



**Kültür ve İletişim**

*culture&communication*

Yıl: 27 Sayı: 54 (Year: 27 Issue: 54)

Eylül 2024 - Mart 2025 (September 2024 - March 2025)

E-ISSN: 2149-9098



2024, 27(2): 221-257

DOI: 10.18691/kulturveiletisim.1522634

**\*\*Araştırma Makalesi\*\***

# ***İklim Krizinin Medyada Ele Alınışı: Akademik Eğilimlerin ve Çalışmaların Bibliyografik Analizi\****

**Hatice ÇOBAN KENEŞ\*\***

**Öz**

Bu çalışma, 2000-2023 yılları arasındaki 23 yıllık süreçte Türkiye’de iklim değişikliğine dair medyada yer alan haberleri ve söylemleri ele alan akademik çalışmaları analiz etmektedir. İklim krizi, günümüzde en büyük çevresel tehditlerden biri olarak kabul edilmekte olup, Türkiye de bu etkileri derinden hissetmektedir. Bu bağlamda medya, farkındalık yaratma ve bilgilendirme konusunda kritik bir rol oynamaktadır. Özellikle de medyanın kiteselliği ve kitlelere ulaşma hızı göz önüne alındığında iklim değişikliğinin farklı sonuçları ile medyada yer alıp almadığı, nasıl ve ne kadar yer aldığı kamuoyunun bilinçlenmesinde, kamusal baskı oluşmasında, konunun politik mecralarda tartışılmasında etkilidir. Aynı şekilde iklim değişikliğinin toplum, çevre, nüfus, ekonomi ve benzerine etkilerinin bilimsel olarak tartışılması, akademik kamuoyunda paylaşılması da, politika yapıcılarının, sivil toplum örgütlerinin konuya dikkatlerinin akademik düzeyde çekilmesinde önemlidir. Bu çalışmanın amacı iklim değişikliğinin yarattığı sonuçların medyada yer alma biçimlerini sorunsallaştıran akademik metinleri analiz etmektir. Böylelikle iklim değişikliğinin medyada (televizyon, online/basılı gazeteler, sosyal medya, kitaplar, reklamlar, filmler, diziler vb.) nasıl ele alındığını sorunsallaştıran bilimsel çalışmalar bibliyografik olarak analiz edilerek iletişim çalışmaları alanındaki akademik ilginin haritası çıkarılacak ve saptamalarda bulunulacaktır.

**Anahtar Sözcükler:** İklim değişikliği, iklim krizi, medya, bibliyografik analiz, Türkiye

\* Geliş tarihi: 26.07.2024. Kabul tarihi: 14.09.2024

\*\* Munzur Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Orcid no: 0000-0002-7329-7584, hcoban06@hotmail.com

**\*\*Research Article\*\***

# ***The Media Coverage of the Climate Crisis: A Bibliographic Analysis of Academic Trends and Studies\****

**Hatice ÇOBAN KENEŞ\*\***

## **Abstract**

This study examines academic literature pertaining to the representation of climate change in the Turkish media over the 23-year period between 2000 and 2023. The climate crisis is widely acknowledged as one of the most significant environmental threats of our time, and Turkey is acutely affected by it. In this context, the media assumes a pivotal role in fostering awareness and disseminating information. The sheer scale and rapid dissemination of the media make it an invaluable tool for raising public awareness, creating pressure and initiating political debate on climate change. The extent to which climate change is covered in the media, and the manner in which it is presented, can have a significant impact on these processes. Similarly, the scientific discourse surrounding the effects of climate change on society, the environment, population, the economy, and related matters, as well as its dissemination to the academic community, is also crucial in capturing the attention of policymakers and non-governmental organizations at the academic level. The objective of this study is to examine academic texts that challenge the manner in which the consequences of climate change are portrayed in the media. This will entail an analysis of scientific studies that examine how climate change is represented in various media formats, including television, online and print newspapers, social media, books, advertisements, films, and TV series. The aim is to map the academic interest in the field of communication studies and to identify key areas of focus.

**Keywords:** Climate change, climate crisis, media, bibliographic analysis, Turkey

---

\* Received: 26.07.2024. Accepted: 14.09.2024

\*\* Munzur University, Faculty of Communication

Orcid no: 0000-0002-7329-7584, hcoban06@hotmail.com

## ***İklim Krizinin Medyada Ele Alınışı: Akademik Eğilimlerin ve Çalışmaların Bibliyografik Analizi***

### **Giriş**

İklim değişikliği, günümüzde insanlık için en ciddi çevresel tehditler arasında yer almakta ve Türkiye bu tehdidin artan sıcaklıklar, su kaynaklarının azalması, erozyon, orman yangınları ve deniz seviyelerinin yükselmesi gibi çok yönlü etkilerini yoğun bir şekilde hissetmektedir (Karacabey, 2023; Demircan ve Gürkan, 2017; Atalay, Efe ve Öztürk, 2010; Çiçek ve Duman, 2015; TÜBİTAK, 2011;). Bu etkiler, iklim değişikliğini Türkiye'de acil ele alınması gereken bir mesele haline getirmiş, toplumsal farkındalığın artırılması ve etkin önlemlerin alınması zorunlu hale gelmiştir. Bu süreçte medya, akademi, sivil toplum ve politik yapılar, iklim değişikliği konusunda kamuoyu bilincini artırma ve politika yapıcılarını harekete geçirme noktasında merkezi bir rol üstlenmektedir.

Medyanın geniş kitlelere hızla ulaşabilme kapasitesi iklim değişikliğinin kamuoyundaki temsilini ve bu temsillerin toplum üzerindeki etkilerini derinden şekillendirmektedir. Bu bağlamda, medyanın iklim değişikliğini nasıl ele aldığı, hangi sıklıkla ve hangi çerçevede işlediği, kamuoyunun bu küresel sorun hakkındaki bilinçlenme sürecinde kritik önem taşımaktadır. Ayrıca, iklim değişikliğinin topluma, çevreye, nüfusa ve ekonomiye olan etkilerinin bilimsel olarak tartışılması ve akademik platformlarda gündeme getirilmesi, akademik ve siyasi düzeyde ilgi uyandırması açısından önemlidir.

Bu çalışmanın amacı, iklim değişikliği odağında gerçekleştirilen medya analizlerine ilişkin akademik literatürü bibliyografik olarak incelemek ve bu doğrultuda iletişim çalışmaları alanında iklim değişikliğine yönelik akademik ilginin bir haritasını çıkarmaktır. Bu kapsamda elde edilen bulgular, medyanın iklim değişikliğini nasıl ele aldığını, hangi söylemsel çerçeveleri oluşturduğunu ve bu çerçevelerin ekonomik ve politik bağlamlarla nasıl bir ilişki kurduğunu açığa çıkaracaktır. Ayrıca, incelenen akademik çalışmaların gelişimi ayrıntılı olarak ele alınarak, medyanın ve iletişim çalışmalarının bu küresel krize karşı daha etkili bir farkındalık ve eylem stratejisi geliştirmesine yönelik öneriler sunulacaktır.

Çalışmada 2000'lerden bugüne iklim değişikliğini medya üzerinden çeşitli yönleriyle ele alan akademik literatür taranarak elde edilen veriler nicel ve nitel açıdan betimsel olarak analiz edilmiştir. İklim değişikliğini medya bağlamında ele alan çalışmalara ulaşabilmek için; Google Scholar (Akademik literatürde makale, tez ve kitap aramayı mümkün kılan ücretsiz arama motoru), YÖKSİS (Türkiye'deki Yükseköğretim Kurumları ile ilgili tüm bilgilerin merkezi bir veri tabanında toplandığı bir sistem); ve ULAKBİM TR dizin (TÜBİTAK tarafından yönetilen ULAKBİM Türkiye'deki bilimsel dergilerin indekslendiği, araştırmacıların bu dergilere erişimini kolaylaştıran bir veri tabanı) üzerinden "iklim değişikliği, medya; iklim krizi, medya" anahtar kelimeleri yazılarak tarama yapılmıştır. İklim krizini, iklim değişikliğini çeşitli mecralar üzerinden ele alan akademik çalışmalar (makaleler, kitaplar, dergi yayınları, tezler vb.) tasnif edilerek, derlenerek, elde edilen verilerin bibliyografik analizi yapılmıştır. Bibliyografik analiz, literatürdeki konuya ilişkin yayınların derinlemesine incelenmesini, konuya ilişkin bilimsel araştırma eğilimlerinin belirlenmesini, ön plana çıkan konuların değerlendirilmesini sağlar. Araştırmanın bulguları özellikle son iki yılda iletişim alanındaki akademisyenlerin iklim değişikliği meselesinin çeşitli medya ortamlarında yer alma biçimlerine yoğun ilgi duyduklarını göstermektedir. Anaakım gazetelerin konuyu nasıl ele aldığını analiz eden çalışmalar ağırlıkta olmakla birlikte sosyal medya, STK'lar, filmler, sosyal sorumluluk kampanyaları, reklamlar ve roman gibi farklı iletişimsel mecralar da iklim değişikliği açısından iletişim alanındaki akademisyenler tarafından ele alınmıştır. Çalışma 23 yıl içerisinde Türkiye'de iklim değişikliği üzerine yapılmış iletişim çalışmaları literatürünü analiz etmesi bağlamında bu alanda daha önce yapılmış çalışmalardan ayrılmaktadır.

## **İklim Değişikliği, İklim Krizi ve İklim İletişiminin Bir Çalışma Alanı Olarak Ortaya Çıkışı**

İklim değişikliği iletişimi ve/veya iklim iletişimi alanı 1980'lerin sonlarında, iklim değişikliği kavramının kamuoyunda geniş çapta tartışılmaya başlamasıyla birlikte önem kazanmıştır. Bu dönemde, bilim insanları ve çevre örgütleri, iklim değişikliğinin potansiyel etkilerini geniş kitlelere duyurmak amacıyla medyanın gücünden yararlanarak etkili bir iletişim stratejisi geliştirme yoluna gitmişlerdir (Boykoff & Boykoff, 2007: 1192). İklim değişikliği konusu, giderek artan bir biçimde kamuoyunun

dikkatini çekmeye başlamış, bu durum da iklim krizine karşı kamuoyunda bir farkındalık oluşturma çabalarını hızlandırmıştır.

1990'larda Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nin (1992) imzalanması ve Kyoto Protokolü'nün (1997) yürürlüğe girmesi, iklim değişikliği iletişiminin kurumsallaşmasını ve küresel bir kriz olarak ele alınmasını sağlayarak, hükümetlerin, uluslararası kuruluşların, sivil toplum örgütlerinin ve medyanın bu konuda kamuoyunu bilgilendirme çabalarını artırmıştır (Carvalho & Burgess, 2005, s. 1458; Hulme, 2009: 45-47).

Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, devletlerin iklim değişikliğiyle mücadele etmek için işbirliği yapma gerekliliğini kabul ettikleri ilk büyük uluslararası anlaşma olarak öne çıkmış ve bu çerçevede kamuoyunun iklim değişikliği konusundaki farkındalığını artırmayı hedeflemiştir (Bodansky, 2001:24). Kyoto Protokolü ise, belirli sera gazı emisyon hedeflerinin belirlenmesiyle ülkeler üzerinde bağlayıcı yükümlülükler getirmiştir. Her iki uluslararası girişim de iklim değişikliğinin daha geniş kitlelere ulaşmasında ve konunun daha yaygın bir tartışma alanı yaratmasına öncülük etmiş görünmektedir (Gupta, 2010, s. 638).

1990'ların sonlarına gelindiğinde, iklim değişikliği iletişimi, medya çalışmaları, çevre iletişimi ve halkla ilişkiler gibi farklı disiplinlerle entegre olmaya başlamış ve bu entegrasyon, iletişimin sadece bilimsel verilerin aktarılmasından ibaret olmadığını, aynı zamanda toplumsal farkındalık yaratma ve politik eylemi teşvik etme gibi daha geniş işlevlere sahip olduğunu ortaya koymuştur (Nisbet, 2009:15). Moser ve Dilling (2011), iklim değişikliği iletişiminin, bilim insanları, politikacılar ve kamuoyu arasında etkili bir köprü oluşturması gerektiğini vurgulamışlar ve bu süreçte, iklim değişikliğiyle ilgili karmaşık konuların topluma anlamlı bir şekilde sunulmasının önemini belirtmişlerdir (166). Bu bağlamda, çerçeveleme ve temsil stratejileri, iklim değişikliği iletişiminin temel unsurları olarak ele alınmaya başlanmıştır (Nerlich, Koteyko ve Brown, 2010: 105).

2000'li yıllardan itibaren ise iklim değişikliği iletişimi, çok disiplinli bir çalışma alanı olarak kendini göstermiş ve kriz yönetimi, davranış değişikliği, risk algısı ve sürdürülebilirlik gibi alanlarla iç içe geçmiştir. Bu gelişmeler, iletişim stratejilerinin karmaşıklığını artırmış ve iklim değişikliği konusunda daha etkin bir kamuoyu oluşturma çabalarını doğurmuştur (O'Neill ve Nicholson-Cole, 2009: 361). İklim

değişikliğine bağlı krizler devam ettiği için, iklim değişikliği iletişiminin gelişimi, toplumları daha sürdürülebilir bir geleceğe yönlendirmede hayati bir rol üstlenecek dinamik bir alan olmaya devam edecek gibidir. Nitekim küresel ısınmanın ve biyolojik çeşitlilik kaybının hızlanması, toplumların köklü bir dönüşüme ihtiyaç duyduğunu ve bu dönüşümün hızlı, kapsamlı ve çok yönlü olması gerektiğini göstermektedir (Masson-Delmotte vd. 2018). İklim değişikliği iletişimi, bu zorlukları ele alarak toplumları sürdürülebilir bir şekilde dönüştürmek için kritik bir strateji olarak öne çıkmaktadır.

İklim değişikliği iletişimi üzerine yapılan ilk izlenebilir İngilizce çalışmalara 2000 yılında rastlanmakta beraber, 2008 yılından itibaren bu alanda yayımlanan makale sayısı istikrarlı bir şekilde artarak 2015 yılında zirveye ulaşmış görünmektedir (Wu, Long, Yang, Wang ve Chen, 2022).

Uluslararası Çevre İletişimi Derneği (IECA), 2007 yılında "Çevre İletişimi Dergisi"ni yayımlamaya başlayarak, iletişim, medya, toplum ve çevre arasındaki kesişim noktalarına odaklanmıştır. Bu dergi, çevresel sorunlar, bilimsel tartışmalar, politik gelişmeler, politika çözümleri, kurumsal değişim, kültürel eğilimler, medya temsilleri, kamuoyu ve katılım gibi konularda makaleler yayımlamaktadır.

Farklı ülkelerden, kıtalardan ve farklı disiplinlerden olan araştırmacılar tarafından yazılmış 115 makaleyi analiz ederek ortaya çıkarılan bir diğer kapsamlı çalışma, 2017 yılında yayımlanan "Oxford İklim Değişikliği İletişimi Ansiklopedisi"dir. Bu ansiklopedi, iklim değişikliği iletişimini, medya ve kamuoyu araştırmalarını geniş bir yelpazede inceleyip sentezleyerek eleştirel bir bakış açısıyla sunmaktadır. Ansiklopedi, iklim değişikliği iletişimi üzerine beş ana alanı vurgulamaktadır: a) İklim değişikliği kamuoyu, bilgisi ve davranışları; b) İklim değişikliğiyle ilgili medya ve kültürel temsiller ve bunların toplumsal etkileri; c) İklim değişikliği iletişimi, katılım ve savunuculuk; d) Ülkeler ve bölgeler arasında iklim değişikliği iletişimi; e) İklim değişikliği iletişimi araştırma yöntemleri ve yaklaşımları (Nisbet, 2017).

İklim değişikliği iletişim literatüründe önemli bir yere sahip olan hacimli bir diğer çalışma da, 2022 yılında Meifen Wu, Ruyin Long, Shuhan Yang, Xinru Wang ve Hong Chen tarafından yayımlanan "İklim Değişikliği İletişim Araştırmalarının Bilgi Haritasının Evrimi: Temel Durum, Araştırma Noktaları ve Beklentiler " adlı çalışmadır. Bu çalışmada, 428 akademik metin incelenmiştir. Araştırmacılara göre, bu 428 eser

iklim değişikliğini ele alma biçimleri açısından altı başlıkta kategorize etmek mümkündür: a) İklim değişikliği iletişimi araştırmasının gelişimi; b) İklim değişikliği konusundaki kamuoyu algısındaki farklılıklar; c) İklim değişikliği iletişimini etkileyen faktörler; d) İklim değişikliği iletişim sürecinin kilit unsurları; e) Medyanın iklim değişikliği iletişimindeki önemli rolü ve f) İklim değişikliği iletişimi için etkili stratejiler. Yves Pepermans ve Pieter Maesele (2017) tarafından yürütülen "Belçika'da İklim Değişikliği İletişimi" başlıklı araştırma ise iklim değişikliği iletişimini Belçika'da beş farklı perspektiften ele alan önemli bir başka çalışmadır. İlk perspektif, iklim değişikliği iletişiminin gerçekleştiği coğrafi ve sosyo-ekonomik bağlamı vurgular. İkincisi, politika yapıcılar tarafından inşa edilen iletişim ve kamu katılımı faaliyetlerini içerir. Üçüncüsü, sivil toplum aktörlerinin bu konuyu nasıl çerçevelediğini, konsensüs ve tartışma noktalarına değinerek kamuoyunu nasıl katılım sağlamaya çalıştıklarını inceler. Dördüncüsü, özellikle gazeteler olmak üzere, kamuoyundaki tartışmaları analiz eder. Aynı zamanda iklim değişikliği yönetimi hakkındaki farklı söylemleri ortaya koyar ve bu söylemler arasındaki tartışma alanını inceler. Son olarak, Belçika'da iklim değişikliği iletişimi faaliyetlerinin kamuoyu katılımı üzerindeki etkilerine odaklanır.

Yukarıdaki çalışmalar, iklim değişikliği ve/veya iklim iletişiminin bir alan olarak nasıl şekillendiğini anlamaya yönelik öncü nitelikteki çalışmalardır. Bu çalışmalar, iklim değişikliği iletişiminin temellerini atarak, bu alandaki akademik ve pratik yaklaşımların sınırlarını belirlemiştir. Bir sonraki bölümde, iklim değişikliği ve iklim krizi bağlamında önemli bir aktör olarak öne çıkan medyaya odaklanılacak ve Türkiye medyasının bu konuları nasıl ele aldığına dair yapılan bazı çalışmalara, makalenin analizini daha anlaşılır kılmak amacıyla yer verilecektir.

## **İklim Değişikliği ve Farkındalığı Açısından Medya ve İletişim Çalışmalarının Söyledikleri**

Medya, toplumsal meselelerin anlamlarının üretilmesi, yeniden üretilmesi ve dönüştürülmesinde hem önemli bir alan hem de önemli bir aktördür. Medyanın vurguladığı söylemler, sosyal sorunların toplumsal inşasında ve 'yetkili seslerin' tanımlanmasında büyük rol oynar. Medya söylemleri, dünyanın anlaşılabilirliği ve bu dünyada eylemde bulunma olasılıkları için koşulları belirler (Carvalho, 2010: 172-173).

İklim değişikliği bağlamında da medya, dil ve söylem kullanımıyla belirli perspektifler oluşturur. Orman yangınları, kuraklıklar ve çevre kirliliği gibi felaketler, medyada nasıl sunulduklarına bağlı olarak farklı anlamlar kazanır. Medya, bu olayları yalnızca doğal afetler veya takdiri ilahi olarak sunabileceği gibi, bunların ekonomik ve politik çıkarlarla bağlantısını ve iklim değişikliğiyle ilişkisini de vurgulayabilir. Bu söylemsel tercihler, toplumun iklim krizini nasıl algıladığını ve hangi önlemleri desteklemesi gerektiğini doğrudan etkileme kapasitesine sahiptir. Carvalho'nun çalışmasında belirttiği gibi medya vatandaşların siyasal öznelliklerini ve siyasal süreçlere katılımını şekillendirme gücüne sahip bir aktördür. Medya, vatandaşları genellikle pasif ve kendi çıkarlarını düşünen bireyler olarak tasvir ederek, onların siyasal süreçlere etkin katılımını engelleyebilir. Ayrıca, iklim değişikliği gibi konuları küresel bir mesele olarak sunarak yerel düzeydeki eylemleri önemsizleştirebilir ve vatandaşları küresel karar alma süreçlerinden uzaklaştırabilir. Bu durum, vatandaşların siyasal süreçlerde kendilerini etkisiz hissetmelerine neden olabilir. Carvalho, bu bağlamda medyanın, vatandaşların siyasal katılımını nasıl engellediği ve bu süreçte hangi söylemsel yapıların rol oynadığı üzerine daha fazla araştırma yapılması gerektiğini savunmaktadır (Carvalho, 2010: 174-175). Dolayısıyla medyanın geniş kesimlere hızlıca ulaşabilme ve etkileme kapasitesi, iklim değişikliği azaltımını<sup>1</sup> (Climate change mitigation) hızlandırmak amacıyla kamuoyu desteği yaratmada kullanılabileceği gibi, gerçeği kapatmak, örtmek üzere de kullanılabilir. Nitekim her ülkenin veya bölgenin siyasi, ekonomik, sosyal, teknolojik ve çevresel bağlamlarını yansıtan farklı küresel yayın modelleri bulunmaktadır. Bu yayın modelleri medyanın iklim değişimini ve sonuçlarını nasıl ele aldığını göstermek, medyanın içinde bulunduğu politik, ekonomik yapıyla eklenme biçimini anlamak açısından önemli bir çerçeve çizmektedir. Bu bağlamda R. Franco'nun (2023) tanımladığı üç küresel medya kapsama modeli soruna nasıl bakıldığını anlamak açısından yol gösterici görünmektedir. İlki, nesnel-tarafsız model, ikincisi, analitik-katılımcı model ve üçüncüsü pragmatik-adaptif modeldir. İlk model esasen liberal medya paradigmasından beslenir, tarafsızlık, denge prensiplerine sıkı sıkıya bağlı

---

<sup>1</sup> İklim değişikliği azaltımı (Climate change mitigation): İklim değişikliğine neden olan sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik strateji ve eylemleri ifade eder. Bu kavram, enerji verimliliğini artırma, yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanma, ormansızlaşmayı durdurma ve karbon tutma teknolojilerini geliştirme gibi yöntemlerle, atmosferdeki sera gazı yoğunluğunu düşürmeyi amaçlar. İklim azaltımı, iklim değişikliğinin etkilerini en aza indirmek ve uzun vadeli çevresel sürdürülebilirliği sağlamak için kritik bir öneme sahiptir (UNFCCC, 2020:2).



olduğunu iddia ederken, aslında, hangi bilgilerin öne çıkarılacağı ve hangi perspektiflerin marjinalize edileceği konusunda yapılan tercihler, medyanın tarafsızlık iddiası altında mevcut iktidar yapılarını ve statükoyu destekleyen söylemleri öne çıkarmasına yol açabilir. Analitik-katılımcı model, geniş bir katılımı teşvik etse de, bu katılımın hangi toplumsal gruplar arasında gerçekleştiği ve bu grupların hangi çıkarlar doğrultusunda hareket ettiği bir sorunsal olarak belirir. Pragmatik-adaptif model ise, uyum sağlamanın zorluklarını vurgularken, bu süreçte kimlerin ne tür fedakârlıklarda bulunacağı ve kimlerin bu uyumdan yarar sağlayacağı gibi kritik soruları gündeme taşır. Medya, bu modeller doğrultusunda kamuoyunu belirli bir düşünce eksenine yönlendirir ve alternatif bakış açılarını sınırlandırarak, toplumsal gerçeklik algısını şekillendirir ve iktidar ilişkilerini pekiştiren ya da dönüştüren bir araç olarak işlev görür. Franco'ya göre, en etkili küresel medya modeli ve uygulamaları, farklı modellerin olumlu yönlerini bir araya getirerek, kamuoyunu etik, sorumlu ve demokratik bir şekilde bilgilendirmeyi, eğitmeyi ve katılımını sağlamayı amaçlamaktadır (Franco, 2023).

Son yıllarda medyanın iklim sorununu nasıl ele aldığına dair dünyanın pek çok yerinde araştırmaların sayısı giderek artmaktadır. Genel olarak iklim iletişimini ele alan çalışmalar yanında yoğun bir şekilde geleneksel ve yeni medyada iklim sorununu çeşitli açılardan ele alan çok sayıda çalışmanın yapıldığını da görmekteyiz. Bütün bu çalışmalar iklim krizinin medyada nasıl temsil edildiğini, hangi çıkar gruplarının seslerinin öne çıkarıldığını veya görünmez kılındığını analiz etmek, bu krizin medya tarafından nasıl çerçevelendiğini anlamak açısından kritiktir. Nitekim Carvalho kitle iletişim araçları - gazete, televizyon veya radyo gibi teknik araçlarla içerik (metin, resim ve ses) dağıtan iletişim araçları - bu bağlamda özellikle önemli olduğunu vurgulamaktadır: ABD, Birleşik Krallık, Avustralya ve Almanya'daki anketler, kitle iletişim araçlarının - özellikle televizyonun, ardından gazetelerin ve giderek artan şekilde internetin - insanların iklim değişikliği hakkında bilgi edindiği en önemli kaynaklar olduğunu göstermektedir. Bu çalışmalar ayrıca, kitle iletişim araçlarının, insanların aile üyeleri ve arkadaşlarıyla yaptıkları kişilerarası iletişimden, ayrıca atölye çalışmaları ve okul derslerinden daha önemli olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, kitle iletişim araçları, iklim değişikliği anlamının üretilmesi, yeniden üretilmesi ve dönüştürülmesinde “önemli arenalar ve önemli ajanlar” olarak görülmektedir (Carvalho,2010).

Boykoff ve Yulsman (2013) tarafından kaleme alınan “Political economy, media, and climate change” başlıklı makale de ise araştırmacılar ekonomi politik, medya ve iklim değişikliği iletişimi arasındaki karmaşık ilişkilere odaklanmışlardır. Makalede ele alınan ana sorun, kitlesel medyanın siyasal ve ekonomik etkilerinin, halkın iklim değişikliği konusundaki anlayışını ve bu konudaki katılımını nasıl şekillendirdiğidir (359-360). Yazarlar, medyanın büyük ölçüde ekonomik ve politik yapılar tarafından yönlendirilen temsil biçimlerinin, halkın iklim bilimi ve politikalarına yönelik algılarını nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Sonuç olarak yazarlara göre medyanın halk için önemli bir bilgi kaynağı olmasına rağmen, iklim değişikliği konusundaki temsillerinde ciddi zorluklar yaşanmaktadır. Bunun temel nedenlerinden biri, "önyargı olarak denge" yaklaşımı ve diğeri de medyatik figürlerin söylemlerinin etkisidir. Her iki etken de halkın iklim değişikliği konusundaki bilimsel uzlaşmayı yanlış anlamasına neden olabilmektedir. Ayrıca, medya genellikle karmaşık bilimsel bilgileri halk için anlaşılır ve eyleme geçirilebilir hale getirmekte yetersiz kalmakta, bu da etkili bir kamusal katılımı engellemektedir (364-365). Sonuç olarak, Boykoff ve Yulsman, iklim değişikliğinin bilimsel gerçekliklerini daha doğru yansıtan ve bilinçli kamusal tartışmayı destekleyen daha sorumlu bir medya yaklaşımına ihtiyaç duyulduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, yeni medya biçimlerinin daha etkili iklim değişikliği iletişimine ve siyasi katılıma nasıl katkıda bulunabileceğinin incelenmesi gerektiğini önermektedirler (367-371).

Türkiye’de de bu konuda çalışmalar vardır. Ümit Şahin’in “Türkiye’nin İklim Politikalarında Aktör Haritası” başlıklı makalesi, Türkiye’deki iklim politikalarının analizinde öncü çalışmalardan biridir. Şahin, iklim politikalarına etki eden altı temel faktörü incelerken, medyayı—özellikle de alternatif medyayı—önemli bir aktör olarak vurgular. Bu makale, Türkiye’de iklim politikalarına ilişkin farklı aktörlerin rollerini ve etkilerini anlamak açısından kritik bir kaynaktır. Diğer faktörler kamu kesimi, özel sektör, uluslararası kuruluşlar, sivil toplum, akademi şeklinde sıralanmıştır. Medya bu faktörlerden biri olmakla birlikte Şahin, yaygın-anaakım medyanın büyük iklim felaketleri ve uluslararası konferanslar sırasında bile iklim değişikliğini yeterince gündeme taşıyamaması ve konunun ekonomi ve siyasetle olan bağlantılarını kurmakta yetersiz kalması nedeniyle alternatif medya dışında anaakım medyanın etkin bir aktör olarak sayılmayacağını vurgulamaktadır (Şahin, 2014). Makalenin analiz kısmında görülebileceği gibi, Şahin’in yaklaşık 10 yıl önce yaptığı bu tespitler bugün de

geçerliliğini korumaktadır. İletişim araştırmalarında iklim krizine dair çalışmalar hala sınırlı sayıdadır ve anaakım medya, iklim değişikliğini yeterince kapsamlı ve gerçekçi bir şekilde ele almamaktadır. Bu durum, alternatif medyanın iklim politikalarındaki önemini ve rolünü bir kez daha ortaya koymaktadır. Medya, genellikle diğer aktörleri dikey olarak kesen bir yapıdadır ve bu nedenle etkisi diğer aktörlere göre daha güçlüdür. Türkiye'de iklim değişikliği üzerine sürekli haber yapan ve yazılar yayımlayan çok az sayıda medya kuruluşu bulunmaktadır; yaygın medya ise genellikle sadece belirli olaylar sırasında bu konuyu gündeme getirmektedir. Bu durum, medyanın rolünün ancak derinlemesine mülakatlar ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirildiğinde tam olarak anlaşılabilirliğini göstermektedir (Şahin, 2014). Şahin bu kapsamda yaptığı çalışmasında sadece alternatif bir medya örneği olarak Açık Radyo'nun, iklim politikalarında gerçek bir aktör olarak öne çıktığını ortaya koymuştur (Şahin, 2014).

Bu bağlamda, iklim krizinin medyada nasıl temsil edildiğini, çerçevelendiğini, iklimle ilgili yaşanan sorunlarda öne çıkarılan ya da görünmez kılınan aktörlerin kimler olduğunu ortaya koymak ya da ekonomi politik perspektiften bakarak iklim değişikliğinin sadece çevresel bir sorun olmadığını, aynı zamanda ekonomik ve politik yapılar tarafından şekillendirildiğini ortaya koymak iklim krizi ve medya ilişkisini anlamak açısından önemlidir. Medyanın bu krizleri nasıl çerçevelediği ve hangi çıkar gruplarının sesine yer verdiği, kamuoyunun algısını ve politika yapıcılarının kararlarını doğrudan etkiler. Dolayısıyla, ekonomi politik bir analiz, iklim krizinin nedenleri, sonuçları ve çözüm önerileri hakkında daha kapsamlı ve adil bir tartışma ortamı yaratılmasına katkıda bulunur. Bu tür çalışmalar, medyanın gücünü ve etkisini daha iyi anlamamıza, demokratik bir toplumun işleyişine katkıda bulunmamıza ve medyanın örneğin iklim krizine karşı duyarlılık geliştirmek açısından daha faydalı içerik sunacak şekilde konuyu nasıl ele alabileceğine dair medya profesyonellerine önerilerde bulunmaya da aracılık edecektir.

Öte yandan medyanın iklim değişikliğine ve sonuçlarına ilgisi ve konuyu ele alma biçimi önemli olmakla birlikte tek başına yeterli değildir. Kamuoyu oluşturmada medya gibi önemli bir aktör konumunda olan akademik camianın da iklim sorunlarına ilgi duyması, sorunu kamusal bir mesele olarak ele alması ve bilimsel çalışma yapması önemlidir. Ancak Türkiye'de iklim değişikliğini akademik/bilimsel

araştırmalar üzerinden ele alan, analiz eden çalışmalar bulunmakla birlikte sayısı oldukça azdır. Örneğin İpek Göçoğlu ve arkadaşları tarafından 2023 yılında yapılan *Türkiye'nin İklim Değişikliği İle Mücadele Serüveni: Akademik Yazın Üzerine Bir Araştırma* başlıklı çalışma bunlardan biridir. Bu çalışmada yazarlar, Türkiye'de akademik yazında iklim değişikliğinin öne çıkan alt konularını ve akademik yazını oluşturan kaynakları, kaynaklardan türeyen ürünleri ve bu ürünlerin içeriklerini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Yazarlar, Türkiye'de iklim değişikliği ile ilgili akademik çalışmaların 2000'li yılların başından itibaren arttığını, ulusal literatür taramasında yayınların sosyal, ekonomik, politik ve ekolojik alanlarda yoğunlaştığını belirlemişlerdir. Araştırmada özellikle doktora tezlerini inceleyen yazarlar, uluslararası literatürde 2000-2010 arasında iklim değişikliği üzerine çalışmaların artmasına karşın Türkiye'de 2016'dan itibaren iklim değişikliği odaklı çalışmaların arttığını tespit etmişlerdir. Doktora tezlerinin çoğunluğu ziraat, coğrafya ve inşaat mühendisliği disiplinlerinden gelirken, sosyal bilimler alanındaki katkının zayıf olduğu belirtilmiştir. Uluslararası literatürde en fazla atıf yapılan çalışmaların ekolojik boyut üzerine odaklandığı, Türkiye'deki doktora tezlerinin ise çoğunlukla su ekolojisi üzerine odaklandığı görülmüştür. Yazarlar, sosyal bilimlerde iklim değişikliği konulu doktora tezlerinin artması ve ekonomi gibi alanlarda daha fazla çalışmanın yapılması gerektiğine vurgu yapmışlardır. Ayrıca gelecekte üretilecek doktora tezlerinin özellikle sosyal bilimler alanında eksik olan konularda yoğunlaşması gerektiği ifade edilmiştir. *Türkiye'de 2012 ve 2021 Yılları Arasında Üniversitelerin Fakülte ve Enstitü Dergilerinde Yayınlanan İklim Değişikliği İle İlgili Makalelerin Değerlendirilmesi: Retrospektif Analiz* başlıklı çalışmalarında da Neboğlu ve Yıldırım Türkiye'de 2012-2021 yılları arasında fakülte ve enstitü dergilerinde yayınlanan iklim değişikliği konusyla ilgili çalışmaları analiz etmişlerdir. Yazarlar, iklim değişikliği üzerine en fazla çevre bilimleri (sağlık, kentleşme, afetler, tarım ve hayvancılık) ve hukuk bilimi (uluslararası antlaşmalar) alanlarında çalışmalar yapıldığını ortaya koymuşlardır. Bu araştırmada da iklim değişikliği ile ilgili yapılan çalışmaların son yıllarda arttığı tespiti yapılmıştır. Türkiye'de 2012-2021 yılları arasında üniversitelerin fakülte ve enstitü dergilerinde yayınlanan iklim değişikliği konusyla ilgili çalışmaların 57'sinin (%93) araştırma makalesi, 4'ünün (%7) derleme makale olduğu saptanmıştır. Yazarlar analizlerinde olgu sunumuyla ilgili herhangi bir araştırmaya rastlanılmadığına vurgu yapmışlardır. Daha çok tanımlayıcı türde olan bu çalışmalarda ağırlıklı çevre bilimleri

konuları açısından iklim değişikliğine bakılmıştır. Sosyal bilimler alanında iklim konusunu ele alan çalışmaların azlığının dikkat çekici olduğunu belirterek bu konuda çalışma yapılması gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Akademik literatüre iklim konusunda bakan bir diğer çalışma ise Rakibe Külcür tarafından 2023'te yazılan *Toplumsal Cinsiyetin Çevresel Adalet ve İklim Değişikliği Bağlamında Türkçe Literatürdeki Görünürlüğü* başlıklı makaledir. Yazar çalışmada çevresel adalet ve iklim değişikliğini konu edinen İngilizce ve Türkçe akademik literatürü taramış ve analiz etmiştir. Analiz sonucunda “çevresel adalet hareketi aktivizminde öncü rolü oynayanların çoğunlukla kadınlar olmasına rağmen, marjinal kesimleri ve toplulukları etkileyen çevresel yükleri ortaya çıkarmayı ve sorunlara çözüm üretmeyi amaçlayan çevresel adalet literatüründe toplumsal cinsiyet bağlamında” Türkiye’de çok az çalışma olduğu tespit edilmiştir (Külcür, 2022: 46). Türkiye’de iklim değişikliğinin çevresel bir adalet konusu olarak toplumsal cinsiyet açısından yeterince sorgulanmadığı ve iklim değişikliğinin kadınları etkileyen olumsuz ve farklı etkilerinin çevre politikalarında ve ulusal iklim değişikliği mücadele stratejilerinde yer almadığı ortaya çıkmıştır (Külcür, 2022: 46). Burada anılmak istenen diğer üç çalışma ise doğrudan iklim değişikliği ve turizm üzerine akademik literatürü analiz etmektedir. İlki, Polat ve Düzgün tarafından yazılan *İklim Değişikliğinin Turizme Etkisini Belirlemeye Yönelik Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili* başlıklı 2019 yılına ait makale, ikincisi, Ceylan ve Bulut, tarafından 2022’de yazılmış olan *Küresel İklim Değişikliğini Turizm Sektörü Üzerinden Değerlendirme* başlıklı makaledir. Yazarlar taradıkları akademik literatür üzerinden Türkiye’de iklim değişikliğinin turizme olan etkilerini sıralayarak alınması gereken önlemler üzerine tartışma yürütmüşlerdir. Literatür taraması üzerine tespit edilebilen son çalışma ise 2023 yılına aittir. *Türkiye’de ‘Turizm ve İklim Değişikliği’yle İlişkili Konuları İçeren Yayınların Turizmin İklim Değişikliği Üzerindeki Etkisi Bağlamında İncelenmesi* başlıklı makalelerinde Çalkın ve Turan veri tabanlarından 32 akademik makale ve lisansüstü yayına ulaşarak incelemişlerdir. Elde ettikleri bulgulara göre son yıllarda konu ile ilgili çalışmalarda artış olmakla birlikte bu çalışmaların daha çok “iklim değişikliğinin turizme etkisi” üzerine olduğunu, turizmin iklim değişikliğine etkisinin ise sadece iki çalışmayla sınırlı olduğunu ortaya koymuşlardır. Bulgular, iklim değişikliği ve turizm ile ilgili çalışmaların sadece turizm ve ilgili bölümlerde değil, farklı bilim dallarında da ilgi gördüğünü göstermiştir (Çalkın ve Turan: 2023, 239-240).

Yukarıdaki çalışmaların ağırlıklı olarak iklim değişikliğinin turizme, çevreye olan etkilerini sorunsallaştıran akademik literatürü araştırdığı görülmektedir. Bu açıdan, iklim değişikliğinin sonuçlarını medya üzerinden analiz eden akademik literatüre bakan çalışmamızın bu konudaki eksikliğe küçük bir katkı olması umulmaktadır. Çalışmanın bir sonraki başlığı altında, iklim krizinin ve iklim değişikliğinin sonuçlarını, yansımalarını farklı medya türlerini inceleyerek analiz eden akademik çalışmaların bibliyografyası oluşturulmuş; bu çalışmaların nicelik ve nitelik açısından değerlendirilmesi yapılmış, elde edilen bulgular tartışılmıştır.

## Medyada İklim Krizinin Yansımaları: Akademik Bulgular ve Güncel Durum

Analiz kapsamına alınan 2000-2023 yılları arasındaki zaman diliminde iklim değişikliğinin yansımalarını medya üzerinden analiz eden 49 çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmaların içeriklerinin ağırlıklı olarak anaakım online ya da yazılı basının incelenmesine dayandığı ve araştırmacıların iklim değişikliğine dair yapılan haberlerde konunun nasıl temsil edildiğini, nasıl çerçeveselendiğini ortaya çıkardıkları görülmüştür. Aşağıda ayrıntılı olarak ele alınacak olmakla birlikte İklim değişikliği üzerine yapılan bu çalışmaların yoğunlukla son iki yılda (2022, 2023) yapıldığı hemen görülebilmektedir.

Aşağıda yer verilen *Tablo 1*'de 2000-2023 yılları arasında Türkiye'de iklim değişikliği ve medya ilişkisini inceleyen 49 akademik çalışmanın yılı, türü ve ismi yer almaktadır<sup>2</sup>.

No	Yıl		İletişim Alanında İklim Krizi vb. Üzerine Yapılmış Araştırmalar
1.	2009	Makale	Yazılı Basında Risk Algısının Oluşturulma Süreci: Küresel Isınma Örneği
2.	2014	Makale	Climate Change in the Mainstream Turkish Press: Coverage Trends and Meaning Dimensions in The First Attention Cycle
3.	2016	Kitapta Bölüm	Gündem Belirleme Modeline Göre Yazılı Basındaki İklim Değişikliği Haber ve Köşe Yazılarının Analizi
4.	2016	Araştırma Raporu	İklim Değişikliği ve Medya

<sup>2</sup> *Tablo 1* ve *Tablo 3*'te yer araştırmaların sıralaması yayın yılları esas alınarak yapılmıştır. Her tablodaki aynı numara aynı araştırmaya gönderme yapmaktadır.

5.	2017	Makale	Çevresel Medya İçeriklerinin İnşası: National Geographic Türkiye Dergisi Örneği
6.	2018	Makale	Alternative Media and The Securitization of Climate Change in Turkey
7.	2018	Makale	Küresel İklim Değişikliğinin İnternet Haberlerinde Çerçevesi
8.	2018	Araştırma Raporu	İklim Değişikliği İçin Sosyal Medya İçeriği Oluşturulması
9.	2018	Yüksek Lis. Tezi	Türkiye’de Ulusal Basında Çevre Haberciliği Üzerine Eleştirel Bir İnceleme
10.	2018	Yüksek Lis. Tezi	Yeni Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm: Çevreci Sivil Toplum Kuruluşlarına Yönelik Bir Araştırma
11.	2019	Makale	Yeşil İdeolojiler Bağlamında Yeşil Siyasetin Türkiye’deki Siyasi Partilere Yansımaları
12.	2020	Makale	İklim Değişikliği ve Bilim Gazeteciliği: Avustralya Yangınları Haberlerinde Bilim İzi
13.	2020	Makale	Sürdürülebilirlik, Tüketim ve Medya
14.	2020	Doktora Tezi	Türkiye’de Yeşil Düşünce, Yeşil Siyaset ve Çevre İletişimi: Greenpeace ve Yeşil Parti örnekleri
15.	2021	Araştırma Raporu	Haber Medyasında İklim Krizi
16.	2021	Yüksek Lis. Tezi	Küresel İklim Değişikliğinin Medyada Yansıması: Gazeteler Örneği
17.	2021	Yüksek Lis. Tezi	İklim Adaleti Mücadelesinde Alternatif Medyanın Rolü: Açık Radyo Örneği
18.	2021	Yüksek Lis. Tezi	Korku İle Ütopya Arasında: Medyada Küresel İklim Hareketi ve Termik Santral Karşıtı Hareketin Çerçevesi
19.	2022	Kitap	Yeşil Düşünce, Yeşil Siyaset ve Çevre İletişimi
20.	2022	Makale	Turkish Press Climate Crisis Coverage (2018–2019): Elements of Disconnect in Discourses and The Representation of Solutions
21.	2022	Makale	İklim Değişikliği İletişimi Bağlamında Türkiye’de 2020- 2021 Yılları Arasında Sivil Toplum Kuruluşlarının Twitter Paylaşımlarının Konu Modelleme Analizi
22.	2022	Makale	İklim Krizine Türk Medyası Çerçevesinden Bakmak
23.	2022	Kitapta bölüm	Sosyal Medyada Sürdürülebilir Kalkınma ve Halk Farkındalığı: Örnek Olarak (You Think Green Egypt) Facebook Sayfası
24.	2022	Doktora Tezi	Halkla İlişkiler ve İklim Değişikliği: Bakanlıkların ve STK'ların Twitter Üzerindeki Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Karşılaştırılması

25.	2022	Doktora Tezi	İklim Değişikliği İletişimi: İletişimsel Eylem, Aktivizm ve Çevreci Davranış Üzerine Bir Çalışma
26.	2022	Makale	İklim Değişikliği Haber Çerçevesi: Hürriyet Gazetesi Örneği
27.	2022	Makale	İklim Değişikliği ve Ormanlar Arasındaki İlişkinin Medyadaki Yeri
28.	2022	Makale	Şimdi ve Gelecek için Farkındalık Yaratıcı Çevreci Belgesel Filmler
29.	2022	Makale	Markaların Yeşil Reklam Stratejilerinin Dijital Etkileşiminde “Vicdan Azabı” Duygusunun Rolü
30.	2022	Yüksek Lis. Tezi	Climate Change and Ecological Economics in Kim Stanley Robinson’s Forty Signs of Rain, New York 2140, And The Ministry for The Future
31.	2022	Kitapta Bölüm	Sivil Toplum Kuruluşlarının Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Kapsamında Sosyal Medya Hesaplarında Yer Alan Görsellerin Göstergibilimsel Analizi: Greenpeace Örneği
32.	2022	Makale	Türkiye Medyasının 2021 Yazı Yangınlarını Haberleşmesi
33.	2022	Makale	Halkla İlişkilerin Toplumsal Dönüştürücü Rolü ve İklim Krizi Üzerine Bir Deneme
34.	2022	Bildiri Özet Kitabı	İklim Değişikliğine Karşı Harekete Geçelim! Çevreci STK’lar Sosyal Medyayı Nasıl Kullanıyor?
35.	2022	Bildiri Özet Kitabı	İklim Değişikliği Okuryazarlığı ve Geliştirmek İçin Neler Yapılmalı
36.	2022	Bildiri Özet Kitabı	Türkiye’de Yaygın ve Alternatif Medya İklim Haberciliğini Nasıl Çerçeveliyor?
37.	2022	Bildiri Özet Kitabı	İklim Adaleti Perspektifinde Nasıl Bir Haberciliğe İhtiyacımız Var?
38.	2022	Makale	İklim Krizinin Görsel Söylemi Mimari Temsilin Eylemliliği Üzerine
39.	2022	Makale	İklim Değişikliği ve Medya Greta Thunberg’in Yılın İnsanı Seçilmesinin Ana Akım Medyada Analizi
40.	2023	Yüksek Lis. Tezi	İklim Krizi İçerikli Afişlerin Göstergibilimsel Yaklaşımlarla İncelenmesi ve Uygulamalar
41.	2023	Makale	Su Krizini Çerçevelemek: Halkla İlişkiler Pratiği Olarak Çevre Sponsorluğu
42.	2023	Makale	Ekşi Sözlük’te Nefret Söylemi: İklim Aktivisti Greta Thunberg Örneği
43.	2023	Makale	Fenomen Aktivizmi: Çevreci Fenomenler Üzerine Bir Araştırma
44.	2023	Makale	Paris İklim Anlaşmasına İlişkin İnternete Yansıyan Ulusal Haberlerin İçeriklerinin Değerlendirilmesi
45.	2023	Makale	Sosyal Medyada Etkileşim: Çevreci Sivil Toplum Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme
46.	2023	Makale	“The Day of After Tomorrow” Filminin Çevre Söylemleri Perspektifinden İzleyiciler Üzerinde Oluşturduğu İklim Değişikliği Algısı ve Bilinci



47.	2023	Makale	Türkçe Gazete Yayınlarında İklim Değişikliği ve Turizm
48.	2023	Makale	Türkiye'de İklim Haberciliği: Kuraklık Haberleri Üzerine Bir İçerik Analizi
49.	2023	Makale	Yeşil Ekonomi Kapsamında Almanya'nın İklim Değişikliği İle Mücadelesi: Kamu Spotlarının Göstergibilimsel Analizi

**Tablo 1: Türkiye'de 2000 Sonrası İklim Değişikliği ve Medya Üzerine Yapılmış Araştırmaların Türleri ve İsimleri**

23 yıllık bir süreçte Türkiye'de iletişim literatüründe iklim değişikliği üzerine yapılan çalışmaların azlığı dikkat çekicidir. Bu çalışmanın kapsamı ve sınırlılığı içinde tespit edilebilen ilk çalışma 2009 yılına ait olup, bu tarihten önce iklim değişikliğini odağına alan herhangi bir iletişim çalışmasına rastlanmamıştır. Bu durum, Türkiye'nin iklim politikalarında geç harekete geçmesiyle ilişkilendirilebilir. Nitekim Ümit Şahin'in (2014:6) makalesinde de vurgulandığı gibi, Türkiye'deki iklim politikalarının gerçek başlangıç tarihi 2004 olarak kabul edilmektedir. 2004 yılı, Türkiye'nin uluslararası iklim politikalarına daha aktif katılım göstermeye başladığı, Avrupa Birliği'ne katılım müzakerelerinin yoğunlaştığı ve bu bağlamda iklim değişikliği konusunun kamuoyunda daha fazla ilgi görmeye başladığı bir dönemdir. Özellikle 2005'te Kyoto Protokolü'nün yürürlüğe girmesi ve 2009'daki Kopenhag Zirvesi, Türkiye'de iklim değişikliği tartışmalarının çok taraflı bir politika süreci haline gelmesine ve medyada daha geniş bir görünürlük kazanmasına zemin hazırlamıştır. Bu süreç, aynı zamanda iletişim çalışmaları literatüründe de iklim krizine yönelik araştırmaların artmasına ve bu alandaki boşlukların doldurulmasına olanak tanımıştır.

Geçen yıllar içinde, özellikle 2021-2023 yılları arasında yapılan çalışmaların sayısında belirgin bir artış gözlemlenmektedir. Toplamda 49 akademik çalışmanın 35'inin son üç yılda yapıldığı anlaşılmaktadır. Tabloya yakından bakıldığında, iklim konusunda medyayı analiz eden dört (4) çalışmanın 2021'de, 21 çalışmanın 2022'de ve 10 çalışmanın 2023'te yapıldığı görülmektedir. Bu rakamlar, son üç yılda akademik çevrelerin medya ve iklim değişikliği konusuna ilgisinin arttığını açıkça göstermektedir.

Türkiye'de iklim krizinin etkilerinin özellikle 2021'de yoğun olarak hissedilmesinin ve bunun medyaya yansımış olmasının söz konusu akademik çalışmaların artışında etkili olduğu düşünülebilir. 2021 yılında yaşanan orman yangınları, müsilaj (deniz salyası), aşırı yağışlara bağlı seller ve kuraklık gibi çevre

felaketleri, kamuoyunun ve dolayısıyla akademik çevrelerin dikkatini iklim değişikliğine çekmiştir<sup>3</sup>. Bu olaylar, medyanın iklim değişikliği ve sonuçlarına dair yaptığı analizlerin artmasına neden olmuş görünmektedir. Bu durum, akademik camiada iklim değişikliği konusundaki duyarlılığın kendiliğinden ortaya çıkmasından ziyade, Türkiye'deki çevre ve iklim değişikliğinin etkilerinin belirgin hale gelmesinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Başka bir deyişle, akademik çalışmaların artışı, çevresel felaketlerin toplumda ve medyada yarattığı farkındalıkla doğrudan ilişkili görünmektedir.

Bu süreç, medyanın iklim değişikliği konusundaki rolünü ve etkisini anlamak için önemli bir dönüm noktası olarak da ele alınabilir. Artan akademik ilgi, medyanın iklim değişikliği konusunu nasıl ele aldığını, nasıl çerçevelediğini, dili ve söylemi nasıl kurduğunu anlamak açısından daha ayrıntılı analizlerin yapılmasını mümkün kılmıştır. Ayrıca, medyanın bu konudaki işlevinin analiz edilmesi, iklim değişikliğiyle başa çıkmak, sürdürülebilir çözümler üretmek için de kritik öneme sahiptir.

Aşağıda yer alan *Tablo 2*, 2000 sonrası Türkiye'de iklim değişikliği ve medya üzerine yapılmış 49 çalışmanın türünü ve sayısını göstermektedir. Bu çalışmaların büyük bir kısmı (28) makale formatında yazılmıştır. Çalışmalar arasında sadece üç doktora, yedi yüksek lisans tezi ve bir tane de doktora tezinden üretilen kitap bulunması konunun önemine karşın yapılan akademik çalışmanın azlığı açısından dikkat çekicidir:

<b>Makale</b>	<b>28</b>
<b>Kitapta</b>	<b>1</b>
<b>Kitapta Bölüm</b>	<b>3</b>

<sup>3</sup> 2021 yılında Türkiye, birçok doğa kaynaklı felakete karşı karşıya kalmıştır. İzmir, Giresun, Tekirdağ, Rize, Artvin, Van, Kars ve Batı Karadeniz bölgelerinde yoğun yağışlar sonucu oluşan sel ve heyelanlar büyük can kayıplarına ve maddi zararlara neden olmuştur. Özellikle Batı Karadeniz'de yaşanan sel felaketleri, metrekaresine düşen yoğun yağış miktarı nedeniyle 82 kişinin hayatını kaybetmesine yol açmıştır. Ayrıca, ülkenin güney ve batı bölgelerinde çıkan orman yangınlarında 16 kişi yaşamını yitirmiş, yüz binlerce hektar orman alanı ve birçok yerleşim yeri yok olmuştur. İstanbul ve Kocaeli'de ise şiddetli fırtına nedeniyle beş kişi hayatını kaybetmiş, binalar ve altyapı zarar görmüştür. Sel, heyelan ve yangınların yaşandığı 2021'de ayrıca aletsel büyüklüğü 5.0'ten büyük sekiz deprem meydana gelmiştir. Bu felaketler, iklim değişikliğinin Türkiye'de yarattığı ciddi etkileri ortaya koymuştur (Varol, 2022).

Bildiri Özet Kitabı	4
Yüksek Lisans Tezi	7
Araştırma Raporu	3
Doktora Tezi	3
<b>TOPLAM</b>	<b>49</b>

**Tablo 2: Türkiye'de 2000 Sonrası İklim Değişikliği ve Medya Üzerine Yapılmış Çalışmaların Türü ve Sayısı**

Genel olarak iletişim alanında yapılan çalışmaların azlığı, tez düzeyindeki akademik çalışmaların da az olmasıyla paralellik göstermektedir. Bu durum tekrar vurgulanmalıdır ki iletişim araştırmalarında iklim değişikliği konusunun yeterince yer bulmadığının çarpıcı bir göstergesidir. Oysa iklim değişikliğinin etkileri uzun yıllardır insanları, doğayı, hayvanları ve bitkileri küresel düzeyde ağır bir şekilde etkilemektedir. Türkiye'de iletişim çalışmalarının iklim değişikliği üzerine son üç yılda artmaya başlaması ise meselenin Türkiye'yi son yıllarda doğrudan etkileme, haberlere yansiyacak felaketlere dönüşmesiyle ilişkili görünmektedir. Oysa literatür kısmında yer verilen çalışmaların da gösterdiği gibi, iklim değişikliği sorunu Avrupa'nın akademik gündemine 2000'li yıllarda girmiş ve konu üzerine çokça akademik üretim yapılmışken<sup>4</sup> Türkiye'de sadece iletişim alanında değil, daha önce belirtildiği gibi diğer akademik alanlarda da yeterince iklim değişimi ve sonuçları dikkate alınmamıştır.

İletişim alanında yapılan 49 çalışmanın türlerine bakıldığında, medya ve dil üzerine gerçekleştirilen 22 çalışmanın (49 çalışmanın neredeyse yarısı) iletişim dışı alanlardan gelen araştırmacılar tarafından yürütüldüğü görülmektedir. İletişim çalışmalarında dil ve söylem analizleri yapabilmek, iletişim alanının bilgi birikimine ve dilsel-söylemsel araçları analiz etme uzmanlığına sahip olmayı gerektirir. Bu nedenle, alan farklılığı her ne kadar iletişim uzmanlığına sahip olmamak anlamına gelmese de, iklim iletişimine olan ilginin önemli bir bölümünün farklı alanlardan geldiği gerçeğine,

<sup>4</sup> Çalışmamızda değinilmiş olmakla birlikte bu konuda ayrıntılı bilgilere ulaşmak ve karşılaştırmayı görmek için 2023 yılında İpek Didem Göçoğlu ve arkadaşları tarafından yapılmış *Türkiye'nin İklim Değişikliği İle Mücadele Serüveni: Akademik Yazın Üzerine Bir Araştırma* başlıklı çalışmaya bakılabilir.

Türkiye’de iletişim çalışmaları alanında bu ilginin henüz yeterince gelişmediğine; iletişim akademisyenlerinin iklim sorunuyla şimdiye kadar yeterince ilgilenmediğine işaret etmesi açısından da düşündürücüdür.

İncelenen çalışmaların odağının ağırlıkla (18 çalışma) anaakım online ve yazılı basının iklim odaklı haberlerinin analizine dayandığı görülmektedir. Diğer araştırmalar ise belgesel filmler, sosyal medya, radyo, kamu spotları gibi mecralar ve STK’ların sosyal medya uygulamaları, romanlar, dergi analizleri, gazetecilerle ve öğrencilerle yapılan görüşmeler gibi bir dağılım göstermektedir.

Aşağıda yer alan *Tablo 3*’te, Türkiye’de 2000 sonrası iklim değişikliği ve medya üzerine yapılmış 49 çalışmanın bazı verileri tasnif edilmiştir. Bu veriler, araştırmacıların üniversite ve kurumları, fakülte ve alanları, kullandıkları araştırma yöntemleri ve analiz ettikleri mecraları-materyalleri kapsamaktadır. Çalışmalarda araştırma materyalinin ağırlıklı olarak nicel içerik analizine tabi tutulduğu, bunun yanı sıra nitel içerik analizi, çerçeveleme analizi, göstergibilimsel analiz ve söylem analizinin de yapıldığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, analiz edilen veriler sözcükler, cümleler, sözcük ve cümle dizilimleri ve onların yer aldığı bağlamlardır. Bu açıdan, iletişim akademisyenlerinin iklim değişikliği konusuna daha fazla eğilmeleri ve farklı disiplinlerden araştırmacılarla ortak çalışmalar yapmaları önemlidir.

Eleştirilebilir olmalarına rağmen, araştırmacıların ağırlıkla haberlere odaklandığı çalışmalarda, haberlerin iklim değişikliği konusunu nasıl temsil ettiğini ve hangi çerçevelerle ele aldığını analiz etmeleri ve verileri detaylı bir şekilde incelemeleri önemlidir. Medyanın geniş kitlelere ulaşma potansiyeli göz önüne alındığında, bu tür çalışmalar önemli bir eksikliği gidermek açısından kıymetli ve öncü niteliktedir. Medya, iklim değişikliğinin toplumsal ve yapısal nedenlerini ve sonuçlarını tam anlamıyla kavramamıza yardımcı olabilecek güçlü bir araçtır. Bu nedenle, medyanın bu konudaki rolünü ve etkisini doğru bir şekilde analiz etmek, sürdürülebilir çözümler üretme yolunda kritik öneme sahiptir. İklim değişikliği gibi küresel bir krizle başa çıkmada, medya ve iletişim çalışmalarının daha etkin bir şekilde kullanılabilmesi, toplumun bilinçlendirilmesi ve harekete geçirilmesi için büyük bir fırsat sunmaktadır.

*Tablo 3*'te araştırmalara dair yer alan veriler<sup>5</sup>, geleneksel ve online medyanın yanı sıra sosyal medya, sivil toplum kuruluşları, filmler, sosyal sorumluluk kampanyaları, reklamlar ve romanlar gibi farklı iletişim mecralarının da iklim krizi açısından çeşitli boyutlarıyla ele alındığını göstermektedir. Bu çeşitlilik, iletişim alanındaki akademik araştırmaların iklim değişikliği konusunu daha geniş bir perspektiften ele almaya başladığını da ortaya koymaktadır. İklim krizinin çok yönlü etkileri ve bu krizle başa çıkma stratejileri, yalnızca haberler aracılığıyla değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal temsiller aracılığıyla da incelenmektedir. Bu durum, toplumun farklı kesimlerine ulaşma ve onları bilinçlendirme konusunda önemli bir adım olarak görülebilir. Ayrıca, farklı medya türlerinin ve iletişim araçlarının iklim değişikliğiyle ilgili farkındalık yaratma ve eyleme geçirme potansiyellerini de değerlendirmeye olanak sağlar.

No	Araştırmacının Üniversitesi-Kurumu	Araştırmacının Fakültesi-Alanı	Araştırmanın Yöntemi	Araştırma Mecrası
1.	Kocaeli	İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Metinsel içerik analizi	Cumhuriyet, Sabah ve Posta
2.	Lizbon	Felsefe Enstitüsü	İçerik analizi	Hürriyet ve Zaman
3.	Ankara	Coğrafya Bölümü	İçerik analizi	Haberler ve köşe yazıları
4.	Sabancı	İstanbul Politikalar Merkezi (İPM)	Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme	Ulusal medya kuruluşlarından yönetici pozisyonundaki gazetecilerle görüşme
5.	Sinop	Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji	Nitel içerik analizi	National Geographic Türkiye dergisinde işlenen çevre konularına dair nitel içerik analizi
6.	Yaşar	Uluslararası İlişkiler	Çerçeveleme analizi	Hürriyet, Sabah, Sözcü, Milliyet, Bianet
7.	Düzce	Fen-Edebiyat Fakültesi, Psikoloji	Nitel içerik analizi	Google News sitesinde küresel iklim değişikliği ile ilgili aramalarda ilk çıkan haberlerin analizi
8.	Dokuz Eylül	İşletme Fakültesi	Derinlemesine görüşmeler, odak grup çalışmaları ve nöropazarlama deneyleri	Üniversite öğrenci, akademisyen, personeller
9.	Hacettepe	İletişim Bilimleri Anabilim Dalı	Nitel ve nicel içerik analizi ve söylem analizi	Akşam, Birgün, Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet, Sabah

<sup>5</sup> Tabloda yer alan kurumsal bilgiler, araştırma metinlerde yazılan bilgilerle sınırlı olduğu için standart bir dil kurulamamıştır. Ayrıca daha önce belirtildiği gibi üniversitelerin sıralamasında araştırmaların yayın yılları belirleyici olmuştur.

10.	İstanbul	İletişim Fakültesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım	STK'ların sosyal medyaları-içerik analizi	Ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşları dijital aktivizm faaliyetleri
11.	Konya-Necmettin Erbakan	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	Mecliste temsil hakkı bulan siyasi partilerin parti programları ve seçim bildirgelerinin içerik analizi	AKP, CHP, MHP, İYİ Parti, HDP ve Yeşiller ve Sol Gelecek Partisi
12.	Erciyes	İletişim Fakültesi	İçerik analizi	hurriyet.com.tr, sabah.com.tr, sozcu.com.tr, milliyet.com.tr'dir.
13.	Marmara	İletişim Fakültesi	Derleme-literatür taraması	Derleme-literatür taraması
14.	Gazi	İletişim Fakültesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Nitel içerik analizi, yarı yapılandırılmış görüşme	Greenpeace, Yeşiller Parti, Yeşiller ve Sol Gelecek Parti
15.	İstanbul Bilgi	İletişim Fakültesi	Çerçeve analizi, iklim habercileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler	Bianet, Cumhuriyet, Evrensel, GZT, Habertürk, Hürriyet, Medyascope, Sabah, Sözcü, T24 ve Yeni Şafak haber ve köşe yazıları
16.	Bolu Abant İzzet Baysal	Sosyoloji Anabilim Dalı	Çerçeveleme kuramı ve içerik analizi	Hürriyet, Cumhuriyet, Sabah ve Habertürk
17.	Ankara	İletişim Fakültesi Radyo TV ve Sinema Anabilim Dalı	Gündem belirleme ve çerçeveleme analizi	Açık Radyo
18.	Galatasaray	Radyo TV ve Sinema Anabilim Dalı	Çerçeveleme analizi	BirGün, Cumhuriyet, Bianet; Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak
19.	Ankara	İletişim Fakültesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Nitel içerik analizi, yarı yapılandırılmış görüşme	Greenpeace, Yeşiller Parti, Yeşiller ve Sol Gelecek Parti
20.	Marmara	İletişim Fakültesi	Eleştirel söylem analizi	hurriyet.com.tr sabah.com.tr sozcu.com.tr milliyet.com.tr
21.	İstanbul	İletişim Fakültesi	Metinsel içerik analizi	Çevreci STK'lar -Twitter
22.	Marmara	İletişim Fakültesi	Çerçeveleme Analizi"	ntv.com.tr milliyet.com.tr
23.	İstanbul	İletişim Fakültesi, Gazetecilik-	İçerik analizi	You think green Egypt adlı Facebook sayfası
24.	İstanbul	İletişim Fakültesi Halkla ilişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı	İçerik analizi	Twitter
25.	Bahçeşehir	Reklamcılık ve Halkla İlişkiler	Durumsal Problem Çözme Teorisi temelli Planlı Davranış modeli	Üniversite öğrencileri anket Durumsal Problem Çözme Teorisi çevreci ve aktivist davranış analizi
26.	Akdeniz	İletişim Fakültesi, Gazetecilik	Çerçeveleme kuramı	Hürriyet gazetesi online
27.	Bartın	Orman Fakültesi	İçerik analizi	Sabah, Hürriyet, Milliyet, Sözcü, Cumhuriyet ve Birgün gazeteleridir.

28.	Eskişehir Osmangazi	Sanat ve Tasarım Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı	Söylem analizi	Belgesel filmler
29.	Kocaeli	İletişim Fakültesi	İçerik analizi	Reklam filmleri ve reklam filmlerine yapılan Youtube kullanıcı duvar yorumları
30.	Hacettepe	Amerikan Kültürü ve Edebiyatı	Betimsel analiz	Roman analizi
31.	Sivas Cumhuriyet	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Göstergebilimsel analiz yöntemi	Sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya hesapları
32.	Marmara	İletişim Fakültesi, Gazetecilik	Çerçeve analizi	Sabah, Sözcü, Bianet online
33.	ODTÜ	Görsel İşitsel Sistemler Araştırma ve Uygulama	Literatür Değerlendirmesi	Literatür Değerlendirmesi
34.	Ege Üni.İzmir Kavram MYO	MYO-Pazarlama ve Reklamcılık	İçerik analizi	STK'ların Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube içerik analizi ve yarı yapılandırılmış görüşmeler
35.	Sağlık Bilimleri Üni.	Halk Sağlığı	Literatür değerlendirme	Literatür değerlendirme
36.	Gazeteci	İklim Haber Gazetesi	Çerçeveleme analizi	Ulaşılamamıştır.
37.	Gazeteci	Yeşil Gazete	Literatür değerlendirme	Literatür değerlendirme
38.	ODTÜ	Mimarlık	Literatür Değerlendirmesi	Mimari temsil literatür değerlendirme
39.	İstanbul Ticaret	İletişim Fakültesi	Nitel içerik analizi	Cumhuriyet, Hürriyet, Yeni Şafak, Posta ve Akit
40.	Hacettepe	Güzel Sanatlar Enstitüsü	Göstergebilimsel analiz	İklim krizi içerikli afiş
41.	Başkent	İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım.	Çerçeveleme analizi	Belgesel
42.	Yozgat Bozok	İletişim Bilimleri	Söylem çözümlemesi	Ekşi Sözlük
43.	İstanbul Ticaret	İletişim Fakültesi, Medya ve İletişim	İçerik analizi yönetimi	Instagram'da içerik üreten "çevreci fenomen" aktivistler
44.	Elektrik Üretim A.Ş. Genel Müdürlüğü		İçerik analizi	.hürriyet.com.tr, sözcü.com.tr sabah.com.tr
45.	Ege Üni., İzmir Kavram MYO-	İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler, MYO-Pazarlama ve Reklamcılık	Betimsel içerik analizi	Çevreci STK'ların Twitter, Facebook, Instagram ve YouTube etkileşimleri ve yarı yapılandırılmış görüşmeler
46.	Dokuz Eylül	Şehir ve Bölge Planlama	Nitel içerik analizi	'The Day Of After Tomorrow' izleyici yorumları
47.	Kafkas	Sarıkamış Turizm Fakültesi	Karma içerik analizi	En yüksek tiraja sahip 10 gazetesinin internet haberleri
48.	Giresun	Eğitim Fakültesi	İçerik analizi	Hürriyet, Sabah, Sözcü online ve Yeşil gazete

49.	Munzur	İİBF	Göstergebilimsel analiz tekniği	Kamu spotları
-----	--------	------	---------------------------------	---------------

**Tablo 3: Türkiye'de 2000 Sonrası İklim Değişikliği ve Medya Üzerine Yapılmış Çalışmaların Kurum ve Yöntem Bilgisi**

*Tablo 3'te* görülen bir başka veri de araştırmacıların kurumsal bilgileriyle ilgilidir. Türkiye'de toplamda 208 üniversite vardır. Bunların 129'u devlet üniversitesi 75'i vakıf üniversitesidir.<sup>6</sup> 49 çalışmanın 43'ünün üniversitede kurumsal bağı olan akademisyenlerce yapıldığı görülmektedir. Makalenin sınırlarını aşmamak adına, bibliyografyası çıkarılan 49 çalışmanın her birinin bulgularına ve sonuçlarına ayrıntılı olarak yer verilemeyecek olsa da, 49 çalışmanın bulgularını, sonuçlarını ve önerilerini aşağıdaki başlıklar altında kategorize<sup>7</sup> etmek mümkün olmuştur:

### **1. Felaket Odaklı Çerçeve ve Çözüm Eksikliği**

İletişim alanında iklim krizini ele alan 49 çalışmanın analizi, medyanın iklim değişikliği haberlerini farklı şekillerde çerçevelediğini ortaya koysa da, bu çalışmalardan 32'si<sup>8</sup>, haberlerin büyük çoğunluğunun felaket odaklı bir çerçevede sunulduğunu göstermektedir. Haberlerin, iklim krizinin yıkıcı etkilerini vurgulayarak çözüm yolları yerine bir "çaresizlik" duygusu yarattığı ve bu durumun bireylerin ve toplumların harekete geçme motivasyonunu zayıflatabileceği tespit edilmiştir. Felaket odaklı bu söylemle yapılan haberlerin dikkat çekici olsa da, kamuoyunda korku ve endişe yaratmanın yanı sıra problemi çözmeye yönelik pratik çözümler ve eylem çağrılarından uzak durduğu ortaya konulmuştur.

### **2. Ekonomik ve Politik Bağlamların Göz Ardı Edilmesi**

Analiz edilen çalışmalardan 30unda<sup>9</sup>, medyanın iklim değişikliğini çoğunlukla izole bir çevre sorunu olarak ele aldığı ve bu sorunu ekonomik ve politik bağlamlarla yeterince

<sup>6</sup><https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz>

<sup>7</sup> Her makale birden fazla kategori içinde yer almaktadır.

<sup>8</sup>Bkz.:Yetkin Cılızoğlu ve Sayımer, 2009; Üzelgün ve Castro, 2015; Demircan vd.,2016; Şahin ve Üzelgün, 2016; Eryılmaz, 2017; Günay vd., 2018; Aykaç, 2018; Akman Yüceil, 2018; Şahin, 2020; Boschele, 2020; Uzunoğlu ve Karaca, 2021; Pekmezci, 2021; Gündoğdu, 2021; Kafalı, 2021; Baykal Fide, 2022a; Özay ve Mustafa, 2022; de Faveri, 2022; Atmış, Tolunay ve Yıldız, 2022; Kınam, 2022; Tapan, 2022; Almaz, 2022; Saatçioğlu,2017; Baykal Fide, 2022b; Şirin, 2022; Karakartal, 2022; Bagatır, 2022; Tekin Çelik ve Hepkon, 2022; Çetin, 2023; Seyhan ve Zengin Çelik, 2023; Turan ve Çalkın, 2023; Cengiz, 2023; Çetin, 2020.

<sup>9</sup> Bkz.,Yetkin Cılızoğlu ve Sayımer, 2009; Üzelgün ve Castro, 2015; Şahin ve Üzelgün, 2016; Eryılmaz, 2017; Günay vd., 2018; Aykaç, 2018; Akman Yüceil, 2018; Şahin, 2020; Boschele, 2020; Uzunoğlu ve Karaca, 2021; Pekmezci, 2021; Gündoğdu, 2021; Kafalı, 2021; Baykal Fide, 2022; Özay ve Mustafa, 2022; de Faveri, 2022; Atmış, Tolunay ve Yıldız, 2022; Kınam, 2022; Almaz, 2022; Baykal Fide, 2022b; Tekin Çelik ve Hepkon, 2022; Aksoy, 2024; Akçay, 2023; Çetin, 2023; Ergün ve Aksoy, 2023;



ilişkilendirmediği ortaya konulmuştur. Ekonomik ve politik boyutların göz ardı edilmesinin, iklim değişikliğinin küresel sermaye, hükümet politikaları, enerji sektörü çıkar grupları ve sosyal adalet gibi önemli unsurlarla olan bağlantılarını gizlemeye aracılık ettiği vurgulanmış, bu durumun, çözüm yolları konusunda kapsamlı bir anlayış geliştirilmesini engellediği belirlenmiştir. Dolayısıyla, medyanın bu bağlamları daha fazla dikkate alarak, hem sorunun hem de çözüm yollarının daha derinlemesine ve kapsamlı bir şekilde ele alınmasına katkı sağlaması gerektiğinin altı çizilmiştir.

### **3. Medyanın Politik ve İdeolojik Çerçevesi**

Bu sonuç, incelenen 49 çalışmanın 26'sında<sup>10</sup> tespit edilmiştir. Medyada yer alan çevre ve iklim konularının genellikle politik ve ideolojik bir bakış açısıyla ülke gündemine yansıtıldığı ortaya konulmuştur. Ulusal basındaki çevre haberlerinin, ülkedeki politik iklim doğrultusunda şekillenmesi sonucunda, haberlerde taraflılık sorunlarının ortaya çıktığı belirlenmiştir. Bazı haberlerin, mevcut hükümet politikalarını destekleyen veya eleştiren bir perspektifle sunulması, çevre ve iklim krizinin nedenleri ve çözümlerinin politik bir çatışma alanına dönüştürüldüğü tespit edilmiştir. Bu ideolojik yaklaşımın, iklim değişikliğinin geniş ve kapsayıcı bir şekilde ele alınmasını engellediği ve toplumsal bilgilendirme ile farkındalık oluşturma süreçlerini zayıflatma riski taşıdığı vurgulanmıştır.

### **4. Uzman Gazetecilerin Eksikliği ve Çevre Gazeteciliği**

12 çalışmadan<sup>11</sup> çıkarılan bu sonuca göre, iklim ve çevre haberciliği alanında uzman gazetecilerin eksikliğinin bu alandaki haberlerin kalitesini düşürdüğü tespiti yapılmıştır. Ulusal basının çevre gazeteciliği konusunda yetersiz performans gösterdiği, özellikle iklim değişikliği gibi karmaşık konuların basit ve yüzeysel bir şekilde ele alındığı bu çalışmalarda ortaya konulmuştur. Uzman gazeteci eksikliğinin, bütçe kısıtlamaları ve veri erişimindeki zorluklarla birlikte haberlerin hem sayısını hem

---

Altar ve Topsümer, 2023; Seyhan ve Zengin Çelik, 2023; Turan ve Çalkın, 2023; Cengiz, 2023; Çetin, 2020.

<sup>10</sup> Bkz., Yetkin Cılızoğlu ve Sayımer, 2009; Üzelgün ve Castro, 2015; Demircan vd., 2016; Şahin ve Üzelgün, 2016; Eryılmaz, 2017; Günay vd., 2018; Aykaç, 2018; Akman Yüceil, 2018; Tani, 2018; Boschele, 2020; Uzunoğlu ve Karaca, 2021; Pekmezci, 2021; Gündoğdu, 2021; Kafalı, 2021; Baykal Fide, 2022; Özay ve Mustafa, 2022; Almaz, 2022; Baykal Fide, 2022b; Tekin Çelik ve Hepkon, 2022; Akçay, 2023; Ergün ve Aksoy, 2023; Altar ve Topsümer, 2023; Seyhan ve Zengin Çelik, 2023; Turan ve Çalkın, 2023; Cengiz, 2023; Çetin, 2020.

<sup>11</sup> Bkz., Yetkin Cılızoğlu ve Sayımer, 2009; Üzelgün ve Castro, 2015; Demircan vd., 2016; Şahin ve Üzelgün, 2016; Akman Yüceil, 2018; Şahin, 2020; Uzunoğlu ve Karaca, 2021; Özay ve Mustafa, 2022; Atmış, Tolunay ve Yıldız, 2022; Baykal Fide, 2022b; Cengiz, 2023; Çetin, 2020.

de derinliğini sınırladığı, bu durumun da kamuoyunun yeterli bilgiye ulaşmasını engellediği vurgulanmıştır. Uzman gazeteciler olmadan yapılan haberlerin, çoğunlukla teknik ayrıntılardan yoksun kaldığı ve bu durumun iklim krizinin toplumsal ve bilimsel gerçeklerle uyumlu bir şekilde ele alınmasını zorlaştırdığı tespit edilmiştir.

### **5. Sansür, Oto-Sansür ve Medyanın Enerji Sektörü ile Bağı**

Analiz edilen 49 çalışmadan sadece altısında (6)<sup>12</sup>, medya kuruluşlarının enerji sektöründeki yatırımlarının ve bu sektördeki çıkar ilişkilerinin sansür ve oto-sansür mekanizmalarını devreye sokarak, iklim değişikliği haberlerinde sorumluluğun geri plana itilmesine yol açtığı tespiti yapılmıştır. Medyanın enerji politikalarına dair kritik haberler yapmaktan kaçındığı ve özellikle enerji üretimi ve tüketimi ile ilgili yapısal eleştirilerin medyada yer bulamadığı ortaya konulmuştur. Bu durumun, medya kuruluşlarının kamu yararını gözeten tarafsız haber anlayışından uzaklaşmasına ve haberlerdeki bağımsızlık ilkesinin zarar görmesine neden olduğu vurgulanmıştır.

### **6. Sosyal Medyanın Artan Rolü ve Dezenformasyon Riski**

49 çalışmadan 18'inde<sup>13</sup> tespit edilen bu kategoriye göre, sosyal medya ve diğer dijital platformların iklim değişikliği konusunda giderek daha fazla rol oynadığı ortaya konulmuştur. Bu platformların, özellikle genç kitleler arasında farkındalık oluşturma ve harekete geçme çağrısı yapma potansiyeline sahip olduğu, aynı zamanda geleneksel medya kanallarının ulaşamadığı demografik gruplara erişim sağladığı belirlenmiştir. Ancak, bu platformların yanıltıcı bilgi ve dezenformasyon yayma riski de göz ardı edilmemelidir. Genç kitlelerin bu platformlar aracılığıyla krizler hakkında bilgi edinme ve aktivizme katılma olasılığı yüksek olsa da, yanlış bilgilerin hızla yayılmasının toplumsal bilinçlenmeyi olumsuz etkileyebileceği vurgulanmıştır. Bu noktada, sosyal medyanın kriz bilgilendirme ve farkındalık yaratma potansiyeline rağmen, doğru stratejiler kullanılmadığında bu etkinin sınırlı kalabileceği tespit edilmiştir. Özellikle, çevreci sivil toplum kuruluşlarının sosyal medya hesaplarının genellikle duyuru yapma amacıyla kullanıldığı, etkileşim oranlarının düşük olduğu ve

<sup>12</sup> Bkz., Şahin ve Üzelgün, 2016; Uzunoğlu ve Karaca, 2021; Gündoğdu, 2021; Kafalı, 2021; Baykal Fide, 2022; Altar ve Topsümer, 2023.

<sup>13</sup> Bkz., Tani, 2018; Gündoğdu, 2021; Günay ve Güçdemir, 2022; Özay ve Mustafa, 2022; Mohamed, 2021; Günay, 2022; Geysi, 2022; Kınam, 2022; Tapan, 2022; Saatçioğlu, 2017; Balay Tuncer, 2022; Altar, 2022; Kocabay Şener ve Öymen Engindeniz, 2023; Ergün ve Aksoy, 2023; Altar ve Topsümer, 2023; Seyhan ve Zengin Çelik, 2023; Cengiz, 2023; Çetin, 2020.

iklim krizi haberlerinde sorumluluk atamanın yanı sıra ekonomik sonuçlara sıkça yer verildiği gözlemlenmiştir. Bu nedenle, akademik çalışmaların sosyal medyanın doğru kullanımı için rehberlik edebileceği ve etkili iletişim stratejilerinin geliştirilmesine katkı sunabileceği belirtilmiştir.

### ***7. Görsel-İşitsel İçeriklerin Eksikliği ve İnsan Hikâyelerinin İhmal Edilmesi***

Yapılan 49 çalışmanın 15'inde<sup>14</sup>, iklim krizi haberlerinde sınırlı görsel-işitsel içerik kullanımının, karmaşık konuların yeterince basitleştirilememesinin ve insan hikâyelerinin göz ardı edilmesinin, bu tür haberlere olan ilgiyi azaltan önemli faktörler arasında olduğu tespit edilmiştir. Oysa, insan hikâyeleri soyut ve teknik konuları daha insani bir perspektifle sunarak kamuoyunun ilgisini çekme potansiyeline sahiptir. Görsel-işitsel içerikler ise özellikle genç kitlelerin dikkatini çekmek ve krizle ilgili farkındalığı artırmak açısından kritik bir rol oynamaktadır. Medyanın bu unsurları yeterince kullanamaması, haberlerin etkileyici ve ilgi çekici olmasını zorlaştırarak, iklim kriziyle ilgili toplumsal farkındalığı artırma potansiyelini sınırlamaktadır.

Özetle söylenirse yukarıdaki sonuçlar, medyanın iklim krizi haberlerini ele alış biçiminin felaket odaklı bir çerçevede yoğunlaştığını, bu haberlerin çoğunun çözüm önerileri sunmaktan uzak olduğunu ve bireylerde çaresizlik duygusu yarattığını göstermektedir. Ekonomik ve politik bağlamların göz ardı edilmesi, iklim krizinin derinlemesine bir şekilde ele alınmasını engellerken, medya kuruluşlarının ideolojik ve politik çerçeveleri, taraflı haberciliği körüklemektedir. Uzman gazeteci eksikliği ve çevre gazeteciliğinin yetersizliği, haberlerin kalitesini düşürmekte, bu da kamuoyunun doğru ve kapsamlı bilgiye ulaşmasını zorlaştırmaktadır. Sosyal medyanın iklim krizi farkındalığı yaratma konusunda artan rolü umut verici olmakla birlikte, bu platformlarda yayılan dezenformasyon riski, etkin bir iletişim stratejisi geliştirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, görsel-işitsel içeriklerin ve insan hikâyelerinin yetersiz kullanımı, haberlerin çekiciliğini ve etkisini azaltmaktadır.

---

<sup>14</sup> Bkz., Yetkin Cılızoğlu ve Sayımer, 2009; Üzelgün ve Castro, 2015; Şahin ve Üzelgün, 2016; Uzunoğlu ve Karaca, 2021; Pekmezci, 2021; Günay ve Güçdemir, 2022; Özay ve Mustafa, 2022; de Faveri, 2022; Kinam, 2022; Saatçioğlu, 2017; Alicanoğlu Şerifoğlu, 2022; Aksoy, 2024; Akçay, 2023; Çetin, 2023; Cengiz, 2023.

## Sonuç

Çalışma kapsamında 23 yıllık bir süreç incelenmiş ve yalnızca 49 çalışma tespit edilebilmiştir. Bu durum, iklim değişikliğinin karmaşıklığı ve önemi göz önüne alındığında, akademik katkıların artırılması gerektiğine işaret etmektedir. Akademik çevrelerin konuya daha fazla eğilmesi ve medyanın bu alandaki rolüne dair daha derinlemesine araştırmalar yapılması önem arz etmektedir.

İncelenen çalışmalar, medyanın iklim değişikliğini kapsamlı ve çok boyutlu bir şekilde ele almadığını, haberlerin büyük oranda felaket odaklı sunulduğunu ve ekonomik ile politik bağlamların göz ardı edildiğini göstermektedir. Medyanın bu sınırlı ve yüzeysel yaklaşımı, toplumda yeterli farkındalık yaratmada yetersiz kalmaktadır. Özellikle çevre gazeteciliği ve bu alanda uzmanlaşmış gazetecilerin eksikliği, iklim krizine dair haberlerin kalitesini düşüren temel etkenlerden biridir. Ayrıca, çevreci sivil toplum kuruluşlarının sosyal medyayı duyuru odaklı kullanması ve haberlerde sorumluluk atamanın ön planda tutulması, bu alanın etkinliğini sınırlayan diğer önemli faktörlerdir. Sansür ve oto-sansür mekanizmalarının medya kuruluşları üzerindeki etkisi, tarafsızlık ve sorumluluk alma eğilimlerini zayıflatmakta; görsel-işitsel içeriklerin yetersizliği ise izleyicilerin bu konulara ilgisini azaltarak toplumsal bilinçlenme sürecini sekteye uğratmaktadır.

Medyanın kamuoyu oluşturma gücü göz önüne alındığında, bu sorunların aşılması ve iklim değişikliği konusundaki haberlerin daha etkili olabilmesi için medya organlarının sorumlu, bilimsel doğruluğa dayalı bir yayıncılık politikası benimsemesi gerekmektedir. Bu bağlamda, medyanın iklim değişikliğini daha etkin bir şekilde ele alabilmesi için akademik çalışmaların da yönlendirici bir rol oynaması kritik önemdedir. İletişim fakültelerinde iklim iletişimi derslerinin açılması, konunun akademik platformlarda daha sık tartışılması ve medya aktörleriyle işbirliklerinin artırılması, bu sorunun çözümüne katkı sağlayabilir. Böyle bir işbirliği, medyada daha geniş ve derinlemesine bir bakış açısının gelişmesine, bilgilendirici içeriklerin artmasına olanak tanıyacaktır.

Son yıllarda yapılan akademik çalışmalar, medyanın iklim değişikliği konusunda daha proaktif ve eğitici bir rol üstlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu çalışmalar, medyanın konuyu daha geniş bir çerçevede ele alması ve bilimsel bilgiyi halka açık, anlaşılır bir şekilde sunması için metodolojik öneriler sunmaktadır. Medya

kuruluşlarının, iklim değişikliği haberlerinde bilimsel doğruluğu öncelik haline getirmesi ve bu alanda uzmanlaşmış gazetecileri bünyesine katması büyük önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, iklim değişikliği ve bu değişikliğin getirdiği sonuçlara dair doğru bilgi aktarımı ve toplumsal farkındalık yaratılması için akademik çevrelerin daha aktif bir rol üstlenmesi kritik bir gerekliliktir. Küresel iklim değişikliğinin insanlar üzerindeki etkileri göz önüne alındığında, iletişim akademisyenlerinin bu alandaki araştırmalara katkı sunarak iklim bilincinin artırılmasına ve çözüm odaklı politika önerileri geliştirilmesine odaklanmaları etik bir sorumluluktur. Medya ile akademi arasında kurulacak güçlü işbirlikleri, toplumsal farkındalık oluşturma çabalarını daha etkili hale getirecek ve iklim kriziyle mücadelede önemli bir adım olacaktır.

## Kaynakça

Akçay, Ebru (2023). "Su Krizini Çerçevelemek: Halkla İlişkiler Pratiği Olarak Çevre Sponsorluğu." *Afet ve Risk Dergisi*, 6(3), 723-738.

<https://doi.org/10.35341/afet.1247263>

Akman Yücel, B. (2018). *Türkiye’de Ulusal Basında Çevre Haberciliği Üzerine Eleştirel Bir İnceleme* (Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi),

<https://openaccess.hacettepe.edu.tr/xmlui/handle/11655/5025>

Aksoy, Burcu (2023). *İklim Krizi İçerikli Afişlerin Göstergibilimsel Yaklaşımlarla İncelenmesi ve Uygulamalar*, (Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi).

<https://openaccess.hacettepe.edu.tr/xmlui/handle/11655/33992> )

Akyıl, Özlem (2022). "Sivil Toplum Kuruluşlarının Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Kapsamında Sosyal Medya Hesaplarında Yer Alan Görsellerin Göstergibilimsel Analizi: Greenpeace Örneği." *İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Yüzyıl’da İletişim Kongresi Tam Metin Kitabı*

Alicanoğlu Şerifoğlu Aslı E. ve Kömez Dağlıoğlu (2022). "İklim Krizinin Görsel Söylemi: Mimari Temsilin Eylemliliği Üzerine." *Ege Mimarlık Dergisi*, 116, 46-51.

Almaz, Beyza (2022). *Climate Change And Ecological Economics in Kim Stanley Robinson’s Forty Signs Of Rain, New York 2140, And The Ministry For The Future*, (Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe University).

<https://avesis.hacettepe.edu.tr/yonetilen-tez/03636d74-6975-4cc2-bbc7-718bcd6f68e1/climate-change-and-ecological-economics-in-kim-stanley-robinsons-forty-signs-of-rain-newyork-2140-and-the-ministry-for-the-future>

Altar, Oya (2022). "İklim krizine karşı harekete geçelim!" Çevreci STK'lar sosyal medyayı nasıl kullanıyor?" *II.Uluslararası Sağlık ve İklim Değişikliği Kongresi Tam Metinler Kitabı*

Altar, Oya. ve Füsün Topsümer (2023). "Sosyal Medyada Etkileşim: Çevreci Sivil Toplum Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme." *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 11(23), 1-31.

Atalay İsmail, Ramazan Efe ve Mehmet Öztürk (2010). "Effects of climate change on the forests of Turkey." *Journal of Environmental Biology*, 31(1-2), 11-14.

Atmış Erdoğan, Doğanay Tolunay ve Derya Yıldız (2022). "İklim Değişikliği ve Ormanlar Arasındaki İlişkinin Medyadaki Yeri." *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 24(3), 514-529. <https://doi.org/10.24011/barofd.1095908>

Aydoğan Boschele, Funda (2020). "Sürdürülebilirlik, Tüketim ve Medya." *İnsan ve İnsan*, 7(26), 11-23. <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.757873>

Aykaç, Burcu (2018). "Küresel iklim değişikliğinin internet haberlerinde çerçevesi." *Muhakeme Dergisi*, 1 (2), 73-84. <https://doi.org/10.33817/muhakeme.416926>.

Bagatır, Bulut (2022). "Türkiye'de Yaygın ve Alternatif Medya İklim Haberciliğini Nasıl Çerçevesiyor?" *II.Uluslararası Sağlık ve İklim Değişikliği Kongresi Tam Metinler Kitabı*

Balay Tuncer, Berrin (2022). "Halkla İlişkilerin Toplumsal Dönüştürücü Rolü Bağlamında Sürdürülebilirlik ve İklim Krizi Üzerine Bir Deneme." *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(3), 836-851. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.1038197>

Bodansky, Daniel (2001). The History of the Global Climate Change Regime." *International Relations and Global Climate Change*. MIT Press, 23-40.

- Boykoff, Maxwell T., ve Jules M.Boykoff (2007). "Climate Change and Journalistic Norms: A Case Study of US Mass-Media Coverage." *Geoforum*, 38(6), 1190-1204.
- Baykal Fide, Esra (2022a). "Turkish Newspapers Wildfire Coverage During the Summer of 2021." *Kent Akademisi*, 15(4), 2110-2127.  
<https://doi.org/10.35674/kent.1151956>
- Baykal Fide, Esra. (2022b). "Turkish Press Climate Crisis Coverage (2018–2019): Elements of Disconnect in Discourses and The Representation of Solutions." *New Perspectives on Turkey, Vol.67*.
- Carvalho, Anabela (2010). "Media(ted)discourses and climate change. A focus on political subjectivity and (dis)engagement." *WIREs Climate Change* 1 (2), 172–179.
- Carvalho Anabela ve Jacquelin Burgess (2005). "Cultural Circuits of Climate Change in U.K. Broadsheet Newspapers, 1985-2003." *Risk Analysis*, 25(6), 1457-1469.
- Cengiz, Özge (2023). "Türkiye’de iklim haberciliği: Kuraklık haberleri üzerine bir içerik analiz". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 113-132.  
<https://doi.org/10.47998/ikad.1252254>
- Codal, Seçkin Keziban ve Ahmet Codal (2022). *Sosyal Medyada İklim Değişikliği Tartışmaları*. İstanbul: Efe Akademi Yayınları
- Çetin, Selçuk (2022). *Yeşil Düşünce, Yeşil Siyaset ve Çevre İletişimi*. Ütopya Yayıncılık.
- Çetin, Selçuk (2023). "Ekşi Sözlük’te Nefret Söylemi: İklim Aktivisti Greta Thunberg Örneği." *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(1), 35-47.
- Çiçek İhsan ve Neşe Duman (2015). "Seasonal and Annual Precipitation Trends in Turkey." *Carpathian Journal Of Earth And Environmental Sciences*, 10 (2), 77-84.
- Dağlı, Nadircan (2012). *Türk Basınında Uzmanlaşma ve Çevre Gazeteciliği* (Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi).  
<https://dergiler.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/82934>

- De Faveri, Ayşe Gül (2022). "İklim Değişikliği Haber Çerçevesi: Hürriyet Gazetesi Örneği." *Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi*, 3 (5), 1-31.
- Demircan Mesut, Nuray Turan, Hüseyin Arabacı, Mustafa Coşkun, Necla Türkoğlu ve İhsan Çiçek (2016). "Gündem Belirleme Modeline Göre Yazılı Basındaki İklim Değişikliği Haber ve Köşe Yazılarının Analizi." *TÜCAUM Uluslararası Coğrafya Sempozyumu*, Ankara, Türkiye.
- Demircan Mesut, Hüdaverdi Gürkan, Osman Eskioğlu ve Hüseyin Arabacı (2017). *Türkiye'de İklim Değişikliği ve Projeksiyonlar*. Meteoroloji Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Doğru Barış, Bulut Bagatır ve Ali Karakaş (2022). *Türkiye'de İklim Değişikliği ve Çevre Sorunları Algısı 2021*. EKOIQ – İklim Haber, KONDA Araştırma.
- Dokuz Eylül Üniversitesi (2018). İklim Değişikliği için Sosyal Medya İçeriği Oluşturulması, <https://greencampus.deu.edu.tr/wp-content/uploads/2021/11/1-1-1-AKADEMIK-ARASTIRMA-RAPORU-SOSYAL-MEDYA-CERCEVESININ-BELIRLENMESI.pdf>
- Ergün, İsmail ve Sezer Aksoy (2023). "Paris İklim Anlaşmasına İlişkin İnternete Yansıyan Ulusal Haberlerin İçeriklerinin Değerlendirilmesi." *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 149-164.  
<https://doi.org/10.17494/ogusbd.1248195>
- Eryılmaz, Çağrı (2017). "Çevresel Medya İçeriklerinin İnşası: National Geographic Türkiye Dergisi Örneği." *Folklor/Edebiyat*, 23(91), 125-142.
- Franco, Roberto (2023). "Media coverage of climate change would shape public opinion" <https://www.wam.ae/tr/article/hszrhwwb-medya-uzman%C4%B1-iklimde%C4%9Fi%C5%9Fikli%C4%9Finin-medyada-yer> Erişim Tarihi: 10.11.2023
- Geçgel, Dilara ve Arzu Karaca (2023). "Yeşil Ekonomi Kapsamında Almanya'nın İklim Değişikliği İle Mücadele Kamu Spotlarının Gösterebilimsel Analizi." *Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 24-55.
- Geysi, Nilüfer (2022). *İklim Değişikliği İletişimi: İletişimsel Eylem, Aktivizm ve Çevreci Davranış Üzerine Bir Çalışma*, (Doktora Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi), <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>



- Göçoğlu, İpek. D., Nilüfer Nergiz ve Volkan Göçoğlu (2023). "Türkiye'nin İklim Değişikliği ile Mücadele Serüveni: Akademik Yazın Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi" *Vizyoner Dergisi*, 14 (38), 626-648.
- Gupta, Joyeeta (2010). "A History of International Climate Change Policy." *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 1(5), 636-653.
- Gündoğdu, Aykut (2021). *İklim Adaleti Mücadelesinde Alternatif Medyanın Rolü: Açık Radyo Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi),  
<https://dergiler.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/77461>
- Günay Defne, Emre İşeri ve Metin Ersoy (2018). "Alternative Media and the Securitization of Climate Change in Turkey." *Alternatives*, 43(2), 96-114.
- Günay, Kemal (2022). *Halkla İlişkiler ve İklim Değişikliği: Bakanlıkların ve STK'ların Twitter Üzerindeki Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Karşılaştırılması*, (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi)  
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Günay, Kemal ve Yeşim Güçdemir (2022). "İklim İletişimi Bağlamında 2020-2021 Türkiye'de Sivil Toplum Kuruluşlarının Twitter Paylaşımlarının Konu Modelleme Analizi." *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(4), 1026-1045.
- Hulme, Mike (2009). *Why We Disagree About Climate Change: Understanding Controversy, Inaction, and Opportunity*. Cambridge University Press.
- Kafalı, İlker (2021). *Korku İle Ütopya Arasında: Medyada Küresel İklim Hareketi Ve Termik Santral Karşıtı Hareketin Çerçevesi*, (Yüksek Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi),  
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kınam, Bilge (2022). "Şimdi ve Gelecek için Farkındalık Yaratıcı Çevreci Belgesel Filmler." *Medeniyet Sanat Dergisi*, 8(2), 207-228.  
<https://doi.org/10.46641/medeniyetsanat.1193591>
- Kanat, Zeynep ve Atilla Keskin (2018). "Dünyada iklim değişikliği üzerine yapılan çalışmalar ve Türkiye'de mevcut durum." *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 49 (1): 67-78.

- Karakartal, Alev (2022). "İklim adaleti perspektifinde nasıl bir haberciliğe ihtiyacımız var?" II.Uluslararası Sağlık ve İklim Değişikliği Kongresi Tam Metinler Kitabı.
- Kocabay-Şener, Nihal ve Gözde Öymen (2023). "Fenomen Aktivizmi: Çevreci Fenomenler Üzerine Bir Araştırma." *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (16), 127-152. <https://doi.org/10.32739/uskudarsbd.9.16.122>
- Külcür, Rahime (2022). "Toplumsal Cinsiyetin Çevresel Adalet ve İklim Değişikliği Bağlamında Türkçe Literatürdeki Görünürlüğü." *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, 24, 31-54
- Masson-Delmotte, V., et al. (2018). *Global Warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty*. IPCC.
- Mohomed, Rana (2022). "Sosyal Medyada Sürdürülebilir Kalkınma ve Halk Farkındalığı: Örnek Olarak (You Think Green Egypt) Facebook Sayfası", 7. Uluslararası Öğrenci Sempozyumu Bildiriler Kitabı – 6
- Moser, Susanne. C. ve Lisa Dilling (2011). "Communicating Climate Change: Closing the Science-Action Gap." *The Oxford Handbook of Climate Change and Society* içinde. Oxford University Press. 161-174.
- Neboğlu, Erdem ve Belgin Yıldırım (2022). "Türkiye'de 2012 ve 2021 Yılları Arasında Üniversitelerin Fakülte ve Enstitü Dergilerinde Yayımlanan İklim Değişikliği İle İlgili Makalelerin Değerlendirilmesi: Retrospektif Analiz." *II. Uluslararası Sağlık ve İklim Değişikliği Kongresi Tam Metinler Kitabı*
- Nerlich Brigitte, Nelya Koteyko ve Brain Brown (2010). "Theory and Language of Climate Change Communication". *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 1(1), 97-110.
- Nisbet, Matthew 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/ENVT.51.2.12-23>

- O'Neill, Saffron ve Sophie Nicholson-Cole (2009). "Fear Won't Do It: Promoting Positive Engagement With Climate Change Through Visual and Iconic Representations." *Science Communication*, 30(3), 355-379.
- Özay, Seçil ve Süheyla Mustafa Nil (2022). "İklim Krizine Türk Medyası Çerçevesinden Bakmak." *İnsan ve İnsan*, 9(33), 97-112.  
<https://doi.org/10.29224/insanveinsan.1104362>
- Karacabey, Bekir (2023). "İklim Değişikliğinin Türkiye Orman Ekosistemlerine Etkisi." *İklim Değişimi Çerçevesinde Su Kaynaklarının Mevcut Durumu ve Geleceği. Der. (M. E. Aydın ve A.D. Şahin) içinde, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları*
- Pekmezci, Barış (2021). *Küresel İklim Değişikliğinin Medyaya Yansıması: Gazeteler Örneği*, [Doktora Tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi),  
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Pepermans, Yves ve Pieter Maesele (2017). "Climate Change Communication in Belgium." *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science* içinde.
- Polat Eray, Ertuğrul Düzgün ve Mehmet Yeşiltaş (2019). "İklim değişikliğinin turizme etkisini belirlemeye yönelik hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili." *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 240-249.
- Şahin, Ümit (2014). *Türkiye'nin iklim politikalarında aktör haritası. IPCMercator Raporu*. [http://ipc.sabanciuniv.edu/wp-content/uploads/2014/12/AktorHaritasiRapor\\_25.11.14\\_web.pdf](http://ipc.sabanciuniv.edu/wp-content/uploads/2014/12/AktorHaritasiRapor_25.11.14_web.pdf).
- Şahin, Ümit ve Mehmet Ali Üzelgün (2016). *İklim değişikliği ve medya*. İstanbul Politika Merkezi Yayını.
- Şahin, Meltem (2020). "İklim değişikliği ve bilim gazeteciliği: Avustralya yangınları haberlerinde bilim izi." *e-GİFDER*, 8 (2), 1011-1030. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.726578>.
- Şen, Ömer Lütfi (2013). *Media Coverage of Climate Change: The world versus Turkey*. IPCMercator Policy Brief. [http://ipc.sabanciuniv.edu/en/wp-content/uploads/2013/07/Omer\\_Lutfi\\_Sen\\_Policy\\_Brief\\_Final.pdf](http://ipc.sabanciuniv.edu/en/wp-content/uploads/2013/07/Omer_Lutfi_Sen_Policy_Brief_Final.pdf)
- Seyhan, Çisem ve Hayat Zengin Çelik (2023). "The Day of After Tomorrow" Filminin Çevre Söylemleri Perspektifinden İzleyiciler Üzerinde Oluşturduğu İklim

- Değişikliği Algısı ve Bilinci.” *Resilience*, 7(1), 59-71.  
<https://doi.org/10.32569/resilience.1192157>
- Şirin, Hülya (2022). “İklim Değişikliği Okuryazarlığı ve Geliştirmek İçin Neler Yapılmalı”, *1.Uluslararası Sağlık ve İklim Değişikliği Kongresi*
- Tani, Esra (2018). *Yeni Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm: Çevreci Sivil Toplum Kuruluşlarına Yönelik Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi),  
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Tekin Çelik, Pelin ve Zeliha Hepkon (2022). “İklim Değişikliği ve Medya: Greta Thunberg’in “Yılın İnsanı” Seçilmesinin Ana Akım Medyada Ele Alınışının Analizi.” *Etkileşim* (10), 32-51. <https://doi.org/10.32739/etkileşim.2022.5.10.168>
- Tapan, Aysel (2022). “Yeşil Reklam Stratejilerinin Dijital Etkileşiminde “Vicdan Azabı” Duygusunun Rolü.” *Yeni Medya*, 2022(13), 310-336.  
<https://doi.org/10.55609/yenimedya.1171503>
- Turan, Barış ve Özgür Çalkın (2023). “Türkçe Gazete Yayınlarında İklim Değişikliği ve Turizm.” *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 355–371.  
<https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1280>
- TÜBİTAK (2011). "Türkiye İklim Değişikliği Projeksiyonları ve Olası Etkileri." *TÜBİTAK MAM İklim Değişikliği ve Sürdürülebilir Kalkınma Programı*.
- UNFCCC (United Nations Framework Convention on Climate Change), (2020). *What do adaptation to climate change and climate resilience mean?*  
<https://unfoundation.org>
- Uzunoglu, Sarphan ve Sena Karaca (2021). *Haber Medyasında İklim Krizi*. NewsLab Turkey
- Üzelgün, Mehmet Ali ve Paulo Castro (2015). “Climate change in the mainstream Turkish press: Coverage trends and meaning dimensions in the first attention cycle.” *Mass Communication and Society*, 18: 730-752.
- Varol, Nehir (2022) "Türkiye'de Jeolojik Afetler," *3. Uluslararası Afet Yönetimi Kongresi*, Tokat, Turkey.
- Wu Meifen, Ruyin Long, Shuhan Yang, Xinru Wang, ve Hong Chen (2022). “Evolution of the Knowledge Mapping of Climate Change Communication

Research: Basic Status, Research Hotspots, and Prospects.” *Journal of Cleaner Production*, 19(18):11305.

Yetkin Cılızoğlu, Gamze ve İdil Sayımer (2009). “Yazılı Basında Risk Algısının Oluşturulma Süreci: Küresel Isınma Örneği.” *Marmara İletişim Dergisi*, 15: 7-21.