güncel çalışmalar çevrim içi aktivizmi erişim ve mobilizasyon kapasitesinin ötesinde; platformların teknik ve algoritmik yapıları, görünürlük ve dikkat mücadeleleri ile çevrim içi katılımın samimi ya da performatif olarak algılanması açısından da ele almaktadır (Di Martino, 2024; Greijdanus vd., 2020; Li vd., 2026).

Kolektif kimlik aynı zamanda kimin harekete ait hissedebildiği sorusunu da içerir. Bir iklim hareketinin kullandığı dil, semboller, temsil biçimleri ve örgütlenme pratikleri bazı grupların kendilerini hareketin doğal bir parçası olarak görmelerini kolaylaştırırken başkaları açısından mesafe yaratabilir. Bu nedenle iklim aktivisti kimliğinin ne kadar kapsayıcı olduğu, kimlerin deneyimlerini temsil ettiği ve kimlerin sesini görünür kıldığı önemlidir. Dijital ve fiziksel aktivizm alanlarında marjinalleşme deneyimlerinin incelenmeye başlanması, kolektif kimliğin içerme ve dışlama süreçleri açısından da değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir (Wong, Singh ve Brumby, 2024).

Aidiyetin önemi, aktivizme ilk katılımı açıklamakla sınırlı kalmaz. Bir harekete katılmak ile o hareketin içinde kalmaya devam etmek aynı şey değildir. Uzun süreli aktivist katılım, sosyal ilişkiler, hareket içindeki rolün anlamlı bulunması, ortak amaçların paylaşılması ve bireyin kendisini topluluğun bir parçası olarak hissetmesiyle yakından ilişkilidir. Buna karşılık sosyal bağların zayıflaması, eylemin sonuç yaratmadığı düşüncesi, belirsiz roller ve tükenmişlik hareketten

uzaklaşmaya yol açabilir. Güncel iklim aktivizmi literatürünün zaman zaman tek bir protestoya katılım yerine aktivizme giriş, aktivizm içinde kalma ve aktivizmden ayrılma süreçlerine yönelmesi bu nedenle önemlidir (bkz. Eklöf vd., 2025).

Nitekim kolektif kimlik ve aidiyet, iklim aktivizmini bireysel çevresel kaygının basit bir uzantısı olarak görmenin ötesine geçmemizi sağlar. İnsanlar bir problem karşısında başkalarıyla ortak bir konum geliştirdiklerinde, ortak anlamlar ürettiklerinde ve kendilerini birlikte hareket eden bir topluluğun parçası olarak gördüklerinde kolektif eyleme yönelebilirler. Bu açıdan iletişim, önceden oluşmuş bir aktivist kimliği dışarıya duyuran araçlardan biri olmaktan çıkarak “biz” duygusunun, ortak sorumlulukların ve kolektif taleplerin üretildiği alanlardan biridir. İnsanların birlikte hareket etmeye değer buldukları bir grubun parçası olmalarının yanı sıra, bu ortak eylemin gerçekten bir sonuç yaratabileceğine de inanmaları gerekir. Kolektif kimliğin ardından iklim aktivizmini anlamada ikinci temel kavram kolektif yeterliktir.

Kolektif Yeterlik ve Eyleme Geçme

Kolektif yeterlik, bireyin kendi eylemine duyduğu inancı da kapsayacak biçimde, grubun ortak çabasının somut sonuçlar doğurabileceğine yönelik genel değerlendirmesine işaret eder. İklim değişikliği açısından yeterlik sorunu özellikle önemlidir. Çünkü sorunun ölçeği ile bireysel eylemin ölçeği arasında belirgin bir fark vardır. Bir kişi gündelik yaşamında enerji tüketimini azaltabilir, ulaşım veya tüketim tercihlerini değiştirebilir fakat bu davranışların küresel emisyonlar üzerindeki etkisini oldukça sınırlı görebilir. İklim krizinin enerji sistemlerinden üretim biçimlerine, ulaşım altyapısından tarıma kadar uzanan yapısal niteliği, “Benim yapacağım neyi değiştirebilir?” sorusunu beraberinde getirebilir. Kolektif yeterlik ise soruyu “Birlikte hareket ettiğimizde neyi değiştirebiliriz?” biçiminde yeniden kurgular.

Waters, Wilson ve Dean (2024), kolektif yeterliğin iklim iletişimindeki rolünü iki mesaj deneyiyle incelemiştir. Great Barrier Reef'i merkeze alan araştırmada, iklim mesajlarına kolektif yeterliği güçlendiren ifadelerin ve kamusal alana yönelik eylem çağrılarının eklenmesi davranışsal niyetleri güçlendirmiştir. Araştırma ayrıca mesajların etkisinde iklim değişikliğinin yarattığı olumsuz duyguların rol oynadığını göstermiştir. Bulgular, iklim krizinin yarattığı kaygı veya sıkıntının tek başına ele alınmasından ziyade, duyguların ortak eylemin sonuç yaratabileceğine ilişkin bir inançla ilişkilendirilmesinin önemine işaret etmektedir (Waters, Wilson ve Dean, 2024).

Fine'nın (2024) iklim aktivistleri ile aktivist olmayan ancak iklim değişikliği konusunda kaygı duyan kişiler arasında gerçekleştirilen iklim konuşmalarını inceleyen araştırması, kolektif yeterliğin önemi açısından dikkat çekicidir. Aktivistlerle yapılan konuşmalar sonrasında katılımcıların iklim konusunda bilgi düzeyleri, algıladıkları yeterlik ve eyleme geçme niyetleri artmıştır. Fakat artışın doğrudan kolektif iklim eylemine katılıma dönüşmediği görülmüştür. Araştırmada katılımın önündeki engeller arasında kolektif eylemin etkisine ilişkin düşük yeterlik algısı, kolektif iklim eylemi konusunda ne yapılabileceğine ilişkin bilgi eksikliği ve eylemin psikolojik olarak uzak görülmesi yer almıştır. Aktivistlerin soyut çözümler yerine somut kolektif eylem biçimleri hakkında konuşmaları ise aktivist olmayan kişilerin yeterlik algısındaki artışla ilişkili bulunmuştur (Fine, 2024). Bu bulgu iklim iletişimi açısından önemli bir ayrımı ortaya koymaktadır. İnsanlara iklim değişikliği karşısında bir şeyler yapılabileceğini söylemek ile hangi eylemlerin kimlerle, nasıl ve ne amaçla gerçekleştirilebileceğini göstermek aynı şey değildir. Eylem olanaklarının belirsiz kaldığı bir iletişim, sorunun ciddiyetini artırabilir ancak kişinin kendisini çözümün bir parçası olarak görmesini sağlamayabilir. Buna

karşılık kolektif eylemin somut biçimlerini görünür kılmak, iklim krizinin büyüklüğü karşısında oluşabilecek etkisizlik duygusunu azaltabilir.

Öz yeterlik ile kolektif yeterlik arasında bir ayrım yapmak gerekir. Öz yeterlik, kişinin belirli bir eylemi gerçekleştirebileceğine ilişkin inancıyla bağlantılıdır. Kolektif yeterlik ise insanların birlikte hareket ederek amaçlanan sonucu yaratabileceklerine ilişkin değerlendirmeyi içerir. Bir kişi çevreci bir davranışı gerçekleştirebilecek bilgiye ve imkâna sahip olduğunu düşünebilir, ancak daha geniş toplumsal veya politik değişimin mümkün olduğuna inanmayabilir. Bunun tersi de mümkündür. Kendi bireysel katkısını küçük gören bir kişi, örgütlü ve ortak bir eylemin daha geniş sonuçlar yaratabileceğine inanarak kolektif katılıma yönelebilir.

Bu ayrım, çevreci davranış ile aktivizm arasındaki farkın anlaşılmasına da yardımcı olur. Evde enerji tüketimini azaltmak veya tüketim tercihini değiştirmek büyük ölçüde bireyin kendi davranışı üzerinde kontrol sahibi olmasına dayanırken; bir iklim politikasının değiştirilmesini talep etmek, protestoya katılmak, karar vericiler üzerinde baskı oluşturmak veya bir kampanyayı desteklemek başkalarıyla birlikte hareket etmeyi gerektirir. Dolayısıyla aktivizm bağlamında “Bunu yapabilir miyim?” şeklindeki bireysel sorgulama, “Birlikte yaptığımızda bunun bir etkisi olacak mı?” sorusunu merkeze alan kolektif bir etki arayışına evrilmektedir.

Bu ilişki 2025 yılında yayımlanan deneysel bir çalışmada doğrudan sınanmıştır. Birleşik Krallık’ta toplam 443 katılımcıyla gerçekleştirilen iki deneyde iklim protestolarının politik yeterliğine ilişkin algılar ile protestoların bastırılma riskinin kolektif eyleme katılım niyetleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Politik yeterlik algısının katılım niyetini doğrudan değiştirmesinden çok, kişinin kendi katkısının değerli olduğu ve eylemin hareketi güçlendirebileceği yönündeki inançları etkileyerek normatif kolektif eylem niyetine dolaylı biçimde katkıda bulunduğu görülmüştür. Araştırma, kolektif

eylemin etkili olduğuna dair inancın basit bir iyimserlikle açıklanamayacağını; bu sürecin doğrudan bireyin kendi katkısını daha geniş bir hareket içinde konumlandırmasına dayandığını göstermektedir.

Kolektif yeterlik, aktivizme ilk kez katılmanın yanında aktivizmin sürdürülmesi açısından da önemlidir. Eklöf ve arkadaşları (2025), Extinction Rebellion'ın İsveç yapılanmasında yer alan 26 mevcut ve eski aktivistle yaptıkları görüşmelerde, aktivizme devam etme ve hareketten ayrılma süreçlerini incelemiştir. Araştırmada sosyal bütünleşme eksikliği, grup içindeki çatışmalar, eylemlerin etkisine ilişkin şüpheler, örgütsel sorunlar ve tükenmişlik aktivizmden uzaklaşmayı kolaylaştıran faktörler arasında yer almıştır. Güçlü sosyal bağlar, etkinin uzun vadede ortaya çıkabileceğini kabul eden daha gerçekçi bir yaklaşım, ahlaki motivasyon ve tükenmişliği yönetmeye yönelik bireysel ve örgütsel stratejiler katılımın sürdürülmesini desteklemiştir (Eklöf vd., 2025). Bulgular bize kolektif yeterliğin eylemin işe yarayacağına dair basit bir inanç olmadığını göstermek açısından önemlidir. Aktivistler uzun süre boyunca çaba gösterdikleri hâlde gözle görülür bir sonuç elde edemediklerinde hareketin etkisine ilişkin değerlendirmeleri değişebilir. Eklöf ve arkadaşlarının (2025) çalışmasında etki konusundaki şüphelerin sosyal çatışmalar ve duygusal tükenmeyle birlikte hareketten ayrılmayı besleyebildiği görülmektedir. Dolayısıyla kolektif yeterlik, aktivizme katılım kadar katılımın zaman içinde sürdürülebilmesi açısından da önem taşır.

Yeterlik ile duygular arasındaki ilişki burada daha da belirginleşir. İklim değişikliğinin sonuçları hakkında kaygı duymak, korkmak veya öfkelenmek insanları otomatik biçimde harekete geçirmez. Bu duyguların hangi davranışlara dönüşeceği, insanların eylem olanaklarını nasıl değerlendirdikleriyle ilişkilidir. Waters ve arkadaşlarının (2024) deneylerinde olumsuz duygular ile kolektif yeterlik mesajlarının birlikte davranışsal niyetleri güçlendirebilmesi,

tehdidin görünür kılınması ile eylem kapasitesinin gösterilmesi arasındaki ilişkinin önemini ortaya koymaktadır.

Bu durum umut açısından da geçerlidir. İklim iletişiminde umut, olumlu bir gelecek tablosu sunmak anlamına geldiğinde eylem için yeterli olmayabilir. Schneider'in (2025) kolektif iklim eylemi üzerine değerlendirmesi, olumlu duygular ile yeterlik algılarının yakından bağlantılı olduğunu ve özellikle "birlikte bir fark yaratabiliriz" düşüncesinin kolektif eylem açısından önem taşıdığını göstermektedir. Burada umut, sorunların kendiliğinden çözüleceğine ilişkin bir beklentiden çok, değişimin ortak eylem yoluyla mümkün olduğuna ilişkin bir değerlendirmeye yaklaşmaktadır.

İklim iletişiminde yeterliği güçlendirmek bu nedenle krizin büyüklüğünü küçültmek veya gerçekçi olmayan başarı vaatlerinde bulunmak anlamına gelmemelidir. Aksine, sorunun ciddiyetini saklamadan eylem olanaklarını görünür kılmayı gerektirir. İnsanların hangi eylemlere katılabilecekleri, bu eylemlerin hangi amaçlara hizmet ettiği, başkalarının da harekete geçtiği ve ortak çabaların hangi sonuçları yaratabileceği somutlaştırılabilir. Fine'n (2024) iklim aktivistleri ile iklim değişikliği konusunda kaygılı ancak aktivist olmayan bireyler arasındaki konuşmaları incelediği çalışma bu açıdan dikkat çekicidir. İncelenen görüşmelerde aktivistler kolektif eylemin ne anlama geldiğini açıklamış, katılınabilecek örgüt ve eylemlerden söz etmiş, kendi deneyimlerini paylaşmış ve bazı katılımcıları belirli faaliyetlere davet etmiştir. Kolektif eylemin somutlaştırılarak aktarılması, katılımcıların kendi katkılarının iklim değişikliğiyle mücadelede bir fark yaratabileceğine ilişkin inançlarındaki artışla ilişkili bulunmuştur. Öte yandan enerji ve ulaşım sistemlerinin dönüştürülmesi gibi daha soyut çözümlerin konuşulması benzer bir etki yaratmamıştır. Söz konusu konuşmaların ardından katılımcıların yeterlik ve eylem niyetleri artsa da kolektif eyleme fiilî katılımlarında kontrol grubuna kıyasla anlamlı bir artış görülmemiştir (Fine, 2024). Araştırmanın sunduğu çerçeve, iklim iletişiminde eylem

yollarını somutlaştırmanın gerekliliğine işaret etmekle birlikte, bilgilendirme ve yönlendirmenin fiilî katılım için tek başına yeterli olmadığını kanıtlamaktadır.

Bununla birlikte yeterli mesajlarının davranışa dönüşeceğini de varsaymamak gerekir. İklim aktivizmine yönelik çevrim içi bir akran eğitimi programını değerlendiren Latkin ve arkadaşlarının (2024) randomize kontrollü çalışması bu sınıra iyi bir örnektir. ABD’de 622 yetişkinle yürütülen çalışmada eğitim, katılımcıların başkalarıyla iklim aktivizmi hakkında konuşma konusundaki öz-yeterliklerini artırmış; fakat iklim aktivizmi hakkında konuşma sıklığında veya aktivist davranışlarda anlamlı bir artış yaratmamıştır. Sadece iletişim becerisi kazandırmanın eyleme geçmede yetersiz kaldığını vurgulayan araştırmacılar; sürecin sosyal ağ özelliklerinin dikkate alınması, davranışı destekleyen hatırlatıcıların kullanılması ve açık aktivizm hedeflerinin sunulmasıyla desteklenmesi gerektiğini ifade etmektedir (Latkin vd., 2024).

Bahsettiğimiz örnek aynı zamanda iklim iletişiminin temel sorunlarından birini görünür kılar. Kendini eylemde bulunabilecek kadar yeterli hissetmek ile gerçekten harekete geçmek aynı şey değildir. Yeterlik önemli bir koşuldur, ancak toplumsal normlar, sosyal ilişkiler, eyleme erişim, zaman, maliyet, örgütsel olanaklar ve yapısal koşullar da davranışın gerçekleşip gerçekleşmeyeceğini etkiler. Buna bağlı olarak kolektif yeterlik, aktivizmi kimlik, duygu, iletişim ve eylem olanaklarıyla birlikte çalışan bir süreç olarak ele alınmalıdır.

İklim aktivizmi açısından bu süreç bireysel eylem ile sistemsel değişim arasında da bir köprü oluşturur. Kolektif eylem, bireyin kendi karbon ayak izini azaltmasının ötesinde, içinde yaşadığı koşulları değiştirmeye yönelik bir müdahale biçimidir. İmza kampanyaları, örgütlü savunuculuk, karar vericilerle iletişim, protestolar veya iklim politikalarını desteklemeye yönelik kamusal faaliyetler, bireysel katkıların ortak bir politik veya toplumsal talep etrafında birleşmesine dayanır.

Kolektif kimlik insanların kimlerle birlikte hareket ettiklerini, kolektif yeterlik ise birlikte hareket etmenin sonuç yaratıp yaratmayacağına ilişkin inançlarını açıklamaya yardımcı olur. Ancak insanların harekete yönelmesinde aidiyet ve yeterliğe ek olarak, iklim krizinin yarattığı duygusal tepkiler de belirleyicidir. Özellikle eylemsizliğe ve adaletsizliğe yönelen öfke, değişimin mümkün olduğuna ilişkin umut ve iklim krizinin ahlaki bir sorun olarak değerlendirilmesinden doğan tepkiler, kolektif eylemin önemli motivasyonları arasında yer almaktadır. Dolayısıyla takip eden bölüm, bütünüyle iklim aktivizminin duygusal boyutuna ayrılmıştır.

Öfke, Umut ve Ahlaki Tepki

İklim krizi güçlü duygusal ve ahlaki tepkiler yaratan bir sorundur. İnsanlar hükümetlerin yetersiz politikalarına, şirketlerin faaliyetlerine, sorumluluğun eşitsiz dağılımına veya başkalarının eylemsizliğine öfkelenebilmekte, gelecek kuşaklar açısından adaletsizlik algılayabilmekte ve değişimin mümkün olduğuna ilişkin umut taşıyabilmektedir. Bu duygular, iklim krizinin bireysel bir endişeden kamusal ve kolektif bir meseleye dönüşmesinde önemli rol oynayabilir.

İklim iletişiminde duygular uzun süre özellikle korku ve umut ekseninde tartışılmıştır. Ancak son yıllardaki araştırmalar, hangi duygunun daha etkili olduğunu belirlemeye çalışmaktan çok, farklı duyguların hangi koşullarda ve hangi eylem biçimleriyle ilişkili olduğunu incelemeye yönelmektedir. Örneğin korku, sorunun ciddiyetini ve kişisel ilgiyi artırabilirken, eylem olanaklarının sınırlı algılandığı durumlarda geri çekilme ve kaçınmayla da sonuçlanabilmektedir. Umut eylemi destekleyebilmekte, ancak gerçekçi eylem yollarından koparıldığında rahatlama veya edilgenliğe dönüşebilmektedir. Öfke ise özellikle sorumluluk, adaletsizlik ve eylemsizlikle ilişkilendirildiğinde kolektif eylem açısından daha belirgin bir rol üstlenmektedir.

Değişimin en açık görüldüğü duygulardan biri öfkedir. Öfke ilk bakışta olumsuz bir duygu olarak değerlendirilse de toplumsal ve politik eylem açısından farklı bir işleve sahip olabilir. Çünkü öfke sadece bir tehlikenin varlığına değil, çoğu zaman bu tehlikenin önlenebilir olduğu hâlde gerekli önlemlerin alınmadığı düşüncesine dayanır. Bu bakımdan iklim değişikliğinin sonuçlarından korkmak ile iklim değişikliği karşısında yeterince harekete geçmeyen hükümetlere, kurumlara veya büyük kirleticilere öfkelenmek aynı duygusal değerlendirmeyi içermez. İkincisinde sorumluluk atfı ve adaletsizlik değerlendirmesi daha belirgin hâle gelir.

Stanley, Leviston, Hogg ve Walker'ın (2025) 5.244 Avustralyalıyla gerçekleştirdiği araştırma bu ayrımın önemini göstermektedir. Katılımcıların %48,6'sı iklim değişikliği konusunda en azından bir ölçüde öfkeli olduğunu belirtmiş; araştırmacılar bu öfkenin nedenlerini içerik analiziyle inceleyerek 13 farklı kategori belirlemiştir. En yaygın öfke kaynağı başkalarının iklim değişikliği karşısındaki eylemsizliği ve ilgisizliği olurken bunu iklim değişikliğini inkâr edenlere ve büyük kirleticilere yönelen öfke izlemiştir. Daha da önemlisi, farklı öfke türlerinin çevreci davranış, kolektif eylem niyeti ve psikolojik sıkıntıyla aynı biçimde ilişkili olmadığı görülmüştür. Örneğin hükümetlerin eylemsizliğine yönelen öfke daha yüksek eylem düzeyi ve daha düşük sıkıntıyla ilişkili bulunmuştur (Stanley vd., 2025). Öfkenin varlığı kadar öfkenin yöneldiği hedef de önemlidir. İklim krizinin kendisine yönelik genel bir öfke ile belirli aktörlerin eylemsizliğine, fosil yakıt üreticilerine veya algılanan adaletsizliklere yönelen öfke aynı davranışsal sonuçları doğurmayabilir.

Öfkenin harekete geçirici niteliği başka çalışmalarda da analiz edilmiştir. Whyman (2025), iklim aktivizminde umut ve öfke arasındaki ilişkiyi tartışırken öfkenin öz bildirime dayalı aktivizmin en güçlü yordayıcısı olduğunu aktarmaktadır. Whyman'ın temel argümanı, aktivistlerin öfkesini umudun karşıtı olarak düşünmenin yanıltıcı olduğudur. Belirli türde

bir öfke, değişimin mümkün olduğuna ilişkin edilgen bir iyimserlikten farklı olarak, insanları mevcut duruma müdahale etmeye yöneltten bir eylem kapasitesiyle birlikte ortaya çıkabilir.

Bu noktada öfke ile ahlaki tepki arasındaki ilişki belirginleşir. İklim değişikliği çevresel, ekonomik ve sosyal zararların nedenleri, sonuçları ve dağılımı nedeniyle ahlaki bir sorun olarak değerlendirilebilir. Tarihsel olarak iklim krizine daha az katkıda bulunan toplumların daha ağır sonuçlarla karşılaşması, gelecek kuşakların bugün alınan kararların sonuçlarını üstlenmesi veya ekonomik ve politik gücü yüksek aktörlerin emisyonlardaki paylarıyla sorumluluklarının örtüşmediğinin düşünülmesi, iklim sorununu risk değerlendirmesinin ötesine taşıyarak adalet tartışmasının konusu hâline getirir.

Bu tür bir değerlendirme ahlaki öfkeyi gündem taşır. Ahlaki öfke, kişinin bizzat uğradığı bir zarara verdiği doğrudan tepki kadar, başkalarına veya ortak değerlere yönelik haksızlıkları algılamasından da beslenebilmektedir. İklim aktivizmi açısından bu duygu, bireyin kişisel çıkarlarından bağımsız olarak eyleme yönelmesine katkıda bulunabilir.

Dono, Ayanian ve Tausch (2025), Birleşik Krallık'ta toplam 443 katılımcıyla gerçekleştirdikleri iki deneyde, iklim protestolarının politik yeterliğine ilişkin algılar ile protestoların bastırılmasının kolektif eylem niyetleri üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmada politik yeterlik ve baskı algısının kolektif eylem niyetleri üzerinde doğrudan bir etkisi bulunmamış; farklı psikolojik süreçler üzerinden dolaylı etkiler ortaya çıkmıştır. Politik yeterlik, bireylerin kendi katkılarının değerli olduğuna ve katılımlarının hareketi güçlendirebileceğine ilişkin değerlendirmeleri üzerinden normatif kolektif eylem niyetini desteklemiştir. Protestoların bastırılması ise ahlaki öfkeyi artırarak hem normatif hem de norm dışı kolektif eyleme katılım niyetleriyle dolaylı olarak ilişkilendirilmiştir. Ayrıca baskının ahlaki öfkeyi, ahlaki öfkenin

de ahlaki yükümlülüğü artırdığı ve bu sürecin kolektif eylem niyetine uzandığı bir ilişki tespit edilmiştir.

İklim iletişiminde öfkeyi mümkün olduğunca artırmak her durumda etkili olmaz. Öfke, hedefi ve bağlamına göre farklı sonuçlar doğurabilir; ayrıca sürekli yüksek duygusal uyarılma tükenmişliğe de katkıda bulunabilir. Aktivizmin sürdürülebilmesi, öfkenin anlamlı bir eylem alanına yönlendirilmesine bağlıdır. Grau (2025) bu ayrımı “yapıcı öfke” kavramıyla tartışmaktadır. Yapıcı öfke, adaletsizlik algısından doğan ancak salt kızgınlık veya umutsuzlukta kalmayan; ortak eylem ve yapısal değişim arayışına yönelen bir tepki olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşımda kolektif eylem, öfkenin ortak bir değişim kapasitesine dönüştürülebildiği alanlardan biridir.

Öfkenin iklim aktivizmindeki yeri, umut kavramının yeniden düşünülmesini gerektirir. İklim iletişiminde umut çoğu zaman korkunun karşısına yerleştirilen olumlu bir duygu olarak ele alınmıştır. Mevcut kabule göre aşırı korku ve felaket söylemi insanları çaresizliğe sürükleyebileceğinden, çözüm ve umut içeren mesajların katılımı artırması beklenir. Fakat umut her zaman harekete geçirici değildir. Sorunun kendiliğinden çözüleceğine, teknolojinin gerekli dönüşümü sağlayacağına veya başka aktörlerin gerekeni yapacağına ilişkin bir iyimserliğin, bireyin kendi katılımının gerekliliğini azaltabileceği gerçeği; yeni çalışmaları yapıcı umut ile eylemsizliği besleyen gerçekçi olmayan umut biçimleri arasında kavramsal bir ayrım yapmaya yöneltmiştir. Ojala’nın (2023) iklim değişikliğiyle ilişkili umut üzerine değerlendirmesi umudun tek biçimli bir duygu olmadığını ve iklim katılımıyla ilişkisinin nasıl bir umut biçiminden söz edildiğine bağlı olduğunu vurgulamaktadır.

İklim hareketlerinin kendi söylemlerinde umut her zaman tartışmasız bir değer değildir. Whyman (2025), Extinction Rebellion gibi hareketlerde zaman zaman dile getirilen umutsuzluk söylemini incelerken bunun mutlaka edilgen bir çaresizlik anlamına gelmediğini belirtmektedir.

Aktivistler belirli bir sonucu garanti eden veya “her şey iyi olacak” varsayımına dayanan umut biçimlerini reddederken yine de eylemde bulunabilirler. Whyman bu durumu, “kendiliğinden gelişen umut” (*spontaneous hope*) kavramı üzerinden tartışmaktadır. Burada umut, olumlu bir sonucun gerçekleşeceğine ilişkin kesin beklentiden çok, sonuç garanti edilmemiş olsa bile eylem kapasitesinin varlığını korumasıyla ilişkilidir.

Yukarıda tartıştığımız bağlama dayanarak iklim aktivizmini başarı garantili bir iyimserlik tablosundan sıyırmak gerekir; zira bireyleri eyleme yönelten motivasyon, sonucun kesinliğinden bağımsız biçimde, harekete geçmenin ahlaki bir sorumluluk olarak algılanmasına dayanır. İklim değişikliğinin belirli sonuçlarının artık önlenemeyeceğini düşünen bir aktivist dahi daha büyük zararların önlenmesi, kırılgan toplulukların korunması veya sorumluların hesap vermesi için eylemi anlamlı bulabilir.

Dijital İklim Aktivizmi

Dijital medya, iklim hareketlerinin örgütlenme ve kimlik oluşturma pratiklerinin gerçekleştiği alanlardan biri hâline gelmiştir. Sosyal medya platformları aktivistlerin coğrafi sınırları aşarak birbirleriyle bağlantı kurmalarına, eylemleri duyurmalarına, deneyimlerini paylaşmalarına ve iklim krizine ilişkin alternatif anlatıları dolaşıma sokmalarına olanak sağlamaktadır. Platformların teknik özellikleri, algoritmik görünürlük, etkileşim biçimleri ve dikkat ekonomisi de hangi mesajların dolaşıma girdiğini, kimlerin görünür olduğunu ve ne tür katılım biçimlerinin ortaya çıktığını etkilemektedir.

Dijital aktivizmin önemli özelliklerinden biri, bilgi paylaşımı ile eyleme katılım arasındaki sınırları geçirgen hâle getirmesidir. Geleneksel örgütlenme biçimlerinde hareketle ilişki kurmak çoğu zaman bir örgüte üye olmak, toplantıya katılmak veya fiziksel bir eylemde bulunmak gibi daha belirgin katılım biçimleri üzerinden gerçekleşirken, dijital ortamlar

çok daha çeşitli katılım olanakları sunmaktadır. Bir iklim kampanyasının içeriğini paylaşmak, bir hashtag kullanmak, çevrim içi bir kampanyaya katılmak, protesto bilgilerini yaymak, aktivist bir hesabı takip etmek veya kendi deneyimini iklim kriziyle ilişkilendirerek paylaşmak farklı yoğunluklarda iletişimsel katılım biçimleri oluşturabilir. Bahsettiğimiz bu çeşitlilik aynı zamanda önemli bir soruyu gündeme getirir: Çevrim içi görünürlük ve etkileşim hangi koşullarda daha geniş bir kolektif eyleme dönüşmektedir?

Dijital iletişim ortamlarında katılım her zaman güçlü örgütsel üyeliklere veya merkezi olarak belirlenmiş ortak mesajlara dayanmaz. Bireyler kişisel deneyimlerini ve kendi anlam çerçevelerini ortak bir meseleyle ilişkilendirerek daha geniş eylem ağlarına katılabilirler. Bernroider, Harindranath ve Kamel (2022), bağlantısal eylemlerden çevrim dışı kolektif eyleme geçişi bireysel düzeyde inceleyerek dijital katılım ile fiziksel kolektif eylem arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Bu yaklaşım, çevrim içi ve çevrim dışı aktivizmi birbirinden tamamen ayrı alanlar olarak değerlendirmek yerine aralarındaki geçişleri ve etkileşimleri incelemeyi mümkün kılmaktadır.

Sözü edilen ilişki, gençlik iklim hareketleri üzerine yapılan araştırmalarda daha somut biçimde görülmektedir. Neag ve Supa (2024), Macaristan'daki Fridays for Future hareketini inceleyerek çevrim içi ve çevrim dışı aktivizmin birbirini güçlendirebildiğini göstermiştir. Araştırma, dijital iletişimin fiziksel protestoları duyurmaya yarayan ikincil bir faaliyet olmadığını; çevrim içi ve çevrim dışı katılımın hareketin örgütlenmesi içinde karşılıklı olarak birbirini besleyebildiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla dijital iklim aktivizmini fiziksel aktivizmin daha düşük maliyetli veya daha az etkili bir biçimi olarak değerlendirmek yerine, güncel toplumsal hareketlerin hibrit iletişim ve eylem repertuarının bir parçası olarak düşünmek daha açıklayıcıdır.

Dijital ortamların bir başka işlevi, iklim krizinin kişisel deneyimlerle ilişkilendirilmesine imkân vermesidir. Bu özellik

iklim değışikliğı açısından özellikle önemlidir. Aşırı sıcaklık, sel, yangın, kuraklık veya hava kirliliğı gibi deneyimlerin bireysel anlatılar aracılığıyla dolaşıma girmesi, bilimsel ve politik olarak tanımlanan bir sorunun gündelik yaşamla ilişkilendirilmesini sağlayabilir. Fakat kişisel tanıklığın aktivist iletişim açısından önemi sadece iklim değışikliğini somutlaştırmasından kaynaklanmaz. Gerbaudo'nun (2024) vurguladığı gibi, kişisel anlatıların bir araya getirilmesi ortak etkilenmişlik üzerinden kolektif bir kimliğin kurulmasına hizmet edebilir.

Instagram gibi görsel ağırlıklı platformlar iklim aktivizminin kişiselleştirilmesinde önemli rol oynayabilir. Shim (2024), Fridays for Future aktivistlerinin Instagram'da iklim eylemini nasıl görselleştirdiğini incelemiştir. Çalışma, aktivistlerin iklim değışikliğı gibi geniş ölçekli bir meseleyi kişisel ve görsel anlatılar aracılığıyla iletişime taşıma biçimlerine odaklanmıştır. Bu tür pratiklerin iklim aktivizminin bireysel aktivistlerin hareketin anlam dünyasının üretimine katıldığı vurgulanmıştır.

Dijital platformlar, iklim hareketlerinin kolektif kimlik geliştirebildikleri alanlardır. Nasrin ve Fisher (2022), gençlik iklim hareketinde kolektif kimliğin sanal ortamlarda nasıl oluştuğunu incelemiştir. Araştırma, dijital alanların hareket üyelerinin birbirleriyle ilişki kurduğu ve ortak bir aidiyet geliştirebildiğı ortamlar olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Sosyal medya üzerinden tekrar eden etkileşimler, ortak semboller, etiketler ve anlatılar, birbirini fiziksel olarak tanımayan bireylerin kendilerini aynı hareketin parçası olarak görmelerine katkıda bulunabilir.

Dijital ortamlar aynı zamanda aktivist kimliklerin tartışıldığı, sorgulandığı ve kimi zaman değersizleştirildiğı alanlardır. Lewis ve Vignoles (2024), Birleşik Krallık merkezli bir çevrim içi gazetenin yorum bölümünde iklim aktivisti kimliklerinin nasıl kurulduğunu ve tartışmaya açıldığını incelemiştir. Çalışma, iklim aktivistlerinin kimliğinin hareket dışındaki

kişilerin onlara ilişkin değerlendirmeleriyle de biçimlendiğini göstermektedir.

Bu noktada dijital aktivizm açısından samimiyet ve meşruiyet önemli hâle gelir. Çevrim içi kolektif eyleme ilişkin güncel araştırmalarda insanların aktivistlerin nedenlerini nasıl değerlendirdikleri üzerinde durulmaktadır. Yip ve arkadaşlarının (2026) çalışması, çevrim içi kolektif eylemin etkisinin katılımcıların samimi görülüp görülmemeleriyle ilişkili olabileceğini doğrudan “erdem gösterişi mi, samimiyet mi?” sorusu üzerinden incelemektedir. Dolayısıyla dijital görünürlük, aktivistlerin mesajlarını daha geniş kitlelere ulaştırırken aynı zamanda niyetlerinin sorgulanmasına ve aktivizmin kişisel görünürlük arayışı olarak çerçevelenmesine de yol açabilir.

Sosyal medyanın dikkat ekonomisi ile samimiyet konusu yakından ilişkilidir. Dijital platformlarda kullanıcıların ve hareketlerin görünürlük için rekabet etmeleri gerekir. Dikkat çekici görseller, kısa videolar, duygusal mesajlar ve kişiselleştirilmiş anlatılar daha fazla etkileşim sağlasa da hareketin amaçları ile platformun görünürlük mantığı her zaman örtüşmeyebilir.

Dijital platformların etkisi, kültürel beklentiler ve kullanıcı pratiklerinin yanı sıra; hangi içeriğin kimlere ulaşacağını doğrudan tayin eden algoritmik sıralama ve öneri sistemleri üzerinden şekillenmektedir. Örneğin TikTok üzerine yapılan çalışmalar, platformun algoritmik kişiselleştirme ve viral yayılım mantığının iklim içeriğine maruz kalma biçimlerini etkileyebileceğini; öneri sistemlerinin benzer görüşlerin tekrar tekrar görünmesini sağlayarak seçici maruziyeti güçlendirebileceğini tartışmaktadır (Louppessis ve Intahchomphoo, 2025).

Nieto-Sandoval ve Ferré-Pavia’nın (2024) iklim zirveleri sırasında TikTok’taki iklim değişikliği iletişimini inceleyen çalışması da platforma özgü iletişim pratiklerinin önemini göstermektedir. Çalışmada TikTok’taki iklim içeriğinin

politikleşme, kaynak kullanımı ve eğitsel içerik bakımından özellikleri incelenmiş; Tiktok platformunda iklim iletişiminin daha politikleşmiş ve eğitsel içerik açısından sınırlı olabileceğini gösteren araştırmalar arasında değerlendirilmiştir.

Wong, Singh ve Brumby (2024), beyaz olmayan bireylerin çevrim içi ve çevrim dışı iklim aktivizmine katılım deneyimlerini incelemiş ve iklim hareketleri içinde “uyum sağlayamama” hissini araştırmıştır. Bu çalışma, dijital teknolojilerin katılımın önündeki bütün eşitsizlikleri ortadan kaldırdığı varsayımına karşı önemli bir hatırlatmadır. Çevrim içi alanlara erişebilmek, kişinin kendisini hareket içinde temsil edilmiş veya ait hissetmesini kendiliğinden sağlamaz. Irk, sınıf, toplumsal cinsiyet ve diğer toplumsal konumlar dijital aktivizm deneyimlerini de biçimlendirebilir.

Dijital iletişimin iklim aktivizmine sunduğu bir başka olanak, geleneksel medyanın eşik bekçiliğini kısmen aşabilmesidir. Aktivistler kendi anlatılarını doğrudan kişisel hesapları üzerinden dolaşıma sokarak geleneksel medyanın ve gazetecilerin seçtiği haber çerçevelerinin sınırlarını aşabilir. Sosyal medyada başlayan bir kampanya geleneksel medyanın gündemine taşınabilir; televizyon veya gazetelerde yer alan bir protesto sosyal medyada yeniden çerçevelenebilir. Güncel iklim aktivizmi, geleneksel ve dijital medya arasındaki keskin sınırların eridiği; farklı iletişim pratiklerinin birbirini karşılıklı olarak dönüştürdüğü hibrit bir ekosistemde yapılanmaktadır.

Dijital platformlar daha fazla insanın iklim tartışmasına katılmasına, aktivistlerin kendi anlatılarını üretmesine ve sınırları aşan hareket ağlarının kurulmasına imkân verirken; aynı platformlar görünürlüğü algoritmik olarak düzenlemekte, dikkat için rekabet yaratmakta ve aktivistlerin samimiyetinin sürekli sorgulandığı ortamlar oluşturabilmektedir. Bu sebeple, dijital medya iklim aktivizmini kendiliğinden daha etkili ve demokratik kılacağı beklentisinden arındırılarak olanakların ve kısıtların birlikte bulunduğu bir iletişim ortamı olarak değerlendirilmelidir.

6. Bölüm: Araştırma: İletişimsel Eylem, Çevreci Davranış ve Aktivizm

Araştırmanın Amacı ve Soruları

Araştırmanın temel amacı, bireylerin iklim değişikliği karşısındaki problem algıları ile iletişimsel eylemleri ve çevreci davranışları arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu amaç doğrultusunda Durumsal Problem Çözme Teorisi ile Planlı Davranış Teorisi aynı araştırma modeli içinde ele alınmış ve iklim değişikliğine yönelik duygular da modele dâhil edilmiştir. Araştırma ayrıca bireylerin iklim değişikliği problemi karşısındaki konumlarına göre farklı hedef kitleler oluşturup oluşturmadıklarını ve bu grupların çevreci ve aktivist davranışlar bakımından farklılaşıp farklılaşmadıklarını incelemektedir. Bu yönüyle araştırma, iletişimsel eylem ile davranış arasındaki ilişkileri ve hedef kitle farklılıklarını birbirini tamamlayan iki düzeyde ele almaktadır. Araştırma iki temel soru etrafında yapılandırılmıştır:

Araştırma Sorusu 1: İklim değişikliği karşısındaki problem algıları, problem çözmede durumsal motivasyon, iletişimsel eylem, davranışsal belirleyiciler, duygular ve çevreci davranış arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

Araştırma Sorusu 2: Katılımcılar iklim değişikliği karşısındaki problem farkındalığı, ilgilenim ve kısıt algıları temelinde hangi hedef kitle gruplarında sınıflandırılmaktadır ve bu gruplar çevreci ve aktivist davranışlar bakımından farklılaşmakta mıdır?

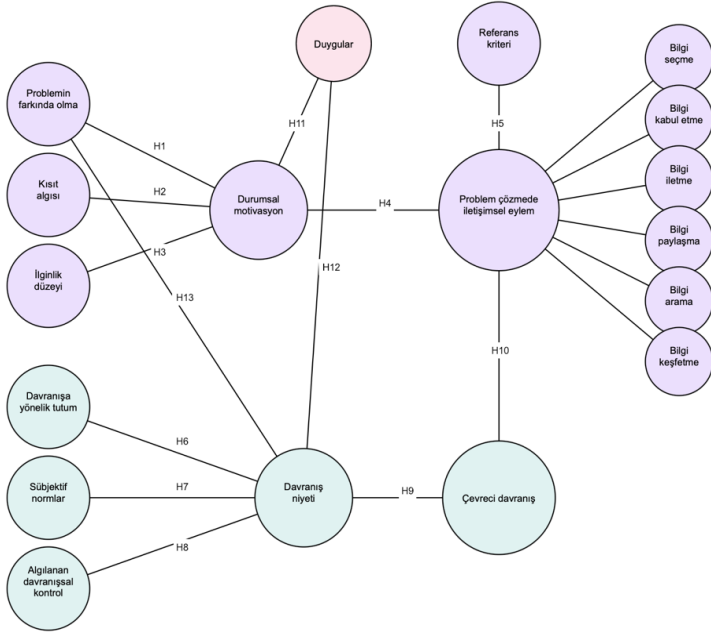
Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırmada Durumsal Problem Çözme Teorisi ile Planlı Davranış Teorisi'ni bir araya getiren bütünleşik bir model oluşturulmuştur. Durumsal Problem Çözme Teorisi, bireylerin iklim değişikliğini bir problem olarak nasıl algıladıkları ile bu problem karşısında geliştirdikleri iletişimsel eylemler arasındaki ilişkileri açıklamak için kullanılmıştır. Planlı Davranış Teorisi ise çevreci davranışa yönelik tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol ile davranış niyeti ve çevreci davranış arasındaki ilişkilerin incelenmesine olanak sağlamıştır. Araştırma modelinde iki kuramsal yapı, iletişimsel eylem ile çevreci davranış arasında kurulan ilişki üzerinden bütünleştirilmiştir.

Modelin Durumsal Problem Çözme Teorisi'ne dayanan bölümünde problem farkındalığı, ilgilenim düzeyi ve kısıt algısının problem çözmede durumsal motivasyonla ilişkileri; problem çözmede durumsal motivasyon ile referans kriterinin ise iletişimsel eylemle ilişkileri ele alınmıştır. Planlı Davranış Teorisi'ne dayanan bölümünde tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün çevreci davranış niyetiyle; davranış niyetinin ise çevreci davranışla ilişkisi sınanmıştır. İletişimsel eylemin çevreci davranışla ilişkilendirilmesi, iki kuramsal yaklaşım arasındaki temel bağlantıyı oluşturmuştur.

Araştırma modeline iklim değişikliğine yönelik duygular da dâhil edilmiştir. Duyguların problem çözmede durumsal motivasyon ve çevreci davranış niyetiyle ilişkileri modele eklenmiş; ayrıca problem farkındalığı ile çevreci davranış niyeti arasında doğrudan bir ilişki öngörülmüştür. Böylece model, iklim değişikliği karşısındaki problem algısından iletişimsel eylem ve çevreci davranışa uzanan ilişkileri bilişsel, duygusal, iletişimsel ve davranışsal değişkenlerle birlikte ele almaktadır. Tezde bu ilişkileri sınamak üzere toplam 13 hipotez geliştirilmiştir.

Şekil 6.1. Önerilen Araştırma Modeli



Modelde öngörülen ilişkiler doğrultusunda araştırmanın birinci sorusu kapsamında aşağıdaki hipotezler sınanmıştır:

H1: Problemin farkında olma ile problem çözmede durumsal motivasyon arasında pozitif bir ilişki vardır.

H2: Kısıt algısı ile problem çözmede durumsal motivasyon arasında negatif bir ilişki vardır.

H3: İlgilenim düzeyi ile problem çözmede durumsal motivasyon arasında pozitif bir ilişki vardır.

H4: Problem çözmede durumsal motivasyon ile iletişimsel eylem arasında pozitif bir ilişki vardır.

H5: Referans kriteri ile iletişimsel eylem arasında pozitif bir ilişki vardır.

H6: Tutumlar ile çevreci davranış niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.

H7: Öznel normlar ile çevreci davranış niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.

H8: Algılanan davranışsal kontrol ile çevreci davranış niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.

H9: Çevreci davranış niyeti ile çevreci davranış arasında pozitif bir ilişki vardır.

H10: İletişimsel eylem ile çevreci davranış arasında pozitif bir ilişki vardır.

H11: İklim değişikliğine yönelik duygular ile problem çözmede durumsal motivasyon arasında pozitif bir ilişki vardır.

H12: İklim değişikliğine yönelik duygular ile çevreci davranış niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.

H13: Problemin farkında olma ile çevreci davranış niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, kuramsal çerçeve doğrultusunda oluşturulan modeldeki ilişkileri sınamak amacıyla nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veriler yüz yüze anket yoluyla toplanmıştır. Araştırmanın veri toplama süreci öncesinde, soru formu ile gönüllü bilgilendirme ve onam formu Bahçeşehir Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kuruluna sunulmuş ve gerekli etik kurul izni alınmıştır. Ana uygulama öncesinde soru formunun anlaşılabilirliğini değerlendirmek ve olası sorunları belirlemek amacıyla Nisan 2022’de 37 katılımcıyla bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulamanın ardından iki ifade yeniden gözden geçirilerek soru formuna son biçimi verilmiştir.

Araştırma Örnekleme

Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme kullanılmıştır. Ana uygulama Haziran 2022’de İstanbul’da biri vakıf, üçü devlet olmak üzere dört üniversitede gerçekleştirilmiştir. Örneklemede farklı akademik alanlardan öğrencilerin yer almasını sağlamak amacıyla

iletişim, iktisadi bilimler, hukuk, mühendislik, eğitim ve sağlık alanlarında öğrenim gören ve genel seçmeli derslere kayıtlı öğrenciler araştırmaya davet edilmiştir. Toplam 272 öğrenciye anket uygulanmış; eksik doldurulan formların çıkarılmasının ardından 251 anket analize dâhil edilmiştir.

Katılımcıların 124'ü (%49,4) kadın, 119'u (%47,4) erkek olup sekiz katılımcı (%3,2) cinsiyetini belirtmemeyi tercih etmiştir. Öğrenim düzeyi açısından örneklemin %59,4'ünü lisans, %23,1'ini lisansüstü ve %17,5'ini ön lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşları 18 ile 38 arasında değişmekte, yaş ortalaması 24,27'dir (SS=3,39). Yaş grupları açısından katılımcıların %64,5'i 18–24, %24,7'si 25–31, %10,8'i ise 32 yaş ve üzerindedir.

Tablo 6.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Kategori	n	%
Cinsiyet	Kadın	124	49,4
	Erkek	119	47,4
	Belirtmek istemiyorum	8	3,2
Öğrenim düzeyi	Ön lisans	44	17,5
	Lisans	149	59,4
	Lisansüstü	58	23,1
Yaş	18–24	162	64,5
	25–31	62	24,7
	32 ve üzeri	27	10,8
Aylık hane geliri*	4.500 TL ve altı	38	15,1
	4.501–10.000 TL	93	37,1
	10.001–20.000 TL	74	29,5
	20.001–30.000 TL	24	9,6
	30.001 TL ve üzeri	22	8,7
Toplam		251	100

Not: Gelir kategorileri araştırmanın gerçekleştirildiği 2022 yılındaki soru formunda kullanılan aralıkları yansıtmaktadır.

Örneklemin tesadüfi olmayan bir yöntemle oluşturulması ve yalnızca İstanbul'daki dört üniversitede öğrenim gören öğrencileri kapsamı, bulguların genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır. Bu nedenle araştırma sonuçları Türkiye nüfusunun tamamını temsil eden bulgular olarak değil,

araştırmanın gerçekleştirildiği örneklem ve dönem çerçevesinde değerlendirilmelidir.

Ölçüm Araçları

Araştırmada kullanılan soru formu, Durumsal Problem Çözme Teorisi ve Planlı Davranış Teorisi kapsamında araştırma modelinde yer alan değişkenlerin yanı sıra iklim değişikliğine yönelik duyguları, çevreci davranışları ve aktivist davranışları ölçmeye yönelik sorulardan oluşturulmuştur. İngilizce kaynaklardan alınan ölçekler önce Türkçeye çevrilmiş, çevirilerin uygunluğu her iki dile hâkim iletişim alanından iki akademisyenin görüşleri doğrultusunda değerlendirilmiştir. Ardından Türkçe form bir İngilizce öğretim uzmanı tarafından yeniden İngilizceye çevrilmiş ve özgün ifadelerle karşılaştırılmıştır. Bu süreç sonunda oluşturulan soru formu pilot uygulamayla sınanarak ana araştırmada kullanılacak biçimine getirilmiştir.

Durumsal Problem Çözme Teorisi Değişkenleri: Teori kapsamında problem farkındalığı, kısıt algısı, ilgilenim düzeyi, referans kriteri, problem çözmede durumsal motivasyon ve iletişimsel eylem ölçülmüştür. Ölçeklerin oluşturulmasında Kim ve Grunig'in (2011) ölçümleri temel alınmıştır. Ayrıca teorinin geliştiricilerinden Jeong-Nam Kim'den temin edilen madde havuzundan iklim değişikliği konusu ve Türkiye bağlamına uygun ifadeler seçilmiştir. Kim ve Grunig'in özgün çalışmalarında 7'li ve 9'lu ölçekler kullanılmasına karşın, bu araştırmada ilgili değişkenler 5'li Likert tipi ölçeklerle değerlendirilmiştir.

Problem farkındalığı, kısıt algısı ve ilgilenim düzeyi, bireylerin iklim değişikliği karşısındaki durumsal algılarını belirlemeye yönelik maddelerle ölçülmüştür. Örneğin ilgilenim düzeyinde "İklim değişikliği yaşamımı etkiliyor", "İklim değişikliğinin benim ve değer verdiğim kişiler için ciddi etkileri vardır" ve "İklim değişikliği sorunu beni yakından ilgilendirir" ifadelerine yer verilmiştir. Problem çözmede

durumsal motivasyon ise “İklim değışikliğı bugünlerde benim için öncelikli bir konudur”, “İklim değışikliğı sorununu daha iyi anlamak istiyorum” ve “İklim değışikliğı sorununun en kısa sürede çözölmesine katkıda bulunmak için kararlıyım” gibi ifadelerle değeriendirilmiştir. Referans kriterine ilişkin maddeler ise katılımcıların iklim değışikliğı hakkındaki mevcut bilgi ve deneyimlerini kapsayacak biçimde düzenlenmiştir.

İletişimsel eylemin ölçümünde teorinin aktif ve pasif iletişim davranışları arasında yaptığı ayırım korunmuştur. Katılımcıların iklim değışikliğıyle ilgili bilgiyi arama, keşfetme, seçme, kabul etme, iletme ve paylaşma biçimleri değeriendirilmiştir. Böylece iletişimsel eylem yalnızca aktif bilgi aramayla sınırlandırılmamış, bireyin karşılaştığı bilgiyle ne yaptığı ve bu bilgiyi başkalarıyla nasıl dolaşıma soktuğı da ölçüm kapsamına alınmıştır.

Planlı Davranış Teorisi Değışkenleri: Bu teori kapsamında tutumlar, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve çevreci davranış niyeti ölçölmüştür. Ölçüm araçları, Ajzen’in Planlı Davranış Teorisi kapsamında anket geliştirmeye ilişkin yönergeleri ile Fishbein ve Ajzen’in (2010) yaklaşımı doğrultusunda iklim değışikliğı bağlamına uyarlanmıştır. Çevreci davranışlara yönelik tutumlar “faydasız–faydalı”, “sıkıcı–zevkli” ve “zahmetli–zahmetsiz” karşıtlıklarından oluşan 7’li anlamsal farklılık ölçeğıyle değeriendirilmiştir. Öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol üçer maddelik 5’li Likert tipi ölçeklerle; çevreci davranış niyeti ise katılımcıların karbon ayak izlerini azaltmaya ve iklim değışikliğinin yavaşlatılmasına katkıda bulunacak davranışları gerçekleştirme istekliliklerini değeriendiren iki maddeyle ölçölmüştür.

İklim Değışikliğıne Yönelik Duygular: Araştırma modeline dahil edilen duyguların ölçümü Feldman ve Hart’ın (2018) çalışmasından hareketle oluşturulmuştur. Umut, korku ve öfke olmak üzere üç duygu grubu ele alınmıştır.

Umut “umutlu”, “iyimser” ve “heyecanlı”; korku “korkulu”, “endişeli” ve “bunalmış”; öfke ise “öfkeli” ifadesi üzerinden ölçülmüştür. Katılımcılardan her bir duyguyu ne ölçüde hissettiklerini 1 (“hiç hissetmiyorum”) ile 5 (“çok güçlü hissediyorum”) arasında değerlendirmeleri istenmiştir.

Soru formunda ayrıca katılımcıların çevreci ve aktivist davranışları da ölçülmüştür. Bu davranışlara ilişkin ölçümler araştırmanın hedef kitle segmentasyonu ile birlikte yürütülen ikinci analiz boyutunda kullanılmış; farklı hedef kitlelerin çevreci ve aktivist davranışlar bakımından karşılaştırılmasına olanak sağlamıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmanın analiz süreci iki aşamada yürütülmüştür. İlk aşamada araştırma modelinde öngörülen ilişkilerin birlikte sınanması amacıyla yapısal eşitlik modellemesi (YEM) kullanılmıştır. Analiz öncesinde ölçüm modelinin güvenilirliği ile yakınsak ve ayırt edici geçerliliği değerlendirilmiş; düşük faktör yüküne sahip bazı maddeler modelden çıkarılarak analizler yeniden gerçekleştirilmiştir. Nihai ölçüm modelinde bileşik güvenilirlik (CR) değerlerinin 0,70’in, ortalama açıklanan varyans (AVE) değerlerinin ise 0,50’nin üzerinde olduğu belirlenmiştir. Ardından yapısal model aracılığıyla araştırma kapsamında geliştirilen 13 hipotez sınanmıştır.

İkinci aşamada hedef kitle segmentasyonu gerçekleştirilmiştir. Segmentasyon, Durumsal Problem Çözme Teorisi doğrultusunda problem farkındalığı, kısıt algısı ve ilgilenim düzeyi temel alınarak yapılmıştır. Kim’in (2011) “toplama yöntemi” olarak adlandırdığı yaklaşım izlenmiş; problem farkındalığını ölçen dört, kısıt algısını ölçen üç ve ilgilenim düzeyini ölçen üç maddenin ortalamalarından hareketle katılımcıların iklim değişikliği problemi karşısındaki konumları belirlenmiştir. Bu işlem sonucunda katılımcılar hedef kitle olmayan, örtük, bilinçli ve aktif hedef kitle gruplarında sınıflandırılmıştır. Hedef kitle türlerinin cinsiyet,

yaş ve öğrenim düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığının incelenmesinde ki-kare temelli Fisher-Freeman-Halton Exact testi; çevreci ve aktivist davranışların hedef kitle gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesinde ise tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın yapısal modeli, iklim değişikliğine ilişkin problem algısından iletişimsel eyleme ve çevreci davranışa uzanan ilişkilerin birlikte değerlendirilmesine olanak sağlamıştır. Nihai modelin uyum değerleri kabul edilebilir düzeyde bulunmuştur (CMIN/DF=2,21; RMSEA=0,07; TLI=0,90; CFI=0,90). Araştırma kapsamında geliştirilen 13 hipotezin tamamı desteklenmiştir. Bununla birlikte modelin analizi sırasında problem farkındalığı, endişe ve problem çözmede durumsal motivasyon arasında başlangıçta öngörülmeyen bir ilişki de ortaya çıkmış ve endişenin aracılık rolü nihai modele dahil edilmiştir.

Tablo 6.2. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Hipotez	Öngörülen ilişki	Sonuç
H1	Problem farkındalığı → Durumsal motivasyon (+)	Desteklendi
H2	Kısıt algısı → Durumsal motivasyon (-)	Desteklendi
H3	İlgilenim → Durumsal motivasyon (+)	Desteklendi
H4	Durumsal motivasyon → İletişimsel eylem (+)	Desteklendi
H5	Referans kriteri → İletişimsel eylem (+)	Desteklendi
H6	Tutum → Çevreci davranış niyeti (+)	Desteklendi
H7	Öznel norm → Çevreci davranış niyeti (+)	Desteklendi
H8	Algılanan davranışsal kontrol → Çevreci davranış niyeti (-)	Desteklendi
H9	Çevreci davranış niyeti → Çevreci davranış (+)	Desteklendi
H10	İletişimsel eylem → Çevreci davranış (+)	Desteklendi
H11	Duygular → Durumsal motivasyon (+)	Desteklendi
H12	Duygular → Çevreci davranış niyeti (+)	Desteklendi
H13	Problem farkındalığı → Çevreci davranış niyeti (+)	Desteklendi

Problem Algısından İletişimsel Eyleme

Durumsal Problem Çözme Teorisi kapsamında elde edilen bulgular, bireylerin iklim değişikliği karşısındaki problem algılarının iletişimsel eyleme yönelmelerinde etkili olduğunu göstermiştir. Problemin farkında olma ve ilgilenim düzeyi problem çözmede durumsal motivasyonla pozitif yönde ilişkilirken, kısıt algısı ile durumsal motivasyon arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Standartlaştırılmış katsayılar dikkate alındığında kısıt algısının durumsal motivasyon üzerindeki etkisi -0,45, ilgilenim düzeyinin etkisi ise 0,24'tür. Başka bir ifadeyle, bireylerin iklim değişikliğiyle ilgilenmeleri problem çözmeye yönelik motivasyonu desteklerken, harekete geçmenin önünde güçlü engeller algılamaları bu motivasyonu azaltmaktadır.

Bu ilişkiler arasında özellikle kısıt algısı dikkat çekmektedir. Araştırmada, önceki bazı çalışmaların aksine, problem çözmede durumsal motivasyon üzerinde en güçlü etkiye sahip durumsal değişken ilgilenim değil kısıt algısı olmuştur. Bu bulgu, iklim değişikliğini kişisel olarak önemli ve ilgili bir sorun olarak görmenin tek başına yeterli olmayabileceğine işaret etmektedir. Bireyin harekete geçmesinin önünde güçlü engeller bulunduğunu düşünmesi, problemle ilgilenmesine rağmen problem çözmeye yönelik motivasyonunu sınırlayabilmektedir. Bu sonuç, Chen vd. (2017) ile Shin ve Han'ın (2016) bulgularından farklılaşan yönlerden biri olarak değerlendirilmiştir.

Problem çözmede durumsal motivasyon ile iletişimsel eylem arasındaki ilişki ise modeldeki en güçlü ilişkilerden biri olmuştur. Durumsal motivasyondan iletişimsel eyleme uzanan standartlaştırılmış yol katsayısı 0,81 olarak bulunmuştur ($p < 0,001$). Referans kriterinin de iletişimsel eylemle pozitif yönde ilişkili olduğu görülmüştür (standartlaştırılmış $\beta = 0,32$; $p < 0,001$). Sonuçlar, iklim değişikliği problemini çözmeye yönelik motivasyon yükseldikçe bireylerin konuyla ilgili iletişimsel olarak daha aktif hâle geldiklerini göstermektedir.

Ancak iletişimsel eylemin farklı biçimleri aynı düzeyde gerçekleşmemiştir. Aktif iletişimsel eylemler arasında bilgi seçmenin ortalaması 3,04, bilgi iletmenin 3,15 ve bilgi aramanın 2,70 olarak belirlenmiştir. Pasif iletişimsel eylemlerde ise bilgi keşfetmenin ortalaması 3,91, bilgi paylaşmanın 3,61 ve bilgi kabul etmenin 2,83'tür. Katılımcıların özellikle bilgi aramaktan çok bilgiyle karşılaştıkları durumlarda iletişime dâhil oldukları görülmektedir. Bu dağılım, katılımcıların genel olarak reaktif iletişim davranışlarını daha fazla sergilediklerinin ve problem çözmede aktif olma düzeylerinin görece sınırlı kaldığının bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

İletişimsel Eylemden Çevreci Davranışa

Araştırmanın temel sorularından biri, iklim değişikliğiyle ilgili iletişimsel eylemlerin çevreci davranışlarla ilişkili olup olmadığıydı. Analiz sonucunda iletişimsel eylem ile çevreci davranış arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur (standartlaştırılmış $\beta=0,28$; $p<0,001$). Ortaya çıkan bulgu, Durumsal Problem Çözme Teorisi ile Planlı Davranış Teorisi arasında kurulan bağlantının ampirik karşılığını oluşturmuştur.

İletişimsel eylem ile çevreci davranış arasındaki ilişkinin ortaya çıkması, iklim değişikliği hakkında bilgi arama, seçme, değerlendirme ve paylaşma gibi iletişim süreçlerinin davranıştan tamamen bağımsız olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte ilişkinin varlığı, iletişimsel eylemin tek başına çevreci davranış ürettiği biçiminde yorumlanmamalıdır. Modelde çevreci davranışın en güçlü doğrudan belirleyicilerinden biri davranış niyetidir. Davranış niyeti ile çevreci davranış arasındaki standartlaştırılmış yol katsayısı 0,43 olarak bulunmuştur ($p<0,001$).

Planlı Davranış Teorisi kapsamında tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün çevreci davranış niyetiyle ilişkileri de istatistiksel olarak anlamlıdır. Standartlaştırılmış katsayılar tutumlar için 0,19, öznel normlar için 0,13 ve

algılanan davranışsal kontrol için 0,33'tür. Bu üç değişken arasında davranış niyetiyle en güçlü ilişki algılanan davranışsal kontrolde görülmüştür. Problem farkındalığının davranış niyetiyle doğrudan ilişkili olması da modelde dikkat çeken sonuçlardan biridir. Problemin farkında olma ile çevreci davranış niyeti arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur (standartlaştırılmış $\beta=0,28$; $p<0,001$).

Duygular ve Problem Çözme Motivasyonu

Araştırmanın dikkat çekici sonuçlarından biri, iklim değişikliğine ilişkin duyguların modeldeki yeridir. Duygular ile problem çözmede durumsal motivasyon arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur (standartlaştırılmış $\beta=0,39$; $p<0,001$). Duyguların çevreci davranış niyetiyle ilişkisi de anlamlıdır (standartlaştırılmış $\beta=0,38$; $p<0,001$). Bulgular, iklim değişikliği karşısındaki iletişimsel ve davranışsal süreçlerin yalnızca bilişsel değerlendirmeler üzerinden açıklanamayacağını göstermektedir.

Duyguların rolü, yapısal modelin analizi sırasında ortaya çıkan endişenin aracılık etkisiyle daha belirgin hâle gelmiştir. Başlangıç modelinde problemin farkında olma ile problem çözmede durumsal motivasyon arasında doğrudan bir ilişki öngörülmüştür. Bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı olmakla birlikte görece zayıf kalmıştır. Modelin modifikasyon indekslerinin incelenmesi sonucunda problem farkındalığı ile endişe arasında güçlü bir ilişki bulunduğu görülmüş ve bu yol modele eklenmiştir. Problem farkındalığından endişeye uzanan standartlaştırılmış yol katsayısı 0,74'tür.

Yapılan dolaylı etki analizinde problem farkındalığı ile durumsal motivasyon arasındaki endişe üzerinden gerçekleşen dolaylı etkinin katsayısı 0,33 olarak bulunmuştur. Bu sonuç doğrultusunda endişenin problem farkındalığı ile problem çözmede durumsal motivasyon arasında aracı bir rol oynadığı belirlenmiş ve söz konusu ilişki nihai modele eklenmiştir.

Araştırma bulguları bir bütün olarak değerlendirildiğinde, iklim değişikliği karşısındaki eylemin tek bir faktör üzerinden açıklanamadığı görülmektedir. Problem algıları iletişimsel motivasyonla, motivasyon iletişimsel eylemle, iletişimsel eylem ise çevreci davranışla ilişkilidir. Davranış tarafında tutumlar, öznel normlar ve özellikle algılanan davranışsal kontrol davranış niyetiyle bağlantılıdır; davranış niyeti de çevreci davranışla ilişkilidir. Duygular ise hem iletişimsel motivasyon hem de davranış niyetiyle bağlantı kurmakta; endişe özelinde problem farkındalığı ile motivasyon arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

Hedef Kitle Segmentasyonu ve Davranış Farklılıkları

Araştırmanın ikinci boyutunda, katılımcıların iklim değişikliği karşısındaki konumları Durumsal Problem Çözme Teorisi çerçevesinde belirlenmiştir. Segmentasyon sonucunda 251 katılımcının 116'sı (%46,2) bilinçli hedef kitle, 94'ü (%37,4) aktif hedef kitle, 22'si (%8,8) örtük hedef kitle olarak sınıflandırılmıştır. Katılımcıların 19'u (%7,6) ise hedef kitle dışında kalmıştır.

Bu dağılım, örneklemin büyük bölümünün iklim değişikliğinin farkında olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte farkındalık ile aktiflik aynı şeyi ifade etmemektedir. En geniş grubu oluşturan bilinçli hedef kitle, problemin farkında olmakla birlikte aktif hedef kitleden farklı bir konumda yer almaktadır. Örneklemin yaklaşık üçte birinden fazlasının aktif hedef kitle içinde bulunması ise iklim değişikliğiyle ilgili problem algısı, ilgilenim ve kısıt algısı bakımından daha yüksek bir aktiflik potansiyeline sahip önemli bir grubun bulunduğunu göstermektedir.

Hedef kitlelerin demografik özelliklere göre farklılaşım farklılaşmadığı da incelenmiştir. Yapılan analizlerde hedef kitle türleri ile cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Cinsiyet

için $\chi^2=8,930$ ($p=0,137$), yaş için $\chi^2=9,935$ ($p=0,152$), eğitim düzeyi için ise $\chi^2=8,182$ ($p=0,109$) olarak hesaplanmıştır. Sonuç olarak, örneklemede bir kişinin örtük, bilinçli ya da aktif hedef kitle içinde yer alması söz konusu demografik özellikler üzerinden açıklanamamıştır.

Hedef kitleler arasındaki farklılık, çevreci davranışlar incelendiğinde daha belirgin hâle gelmiştir. Elektronik cihazların kullanılmadığında prizden çekilmesi, toplu taşıma kullanımı, kırmızı et tüketiminin azaltılması, plastik kullanımının azaltılması ve geri dönüşüme katkıda bulunma davranışlarının tamamında hedef kitle grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Genel örüntü, aktif hedef kitlenin çevreci davranış ortalamalarının daha yüksek olmasıdır. Örneğin elektronik cihazları kullanılmadığında prizden çekme davranışının ortalaması hedef kitle dışındaki grupta 2,53 iken örtük hedef kitlede 3,81, bilinçli hedef kitlede 4,21 ve aktif hedef kitlede 4,44'tür. Toplu taşıma kullanımında aynı sıra 1,95; 3,13; 3,49 ve 3,81 olarak gerçekleşmiştir. Geri dönüşüme katkıda bulunmada ise hedef kitle dışındaki grubun ortalaması 1,90 iken aktif hedef kitlenin ortalaması 4,25 olmaktadır.

Bununla birlikte hedef kitle türleri arasındaki farklılık bütün davranışlarda aynı ölçüde ortaya çıkmamıştır. Hedef kitle dışında kalan grup bütün çevreci davranışlarda diğer gruplardan anlamlı biçimde farklılaşırken, örtük ve bilinçli hedef kitle arasındaki anlamlı fark sadece plastik kullanımını azaltma davranışında görülmüştür. Bilinçli ve aktif hedef kitleler ise plastik kullanımını azaltma ve geri dönüşüme katkıda bulunma davranışlarında anlamlı biçimde farklılaşmıştır.

Davranış türünün kendisi de önem taşımaktadır. Örtük, bilinçli ve aktif hedef kitlelerin tamamında en yüksek ortalamaya sahip çevreci davranış elektronik cihazları kullanılmadığı zaman prizden çekerek enerji tasarrufu sağlamak, en düşük ortalamaya sahip davranış ise kırmızı et tüketimini azaltmaktır.

Hedef kitleler aktivist davranışlar bakımından karşılaştırıldığında bütün analizler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yedi aktivist davranışın tamamında hedef kitle dışında kalan grubun ortalamaları diğer gruplardan daha düşüktür. Aktif hedef kitle ise bütün aktivist davranışlarda en yüksek ortalamalara sahiptir. Bununla birlikte aktif hedef kitlenin ortalamaları 2,99 ile 3,44 arasında değişmektedir; buna bağlı olarak bu grubun “aktif” olarak sınıflandırılması, bütün aktivist davranışların yüksek sıklıkta gerçekleştirildiği anlamına gelmemektedir.

Gruplar arasındaki farklar, davranışa göre değişmektedir. Örtük ve aktif hedef kitleler yedi aktivist davranışın beşinde anlamlı biçimde farklılaşırken, örtük ve bilinçli hedef kitleler iki davranışta; bilinçli ve aktif hedef kitleler ise yine iki davranışta birbirinden ayrılmıştır.

Aktivist davranış ortalamalarının çevreci davranışlara kıyasla daha sınırlı kalması da dikkate değerdir. Aktif hedef kitlede dahi aktivist davranış ortalamalarının en yüksek 3,44’tür; buna karşılık aynı grubun elektronik cihazlarda enerji tasarrufu, plastik kullanımını azaltma ve geri dönüşüm davranışlarındaki ortalamaları 4’ün üzerindedir. Ortaya çıkan fark, gündelik çevreci davranışlar ile daha kamusal ve kolektif nitelik taşıyan aktivist davranışların aynı katılım düzeyini gerektirmediğini göstermektedir.

Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Araştırmanın bulguları, iklim değişikliği karşısında iletişimsel eylem ile çevreci davranışın birbirinden bağımsız süreçler olmadığını göstermektedir. Durumsal Problem Çözme Teorisi ile Planlı Davranış Teorisi’nin aynı model içinde ele alınması, problem algısından iletişimsel eyleme ve çevreci davranışa uzanan ilişkilerin birlikte incelenmesini mümkün kılmıştır. Modelde iletişimsel eylem ile çevreci davranış arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin bulunması, iki kuramsal yaklaşım arasında kurulan temel bağlantıyı desteklemiştir.

Durumsal Problem Çözme Teorisi'nin iletişimsel eylemle sonlanan açıklama çerçevesini davranış boyutuyla ilişkilendirmesi araştırmanın temel katkılarından biridir.

Durumsal Problem Çözme Teorisi kapsamında elde edilen sonuçlarda problem çözmede durumsal motivasyon ile iletişimsel eylem arasındaki güçlü ilişki öne çıkmaktadır. Bireylerin iklim değişikliğini çözülmesi gereken bir problem olarak değerlendirmelerinin ötesinde, problemle ilgilenmeye ve çözümüne katkıda bulunmaya yönelik motivasyon geliştirmeleri, iletişimsel aktiflikle yakından ilişkilidir. Bununla birlikte bu motivasyonun oluşumunda problem farkındalığı, ilgilenim ve kısıt algısı aynı ağırlığa sahip değildir. Araştırmada kısıt algısının durumsal motivasyon üzerindeki etkisi ilgilenim düzeyinden daha güçlü bulunmuştur. Bu sonuç, durumsal motivasyon üzerinde ilgilenim düzeyinin daha belirleyici olduğunu gösteren Chen vd. (2017) ile Shin ve Han'ın (2016) bulgularından farklılaşmaktadır.

Kısıt algısının bu ölçüde belirleyici olması, iklim değişikliğini önemli ve kişisel olarak ilgili bulmakla harekete geçebileceğine inanmak arasındaki ayrımı görünür kılmaktadır. Bireyler iklim değişikliğini kendileri ve değer verdikleri kişiler açısından ciddi bir sorun olarak görebilir; ancak kendi katkılarının sınırlı olduğunu, karar vericiler üzerinde etkilerinin bulunmadığını veya harekete geçmenin önünde aşılması güç engeller olduğunu düşündüklerinde problem çözmeye yönelik motivasyonları zayıflayabilir. Araştırmanın sonuçları, farkındalık ve ilginliğin yüksek olmasının tek başına iletişimsel aktifliği açıklamak için yeterli olmadığını göstermektedir.

Bu bulgu, araştırmanın gerçekleştirilmesinden sonra çevreci davranış literatüründe daha belirgin hâle gelen yapısal kısıt tartışmalarıyla birlikte değerlendirildiğinde ayrıca anlam kazanmaktadır. Steg (2023), bireylerin iklim eylemine yönelik motivasyonlarının yüksek olmasının, önemli davranışsal engellerle karşılaştıkları durumlarda eylem için yeterli olmayabileceğini; geniş ölçekli iklim eyleminin bireysel

motivasyonun yanı sıra davranışı mümkün kılan sistemsel değişiklikleri de gerektirdiğini vurgulamaktadır. Benzer biçimde, Nielsen ve arkadaşlarının (2024) çevreci davranışın önündeki engellere ilişkin nitel araştırmaları inceleyen derlemesi; maliyet, fiziksel ve altyapısal koşullar ile kurumsal desteğin yetersizliği gibi etkenlerin çevreci davranışları sınırlandırabildiğini göstermektedir. Hirth ve arkadaşları (2023) da sürdürülebilir yaşam tarzlarına geçişin önündeki engelleri ekonomik, politik, teknolojik ve toplumsal düzeylerde ele alarak yüksek maliyetler, yetersiz politikalar ve altyapısal kilitlenmelerin bireysel eylem olanaklarını şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede araştırmada kısıt algısının durumsal motivasyon üzerindeki güçlü etkisi, yalnızca bireylerin iklim değişikliği karşısında kendilerini psikolojik olarak ne ölçüde engellenmiş hissettikleri üzerinden yorumlanmamalıdır. Algılanan kısıtlar, bireyin içinde hareket ettiği ekonomik, kurumsal ve altyapısal koşullarla da ilişkili olabilir. Araştırmada bu yapısal koşullar doğrudan ölçülmediği için böyle bir ilişki ampirik bir bulgu olarak ileri sürülemez; ancak güncel literatür, kısıt algısına ilişkin bulgunun ileriki araştırmalarda bireysel ve yapısal koşullar birlikte ele alınarak incelenmesi gerektiğine işaret etmektedir.

İletişimsel eylemin alt boyutları da dikkate değerdir. Katılımcıların bilgi arama düzeyi görece düşükken karşılarna çıkan bilgiyi keşfetme ve paylaşma davranışlarının daha yüksek olması, iklim değişikliği konusunda iletişimsel etkinliğin ağırlıklı olarak reaktif biçimde gerçekleştiğini göstermiştir. Bu sonuç, iklim değişikliğiyle ilgili bilgiye maruz kalmak ile bilinçli olarak bilgi aramak arasındaki ayrımın önemini ortaya koymaktadır. Bir bireyin iklim içeriğiyle karşılaşması, bu konuda aktif biçimde araştırma yaptığı anlamına gelmemektedir. Bu nedenle iletişimsel olarak aktif olmak yalnızca bilgiye erişim veya maruz kalma üzerinden değerlendirilmemelidir.

Araştırmanın önemli sonuçlarından biri de iletişimsel eylem ile çevreci davranış arasında anlamlı bir ilişkinin ortaya çıkmasıdır. Fakat bu ilişki, daha fazla iletişimsel etkinliğin doğrudan daha fazla çevreci davranış ürettiği biçiminde yorumlanmamalıdır. Araştırma kesitsel niteliktedir ve model değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymaktadır; nedensel yönü kesin olarak belirlememektedir. Ayrıca çevreci davranış modelde yalnızca iletişimsel eylemle değil, davranış niyeti ve onu biçimlendiren değişkenlerle de ilişkilidir. Araştırmanın önemi, iletişimsel eylemi davranışın oluştuğu daha geniş ilişkiler ağına dâhil etmesinden kaynaklanmaktadır.

Planlı Davranış Teorisi kapsamında elde edilen bulgular, tutumların, öznel normların ve algılanan davranışsal kontrolün çevreci davranış niyetiyle ilişkili olduğunu göstermiştir. Bunlar arasında davranış niyetiyle en güçlü ilişki algılanan davranışsal kontrolde ortaya çıkmış ve bu sonuç davranışsal kontrolün önemine işaret eden önceki ampirik çalışmalarla örtüşmüştür (Liu, Liu ve Mo, 2020; Ru, Qin ve Wang, 2019). Bulgular, bireylerin çevreci davranışları olumlu değerlendirmelerinin yanında söz konusu davranışları gerçekleştirebileceklerine ilişkin değerlendirmelerinin de dikkate alınması gerektiğini göstermektedir.

Araştırmada duyguların model içindeki konumu, bilişsel ve davranışsal süreçler arasındaki ilişkiye önemli bir boyut eklemiştir. İklim değişikliğine yönelik duygular hem problem çözmede durumsal motivasyon hem de çevreci davranış niyetiyle ilişkili bulunmuştur. Daha dikkat çekici olan sonuç, endişenin problem farkındalığı ile durumsal motivasyon arasındaki ilişkide aracı bir rol üstlenmesidir. Problem farkındalığından endişeye uzanan ilişkinin güçlü olması ve endişe üzerinden gerçekleşen dolaylı etkinin ortaya çıkması, iklim değişikliğini bir problem olarak fark etmenin yalnızca bilişsel bir değerlendirmeden ibaret olmadığını göstermektedir.

Araştırmanın ikinci önemli katkısı, iklim değişikliği konusunda hedef kitlelerin problem farkındalığı, ilgilenim

ve kısıt algısı temelinde ayrıştırılmasıdır. Segmentasyon sonucunda katılımcıların %46,2'si bilinçli, %37,4'ü aktif, %8,8'i örtük hedef kitle olarak sınıflandırılmış; %7,6'sı ise hedef kitle dışında kalmıştır. Buna göre örneklemin %83,6'sı iklim değişikliği konusunda bilinçli veya aktif hedef kitle içinde yer almaktadır.

Bu dağılım, araştırmanın gerçekleştirildiği dönemde Türkiye'deki iklim değişikliği algısına ilişkin bulgularla birlikte değerlendirilebilir. İklim Haber ve KONDA tarafından 2020 yılında gerçekleştirilen araştırmada katılımcıların %71,4'ü iklim değişikliğini insan kaynaklı bir kriz olarak değerlendirmiştir (Doğru vd., 2020). Bununla birlikte, iki araştırmada kullanılan ölçütler birbirinden farklıdır. KONDA araştırmasındaki oran iklim değişikliğinin insan kaynaklı olduğuna ilişkin değerlendirmeyi yansıtırken, bu araştırmadaki hedef kitle sınıflandırması problem farkındalığı, ilgilenim ve kısıt algısının birlikte değerlendirilmesine dayanmaktadır. Bu nedenle söz konusu istatistikler mutlak bir karşılaştırılabilirlik iddiası taşımaksızın; Türkiye'de iklim değişikliğine ilişkin farkındalığın araştırmanın gerçekleştirildiği dönemdeki genel görünümünü çerçeveleyen bağlamsal veriler olarak ele alınmalıdır.

Araştırma örnekleminin üniversite öğrencilerinden oluşması da segmentlerin dağılımı değerlendirilirken dikkate alınmalıdır. Eğitim ile çevresel tutum ve davranışlar arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar, eğitim düzeyinin çevresel katılımı ilişkili olabileceğine işaret etmektedir (Davis, Le ve Coy, 2011; Gelissen, 2007; Vicente, Marques ve Reis, 2021). Mevcut araştırmada hedef kitle türlerinin eğitim düzeyine göre anlamlı biçimde farklılaşmadığı göz önünde bulundurulduğunda, bilinçli ve aktif hedef kitlelerin yüksek oranını yalnızca eğitimle açıklamak mümkün değildir. Bu sonuç, örneklemin özelliklerinin yanı sıra bireylerin iklim değişikliği problemiyle kurdukları ilişkinin de dikkate alınmasını gerektirmektedir.

Hedef kitle türlerinin yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyine göre anlamlı biçimde farklılaşmaması ise segmentasyon açısından daha temel bir sonuç ortaya koymaktadır. Demografik bir farklılaşma olmamasına rağmen, hedef kitleler çevreci ve aktivist davranışlar bakımından farklılaşmıştır. Sonuçlar, hedef kitleyi yapısal özellikleri yerine problem odaklı konumlandırımlarıyla analiz eden durumsal yaklaşımın bilimsel değerini ortaya koymaktadır.

Çevreci davranışlarda genel örüntü, aktif hedef kitlenin daha yüksek davranış ortalamalarına sahip olmasıdır. Üç hedef kitle türünde en yüksek ortalama sahip davranış elektronik cihazların kullanılmadığında prizden çekilmesi yoluyla enerji tasarrufu sağlanması, en düşük ortalama sahip davranış ise kırmızı et tüketiminin azaltılmasıdır. Davranışlar arasındaki bu farklılık, çevreci davranışın tek bir kategori gibi ele alınmasının sınırlılığını göstermektedir. Maliyet, alışkanlık, gündelik yaşam düzeni ve davranışın gerektirdiği değişimin düzeyi, farklı çevreci davranışların gerçekleştirilme olasılığını farklılaştırabilir.

Aktivist davranışlarda ise hedef kitleler arasındaki farklılaşma daha belirgin bir görünüm sergilemektedir. Aktif hedef kitle, incelenen aktivist davranışların tamamında en yüksek ortalamalara sahip olmakla birlikte, bu gruptaki ortalamaların 2,99 ile 3,44 arasında değişmesi, aktif hedef kitle içinde yer almanın yüksek düzeyde aktivist katılımı ile eş anlamlı olmadığını göstermektedir. Aktivizme yönelik toplumsal algılar bu durumu anlamlandırmada dikkate alınabilecek etkenlerden biridir. Bashir ve arkadaşları (2013), çevre aktivistlerinin bazı kişiler tarafından militan, saldırgan veya eksantrik gibi olumsuz stereotiplerle ilişkilendirilebildiğini ve bu algıların çevre yanlısı toplumsal değişim açısından istenmeyen sonuçlar doğurabileceğini göstermiştir. Stuart, Thomas ve Donaghue (2018) ise çevreci eylemlerde bulunan bireylerin dahi kendilerini tipik aktivist imgesiyle özdeşleştirmekten kaçınabildiklerini ortaya koymuştur. İlgili bu çalışmalar, aktivist kimliğine

ilişkin toplumsal temsillerin kolektif eyleme katılım açısından bir mesafe yaratabileceğini düşündürmektedir. Mevcut araştırmada aktivistlere yönelik algılar ve aktivist kimliğiyle özdeşleşme doğrudan ölçülmediğinden, aktif hedef kitlenin görece sınırlı aktivist davranış düzeyini bu faktörlere bağlamak mümkün değildir. Söz konusu literatür, bulguyu açıklayan bir neden olmaktan çok, ileriki araştırmalarda sınanabilecek olası mekanizmalara işaret etmektedir.

Aktivist davranışların kendi içinde de önemli farklılıklar bulunmaktadır. Araştırmada bir şirketi boykot etmek ve çevreci gruplara bağış yapmak gibi görece daha düşük katılım maliyeti taşıyan davranışların; hükümet yetkilileriyle iletişime geçmek veya çevreye zarar verebilecek projelere karşı şiddet içermeyen eylemlere katılmak gibi daha fazla zaman, çaba ve kamusal katılım gerektiren davranışlardan daha yüksek düzeyde gerçekleştirildiği görülmüştür. Bu farklılaşma, çevresel aktivizme katılımın eylemin gerektirdiği maliyet ve bağlılık düzeyine göre değişebildiğini gösteren çalışmalarla uyumludur (Gonzalez vd., 2021). Leiserowitz ve arkadaşlarının (2019) ABD’de gerçekleştirdiği araştırmada da hükümet yetkilileriyle doğrudan temas gibi daha fazla çaba gerektiren politik davranışların, imza kampanyasına katılma gibi daha erişilebilir eylemlere kıyasla daha düşük düzeyde gerçekleştiği görülmüştür.

Araştırmada bütün hedef kitle türlerinde en yüksek düzeyde gerçekleştirilen aktivist davranışın çevreye zarar verdiği düşünülen bir şirketi boykot etmek olması bu açıdan ayrıca dikkat çekicidir. Leiserowitz ve arkadaşları (2019) da iklim değişikliğiyle ilgili kurumsal tutumları nedeniyle şirketleri tüketim tercihleri aracılığıyla ödüllendirme ya da cezalandırma davranışlarının kamusal katılımın bir parçasını oluşturduğunu göstermektedir. Boykotun araştırmadaki konumu, aktivizmin yalnızca protesto, örgüt üyeliği veya karar vericilerle doğrudan temas gibi yüksek görünürlüğe sahip eylemler üzerinden tanımlanamayacağına işaret etmektedir. Tüketim tercihinin

belirli bir şirketin çevresel faaliyetlerine yönelik tutumun ifade edilmesinde kullanılması, gündelik tüketim davranışının politik ve çevresel bir talep taşıyabildiği tüketici aktivizmi biçimlerinden biridir.

Bu sonuçlar aynı zamanda aktivist davranışı tek ve homojen bir kategori olarak değerlendirmenin sınırlılığını ortaya koymaktadır. Araştırmada aktif hedef kitlenin çevreci davranışlarda belirgin biçimde yüksek değerlere ulaşmasına karşın, daha fazla zaman, görünürlük ve kamusal bağlılık gerektiren aktivist davranışların aynı düzeyde gerçekleşmemesi, çevreci davranış ile aktivizmin basit bir aktiflik çizgisinin ardışık aşamaları olmadığını düşündürmektedir. İklim aktivizmini “katılmak ya da katılmamak” şeklindeki ikili kategorizasyondan uzaklaşarak farklı yoğunluk ve biçimlerdeki eylem repertuvarları üzerinden değerlendirmek daha açıklayıcıdır.

Araştırmanın iki temel boyutu birlikte değerlendirildiğinde genel bir sonuç ortaya çıkmaktadır. İklim değişikliği karşısında problemi fark etmek, problem hakkında iletişim kurmak, gündelik davranışları değiştirmek ve kolektif eyleme katılmak birbirinin yerine kullanılabilecek göstergeler değildir. Aralarında ilişkiler bulunmaktadır; ancak bu ilişkiler farklı bilişsel, duygusal ve durumsal koşullar altında biçimlenmektedir. Araştırmanın Durumsal Problem Çözme Teorisi ile Planlı Davranış Teorisi’ni bütünleştiren yapısının temel katkısı da bu ayrımları aynı açıklama çerçevesinde görünür kılmasıdır.

Sonuç: İklim Değişikliği İletişimi İçin Çıkarımlar

İletişimin Sınırları: Her Sorun İletişimle Çözülebilir mi?

İklim iletişimi literatüründe uzun süre etkili olan bilgi eksikliği yaklaşımı, insanların yeterli ve doğru bilgiye sahip olduklarında sorunu daha iyi anlayacakları ve davranışlarını buna göre şekillendirecekleri varsayımına dayanıyordu. Oysa bilgi sahibi olma ve olumlu yönelim, davranış değişikliği için her zaman yeterli olmayabilir. Psikolojik etkenlerin yanında maliyet, zaman, erişim ve altyapı gibi maddi koşullar da insanların hangi eylemleri gerçekleştirebileceklerini biçimlendirmektedir. İletişim belirli tutum, niyet ve davranışları etkileyebilse de tüm engelleri ortadan kaldıramaz (De Vries, 2020; Chatterjee, Thongprasert ve Some, 2024; Herberz vd., 2026). İletişim ile eylem arasındaki ilişki, davranışın gerçekleştiği koşullardan bağımsız değerlendirilemez (Gifford, 2011; De Vries, 2020).

Bu kitabın temel aldığı araştırmada, “kısıt algısı” ile “problem çözme motivasyonu” arasındaki ilişki bahsi geçen yapısal zorlukları özetlemektedir. Elbette araştırmada ölçülen kısıt algısı, bireylerin gerçek hayatta karşılaştığı tüm altyapısal veya ekonomik engelleri kapsamaz. Ancak, bireyin kriz karşısında kendi hareket alanını ne kadar dar hissettiğinin, onun iletişimsel olarak eyleme geçmesini nasıl doğrudan etkilediğini gösterir. Diğer bir deyişle, kişi iklim krizinin ciddiyetinin ne

kadar farkında olursa olsun, çözüme bir katkı sunamayacağını hissettiğinde iletişime ve eyleme kapanmaktadır. İşte bu yüzden iklim krizindeki eylemsizlik tablosu duyarsızlıkla eş tutulamaz; insanların harekete geçmemesi konuyu yeterince önemsemedikleri varsayımına indirgenemez.

İletişimin sınırı, iletişim sürecinin maddi, kurumsal veya politik bir problemi çözmesinin beklendiği noktada belirginleşir. Sınırları tanımak ve tanımlamak iletişimin değerini azaltmaz; hangi değişimlerin iletişimle desteklenebileceğini, hangilerinin ise iletişimin ötesinde müdahaleler gerektirdiğini ayırt etmeyi sağlar.

Hedef Kitleyi Anlamak mı, Yönetmek mi?

Hedef kitle segmentasyonu, iklim değişikliği karşısında homojen bir kamuoyu bulunmadığını görünür kılan analitik bir çerçevedir. Farklı segmentasyon yöntemleri, insanların iklim değişikliğine ilişkin inançları, risk algıları, ilgilenimleri ve iletişim davranışları bakımından farklı konumlarda bulunabildiğini ortaya koymaktadır (Hine vd., 2014; Leiserowitz vd., 2021).

Farklı grupların problemle kurdukları ilişkiyi anlamak amacıyla kullanıldığında segmentasyon açıklayıcı bir araçtır. Hedef kitleler önceden belirlenmiş bir tutuma veya davranışa en etkili biçimde yöneltilecek gruplar olarak görüldüğünde ise farklılığı anlamamanın aracından davranışı yönetmenin aracına dönüşme riski taşır. Badullovich (2023), tek yönlü ve etkilemeye odaklı stratejik iletişimin sınırlarından hareketle iklim iletişiminin ilişki kurma ve üretken tartışma koşullarını geliştiren bir katılım anlayışına genişletilmesini önermektedir.

Bu bağlamda hedef kitlenin nasıl kavramsallaştırıldığı önem kazanır. Hedef kitle, davranışı değiştirilmesi gereken bir nesne olarak görülebileceği gibi; problemi tanımlayan, bilgi arayan, itiraz eden, çözüm öneren ve başka aktörlerle ilişki kuran bir iletişim aktörü olarak da düşünülebilir. Katılımcı ve müzakereci yaklaşımlar bu ikinci anlayış doğrultusunda

dinleme, karşılıklılık, yerel bilgi ve kamusal katılıma alan açmaktadır (Muradova, Walker ve Colli, 2020).

Segmentasyonun değeri, kullanılan teknikten bağımsız biçimde, doğrudan kullanım amacına ve yöntemine dayanır. Farklılıkları tanımaya odaklanan segmentasyon ile davranışı optimize etmeyi hedefleyen segmentasyon pratikleri, temelde farklı iletişim anlayışlarını temsil eder. Bu bağlamdaki tartışmalar da stratejik perspektifi koruyarak etkili iletişimin, hedef kitlelerin faillik ve katılım alanını daraltmadan nasıl inşa edileceğine odaklanmaktadır.

Bireysel Sorumluluktan Kolektif Değişime

Bireysel davranış değişikliği iklim azaltımının bir parçasıdır; ancak insanların bireysel kurumsal kararlardan bağımsız değildir. IPCC'nin talep taraflı azaltım yaklaşımı da davranış değişikliğini altyapı, teknoloji ve sosyokültürel değişimle birlikte değerlendirmektedir (IPCC, 2022). Bireysel eylem ile sorumluluğun bireyselleştirilmesini birbirinden net biçimde ayırmak gerekir. Brownstein, Kelly ve Madva (2022), iklim değişikliğine ilişkin bireyci ve yapısalcı açıklamaların birbirine rakip olarak kurulmasının sınırlarını tartışmaktadır. Buradaki temel açmaz, bireysel davranışın taşıdığı önemden tamamen bağımsız biçimde, doğrudan yapısal dönüşüm zorunluluğunun yerine geçirilmesidir. Anjum ve Aziz (2026) de bireylere sorumluluk yüklenirken devletlerin, şirketlerin ve emisyonları şekillendiren sistemlerin hesap verebilirliğinin geri plana itilmesinin bir "sorumluluk-güç boşluğu" yaratabileceğine dikkat çekmektedir.

Bireysel çevreci davranışın politik veya kolektif eyleme kendiliğinden dönüşeceği de varsayılmaz. Sparkman ve arkadaşları (2025), kişisel ve politik eylemi birlikte ele alan iklim çözümü anlatılarının her iki eylem biçimine yönelik isteklilikle ilişkili olduğunu bildirirken, Luo ve arkadaşları (2025) kişiselleştirilmiş emisyon geri bildiriminin bireysel düzeyde sonuç üretmesinin yurttaşlık temelli iklim niyetlerinde

aynı karşılığı yaratmayabileceğine işaret etmektedir. Buradaki ayrım, kitabın çevreci davranış ile aktivizm arasında kurduğu kavramsal sınırı tamamlamaktadır: Düşük karbonlu bir tüketici olmak ile iklim politikalarının oluşumuna katılan bir yurttaş olmak aynı eylem biçimi değildir.

Kolektif yeterlik, bireysel ve sistemsal eylem arasındaki bağlantının kurulabileceği alanlardan biridir. İnsanların ortak çabaların sonuç yaratabileceğine ilişkin değerlendirmeleri, çevresel eylemin bireysel maliyet ve faydaların ötesinde grup süreçleri ve kolektif eylem üzerinden düşünülmesini gerektirmektedir (Barth vd., 2021).

İklim iletişimi bireyi sadece bir tüketici olarak düşündüğünde eylem alanını özel yaşama daraltabilir, yalnızca “sistem değişmeli” dediğinde ise bireyin bu değişimdeki rolünü belirsiz bırakabilir. Bireysel eylemlerin hangi kolektif, kurumsal ve politik değişim süreçleriyle ilişkilendirilebildiğini tartışmak kaçınılmazdır.

İklim İletişimine Ne Zaman Başarılı Diyebiliriz?

İklim iletişiminin başarısını tanımlamak, iletişimden ne beklendiğini açıklığa kavuşturmayı gerektirir. Farkındalık yaratmak, bilimsel bilgiyi anlaşılır kılmak, davranış niyetini değiştirmek, politika desteğini artırmak veya kolektif katılımı güçlendirmek farklı sonuçlardır. Son dönem çalışmalar iletişimin sonuçlarını bilgi ve tutumun ötesinde bilgi arama ve paylaşma, kişiler arası konuşma, yeterlik, güven, politika desteği, yurttaş katılımı ve kolektif eylem gibi alanlarda da değerlendirmektedir (Choi ve Hart, 2021; Badullovich vd., 2025; Dayton vd., 2024). Katılımcı ve müzakereci yaklaşımlar ise diyalog, katılımın niteliği ve karar süreçlerinde söz sahibi olma gibi ölçütleri gündeme getirmektedir (Muradova vd., 2020; Ainscough ve Willis, 2024).

Burada araçsal ve katılımcı başarı arasında kavramsal bir ayrım vardır. Araçsal anlayış iletişimi önceden belirlenmiş bir

sonuca ulaşmanın aracı olarak değerlendirir: Mesaj tutumu değiştirdi mi? Politika desteğini artırdı mı? Davranışı etkiledi mi? Herberz ve arkadaşlarının (2026) kontrollü deneyleri kapsayan meta-analizi, iklim iletişimi stratejilerinin iklimle ilişkili sonuçlar üzerinde ortalama olarak küçük fakat pozitif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılımcı başarı anlayışı farklı sorular sorar: İnsanlar problem tanımına katılabildi mi? Farklı görüşler duyulabildi mi? İletişim ortak anlam üretimini ve kararların meşruiyetini güçlendirdi mi? Burada başarı, insanların önceden belirlenmiş bir sonuca ne ölçüde ikna edildiğinin yanında, problem ve çözüm hakkında söz sahibi olabilecekleri koşulların niteliğiyle de ilgilidir. Yurttaş meclisleri gibi müzakereci ortamlar, iklim iletişiminin politika desteğinin yanı sıra katılımın ve karar süreçlerinin niteliği açısından da ele alınabileceğine işaret etmektedir (Muradova vd., 2020; Ainscough ve Willis, 2024).

Araçsal ve katılımcı başarı ölçütleri birbirini dışlamak zorunda değildir; ancak her zaman aynı yöne de işaret etmeyebilir. Bir iletişim müdahalesi kısa vadede belirli bir politika için desteği artırırken hedef kitlenin karar sürecindeki söz hakkını genişletmeyebilir. Tersine, katılımcı bir süreç iletişimi başlatan aktörün başlangıçta öngörmediği talepler, itirazlar veya çözüm seçenekleri üretebilir. Böyle bir durumda “etkili iletişim” ile “anamlı katılım” arasındaki ilişki teknik olmaktan çıkar ve normatif bir soruya dönüşür: İletişimin başarısını kim, hangi amaç doğrultusunda ve hangi ölçütlerle tanımlamaktadır?

Bu gerilim stratejik iletişim açısından özellikle dikkate değerdir. Önceden belirlenmiş bir davranışsal sonucu maksimize etmek başarı olarak kabul edildiğinde, hedef kitlenin kendi problem tanımı veya alternatif çözüm önerileri ikincil hâle gelebilir. Buna karşılık yalnızca sürecin katılımcı niteliğine odaklanmak da iklim krizinin zaman baskısını ve emisyon azaltımı gibi maddi sonuçların ağırlığını gözden kaçırabilir. İklim iletişiminin değerlendirilmesindeki güçlük,

bu iki talebin her durumda kolaylıkla uzlaştırılamamasından kaynaklanmaktadır.

Bu kitabın dayandığı araştırmanın bulguları da iletişimsel eylem, davranış niyeti ve aktivist yönelimlerin aynı sürecin birbirini otomatik olarak izleyen aşamaları olarak ele alınamayacağını ortaya koymaktadır. Araştırmanın dikkate değer sonucu, tek bir değişkenin belirleyiciliğinden çok, problemle kurulan ilişkinin farklı boyutlarının farklı iletişimsel ve davranışsal sonuçlarla bağlantı kurmasıdır. İletişimin başarısını değerlendirmek de tek bir nihai sonuca ulaşmaktan çok, hangi iletişimsel sürecin hangi sonuçla ve hangi koşullar altında ilişkilendiğini açıklamayı gerektirir.

İletişim Neyi Mümkün Kılabilir?

Kitap boyunca yürütülen tartışmalar, iklim iletişimi araştırmaları açısından bir yön değişikliğine işaret etmektedir. İletişimin etkisini bilgi, tutum veya davranış niyetindeki değişimle sınırlamak, problemle kurulan ilişkinin diğer boyutlarını gözden kaçırabilir. İletişimsel eylem, yeterlik, kişiler arası iletişim, politika desteği ve kolektif katılım gibi sonuçların hangi koşullarda ortaya çıktığı ve birbirleriyle nasıl ilişkilendiği de araştırmanın konusu olmalıdır. İhtiyaç duyulan şey, ölçülen değişkenlerin sayısını artırmak yerine, hangi iletişimsel süreçlerin kimler için, hangi koşullarda ve hangi sonuçlara uzandığını göz önünde bulundurmaktır. Böylece “hangi mesaj işe yarıyor?” sorusu yerini daha açıklayıcı bir soruya bırakır: “Ne, kim için, hangi koşullarda ve hangi sonuca yol açıyor?”.

Uygulama açısından da başlangıç noktasının mesajdan önce amaçlanan değişim olması gerekir. Problem farkındalığını artırmak, bilgi aramayı desteklemek, uygulanabilir bir davranışı kolaylaştırmak, politika desteğini güçlendirmek ve karar süreçlerine katılımı artırmak farklı iletişim amaçlarıdır. Arzu edilen değişimin açık biçimde tanımlanması, hedef kitlenin nasıl ele alınacağını, hangi engel ve olanakların

dikkate alınacağını ve başarının neyle değerlendirileceğini de biçimlendirir. Uygulayıcı açısından temel soru böylece “en etkili mesaj nedir?” olmaktan çıkarak “hangi iletişim problemini, kimlerle ve hangi koşullar içinde çözmeye çalışıyoruz?” sorusuna dönüşür.

Bu yaklaşım hazır bir iletişim reçetesi sunmaz. Tam tersine, hazır reçetelerin sınırını görünür kılar. Problemi henüz tanımayan bir grupta yüksek kısıt algılayan bir gruba aynı iletişim hedefiyle yaklaşmak, erişilebilir olmayan bir davranışı daha güçlü biçimde teşvik etmek veya bireysel eylemi kurumsal sorumluluktan koparmak stratejik etkinliği sınırlandırabilir. İletişim tasarımının niteliği, mesajın yaratıcılığından önce amaç, hedef kitle, eylem olanakları ve başarı ölçütleri arasındaki uyuma bağlıdır.

İklim krizinin iletişimsel boyutu bu noktada belirginleşmektedir. İletişim, krizin fiziksel nedenlerini tek başına ortadan kaldırmaz fakat toplumların bu nedenleri nasıl anlamlandırdığını, sorumluluğu nasıl dağıttığını, hangi çözümleri meşru ve mümkün gördüğünü bizzat yapılandırır. İklim iletişimi açısından asıl soru, insanlara ne söyleyeceğimizden çok, iletişim yoluyla hangi değişimleri mümkün kılabileceğimizdir.

KAYNAKÇA

- Aggarwal, P., & Kadyan, A. (2014). Greenwashing: The darker side of CSR. *Indian Journal of Applied Research*, 4(3), 61–66. <https://doi.org/10.15373/2249555X/MAR2014/20>
- Ainscough, J., & Willis, R. (2024). Embedding deliberation: Guiding the use of deliberative mini-publics in climate policy-making. *Climate Policy*, 24(6), 828–842. <https://doi.org/10.1080/14693062.2024.2303337>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Alkış Küçükaydın, M. A. (2024). Predictors of climate change conspiracy beliefs: Collective narcissism, paranoid thoughts, and distrust in science. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06975-6>
- Anderson, A. (2009). Media, politics and climate change: Towards a new research agenda. *Sociology Compass*, 3(2), 166–182. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00188.x>
- Anjum, G., & Aziz, M. (2026). *Responsibilized and powerless? Unpacking the individualization of climate mitigation*. Energy Research & Social Science. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2026.104585>
- Arenas, D., Lozano, J. M., & Albareda, L. (2009). The role of NGOs in CSR: Mutual perceptions among stakeholders. *Journal of Business Ethics*, 88(1), 175–197. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0109-x>
- Ates, H. (2020). Merging theory of planned behavior and value identity personal norm model to explain pro-environmental behaviors. *Sustainable Production and Consumption*, 24, 169–180. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.006>
- Badullovich, N. (2023). From influencing to engagement: A framing model for climate communication in polarised settings. *Environmental Politics*, 32(2), 207–226. <https://doi.org/10.1080/09644016.2022.2052648>
- Badullovich, N., Kotcher, J., Myers, T. A., Rosenthal, S. A., Leiserowitz, A., & Maibach, E. (2025). Understanding six “key truths” about climate change predicts policy support, discussion, and political advocacy. *Climatic Change*, 178, 89. <https://doi.org/10.1007/s10584-025-03934-3>
- Ballantyne, A. G. (2016). Climate change communication: What can we learn from communication theory? *WIREs Climate Change*, 7(3), 329–344. <https://doi.org/10.1002/wcc.392>
- Barth, M., Masson, T., Fritsche, I., Fielding, K., & Smith, J. R. (2021). Collective responses to global challenges: The social psychology of pro-environmental action. *Journal of Environmental Psychology*, 74, 101562. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101562>
- Bashir, N. Y., Lockwood, P., Chasteen, A. L., Nadolny, D., & Noyes, I. (2013). The ironic impact of activists: Negative stereotypes reduce social change influence. *European Journal of Social Psychology*, 43(7), 614–626. <https://doi.org/10.1002/ejsp.1983>

- Bernroider, E. W. N., Harindranath, G., & Kamel, S. (2022). From connective actions in social movements to offline collective actions: An individual level perspective. *Information Technology & People*. <https://doi.org/10.1108/ITP-08-2020-0556>
- Bhalla, N. (2022). Examining the impact of issue salience, issue proximity, situational motivation, and communicative behaviors on environmental CSR outcomes. *Sustainability*, 14(5), 2763. <https://doi.org/10.3390/su14052763>
- Bhalla, N., & Shen, H. (2026). Testing a problem chain recognition model for environmental issues: Unpacking the effects of issue proximity and issue salience. *Public Relations Review*. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2026.102773>
- Birleşmiş Milletler. (t.y.). *Do you know all 17 SDGs?* <https://sdgs.un.org/goals>
- Blumer, H. (1946). Collective behavior. In A. M. Lee (Ed.), *New outlines of the principles of sociology* (pp. 167–222). Barnes & Noble.
- Bogert, J. M., Buczny, J., Harvey, J. A., & Ellers, J. (2024). The effect of trust in science and media use on public belief in anthropogenic climate change: A meta-analysis. *Environmental Communication*, 18(4), 484–509. <https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2280749>
- Bostrom, A., Morgan, M. G., Fischhoff, B., & Read, D. (1994). What do people know about global climate change? 1. Mental models. *Risk Analysis*, 14(6), 959–970.
- Boussalis, C., Coan, T. G., & Holman, M. R. (2018). Climate change communication from cities in the USA. *Climatic Change*, 149(2), 173–187. <https://doi.org/10.1007/s10584-018-2223-1>
- Bravo, I., Walter, S., Prasse, K., & Keuper, M. (2026). Visualizing climate change in the media: A systematic literature review, challenges, and future research. *Annals of the International Communication Association*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1093/anncom/wlag011>
- Breitmeier, H., & Rittberger, V. (2000). *Environmental NGOs in an emerging global civil society*. Universitätsbibliothek Tübingen.
- Brownstein, M., Kelly, D., & Madva, A. (2022). Individualism, structuralism, and climate change. *Environmental Communication*, 16(2), 269–288. <https://doi.org/10.1080/17524032.2021.1982745>
- Burns, T. W., O'Connor, D. J., & Stocklmayer, S. M. (2003). Science communication: A contemporary definition. *Public Understanding of Science*, 12(2), 183–202. <https://doi.org/10.1177/09636625030122004>
- Case, D. O., & Given, L. M. (2016). *Looking for information: A survey of research on information seeking, needs, and behavior* (4th ed.). Emerald Group Publishing.
- Chatterjee, J. S., Thongprasert, S., & Some, S. (2024). Communication, climate mitigation, and behavior change interventions: Understanding message design and digital media technologies. *Annual Review of Environment and Resources*, 49, 655–672. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-121322-070317>
- Chen, M.-F. (2016). Extending the theory of planned behavior model to explain people's energy savings and carbon reduction behavioral intentions to mitigate climate change in Taiwan-Moral obligation matters. *Journal of Cleaner Production*, 112, 1746–1753. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.043>

- Choi, S., & Hart, P. S. (2021). The influence of different efficacy constructs on energy conservation intentions and climate change policy support. *Journal of Environmental Psychology*, 75, 101618. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101618>
- Chen, Y. R. R., Hung-Baesecke, C. J. F., & Kim, J. N. (2017). Identifying active hot-issue communicators and subgroup identifiers: Examining the situational theory of problem solving. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(1), 124-147. <https://doi.org/10.1177/1077699016629371>
- Chon, M.-G., & Chung, A. (2024). Driving climate action via government public relations: The role of government-citizen relationships and situational perceptions. *Journal of Public Relations Research*. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2024.2354177>
- Chon, M.-G., Tam, L., Lee, H., & Kim, J.-N. (2023). Situational theory of problem solving (STOPS): A foundational theory of publics and its behavioral nature in problem solving. In *Public Relations Theory III: In the Age of Publics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003141396-6>
- Cleveland, M., Robertson, J. L., & Volk, V. (2020). Helping or hindering: Environmental locus of control, subjective enablers and constraints, and pro-environmental behaviors. *Journal of Cleaner Production*, 249, 119394. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119394>
- Cologna, V., & Siegrist, M. (2020). The role of trust for climate change mitigation and adaptation behaviour: A meta-analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 69, 101428. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101428>
- Connor, P., Harris, E., Guy, S., Fernando, J., Shank, D. B., Kurz, T., Bain, P. G., & Kashima, Y. (2016). Interpersonal communication about climate change: How messages change when communicated through simulated online social networks. *Climatic Change*, 136(3), 463-476. <https://doi.org/10.1007/s10584-016-1643-z>
- Contreras, A., Blanchard, M. A., Mouguiama-Daouda, C., & Heeren, A. (2024). When eco-anger (but not eco-anxiety nor eco-sadness) makes you change! A temporal network approach to the emotional experience of climate change. *Journal of Anxiety Disorders*, 102, 102822. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2023.102822>
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach*. Wiley-Blackwell.
- Csutora, M. (2012). One more awareness gap? The behaviour-impact gap problem. *Journal of Consumer Policy*, 35(1), 145-163. <https://doi.org/10.1007/s10603-012-9187-8>
- Çoker, E. N., Jebb, S. A., Stewart, C., Clark, M., & Pechey, R. (2022). Perceptions of social norms around healthy and environmentally-friendly food choices: Linking the role of referent groups to behavior. *Frontiers in Psychology*, 13, 974830. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.974830>
- Çömlekçi, M. F. (2025). Climate change communication in the post-normal era: The intersecting roles of independent journalists and fact-checkers. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2551987>
- Davis, J. L., Le, B., & Coy, A. E. (2011). Building a model of commitment to the natural environment to predict ecological behavior and willingness to sacrifice. *Journal of Environmental Psychology*, 31(3), 257-265.

- Dayton, L., Scherkoske, M., Countess, K., Balaban, A., Miller, J., Wang, J., Schneider, K., & Latkin, C. (2024). Evaluation of online training to promote peer diffusion of climate change activism in the US. *Frontiers in Communication*, 9, 1429264. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1429264>
- de Vries, G. (2020). Public communication as a tool to implement environmental policies. *Social Issues and Policy Review*, 14(1), 244–272. <https://doi.org/10.1111/sipr.12061>
- Demir, M. Ö., Gök Demir, Z., Karakaya, Ç., & Erendağ Sümer, F. (2024). Global warming communicative actions of publics in Türkiye: Utilizing fuzzy rule based system. *Heliyon*, 10(15), e35380. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35380>
- Detenber, B. H., Rosenthal, S., Liao, Y., & Ho, S. S. (2016). Audience segmentation for campaign design: Addressing climate change in Singapore. *International Journal of Communication*, 10, 4736–4758.
- Dewey, J. (1927). *The public and its problems*. Henry Holt and Company.
- Di Gregorio, M., Fatorelli, L., Paavola, J., Locatelli, B., Pramova, E., Nurrochmat, D. R., May, P. H., Brockhaus, M., Sari, I. M., & Kusumadewi, S. D. (2019). Multi-level governance and power in climate change policy networks. *Global Environmental Change*, 54, 64–77. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2018.10.003>
- Di Martino, L. (2024). Strategic authenticity in the promotion of a protest action on social media: The case of the School Strike 4 Climate in Sydney. *Communication Research and Practice*, 10(4), 426–444. <https://doi.org/10.1080/22041451.2024.2417140>
- Dilling, L., & Moser, S. C. (2007). Introduction. In S. C. Moser & L. Dilling (Eds.), *Creating a climate for change: Communicating climate change and facilitating social change* (pp. 1–27). Cambridge University Press.
- Doğru, B., Bağatır, B., & Pultar, E. (2020). *Türkiye’de iklim değişikliği ve çevre sorunları algısı*. <https://www.iklimhaber.org/wp-content/uploads/2020/11/konda-arastirma-rapor-2020s.pdf>
- Dono, M., Ayanian, A., & Tausch, N. (2025). A fight against all odds? The causal effects of perceived political efficacy and protest repression on motivation to engage in normative and non-normative climate protest. *Journal of Environmental Psychology*, 106, 102697. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2025.102697>
- Edelman. (2026). *2026 Edelman Trust Barometer: Trust amid insularity—Global report*. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2026-01/2026%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_01.21.26_0.pdf
- Ejaz, W., Altay, S., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2025). Trust is key: Determinants of false beliefs about climate change in eight countries. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448241250302>
- Eklöf, B., Vestergren, S., Wennerhag, M., & Klöckner, C. A. (2025). Remaining in or leaving climate activism—Insights from current and former activists on sustained engagement. *Social Movement Studies*. <https://doi.org/10.1080/14742837.2025.2562878>

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Faghmous, J. H., & Kumar, V. (2014). A big data guide to understanding climate change: The case for theory-guided data science. *Big Data*, 2(3), 155–163. <https://doi.org/10.1089/big.2014.0026>
- Feldman, L., & Hart, P. S. (2018). Is there any hope? How climate change news imagery and text influence audience emotions and support for climate mitigation policies. *Risk Analysis*, 38(3), 585–602. <https://doi.org/10.1111/risa.12868>
- Fielding, K. S., Hornsey, M. J., Thai, H. A., & Toh, L. L. (2020). Using ingroup messengers and ingroup values to promote climate change policy. *Climatic Change*. <https://doi.org/10.1007/s10584-019-02561-z>
- Filho, L. W. (2019). An overview of the challenges in climate change communication across various audiences. In W. Filho, B. Lackner, & H. McGhie (Eds.), *Communicating climate change across various audiences* (pp. 1–11). Springer.
- Fine, J. C. (2024). Refining relational climate conversations to promote collective action. *npj Climate Action*, 3, 10.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press.
- Geiger, N., & Swim, J. K. (2016). Climate of silence: Pluralistic ignorance as a barrier to climate change discussion. *Journal of Environmental Psychology*, 47, 79–90. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.05.002>
- Gelissen, J. (2007). Explaining popular support for environmental protection: A multilevel analysis of 50 nations. *Environment and Behavior*, 39(3), 392–415. <https://doi.org/10.1177/0013916506292014>
- Gerbaudo, P. (2024). From individual affectedness to collective identity: Personal testimony campaigns on social media and the logic of collection. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448221128523>
- Gifford, R. (2011). The dragons of inaction: Psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation. *American Psychologist*, 66(4), 290–302. <https://doi.org/10.1037/a0023566>
- Goldwert, D., & Vlasceanu, M. (2026). The role of information source in climate beliefs, behavioral commitments, and policy preferences. *Journal of Environmental Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2025.102896>
- Gonzalez, A. M., Reynolds-Tylus, T., & Skurka, C. (2021). Young adults' willingness to engage in climate change activism: An application of the theory of normative social behavior. *Environmental Communication*, 16(3), 388–407. <https://doi.org/10.1080/17524032.2021.2011368>
- Gonzalez, A., Vandenbosch, L., & Rousseau, A. (2023). A panel study of the relationships between social media interactions and adolescents' pro-environmental cognitions and behaviors. *Environment and Behavior*. <https://doi.org/10.1177/00139165231194331>
- Grau, M. (2025). Beyond “hope”: Constructive anger as a force in sustained climate action. *Pastoral Psychology*, 74, 113–129. <https://doi.org/10.1007/s11089-024-01196-x>

- Greijdanus, H., de Matos Fernandes, C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, C. A., Rosenbusch, H., & Postmes, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: Relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*, 35, 49–54. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>
- Grunig, J. E. (1997). A situational theory of publics: Conceptual history, recent challenges, and new research. In D. Moss, T. MacManus, & D. Verčič (Eds.), *Public relations research: An international perspective* (pp. 3–46). International Thompson Business Press.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Wilson.
- Guenther, L., Jörges, S., Mahl, D., & Brüggemann, M. (2024). Framing as a bridging concept for climate change communication: A systematic review based on 25 years of literature. *Communication Research*, 51(4), 367–391. <https://doi.org/10.1177/00936502221137165>
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action Vol I* (T. McCarthy, Trans.). Beacon Press.
- Hall, N. L., & Taplin, R. (2007). Solar festivals and climate bills: Comparing NGO climate change campaigns in the UK and Australia. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 18(4), 317–338. <https://doi.org/10.1007/s11266-007-9050-8>
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014.
- Helferich, M., Thøgersen, J., & Bergquist, M. (2023). Direct and mediated impacts of social norms on pro-environmental behavior. *Global Environmental Change*, 80, 102680. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2023.102680>
- Herberz, M., Uenal, F., Gouiran, M. D., Krainz, M., Pagel, L., Schmid, D., Spampatti, T., Vallaes Mora, I., & Brosch, T. (2026). A systematic review and meta-analysis of communication strategies to promote climate action. *Journal of Environmental Psychology*, 114, 103176. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2026.103176>
- Hine, D. W., Reser, J. P., Morrison, M., Phillips, W. J., Nunn, P., & Cooksey, R. (2014). Audience segmentation and climate change communication: Conceptual and methodological considerations. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 5(4), 441–459. <https://doi.org/10.1002/wcc.279>
- Hine, D. W., Reser, J. P., Phillips, W. J., Cooksey, R., Marks, A. D. G., Nunn, P., Watt, S. E., Bradley, G. L., & Glendon, A. I. (2013). Identifying climate change interpretive communities in a large Australian sample. *Journal of Environmental Psychology*, 36, 229–239. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.08.006>
- Hine, D. W., Phillips, W. J., Cooksey, R. W., Reser, J. P., Nunn, P., Marks, A., Loi, N., & Watt, S. E. (2016). Preaching to different choirs: How to motivate dismissive, uncommitted, and alarmed audiences to adapt to climate change? *Global Environmental Change*. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2015.11.002>
- Hirth, S., Kreinin, H., Fuchs, D., Blossey, N., Mamut, P., Philipp, J., Radovan, I., & The EU1.5°Lifestyles Consortium. (2023). Barriers and enablers of

- 1.5° lifestyles: Shallow and deep structural factors shaping the potential for sustainable consumption. *Frontiers in Sustainability*, 4, 1014662. <https://doi.org/10.3389/frsus.2023.1014662>
- Hogg, T. L., Stanley, S. K., O'Brien, L. V., Watsford, C. R., & Walker, I. (2024). Clarifying the nature of the association between eco-anxiety, wellbeing and pro-environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 95, 102249. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2024.102249>
- Ihlen, Ø. (2009). Business and climate change: The climate response of the world's 30 largest corporations. *Environmental Communication*, 3(2), 244–262. <https://doi.org/10.1080/17524030902916632>
- Intergovernmental Panel on Climate Change. (2023). *Climate change 2023: Synthesis report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (Core Writing Team, H. Lee, & J. Romero, Eds.). IPCC. <https://doi.org/10.59327/IPCC/AR6-9789291691647>
- IPCC. (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge University Press.
- İklim Haber. (2025, 14 Nisan). *İklim eyleminde güven krizi: Hükümetlerin yeterli çabayı göstermediği düşünülüyor*. <https://www.iklimhaber.org/iklim-eyleminde-guven-krizi-hukümetlerin-yeterli-cabayi-gostermedigi-dusunuluyor/>
- İklim Haber & KONDA Araştırma. (2026). *Türkiye'de iklim değişikliği algısı*. <https://rapor.iklimhaber.org/>
- Javaid, A., Creutzig, F., & Bamberg, S. (2020). Determinants of low-carbon transport mode adoption: Systematic review of reviews. *Environmental Research Letters*, 15(10), 103002. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aba032>
- Kasperson, R. E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H. S., Emel, J., Goble, R., Kasperson, J. X., & Ratick, S. (1988). The social amplification of risk: A conceptual framework. *Risk Analysis*, 8(2), 177–187. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.1988.tb01168.x>
- Keilmann, J., & Koch, T. (2024). When environmental claims are empty promises: How greenwashing affects corporate reputation and credibility. *Environmental Communication*. <https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2267782>
- Kim, J. N., & Grunig, J. E. (2011). Problem solving and communicative action: A situational theory of problem solving. *Journal of Communication*, 61(1), 120–149. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01529.x>
- Kim, J.-N., & Ni, L. (2013). Conceptualizing publics and constructing public relations theory: The situational theory of problem solving and its new research. In K. Sriramesh, A. Zerfass, & J.-N. Kim (Eds.), *Public relations and communication management: Current trends and emerging topics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203079256>
- Kim, J.-N., Grunig, J. E., & Ni, L. (2010). Reconceptualizing the communicative action of publics: Acquisition, selection, and transmission of information in problematic situations. *International Journal of Strategic Communication*, 4(2), 126–154. <https://doi.org/10.1080/15531181003701913>

- Klinger, K., Metag, J., & Schäfer, M. S. (2022). Global warming's five Germanys—revisited and framed in an international context. *Environmental Communication*. <https://doi.org/10.1080/17524032.2022.2153897>
- Kolk, A., & Pinkse, J. (2004). Market strategies for climate change. *European Management Journal*, 22(3), 304–314. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2004.04.011>
- Kulin, J., & Johansson Sevä, I. (2021). Quality of government and the relationship between environmental concern and pro-environmental behavior: A cross-national study. *Environmental Politics*, 30(5), 727–752. <https://doi.org/10.1080/09644016.2020.1809160>
- Latkin, C. A., et al. (2024). Evaluation of online training to promote peer diffusion of climate change activism in the US. *Frontiers in Communication*, 9, 1429264. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1429264>
- Latkin, C., Dayton, L., Bonneau, H., Countess, K., Hendrickson, Z., & Vidal, C. (2023). Correlates of climate change action communication modalities in the United States. *Climate*, 11(6), 125. <https://doi.org/10.3390/cli11060125>
- Lee, Y., Dong, E., & Sun, R. (2025). The power of internal communication for environmental sustainability in promoting employee's pro-environmental behaviors. *Journal of Public Relations Research*. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2024.2357334>
- Leiserowitz, A. (2006). Climate change risk perception and policy preferences: The role of affect, imagery, and values. *Climatic Change*, 77(1), 45–72.
- Leiserowitz, A., Maibach, E., Rosenthal, S., Kotcher, J., Bergquist, P., Gustafson, A., Ballew, M., & Goldberg, M. (2019). *Climate activism: Beliefs, attitudes, and behaviors, November 2019*. Yale University and George Mason University.
- Leiserowitz, A., Maibach, E., Rosenthal, S., Kotcher, J., Wang, X., Carman, J., Goldberg, M., Lacroix, K., & Marlon, J. (2021). *Climate activism: A Six-Americas analysis, December 2020*. Yale University and George Mason University.
- Leiserowitz, A., Roser-Renouf, C., Marlon, J., & Maibach, E. (2021). Global Warming's Six Americas: A review and recommendations for climate change communication. *Current Opinion in Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.04.007>
- Lewis, H. M., & Vignoles, V. L. (2024). Construction and contestation of climate activist identities in the comments section of a large UK-based online newspaper. *European Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2999>
- Li, M., Suk, J., Zhang, Y., Pevehouse, J. C., Sun, Y., Kwon, H., Lian, R., Wang, R., Dong, X., & Shah, D. V. (2026). Platform affordances, discursive opportunities, and social media activism: A cross-platform analysis of #MeToo on Twitter, Facebook, and Reddit, 2017–2020. *New Media & Society*, 28(1). <https://doi.org/10.1177/14614448241285562>
- Liu, M. T., Liu, Y., & Mo, Z. (2020). Moral norm is the key: An extension of the theory of planned behaviour (TPB) on Chinese consumers' green purchase intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2019-0285>

- Loupessis, I., & Intahchomphoo, C. (2025). Framing the climate: How TikTok's algorithm shapes environmental discourse. *Telematics and Informatics*, 102, 102329. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2025.102329>
- Luhmann, N. (1989). *Ecological communication*. University of Chicago Press.
- Luo, Y., Hanson-Wright, B., Dowlatabadi, H., & Zhao, J. (2025). How does personalized feedback on carbon emissions impact intended climate action? *Environment, Development and Sustainability*, 27(2), 3593–3607. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-04031-0>
- MacInnes, S., Hornsey, M. J., Bretter, C., Pearson, S., Fielding, K. S., & Bersoff, D. (2026). Who do we trust on climate change, and why? *Global Environmental Change*, 96, 103096. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2025.103096>
- Maibach, E. W., Roser-Renouf, C., & Leiserowitz, A. (2008). Communication and marketing as climate change-intervention assets: A public health perspective. *American Journal of Preventive Medicine*, 35(5), 488–500. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2008.08.016>
- Maibach, E., Roser-Renouf, C., & Leiserowitz, A. (2009). *Global warming's Six Americas 2009: An audience segmentation analysis*. Yale Project on Climate Change, Yale University and George Mason University.
- Manne, R. (2015). Diabolical: How we have failed to address climate change. *The Monthly*.
- Morren, M., & Grinstein, A. (2016). Explaining environmental behavior across borders: A meta-analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 47, 91–106. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.05.003>
- Moser, S. C. (2010). Communicating climate change: History, challenges, process and future directions. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 1, 31–53. <https://doi.org/10.1002/wcc.11>
- Moser, S. C. (2016). Reflections on climate change communication research and practice in the second decade of the 21st century. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 7(3), 345–369. <https://doi.org/10.1002/wcc.403>
- Muradova, L., Walker, H., & Colli, F. (2020). Climate change communication and public engagement in interpersonal deliberative settings: Evidence from the Irish citizens' assembly. *Climate Policy*, 20(10), 1322–1335. <https://doi.org/10.1080/14693062.2020.1777928>
- Nabi, R. L., Gustafson, A., & Jensen, R. (2018). Framing climate change: Exploring the role of emotion in generating advocacy behavior. *Science Communication*, 40(4), 442–468. <https://doi.org/10.1177/1075547018776019>
- Nasrin, S., & Fisher, D. R. (2022). Understanding collective identity in virtual spaces: A study of the youth climate movement. *American Behavioral Scientist*. <https://doi.org/10.1177/00027642211056257>
- Neag, A., & Supa, M. (2024). The mutually reinforcing power of online and offline activism: The case of the Hungarian Fridays for Future movement. *Global Studies of Childhood*. <https://doi.org/10.1177/20436106241286523>
- Ni, L., & Kim, J.-N. (2009). Classifying publics: Communication behaviors and problem-solving characteristics in controversial issues. *International Journal of Strategic Communication*, 3(4), 217–241. <https://doi.org/10.1080/15531180903221261>

- Nielsen, K. S., Cologna, V., Bauer, J. M., Berger, S., Brick, C., Dietz, T., Hahnel, U. J. J., Henn, L., Lange, F., Stern, P. C., & Wolske, K. S. (2024). Realizing the full potential of behavioural science for climate change mitigation. *Nature Climate Change*, 14, 322–330. <https://doi.org/10.1038/s41558-024-01951-1>
- Niemiec, R. M., Champine, V., Vaske, J. J., & Mertens, A. (2020). Does the impact of norms vary by type of norm and type of conservation behavior? A meta-analysis. *Society & Natural Resources*, 33(8), 1024–1040. <https://doi.org/10.1080/08941920.2020.1729912>
- Nieto-Sandoval, A. G., & Ferré-Pavia, C. (2024). Communicating climate change on TikTok during the climate summits: From the environmental issues to the politicization of discourse. *Environmental Communication*, 18(5), 569–588. <https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2299753>
- Nisbet, M. C. (2009). Communicating climate change: Why frames matter for public engagement. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(2), 12–23. <https://doi.org/10.3200/ENV51.2.12-23>
- O'Neill, S. J. (2013). Image matters: Climate change imagery in US, UK and Australian newspapers. *Geoforum*, 49, 10–19. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.04.030>
- O'Neill, S. J., & Nicholson-Cole, S. (2009). “Fear won’t do it”: Promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. *Science Communication*, 30(3), 355–379. <https://doi.org/10.1177/1075547008329201>
- Ojala, M. (2023). Hope and climate-change engagement from a psychological perspective. *Current Opinion in Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101514>
- Pezzullo, P. C., & Cox, R. (2025). *Environmental Communication and the Public Sphere* (7th ed.). SAGE.
- Pressgrove, G., Barra, C., & Janoske, M. (2020). Using STOPS to predict prosocial behavioral intentions: Disentangling the effects of passive and active communicative action. *Public Relations Review*. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101956>
- Reber, U. (2021). Global climate change or national climate changes? An analysis of the performance of online issue publics in integrating global issues. *Environmental Communication*, 15(2), 173–188. <https://doi.org/10.1080/17524032.2020.1812685>
- Ru, X., Qin, H., & Wang, S. (2019). Young people’s behaviour intentions towards reducing PM2. 5 in China: Extending the theory of planned behaviour. *Resources, Conservation and Recycling*, 141, 99–108. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.10.019>
- Scherrer, Y. M. (2009). Environmental conservation NGOs and the concept of sustainable development. *Journal of Business Ethics*, 85(3), 555–571. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0211-0>
- Schneider, C. R. (2025). Positivity and collective climate action. *Current Opinion in Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2025.101527>
- Shim, D. (2024). Personalising climate change—How activists from Fridays for Future visualise climate action on Instagram. *Humanities and Social Sciences Communications*. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03556-7>

- Shin, K. A., & Han, M. (2016). The role of negative emotions on motivation and communicative action: Testing the validity of situational theory of problem solving in the context of South Korea. *Asian Journal of Communication*, 26(1), 76-93. <https://doi.org/10.1080/01292986.2015.1083597>
- Signitzer, B., & Prexl, A. (2008). Corporate sustainability communications: Aspects of theory and professionalization. *Journal of Public Relations Research*, 20(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/10627260701726996>
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236(4799), 280-285.
- Sparkman, G., Ginn, J., Attari, S. Z., & Weber, E. U. (2025). Americans and policymakers underestimate endorsement for the most popular climate solution narrative, combining personal and political action. *Communications Earth & Environment*. <https://doi.org/10.1038/s43247-025-02496-7>
- Spence, A., Poortinga, W., & Pidgeon, N. (2012). The psychological distance of climate change. *Risk Analysis*, 32(6), 957-972. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2011.01695.x>
- Stanley, S. K., Leviston, Z., Hogg, T. L., & Walker, I. (2025). The various forms of anger about climate change in Australia and their relations with self-reported actions, intentions, and distress. *Journal of Environmental Psychology*, 101, 102490. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2024.102490>
- Steg, L. (2023). Psychology of climate change. *Annual Review of Psychology*, 74, 391-421. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-032720-042905>
- Stieglitz, S., Mirbabaie, M., Deubel, A., Braun, L.-M., & Kissmer, T. (2023). The potential of digital nudging to bridge the gap between environmental attitude and behavior in the usage of smart home applications. *International Journal of Information Management*, 72, 102665. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102665>
- Stuart, A., Thomas, E. F., & Donaghue, N. (2018). "I don't really want to be associated with the self-righteous left extreme": Disincentives to participation in collective action. *Journal of Social and Political Psychology*, 6(1), 242-270. <https://doi.org/10.5964/jcpp.v6i1.567>
- Sweeny, K., Melnyk, D., Miller, W., & Shepperd, J. A. (2010). Information avoidance: Who, what, when, and why. *Review of General Psychology*, 14(4), 340-353. <https://doi.org/10.1037/a0021288>
- Swim, J. K., Geiger, N., Sweetland, J., & Fraser, J. (2018). Social construction of scientifically grounded climate change discussions. In S. Clayton & C. Manning (Eds.), *Psychology and Climate Change: Human Perceptions, Impacts, and Responses*. Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-813130-5.00004-7>
- Thier, K. (2025). A new journalism for a new climate: Is solutions journalism the solution? *Science Communication*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/10755470251378065>
- Tian, J., Gong, Y., Zeng, C., Tian, X., Li, Y., Zheng, X., & Sun, Y. (2025). Interpersonal environmental communication promotes pro-environmental behaviors: A systematic examination across time and groups. *Journal of Environmental Management*, 389, 126191. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2025.126191>

- Tkalac Verčič, A. (2008). Publics: Situational theory. *The International Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecp139>
- Toft, K. H., & Rüdiger, M. (2020). Mapping corporate climate change ethics: Responses among three Danish energy firms. *Energy Research & Social Science*, 59, 101286. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2019.101286>
- Tranter, B., Lester, L., Foxwell-Norton, K., & Palmer, M. A. (2023). In science we trust? Public trust in Intergovernmental Panel on Climate Change projections and accepting anthropogenic climate change. *Public Understanding of Science*, 32(6), 691–708. <https://doi.org/10.1177/09636625231165405>
- Uzelgun, M. A., & Castro, P. (2014). The voice of science on climate change in the mainstream Turkish press. *Environmental Communication*, 8(3), 326–344. <https://doi.org/10.1080/17524032.2014.898674>
- van der Linden, S. (2015). The social-psychological determinants of climate change risk perceptions: Towards a comprehensive model. *Journal of Environmental Psychology*, 41, 112–124. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.11.012>
- van der Linden, S. L., Leiserowitz, A. A., Feinberg, G. D., & Maibach, E. W. (2015). The scientific consensus on climate change as a gateway belief: Experimental evidence. *PLOS ONE*, 10(2), e0118489. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0118489>
- Vicente, P., Marques, C., & Reis, E. (2021). Willingness to pay for environmental quality: The effects of pro-environmental behavior, perceived behavior control, environmental activism, and educational level. *SAGE Open*, 11(4). <https://doi.org/10.1177/21582440211025256>
- Waters, Y. L., Wilson, K. A., & Dean, A. J. (2024). The role of iconic places, collective efficacy, and negative emotions in climate change communication. *Environmental Science & Policy*, 151, 103635. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2023.103635>
- Werndl, C. (2016). On defining climate and climate change. *The British Journal for the Philosophy of Science*, 67, 337–364. <https://doi.org/10.1093/axu048>
- Whitmarsh, L., Poortinga, W., & Capstick, S. (2021). Behaviour change to address climate change. *Current Opinion in Psychology*, 42, 76–81. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.04.002>
- Whyman, T. (2025). Spontaneous hope, anger and climate activism. *Environmental Values*, 34(4–5), 309–326. <https://doi.org/10.1177/09632719251317888>
- Wilson, T. D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 55(3), 249–270. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007145>
- Wong, P. N. Y., Singh, A., & Brumby, D. P. (2024). I Just Don't Quite Fit In: How People of Colour Participate in Online and Offline Climate Activism. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*. <https://doi.org/10.1145/3637347>
- World Meteorological Organization. (2026). *State of the global climate 2025*. World Meteorological Organization. World Meteorological Organization
- Wu, J., Font, X., & Liu, J. (2021). The elusive impact of pro-environmental intention on holiday on pro-environmental behaviour at home. *Tourism Management*, 85, 104283. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104283>

- Yip, L., Thomas, E. F., Muhammad Farid, H., & Tahir, M. N. (2026). Are they virtue-signalling or sincere? The impact of perceived motives on the effectiveness of online collective action. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448261475059>
- Yuriev, A., Dahmen, M., Paillé, P., Boiral, O., & Guillaumie, L. (2020). Pro-environmental behaviors through the lens of the theory of planned behavior: A scoping review. *Resources, Conservation and Recycling*, 155, 104660. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104660>
- Zhang, Y., Bai, X., Mills, F. P., & Pezzey, J. C. V. (2021). Examining the attitude-behavior gap in residential energy use: Empirical evidence from a large-scale survey in Beijing, China. *Journal of Cleaner Production*, 295, 126510. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126510>