

**T.C.  
MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK  
ANABİLİM DALI**



**İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE İKLİM HABERCİLİĞİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Hazırlayan  
Sümeyye POLAT**

**Danışman  
Doç. Dr. Ceren YEGEN**

**HAZİRAN-2023, MERSİN**

**T.C.  
MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK  
ANABİLİM DALI**

## **İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE İKLİM HABERCİLİĞİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Hazırlayan  
Sümeyye POLAT  
ORCID No: 0000-0002-8813-0293**

**Danışman  
Doç. Dr. Ceren YEGEN  
ORCID No: 0000-0001-9582-0711**

**HAZİRAN-2023, MERSİN**

## ÖZET

### İTERNET GAZETECİLİĞİNDE İKLİM HABERCİLİĞİ

Dijitalleşme ve yeni iletişim teknolojileri ile gelişen ve değişen aktivist pratikler, medya aracılığıyla gündeme gelmektedir. Dijital aktivist pratikler, iklim aktivizmi konusunda etkileşim, hız, zamana ve mekâna bağlı kalmaksızın iletişimin sağlanmasını mümkün kılmıştır. Öyle ki iklim aktivistleri seslerini farklı yeni medya platformları ve projeler ile duyurmaya çalışmaktadır. Medya zaman zaman küresel ve güncel olaylar arasında yer alan iklim değişikliği, küresel ısınma ve çevre haberlerine ilişkin daha uzak bir yaklaşım sergileyebilmektedir. İklim haberleri alan hakkında uzmanlaşmanın gerekli olduğu bir yönelimdir. Bilimsel verilerin kamuoyunun anlayabileceği sade ve anlaşılır bir dil ışığında kullanılması gereklidir. Bu noktada haber dili okuyucuda çaresizlik hissettirmemesi, harekete geçmesini sağlaması bağlamında önemlidir. İklim haberleri, gazetecilerin ve editöryal süreçlerin haberin çerçevesini belirlemesi ile oluşmakta ve haberler ulusal basının internet gazetelerinde de farklılıklarla yer almaktadır. Çalışmanın amacı, küresel ısınma ve iklim değişikliği konulu haberlerin ulusal basının resmi internet sitelerinde hangi benzerlik ve farklılıklarda, hangi sıklıkta yer aldığını ve haberlerdeki sistematik içeriği ortaya koymaktır. Bu çalışmanın iklim haberciliğinin, çevre haberleri alt başlığı altında sunulmadan, mevcut bir tür olarak kabul görmesi yönündeki tartışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İklim Haberciliği, İklim Aktivizmi, Yeni Medya

**Danışman:** Doç. Dr. Ceren YEGEN, Gazetecilik Anabilim Dalı, Mersin Üniversitesi, Mersin.

## ABSTRACT

### CLIMATE JOURNALISM IN INTERNET JOURNALISM

Activist practices that develop and change with digitalization and new communication technologies come to the fore through the media. Digital activist practices have made it possible to communicate on climate activism regardless of interaction, speed, time, and place. So much so that climate activists are trying to make their voices heard through different new media platforms and projects. From time to time, the media can take a more distant approach to climate change, global warming, and environmental news, which are among global and current events. Climate news is an orientation in which it is necessary to specialize in the field. Scientific data should be used in plain and understandable language that the public can understand. At this point, news language is important in terms of not making the reader feel helpless and enabling them to take action. Climate news is formed by the fact that journalists and editorial processes determine the frame of the news, and the news is also included in the internet newspapers of the national press with differences. The aim of the study is to reveal the similarities, differences, and frequency of the news on global warming and climate change on the official websites of the national press and to reveal the systematic content in the news. It is thought that this study will contribute to the debate on the acceptance of climate journalism as an existing genre without being presented under the subtitle of environmental news.

**Keywords:** Climate Journalism, Climate Activism, New Media

**Advisor:** Doç. Dr. Ceren YEGEN, Faculty of Communication, Department, Mersin University, Mersin.

## TEŞEKKÜR

Lisans ve lisansüstü eğitimim boyunca tüm bilgi birikimini, deneyimlerini ve desteğini benden esirgemeyen, değerli vaktini ayıran, her sorumu büyük bir özenle cevaplayan çok kıymetli Danışman hocam Doç. Dr. Ceren YEGEN'e teşekkürlerimi sunarım, kendisine minnettarım. Üniversite eğitim hayatım boyunca bana her zaman destekte bulunan, her konuyu kendisine danışabildiğim Doç. Dr. Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER'e teşekkür ederim. Değerli ailem ve kıymetli arkadaşlarım, çıktığım bu yolculukta bana karşı göstermiş olduğunuz sabır, maddi ve manevi destek için her birinize ayrı ayrı teşekkür ederim.



## İÇİNDEKİLER

|                                                                   | Sayfa |
|-------------------------------------------------------------------|-------|
| İÇ KAPAK                                                          | i     |
| ONAY                                                              | ii    |
| ETİK BEYAN                                                        | iii   |
| ÖZET                                                              | iv    |
| ABSTRACT                                                          | v     |
| TEŞEKKÜR                                                          | vi    |
| İÇİNDEKİLER                                                       | vii   |
| KISALTMALAR ve SİMGELER                                           | ix    |
| GİRİŞ                                                             | 1     |
| 1. YENİ MEDYA                                                     | 5     |
| 1.1. Dijitalleşme                                                 | 7     |
| 1.2. Multimedya (Çoklu Ortam)                                     | 8     |
| 1.3. Hipermetinsellik                                             | 9     |
| 1.4. Yöndeşme                                                     | 10    |
| 1.5. Özellikleri Noktasında Yeni Medya                            | 11    |
| 1.5.1. Etkileşim                                                  | 12    |
| 1.5.2. Kitlesizleştirme                                           | 13    |
| 1.5.3. Eşzamansızlık                                              | 14    |
| 2. DEĞİŞEN HABERCİLİK PRATİKLERİ BAĞLAMINDA İNTERNET GAZETECİLİĞİ | 15    |
| 2.1. İnternet Gazeteciliğinin Doğuşu ve Gelişimi                  | 18    |
| 2.2. İnternet Gazeteciliğinin Özellikleri                         | 19    |
| 2.3. Türkiye’de İnternet Gazeteciliği                             | 21    |
| 3. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ                                              | 24    |
| 3.1. İklim Değişikliğine Neden Olan Faktörler                     | 29    |
| 3.2. İklim Değişikliği Sürecinde Küresel Isınma                   | 30    |
| 3.3. İklim Değişikliğine Yönelik Düzenlemeler                     | 32    |
| 4. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE AKTİVİZM                                  | 36    |
| 4.1. Dijital Aktivizm                                             | 38    |
| 4.2. İklim Aktivizmi                                              | 40    |
| 4.3. Portallar, Sosyal Ağlar Çerçevesinde İklim Krizi             | 42    |
| 4.4. Geleneksel Medyada İklim Meselesi                            | 44    |
| 5. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE HABERCİLİK                                | 46    |
| 5.1. İklim Haberciliği                                            | 47    |
| 5.2. İklim Haberciliği Üzerine Yapılan Çalışmalar                 | 48    |
| 6. İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE İKLİM HABERCİLİĞİ                     | 51    |
| 6.1. Araştırmanın Amacı                                           | 51    |
| 6.2. Araştırmanın Yöntemi                                         | 51    |
| 6.3. Kapsam ve Sınırlılıklar                                      | 52    |
| 6.4. Veri Toplama Tekniği                                         | 52    |
| 6.5. Bulgular                                                     | 53    |
| SONUÇ VE DEĞERLENDİRME                                            | 67    |
| KAYNAKLAR                                                         | 69    |
| BENZERLİK RAPORU ÖZET SAYFASI                                     | 79    |
| ÖZGEÇMİŞ                                                          | 80    |

## TABLÖLAR DİZİNİ

|                                                                                        | Sayfa |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Tablo 2. 1.</b> Gazetelerin İnternette Yayınlanma Tarihleri                         | 22    |
| <b>Tablo 6. 1.</b> Gazetelerde İklim Haberlerinin Dağılımı                             | 53    |
| <b>Tablo 6. 2.</b> Haber İçeriği ve Başlık Uyumu                                       | 53    |
| <b>Tablo 6. 3.</b> Haberde Yer Alan Uzman Görüşü                                       | 54    |
| <b>Tablo 6. 4.</b> Haberde Görsel Öge Kullanımı                                        | 55    |
| <b>Tablo 6. 5.</b> Yeni Şafak Gazetesine Ait Haberlerin Konu Dağılımları               | 56    |
| <b>Tablo 6. 6.</b> Hürriyet Gazetesine Ait Haberlerin Konu Dağılımları                 | 57    |
| <b>Tablo 6. 7.</b> Sözcü Gazetesine Ait Haberlerin Konu Dağılımları                    | 58    |
| <b>Tablo 6. 8.</b> Sabah Gazetesine Ait Haberlerin Konu Dağılımları                    | 58    |
| <b>Tablo 6. 9.</b> Yeni Şafak Gazetesine Ait Haber Özneleri                            | 59    |
| <b>Tablo 6. 10.</b> Hürriyet Gazetesine Ait Haber Özneleri                             | 60    |
| <b>Tablo 6. 11.</b> Sözcü Gazetesine Ait Haber Özneleri                                | 60    |
| <b>Tablo 6. 12.</b> Sabah Gazetesine Ait Haber Özneleri                                | 61    |
| <b>Tablo 6. 13.</b> Yeni Şafak Gazetesine Ait Haber Menşei veya Haber Organizasyonu    | 62    |
| <b>Tablo 6. 14.</b> Hürriyet Gazetesine Ait Haber Menşei veya Haber Organizasyonu      | 62    |
| <b>Tablo 6. 15.</b> Sözcü Gazetesine Ait Haber Menşei veya Haber Organizasyonu         | 62    |
| <b>Tablo 6. 16.</b> Sabah Gazetesine Ait Haber Menşei veya Haber Organizasyonu         | 62    |
| <b>Tablo 6. 17.</b> Yeni Şafak Gazetesine Ait Haberde Kullanılan Kaynakların Dağılımı  | 63    |
| <b>Tablo 6. 18.</b> Hürriyet Gazetesine Ait Haberde kullanılan Kaynakların Dağılımı    | 63    |
| <b>Tablo 6. 19.</b> Sözcü Gazetesine Ait Haberde Kullanılan Kaynakların Dağılımı       | 64    |
| <b>Tablo 6. 20.</b> Sabah Gazetesine Ait Haberde Kullanılan Kaynakların Dağılımı       | 64    |
| <b>Tablo 6. 21.</b> Yeni Şafak Gazetesine Ait Haberlerde Yer alan Deontolojik Unsurlar | 65    |
| <b>Tablo 6. 22.</b> Hürriyet Gazetesine Ait Haberlerde Yer alan Deontolojik Unsurlar   | 65    |
| <b>Tablo 6. 23.</b> Sözcü Gazetesine Ait Haberlerde Yer alan Deontolojik Unsurlar      | 66    |
| <b>Tablo 6. 24.</b> Sabah Gazetesine Ait Haberlerde Yer alan Deontolojik Unsurlar      | 66    |

## KISALTMALAR ve SİMGELER

| Kısaltma/Simgesi | Tanım                                                                      |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| <b>AB</b>        | Avrupa Birliği                                                             |
| <b>ABD</b>       | Amerika Birleşik Devletleri                                                |
| <b>ARPA</b>      | Amerikan İleri Araştırma Projeleri Birimi                                  |
| <b>ARPANET</b>   | Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı                                   |
| <b>BBOM</b>      | Başka Bir Okul Mümkün Derneği                                              |
| <b>BİT</b>       | Bilgi ve İletişim Teknolojileri                                            |
| <b>BMİDÇS</b>    | Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi                   |
| <b>CEFORCED</b>  | İklim Değişikliği İnkarcılığı Merkezi                                      |
| <b>COP</b>       | Taraflar Konferansı                                                        |
| <b>COP26</b>     | 2021 Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansı                      |
| <b>COP3</b>      | 3.Taraflar Konferansı                                                      |
| <b>ÇEGAD</b>     | Çevre Gazeteciler Derneği                                                  |
| <b>ÇEHAD</b>     | Çevre Haberciler Derneği                                                   |
| <b>FFF</b>       | Gelecek İçin Cumalar                                                       |
| <b>GCOS</b>      | Küresel İklim Gözlem Sistemi                                               |
| <b>IPCC</b>      | Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli                                   |
| <b>İKLİMBU</b>   | İklim Değişikliği ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi            |
| <b>İKLİMİDUY</b> | İklim Değişikliğine Uyum Konusunda Kurumsal Kapasitenin Geliştirilmesi     |
| <b>ODTÜ</b>      | Ortadoğu Teknik Üniversitesi                                               |
| <b>OECD</b>      | Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü                                     |
| <b>TBMM</b>      | Türkiye Büyük Millet Meclisi                                               |
| <b>TRT</b>       | Türkiye Radyo Televizyon Kurumu                                            |
| <b>TÜBİTAK</b>   | Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu                            |
| <b>TÜRÇEV</b>    | Türkiye Çevre Eğitim Vakfı                                                 |
| <b>UNCED</b>     | Rio Konferansı/Dünya Zirvesi/Birleşmiş Milletler Çevre Kalkınma Konferansı |
| <b>UNEP</b>      | Birleşmiş Milletler Çevre Programı                                         |
| <b>UNOP</b>      | Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı                                      |
| <b>WMO</b>       | Dünya Meteoroloji Teşkilatı                                                |
| <b>WWF</b>       | Doğal Hayatı Koruma Vakfı                                                  |
| <b>WWW</b>       | World Wide Web                                                             |

## GİRİŞ

Yeni medya, birçok özelliği ile kullanıcılara tek bir noktadan farklı verilere erişim sağlayabilecekleri çoklu ortamlar sunmaktadır. Kullanıcılar ses, görüntü, metin gibi verileri bir noktadan kontrol edebilecekleri gibi onlara katkı sağlayabilir, paylaşabilir ve depolayabilir hale gelmiştir. Timisi'ye (2003, s. 80) göre medyanın “yeni” ve “eski” olarak tanımlaması, içeriklerin ve kullanım şekillerinin farklılıklarına bir vurgu yapılmasından kaynaklanmakta ve eski sıfatı o özelliklerin son bulunduğu anlamını taşımamaktadır. Castells'e (2005, s. 49) göre yeni medyanın en temel özelliklerinden olan internet ile internetin dijital (0 ve 1'lerden oluşan) ve evrensel dili, aynı zamanda kullanıcılar arasında yatay iletişimi de mümkün kılmaktadır.

Dijitalleşmeyle birlikte önemli ölçüde gelişen ağ teknolojileri, kitle iletişim araçlarını da geliştirip, dönüştürmüştür. Geleneksel medyadan yeni medyaya geçişle birlikte, kamuoyunu bilgilendiren basılı dergi ve gazetelerin yanı sıra, internet tabanlı haber siteleri ortaya çıkmıştır. İnternet ve gelişen teknolojilerle gazetecilik sektöründe yaşanan bu değişimin geniş kitlelere ulaşma gibi olumlu sonuçlarının yanında, bilgi kirliliğine de sebep olması gibi olumsuz yanları da bulunmaktadır. O'Reilly'e (2009) göre düşük maliyet ve kullanıcıların etkileşimine izin veren dinamik yapısı olan Web 2.0 teknolojisi, dijital dünyanın seyrini değiştirmiştir. İnternetin bu yapısı çoksesliliğe katkı sağlamaktadır.

Zamanla gelişen ve giderek artan sayıda kullanıcıya ulaşan internet gazeteciliği, okura belirli başlı kolaylıklar sunmaktadır. Bunlardan başlıca olanları düşük maliyet, kullanıcıların zaman ve mekân fark etmeksizin içeriklere ulaşması ve içeriklere olan katkısı, hızlı ve güncel bilgiye kolaylıkla erişim sağlaması, görüntü, ses, metin gibi aynı anda birden fazla veriye ulaşım sağlaması olarak sıralanabilir. Yine metin ve medya arasında geçiş sağlayan, yeni medyanın ‘hipermetinsellik’ özelliği kullanıcıların, bilgiye birden fazla kaynaktan ulaşmasını sağlamaktadır. Bilginin geniş kitlelere ulaşması, çeşitli teknoloji temelli araçlarla (kamera, cep telefonu vb.) tanıklık edilen durumlar veya olayların anlık olarak kaydedilerek, hızla internet üzerinden paylaşılması ile daha mümkün hale gelmiştir. Kullanıcılar, kişisel blog siteleri oluşturabilir veya sosyal medya hesapları üzerinden fiziki ortama ihtiyaç duymadan paylaşımlarını yapabilirler (Yurdigül ve Zinderen, 2012).

İnternet gazeteciliği zaman içerisinde farklı aşamalardan geçmiştir. Tokgöz'e (2000) göre 3 aşamadan geçen internet gazeteleri, ilk dönemde basılı gazetenin değiştirilmeden sanal ortama aktarılması dönemi, ikinci dönem sanal ortamda olan haberlerin basılı medyadan farklılaştığı dönem iken, üçüncü dönem ise günümüzü ifade eden etkileşime izin veren dönemdir. İnternet ortamında hız ve güncelliğin giderek önem kazanması, haberlerin hızlı bir şekilde okura sunulması isteği, birbirinin aynıları olan kopyala-yapıştır haberler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küresel bir sorun olan ve insanların yüksek oranda karbon depolayan ormanları tahrip etmeleriyle, fosil yakıt tüketmeleri ve daha sayılabilecek birden fazla eylemler ile ciddi boyutlara ulaşan

iklim değişikliği, şimdilerde sıklıkla medyanın gündeminde yer almaktadır. Son yıllarda belirgin olarak iklim değişikliğine paralel gözlenen ‘ekstrem’ hava olayları, kuraklık, yangınlar ile mevsimlerde yaşanan değişimler yazılı ve görsel medya da sıklıkla yer almaktadır. İklim değişikliğinin beraberinde getirdiği kuraklık, yangınlar, su temininde zorluk, bulaşıcı hastalıklar ve daha birçok yıkıcı etki, uluslararası sözleşmeler ile kontrol altında tutulmaya çalışılmaktadır. Sera gazları nedeniyle ozon tabakasının incelmeye karşı bir dizi anlaşma imzalanmaya başlanmış ve bunlardan birisi olan “1987 Ozon Tabakasını İncelten Maddelere Dair Montreal Protokolü” kabul edilmiş ve ileriki zamanlarda BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi’nin (BMİDÇS) hazırlanmasında önemli bir zemin oluşturmıştır. Devamında bir seri anlaşmalar ve toplantılar gerçekleşmişse de küresel çapta iş birliğinin oluşması için üç önemli anlaşma bulunmaktadır. Bunlardan biri Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (BMİDÇS) ve Türkiye bu sözleşmeye 4 Mayıs 2004 tarihinde 188. ülke olarak taraf olmuştur. İkincisi ise 2005 yılında yürürlüğe giren ve COP (Conference of Parties/Taraflar Konferansı) 3’üncüsünde imzaya açılan “Kyoto Protokolü”dür. Türkiye 2009 yılında protokole katılmıştır. Üçüncü ve uluslararası düzeyde taban tabana zıt ülkeleri dâhi ortak paydada buluşturmayı başaran “Paris Anlaşması” ise 26. BM İklim Değişikliği Konferansı (COP26), 2021 yılında İskoçya’nın Glasgow kentinde gerçekleşmiş ve Türkiye ile 120 ülke Paris Anlaşmasını imzalamıştır. Anlaşmanın önemli beklentisi, küresel ısınmanın 2°C’nin altında tutulmaya yönelik çalışmalardır.

İklim aktivisti 16 yaşındaki Greta Thunberg de BM İklim Zirvesi’nde yaptığı konuşma ve dünya çapında başlattığı aktivist pratikler ile (Gelecek İçin Cumalar-Fridays For Future- FFF, İklim için Okul Grevi) medyanın dikkatini çekmeyi başarmıştır. Thunberg’in medyada sıklıkla yer almasıyla birlikte, aktivizm ve iklim aktivizmi kavramları gündeme gelmiştir. Bilinç yaratmayı ve kamusal farkındalık noktasında bir eylemlilik olan aktivizm, toplumsal hareketler çerçevesinde ele alınmakta; medya ise toplumsal hareketleri dönüştürme de büyük rol oynamaktadır. Bir örgütlenme biçimi olan aktivist pratikler, sanal ortamda gerçekleşmeye başlamış ve dijital aktivizmin önü açılmıştır. Bu sayede kullanıcılar yeni medyanın hızlı, etkileşimli ve interaktif yapısını kullanarak zamana ve mekâna bağlı kalmaksızın aktivist pratiklerde bulunabilmektedir. Çoğulcu, yatay iletişime önem veren, ana akım medyadan bağımsız bir temsil alanı hedefleyen dijital aktivizm savaş karşıtlığı, ekoloji gibi birçok alanın ses bulabileceği bir ortam yaratmıştır. Öyle ki bu ortam, demokratikleşmeye ve şeffaflık ilkelerine katkı sunmayı amaçlayarak *hacktivism* kavramını ve bireylerin oturduğu yerden miskince aktivist pratiklere destek verdiği *slaktivizm* kavramlarını da ortaya çıkarmıştır (Yegen, 2015; Yegen, 2014).

Küresel çapta olduğu gibi Türkiye’de de iklim aktivizmi bağlamında faaliyetler bulunmaktadır. Kuzey Kutbu Bölgesi’nde yer alan nükleer denemeleri durdurmak için 1971 yılında yola çıkan “Greenpeace”, sürdürülebilirlik ve iklim değişikliği hakkında bilinç oluşturmayı hedefleyen “Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu”, “AB Bilgi Merkezleri”, AB İklim Diplomasisi Haftası dolayısıyla Avrupa Birliği – Türkiye Gençlik İklim Forumu iş birliğinde iklim atölyeleri, kent dâhilinde emisyonları azaltmaya yönelik projeler gerçekleştiren belediyeler, Boğaziçi Üniversitesi’ne bağlı “İklim Değişikliği

ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (İklimBu)”, UNDP Türkiye’de iklim değişikliğine farkındalık yaratabilmek adına gerçekleştirdiği “İklimce Sohbetler”, T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığının gerçekleştirdiği (İklimiDUY) “İklim Değişikliğine Uyum Konusunda Kurumsal Kapasitenin Geliştirilmesi Eğitimi” Projesi iklim aktivizmi pratiklerinden bazılarıdır.

Dijital portallar ve sosyal ağlar çerçevesinde *iklim bilimi*, *iklim politikaları* ve *iklim ekonomisi* hakkında *İklim Haber*, *Yeşil Gazete* gibi oluşumlar faaliyet gösterirken, insan hakları temelinde doğanın da haklarını korumayı amaçlayan *Ekoloji Birliği*, eğitici mini belgeseller ve görseller hazırlayan *İklim.teyit.org*, önemli dijital aktivist pratikler arasında kullanıcılar arasında imza kampanyaları başlatan *Change.org*, küresel ısınmayı 1,5 derece seviyesinde tutmayı amaçlayan görsel unsurların dikkat çekici bir şekilde kullanıldığı “birbucukderece”, Türkiye’deki ilk karbon Nötr Dergi olan EKOIQ yeni medya tabanlı iklim savunucusu oluşumlardan bir kısmı sayılabilir.

Geleneksel mecralarda iklim haberlerinin ve güncel gelişmelerin yer alış biçimleri, gazetecinin haberi oluşturma ve editöryal süreçlerin müdahalesi ile gerçekleşmektedir. Haberin gazeteci tarafından kurgulanması, olaylara eleştirel yaklaşması bu noktada önem arz etmektedir. Geleneksel medyada iklim haberlerinin eleştirel bakış açısından uzak, olayın sunumuna odaklandığı görülmektedir. Aynı zamanda bu haberlerin üçüncü sayfa haberleri, spor, magazin haberleri gibi kategorilerden sonra yerini aldığı gözlenmektedir. Merkez basının gündem yoğunluğu nedeniyle oldukça sınırlı sayıda yer verdiği çevre ve iklim haberleri bilimsel verilerden uzak, dış kaynaklardan alınarak servis edilmektedir. İklim haberciliği tıpkı sağlık ve bilim haberciliğinde olduğu gibi uzmanlaşma gerektiren, bilimsel veriler ve doğru görsellerin kullanılması gereken habercilik alanlarından birisidir.

Güncel olarak şu anda tüm dünyada gözlenen iklim krizinin tüm toplumu ilgilendiren yapısı, çözüm odaklı haberciliğin yanı sıra hak odaklı habercilik kavramını da öne çıkarmaktadır. Ani hava olaylarının yoğun bir şekilde yaşanması ve Türkiye’nin Paris Anlaşmasını imzalaması nedeniyle, gazetecilerin ve basının iklim haberlerine olan yaklaşımı artmıştır. Ancak iklim haberlerinin olaya odaklanmasının dışında, çözümü de beraberinde okura sunması gereklidir. Haber dilinde okuyucuları aciliyet yönünde bir davranış değişikliğine ya da bilince yönlendirecek bir tarz gereklidir.

Bu çalışma, gazetelerin haberlerin çerçevesini oluştururken, gazetecinin eleştirel bakış açısına sahip olması, basın organının politik tutumu veya gündem yoğunluğu nedeniyle, küresel ve güncel olaylara ilişkin daha uzak bir yaklaşım sergilenebilmesi gözleminden yola çıkarak iklim haberciliği olgusuna dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Küresel ısınma, iklim değişikliği gibi kamuoyunu harekete geçirmeye teşvik edici haberlerin gazetecilik pratiklerine uygun şekilde, sade ve anlaşılır bir dil kullanılarak okura sunulması önemlidir. İklim haberlerinin ana akım medyanın resmi internet sitelerinde yer alış biçimlerinde farklılıklar gözlemlenmektedir. Çalışma, küresel ısınma ve iklim değişikliği konulu haberlerin ulusal basının resmi internet sitelerinde hangi benzerlik ve farklılıklarda, hangi sıklıkta yer aldığını ve haberlerdeki sistematik içeriği ortaya çıkarmayı amaçlayarak “iklim haberciliği” yönelimine

spesifik olarak dikkat çekmeyi de hedeflemektedir. Araştırmanın yöntemi nicel ve nitel içerik analizi olarak belirlenmiştir. Bu çalışma kapsamında Türk ulusal basınını temsilen, farklı ideolojileri olduğu bilinen Sözcü, Hürriyet, Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri (resmi internet siteleri) amaçlı örneklem yoluyla seçilmiş ve küresel ısınma ile iklim krizini temel alan haberleri incelenmiştir. Bu kapsamda inceleme, basit rastlantısal yolla belirlenen 5 Temmuz 2021 ile 3 Kasım 2021 tarih aralığı ve Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinin resmi internet siteleri ile sınırlandırılmıştır.



## 1. YENİ MEDYA

Günümüzde hızlı bir şekilde gelişen yeni iletişim teknolojileri, pek çok yeni kavramı da beraberinde getirmiştir. Özellikle internetin yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanması, yeni medya ortamlarının ve sosyal ağların ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Gelişen teknoloji birçok alanın yanı sıra haberleşme, iletişim alanını da derinden etkilenmiştir. Gelişmelerin yaşandığı bu yıllarda ‘internetin atası’ kabul edilen ve ilk yıllarda askeri amaçlar doğrultusunda kullanılan “ARPANET” ortaya çıkmıştır. ARPANET merkezden merkeze olan iletişim yerine kullanıcılar arası bilgi-alışverişini mümkün kılmak amacıyla ‘Amerikan İleri Araştırma Projeleri Birimi’ (ARPA) tarafından kurulmuştur (Ryan, 2010). Askeri amaçlar doğrultusunda kullanılan ARPANET çok geçmeden enformasyonun paket veriler halinde iletmeye başlanmasıyla üniversiteler ve askeri birimler dışında kullanılmaya başlanmıştır. İnternetin ticari olanaklarının farkına vararak, ilk olma özelliği taşıyan online (çevrimiçi) ticari hizmet sunan “CompuServe”, 1979 yılında ağa katılmış ve hizmet vermeye başlamıştır. Zaman içerisinde farklı pek çok şirketin ağa dâhil olması ile kullanımı yaygın hale gelen internetin, herkese açık ve ücretsiz kalabilmesi için çabalar gösterilmiştir. Bu çabayı gösteren isimlerden birisi olan Berners-Lee ‘ağın sadece metinlerden oluşmayacağını, aynı zamanda sesleri ve resimleri de kapsayacağını’ belirtmiş; Time Dergisi Lee’den “*yalnızca seçkinlerin kullanabildiği güçlü bir iletişim sistemine el atıp onu bir kitle iletişim aracına dönüştürdü*” şeklinde övgü ile bahsetmiştir (Briggs ve Burke, 2011, s. 330- 331).

Yeni medyanın günümüzde en çarpıcı örneği olan internet, ‘bilgisayarların birbirine bağlanması’ olarak tanımlanmaktadır. Ancak bilgisayarlar fiziksel olarak birbirlerine bağlı durumda değildirler. İnterneti birbirine bağlayan aslında ‘sayısal ağlar’dır. İnternet aracılığıyla sayısallaşan hareketli görüntü, ses, metin gibi öğelerin iletilmesi mümkündür (Geray, 2003, s. 20). Dijital teknoloji ses, görüntü veya veriyi her türlü mesajı paketleyerek, kontrol merkezlerine ihtiyaç duymadan ağ üzerinden gönderebilmektedir. İnternet, evrensel olan dijital dil ve iletişim sistemlerinin ağ oluşturmaya yönelik tutumlarıyla, yatay iletişimi mümkün kılan küresel bir iletişim biçiminin koşullarını sağlamıştır (Castells, 2005, s. 49). Bilginin küresel bağlamda dolaşmasına izin veren internet, seçkinlerin kullanımında iken ve tek amaca hizmet ederken günümüzde bu durum değişmiştir. Dolayısıyla internetin geldiği nokta yeni medya için önem arz etmektedir. İnternet artık tüm dünyadan kullanıcıların ses, metin ve hareketli resimlere erişebildiği, sanal olarak bir arada bulunabildiği, birbirleri ile anında ve sürekli bir iletişim kurabildikleri, alış-veriş yapabildikleri bir alan oluşturmuştur.

Toplum üzerinde önemli etkilere sahip olan internetin, kayda değer ölçüde “eşitsizlik” barındırdığı da öne sürülmektedir. Öyle ki, internet kullanıcılarının büyük çoğunluğu gelişmiş ülkelerdedir. İnternetin bölgesel yayılımında büyük bir dengesizlik söz konusudur. Yine *internet erişimi konusunda sosyal bakımdan ırk, cinsiyet, yaş, mekân* gibi unsurlar arasında eşitlik bulunmamaktadır (Castells, 2005, s. 465). Yeni medya, internetin sağlamış olduğu teknik özellikleri yoğun bir şekilde kullanması dolayısıyla, internetin gelişme gösterdiği yıllarda adından sıkça bahsettirmiştir. Yeni medya kavramı, farklı disiplinler arasında farklı şekillerde sıkça kullanılmaktadır. Aslan’a (2015, s. 41) göre

yeni medya dijital teknolojinin özelliklerinden yararlanarak, görüntü gruplarını, ses içeriklerini üretilmekte, aynı zamanda üretilen içerikleri saklayabilmekte ve farklı ortamlarla paylaşabilmektedir. Geray'a (2003, s. 20) göre yeni medya, *"kullanıcıların bilgiye, içeriklere farklı zaman dilimlerinde ulaşabildikleri ve farklı etkileşimler ile ulaşabildikleri bir sistem"* şeklinde tanımlanabilir. Bilgisayarların geleneksel telekomünikasyon altyapısının ve telefon gibi eski sayılan teknolojik bir alet ile birleşmesi, bütün içerisindeki etkileşimi arttırmakta ve sayısallaşmanın olması dolayısıyla yeni iletişim teknolojileri içerisinde değerlendirilmektedir.

Sayısallaşmalar ile bütünleşen yeni medyanın, günlük hayatta pek çok alanda kullanımı mevcuttur. Yeni medya kullanıcıları telefon veya bilgisayar aracılığı ile haberleri okumakta ve okudukları içeriklere yorum yapabilmekte, hatta sosyal paylaşım sitelerinde kendi içeriklerini oluşturabilmektedir (Kırık, 2017, s. 233). Günümüzde söz konusu sosyal paylaşım sitelerine ulaşmak, dijital cihazlar sayesinde çok kolay bir hale gelmiştir. Teknolojinin getirmiş olduğu özellikler, kullanıcıların daha hızlı ve etkileşimli iletişim kurmalarına olanak tanımaktadır. Altunay'a (2015, s. 412) göre, gelişen ve sürekli olarak yeni özellikler edinen teknoloji, beraberinde getirdiği birtakım teknik özellikler ile değil, bu teknik özelliklerin iletişim süreçlerine yapmış olduğu değişiklikler ve katkılar sonucunda yeni medya kavramıyla birlikte anılır hale gelmiştir.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerde sunulan içerikler, kullanım şekilleri "eski" ve "yeni" olarak zamansal açıdan ele alınmaktadır. Gelişen teknoloji ile yeni sıfatına her yıl farklı bir özellik eklenmektedir. Ayrıca kullanılan yeni sıfatı, önceki teknolojinin son bulmasını ifade etmemektedir; ilgili sıfat önceki medya özellikleri ile karşılaştırma yapılması maksadıyla kullanılmaktadır (Timisi, 2003, s. 80). Binark (2015), iletişimin tarihine bakıldığında her iletişim aracının, bir önceki araca göre yeni özelliklerinin vurgulandığını ifade eder. Her yeni iletişim teknolojisi, önceki teknolojinin alışkanlık ve özelliklerinden yararlanmakta ve kendisi ile birlikte yeni üretim-tüketim kullanım pratiklerini de beraberinde getirmektedir. Binark'a (2015, s. 10) göre "yeni medya" nitelemesinin arkasında, geleneksel medya ortamlarında yer alan profesyonel işleyişin, üretimin, tüketimin ve izleyicinin pasif konumunu değiştiren bir yapıya sahip olma vardır. Bu unsurlar yeni medya ortamlarını 'etkileşim', 'kullanıcı türevli içerik üretimi', 'hipermetinsellik' gibi bağlamlarda ele almayı öngörmektedir.

Bugün yeni medya kavramının günlük hayata dâhil olması, tüketicilerin davranışlarında değişikliklere sebep olmuştur. Örneğin ana haber bültenlerini saatinde, pasif izleyici olarak takip etmesi gereken tüketicinin yerini, aktif ve istediği zaman diliminde habere ulaşabilen tüketiciler almıştır. Çift yönlü iletişime imkân veren, kültürel pratikleri ve toplumsal kalıp davranışları değiştiren yeni medya, bireylerin siyasi toplumsal olaylara karşı eylem ve söylemlerde bulunabilmelerine olanak tanımıştır. Bireyler yalnızca toplumsal olaylardan haberdar olmamakta; bu olaylara medya aracılığı ile yorum yapabilmekte, kendi fikirlerini ifade edebilmektedir. Bireylerin olaylara anında tepki verebilmeleri yeni medyanın demokratikleşme bağlamında getirdiği özelliklerden sayılmaktadır (Dündar, 2018, s. 103).

Yeni medyanın etkileşimli özelliği noktasında kullanıcıların içeriğe katılım sağlamaları, sosyal medya platformlarında yorum yapabilmeleri veya içerik paylaşımında bulunabilmeleri gibi özelliklerin olumlu yanlardan bahsedilebileceği gibi, olumsuz birtakım yanlarından da bahsedilebilir. Binark'a (2015, s. 10) göre yeni medya bir yandan kullanıcının içerik sunmasına olanak tanırken, diğer yandan gündelik yaşamda nefret söyleminin ve ayrımcılığın üretilmesi, yayılması gibi durumlara da aracı olabilir. Kişisel verilerin korunaksız kılındığı, ticari ve istihbarat amaçlı dijital gözetime de zemin hazırlanmaktadır. Söz konusu durumlar haricinde yeni medya deneyimine bakıldığında uzaktan heyecan verici yenilikler olarak görülebilmektedir.

### 1.1. Dijitalleşme

Elektronik cihazların hızla gelişmesi, bağlantıların hızlanması ve cep telefonlarının işlem kapasitelerinin artması ile günlük hayatta kullanılan bilgiler dijitalleşmiştir. Dolayısıyla hızla değişen ve gelişen bilgi üretimi, geçmiş dönemlerle kıyaslandığında büyük oranda artış göstermiştir. Gelişmelerin yaşanması ile insan faaliyetlerindeki değişimin yanı sıra, medya alanında da derin etkiler görülmüştür. Küresel çapta yayılım gösterebilen enformasyon ile kültür unsurları, toplumun üretim-tüketim, yaşayış biçimleri, iletilme ve depolama alanları büyük bir değişime uğrayarak sayısal bir hal almıştır (Çaycı ve Karagülle, 2016, s. 573). Enformasyonun farklı iletişim araçlarında rahat bir şekilde dolaşıma girmesi, 'sayısallaşma' olarak da adlandırılan 'dijitalleşme' kavramını yeni medya çağında önemli bir konuma taşımıştır. Aynı zamanda dijitalleşme, bilginin farklı iletişim araçlarında dolaşmasını mümkün kılması, geleneksel iletişim araçlarında kullanıcılara iletilen yazı, ses ve görüntü yeni iletişim teknolojileri sayesinde tek bir araç üzerinden sunulabilmesi ile "yöndeşik" bir medyanın temelini oluşturmaktadır (Değirmencioglu, 2016, s. 593-594).

Van Dijk'a (2006, s. 9) göre dijital süreçler, bilgisayar ve ağ teknolojilerinin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Dijitalleşmeyle her bilgi ve iletişim ögesi, 1 ve 0'lara dönüştürülerek, bilgisayarların kullanımına uygun hale getirilmektedir. Metinlerin, seslerin veya görsel unsurların dijital hale getirilebilmesiyle, sınırsız sayıda üretim imkânı doğmuştur. Medya tarafından da 20. ve 21. yüzyılların başında kullanılmaya başlanan dijital kod, gelenekseli ve yeni medyayı birbirinden ayırmaktadır. Örneğin geleneksel televizyonlar ve telefonlar dijital değildir. Bu ürünlerin dijital hale gelmesi için internete ve kodlara ihtiyaçları vardır.

Dijitalleşme sayesinde üretimin, tüketimin, depolamanın sınırsız ve hızlı hale gelmesi farklı teknoloji ve kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Enformasyonun dağıtımında etkili olan "sıkıştırma teknolojisi" bunlardan bir tanesidir. Büyük boyutlu dosyaların iletiminde kullanılan sıkıştırma teknolojisi dijital medyada atılan önemli adımlardan biri olarak görülmektedir (Burnett, 2007). Örneğin MPEG-4 gibi sıkıştırma teknolojilerinin kullanımının geleneksel enformasyon ve imge nosyonlarını nasıl etkilediği merak edilmektedir. Sıkıştırma teknolojileri oyunlarda, dijital televizyonlarda, duraksız video ve multimedya araçlarında kullanılan imgelerin kolay bir şekilde

iletimini gerçekleştirmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Sıkıştırma, “enformasyonun indirgenmesi ve imgenin önemli görülmeyen öğelerinin ve belli verilerin elenmesi algoritmik işlemler ile ortadan kaldırılması”dır. Ne kadar çok sıkıştırılma işlemi yapılırsa, o kadar çok şey eksilmektedir. Durum her ne kadar böyle olsa da geleneksel ekranların analog özelliklerinden farklı olarak sıkıştırmanın, gelecekte imge kullanımının her noktasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sıkıştırmanın imgelerin iletiminde kullanılması, dijital medya alanında yer alan nitelikli dönüşümlerden ve dijitali analogdan ayıran önemli özelliklerden biridir (Burnett, 2007, s. 82).

## 1.2. Multimedya (Çoklu Ortam)

“Çoklu ortam”ın oluşabilmesi için farklı iletişim türlerinin bir arada uyumlu bir hale gelmesi Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) ile mümkündür. Dijitalleşmenin temelini oluşturan, bilgisayar dili olarak da adlandırılan 0 ve 1’ler, ses görüntü ve metni tek bir araç içerisinde toplayabilmektedir (Yüksel, 2014). Castells’a (2005, s. 488) göre bir televizyonun aynı anda hem bir telefon hattına hem de bir bilgisayara bağlı olması, ekranın kablolu yayın ile internet hizmetlerini birlikte alabilmesine olanak tanımaktadır. Bu durum iki bağımsız teknolojinin bir arada birleşmesine örnektir. İngilizcesi “multimedia” olan kavram, farklı türlerde yer alan içeriklerin bir arada bulunabildiği ortamı tanımlanmaktadır (İspir, 2013). İspir’e (2013, s. 12) göre çoklu ortamlar metnin veya görüntünün, bir sesin, animasyonların “*en az ikisinin kullanılarak bilgisayarlar tarafından işlenmesini*” içermektedir. Çoklu ortam, internet teknolojilerinden yararlanarak metin, ses, görüntü, grafik ve tablo gibi unsurları içerisinde barındırabilmektedir. Dolayısıyla medya bağlamında çoklu ortamların bireye seçim hakkını sunması söz konusudur. Geleneksel kitle iletişim araçlarında olduğu gibi tek bir duyu organına hitap etmek yerine, multimedya özelliği birden fazlasına seslenebilmektedir. Örneğin radyo sadece sözlü iletişim gerçekleştirerek işitsel algıya hitap ederken, dijital ortamlarda yer alan haberlerde alıcı haberin unsurlarını seçebilmektedir. Örneğin ister haberin metnini okuyabilmekte, haberin detayını grafikler üzerinden incelemekte, isterse de videosunu izleyebilmektedir. Medya alanında yaşanan dijitalleşme ile alıcıların ‘tercihleri’ ön plana çıkmaya başlamıştır (Taşkıran ve Kırık, 2016, s. 220-221).

Multimedyanın en önemli özelliklerinden bir tanesinin ‘etkileşim’ olduğunu vurgulayan Önal’a (1997, s. 161) göre, birçok alanda bu özelliğin kullanılması, öğrenme faktörü üzerinde etkili olabilir niteliktedir. Multimedya ortamları kullanılarak, CD-ROM ürünler ile eğitimden eğlenceye pek çok alanda geniş bir kullanıma sahip olunabilmektedir. Özellikle eğitim alanında etkileşimli gerçekleşen öğrenme sürecinde, multimedya ürünleri ile yeni beceriler kazanmak mümkündür. Hayatın her alanında sayısallaşan veriler ve buna imkân sağlayan cihazlar ile çoklu ortamlar hayal olmaktan çıkmıştır. Eğitimden sanata, bankacılık işlemlerinden alışverişe kadar geniş bir yelpazede ele alınan çoklu ortamlar, bireylere seçim şansı vermesinden dolayı da oldukça popüler durumdadır.

Castells (2005, s. 496) multimedyanın ilerlemesiyle, görsel-işitsel medya ile yazılı basın arasında var olan ayrımın sona erebileceğini söyler. Aynı zamanda bu ilerlemeyle ‘popüler kültür’ ile

‘öğrenilen kültür’ün ve ‘eğlence’ ile ‘bilgi edinme’ arasında var olan ayrımın da sona erebileceğini ifade eder. İnternetin bir sınırı olmasa da üzerinde oluşturulan kültür, sanal bir dünyadan ibaret olacaktır. Ona göre multimedyaadaki en kritik durum, “*kültürel ifadelerin büyük bölümünü, bütün farklılıklarını koruyarak kendi alanına hapsedmesi*” durumudur.

### 1.3. Hipermetinsellik

Ağ tabanlı dijital teknolojik araçlar diğer ortamlara kıyasla, daha kolay bir şekilde bağlantı kurabilirler (Pavlik, 2013, s. 28). Özellikle kullanıcı tabanlı uyarlanabilir sistemler bilgileri, kullanıcıların istekleri ve amaçları doğrultusunda onlara en uygun şekilde sunabilmektedir. Hiper ortamlar kullanıcıya karmaşık ağları sunarak, bu ağların arasında özgürce dolaşma imkânı tanımaktadır (Brusilovsky, Kobsa, Vassileva, 2001). Okura karmaşık ve sınırsız üçüncü boyut sunabilen “hipermetinler” ile haberin tamamlayıcı unsuru olan *fotoğraflar, arşiv bilgisi, grafik* gibi unsurlar *ana metne* ‘linkler’ sayesinde eklemlenmektedir. Hipermetinler ile belirli enformasyonlar arası geçişin yanı sıra, farklı enformasyonlar arasında da bağlantı sağlanmaktadır. Örneğin herhangi bir metin belgesinden başka bir görüntü belgesine veya ses belgesine geçiş sağlanabilmektedir (Halıcı, 2005, s. 157-158).

Hipermetinsellik ile bir gazete okuyucusu haberin konusu bağlamında detayları merak ettiği takdirde var olan bağlantılar aracılığıyla varsa tablolara, geçmiş yıllara ait rakamlara veya farklı kaynaklara ulaşabilmektedir. Hipermetinsellik özellikle ekonomi haberlerinde kendine kullanım alanı bulmaktadır. *World Wide Web (WWW)* gibi mevcut hiper ortam sistemlerinin artan boyutu ve buna bağlı karmaşıklık giderek artmaktadır. Her bir kullanıcıya sunulan ve uyarlanan hiper sistemlerin karmaşık hale gelmesi ile mevcut yönlendiriciler, hangi bilginin nerede aranacağı ve yönlendirmenin sağlanması noktasında güçlü değillerdir. Hiper ortamlarda kullanıcılar homojen yapıda olmadığından öncesinde belirlenmiş ağları ve uygun yolları belirlemek güç hale gelmektedir (Brusilovsky, Kobsa, Vassileva, 2001).

Köprü mantığı ile hareket eden hiper ortamların, yeni bir fikir olmamakla birlikte popüler hale gelmesi zaman almıştır. Hipermetinler, teknolojinin ona yetişmesini bekleyen bir fikirdi. Aktif olarak linklerin uygulanabilir olması, bilgisayarlar aracılığıyla dinamik bir ortama ihtiyaç duymaktaydı. Dolayısıyla 1960’lı yıllarda, hipermetnin potansiyelini keşfedebilmek için çalışmalar başlatılmıştır. Zamanla mini bilgisayarların ve kişisel bilgisayarların ortaya çıkışı ve gelişmesiyle bireysel kullanıcılar artmış, hipermetinler yaygın kullanım alanına sahip olmuştur (McKnight vd., 1996).

Landow (2006) hipermetin türleri, farklı bağlantı biçimleri, teknolojiye yönelik tutumlar gibi durumlara dikkat çekerek, hiper medyanın görünümünü de ortaya koymaktadır. Öyle ki günümüzde bloglar, interaktif filmler ve hiper medyanın oyunlar ile ilişkisini hem toplumsal hem de küresel hatta *postkolonyal* bağlamda ele alan çeşitli alanlarda çalışmalar bulunmakta ve sayıları artmaktadır. Örneğin İspanyol siyasi partilerinin web sitelerinde siber uzayın hipermetinsellik, multimedya, etkileşim ve güncelleme olan dört ana noktasının (ki bunlar bir web ortamındaki iletişimin etkinliğini ve siyasi

oluşumların dijital ortamda izleyicileriyle bağlantı kurmak için bunları ne ölçüde kullandığı noktasında önemlidir) varlığını analiz etmeyi amaçlayan bir araştırmanın sonuçları değerli veriler sunmaktadır. Araştırmanın sonuçları farklı siyasi gruplar tarafından kullanıcılarla, iletişim ve etkileşimi teşvik etmek için web tarafından sunulan olanaklardan yararlanma yönünde bir eksikliğin altını çizmektedir (García Rosales ve Abuín Vences, 2019). Landow'un (2006) "*Edebiyat teorisi ve bilgisayar hipermetni, görünüşe göre bilinçsizce, giderek daha fazla yakınsamışlardır*" ifadesinden hareketle bugünlerde sıklıkla hem edebi hem de hipermetin teorisyenlerinin, "merkez, marjinal fikirler üzerine kurulu kavramsal sistemleri terk etmemiz gerektiğini" öne sürdükleri de düşünülmektedir (O'Maley, 2014).

Hipermetin kavramı genel olarak internetle sınırlı olmamakla birlikte web ile ilişkilendirilmektedir. Ayrıca hipermetin veya hipermedya kavramları farklı şekillerde kullanılmaktadır. Hipermetin metinler arası bir köprüyü işaret ederken, hipermedya kavramı ise daha çok farklı ortamlar arası geçişi anlatmak için kullanılmaktadır (Egeli, 1995, s. 296-297).

#### 1.4. Yöndeşme

Bir kavram olarak "yöndeşme", toplumsal gelişmeler ve ekonomik değişimler sonucunda telekomünikasyonun ve veri iletişiminin birbirlerine yakınlaşması ile birbirleri arasındaki benzerliklerinin artmasıdır. Bahsedilen olguların aralarındaki farklılıklarının yok olması yöndeşme olarak adlandırılmaktadır (Buzbaş, 2019, s. 46). Briggs ve Burke'a (2011, s. 297) göre 1980'lerden itibaren sıklıkla kullanılmaya başlayan yöndeşme sözcüğü, dijital teknolojinin gelişiminde rol oynayan medyanın farklı öğelerinin, yazı, ses ve imgelerin bir araya gelerek birleşmesini anlatmak için kullanılmaktadır. Dijitalleşme ve sayısallaşma kavramlarının kökenleri 19. yüzyıla dayanmakla birlikte, hala bitmemiş ve devam eden bir süreçtir. Geray (2003, s. 20) ise yöndeşme kavramını, "*çeşitli iletişim biçimlerinin giderek birbirine dönüşen bir hal almasıyla aralarında var olan farkların en aza indirgenmesi*" olarak açıklamaktadır.

Yöndeşme kavramı bağlamında internet; bilgiye ulaşma, depolanma, değiştirme, etkileşim, üretim gibi özelliklerin bütünleşmesini sağlayan hızlı bir iletişim aracı olarak ön plana çıkmaktadır. İletişimin birçok aşamasını bir araya getiren internet içerisinde barındırdığı bu çoklu ortam sayesinde, etkileşimli bir ortamın yaratılması ile kullanıcıların fikir alış-verişinde bulunmalarına olanak sağlanır (Oblak, 2005, s. 87-106). İnternetin yöndeşme özelliği, geleneksel olan ortamlarda var olan sınırları ortadan kaldırması noktasında önemlidir. Geleneksel iletişim araçlarından televizyon ve radyonun özelliklerinin 'tek bir noktada' toplanmasını sağlayan internet, çevrimiçi ortamda *grafik, resim, metin, ses* gibi çok sayıda iletişim unsurunu bir araya getirmiştir (Aktaş, 2007, s. 32-33).

Murdock (2000, s. 44) "teknolojik yöndeşme" kavramının ortaya çıkışında iki aşamadan söz etmektedir. Bunlar yöndeşme kavramının gelişmesinde 'iletişimin alt yapısına dair söylemler'dir. İlk aşama 'sinyalin karasal uydu ve kablolar aracılığıyla sayısal olarak iletilmesi' iken, ikincisi 'telekomünikasyon ve endüstrileşmenin bir araya gelmesi'dir. Bugün için düşünüldüğünde yöndeşme

kavramı, medya aygıtları tarafından oluşmamıştır. Yöndeşme, tüketicilerin zihninde oluşan ve başkaları ile girdikleri iletişim sonucunda ortaya çıkmaktadır (Jenkins, 2006, s. 3). Yöndeşme temelinde kitle iletişim araçlarının gündelik yaşamdaki yeri ve önemi sorgulanır olmuştur. Kitle iletişim araçlarının özellikleri ile yeni medya araçlarının özellikleri arasındaki benzerlik ve farklılıklar pek çok çalışmanın konusudur. Dijk ise bu çerçevede şöyle demektedir (2016, s. 314):

*“Telefon, radyo, televizyon ve bilgisayar dünyalarının entegrasyonu, tüm dijital medyanın tek bir ortamda iç içe geçeceği (örneğin geniş bant İnternet) ve diğer geleneksel kitle iletişim araçlarının yok olacağına dair pek çok popüler fikre ilham kaynağı olmuştur. Bana kalırsa her iki fikir de yanlıştır. Teknik yöndeşmenin sosyal pratikler ve günlük medya kullanımında da otomatikman yöndeşmeye yol açacağını varsaymak, çağdaş toplumlarda hâlihazırda görülen medya farklılaşması eğilimini dikkate almamaktadır.”*

Yöndeşme, zaman içerisinde farklı birçok boyutta tartışılır hale gelmiştir. OECD tarafından hazırlanan raporda yöndeşme, *“geleneksel dikey silo mimarisinden, diğer bir ifadeyle her bir hizmetin belirli bir şebeke (mobil, sabit, kablo TV, IP) üzerinden verildiği bir yapıdan, tüm iletişim hizmetlerinin çeşitli şebekeler üzerinden kopukluk olmadan ve birçok platform üzerinden interaktif bir şekilde verilmesine doğru geçiş”* olarak belirtilmektedir. Yine aynı raporda yer alan ve farklı bağlamsal açılarda ele alınan yöndeşme kavramının seviyeleri, *“şebekelerin yöndeşmesi”, “hizmetlerin yöndeşmesi”, “sektör piyasa yöndeşmesi”, “kurumsal yöndeşme veya düzenleme yöndeşmesi”, “cihaz yöndeşmesi”, “kullanıcı açısından yöndeşme”* şeklinde yer almıştır (akt. Ayten, 2014, s. 95-98).

### 1.5. Özellikleri Noktasında Yeni Medya

Yeni medyayı “yeni” yapan şeyi ve geleneksel medyadan ayrıldığı noktaların ayrımını anlayabilmek adına, yeni medyanın özelliklerini ayrıca ele almak gerekmektedir. Farklı kuramcılar tarafından yeni medyanın geleneksel medyadan ayrıldığı noktalara yönelik vurgu da farklılaşmaktadır. Bunun nedeni, yeni medyanın toplum ile arasındaki ilişkide belirsizliklerin yaşanması ve kuramcılarının farklı sınıflandırma yapmaya yönelik ihtiyaçları olabilir (Altunay, 2015, s. 412). Mesafeleri ortadan kaldıran yapısı, yeni medyanın önemli özelliklerindendir. Bu özelliği, yüz yüze gerçekleşen iletişimde mümkün olmayan iletişim ortamını sağlamaktadır. Dolayısıyla sıklıkla yeni medyanın coğrafi ve sosyal erişim kapasitelerine vurgu yapılmaktadır ve *‘coğrafi erişim ile iletişim araçlarını kullanarak erişebildiğimiz yer sayısına’* gönderme yapılırken, sosyal erişimle ulaşılabilen insan sayısına da bir vurgu söz konusudur. İletişimin önemine vurgu yapılan özelliklerin yanında, yeni medyanın güçlü bir depolama alanına izin verdiğini de unutmamak gerekir (Dijk, 2016, s. 20-33).

Rogers yeni medyanın temel özelliklerini *kitlesizleştirme, etkileşim ile eşzamansızlık* olarak sıralar ve özellikle etkileşim özelliğini iletişim sürecinde olması gerekenler arasında değerlendirir (akt. Geray, 2003, s. 18). Jan Van Dijk yeni medya için önemli olan *“sayısallaşma”, “entegre olma”* ve *“interaktiflik”* özelliklerine vurgu yaparken, etkileşimin dört farklı seviyede gerçekleştiğini söylemektedir. Bunlardan ilki, *‘etkileşimin basit seviyesi olan mekân kavramının öne çıktığı iki yönlü*

veya çok yönlü iletişim kurabilme olanağının gerçekleştiği seviye'dir. İkincisi, 'etkileşimin zaman boyutunun (eşzamansızlık) dikkat çektiği seviye'dir. Etkileşimin üçüncü seviyesi, 'iletişimde bulunan tarafların karşılıklı yoğun bir iletişim gerçekleştirebilmeleri'dir. Son olan dördüncü seviyede ise 'etkileşimin zihinsel boyutuna vurgu yapılarak, iletişimde bulunan herkesin anlam ve bağlamları anlamaları, buna bağlı olarak hareket etmeleri ve tepki vermeleri' söz konusudur (Dijk, 2016, s. 20-23).

Yeni medyanın özellikleri arasında yer alan "kitlesizleştirme", geniş gruplara gönderilen ve homojen olan mesajlar yerine, kişisel hale getirilen özel mesajları belirli kullanıcıların erişimine açık hale getirmesidir. "Eşzamansızlık" ise bu mesajların kullanıcılar tarafından istedikleri zaman alınabilmesi ve istenilen zaman da cevap vermeleridir. Herhangi birisi herhangi bir bilgiyi istediği zaman istediği kişiye aktarabilmektedir (Tingöy ve Bostan, 2007, s. 235). Binark'a (2007, s. 22-23) göre yeni medya dijitalleşmenin bir parçası olması dolayısıyla, temelinde sayısallaşma kavramı bulunmaktadır. Yeni medya, bireylerin pasif alıcıdan ziyade içerik üzerinde aktif olabilmelerine vurgu yapmaktadır. Ayrıca eşzamansız bir medya, kullanıcının istediği zaman içeriğe ulaşabileceği özgürlüğü ifade etmektedir. Geleneksel kitle araçlarından farklı olan bir diğer nokta ise tüm kitleye tek bir mesajın gönderilme zorunluluğunun ortadan kalkmış olmasıdır. Yeni medya sayesinde kaynaktan gönderilen ileti bireyselleştirilebilmektedir. Bunun yanı sıra, yeni medyanın ana akım medyaya karşı alternatif bir mecra olabileceği yönünde görüşler bulunmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri ile ana akım medyanın gündem belirleyici egemenliğine karşı gündemin bağımsız bir şekilde oluşturulabileceği uygun bir zemin hazırlanabilmektedir. Özellikle internetin sunduğu özellikler ile çevrimiçi yurttaş gazeteciliği yapılabilmesi, "kitle iletişim sürecinin kurumsal ve çok katmanlı endüstriyel ilişkilerine karşı bir adım" niteliğindedir. Ana akımın kitle iletişim sürecinde gerçekleştirdiği dikey iletişim yerini, yeni medyanın özellikleri ile imkân bulan yatay iletişim sürecine bırakmıştır. Yeni medya ortamlarında değerlendirilebilecek yeniliklerden bir tanesi de dijital oyunlardır. Çevrimiçi ve çevrimdışı oynanan oyunlar, çok oyunculu çevrimiçi canlandırma oyunları ve dijital oyunlar ile dijital oyun kültürü yine medya çalışmaları içerisinde incelenebilmektedir. Yeni medya alanında değinilmesi gereken bir diğer nokta da yeni medya karşısında kullanıcının bireyselleşmesi, diğer yandan sanal dünyada kalabalıklara karışarak toplumsallaşmasıdır (Binark, 2007, s. 23).

### 1.5.1. Etkileşim

İletişim teknolojilerinde yaşanan devrimlerin ilki 'telekomünikasyon ile veri iletişiminin entegre olması' ile gerçekleşirken, bu alanda yaşanan ikinci devrim ise 'interaktif medyanın yükselişi' olarak adlandırılabilir. Bu devrimin sağladığı etkileşim, en genel tabiri ile "etki" ve "tepki"dir. Etkileşim, medya kullanımının daha kişiselleştirilmiş olması konusunda etkilidir. Kullanıcılar arasında iki taraflı veya çok taraflı etkileşim mümkündür (Dijk, 2006, s. 8). Etkileşim, medya içeriklerine kullanıcıyı daha çok yakınlaştırarak, bireylerin pasif konumdan aktif konuma geçmelerine olanak tanımıştır. Kullanıcı medya içeriğini, beklentilerini, isteklerini istediği şekilde yönlendirebilmektedir. Fakat kullanıcıların

tam olarak etkileşimi deneyimlediği yer internet ortamıdır. Etkileşimli televizyonlar yeni medya kategorisine girse de kısıtlı bir etkileşim ortamı sunar (İspir, 2013, s. 18).

Yeni iletişim teknolojileri sayesinde, geleneksel araçlarla olan iletişim sürecinde yaşanan eksiklikler ortadan kalkarken, çift yönlü iletişim imkân bulmakta ve dijital ortamların katılımcılık gerektiren yapısına katkı sağlanmaktadır. İnternetin zeminini oluşturduğu bu gelişmeler bağlamında kişiler çok kısa sürede istedikleri içeriklere ulaşarak, geri dönüş sağlayabilecekleri etkileşimsel bir ortamı keşfetmektedir. İletişim sürecinden söz edebilmek için çift yönlü iletişimin gerekliliği olan ‘geribildirim’ olarak ifade edilen ‘alıcıdan alınan karşı bildirim’ önemlidir (Taşkiran ve Kırık, 2016).

*“Etkileşimin olduğu ortamlarda bariz bir özgürlük hissinin varlığı ortaya çıkmaktadır. Kullanıcı, edilgen bir izleyici olmaktan çıkıp, içeriği yönetmeye başladığı andan itibaren, seçim özgürlüğüne sahip olduğunu düşünmeye başlar. Ancak bu "yapay his" göz ardı edilen ya da üzerinde hiç düşünülmemen bir portrenin desenidir. Ortamın ve ortam araçlarının hizmet ettiği genel iletişimi bir bütün olarak algılayabilmek için kaynağın da varlığını meşrulaştırması gerekmektedir. Oysa etkileşimin mevcut olduğu bu ortamlarda, kullanıcı da yer yer kaynak haline gelebilmektedir”* (akt. Dilmen ve Ögüt, 2006, s. 9).

Bu karmaşık ilişki içerisinde, ortamda yer alan şartların kaynak tarafından belirleniyor olduğu unutulmamalıdır. Kullanıcı her ne kadar özgürlük hissinin yaşıyor olsa da bu özgürlük hissi kaynağın sunduğu ölçü ile sınırlıdır (Dilmen ve Ögüt, 2006, s. 9-10).

### **1.5.2. Kitlesizleştirme**

Medya aracılığı ile kitlelere ulaştırılan mesajlardan bahsedilirken, artık iletilen mesajın tek bir alıcıya gönderilebilmesinden de söz edilmelidir. Öyle ki bu durum kitleyi devre dışı bırakarak *kitlesizleştirme* olarak adlandırılmaktadır. Geleneksel medyadan farklı olarak iletişim sisteminin kontrolü ve denetimin bir bölümü kaynak yerine alıcıya geçmektedir. Kişiye özel gösterilen reklamlar kitlesizleştirme özelliğine örnek oluşturabilmektedir (Kılıç, 2019, s. 231). Rogers (1986, s. 5), yeni medya ile gerçekleşebilen ve tek bir kişiye özel olarak mesajın ulaştırılabildiği kitlesizleştirme hareketinin, kitle iletişim araçlarının var olan konumunun tam karşısında yer aldığını belirtmektedir.

Alıcının tüketici konumunda olduğu alanlarda sıklıkla kişiselleştirilmiş reklamlar dikkat çekmektedir. Kullanıcılara özel iletilerin yer aldığı e-postalar, uygulama bildirimleri yine başka bir kitlesizleştirme örneği olabilir. Yurdigül ve Zinderen’e (2012, s. 83) göre *kitlesizleştirme* olarak ifade edilen özellik, medyada her bir bireye aynı mesajın gönderilmesine karşın yeni medyada her bireye farklı mesajların ulaştırılabilesine olanak tanınmasıdır. Geleneksel medya ortamlarından herkese ortak yayın yapan müzik kanallarına karşı, kişiye özel müzik yayını yapan siteler bu duruma örnektir. Kişinin tercihlerine imkân veren bu müzik siteleri yeni medyanın kitlesizleştirme özelliğini ön plana çıkarmaktadır. Kitlesizleştirme özelliğinin hayata dair pek çok alanda kullanılabilir olması ile bireysel

işlemlerde kolaylık sağlamaktadır. Bunlara bireysel bankacılık işlemleri, kişiye özel hatırlatma içeren alışveriş mesajları gibi sayısız örnek mevcuttur (Okmeydan, 2017, s. 353).

Günlük hayatın içerisinde yer alan kişiselleştirmenin olumsuz yanlarına yapılan vurgu da dikkat çekicidir. Bireyselleştirmenin, özellikle ekonomi alanında yarattığı eşitsizliğe dikkat çekmekte de fayda vardır. Bireye özel faaliyetleri olan bankaların müşterilerine sürekli olarak yeni ayrıcalıklar tanıması bu duruma örnek teşkil edebilmektedir. Kullanıcıya özgürlük hissiyatı yaşatan bu uygulamalar noktasında özellikle internet ortamında sanal cemaatlerin, gerçek olmayan kimliklerin yaratılması söz konusudur (Dilmen ve Ögüt, 2006, s. 10-11). Yine kullanıcıların seçim yapmalarına olanak tanıyan veya kişiselleştirilmiş medya ürünlerinin yer aldığı bir dönemin içerisinde pazarlama ve reklamcılık dünyasında yer alan stratejiler de değişim göstermektedir. Yeni medya tüketicilerin kendi hizmet paketlerini oluşturabildikleri izlenimini verirken, bu hizmetlerin tüketicinin yararına olduğuna inandırmaktadır. Tüketici, kişiselleştirilmiş reklamların arka planında gelişen oranlar ve karar alma formülleri hakkında bilgi sahibi değildir (Dijk, 2016, s. 320).

### 1.5.3. Eşzamansızlık

Geleneksel medyada yer alan “aynı andalık” kavramının yeni medya ile önemini yitirmesiyle “eşzamansızlık” ortaya çıkmış ve bireyler istedikleri zaman içeriklere ulaşabilme yetisini edinmişlerdir (Yurdigül ve Zinderen, 2012: 83-84). Tek yönlü iletişim sürecinin var olduğu geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş ile birlikte iletişim sürecinin kontrolüne kullanıcı da dâhil olmuştur. Yeni medyada bireyler iletişimin sürecini başlatabilmekte, durdurabilmekte ve sonlandırabilmektedir (Kılıç, 2019, s. 231). Aynı zaman diliminde yapılması gereken karşılıklı iletişim zorunluluğunu ortadan kaldıran yeni medya ile birey, bilgiye ulaşma ve iletme aşamasında da özgürlüğe erişmiştir. İçeriğin sunulduğu anda alma zorunluluğunun bittiği yeni medyada, zamansal açıdan da bir özgürleşme söz konusudur. Bilgiye erişim konusunda eşzamansız olabilme, farklı uygulamalar tarafından farklı şekillerde desteklenmektedir. İnternette var olan herhangi bir bilgiye erişmek isteyen kullanıcı, ağ bağlantısı sayesinde yıllar önce yayımlanmış içeriklere erişebilmekte, arşiv kayıtlarına ulaşmaktadır. Bilgisayar tabanlı teknolojilerde depolama sorununun olmaması ise bilginin eşzamansız kılınabilmesini destekler niteliktedir (İspir, 2013, s. 20).

Eşzamansızlık ile kullanıcıların zamana ve mekâna bağlı kalmaksızın iletişim sürecini gerçekleştirmeleri, bu noktada McLuhan’ın küresel köy haline dönüşen yerküre kavramı ile anılabilir. İnternet, bilgiye ulaşmada *anındalık* sağlayarak yaşadığımız evreni olduğundan daha ulaşılabilir ve küçük kılmıştır (Buzbaş, 2019). Bu türde bir iletişimde, kaynakta olan iletişim ‘alıcıya doğru kaymakta’dır. Alıcı, kaynak tarafından gönderilen iletiyi istediği zaman ve mekân içerisinde almaktadır. Kaynak ile alıcının birbirleri ile aynı zaman dilimi içerisinde iletişim halinde olma zorunlulukları bulunmamaktadır. İnternet ile sağlanan eşzamansızlık zamana ve mekâna olan bağlılığı ortadan kaldırmıştır (Aktaş, 2007, s. 34).

## 2. DEĞİŞEN HABERCİLİK PRATİKLERİ BAĞLAMINDA İNTERNET GAZETECİLİĞİ

Toplumsal süreçler, ilkel toplum ile başlamakta ve şu an içerisinde bulunduğumuz bilgi toplumuna dek uzanmaktadır. Bilginin hızla üretildiği ve yayılım gösterdiği bilgi toplumu, diğer toplumsal süreçlere kıyasla farklı bir önem arz etmektedir. Bilginin egemen olduğu toplumsal yapılarda birçok alanda değişim ve dönüşümler söz konusudur. Yaşanan değişimler toplumsal yapılara ait kurumları ortadan kaldırarak, kendi niteliklerine özel yeni yapıları ortaya çıkarmaktadır. Bilginin egemen olduğu toplumlarda bilginin hızla yayılım gösterebilmesinde, iletişimin büyük bir rolü ve önemi bulunmaktadır. Dolayısıyla iletişim araçları vasıtasıyla bilginin toplumun tüm kesimlerine aktarılması iletişim kadar, iletişim alt yapısını da önemli kılmaktadır. Günümüzde toplumun temelini oluşturan bilgi, yaygınlık kazanabildiği sürece çok değerlidir. Bilginin büyük kitlelere ulaşarak toplum içerisinde yayılmasına olanak tanıyan araçların başında kitle iletişim araçları gelmektedir (Arklan ve Taşdemir, 2008, s. 67-74).

Kitle iletişiminin en önemli araçlarından birisi gazetedir. Gazete, Tanzimat döneminde Osmanlı Devleti'nin halkı çeşitli konularda bilgilendirme ve eğitime amacıyla ortaya çıkmıştır. O dönemlerde önemli bir modernleşme aracı olan gazeteler halkı etkilemiş, dönüştürmüş, batıya yaklaştırmıştır (Aydoğan, 2013, s. 26-30). Kitle iletişim aracı olan gazete, geleneksel medyanın içerisinde yer almakta ve haberlerin toplanması, işlenmesi, basılı hale gelebilmesi için matbaaya duyulan ihtiyaç gibi pek çok sermaye gerektiren işlemi bulundurmaktadır. Geleneksel medya kuruluşlarında haber merkezleri katı ve hiyerarşik bir yapıda yönetilmektedir (Çakır, 2007, s. 139).

Yeni iletişim teknolojileri ile dönüşüme uğrayan gazetecilik sektörü, teknolojik süreçlerden belirli noktalarda olumlu olarak yararlanmış görünse dâhi, gazetecilikte yaşanan bu değişim ciddi boyutlarda enformasyon kirliliğine neden olmuştur. Maliyetlerinin düşük olması sebebiyle kolaylıkla kurumsallaşabilen internet, asılsız ve yanıltıcı enformasyonun artmasına neden olabilmektedir (Yurdigül ve Yüksel, 2012, s. 150). Teknolojinin internet ile birlikte gelişiminde ise geleneksel araçlardan, dijital ortama doğru bir kayma söz konusu olmuştur. Haberin geniş bir kitleye ulaşması noktasında heyecan uyandıran bu gelişmelerle yeni bir gazetecilik türünden bahsedilmeye başlanmıştır. Bahsedilen yeni gazetecilik türü “internet gazeteciliği”, “çevrimiçi gazetecilik”, “dijital gazetecilik” veya “sanal gazetecilik” olarak adlandırılmaktadır (Aydoğan, 2013, s. 31). Pavlik'e göre (2001: xi) temelinde internetin ve yeni iletişim teknolojilerinin yer aldığı bu gazetecilik türünün en ayırt edici özelliği bilgiye erişimin küresel olmasını sağlayan multimedya, etkileşim ve kitlesizleştirme aşamalarıdır. Bu değişime ve aşamaların gerçekleşmesine olanak tanıyan internetin, etkileşimli bir ortam olmasına izin veren ise Web 2.0 teknolojidir. Bu teknoloji ilk *O'Reilly Media* ve *Media Live International*'ın düzenlediği bir konferansta kullanılmıştır. Tanımlamasında hala büyük anlaşmazlıklar yaşanan bu teknoloji, internet dünyasının seyrini değiştirmeye yetmiştir (O'Reilly, 2009). Web. 2.0 teknolojisinin Web 1.0'a kıyasla “daha etkileşimli” ve “dinamik bir yapı”sı vardır. Dolayısıyla kullanıcıların hem içeriğe erişmesine hem de katkı sunmasına izin vermektedir (Murugesan, 2007: 34).

Bu teknoloji ile farklı gazetecilik tanımlamaları da ortaya çıkmıştır. Bunlardan birisi olan yurttaş gazeteciliği, “*internet aracılığıyla dünyanın dört bir yanından profesyonel gazeteci olmayan kullanıcıların deneyimlerini saniyeler içerisinde paylaşabilmesi ve bilgiyi özgürce paylaşabilme sanatı*”dır (Broowaha, 2021).

İnternet gazeteciliği okura belirli başlı kolaylıklar sağlamaktadır ve her geçen gün kullanıcı sayısı artarak, tercih sebebi olmaktadır. İnternetin teknik özelliklerin ulaşım alanının geniş olması ve hızlı güncel bilgiye erişim imkânı vermesi, geçmiş bilgilere ulaşımın sağlanabilmesi-arşivlerin olması, internet kullanıcılarına ses, görüntü gruplarını ulaştırılabilmesi ve düşük maliyet başlıca avantajlı özellikleri arasındadır (Bulunmaz, 2017, s. 35). Ayrıca Gürcan’a (1998, s. 144) göre tüm bunların dışında önemli bir diğer nokta, internetin web sayfalarında oluşturulabilen ve diğer kitle iletişim araçlarında bulunmayan *hipermetin (hypertext)* teknolojisi ile okuyucuya farklı bağlantılar ile dünyanın dört bir yanına erişim ve bilgi almasını sağlamasıdır.

İnternetin özellikleriyle okurun haber üzerinde giderek artan hakimiyeti, gazete sahibinin ve yazı işleri kadrosunun bazı yetkilerinin okura geçmesine neden olmaktadır. İnternet gazeteciliği ile birlikte *haberlin önemini belirleyen ve gazetede yer alıp almayacağına karar veren yazı işleri sorumlularının* farklı bir deyişle *eşik bekçilerinin* önemi azalmaktadır. İnternetin verdiği imkân ile okur istediği habere ulaşabilmekte özgürdür. Hatta okur kendi gazetesini yapma olanağına bile ulaşmıştır. Dolayısıyla yazı işlerinin önemli gördüğü haberlere internet okuru aynı önemi atfetmemekte, farklı haberlere ulaşabilmektedir. Bu durumda “*internette eşik bekçilerinin gazete ile okurun arasına girmesi* çok olası değildir (Karaduman, 2005, s. 145).

Gazetecilerin çevrimiçi mecraların bir parçası haline gelmesiyle okur ile iletişim çok daha sıkı kurulabilmektedir. Çevrimiçi panellerde yer alan mesaj panoları ve forumlar aracılığıyla, ayrıca muhabirlerin ve editörlerin e-postalarının yayınlanması ile gazeteciler ve kullanıcılar arasında bir diyalog başlamaktadır (Allan, 2006, s. 15). Ayrıca diğer medya ortamlarına göre haberin üretilmesi ve dağıtılması süreçlerinde katılımcılık, demokrasi ve çokseslilik olguları öne çıkmaktadır. Ancak bu durum için gerekli koşulların sağlanması belirli ekonomik, toplumsal ve kültürel zemini gerektirmektedir (Çevikel, 2004, s. 149).

İnternet haber siteleri ile okuyucu neleri okuyup, neleri okumayacağına kendi karar vermektedir ve bu okumaları yaparken geleneksel iletişim mecralarındaki gibi tek bir kaynaktan yapmak ve o kaynağa sadık olmak durumunda değildir. Geleneksel iletişim araçları karşısında tek taraflı bilgi ile karşı karşıya kalabilen okuyucu, artık farklı bakış açılarını okuma özgürlüğüne sahiptir. Hatta öyle ki bir durum veya olay hakkında ülkesindeki kaynaklar ile sınırlı kalmasına gerek yoktur. Olayın geçtiği birincil kaynağa veya yabancı gazetelere hızlı bir şekilde ulaşabilmektedir (Bulunmaz, 2011, s. 32).

Bazı araştırmalar internetin gazetecilerin bilgi toplamasında ve bu bilgiyi aktarma şeklinde değişikliğe yol açtığı savına, okuyucuların bilgiye ulaşırken birincil kaynağa başvurabilmelerine ve

tartışma talep edebilmelerine, ses, metin ve videonun kolay entegrasyonuna odaklanmıştır. Diğer çalışmalar ise internetin zamansal vurgusuna yani hız kavramının önem kazanması ile haberler üzerinde editöryal müdahalenin zayıflayabileceğine, internetin gazeteciliğinin dezavantajlarına yoğunlaşmıştır (George, 2006, s. 9). Hız faktörü ve haberi ilk verme telaşının, haber üzerindeki müdahalelerin zayıflatabileceği düşünülmektedir. Günümüzde haberler internette *kopyala-yapıştır* yoluyla birbirinin aynısı şeklinde çoğaltılabilmektedir. Ayrıca internetin, yasal açıdan da hukuki düzenlemelerinde bulunan sorunlar dezavantajlar arasında sayılabilmektedir (Bulunmaz, 2017, s. 35).

“*Bilgi denizi*” olarak tanımlanan internet servisleri, gün geçtikçe endüstride göz alıcı hale gelmektedir. Ancak çevrimiçi gazetecilik bir yandan geleneksel bilginin modern ortamda sunumu noktasında, diğer yandan bilgi ticaretindeki endişelerin ve gazeteciliğin özüne dair endişelerle ilgili tartışmaların ana taşıyıcısıdır (Kopper, Kolthoff ve Czepek, 2000, s. 500). Diğer bir dezavantaj olarak söylenebilecek husus ise çalışma koşulları ve şekilleri değişen gazeteciler içindir. Artık çalışan gazeteciler teknolojiyi kullanma beceri ve kabiliyetleri açısından daha yetenekli olma mecburiyetinde. Teknoloji ile geç tanışmış orta yaşlı bir gazetecinin dijital ortamları kullanması güç olabilmektedir (Çağlak, 2013, s. 47). Geleneksel medyanın yeni medyaya entegre olma çabaları da halen sıcaktır. Bulunmaz’a (2017, s. 35-37) göre televizyon veya basılı bir medya organizasyonu kurmak için milyonlarca liraya ihtiyaç varken, internet gazeteciliğinde bu maliyet çok daha azalmaktadır. Bugün internet gazetesi için web alan adı olarak ve birtakım prosedürleri karşılayarak işlemler tamamlanmaktadır. İnternet gazeteciliği dijital bir ortamda yapıldığından *kâğıt, mürekkep, baskı maliyetleri* tarzında masrafları yoktur.

İnternetin gazetecilik mesleği üzerine olan etkileri ve gazetecilerin gelişen teknolojiyi hangi sıklıkla ve nasıl kullandıkları araştırmalara konu olmuştur. Dan Middleberg ve Steve Ross tarafından yapılan çalışma, gazetecilerin bu yepyeni çevrimiçi mecraayı nasıl kullandıklarına dair bir bakış açısı sunmaktadır. Çalışmaya göre, hemen hemen tüm gazeteciler haber yapmak için çevrimiçi araçları kullanmakta ve çalışma kapsamındaki ankete katılanların yarısı kendilerinin veya çalışanlarının her gün çevrimiçi olduğunu söylemektedir. Katılımcıların sadece %2’si, çevrimiçi teknolojiyi hiç kullanmadığını söylemektedir. Çevrimiçi mecralar gazetecilerin de sıklıkla kullandığı ve bu noktada kendilerini geliştirdikleri bir yer haline gelmiştir (Pavlik, 2000, s. 230).

İnternet gazeteciliğinin gelişmesi ile ortaya çıkan farklı tartışmalardan bir tanesi de yazılı basının ortadan kalkacağına dairdir. Bazı yaklaşımlar geleneksel yazılı basının kendi yerini korumayı başaracağını öngörürken, yazılı basın için tamamen bir yok oluştan da bahsedilmemektedir. “Tiraj düşüklüğü”, “pazar payında düşüş”, “reklam girdilerinde internet gazetelerinin tercih edilmesi”, “piyasada yer alan nakit para akışındaki sorunlar” burada güncel problemleri teşkil etmektedir (Özgen, 2000, s. 61). Heinonen’a (1999, s. 41) göre ise farklı tartışmalara neden olan süreç noktasında üç model gözden geçirilerek durum anlaşılır kılınabilir. Bu modellerden ilki, bir yayın aracı olan internetin taşıdığı potansiyele dair sorunlardır. İkinci olarak özellikle geleneksel medya kuruluşlarının iletişim şekillerinde

meydana gelen değişimler ve gelecekteki büyük rolüne vurgular yapılmaktadır. Son olarak ise gazetecilerin becerileri, gazetecilerin kullanıcılar ile arasındaki ilişkiler ve gazetecilik etiği gibi konular başlı başına bir sorunu nitelemektedir.

## 2.1. İnternet Gazeteciliğinin Doğuşu ve Gelişimi

Çevrimiçi gazetelerin temel yapı taşını oluşturan internet, ABD’de 1990’lı yıllarda ortaya çıkmış olsa da bu teknoloji diğer ülkelere, farklı tarihlerde ulaşmıştır. Türkiye ise internet teknolojisine 12 Nisan 1993 tarihinde ODTÜ ve TÜBİTAK iş birliğiyle katılmıştır. 1994 yılına kadar gazete kelimesi basılı materyal ve haber üretimini, editöryal süreçleri anlatırken, 1994 yılından sonra “www” (World Wide Web) ağının gelişmesi ile gazetelerin birçoğu teknoloji ile tanışmıştır. Gazetelerin internet ile tanışmasından sonra elektronik yayıncılığın temelleri atılmaya başlanmış, hemen ardından farklı ulusal gazeteler internette gazete yayımlamaya başlamışlardır (Gürcan, 1998, s. 145).

İnternet keşfedildikten hemen sonra büyük bir kullanıcı sayısına ulaşmıştır. 1995’lerde dünya genelinde internet kullanıcı sayısı 26 milyon iken, Türkiye’de 1996 yılında bu sayının 14 bin 200 olduğu belirtilmektedir (Kara, 2002, s. 37). Elbette bu kullanıcı sayılarının yanı sıra, internet ortamında yayınlanan gazetelere geçiş de bir anda olmamıştır. İnternet gazeteciliğinden önce internet haberlerinin farklı yollar ile televizyonlarda okura sunulduğu görülmektedir. Toruk’a (2008, s. 292) göre internet haberciliğinin kökenlerinin televizyonlarda yer alan “teletext yayınları” olduğu söylenmektedir. Teletext ‘hava durumu’, ‘yol bilgisi’, ‘haberler’, ‘spor’ gibi konuları televizyondan metin halinde okuyucuya sunmaktadır. Televizyonlarda yer alan *dijital haber sunma özelliği* ilk defa *İngiliz yayın kuruluşu BBC tarafından* 1974 yılında hizmete sunulmuştur. Türkiye’de ise bu sistem 90’lı yılların başında TRT tarafından (Telegün) uygulanmıştır. Daha sonra teletext’in bu özelliği temelinde ilk internet gazeteleri sanal mecraya taşınmıştır.

Gazetecilik alanında değişimlere sebep olan internet gazeteleri, basılı gazetelerin web üzerinden birebir aynısının yayınlanması iken, ilerleyen zaman içerisinde bu durum değişmiştir. İnternet gazeteleri, *basılı gazetenin kopyası olmaktan çıkarak* ‘yeni bir boyut’ edinmiştir (Aydoğan, 2013: 30). Tokgöz’e (2000) göre internet gazetelerindeki bu dönüşümü *üç* dönemde ele almak gerekmektedir. *Birinci dönem* gazetelerin internet ile tanıştığı ve içeriklerini değiştirmeden internete aktardıkları dönemdir. *İkinci dönem* artık internet haberlerinin “özgün bir şekilde hazırlandığı” dönemdir ve *üçüncü dönem* ise *internet gazetelerinin* günümüzdeki hale geldiği, etkileşimli bir yere dönüştüğü dönemdir.

Türkiye 90’lı yılların sonundan 2000’li yıllara kadar internet gazeteciliği alanında kendini kanıtlamaya çalışan pek çok şirket ile karşılaşmıştır. İlerleyen zaman içerisinde gerek mevcut basılı gazetelerin internet nüshaları gerek internete özgün platformlar, internette kimlik arayışlarına 2000’li yıllara kadar devam etmişlerdir. Fakat o yıllarda kendini gösteren büyük ekonomik krizden medya şirketleri de nasibini alarak, çok sayıda gazeteciyi işten çıkartmışlardır. Bu nedenle işsiz kalan pek çok

gazeteci maliyeti düşük olan internet haberciliği ile uğraşmaya başlamıştır. Bu durum da sektördeki gelişmelere büyük bir katkı sağlamıştır (Toruk, 2008, s. 296-297).

İnternet gazeteciliğine geçiş ile birlikte değişen gazetecilik pratikleri bağlamında gazetecilerin haber toplamak adına telefonlardan yararlandığı dönemleri, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile tamamen geride bıraktığını söylemek yanlıştır. Ancak gazeteciler iletişim yollarına her geçen gün bir yenisini eklemektedirler. Bunlardan en sık kullanılanı ‘e-posta’dır. Dijital teknolojiler gazetecilik mesleğindeki hikâye anlatımının doğasını ve haberlerin çevrimiçi ortamlarda sunumunu da değiştirmektedir. Haberlerde sıklıkla kullanılan ters piramit tekniğinin çevrimiçi haber medyasında modası geçmiş görünmektedir (Pavlik, 2000, s. 230-232). Farklılaşan sadece haberin sunum şekli değildir. Gazetelerde uzmanlık gerektiren haberlere yeterince titizlikle yaklaşılmamaktadır. Sağlık gibi çevre, enerji vb. konularda haberin yazılması için konuya dair özel terimler uzmanlık istemektedir. Bu durumun sağlanmaması ile tematik haber siteleri yaygınlaşmaya başlamıştır. Buna bağlı olarak Kara’ya (2002, s. 39) göre son dönemlerde bir araya gelen gazetecilerin kendi internet sitelerini oluşturarak, kâğıda basılı hale gelmeyen haberleri ve yorumları özgür bir platform olarak nitelendirilen alternatif mecralarda okura sunmaları söz konusu olmuştur. Hatta bu alternatif kanallar, teknolojiyi geleneksel gazetelere göre daha iyi kullanmaları ile dikkat çekmektedir. Değişen medya endüstrisi içerisinde bulunan farklı habercilik pratikleri de kendinden söz ettirmektedir. Sektörde yeni iş modelleri ve biçimlerinde, istihdam yapılarında değişiklikler gerçekleşmiştir. İnternet gazeteciliği bağlamında farklı uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bu uygulamalara “drone haberciliği”, “yurttaş gazeteciliği”, “mobil habercilik”, “sosyal medya haberciliği”, “robot gazetecilik” ve “veri gazeteciliği” örnek teşkil edebilir (Kalsın, 2016, s. 80). Günümüzde internet gazetelerinde kullanılan farklı gelir modelleri bulunmaktadır. Bu modellerden birisi yabancı internet gazetelerinin kullandığı, sadık okuyucularına “Premium içerik” sunmaktır. Amerika Birleşik Devletleri’nin (ABD) öncüsü olduğu Premium İçerik uygulamasını en iyi şekilde kullanan gazetelerden birisi New York Times’dır. Türkiye’de ise Premium içerik sunan veya abonelik sistemini kullanan gazetelere Sözcü, Dünya, BirGün ve Evrensel gazeteleri örnek oluşturmaktadır (Kılıç ve Övür, 2019, s. 123).

## 2.2. İnternet Gazeteciliğinin Özellikleri

Sanal ortamda gerçekleşen gazetecilik ve geleneksel ortamlarda gerçekleşen gazetecilik arasında belirli farklar bulunmaktadır. Gürçan ve Batu (2002) internet gazetesinin farklılıklarını şu şekilde tanımlamıştır:

- Bu farklardan ilki, muhabir istihdamıdır. İnternet gazetelerinin birçoğunda özellikle bireysel olanaklar ile yayın yapan haber sitelerinde muhabir, foto muhabir ve köşe yazarı istihdamı bulunmamaktadır. İnternet kullanıcılarının haber ve duyumlarından faydalanabilmekle beraber, ortak haber havuzlarından da beslenebilmektedir.

- Haber siteleri, ajanslar ile geleneksel medyadan gelen haberleri genellikle değiştirmeden aynı şekilde sanal ortama aktarmaktadır. Bu yüzden haberin işlenmesi, yeniden yazma gibi editörlük işlemlerinin yapılmadığı görülmektedir.
- Anlık ve hızın önem kazandığı, sürekli kendini güncelleyen internet sitelerinde okuyucuya, tek yönlü iletişim yerine etkileşimli (interaktif) iletişim mümkün kılınmaktadır.
- Okuyucunun haberlerin detaylarına ulaşabilmesi adına başka verilerin bulunduğu web sayfalarına linkler verilebilmektedir.

Dilmen'e (2005, s. 96) göre internet gazeteciliğinin en fazla dikkat çeken dört özelliği "kullanıcıların özgürlüğüne izin vermesi", "hızlı olması", "detayların yer alması" ve "arşivlenebilir olması"dır ve şöyle detaylandırılabilir:

- İnternetin hızlı bir ortamı gerekli kılması ile bilgiye anında erişim sağlanmaktadır. Bu yüzden internetin sürekli güncellenebilir olması, gazeteler ile rekabetini güçlendirmektedir.
- İkinci avantajı olan geriye dönülebilir olması ise geleneksel ekranlardan farkını ortaya koymaktadır. Geleneksel araçlarda habere tekrar dönüp bakabilme şansı olanaksızdır. Ancak internet medyasında bu durum mümkün hale gelmiştir. Arşiv özelliği sayesinde pek çok bilgiye rahatlıkla ulaşılabilir.
- Son olarak internet medyasının özgürleştirici kapasitesi, geleneksel medyada yer alan katı hiyerarşinin bulunmamasından kaynaklanmaktadır. İnternet medyasında zaman ve kâğıt gibi büyük hammadde ihtiyaçlarının olmaması, internet medyasında yer alan özellikleri geliştirmeye yardımcı olmuştur.

İnternet gazetelerinin bir diğer özelliği ise maliyet açısından tercih edilme sebepleridir. Basılı gazete için bir ücret ödeyen okuyucu, çevrimiçi gazetelerin birçoğuna ücretsiz olarak ulaşabilmektedir. Oysaki okuyucular basılı gazete aldıklarında bir tanesi ile yetinme zorunluluğunda kalacaktır. Online gazetelerde okuyucu istediği haber sitesine ve içeriğine, ilgisi dâhilinde erişebilmektedir. Bilgiye erişimde internet gazetelerinde coğrafi engellere dair sorunlar da bulunmamaktadır. İnternetin evrensel oluşu, bilginin küresel olarak yayılım göstermesi, basılı gazetelerin dağıtımında yaşanan veya televizyon yayınlarında yaşanan sorunları ortadan kaldırmıştır. Dolayısıyla internetin sunmuş olduğu metinle birlikte grafiklerin, seslerin, fotoğrafların ve videoların aynı sayfada yer alma özelliği haberin desteklenmesinde ve okunmasının artmasında önemli bir etkidir (Dilmen, 2005, s. 93-94).

Pavlik'e (2013, s. 72) göre özellikle gençlerin yoğun olarak internet kullanımı ve yeni dijital araçlar ile engelli insanların haberlere kolaylıkla erişim sağlayabilecekleri platformlar oluşturulmuştur. Kaliforniya Üniversitesi ve Kolombiya Üniversitesi araştırmacıları tarafından yürütülen bir projede, görme engellilerin' özel sesli haber' gereksinimlerini karşılayabilen üç boyutlu sesli haber üretimi gerçekleştirilmiştir. Kullanıcının ekrandan haberi okuması noktasında bazı koşullar söz konusudur.

Ekrandan okuma, basılı materyale göre elleri özgürleştirse de gözlerde büyük bir yük artışı söz konusudur. Haber sitesinin tasarımı, okur ile olan ilişkisini etkilemektedir. Kötü tasarımı olan bir internet sitesinde okur, haberin detaylarını kaçırabilir. Online gazetecilikte web sayfalarının tasarımı ve ara yüzleri, okunabilirliği arttırmak için önemli bir unsurdur (Halıcı, 2005, s. 153).

### 2.3. Türkiye’de İnternet Gazeteciliği

Türkiye’de basının, birkaç medya grubunun hâkimiyeti altında olduğu iddia edilmekte ve bu nedenden haberlerde çeşitlilik ve çoksesliliğin kısıtlı hale geldiği düşünülmektedir. Aynı zamanda “medya çalışanlarının sosyal hak ve özgürlükleri” de sınırlandırılmış görünmektedir. İnternet gazeteciliğinin gelişmesi, haber üretim ve dağıtım süreçlerinde yaşanan önemli gelişmeleri beraberinde getirmiştir. İlerleyen zaman içerisinde medya gruplarının internet gazeteciliği ile tanışması çok zaman almamış ve 90’lı yıllarda internet gazeteciliği alanına yatırımlar gecikmemiştir (Sezen, 2007, s. 23). Türkiye’deki internet gazeteciliğinin gelişimine bakılmadan önce, internetin Türkiye’deki gelişimine kısaca değinmek gerekmektedir. 12 Nisan 1993 günü Türkiye’deki ilk internet bağlantısı gerçekleşmiştir. Bağlantı, ODTÜ ile ABD’deki *National Science Foundation Network* arasında kurulmuştur. 64 kbps kapasiteli hatla sağlanan internet, zamanla çeşitli üniversite ve kamu kuruluşları ile paylaşılmıştır. 1996 yılında ise *TURNET* (Türk Telekom projesi) Projesi ile ticari kuruluşlar internet servis sağlayıcılarını kullanabilir hale gelmiştir (Denizer, 2019, s. 418).

ABD’de 1994 yılında web içeriklerinde yaşanan gelişmeler hızla artarken, Türkiye bu yıllarda internet ile yeni tanışmıştır. Ancak iki ülke arasındaki tek fark bu değildir. İki ülkenin internet konusundaki gelişim süreçlerine bakıldığında öne çıkabilecek önemli farklardan birisi, Türkiye’de olan büyük sermaye gruplarının geleneksel medya sektörüne yönelik endişeleridir. Dolayısıyla sermayedarlar internet sektörüne hızlı bir giriş yapmışlardır. O yıllarda Türkiye’de herkesin, gazete ve televizyon evriminin internet sayesinde gerçekleşeceği konusunda iddialı olduğu bilinmektedir. Fakat hala internet gazete ve televizyonun yerini almış değildir, birlikte bir yaşam daha mümkün görünmektedir (Yedig ve Akman, 2002, s. 15). Bu noktada internet gazeteciliğinin Türkiye’deki gelişim süreci iki grupta incelenmektedir. ‘1995-2000 yılları arası birinci dönemi’ kapsamakta ve internetin ortaya çıktığı, geliştiği dönem olarak bilinmektedir. Bu dönem içerisinde basılı gazeteler birebir olarak internete aktarılmıştır (Ayhan ve Aydın, 2015, s. 77). İkinci grupta ise ‘yalnızca internet ortamında var olan internet siteleri’ yer almaktadır. Türkiye’de internet gazeteciliğine dair işleyiş büyük oranda geleneksel medya kuruluşlarının internet siteleri bağlamında yürütülmektedir (Çevikel, 2004, s. 150).

1995’te ABD’de *New York Times*, *The Washington Times* gibi gazeteler internet ortamına geçişmiş, ilgili yıl içerisinde *Herald Tribune* ve *Daily Mirror* gibi gazeteler de Avrupa’da dijital gazeteciliğe ayak uydurmuşlardır. Kısa zamanda ise Türkiye’den *Aktüel Dergisi* internet sayfasını açmıştır. Hemen ardından *Leman Dergisi* sanal ortama katılırken, *Zaman* gazetesi 2 Aralık 1995’te ‘haber’ ile ‘köşe yazılarını’ başlıklar halinde *dijital ortama* aktarmıştır. 1996 yılında sanal ortama

içeriklerini tamamen aktaran ve günlük olarak yayınlanan ilk gazete *Milliyet* olmuştur. *Sabah* ve *Hürriyet* gazetelerinin sanal ortama geçişi 1997 yılında olmuştur (Çakır, 2007, s. 138). İnternet üzerinden Ocak 1996'da yayımlanmaya başlayan *Xn (Eksen)* gazetesi haberlerini sürekli yenileyerek, okuyucularına güncel bir haber akışı sunmuştur. Basılı gazetede yer alan sabah taze akşam ise bayatlayan haberlerin yerini, sanal gazetede yer alan güncel içerikler almıştır (Özgen, 2000, s. 60).

İnternette bağımsız yapan ilk site ise *NetHaber* olmuş; yayın hayatına *Superonline*'ın internet sitesine bağlı şekilde adım atmıştır. NetHaber, dijital kanalı aracılığıyla *Anadolu Ajansı* ve *Reuters*'ın haberlerini kamuoyuna ulaştırmış, ilgili durum dijital yayıncılık adına önemli olmuştur. Bir diğer önem atfedilen adım ise televizyonda yayınlanan “Dördüncü Kuvvet Medya” programının internete taşınması ile gerçekleşmiştir. Gazeteci Ahmet Tezcan'ın 1998 yılında hiçbir gruba ait olmaksızın internet üzerinden kurduğu [www.dorduncukuvvetmedya.com](http://www.dorduncukuvvetmedya.com) haber sitesi, bağımsız gazetecilik yapan ve işsiz kalmış birçok gazeteciye öncülük etmiştir (Özcan, 2019, s. 31). Türkiye’de yalnızca sosyal medya üzerinden yayın yapan gazetecilik örnekleri de bulunmaktadır. Mikro gazetecilik uygulamalarından birisi ise *140journos*'dur (Narin, 2015, s. 24).

**Tablo 2.1.** Gazetelerin İnternette Yayımlanma Tarihleri

| Gazete             | Yayın Tarihi   |
|--------------------|----------------|
| Zaman              | 2 Aralık 1995  |
| Turkish Daily News | 19 Mayıs 1996  |
| Türkiye            | 9 Kasım 1996   |
| Milliyet           | 26 Kasım 1996  |
| Fanatik            | 25 Aralık 1996 |
| Hürriyet           | 1 Ocak 1997    |
| Sabah              | 1 Ocak 1997    |
| Akşam              | 15 Eylül 1997  |
| Yeni Yüzyıl        | 4 Mart 1998    |
| Radikal            | 1 Mayıs 1998   |
| Güneş              | 2 Nisan 1998   |
| Cumhuriyet         | 7 Mayıs 1998   |
| Milliyet Gazete    | 3 Ekim 1998    |

**Kaynak:** Yedig ve Akman, 2002.

*Cumhuriyet* gazetesi ise 1998 yılında internete açılarak, 2000 yılında kullanıcılarına abonelik sistemini getirmiştir. Gazeteye abone olan kişiler, şifreleriyle gün içinde yayınlanan haberlere ulaşabilmiştir (Özcan, 2019, s. 31). Türkiye’de ulusal yayın yapan gazetelerin büyük bir kısmının internet sitesi bulunmaktadır. Aynı zamanda gazetelerin yanı sıra *televizyon* ve *radyolar* da internet üzerinde site açmaya girişmişlerdir ve burada programlarına dair içerikleri tanıtarak, günün önemli olaylarını da okuyucuya sunmaktadırlar. Televizyonlar bu siteler üzerinden canlı yayınları paylaşabildiği gibi radyolar da canlı yayın yaparak dünyanın her yerinde dinlenebilir olmaktadır (Özcan, 2019, s. 31).

Bilgiyi en etkin şekilde kullanma isteğiyle, tüm dünya devletlerindeki medya şirketleri internet gazeteciliğine yatırım yapmış durumdadır. Ancak bu yatırımlar yapılırken, internet gazeteciliğinin

gelişme süreci ve aynı zamanda geleceği değerlendirilirken, o ülkenin telekomünikasyon yapısı ve sosyal-toplumsal yapısı görmezden gelinmemelidir. Dünyanın bazı bölgelerinde olduğu gibi Türkiye’de de hala internet erişimine veya bilgisayara ulaşamayan haneler bulunmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2021).



### 3. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ

Son yıllarda yaşanan belirgin iklim değişiklikleri dikkat çekmektedir. Özellikle şimdilerde gözlenen mevsimlerin sürelerinde farklılaşmaların olması, hatta mevsimlerin kayması sıklıkla dile getirilen argümanlar arasındadır. Toplumun zaman içerisinde gözlemlediği hava şartları ve iklim terimleri bu noktada birbirinden ayrılmaktadır. Bu terimleri meteoroloji, ‘hava şartlarını belirli ve kısa bir zaman içerisinde gözlenen hava olayları’ olarak, iklimi ise ‘uzun dönem boyunca gözlemlenen olayların ortalamaları’ şeklinde ayırmaktadır (Kadıoğlu, 2009, s. 100).

İklim sistemi *atmosfer, kara yüzeyleri, okyanuslar, buz ve su kütleleri ile canlıların tümünü* içeren, bunlar arasındaki etkileşimi anlatan bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Bu sistem hem kendi iç dinamikleri hem de dış etkenler tarafından oluşabilecek durumlar neticesinde değişim gösterebilmektedir. Dış zorlamalar güneş ile ilgili değişkenleri, volkanik patlamaları ve insanların sebebiyet verdiği tahribatı içermektedir (Meteoroloji Genel Müdürlüğü [MGM], 2015). Yapılan araştırmalara göre iklim değişiminin pek çok yıkıcı sonucunun olması beklenmektedir. Bunlardan bazıları kuraklık, yangınlar, ekstrem hava olaylarının sıklığı ve etkisindeki aşırılık, deniz suyunda artan asitlik oranı ve sıcaklık, buzulların deniz seviyelerinde oluşabilecek yükselme; tarım ürünlerinde verim düşüklüğü, biyoçeşitlilikte azalma, yoksulluk, su temininde zorluk, hastalık türlerinde değişme olarak sıralanmaktadır (Aksoydan, 2020, s. 13).

İklim sistemi tüm insanlığı, hayvanları aslında canlıların tamamını ortak paydada birleştiren yegâne unsurlardan birisidir. Ancak giderek artan iklim değişiklikleri ve buna bağlı yaşanan ekonomik, sosyal boyutlar insanlık için geri dönülemez yolları beraberinde getirecektir. Dolayısıyla gezegene en büyük zararın insanlar tarafından verildiği düşünüldüğünde, gezegeni kurtarmanın yolunun da yine insanlar tarafından gerekli politikalar ve yaptırımlar çerçevesinde olması gerektiği şüphesizdir. İklim değişikliğinin ciddiyetini Sachs “insanlığın karşılaştığı en zor kamusal problem” olarak tanımlamıştır. Ona göre, insanlık şimdiye kadar böylesine bir küresel kriz ile karşı karşıya kalmamıştır. Bu küresel krizden gezegenin her bir parçası farklı derecelerde etkilenmektedir. Bahsedilen sorun, sadece ülkelerin sorunu olmaktan çıkmıştır. Aynı zamanda iklim krizi nesillerin de sorunu haline gelmektedir. Bu denli büyük krizlerde ise dünyanın bir araya gelerek düzeltici eylemleri uygulamaları çok zor olmaktadır. Söz konusu durumun yavaş ilerlemesi, iklim krizinin etkilerini görmeyen yılları alması bu durumu daha da zora sokmaktadır (2019, s. 261-359).

İklim ve toprak bağlamında yaşanabilecek çeşitli sorunlar ve bu sorunların getireceği yıkıcı etkiler, Hükümetler arası İklim Değişikliği Paneli’nce (IPCC) hazırlanmış olan, 8 Ağustos 2019 tarihli *İklim Değişikliği ve Arazi Özel Raporu*’nda detaylı bir şekilde anlatılmıştır. Rapor, IPCC Altıncı Değerlendirme Dönemi tarafından hazırlanmış olup, önem arz etmektedir. Raporda, arazi yönetiminde yapılacak iyileştirmelerin iklim değişikliğine kuşkusuz katkı sunacağı, ancak bu iyileştirmelerin tek başına yeterli olmayacağı ortaya koyulmaktadır. Ayrıca küresel ısınmanın 1,5°C altında kalabilmesi için

tüm sektörlerde sera gazı azaltımının gerekliliğinin altı çizilmektedir (IPCC, 2019). Özellikle tarımsal alanın önemli bir yer tuttuğu Türkiye de iklim değişikliğinden ciddi boyutlarda etkilenecek ülkeler arasındadır. Türkiye'nin yarı kurak bir ülke olması ve oluşabilecek herhangi bir su yetersizliği sosyal, ekonomik ve tarımsal ürünlerin üretimi noktasında önemli bir rol oynayacaktır. Bu nedenle, su kaynaklarının ve tarımsal arazilerin korunması gerekmektedir (Kadioğlu, 2009, s. 104).

IPCC tarafından hazırlanan ve daha güncel bir rapor olan “iklim Değişikliği 2021: Fiziksel Bilim Temeli” isimli raporda oluşabilecek senaryolar üzerinde durulmaktadır. Raporda bilim insanları, iklim değişikliğinin 1750'den bu yana sera gazlarında yaşanan artışın sonucunda gerçekleştiğini ve gezegen üzerinde insan faktöründen kaynaklı bir ısınmanın söz konusu olduğunu belirtmektedir. İklim değişikliği neticesinde 2011–2020 yılları arasında Arktik deniz buzul seviyesi 1850'den bu yana en düşük seviyeye gerilemiş durumdadır. Rapora göre, ön görülen 1,5 °C eşiği aşıldığı takdirde geri dönülemez durumlarla karşılaşılacaktır. Yüksek derecelerde küresel ısınmanın gerçekleşmesi ile iklimde olma olasılığı olan ekstrem olaylar ile karşılaşılabilir hale gelinecektir. Bununla birlikte, Antarktika buz tabakasının hızla erimesi ve orman örtüsünün kuruması gibi iklim sisteminde gerçekleşebilecek ani tepkiler de göz ardı edilemeyecek niteliktedir (IPCC, 2021).

İklim değişikliği konusunda araştırma yapan pek çok bilim insanı ve kuruluş bulunmaktadır. Bu araştırmaların asıl gayesi, iklim değişikliğinin yaşamın farklı alanlarını nasıl ve ne derecede etkilediğini veya etkileyeceğini veriler ile ortaya koymaya çalışmaktır. Bu veriler ışığında alınabilecek önlemler ve daha temiz bir gezegen için çalışmalar yürütülmektedir. İklim değişikliği konusunda çalışmalar yapan WWF-Türkiye (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) 2020 faaliyet raporu, 1880 yılından bu yana küresel sıcaklık ölçümlerinin yapılmaya başlandığını ve 2020 yılının tıpkı 2019 ve 2016 yılları gibi kayıtlara geçen en sıcak 3 yıldan biri olduğunu ifade etmiştir. Rapora göre, 2020 yılında dünyanın sıcaklığı, sanayi öncesi dönemlere göre 1,2°C artmış durumdadır. Bilim insanları, iklimin yıkıcı etkilerini yaşamamak adına sıcaklık artışının 1,5°C sınırında kalması gerektiğinin altını çizmektedir. Söz konusu sıcaklık artışından korunmak için ise karbon emisyon oranlarının 2030 yılına kadar yarı yarıya düşürülmesi gerekmektedir (Doğal Hayatı Koruma Vakfı [WWF], 2020a). Değişen iklimden son derece etkilenen bir diğer alan biyolojik çeşitliliktir. WWF (2020) *Yaşayan Gezegen Raporu*'nda, tüm önleyici tedbirlere rağmen içerisinde bulunan yüzyılda sadece iklim değişikliğine bağlı sebeplerden dolayı yabani türlerin beşte birine kadar yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kaldığını belirtmektedir. Bu kayıpların, biyolojik çeşitlilik adına ve en büyüğünün sıcak nokta olarak bilinen bölgelerde yaşanacağı anlatılmaktadır. Rapor, doğrudan iklim değişikliği neticesinde “mozaik kuyruklu sıçan”ın yok olan ilk memeli türü olduğuna da dikkat çekmektedir (WWF, 2020b).

Biyolojik çeşitliliğin yok olmasının yanı sıra iklime göre göç eden familyaların da yaşam alanları ve düzensiz hava iklim dalgaları, onların bu süreçlerini de derinden etkileyecektir. Vahşi hayatın göç ettikleri patikaların veya geçiş güzergahlarının tahribata uğraması onların yön değiştirme

yeteneklerine zarar verecektir. Dolayısıyla insan ve vahşi yaşam için geleceğe yönelik planlara ihtiyaç duyulmaktadır (Robinson vd., 2009).

*Türk Deniz Araştırmaları Vakfı*'nın yayımladığı raporda da iklim değişikliğinin deniz ve okyanuslar üzerindeki durumuna dikkat çekilmektedir. Rapora göre, iklimde yaşanan değişimlerin etkisi (IPCC)'de belirtildiği gibi kendini göstermeye başlamıştır. Deniz seviyesinin geçen yüz yılda küresel ölçekte 10-20 cm yükseldiği ve bu yüzyılda ise 40-60 cm daha yükseleceği öngörülmektedir. Özellikle bu durumdan *Maldiv, Tuvalu* vb. gibi ada devletlerinin etkileneceği belirtilmektedir. Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye'nin bu durumdan nasıl etkileneceği üzerine bir öngörü mevcut değildir. Ancak küresel ısınmanın denizleri çok yönlü olarak etkileyeceği gözükmektedir. Bu etkileri sadece biyoçeşitlilik üzerine düşünmek yanlış olacaktır. Bozulmanın etkisi ile denizlerde farklı rüzgâr ve akıntılara şahit olunabilecek ve ulaşım aksayabilecek, balıkçı filoları ve balık çiftlikleri şiddetli dalgalara maruz kalabilecektir (Türk Deniz Araştırmaları Vakfı [Tudav], t.y.).

İklim değişikliğinin etkilerine ilişkin tartışmalar birçok bağlamda ele alınmıştır. Ancak bazılarına göre, iklim değişikliğinin etkisine ilişkin ülke içi eşitsizlik daha az dikkat çekmiştir. Bu yaklaşıma göre, etki tartışması başlangıçta fiziksel yönüne, yani iklim değişikliğinin doğa üzerindeki etkisine odaklanmıştır. Tartışmalar zamanla, sosyal etkiye dikkat çekmiştir ve iklim değişikliği ile yoksulluk ve geçim arasındaki ilişkiyle ilgili kanıtlar sunulmuştur. Ancak, iklim değişikliği ile ülke içi eşitsizlik arasındaki bağlantılar henüz ses getirecek ve konuşulacak, gerekli önlemler alınacak kadar dikkat çekememiştir (Islam ve Winkel, 2017).

Ekonominin küreselleşmesi ve modern ekonomi temellerinde fosil yakıt enerjisinin bulunması dünyada çok büyük bir çevre krizi yaratmıştır. Özellikle sanayi sonrası artan nüfus ve insanların dünya nüfusunda yer edinme çabaları, bu krizi her geçen gün tetiklemektedir. Oluşan kriz ise tüm canlıların yaşamını ve canlı türlerinin varlığını tehdit etmektedir. Bunlara bağlı olarak *sürdürülebilir kalkınma* kavramı ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma iyi bir yönetimle mümkün kılınmaktadır. İyi bir yönetim ise sadece hükümetleri kapsamamakta, aynı zamanda dünyanın güçlü aktörleri olan çokuluslu şirketlerin sürdürülebilir uygulamalarını da gerektirmektedir. Sürdürülebilir politikaların uygulanmadığı ve kontrolsüz büyüyen bir ekonomide gittikçe yoksullaşan; su kıtlığını, hava kirliliğini, sağlıksız beslenmeyi, salgın hastalıkları yaşayan milyarlarca insan bulunmaktadır (Sachs, 2019, s. 21-23). Günümüzde yoksulluğun sürdürülebilir bir şekilde ortadan kaldırılması hedefini tehdit eden iklim değişikliği temelinde, yoksul insanlar ve yoksul ülkeler her türlü iklimle ilgili şoklara maruz kalabilir durumdadır. Varlıkları ve geçim kaynaklarını yok eden doğal afetler; ısı dalgaları, taşkınlar veya kuraklıklar sırasında daha yaygın hale gelen su kaynaklı hastalıklar ve zararlı böcekler; yağışların azalmasından kaynaklanan mahsul kaybı ve aşırı hava olaylarını takip eden gıda fiyatlarındaki ani yükselişler bu şoklardan bazılarıdır. Bu tür olayların birçok bağlamda etkileri önemli olabilir. Örneğin bu vakalar, onlarca yıllık çalışmayı ve varlık birikimini silebilir ve geri dönüşü olmayan sağlık sorunlarına yol açabilir (Hallegate vd., 2016; Henderson vd., 2018). İklim değişikliğinin herkesi eşit bir

şekilde etkileme durumu “iklim adaleti” olarak kavramsallaştırılmıştır. *Toplumsal cinsiyet, ırk, etnik köken, yaş ve gelir düzeyi* gibi ‘demografik farklılıkları’ olan insanlar ile yoksullar, kadınlar, çocuklar gibi kırılgan grupların iklim krizini eşitsiz biçimde deneyimlemeleri olasıdır. Bu durum da iklim krizi konusunu türlü bağlamlarda ele almayı gerekli kılmaktadır.

İklim değişikliğini çeşitli bağlamlarda ele almayı gerekli kılan konulardan bir tanesi de “Göç” temasıdır. Söz konusu tema, son zamanlarda yoğun bir şekilde çalışılan alanlardan birisidir. Özellikle yakın zamanda Suriye’den Türkiye’ye doğru yoğun şekilde yaşanan göç ile karşı karşıya kalınmasından sonra çalışmaların seyri hızla artmıştır. İnsanlığın ortak paydada buluşmasını sağlayan iklim değişikliği ve buna bağlı yaşanan göçlerin birlikte ele alınarak, söz konusu nedenlerin ve alınabilecek önlemlerin değerlendirilmesi gerekmektedir. Myers ve Kent’e (1995, s. 14) göre dünyanın çeşitli bölgelerinde ortaya çıkan kuraklık, ormansızlaşma, toprak erozyonu, çölleşme ve diğer çevre sorunları nedeniyle artık kendi topraklarında güvenli bir şekilde yaşayamayan insanlar, “çevresel göç” olgusunu ortaya çıkarmaktadır ve giderek “çevre mültecileri” olarak adlandırılmaya başlanmaktadır.

Dünya üzerinde ilk mültecilerin, “Yeni Zelanda ve Avustralya’ya yerleşmek zorunda kalan Tuvalu halkı” olduğu belirtilmektedir. Küresel ısınma ile birlikte deniz seviyesinin yükselmesi, bu halkın evlerinden ayrılmasını zorunlu kılmıştır. Dünya üzerinde bu örneğin ilk olmasıyla birlikte günümüzde gelişmiş ülkelerde de benzer durumlar yaşanmaktadır. Örneğin ABD’de iklim değişikliklerinden kaynaklı *şiddetli fırtına ve kasırgalara, hortumlara, sel baskınlarına* maruz kalınmaktadır. Bununla birlikte iklim değişikliği ve doğal afetlere bağlı iklim mülteciliği durumuna karşı henüz uluslararası bir çözüm bulunmadığı düşünülmektedir (Kanlı ve Başköy, 2018, s. 29).

İklim değişikliği dolayısıyla yaşanan göçler, bazı devletler için tehdit olarak algılanmakta; göçleri durdurmanın yolunun ‘sınırları kapatmak’ olduğu savunulmaktadır. Ancak asıl vurgu yapılması gereken yer, değişmekte olan iklim kavramıdır. 80’li yıllarda yaşanan toplumsal eşitsizliğin kaynağı olarak, sosyal devletin parçalanması ve deregülasyon tartışmaları 2000’li yıllarda yerini, “iklim inkârcılığına” bırakmıştır (Latour, 2017: 105). İklim değişikliği inkârcılığı süreci önce sorunun tamamen inkârı ile başlamakta, sorumluluğun reddi ile devam etmekte, sorunun etkilerini görmezden gelerek hafife almakta ve çözüm önerileri için gerekli çabanın gösterilmemesiyle sonlanmaktadır. En sona gelindiğinde ise problemin artık geri dönülemez noktaya ulaştığını inkâr etme ile tamamlanmaktadır (Şahin ve Erensü, 2020, s. 19).

Özellikle kriz durumlarında ortak ihtiyacın siyasi irade olması, ancak siyasi iradenin birden fazla alanın içerisindeki yatırımları, bazı inkârları da beraberinde getirmektedir. Sera gazı üretiminde önemli rol oynayan ABD, Japonya, Rusya, Kanada, Avustralya gibi ülkelerde fosil yakıt üreticileri ya da iklim inkârcıları siyasete hâkimdir (Şahin ve Erensü, 2020, s. 11). Bu duruma örneklerden birisi Donald Trump’a aittir. Trump, iklim değişikliği sorununa inanmadığını dile getirerek, bu alandaki bilimsel otoriteleri de halkı manipüle ettiği gerekçesiyle suçlamıştır. İklim inkârcılığı ve bilime karşı olan inkâr,

Post-Truht çağın bir özelliği olarak karşımızda durmaktadır (Özdoyran, 2021). Öyle ki İsveç'te Chalmers Teknoloji Üniversitesi tarafından bir ilk olan iklim inkârcılığı çalışmaları için İklim Değişikliği İnkârcılığı Merkezi (CEFORD) kurulmuştur. Araştırma merkezinin çalışma konuları arasında *muhafazakâr anti-feminist aşırı sağ ile iklim inkârcılığı arasında yer alan ilişkinin incelenmesi* bulunmaktadır (İklim Haber, 2019).

İklim değişikliği konusunda yapılan dikkat çekici faaliyetler, yarışmalar da bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi iklim krizi ile mücadele eden kentler arasında planlanan organizasyonlardır. WWF iklim krizi ile mücadelede öncü kentlerin oluşabilmesi ve dünya genelinde kentlere ilham verebilmek adına “Tek Dünya Kentleri Yarışması”na (2019-2020) Türkiye’den 5 kentin katılımını teşvik etmiştir. Yarışma, dünya genelinde 250 kentin katılımı ile gerçekleşmiştir. Türkiye’den ise 5 Kent (Gaziantep, Denizli, İzmir, Bursa ve Kocaeli) yarışmaya dâhil edilmiştir. Yarışmada kentlerin iklim değişikliği üzerindeki etkilerinin azaltılması hedeflenmiş ve proje kapsamında binalarda enerji verimliliğini sağlamak adına eğitimler verilmiştir. Yarışma sonucunda Denizli, Türkiye birincisi olurken, aynı zamanda “Kentimi Seviyorum” iletişim kampanyasında da dünya ikinciliğini elde etmiştir (WWF, 2020a).

İklim değişikliğine yönelik yapılan çalışmalar neticesinde iklim krizine karşı alınabilecek önlemler ve bu durumun artık insan hayatında sıklıkla dile getirilmesi noktasında, yeni kavram ve tanımlamalar ortaya çıkmaktadır. Örneğin, literatürde yer alan “Ekofobi” kelimesi kötüleşen iklim şartlarından dolayı oluşan korkuyu ifade etmektedir. Sobel’e göre ekofobi özellikle çocuklar üzerinde etkili olabilmektedir. Sobel “Ekofobiyi Aşmak” adlı kitabında çocukların yaşlarına yönelik uygun çevre aktiviteleri ile çocukların doğayla aralarında duygusal ve fiziksel bağ hissetmelerini sağlayan öğretmenlere, ebeveynlere çevre eğitimi hususunda stratejiler sunmaktadır. Dolayısıyla çevre ile bir bağ hisseden çocuklar doğadan ve yaşananlardan korkmayarak aksine sürdürülebilir, uygulanabilir bir yaşam için politikalar geliştirmeyi görev edineceklerdir (2014).

Kocalar’a göre (2015, s. 596) ekofobi doğal yaşamın kötüye gidişi noktasında, ekolojik bir felâket korkusu olarak kullanılmaktadır. Özellikle modernleşen dünyada şehir hayatında yaşayan insanların doğa ile olan temasları son derece kısıtlı hale gelmiştir. Doğa ile arasına mesafe koyan insanlar, doğa olayları meydana geldiğinde son derece korkup panikleyebilmektedir. Bunun neticesinde ise ekofobi olarak adlandırılan, dışarıda yaşanan ekolojik olaylardan insanların korkması durumu oluşmaktadır. İnsanların doğa ile iç içe olmalarının yerini, doğadan uzaklaşma ve kopuşlar almıştır. Oysaki doğanın insana her zaman ihtiyacı vardır.

Çocuklar üzerinde ekofobinin oluştuğuna ve bu durumdan çocukların nasıl korunabileceğine ilişkin makaleler de söz konusudur. Başka Bir Okul Mümkün Derneği’nin (BBOM) bu konuda hazırlamış olduğu “İklim Değişikliğini Anlamak ve Aktarmak” adlı rehberde çocuklar üzerinde ekofobi şu şekilde anlatılmaktadır:

*“Çocuklar, küçük yaşlardan itibaren küresel iklim değişikliği, ozon tabakasının delinmesi, dünyanın akciğeri olan Amazon Ormanları’nın yok olması, nesli tükenen hayvanlar, GDO’lu gıdalar, hava, su, toprak kirliliği gibi konularda pek çok bilgiyle karşılaşılıyor. Yapılan çalışmalar, küresel ölçekte çözüm gerektiren çevre sorunlarıyla erken yaşta karşı karşıya kalmanın çocukları duyarsızlaştırdığını, kendi imkânlarını aşan meseleler karşısında bunu reddetme ve görmezden gelme eğiliminde olduklarını gösteriyor. Bu eğilim de ekofobi olarak tanımlanıyor”* (Başka Bir Okul Mümkün Derneği [BBOM], 2019, s. 8).

Ekofobiyi aşma noktasında çocukların baş edemeyecekleri sorunlarla karşı karşıya kalmaları yerine, onları doğayı daha çok sevmeye yönlendirmek, doğayı merak etmelerini ve bir bağ kurmalarını sağlamak öncelikli adımlardan bir tanesidir. Öyle ki iklim değişikliği konusunda sürekli olarak karamsar ve felaketlere dayalı bir tablo, çocukların doğadan kopmalarına sebep olabilmektedir (BBOM, 2019).

### **3.1. İklim Değişikliğine Neden Olan Faktörler**

Tecrübe edilen bazı buzul dönemlerinin ardından, çalışmalara göre dünya şu an bulunduğu zaman diliminde soğuma evresinde olmalıydı. Fakat son 150 yılda yapılan çalışmalar, bu durumun tam tersine bir sürecin yaşandığını göstermektedir. 19. yüzyılın ortalarından itibaren 1940’lara dek devam eden ısınma evresi kayıtlara geçmiştir ve 1960’ların sonlarına doğru duraksamıştır. Bu duraksamanın hemen ardından 0,25°C’lik bir soğuma olmuştur. Ancak 1970’lerde ısı miktarında tekrar artış gözlemlenmiş ve 1998 yılı 1200 yıllık dönemdeki “en sıcak yıl” ilan edilmiştir (Aksay vd., 2005, s. 30).

Yaşanan gelişmeler ile hızla çalışmalara başlayan bilim insanları, insan eliyle gerçekleşen iklim değişikliğinin nedenlerine yoğunlaşmıştır. Akın’a göre (2006: 41) iklim değişikliği, hayat standartlarını yükseltmeye yönelik uygulamalar ve alışkanlıklar, fosil yakıt tüketimi, nüfusun hızla artması durumları küresel ısınmayı olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca Hardy’e göre (2003: ix) toprakta yüksek miktarlarda karbonun depolanmasını sağlayan ormanların tahribatı, karbon dengesinde büyük kayıplara yol açmıştır. Sanayinin hızla gelişmesi ile birlikte artan fosil yakıt kullanımının önüne geçilmesi gerekmektedir.

Dunn ve Flavin’e göre (2007, s. 3-4), yeryüzünün ısınmasında en etkili olan sera gazları arasında olan ve fosil yakıtların yanması ile atmosfere karışan “karbondioksit” (CO<sub>2</sub>), insanlar tarafından gerçekleşen iklim değişikliğine örnek teşkil etmektedir. Özellikle küresel ısınmada karbondioksitin payının 2100 yılına kadar %50’lerden %75’e çıkması beklenmektedir. Tarımsal ve endüstriyel uygulamalar ile atmosfere karışan diğer önemli sera gazları arasında “metan”, “azot oksit”, “perflorokarbonlar”, “hidroflorokarbon”, “sülfür heksaflorid” bulunmaktadır. Sonuç olarak, 1750 yılından bu yana gerçekleştirilen insan faaliyetlerinin küresel ısınmaya yol açtığı gerçeği kabul edilmektedir.

Yanardağ patlamalarındaki periyodik sıklık neticesinde patlamayla birlikte ortaya çıkan tozlar, güneş ışınlarının atmosfere geçişini engelleyen bir tabaka meydana getirmekte ve sıcaklık düşmektedir.

1991’de Filipinler’de gerçekleşen Pinatuba Yanardağı’nın patlaması ile dünyanın sıcaklığı yaklaşık olarak 1°C civarında düşmüştür. Yine dünyanın ısınıpı etkileyenler arasında güneş lekeleri de bulunmaktadır. Dünyanın ekseninde yaşanan doğal kaymalar ve sapmalar çeşitli araştırmalar ile ortaya konmuşsa da bazı bilim insanları kıta kaymalarında yaşanan okyanus akıntılarının ve rüzgarların yön değiştirmesini iklim değişikliğinin nedenleri içerisinde değerlendirmektedir (Aksay vd., 2005, s. 30).

Bugün bilim insanları iklim değişikliğinin bir ‘gerçek’ olduğunu ve bu değişikliğin hızlı bir şekilde hayatın her alanını etkilediğine dair ortak bir fikir birliğine varmış durumdadır. Dolayısıyla artık iklim değişikliğinin her boyutu konuşulmaktadır. Bu boyutlardan bir tanesi de “ekonomi”dir. Öyle ki yenilikçi politikalar ve emisyonları azaltma maliyetlerinin düşürülebileceği tartışmaları gerçekleşmektedir. Artık rüzgâr ve güneş enerjisi, yakıt hücreleri ve diğer pek çok alternatif enerji teknolojisi tanıtılmakta, bu alanlara büyük yatırımlar yapılmaktadır (Dunn ve Flavin, 2007, s. 1-2).

Aşırı ve bilinçsiz fosil yakıt kullanımından vazgeçilerek sınırlandırma getirmek, nüfus artışını kabul edilebilir sınırlar içinde tutmak, enerji ihtiyacını fosil yakıtlar dışında karşılama yönünde çabalarda bulunmak (güneş enerjisinden değişik enerjiler elde etmek), rüzgâr, deniz akıntısı, deniz dalgası, jeotermal ve akarsulardan daha çok faydalanarak temiz enerji sağlamak küresel ısınmaya karşı atılacak adımlar olabilir. Bu bağlamda tüm dünyanın kolektif iş birliği ile küresel ısınmayı karşısına alması gerekmektedir (Akın, 2006, s. 41).

### **3.2. İklim Değişikliği Sürecinde Küresel Isınma**

Küresel ısınma ile gelen doğal felaketler, insan hayatı gibi doğal hayatı da olumsuz yönde etkilemektedir. Etkiler öylesine ciddidir ki, ortalama 35 yıl sonra hızla yaşanan iklim değişikliği sonucunda, yaşamın sürdürülebilirliğinin tehlike altında kalacağı söylenmektedir (Akın, 2006). Atmosferde belirli bir miktarda bulunan birtakım gazlar (*su buharı, CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O ve O<sub>3</sub>*) Güneş’ten gelen dalgalara karşı geçirgenlik gösterirken, *geri yansıyan ısıyıma karşı* oldukça *az geçirgen* olabilmektedir. Dolayısıyla atmosferdeki geçirgenlikte dengenin olmaması, gazların dünyayı daha çok ısıtmasına neden olmaktadır. Bu doğal etkileşim ise “Sera Etkisi” olarak adlandırılmaktadır. Bu noktada atmosferin dengesine yapılan müdahale ise “Kuvvetlenmiş Sera Etkisi” olarak adlandırılmaktadır. Bu etki neticesinde gezegen üzerinde yaşanan sıcaklık artışı, “Küresel Isınma” şeklinde isimlendirilmektedir. Küresel ısınmanın büyüklüğü ve artışındaki değişim ise her sera gazının birikiminde, atmosferde kalma süresine bağlı olarak değişmektedir (REC-Türkiye, 2015). Bir başka deyişle sera gazlarının fazla olması dünyayı sıcak hale getirirken, bu gazların azlığı dünyanın buzlarla kaplı bir yer olmasına sebep olacaktır. Doğru miktarda sera gazı içerideki havayı ısıtırken, dünyayı yaşanılabilir kılmaktadır (İklimBu, t.y.).

Küresel ısınmada etkili olan sera gazlarında en dikkat çekici olanı CO<sub>2</sub> olarak bilinmektedir. Aynı zamanda sera etkisinin oluşumu %50-60 oranında CO<sub>2</sub> gazından kaynaklanmaktadır ve normal şartlarda atmosferde 0/00,03 oranında bulunması gerekmektedir. Ancak son yıllarda bu oran hızla

artmaktadır. 2005’li yıllarda ise bu atmosferdeki CO<sub>2</sub> oranı yaklaşık 350 ppm’dir. Bu durum Sanayi Devri öncesinin 1,5 katından fazlasına denk gelmektedir. Elbette CO<sub>2</sub>’nin ivedi bir şekilde artması, ormansızlaşma ve fosil yakıtların kullanımı gibi eylemlerin sonucudur (Aksay vd., 2005, s. 32-33).

*Metan gazı* da bu noktada önemlidir. Atmosferdeki metan gazı oranı yıllarca değişmemiştir, ancak *birkaç yüzyıl* içerisinde aniden *iki katına* çıkmış, 1950’den bu yana her yıl %1 oranında artan metan gazı, son yapılan ölçümlerde 1,7 ppm seviyelerine ulaşmıştır. Söz konusu artış CO<sub>2</sub> ile kıyaslandığında az gibi görünse de *CO<sub>2</sub>’den 21 kat daha kalıcıdır*. Metan gazı *en az CO<sub>2</sub> kadar* dünyayı derinden etkileyen önemli bir gazdır. Metan gazı ülkelerde çöplüklerin büyük oranda metan gazı salgılamasından, bu gazın kontrol altında tutulmamasından kaynaklanmaktadır. Özellikle eski çöplüklerde metan gazının sebebiyet verdiği sıkışmaların yaşanarak, patlamalara neden olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla atmosfere salınan metan oranı her geçen gün artmaktadır (İklimBu, t.y.).

Tehlikeli olan gazlardan birisi olan *Azot* ise oksit fosil yakıtların yanmasıyla, endüstriyel ve tarımsal atıklar ile ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda günlük hayatta karşılaştığımız arabaların egzozundan çıkan bu gaz, çevrenin kirlenmesinde önemli bir yere sahiptir (İklimBu, t.y.).

*Kloroflorokarbonlar (CFC)* de genellikle buzdolaplarında, plastik üretiminde özellikle spreylerde yaygın olarak kullanılmaktadır ve Atmosferin sera etkisine yaklaşık olarak %10-25 oranında etkisi bulunmaktadır. Ayrıca CFC’lerin atmosferde kalış süreleri de uzundur. Birçok ülke tarafından üretimlerde kullanılmasında azaltıma gidilmeye karar verilse de başarılı olduğu söylenememektedir (Aksay vd., 2005: s.34).

Dünyada nüfusun aşırı derecede artması, kentleşme ile birlikte gelişen yoğun göçler, petrol, doğalgaz, kömür gibi fosil yakıtlarının kullanımında artış, zararlı gazlar ve parçacıkların atmosfere salınması küresel ısınmaya insan katkısı örnekleridir. İnsanların küresel ısınmaya neden olan faaliyetlerinin oranları endüstrileşmede %24, enerji kullanımında %49, ormansızlaşmada %14 ve tarımda %13’tür (Özmen, 2009, s. 43).

Küresel ısınmanın ve iklim değişikliğinin doğuracağı sonuçlardan bir tanesi de “kuraklık”tır. Kuraklık gerek Türkiye gerek tüm dünya için tehlike arz etmektedir. Yeterli yağışı alamayan tarımsal arazilerde yaşanacak verimsizlik, dikkat çekici sonuçlar arasındadır. Kurnaz’a göre (2014, s. 5) Türkiye’nin ikliminde yaşanan değişim nedeniyle Akdeniz havzası her geçen gün daha da kuraklaşmaya müsait hale gelmektedir. Dolayısıyla iklim değişikliği nedeniyle her geçen gün sıcaklıkların artması beklenmektedir. IPCC RCP 8.5 senaryosuna göre özellikle 1970-2000 yıllara kıyasla 2020-2050 yıllarında sıcaklıkların 2°C’yi bulması beklenmektedir.

Küresel ısınmanın sorumluları, nedenleri konusunda bir uzlaşma söz konusu değildir ve fikir ayrılıkları mevcuttur. Bu konudaki farklı görüşler Özel ve Kılıç (2006, s. 143) tarafından şu şekilde özetlemiştir:

- Dünyanın ısınmasından, insan faaliyetleri sorumlu tutulmaktadır. Isınmanın durdurulabilmesi için gerekli önlemlerin alınması şarttır.
- Küresel ısınmanın varlığı aşikârdır, ancak bunun sorumlusu insan değildir; doğanın döngüsel olarak ortaya çıkarması ile oluşmuştur.
- Küresel ısınmanın tam tersine “küresel bir soğuma” söz konusudur ve insanlığı buzul çağı beklemektedir.
- Isınmanın küresel çapta olup olmadığına dair yeterli veri bulunmamaktadır.
- Küresel ısınma vardır ve bu durum olumlu birtakım şeyleri de beraberinde getirecektir. Özellikle iklimin elverişli olmadığı yerlerde istenilen bitkilerin yetiştirilebileceği gibi tarımsal verimin artacağına inanılmaktadır.

Bu değişimlere karşı alınması gereken önlemler çalışmalar ile ortaya konmaktadır. Houghton’a (2005) göre geleceğe meydan okumada ancak bilim ve teknolojinin, doğa bilimlerinin katkıları gerekmektedir. Bu anlamda hem akademik hem de endüstriyel teknolojinin çözümlere katkısı elbette önemlidir. Özellikle uyum ve azaltma modellerinde sosyal ve ekonomi biliminin birleşmesi gerekmektedir. Bu konuda gerekli hükümet politikalarının yanında, hızla endüstrileşen Hindistan ve Çin gibi ülkeler planlamalarını çok iyi yapmalıdır ve en önemlisi birleştirici ve bütünsel bir yaklaşıma ihtiyaç vardır.

### **3.3. İklim Değişikliğine Yönelik Düzenlemeler**

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı’nın internet sitesinde, iklim değişikliği ile mücadele kapsamında gerçekleştirilen uygulamalar arasında ozon tabakasında yaşanan incelmelerin kaynaklarının araştırılması ve bu maddelerin azaltılmasına yönelik sözleşmeler bulunmaktadır. 1985’te “Ozon Tabakasının Korunmasına Dair Viyana Sözleşmesi” kabul edilerek, hemen ardından ozon tabakasına ciddi zararları olan maddelerin üretimi ile kullanımı kontrol altına alınmak istenmiştir. Bu doğrultuda 1987 yılında “Ozon Tabakasını İncelten Maddelere Dair Montreal Protokolü” kabul edilmiştir. Montreal Protokolüne, 196 ülke taraftır ve BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi’nin (BMİDÇS) hazırlanmasında esaslı adım niteliğindedir (Meteoroloji Genel Müdürlüğü, t.y).

Uluslararası Birinci Dünya İklim Konferansı 1979 tarihinde Dünya Meteoroloji Teşkilatı (WMO) tarafından Cenevre’de toplanmıştır. Toplantı bilimsel bir nitelikte gerçekleşirken, toplantının kapsamı iklim konularının tanımlanması ve iklim değişikliği üzerinedir. Toplantıda söz konusu konuları araştırmak için 4 çalışma grubu oluşturulmuş, diğer yandan Dünya İklim Programı ve Dünya İklim Araştırma Programları kurulmuştur. Bu kuruluşlar IPCC’nin temellerini oluşturmuştur (MGM, 2015: 118). Ardından 1985 ile 1988 yılları arasında toplantılar düzenlenmiştir. Bu toplantılar neticesinde iklim değişikliği konusunda ilk kez siyasal yaptırımlar üzerinde durulmuştur (Türkeş, 2001, s. 1).

Türkiye'nin de içinde yer aldığı 137 ülkece onaylanan (Türkeş, 2001: 2), 1990'da Cenevre'de gerçekleştirilen "İkinci Dünya İklim Konferansı" ise daha politik bir havada gerçekleşmiştir. Gerçekleşen konferansta, iklim değişikliği sözleşmesi için önemli adımlar atılmıştır. Konferansta bilim insanları ve uzmanlar iklim değişikliğinin yarattığı risklerden bahsetmişler ve durumun ciddiyetinden söz etmişlerdir. Konferans, BMİDÇS'nin zeminini hazırlarken, aynı zamanda Küresel İklim Gözlem Sistemi (GCOS) kurulmuştur (MGM, 2015, s. 118).

"IPCC" ise 1988 tarihinde "Dünya Meteoroloji Örgütü" ve "Birleşmiş Milletler Çevre Programı"na (UNEP) kurulmuş; zaman içerisinde kendisini şeffaf, güvenilir şekilde geliştirmiştir (Agrawala, 1998, s. 622). IPCC kurulduğundan bu yana iklim değişikliği konusunda en önemli bilgi kaynağı olarak görülmektedir (Dunn ve Flavin, 2007, s. 3).

İklim değişikliği konusunda belirleyici olan insan faktörüne dair verilerin artması ve bu konunun kesinleşmesi ile yeni adımlar atılmıştır. Kolektif iş birlikleri uluslararası üç anlaşma etrafında şekillenmiştir. Bunlardan ilki temel amaçları, kuralları ve ilkeleri belirleyen BMİDÇS'dir. İklim değişikliğine karşı küresel bir tepkinin temeli olarak, 1992 Haziran'ında Rio'da gerçekleştirilen "Yerküre Zirvesi"nde (UNCED) "Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi" (BMİDÇS) imzaya açılmış; sözleşme Mart 1994'te yürürlüğe girerken, Türkiye de 4 Mayıs 2004 tarihinde sözleşmeye 188. ülke olarak taraf olmuştur (Özel ve Kılıç, 2006, s. 149-150). BMİDÇS iklim değişikliğine neden olan sera gazlarının belirli alanlarda kullanımını ve buna karşı çözümlerinin geliştirilmeye yönelik adından söz ettiren uluslararası bir anlaşmadır (REC-Türkiye, 2016). Sözleşme doğrultusunda ülkeler "gelişmiş" ve "gelişmekte olan ülkeler" *Ek-I* ve *EK-II* olarak yükümlendirilmişlerdir. *EK-I* dâhilinde OECD'ye taraf olan sanayileşmiş ülkeler, Baltık Devletleri, Rusya Federasyonu ve Avrupa'daki bazı devletler ile *ekonomileri geçiş sürecindeki* ülkelerdir. Sayılan ülkelerin en önemli yükümlülükleri *sera gazı salım düzeylerini 1990'daki düzeye indirmeleridir*. *Ek-II* içerisinde yer alan *gelişmiş ülkeler*, *Ek-I* de yer alan *gelişmekte olan ülkelerin* sorumluluklarına ek olarak yükümlü oldukları maddeleri gerçekleştirebilmeleri adına maddi ve teknolojik destek sağlamalıdır (UNFCCC, 2003). Sözleşme yürürlüğe girdiğinde Türkiye iki ek içerisinde de bulunmasına karşın, 2001 yılında gerçekleşen "7. Taraflar Konferansı"nda alınan kararla birlikte *EK-II* listesinden çıkmıştır. Ancak *EK-I* listesinde kalmaya devam etmiştir. İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, iklim üzerinden yaratılan insan kaynaklı sera gaz artımını belirli bir düzeyde tutmayı hedeflenmektedir. Ayrıca sözleşme 194 ülkenin katılımı ile evrensel bir boyuta ulaşmış durumdadır (Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, t.y.). Türkiye sözleşmeyi onaylamasından bu yana iklim değişikliği ile ilgili gelişmeleri *sera gazı envanteri ulusal bildirim* ve *iki yıllık raporlar* şeklinde düzenli ve detaylı şekilde BM'ye sunmaktadır (Greenpeace, 2021).

*BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi* bağlamında taraf ülkeler düzenli olarak her yıl COP (Conference of Parties/Taraflar Konferansı) toplantılarını gerçekleştirerek bir araya gelmektedir (Yıldırım, 2020, s. 52-53). Bu toplantılardan birisi *Japonya*'nın *Kyoto* kentinde 1997 yılında "3. Taraflar

Konferansı” olarak gerçekleşmiştir. Toplantıda (COP3) İkinci uluslararası anlaşma *Kyoto Protokolü* imzaya açılmıştır ve 2005 yılında yürürlüğe girerek BMİDÇS’ne taraf ülkelerin 192’si tarafından onaylanmıştır. Türkiye ise bu Protokole 2009’da taraf olmuştur. Ancak Türkiye, protokol onaylandığı esnada, sözleşmeye taraf olmadığı için sera gazının azaltımına yönelik yükümlülükleri üstlenmemiştir (UNFCCC, 2003). Belirlenen azalım hedeflerine ulaşmak için değişen piyasa ekonomisine göre esneklik gösterebilmesi, protokolü diğer sözleşmelerden farklı kılan bir özellik olarak gösterilmektedir (Çevre ve İklim Derneği [REC]-Türkiye, 2016).

Üçüncü anlaşma olan *Paris Anlaşması*, iç politikanın içeriğini hükümetlere bırakan, ancak eylemleri gerçekleştirmede, uygulamada ve düzenli olarak güçlendirmede uluslararası yasal hükümlülükleri bulunan bir anlaşmadır. Aynı zamanda taban tabana zıt ülkeleri ortak bir paydada buluşturan anlaşma, tarihin en önemli uzlaşması olarak kayıtlara geçmektedir (Dimitrov, 2016, s. 2).

Paris Anlaşması 30 Kasım-12 Aralık 2015 tarihinde Paris’te gerçekleşen “BM İklim Değişimi Konferansı”nda ortaya konmuştur. Paris Anlaşması’na atfedilen önemin nedeni, *küresel ısınmanın 2°C’nin altında tutulması için gereken tedbirlerin alınması* noktasından fikir birliğinin oluşmasıdır. Alınması gereken en önemli tedbirlerin başında ise sera gazı emisyonlarının azaltılması gelmektedir. Ancak bu konuda da tartışmalar devam etmektedir. Hükümetlerin önlemleri nasıl bir politika doğrultusunda gerçekleştireceği merak konusudur (Yıldırım, 2020, s. 52-53). 2020 sonrası iklim rejiminde ana hatları oluşturan ülkelerin, acilen sera gazı salınımlarını sınırlamaları noktasında Paris Antlaşması’na uymaları önemlidir (Şahin, 2020, s. 1014).

Paris Anlaşması, Kyoto Protokolü’nde yer alan ayrıntıların birçoğunu barındırmasına rağmen, protokolden büyük ölçüde ayrılmaktadır. Paris Anlaşması içerisinde eşitlik ilkesini barındırırken, Kyoto Protokolü’nde *yalnızca gelişmiş ülkeleri kapsayacak şekilde emisyon azaltım ve sınırlandırma yükümlülükleri* bulunmaktadır. Bu nedenle protokolden yer alan yükümlülükler, *gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında bir ayırım yapmaktadır* (Mazlum, 2019).

Paris Anlaşması’nın genel amacı, sözleşme ilkelerini esas alarak sözleşmenin uygulanmasını güçlendirmektir. Ancak bunu gerçekleştirirken “eşitlik ilkesi” ile “ulusal koşullar ışığında” nitelemesi anlaşmaya eklenmiştir ve iklim değişikliği ile mücadeleye katılan ülkelerin sayısındaki artışı sağlayabilmek ve katı bağlayıcı kuralları yerine iş birliğinin ön plana çıktığı esnek düzenlemeler tercih edilmiştir. Bu seçim ise onun “evrensel anlaşma” olarak tanımlanmasının altını çizmektedir. Paris Anlaşması’nın önemli bir diğer özelliği ise iklim değişikliği bağlamında “iklim adaleti” kavramının önemine yaptığı vurgudur. Anlaşmada *iklim adaletine* yer verilerek, “uluslararası bağlayıcı ilk hukuk belgesi” olması sağlanmıştır (Mazlum, 2019).

2021 yılında İskoçya’nın Glasgow kentinde 26. BM İklim Değişikliği Konferansı (COP26) gerçekleşmiştir. Aralarında Türkiye’nin de olduğu 120’den fazla ülke, iklim değişikliğine karşı alınacak bir dizi önlemleri (sürdürülebilirlik ve ormansızlaşmayı durdurmak) içeren Paris Anlaşması’nı

imzalamıştır. Konferansta 2021-2025 yılları arasında sürdürülebilir yaşam ve ormanların korunmasına yönelik 12 milyar dolar destek sağlanacağı duyurulmuştur.

Ayrıca Orkunoglu Şahin ve Çiftçi'ye (2021) göre AB ülkelerinde uygulanan karbon vergisi oranları, iklim değişikliğinin kontrol altında tutulması açısından önemlidir. Ancak karbon vergisi henüz Türkiye'de uygulanmamaktadır. Sera gazının salınımına karşı alınabilecek önlemlerden birisi olan karbon vergisi, Türkiye'de gerçekleştirilmesi gereken uygulamalar arasındadır.



#### 4. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE AKTİVİZM

Bir eylemlilik olarak “Aktivizm” belli bir grubun çıkarları çerçevesinde, aslında ilgili grubun taleplerinden ziyade kamusal farkındalık ve bilinç yaratmak adına bir çabayı niteler. Aktivizm sosyal sorun ve meseleleri gündemleştirdiği için toplumsal bir eylemdir ve daha ötede hedefine kanun koyucu ve yürütücüler üzerinde baskı oluşturmayı koyan aktivizm, bu yolla arzu edilen değişime ulaşmayı amaçlar (Narmanlıoğlu, 2016). Sosyal hareketlerin gücüne vurgu yapan Assadourian (2010, s. 289), hareketlerin köleliği yasaklamaktan, kadınların oy haklarını güvence altına almalarına kadar uzanan geniş bir yapıları olduğunu söyler. Öyle ki bu hareketler, toplumsal gidişatın yönünü dramatik bir şekilde dönüştürmüşlerdir. Önümüzdeki yıllarda sürdürülebilir toplumların oluşturulmasında ve bu toplumların uygulamalarında, sosyal hareketlerin gücünden faydalanmak gerekecektir.

Çoban’a (2009, s. 10) göre mevcut toplumsal yapı karşısındaki gayretleri, toplumsal geleceği daha iyi inşa etmek adına olan toplumsal hareketler, ütopyacıdır da çünkü çoksesliliği ve renkliliği onun ütopyacı yapısına işaret eder. Ancak burada ütopyanın toplumsal mücadele için kreatif ve bireyi özgür kılan bir altyapı niteliğinde olduğunu eklemek gerekmektedir. Kolektif olan ve bir bilince seslenen toplumsal hareketlerde sosyal yarar vardır. Bu nedenle aktivizm, toplumsal hareketler çerçevesinde ele alınır. Toplumsal hareket içerisindeki kimselerin bir araya gelmesinde medya büyük rol oynar. Medya toplumsal hareketlerin örgütlenme biçimi gibi dönüşümünde de rol sahibidir. Günümüzde yeni medya ortamları kendine özgü yapısı çerçevesinde toplumsal hareketleri değiştirmekte, dönüştürmektedir. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya uygulamaları ile birlikte web sayfaları, bloglar, fotoğraf ve video paylaşım siteleri gibi birçok alan bugünün popüler yeni medya ortamlarındandır (Akgün Yüksekli, 2017). Burada yeni medyanın hızlı, eşzamanlı ve kitlelere ulaşan yapısı önemlidir (Yedekci, 2017) ve gelişen bilgi teknolojileri toplumsal hareketlerin yapısını değiştirmiş; bir örgütlenme biçimi olarak aktivizm sanal, çevrimiçi mecralarda da gerçekleşerek “Dijital Aktivizm”in önü açılmıştır (Yılmaz vd., 2015). Böylelikle bir sorun ile karşı karşıya kalındığında bireyler, yeni iletişim teknolojilerini ve sosyal ağları kullanarak zamana ve mekâna bağlı kalmaksızın seslerini duyurabilmeye, aslında aktivist pratiklerde bulunabilmeye başlamıştır (Çaycı ve Karagülle, 2014, s. 6375). Bu noktada şunu da söylemek gerekiyor ki, yeni medyanın toplumsal hareketlerin protesto ve eylemlerinde kullanılmaya başlaması, toplumsal hareketlerin isteklerinin ve aslında geçmişinin uzun tarihi göz önüne alındığında oldukça yenidir. Dijital, yeni bir pratik olarak oluşan dijital aktivizmin ‘kreatif’, ‘ironik’ ve ‘şenlikli’ eylem biçimlerini ortaya çıkaracağı da düşünülmektedir (Akgün Yüksekli, 2017).

Dijital aktivizm hem donanım hem de yazılım olmak üzere belirli alt yapılara vurgu yaparken, “Siber Aktivizm” internet dolayımı aktivizmi ifade etmekte; bir diğer kullanım türü olan “e-aktivizm”, elektronik cihazlara göndermede bulunmaktadır. “Bilgi Aktivizmi” ise bilgi ve iletişim teknolojisinin kullanımına atıfta bulunmaktadır (Joyce, 2010, s. viii).

Farkındalık ve bilinç yaratmayı hedefleyen aktivizm, yeni toplumsal hareketlerin içerisinde değerlendirilir. Geçmişe bakıldığında toplumsal hareketler miting, protesto yürüyüşü, açlık grevi, oturma eylemi gibi şekillerde ortaya çıksa da günümüzde medya ile gelişen “dijital aktivizm” kavramı ile beraber toplumsal hareketlerin seyri de oldukça değişmiştir. Artık yeni medya (Twitter, Facebook, Instagram, bloglar, video paylaşım siteleri vb.) aracılığı ile zamana ve mekâna bağlı kalınsız, hızlı şekilde örgütlenebilen gruplar, çeşitli imza kampanyaları ile sesini duyurmaya çalışanlar (örneğin *change.org*), Twitter’da #hashtag adı verilen konu başlıklarının açılması ile bazı durumların/konuların düzeltilmesini, gündem haline gelmesini hedefleyen gruplar vardır (Yılmaz vd., 2015).

Bugün dünya “dijital bir devrimin” ortasındadır ve sosyal medya “sosyal aktivizmi” tekrar oluşturmuştur. Son on yılda bireyler, yaşadıkları toplumsal ve siyasi değişim sürecinde sayısallaşan teknolojinin, bilgisayarların, cep telefonlarının ve diğer ağ tabanlı cihazların genişleyen kullanım alanının farkına varmaya başlamıştır (Sivitanides ve Shah, 2011). Yeni teknolojiler; internet, cep telefonları, tabletler sivil toplumu ve demokrasiyi güçlendirme kapasitesine sahiptir. Sivil katılım ve aktivizm, bir yandan batı medeniyetinde demokrasiyi pekiştirmek amacıyla örgütsel bağlantılarını ve ağ oluşturma becerilerini maksimize eden sanal topluluklara uyum sağlamıştır; öte yandan otokratik sistemlerde geçiş süreçlerini teşvik etmek söz konusudur. Bu nedenle dijital, ulus ötesi aktivizmin en yenilikçi etkilerinden biri doğrudan küresel demokrasinin canlandırılması olmuştur. Kuşkusuz, yeni teknolojilerin etkileşimli kapasiteleri, dijital vatandaşların dünya çapında karşılıklı ilgi konularını tartıştığı bir tür ‘sanal agora’ ya da ‘dijital kamusal alan’ yaratarak vatandaşların katılımını ve müzakerelerini geliştirmiştir (Díaz Romero, 2013; Yegen, 2013). Yeni medyanın iklim aktivizmine aracı rolü de bu çalışmada ele alındığı üzere oldukça önemlidir.

ABD’de iklim değişikliği konusunda etki yaratmak ve farkındalık oluşturmak için bazı etkinlikler yapılmaktadır. Örneğin Minnesota Bilim Müzesi’nin iklim değişikliği sergisi, konuya yönelik ilgili artırmada etkili ve önemli (Roser-Renouf vd., 2014). Bununla birlikte ABD’de yeşil ürünlerin tüketimi hızla artmaktadır. Bu tüketim, iklimi etkileyen kurumsal uygulamalarda karşımıza çıkmaktadır. Küresel ısınma inancı ve tüketici aktivizm inancının yeşil satın alma pratiğine yansımaya odaklanan bir çalışma önemli sonuçlara ulaşmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, küresel ısınma konusunda endişe yaratan ve tüketici eyleminin gücü ile ilgili inançları artıran iletişimin, yeşil tüketimi teşvik edebileceğini göstermektedir (Roser-Renouf vd., 2014). İsveç’te 2019 yılında sosyal değişimi desteklemek için önemli görülen konuları gündeme getirmede faaliyet yürüten kurumlar üzerine yürütülen bir çalışma bulunmaktadır. Çalışma, iklim aktivizmini farklı bir biçimde ele alarak, stratejik bir mesele olan “Kurumsal Aktivizm” üzerinedir. Bu bağlamda çalışma, şirketlerin döngüsel ve sürdürülebilir moda anlayışına yönelik gerçekleştirdikleri organizasyonları ele almıştır ve iklim aktivizmi üzerine yapılan kurumsal faaliyetleri incelemiştir (Corvellec, 2019).

Kırsal kesimde yer alan okullarda çevrecilik faaliyetlerini hayata geçirmeye çalışan aktivistler de bulunmaktadır. Avustralya’da yapılan bir araştırmaya göre (Whitehouse, 2001) okul müdürlerinin

destekleri dâhilinde Tara ve Anne (15 yaşında iki lise öğrencisi) okullarında bir çevre hareketi başlatmış, okullarında atık yönetimini gerçekleştirmeyi ve müfredatta bu konunun merkeze taşınmasını başarmışlardır. İncelenen bu çevreci pratikler göstermiştir ki, gençlerle çalışma yenilikçi ve büyük farklar yaratabilmektedir.

Rupić (2020) tarafından yürütülen bir araştırma da bugünlerde sıkça tartışılan “sürdürülebilir kalkınma”, “çevresel adalet”, “yeşil radikalizm” tartışmalarını kapsamaktadır. Çalışma, sosyal medya kullanımının ve dijital aktivizmin, toplumsal hareketlerin birleştirici etkisini, aynı zamanda bu dijital pratiklerin taban hareketine nasıl bir etki yarattığını ortaya koyan veriler sunmaktadır. Dijital iklim aktivizmi araştırmalarına güncel bir örnek de Avustralya’da gerçekleştirilen kömür madenciliği iklim eylemidir. Eylem, Twitter’da oluşturulan #StopAdani hashtag’i çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

#### 4.1. Dijital Aktivizm

Bazıları için “bulanık” bir terim olarak ifade edilen “Dijital Aktivizm”, bireylerin yeni medya internet teknolojilerini kullanarak duygu, düşünce ve tepkilerini ifade etmelerine olanak tanır. Toplumumuzda bir değişim talebi ile internet üzerinde organize olan ve tartışan bireyler, “Dijital Aktivist” şeklinde nitelenmektedir (Kaun ve Uldam, 2018; Yegen, 2015; Aksu, 2018, s. 144). Web 2.0 tabanlı sosyal medya, aktivist grupların var olabildiği önemli bir alan yaratmaktadır ve adeta bir “tık” ile toplumsal, kamusal gündeme ya da bir soruna dikkat çekilebilmektedir (Yeygel Çakır, 2017).

Dijital aktivizm, sosyal hareket katılımcıları ve sosyal hareket kuruluşları için yeni fırsatlar sunmaktadır. Özellikle 90’lı yılların başında küreselleşme süreçlerinin karşısında yer alan yeni toplumsal hareketler internet aracılığıyla kimlik temelli, çoğulcu, yatay iletişime önem veren, şiddeti dışlayan yeni eylem biçimliliklerini sergileyebilmesi noktasında önemlidir. Kökenleri eskiye dayanan *insan hakları, savaş karşıtlığı, LGBTİ, ekoloji, feminizm* gibi mücadeleler de internetle dijital dünyaya adım atarak, ana akım medyadan bağımsız bir temsil alanı bulmuştur (Şener ve Erdikmen, 2019).

Dijital aktivizm, sosyal hareket katılımcıları ve sosyal hareket kuruluşları için yeni fırsatlar sunmaktadır. Çok uzun zaman önce, sosyal hareketleri teşvik eden aktivizm ‘gösteri ve yürüyüşlere’, ‘kendini bir çite zincirlemeye’ ya da ‘bir hükümet temsilcisine yazı yazmaya’ odaklanırdı. Katılımcıları işe almak, organize etmek ve elde tutmak, hareketlerin başarılı olmasının ve bir etki yaratmasının genellikle yıllar sürmesini sağlayacak kadar zordu. Günümüzün dijital aktivizm dünyası, geleneksel aktivizme kıyasla geniş kapsamlı, etkili ve acildir, hızlıdır. Bu durum, gönüllülerin çevrimiçi topluluklara içerik kattığı dijital aktivizmi teşvik eden yeni ve katılımcı bir siber-fiziksel haber farkındalığı ekosistemine de işaret eder (George ve Leidner, 2019; Mahabir vd., 2018; Cammaerts, 2015).

Dijital aktivizm birtakım biçimlerde kendisini göstermektedir. *Smart Mobs* (akıllı kalabalık/akıllı çeteler, belirli bir amaç için toplanırlar), *Flash Mobs* (internet üzerinden örgütlenen bireyler kısa zamanda kentsel hayatın bir yerinde toplanır) bu türlerdendir (Kırık ve Özcan, 2014: 67).

Bununla birlikte bireylerin oturdukları yerden, miskince aktivist pratiklere dijital katılmalarını ifade eden *slaktivizm* ve “temel iddiası demokratikleşme ve şeffaflık adına gerçekleri dijital imkânlarla ortaya çıkarmak” olan *hacktivizm* de önemli dijital aktivizm türleridir (Yegen, 2015; Yegen, 2014; Narmanlıoğlu, 2016; Turhan, 2017, s. 41). Günümüzde dijital aktivizmin yükselişe geçtiği ve sosyal medya platformlarının aktivizm için birçok fayda sağladığı söylenebilir. Araştırmacılar, dijital aktivizm noktasında düşük maliyetlerin katılımı arttırdığını ve konvansiyonel kolektif eylem teorilerine meydan okuduğunu, ancak dijital uçurum göz önüne alındığında, farklı sosyal sınıflardan gelen sosyal hareket örgütleri arasında maliyet değişimi hakkında çok az şey bilindiğini öne sürmektedir (Melki, 2014; Schradie, 2018).

COVID-19 Pandemisinin neredeyse tüm dünyada yoğun olduğu 2020 yılında ABD’de İklim Grevi Organizasyon Koalisyonu üç günlük “Dünya Günü (Earth Day)” adlı dijital etkinliğe ev sahipliği yapmıştır. Aslında Dünya Günü yeni olmamakla birlikte dijital grevin amacı, pandemi nedeniyle yüz yüze aktivizmin çok tehlikeli görülmesi ve hareketin ivmesini devam edebilmesini sağlamaktır. Etkinliğin bir parçası olarak aktivistler, sanal protestolar, *tweet* fırtınaları, belirli şirketleri hedef alan hashtag’ler ve işaretlerle öz çekimler yayınlanmıştır (Fisher ve Nasrin, 2021).

Türkiye’de son yıllarda kadın hareketleri ve feminist hareketler, dijital aktivizm bağlamında sıklıkla çalışılan önemli konular arasındadır. Dijital aktivizm ile birbirinden haberdar olamayan kadınlar, ülke sınırlarını aşarak ortak bir paydada buluşmaktadır. Bu buluşma sayesinde, pek çok kadın yaşadıkları şiddete karşı seslerini duyurabilmiştir. Bu yolla yeni denilebilecek tarzda bir ‘kız kardeşlik’ olgusu ve kadın dayanışması yaratılmaktadır. Kadınların seslerini duyurma çabaları, Twitter gibi sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmalarına sebep olurken, bu konuda dikkat çekici örneklerden birisi ‘Havle’dir. İlk Müslüman feminist kadın derneği olan *Havle*, İslami feminizme göre kadına yönelik bakışın ve ataerkil söylemlerin İslam’dan kaynaklanmadığını, geleneksel tutumların ve toplumun bu noktada etkili olduğunu anlatmaya çalışmaktadır. *Havle*, kullanılan ataerkil söylemlerin Kur’an ve hadislerden ayrıştırılmasının gerekliliğini vurgular. Bu bağlamda *Havle Derneği* kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri, cinsiyet eşitsizliği, çocuk istismarı, aktivizm, kadın bedeni, feminizm gibi pek çok konuyu tartışmaktadır (Gedik, 2020; Özudoğru Erdoğan, 2021).

Dijital aktivizm olgusunun uygulanabilirliğini ekonomik, sosyal ve politik olmak üzere üç faktör belirlemektedir. Dijital aktivistlerin ekonomik gücü, dijital ürünleri satın alma yeteneklerini etkiler. Dolayısıyla belirli bir refah seviyesine ulaşmış ülkelerde alım gücü yüksek olacağından teknolojik aletlere daha kolay, düşük maliyetlerde ulaşmaları muhtemeldir. Teknolojik aletlere ulaşan bireyler de daha çok aktivist pratiklere katılma imkanına erişebilecektir. Yine toplumsal normlar da bireyin ait olduğu gruba göre farklılık gösterebilmektedir. Toplumun kendine has özellikleri, bireylerin teknolojiyi nasıl ve ne için kullanacağı konusunda belirleyici olabilmektedir. Bununla birlikte siyasi faktörler de aktivizmi etkilemektedir. *Demokratik* ve *yarı demokratik* toplumlarda *dijital aktivizmin* siyasi hatları

*hukuk düzenleme* açısından anlaşılabilirken, *baskıcı-otoriter hükümetlerde çevrimiçi aktivist pratikler* engellenebilmektedir (Joyce, 2010, s. 2-6).

#### 4.2. İklim Aktivizmi

İklim değişikliği ve iklim aktivizmi bağlamında dünyanın farklı bölgelerinde yapılan yerel veya ulusal ölçekte çalışmalar bulunmaktadır. Özellikle aktivist pratikler, yeni iletişim teknolojileri ile birlikte büyük bir artış göstermiştir. Yeni medyanın insanları buluşturan yapısı sayesinde dünyanın her yerine rahatlıkla ulaşmak mümkün hale gelmiştir. Dünyaya sesini duyuran ve farklı ülkelerde yaşayan akranlarına seslenenlerden biri olan genç iklim aktivisti Greta Thunberg son yıllarda adından söz ettirmektedir. BM İklim Zirvesinde yapmış olduğu konuşma ile “iklim aktivizmi”nin hem geleneksel hem de dijital medyada gündem haline gelmesini ve ses getirmesini sağlayan 16 yaşındaki İsveçli iklim aktivisti Thunberg, aynı zamanda *dünya çapında* 1,4 milyon öğrencinin katılım gösterdiği “İklim için Okul Grevi” *protestosunu* başlatmıştır. Thunberg, 2019 yılında BM İklim Zirvesi’nde yapacağı konuşmaya çevre dostu bir yolculuk gerçekleştirerek, İngiltere’den sıfır karbonlu yelkenliyle açılmış ve Atlantik Okyanusu’nu geçerek New York’a gelmiştir. Greta yaptığı konuşmada, iklim için acilen harekete geçilmesi gerekliliğinin altını çizmiştir. Fisher ve Nasrin’a (2020, s. 6) göre hükümetleri emisyon azaltımına yol açacak daha radikal iklim politikaları uygulamaya zorlamayı amaçlayan okul çağındaki çocuklar tarafından, okul grevleri iklim değişikliği üzerinde dolaylı bir etki yaratmayı amaçlayan popüler bir aktivizm örneğidir.

2018’in sonlarından bu yana, *Gelecek İçin Cumalar* (Fridays For Future- FFF) ve *Yokoluş İsyanı* (Extinction Rebellion-XR) başlıkları altındaki küresel seferberlik dalgası, küresel iklim politikalarına yeni bir enerji enjekte etti. Dünya üzerinde büyük ses getiren aktivist pratikler, özellikle iklim aktivizminin ‘yeni’ biçimleri olarak tasvir edilmiştir. Greta Thunberg’in başlarda tek başına hareket ederek 20 Ağustos 2018’de İsveç parlamentosu önünde protesto gösterileri yapmak için 9 Eylül’deki parlamento seçimlerine kadar okula gitmemesi ile 7 Eylül Cuma günü Thunberg tarafından #FridaysForFuture hashtag’inin oluşturulması çarpıcıdır. Öyle ki 15 Mart 2019’da FFF’nin ilk Küresel İklim Grevi, tahminen bir milyon protestocuyu harekete geçirmiştir. 20-27 Eylül 2019 tarihlerinde Küresel Gelecek Haftası olarak bilinen üçüncü küresel etkinliğin, tahmini altı milyon aktivisti harekete geçirdiği düşünülmektedir (Moor vd., 2021, s. 1-3).

Greta’nın konuşması ve çağrısının karşılık bulması ve medyada çokça haberleştirilmesi, aktivizmin yarattığı duygulara dikkat çekmektedir. Her ne kadar Greta’nın etkisi büyük olsa da iklim değişikliği ve iklim aktivizmine bağlı duygular üzerine yapılmış olan çalışmaların sayısının az olması da dikkat çekici bir veridir. Kleres ve Wettergren (2016) çalışmalarında, aktivizmin insanlarda yarattığı duygulara vurgu yapmaktadır ve alandaki boşluğu katkıları ile doldurmayı hedeflemektedir. Çalışmada, ‘korkunun felç edici potansiyeline’ karşı umudun aracılık ettiği, umudun ise eylemi harekete geçirdiği ve en önemlisi kolektif olan eylemin umut ürettiği, sonrasında ise korkuyu yönettiği ifade edilmektedir.

Özellikle 2019 yılında yaşanan küresel bir salgın neticesinde (COVID-19 Pandemisi) sağlık başta olmak üzere, tarımsal alanlarda gıda krizi ve artan işsizliğe bağlı ekonomik krizlerin yaşandığı görülmüştür. Yaşanan bu örnekten sonra, son zamanlarda iklim krizinin de aynı sorunlara yol açabileceği sıklıkla gündemde yerini almaktadır. Gerek sivil toplum gerek ise araştırmacılar ve kurumlar bu dönemde farklı etkinliklere imza atmaktadırlar.

Greta'nın yapmış olduğu Fridays For Future hareketine Türkiye'den ses veren iki kardeş Deniz (13) ve Doruk (16) Dolapçioğlu, birlikte iklim grevlerini gerçekleştirerek kişisel sosyal medya hesaplarında dikkat çektikleri “Yok Olmadan Harekete Geç” adlı adreslerinden çarpıcı paylaşımlarda bulunmaktalar. Yaşanılabilir bir gelecek için yenilenebilir kaynakların kullanımına geçilmesi gerektiğini savunan kardeşler, FFF Türkiye İklim Aktivistleri ile iletişimde kalarak sürekli olarak haberleştiklerini ve birbirlerinden ilham aldıklarını belirtmektedir. Genç aktivistler olarak dünyada son yıllarda çarpıcı hale gelen iklim krizi ve küresel ısınma konusundaki değişimlerden haberdar olmaya, farkındalık yaratabilmek adına çevre mücadelesine katkı sağlamayı amaçladıklarına dikkat çekmiştir.

1971 yılında Kuzey Kutbu Bölgesi'nde yer alan nükleer denemeleri durdurmayı hedefleyen bir grup insan tarafından maceralarının başladığını söyleyen *Greenpeace*, yaklaşık 50 yıldır gemileriyle okyanuslarda gezegeni korumak amacıyla faaliyet yürütmektedir. Greenpeace çevreyi korumak adına önemli mücadeleler vermektedir ve küresel çevre sorunlarını araştırmak, ortaya çıkarmak ve gerekli çözümleri sunmak üzere bağımsız kampanyalar yürüten bir organizasyonu nitelemektedir. Dolayısıyla Greenpeace dünya genelinde çevreyi baz alan faaliyetlerini yürüten, bu konuda raporlarını yayımlayan ve dünyanın çeşitli yerlerinden haberleri dergileri aracılığıyla insanlar ile buluşturan önemli bir yapıdır (Greenpeace, 2021).

Çeşitli ülkelerde iklim değişikliğinin önemini anlatan etkinlikler ve eylemler için harekete geçilmiş durumdadır. Türkiye'de iklim aktivizmi konusunda yürütülen çalışmalardan bir tanesi “Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, AB Bilgi Merkezleri ve Bilim Virüsü” ortaklığında gerçekleştirilen *Avrupa Birliği* tarafından finanse edilen “Geç Olmadan” projesidir. Geç olmadan projesi gençlere iklim değişikliği ve sürdürülebilir olmaya yönelik bilinç geliştirmeyi hedeflemektedir. Program, 19 şehirde yer alan toplam 1900 üniversiteliyi “AB-Türkiye İklim Elçisi” olma yolunda yetiştirmeyi hedefliyor.

AB İklim Diploması Haftası dolayısıyla Avrupa Birliği – Türkiye Gençlik İklim Forumu, gençler ile buluşarak iklim krizine karşı çözüm odaklı önerilerin tartışılacağı ve iklim ile ilgili birçok temada gerçekleşecek atölyeler düzenlenmiştir. Bu atölyelerden birisi de Mersin Üniversitesi ve Mersin Sanayi ve Ticaret Odası ev sahipliğinde 18-19 Kasım 2021 tarihinde gerçekleşmiştir. Forumda “iklim ve ekonomi”, “iklim ve felsefe”, “iklim ve habercilik”, “iklim ve sosyoloji” tarzı alanlarda atölyeler gerçekleştirilmiştir. İklim değişikliği ve su kaynaklarının temiz kalması hakkında ortaokul ve lise öğrencilerine yönelik Mersin, Muğla, İstanbul Belediyeleri tarafından resim yarışmaları da düzenlenmektedir.

Belediyelerin faaliyetleri içerisinde yer alan kent planlamaları emisyon azaltımında önemli rol oynamaktadır. Bu uygulamalardan birisi Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne aittir. Belediye, dünyanın çeşitli bölgelerinde uygulanan “park et – devam et” uygulamasını hayata geçirmek için çalışmalarına başladığını belirtmektedir. Kent dâhilinde emisyonları azaltmak ve trafik yoğunluğunu düzenlemek adına hayata geçirilmek istenen uygulama, özel araç sahiplerini toplu taşıma kullanımına teşvik etmeye yöneliktir. Burada, özel otomobil kullanıcılarının belirli bir noktaya kadar kendi araçları ile gelmeleri ve ardından düşük ücretler dâhilinde kent merkezlerine toplu taşıma sistemlerini kullanarak ulaşmaları esastır (Ankara Büyükşehir Belediyesi, 2021).

İklim değişikliğini araştırmak ve gerekli önemleri almak adına üniversiteler de dijital içeriklere başvurmaktadır. Boğaziçi Üniversitesi'ne bağlı “İklim Değişikliği ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (İklimBu)” bu amaca hizmet eden oluşumlardan bir tanesidir. “İklimBu” internet sitesinde “ekonomi”, “fizik ve çevre bilimleri”, “coğrafya”, “turizm” gibi çeşitli alanlardan araştırmacıların raporları, komşu bölgelerde ve Türkiye’de bu araştırmaların uygulanmasına yönelik çalışmaların anlatımı yer almaktadır.

*Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)*, Birleşmiş Milletler’in dünya çapında bir ağı oluşturmak adına kurduğu programı niteler. UNDP kendisini “*İnsanların daha iyi yaşamlar kurmalarına destek olmak için ülkelere bilgi, deneyim ve kaynak ulaştıran ve değişimi savunan bir kuruluş*” olarak tanımlamaktadır. UNDP yaklaşık 170 ülke ve bölgede çalışarak, yoksulluğun ortadan kaldırılmasına ve eşitsizliklerin azaltılmasına yardımcı olduğunu belirtmektedir. UNDP Türkiye’de iklim değişikliğine farkındalık yaratabilmek adına bu alanda uzman kişiler ile iklim krizi bağlamındaki sorunlarına ve çözümlerine ortak bir dil ve bütüncül anlayış geliştirebilmek adına “İklimce Sohbetler” düzenlemektedir. UNDP Türkiye İyi Niyet Elçisi Mert Fırat ve İklimdaşlar ile gerçekleştirilen İklimce Sohbetler “İklimce Sağlık”, “İklimce Teknoloji”, “İklimce Göç”, “İklimce Habercilik” olmak üzere dört farklı temada gerçekleşmiştir.

Kurum ve kuruluşların da iklim değişikliği konusundaki eğitimleri önemlidir. Avrupa Birliği tarafından mali destek sağlanan ve T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın gerçekleştirdiği (İklimiDUY) “İklim Değişikliğine Uyum Konusunda Kurumsal Kapasitenin Geliştirilmesi Eğitimi” iklim krizine karşı yürütülen projeler arasındadır. Projenin amacı, *İklim Değişikliği ve Hava Yönetimi Koordinasyon Kurulu*’na üye kuruluşların ‘iklim değişikliği’ hakkında bilgilendirilmesidir. 2 Ocak 2020 tarihinde başlayan ve 16 ay süre ile gerçekleşen projede *Hava Yönetimi Koordinasyon Kurulu*’na üye kuruluşların personelleri ile *belediye personellerine* ‘iklim değişikliğine uyum’ eğitimleri verilmiştir.

#### **4.3. Portallar, Sosyal Ağlar Çerçevesinde İklim Krizi**

Yerel çevre aktivizmi, genel çevre hareketinin ön plana çıkmasına ve akışına rağmen, dünya çapında esaslı bir durumdadır ve her yerde bulunur niteliktedir (Mihaylov ve Perkins, 2015). İklim aktivistleri bugün etkili, hızlı ve kitlesel olan sosyal medya ortamları üzerinden de örgütlenerek çeşitlik

faaliyetlerde bulunurken, sosyal ağlar üzerinde resmi hesapları aracılığı ile aktivizm çağrısı yapan birçok organizasyon da bulunmaktadır. “İklim bilimi, iklim politikaları ve iklim ekonomisi hakkında en güncel gelişmeleri paylaşan bir haber sitesi” olan *İklim Haber, Yeşil Gazete* ile amacı “örgütler arası dayanışmayı arttırarak birlikte ve daha güçlü şekilde, insan haklarına sahip çıkma temelinde doğanın da haklarına sahip çıkarak doğayı ve yaşamı savunma mücadelesi yürütmek” olan *Ekoloji Birliği* de Türkiye’de dikkat çeken ve çevrimiçi olarak etkin faaliyet gösteren organizasyonlardır. Bu organizasyonlar arasında *iklim.teyit.org*, dijital pratiklerin ve görsel unsurların kullanıldığı mini belgesellerle dikkat çekmektedir. Belgesellerde iklim değişikliğine dair bilimsel veriler, uzman görüşleri ve saha izlenimleri aktarılmaktadır.

Dijital aktivist pratikler arasında örnek gösterilebilecek bir oluşum da *Change.org* web sitesidir. Bu sitede insanlar değişmesini istedikleri konular hakkında, kampanyalar başlatabilmekte ve konu ile ilgili dijital imzalar toplayabilmektedir. *Change.org*’un iddiası ise ‘karar verici merciler ile kampanyaları başlatanların ve destekçilerin etkileşime geçmelerini’ sağlamaktadır. Söz konusu sitede, çözüme ulaşmış birden fazla kampanya mevcuttur. Pek çok konuda kampanyanın başlatılabildiği *Change.org* da iklim kampanyacılığı noktasında kayda değer önemde etkinliklere imza atmaktadır. Örneğin Türkiye’de 21 Mart 2021’de (saat 11:00 - 13:30) change.org koordinasyonunda gerçekleşen ve konuşmacı olarak Dr. Uygur Özsesmi, Yaz Güvendi ve Buket Atlı’nın katıldığı “İklim Kampanyacılığı Eğitimi”nde “*Change.org*’da neden kampanya açmalıyım?”, “*Kampanyam nasıl daha etkili olur?*” gibi sorulara yanıtlar aranmış; eğitimin diğer kısmında *Temiz Hava Hakkı Platformu* Koordinatörü ve kampanyacı Buket Atlı geçmiş kampanya deneyimlerini (2019 yılında başlatılan “Çevre Yatırımlarını Tamamlamayan Santrallerin Çalışmasına #izinvermeyin” kampanyası dâhil) aktarmıştır.

İklim eylemini gerçekleştirebilmek ve küresel ısınmayı 1,5 derecede tutmak amacıyla sosyal ağları ve görsel unsurların dikkat çekici bir şekilde kullanıldığı “*birbucukderece*” isimli internet sitesi de daha yaşanılabilir ve sürdürülebilir bir dünya için IPCC’nin araştırma raporlarını yayımlamaktadır. Bir iklimhaber.org projesi olan internet sitesi, Yeryüzü Derneği tarafından da desteklenmektedir.

Sürdürülebilir bir yaşam için tüm bireyleri bilgilendirmeyi hedefleyen *EKOIQ* dergisi MyClimate ile olan anlaşması dahilinde, *karbon salımlarını denkleştirerek*, Türkiye’de bir ilki gerçekleştirmiş ve *karbon nötr dergisi* olmayı başarmıştır. Dergi, “Birleşmiş Milletler’in medya iletişim merkezi SDG Media Compact’a Türkiye’den üye olan ilk yayın kuruluşu” olarak adından söz ettirmektedir. EKOIQ, Kasım 2013’ten itibaren karbon nötrlemeyi Climate Volunteers’la sürdürmekte olup, 2021 itibarıyla yayın hayatına çevrimiçi olarak devam etmektedir.

1993 yılında Turizm Bakanlığı’nın desteğiyle kurulan *Türkiye Çevre Eğitim Vakfı* (TÜRÇEV) da sürdürülebilir bir yaşam için eğitimin şart olması gerekliliğinden hareketle yola çıkmıştır ve uluslararası düzeyde *Mavi Bayrak, Eco-Okullar, Çevrenin Genç Sözcüleri, Okullarda Orman, Yeşil*

*Anahtar* gibi projeleri bulunmaktadır. İlk projesi olan 45 ülkede uygulanan Mavi Bayrak ödülleri plaj, marina ve yatlara verilen çevre ödülüdür.

#### 4.4. Geleneksel Medyada İklim Meselesi

Haber metinlerini oluşturan söylemler o ülkenin siyasi, ekonomik, kültürel ve toplumsal durumundan etkilenmektedir. Haber metninin kaynağı, *editöryal süreçler*, *gazetecinin olaylara bakış açısı*, ortaya konan söylem üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Bu doğrultuda çevre haberlerindeki söylemler de ülkedeki egemen ideolojinin ve haberi yazan gazetecinin değerleriyle birlikte kurgulanmaktadır. Çevre haberlerindeki söylemlerin yaşanan olayın nedenini eleştirel bir bakış açısıyla araştırmaktan ziyade, olayın sunumuna odaklanması dikkat çekicidir. Medyada yer alan çevre haberleri üçüncü sayfa, spor veya magazin haberleri gibi alanlardan geri planda kalmaktadır (Basmacı, 2021). Özellikle bu çalışmanın da konusu olan iklim haberleri, Şahin ve Üzelgün'e (2016) göre medyada 'çevre haberlerinin alt başlığı' olarak görülmektedir. Gündemin yoğunluğu nedeniyle ilgili haberlerin okurun dikkatini çekmediği, reyting getirmediği görüşü yaygındır.

Çevre haberciliğinin ve iklim temasının merkez basında yer alma sıklığının oldukça düşük olduğu gözlenmektedir ve bu haberlerin gazetelerde yer alsalar dâhi, magazinleştirilerek bilimsel verilerin ışığında verilmediği, uzman görüşü eksikliği bulundurduğu öne sürülmektedir. Özellikle iklim haberleri dış haber servislerinden alınarak, kamuoyuna sunulmaktadır. Merkez basının çevre sorunlarını toplumsal bir sorun olarak algılamamasından kaynaklı konunun üzerinde durmadığı da düşünülmektedir (İlgaz Büyükbaykal, 2010, s. 35). Ümit Şahin'e göre ise önceleri iklim haberlerinin medyada yer almamasının nedeninin yoğun politik gündeme bağlanması konusu son dönemlerde değişmiştir. Ancak burada olumlu bir değişimden söz etmek için erkendir. Gazetelerin iklim değişikliğine yaklaşımı, yaşanan aşırı hava olayları neticesinde artmış fakat sadece aşırı ve ani hava olaylarını haberleştirerek bunların çözümüne yer vermemek başlı başına mesele haline gelmiştir (İklim Haber, 2021). Dolayısıyla daha pek çok nedene bağlı olarak, gazetelerde düzenli hale getirilmiş bir çevre sayfasına yer verilmemektedir. Gazetelerde yer alan gündem, muhabirin olayı haberleşmesi sonucunda gerçekleşmektedir. Dolayısıyla muhabirlerin haberleri takip edebilme ve yazabilmeleri için belirli alanlarda uzman kadronun da gerekliliği önemlidir. Uzmanlaşmış olma ve çevre olaylarına yetkinlik, haberlerin gündemde yer alması için gereklidir. Türkiye'de geleneksel medyada bu durumun örneklerine çok sık rastlanmamakla birlikte, yabancı basında çevre gazeteciliği noktasında uzmanlaşma görülmektedir (Tunalı, 2009, s. 167).

Yerel basının, yaygın basından farklı gündemi olduğu bilinmektedir. Yerel basının merkezi yapıdan ve otoriteden uzak bir yapısı bulunmaktadır. Yerel basın ulusal düzeydeki haberleri aktarmasının yanında, bölgesel sorunlara ve olaylara yoğunlaşmaktadır. Ancak bu noktada gelişmekte olan ülkeler için önem taşıyan yerel medyanın, teoride ve pratikte daha farklı ilerlediği söylenebilmektedir. Yerel medyanın ekonomik sorunları eleman eksikliğine neden olmaktadır, özellikle

uzmanlaşmış muhabir istihdamının önünde engel yaratabilmektedir. Dolayısıyla bu durum iklim değişikliği, küresel ısınma gibi uzmanlaşma gerektiren içerikler üzerinde dâhi etkili olmaktadır (Gezgin, 2007). İl veya ilçeyle sınırlı olması, o bölgede yapılan faaliyetlere ve bölge halkına hâkim olmak anlamı taşımaktadır. Bölgenin eksiklerini ve yeniliklerini yakından takip eden yerel basın, denetçi konumdadır ve demokrasiyi güçlendirmek adına eleştirel bakış açısına sahip olması gerekmektedir. Siyasi alanda daha yoğun gündeme sahip olmasıyla birlikte, bölge halkını bilinçlendirmedeki potansiyelini kullanması gerekmektedir (Çelebi, 2007, s. 271-272). Yayın yaptığı bölgeyi ve halkı en iyi tanıyan yerel basın, küresel sorunlar hakkında halkı bilinçlendirebilmeli, söz konusu bölgede yaşanabilecek sorunlar ve alınabilecek önlemler hakkında bilgi vermelidir. Medyanın çevre bağlamında iklim değişikliği konusunu haberlerinde nasıl ele aldığını inceleyen çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin Duan ve Miller (2021) çalışmasında iklim değişikliği konulu haberlerin Çin medyasında nasıl yer aldığına dair incelemeleri aktarmaktadır. Çalışmada, Çin’de yer alan “parti destekli” veya “pazar destekli” gazetelerin iklim değişikliğini farklı şekillerde temsil ettikleri tartışılmaktadır. Ayrıca çalışmada, haberde kaynak türlerinin ve çoklu bakış açılarının nasıl kullanıldıkları da ele alınmıştır. Araştırmanın sonucundan hareketle piyasa odaklı gazetelerin daha çeşitli bakış açılarını okuyucuya sunduğu, haberlerine çevresivil toplum kaynaklarını dâhil ettiği söylenebilir. Ancak parti destekli gazetelerin daha fazla yerel siyaset ve bilimsel belirsizlik çerçevelerini kullandığı ortaya koyulmuştur. Miller (2000) ise ABD ve İngiltere’deki gazetelerin küresel ısınma konusuna olan yaklaşımlarını incelemiştir. Toplumun tümünü etkileyen küresel ısınma haberleri, ABD tarafından politik bağlamda ele alınırken, İngiliz gazeteleri konuya bilimsel açıdan yaklaşmıştır (akt. Özmen, 2011, s. 77). Konu ile ilgili televizyondaki haberler üzerine çalışmalar da bulunmaktadır. ABD televizyon haberleri üzerine yapılan bir çalışma, iklim değişikliğinin etkileri ve eylemlerinin kamuoyuna hangi şekillerde iletildiğine yöneliktir. Bulgulara göre, iklim değişikliğinin etkileri ve eylemleri çoğu yayında bağımsız olarak tartışılmakta, ancak aynı yayında nadiren birlikte tartışılmaktadır. Özellikle iklim değişikliği etkileri çevresel sorunlar doğrultusunda çerçevelenirken, eylemler siyasi bağlamda çerçevelenerek sunulmaktadır (Hart ve Feldman, 2014).

## 5. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE HABERCİLİK

*Küresel ısınma, çevre kirliliği, iklim değişikliği* gibi global sorunlar ve sonuçlarının haberler aracılığıyla kamuoyuna aktarımında kullanılan dilin anlaşılır olması önemlidir. Medyanın, konular hakkında bilgi sahibi olması ve sorunlarla çözümlerine karşı hassasiyet göstermesi gerekmektedir. Dolayısıyla bilim gazeteciliği, çevre gazeteciliği ve çözüm gazeteciliği (*solution journalism*) bu bağlamda tematik olarak önem kazanmaktadır. Çevre haberleri altında değerlendirilen “İklim Haberciliği” şeklindeki spesifik bir habercilik fraksiyonunu görmek ve ele almak da bu noktada güncel bir öneme sahiptir. *Çevre haberleri, sağlık ve bilim haberleri* ile beraber “karmaşık haber” olarak nitelendirilmektedir. Dolayısıyla bu alanda çalışan muhabirlerin, konular üzerinde uzmanlaşması ve bu konuları anlaşılır kılması gerekmektedir. Tıpkı sağlık haberciliği gibi çevre haberciliği de bilimsel nitelik taşımaktadır. Kamuoyunu yakından ilgilendiren önemli meselelerin sunulduğu, insanların hayatını doğrudan etkileyen bu habercilik türlerinde, doğru ve eksiksiz bilgi çok önemlidir (İlgaz Büyükbaykal, 2010, s. 37; Karatabanoğlu, 2021). “Uzun vadeli çevre haberleri” ile “can veya mal kaybının söz konusu olduğu çevre haberleri” farklı şekillerde ele alınmaktadır. Küresel ısınma, iklim değişikliği veya hava kirliliği gibi kronikleşmiş, haberler sıkıcı olarak görülmektedir. Ancak bir termik santral kazası manşette yer alabilmektedir. Anlık ve uzun vadeli çevre sorunlarının incelenmesinde üç boyuttan bahsedilebilir. Bunlardan ilki, haberin çerçevesini oluştururken ikincisi, mesleki normlar olmaktadır. Üçüncü boyut ise toplumun yapısıyla ilgilidir (Özmen, 2011, s. 77).

Türkiye’de çevre gazeteciliğinin gelişim süreci 1994 yılına uzanmaktadır. “ÇEGAD (Çevre Gazetecileri Derneği)” ve “ÇEHAD (Çevre Habercileri Derneği)” dernekleri, bu alanda faaliyet gösteren önemli örneklerden olmuşlardır. Derneklerin temelde amaçları bu alanda gazetecilik yapan kişilerin konulara yaklaşımlarını, gerekli mesleki eğitimlerini gerçekleştirmelerini sağlamaktır. Ayrıca medyada bu konuların köşe yazıları şeklinde yer aldığı, meselenin aslında sıklıkla gündemde kendine yer bulması gerektiği unutulmamalıdır (İnamoğlu, 2018, s. 54).

İklim krizinin tüm toplumu ilgilendiren yapısı çözüm odaklı gazetecilik gibi ‘hak odaklı gazetecilik’ kavramını da öne çıkarmaktadır. İklimin gösterdiği değişiklik ve buna bağlı sonuçlar, tüm dünyayı özellikle dezavantajlı gurupları, kadınları, göçmenleri ve çocukları çok daha fazla etkilemektedir. İklim krizine yaklaştıran bu uygulamaların, hak ihlali bağlamında ele alınması oldukça önemlidir. Bu noktada çözüm gazeteciliğine ihtiyaç duyulmaktadır. İklim krizi konusunda felaketin yaşandığı ve bittiği algısı yansıtılmamalı, aksine iklim krizinin çözüm yolları okura aktarılmalıdır (İklim Haber, 2021).

Toplumsal sorunlara karşı verilen tepkiler ve bu tepkilerin söz konusu sorun üzerinde işe yarayıp yaramadığına odaklanan “çözüm gazeteciliği” temelinde, okura dünyanın hangi şekillerde daha iyi işlediğinin veya nasıl daha iyi işleyebileceğinin anlatılması, buna dair kanıtlar sunarak, verilen tepkilerin ne denli işe yaradığına veya neden yaramadığına dair süreçleri içermesi noktasında önemlidir. Çözüm

gazeteciliği olumlu veya olumsuz her türlü konuda kendine yer bulmaktadır. Ayrıca en çıkmaza girmiş konular hakkında da çözüm odaklı haberler mümkün hale gelmektedir. Bu habercilik türü Türkiye’de 2010 yıllarında yaygınlık kazansa bile hala çok fazla tercih edilmemekte, uluslararası medya kuruluşlarında ise daha sık gözlenmektedir. ABD’de 1990’lı yıllarda yurttaş gazeteciliğinin yaygınlaşması ile halkın toplumsal sorunlara olan ilgisi artmış ve çözüm gazeteciliğinin önünü açmıştır (Newsabrturkey, 2021). Yurttaş gazeteciliğinde de aslında çözüm ve hak odaklı içeriler dikkati çekmektedir.

### 5.1. İklim Haberciliği

“İklim Haberciliği” iklim krizinin etki ettiği durum ve olguları haberleştirmeyi, bunlara dikkat çekmeyi öngören bir yönelimdir ve mevcut iklim durumlarına ilişkin aciliyetin vurgulanması adına insanları uyandırma ve harekete geçirme noktasında gazetecilik faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Columbia Üniversitesi Gazetecilik okulu 2019 yılında haber endüstrisinin dönüşmesi noktasında eylemlilik göstermiştir. Dünya ekonomisinin karbondan arındırılmasının her şeyden daha acil olduğu vurgulanırken, *The Guardian* gazetesinin genel yayın yönetmeni Katharine Viner ise iklim haberciliğinde kullanılan tanımların değiştirilmesi gerekliliğine vurgu yapmıştır. İklim değişikliği kelimelerinin haber içerisinde çok naif kaldığı, bunun yerine iklim acil durumu gibi olayın vaziyetini özetleyen kelimelerin kullanabileceği söylenmektedir. Ayrıca “iklim şüpheciliği” kavramı yerine “iklim bilimi inkârcısı” kullanımının daha uygun olduğu vurgulanmaktadır (Nisbet, 2019, s. 23). Gürbüz de değişmesi gereken kullanımlar arasında “kriz” kelimesine dikkat çekmektedir. İnsanları harekete geçirme noktasında haberlerde kullanılan dilin önemini anlatan Gürbüz’e göre, iklim değişikliği terimi bilimsel bir açıklamaya işaret etmekte ve aciliyet içermemektedir. Dolayısıyla iklim krizi kullanımının, doğrudan bir soruna işaret etmesi ve insanların krizden çıkmaya yönelik düşüncelerini harekete geçirmesi olasıdır. İklim krizi teriminin kullanımında öncülerden olan Birleşik Krallık’ta yayımlanan *The Guardian* gazetesi ise küresel ısınma terimi yerine, insan eliyle gerçekleşen bu durumun doğal bir süreç olmadığını anlatan “küresel ısıtma” teriminin kullanılmasının daha uygun olduğunu belirtmektedir (BirGün, 2019).

Biyoçeşitliliğin bozulmaması, ekolojik dengenin korunması, insanlardan kaynaklanan iklim değişikliğini durdurmak adına politikaların hayata geçirilmesi ve uygulanması üzerine bir araya gelmiş bir oluşum olan Ekosfer iklim krizi ile mücadele eden platformlar arasındadır. Ekosfer kampanyalarını iklim krizi, enerji, nükleer, doğa koruma olarak belirtmektedir. Ekosfer tarafından hayata geçirilen ve *ABD Büyükelçiliği*’nce desteklenen “İklim Haberciliği Ağı” projesi dâhilinde Türkiye’nin dört bir yanında gerçekleştirilen, gazetecilerin ve iletişim öğrencilerinin iklim krizi hakkında farkındalıklarının artırılmasına yönelik çevrimiçi eğitimlerin (eğitimleri veren kişiler: Özgür Gürbüz (Gazeteci), Doğu Eroğlu (Gazeteci), Nur Banu Kocaaslan) planlanması iklim haberciliği noktasında önemlidir. Yine bir Ekosfer projesi olarak Türkiye’deki gazetecilerin iklim krizine ilişkin donanımlarını ve haberlerin nitelik ile sayısını artırmayı amaçlayan “İklim Haberciliği Ağı”nın kurulmuş olması da iklim

haberciliğinin kat ettiği pratik gelişmelerden birisi olarak okunabilir. Burada, *Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu* ve *UNDP Türkiye* iş birliği ile düzenlenen “AB İklim Diplomasisi Haftası etkinlikleri”ni (*online iklim haberciliği söyleşisi* vb.) de belirtmeden geçilemez. Şahin’e (2020, s. 1016) göre, gazetecilerin iklim değişikliği konusunda farkındalıklarının ve bu alanda ki donanımlarının artması, dünyanın yaşadığı iklim sorunu nedenleri ve sonuçlarını bilimsel veriler dahilinde okuyucularına ulaştırmaları bakımından önem teşkil etmektedir. Toplumun iklim krizini bilmelerinin yanında, bu durum karşısında nasıl davranacaklarını bilmeleri, felaketlere karşı alınabilecek önlemler de yine geniş topluluklara seslenen medya sayesinde gerçekleşmektedir. Bu noktada ‘iklim okuryazarlığının’ artmasını sağlamak; bilim gazeteciliğini, çevre gazeteciliğini önemli kılmaktadır.

Çevre haberciliğinde bilim insanlarının görüşlerine yer verilmesi, bilime güvenilmesi ve bilimsel teknik ifadelerin herkesin anlayıp yorumlayabileceği bir biçimde açıklanması önemlidir. Özellikle soyut olan iklim değişikliği ve küresel ısınma haberlerinin anlaşılır kılınması için ifadeler günlük hayat ile ilişkilendirilerek aktarılabilen, çeşitli metaforlara başvurulabilmektedir. Büyük rakamlar açıklanırken uzak bir gelecekte söz etmek yerine yakın geleceğe vurgu yapılması, içinde bulunduğumuz gezegen içerisinde yaşanan değişimlerden örnekler sunulması güçlü etkiler yaratabilmektedir. İklim krizinin herkesi etkilediği haberde sıklıkla hatırlatılmalı ve bu krizden etkilenen insan hikâyelerinin anlatımına başvurulmalıdır. Özellikle dijital dünyada sıklıkla kullanılan görsel unsurlar, haberin retoriğini güçlendiren öğeler arasındadır. Son olarak iklim değişikliği haberlerinde bir felaket olarak anlatılmamalıdır; aksine bu durumun çözüm yollarının sunulması, alınabilecek önlemlerin aktarılması önemlidir (İklim Haberciliği Ağı, 2020).

## 5.2. İklim Haberciliği Üzerine Yapılan Çalışmalar

Pasifik Adaları günümüzde iklim değişikliğine karşı olan savunmasızlığımızın önemli örneklerinden biridir ancak bu durumla ilgili yapılan araştırmalar oldukça az sayıdadır. Shea, Painter ve Osaka (2020) tarafından yürütülen bir çalışmada Amerikan, İngiliz ve Avusturalya gazetelerinde Pasifik Adaları ve iklim değişikliği hakkında 1999’dan 2018’e kadar gazetelerde yayınlanan haberler analiz edilmiştir. Araştırmaya, Pasifik Adaları üzerinde hak sahibi olanlar ve gazetecilerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler dâhil edilmiştir. Pasifik Adaları ve iklim değişikliği hakkındaki raporlarda Pasifik Adasındaki insanların eylemlerinin potansiyeli küçümsenmekte ve daha çok iklim değişikliğinden kaynaklı tehlikede olanlardan bahsedilmektedir. Bu noktada Pasifik Adaları ‘iklim adaleti’nden ziyade ‘iklim felaketi’ olarak düşünülmektedir. Sonuç olarak Pasifik Adaları iklime karşı savunmasızlık olarak değerlendirilmektedir ve bu durum halkın ve hükümetin iklimin etkilerine karşı olan sağlamlığını ve iradesini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Pasifik Adaları iklim adaletini savunurken, medyanın Pasifiklerin iklim konusundaki rolüne dikkat etmesi gerekmektedir.

2019 yılında Comfort, Tandoc ve Gruszczynski tarafından yapılan bir çalışmada ise dört Asya ülkesi olan Çin, Hindistan, Tayland ve Singapur’a ilişkin iklim değişikliği haberlerinde kullanılan

kaynakların çeşitlilikleri ve bu kaynakların hangi düzeylerde gelişim gösterdiği araştırılmıştır. Çalışmada zaman sınırlılığı olarak 1995'ten 2017'ye kadar 27 yıllık bir süre belirlenmiştir. Bu süre zarfına ait 3781 metin, içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışma, iklim değişikliğinin ne olduğunu belirleme mücadelesinde haberlerde yer alan kaynaklara odaklanmıştır. Haber kaynaklarının, haber içeriğinin şekillenmesinde önemli bir rol oynaması nedeniyle haberde en çok hangi seslerin temsil edildiği ortaya konmaya çalışılmıştır. Farklı haber kültürlerine rağmen, dört gazete çarpıcı şekilde benzer özellikler taşımaktadır. Ulaşılan sonuçlar ışığında, en fazla hükümet kaynaklarına güven duyulmaktadır. Hemen ardından ise bilim insanları gelmektedir. Aktivistler ve halk, nispeten daha düşük seviyelerde temsil edilmektedir. Araştırmacılara göre resmi çizgeye uymayacak kamu söylemlerinin dışlanması, önemli sonuçlar doğurma potansiyeline sahiptir.

Günümüz dünyasında devam etmekte olan iklim değişikliğinin medyada yansıtılması bölgesel ve küresel anlamda seyrin akışını bilmek ve buna göre hareket etmek açısından büyük bir öneme sahiptir ve yaşanan iklim değişikliğinin sebeplerini bilmek ve duruma göre uyum sağlamak anlamında da büyük bir yarar sağlayacaktır. Miah, Kabir, Koike ve Akther tarafından yapılan çalışma da Bangladeş'teki üç popüler gazete olan *The Prothom Alo*, *The Daily Ittefaq* ve *The Daily Star* üzerinden yürütülmüştür. Bu gazetelerin Mayıs 2006'dan Haziran 2009'a kadar olan iklim değişikliği ile ilgili haberleri ele alınıp, içerik analizi uygulanmıştır. En çok ele alınan iklim değişikliği haberlerinin arasında 'doğal afetler', 'su kıtlığı', 'küresel ısınma', 'tarım', 'biyolojik çeşitlilik' gibi konular bulunmaktadır. Haberlerin büyük bir kısmının yerel nitelikte olmasının yanında The Daily Star gazetesinin diğer iki gazeteye göre daha fazla yerel, bölgesel ve uluslararası iklim değişikliğine dair haberler sunduğu gözlenmiştir. Bu çalışma doğrultusunda elde edilen bulgular yardımıyla iklim değişikliğine karşı daha uygun politikalar sergilenebileceği düşünülmektedir.

Türkiye'de iklim değişikliği ve medya çalışmalarından birisi ise Şahin ve Üzelgün tarafından 2016 yılında gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında, iklim değişikliği ve medya bağlamında toplam 9 medya kuruluşundan 13 gazeteci ile görüşülmüş, yüz yüze yarı yapılandırılmış sorularla görüşme sağlanmıştır. Gazetecilere iklim değişikliğine ve haberciliğe dair çeşitli sorular yöneltilmiştir. İklim haberleri hakkında genel bir çerçeve sunan bu çalışmanın bulgularına göre, iklim haberlerinin en büyük sorunlarından bir tanesi gündem haline gelememesidir. İklim haberleri, okurun dikkatini çekmeyen, tiraj getirmeyen bir alan olarak görülmektedir. Özellikle bu alanda yaşanan muhabir eksiği ve haberlerin dış kaynaklardan alınması farklı sorunlara, durumlara aracı olabilmektedir. Haberlerin bağlamının tam oturtulamaması da dikkat çekicidir; aşırı hava olaylarının iklim değişikliği temelli olduğu okura aktarılamamaktadır.

Aykaç (2018) da çalışmasında iklim değişikliği konulu haberlerinin nasıl çerçevelendiğini ve bu haberlerin kamuoyunda yarattığı risk algısı ile ilişkisini tartışmaktadır. Bu çalışma bağlamında "küresel ısınma" ve "iklim değişikliği" kelimeleri ile haberlere ulaşım sağlanarak, 41 haber incelenmiş ve yürütülen analizde *MAXQDA 18* üzerinden 'çerçeve' ve 'içerik analizi' gerçekleştirilmiştir. Bulgular,

haberler çerçevelerinin “felaket” üzerine odaklandığına, toplumsal çözümler yerine daha bireysel çözümlere yönelik haberlere işaret etmektedir. Felaketlerin yansıtıldığı haberler, kamuoyu üzerinde geri dönülemez sonuçların varlığına işaret ederek, çözüm için aslında geç kalındığını hissettirmektedir.



## 6. İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE İKLİM HABERCİLİĞİ

### 6.1. Araştırmanın Amacı

Gazetelerin haberleri kendi çerçeveleri dahilinde kamuoyuna sunduğu gözlenmekte, bazı konuları öncelerken; küresel ısınma, iklim değişikliği gibi global ve güncel bazı konulara karşı daha uzak bir yaklaşım sergilenebilmektedir. Tüm insanlığı etkileyen küresel ısınma ve iklim değişikliği konulu haberlerin gazetecilik pratiklerine uygun, tarafsız, anlaşılır bir dil kullanılarak verilmesi ve medya içeriklerinde kendisine yer edinmesi önem arz etmektedir. Bu noktada medyanın birçok özelliğinden yararlandığı yeni medya tabanlı platformların da küresel ısınma ve iklim değişikliği konulu haberleri ele alış biçimlerindeki farklılıklar da önem taşımaktadır ve üzerine düşünülmelidir. Çalışmanın, çevre haberleri alt başlığı olmaktan çıkarak öznel bir habercilik türü olarak iklim haberciliği kavramının gündemleştirmesi beklenirken, internet tabanlı gazetecilik tartışmalarına ilişkin literatüre katkı sağlayacağı da umulmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, küresel ısınma ile iklim değişikliği konulu haberlerin ulusal basının resmi internet sitelerinde hangi benzerlik ve farklılıklarda, hangi sıklıkta yer aldığını ve haberlerdeki sistematik içeriği ortaya çıkarmaktır. Araştırmacı tarafından hazırlanan araştırma soruları ise şu şekildedir:

- A1. İklim haberleri internet gazeteciliğinde nasıl ve hangi sıklıkta ele alınmaktadır?
- A2. İklim haberciliğinde baskın temalar nelerdir?
- A3. İklim haberi konusunda en fazla içerik hangi medya kuruluşunda bulunmaktadır?
- A4. İklim krizi internet gazeteciliğinde nasıl sunulmaktadır?

### 6.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın yöntemi, nitel ve nicel içerik analizidir. İçerik analizi belirlenmiş kategoriler ve sınıflandırmalar dahilinde verilerin, sistematik bir şekilde yorumlanmasını sağlamaktadır. Bu yöntem ile her türlü işitsel, görsel, yazılı belge çözümlenebilmektedir. İçerik analizi *nitel* ve *nicel* olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Geray, 2017, s. 145-150). İçerik analizi kelimeler, sözcükler ve biçimsel yapıları ele alarak daha çok düzensiz ve içeriklerin açık anlamları ile ilgilenerek nihai sonuçlara ulaşmayı hedeflemektedir (Taylan, 2011). İçerik analizi teknikleri temelde incelenen verilerin, anlama ve yorumlama kısmında öznel çağrışımlardan ayrıştırılmasını sağlamaktadır. İçerik analizi aynı zamanda mesajda üstü örtük biçimde yer alan söylemlerin ortaya çıkarılmasına yönelik “ikinci bir okuma”dır (Bilgin, 2014, s. 1).

İçerik analizi çeşitli talepler doğrultusunda farklı pek çok alanda kullanılmaktadır. Analizin kullanım alanlarının çeşitliliği oldukça fazladır. Analiz farklı bilimsel çevrelerden olan psikologlar, sosyologlar, tarihçiler, edebiyatçılar, araştırmacılar, reklamcılar gibi çeşitli kategorilerden insanların dikkatini çekmektedir (Bilgin, 2014, s. 7).

İçerik analizi kavramının tarihçesine bakıldığında 1940'lı yıllardan itibaren kullanıldığı görülmektedir. Analizin 19. yy. başlarında *Columbia Gazetecilik Okulu*'nun gazetelerin nicel analizlerine yönelik çalışmalarıyla ortaya çıktığı düşünülmekte, esas gelişme sürecinin 1940'lı yıllardan sonra olduğu bilinmektedir. İçerik analizinin belirli kategoriler oluşturularak kullanılması konusunda sistematik bir çerçevenin sağlanmasına katkı sunan önemli isimler arasında Harold D. Lasswell yer almaktadır. Lasswell 1945 yılında kişilerin, grupların, kitlelerin belirli simgelere duydukları ilgiyi araştırmak amaçlı basın ve propaganda analizlerine yoğunlaşmıştır (Gökçe, 2001, s. 1-2). İçerik analizinin temeli, sınıflandırma ve kodlama sistemlerine dayanmaktadır. Araştırma sorusu bağlamında analiz verileri okunarak yorumlanır ve kategoriler oluşturulur (Gökçe, 2001, s. 14). Bu tezde kullanılan araştırma tekniğine ve araştırmanın amacına paralel kategoriler ve sınıflandırmalar belirlenmiştir. İlgili analizde Damlapınar ve Işık (2017), Yoğurtçu (2021), Tunalı (2009) ve Şahin'in (2020) çalışmalarında kullandıkları kategorilerden yararlanmıştır.

### 6.3. Kapsam ve Sınırlılıklar

Bu tez kapsamında Türk ulusal basınını temsilen farklı ideolojileri olduğu bilinen Sözcü, Hürriyet, Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri (resmi internet siteleri) amaçlı örneklem yoluyla seçilmiş ve küresel ısınma ile iklim krizini temel alan haber metinleri incelenmiştir. Tiraj sıralamasında üst sıralarda olan bu gazetelerden Hürriyet merkez konumda olan bir medya kuruluşu iken, Sabah ve Yeni Şafak'ın merkezden sağa, Sözcü'nün ise merkezden sola olan yayın politikası nedeniyle farklı bakış açılarına sahip oldukları varsayılmış ve örneklem olarak belirlenmiştir.<sup>1</sup>

Çalışma, 5 Temmuz 2021 ile 3 Kasım 2021 tarihleri arasında, Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinin resmi internet siteleri ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın kuramsal çerçevesini yeni medya ve internet haberciliğine ilişkin yaklaşımlar/yönelimler, aktivizm, dijital aktivizm, geleneksel medyada aktivizm gibi tartışmalar ile küresel ısınma ve iklim değişikliği, iklim haberciliği, iklim aktivizmi, iklim krizi kavramları oluşturmaktadır. Araştırmanın kapsam ve sınırlarını belirleyebilmek adına yorum, köşe yazıları, yerel haberler ve ilanlar kapsam dışı bırakılmıştır. Araştırma kapsamında 4 (dört) gazetede toplam 755 habere ulaşılmıştır.

### 6.4. Veri Toplama Tekniği

Çalışmada analiz edilen haberlere gazetelerin resmi internet siteleri aracılığıyla "iklim krizi, iklim değişikliği" sözcükleri kullanılarak yapılan tarama ile erişilmiştir ve elde edilen veriler araştırmacı tarafından elektronik olarak arşivlenmiştir.

---

<sup>1</sup>Ağustos 2021 tarihinde Antalya/Manavgat'ta başlayan ve 10 gün süren büyük orman yangını analiz kapsamına dâhil edilmemiştir.

## 6.5. Bulgular

Kategorilerin oluşturulma aşamasında araştırmanın amacı göz önünde bulundurulmuştur. Öncelikle haberlerin hangi gazetede yer aldığı, haberlerin sayısal dağılımı araştırılmıştır.

**Tablo 6. 1.** Gazetelerde İklim Haberlerinin Dağılımı

| Gazeteler     | Sayı       |
|---------------|------------|
| Yeni Şafak    | 120        |
| Hürriyet      | 289        |
| Sözcü         | 135        |
| Sabah         | 211        |
| <b>TOPLAM</b> | <b>755</b> |

Haberlerin gazetelerde yer alma sıklığı ile haberlerin içeriklerinin gazetecilik etiğine uygun ve şekil bakımından nitelikli olmaları, araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Haber sayıları, gazetelerin mevcut konuyu dikkate alma oranıyla eş değer görülebilmektedir. Bir konuda yapılan haberler, konunun gündeme taşınmasında ilk adım sayılabilmektedir. Konunun gündeme taşınması ise konu hakkında gerekli düzenlemelerin ve değişikliklerin kamuoyu ve yetkililer tarafından gerçekleştirilmesi noktasında önemlidir. Dolayısıyla küresel ısınma ve iklim değişikliği konusunda yapılan haberlerin sıklığı ve niteliği, karbonsuzlaşma, kömürden vazgeçiş gibi temel iyileştirmelerin yapılması ve takip edilmesi konusunda gereklidir. Gazetelerin 5 Temmuz 2021 ile 3 Kasım 2021 tarihleri arasında yayınladıkları küresel ısınma ve iklim temalı haberlerin sayısal dağılımına bakıldığında bu alanda en çok (289) haber yayınlayan gazetenin Hürriyet olduğu anlaşılmaktadır. Hürriyet gazetesini 211 haber ile Sabah gazetesi takip etmektedir (Tablo 6.1).

**Tablo 6. 2.** Haber İçeriği ve Başlık Uyumu

| Gazeteler     | Durum          | Sayı       | Yüzde        |
|---------------|----------------|------------|--------------|
| Yeni Şafak    | <i>Uyumlu</i>  | 117        | 97,49        |
|               | <i>Uyumsuz</i> | 3          | 2,49         |
| Hürriyet      | <i>Uyumlu</i>  | 281        | 97,23        |
|               | <i>Uyumsuz</i> | 8          | 2,76         |
| Sözcü         | <i>Uyumlu</i>  | 135        | 100,0        |
|               | <i>Uyumsuz</i> | -          | -            |
| Sabah         | <i>Uyumlu</i>  | 210        | 99,52        |
|               | <i>Uyumsuz</i> | 1          | 0,47         |
| <b>TOPLAM</b> |                | <b>755</b> | <b>100,0</b> |

Haberde kullanılan başlıkların temel amacı, okuyucunun dikkatini haberin içeriğine çekmektir. Dolayısıyla haber başlıkları haberin özeti niteliğinde olup, dikkat çekici şekillerde kullanılmaktadır. Haber içeriklerinin başlıkları ile uyumlu olup olmadığı ve kullanılan başlıklarda abartının söz konusu olup olmadığı inceleme kapsamına alınmıştır. Tablo 6.2’de yer alan haber ve başlık uyumlarının incelendiği tabloda açık bir şekilde görülmektedir ki; haberin içeriğini yansıtan başlıkların metinle uyumu en fazla (%100) olarak Sözcü gazetesinde bulunmaktadır. Gazetelerin genel olarak haber metinlerinin başlıkları ile uyumu söz konusudur. Yeni Şafak gazetesinin 3 haberinde haber-başlık

uyumunun olmadığı görülmüştür. Hürriyet gazetesinin 8 haber başlığı, içerikleri ile uyumsuz olarak nitelendirilirken, Sabah gazetesinin 1 haber başlığı içeriği ile uyumsuz bulunmuştur (Tablo 6.2).

Yeni Şafak gazetesinin haber içeriği ile uyumlu olmayan başlıklarından örneklerle bakıldığında, “Yenilenebilir enerjide dört dünya devini geride bıraktık” örnek teşkil etmektedir. Haberin içeriğinde emisyonların azaltımındaki güçlüklerinden bahsedilmektedir. Türkiye’nin gelişmekte olan bir ülke olması dolayısıyla gaz emisyonlarının altının çizilmesi, başlık ile farklı bir yere vurgu yapıldığının örneği olarak görülebilir. Hürriyet gazetesinin haberlerine bakıldığında “Bir varmış bir yokmuş... Hocanın maya çaldığı göl bile tarih oluyor! İşte vahim tablo...” başlığı bu anlamda dikkat çekmektedir. Başlık, okuyucuya haberin özeti niteliğinde verilmemiştir. Haberin içeriğinde Türkiye’nin farklı bölgelerinde yer alan göllerin küresel ısınma nedeniyle kuruması anlatılmaktadır. Ancak söz konusu haber başlığında *Nasreddin Hoca* üzerinden öyküsel bir tarz ile okuyucuda merak uyandırılmak istenmiştir. Sabah gazetesinde yer alan uyumsuz bir haber başlığı ise “Son dakika haberler: Dünyanın haritasını değiştirecek! İstanbul için korkutan tahmin...” şeklindedir. *İklim Değişikliği İklim Paneli*’nin yayımladığı rapora yönelik değerlendirmelerin yer aldığı haberde, başlık içerik ile uyumlu gözlenmemiştir. Özellikle iklim değişikliği haberlerinde okuyucuda panik uyandırmayan, çözüm önerili haberler önem arz etmektedir.

**Tablo 6. 3.** Haberde Yer Alan Uzman Görüşü

| Gazeteler     | Durum      | Sayı       | Yüzde        |
|---------------|------------|------------|--------------|
| Yeni Şafak    | <i>Var</i> | 33         | 27,49        |
|               | <i>Yok</i> | 87         | 72,49        |
| Hürriyet      | <i>Var</i> | 89         | 30,79        |
|               | <i>Yok</i> | 200        | 69,20        |
| Sözcü         | <i>Var</i> | 44         | 32,59        |
|               | <i>Yok</i> | 91         | 67,40        |
| Sabah         | <i>Var</i> | 170        | 80,56        |
|               | <i>Yok</i> | 41         | 19,43        |
| <b>TOPLAM</b> |            | <b>755</b> | <b>100,0</b> |

Oluşturulan kategoriler arasında haberde uzman görüşlerinin varlığı bilim gazeteciliği noktasında incelenmiştir. Bilim gazeteciliğinin gereklilikleri arasında, bilimsel verilerin okuyucuya doğru ve anlaşılır bir şekilde aktarılması söz konusudur. Özellikle iklim haberciliğinde, yaşanan olumsuz durumları okuyucuda çaresizlik ve korku yaratacak şekilde vermemek, küresel ısınmanın ve iklim krizinin metaforlar ile açıklanması, günümüzden örnekendirilmesi ve alınabilecek önlemlerin aciliyeti noktasında iklim uzmanları aracılığıyla bilimsel veriler ışığında kamuoyunun bilinçlendirilmesi önemlidir (İklim Haberciliği Ağı, 2020). Dolayısıyla uzman görüşlerinin yer aldığı haberlerin eğitici bir işleve sahip oldukları unutulmamalıdır. Bu nedenle haberde yer alması beklenen uzmanın, konu hakkında çalışmalarının bulunması ve detaylara hâkim olması önemlidir. Ayrıca Devran’ın (2010, s. 43)

da belirttiği üzere haberlerde uzman görüşlerinin yer alması, ikna ve inandırıcılık adına en sık kullanılan retorik biçimlerden birisidir.

Belirlenen periyodlar içerisinde incelenen haberlerde görülmüştür ki; Yeni Şafak gazetesi haberlerinin (%27,49)'unda uzman görüşüne yer verirken, (%72,49)'unda uzman görüşüne yer vermemiştir. Hürriyet haberlerinin (%30,79)'ünde uzman görüşüne yer verirken, haberlerin (%69,20)'unda uzman görüşüne yer vermemiştir. Sözcü gazetesinde ise uzman görüşüne yer verilen oran (%32,59) iken, uzman görüşünün yer almadığı haber oranı (67,40)'tır. Sabah ise haberlerinde uzman görüşüne (%80,56) oranında yer vermiş, ancak (%19,43) oranında haberlerinde uzman görüşüne yer vermemiştir. Dört gazeteye genel olarak bakıldığında uzman görüşleri arasında öğretim üyelerinin, sivil toplum kuruluşlarının, araştırma komisyonlarının ve kurum yetkililerinin görüşlerine sıklıkla rastlanmıştır (Tablo 6.3).

**Tablo 6. 4.** Haberde Görsel Öge Kullanımı

| Gazeteler     | Durum      | Sayı       | Yüzde        |
|---------------|------------|------------|--------------|
| Yeni Şafak    | <i>Var</i> | 120        | 100,0        |
|               | <i>Yok</i> | -          | -            |
| Hürriyet      | <i>Var</i> | 287        | 99,30        |
|               | <i>Yok</i> | 2          | 0,69         |
| Sözcü         | <i>Var</i> | 135        | 100,0        |
|               | <i>Yok</i> | -          | -            |
| Sabah         | <i>Var</i> | 211        | 100,0        |
|               | <i>Yok</i> | -          | -            |
| <b>TOPLAM</b> |            | <b>755</b> | <b>100,0</b> |

Haberin içeriğini dikkat çekici kılan ve retorliğini arttıran önemli bir diğer unsur da kullanılan fotoğraflardır. Haber retorliğini oluşturan görseller, haberin ele alış biçimi ile doğrudan etkilidir. Haber retorliği, haberin ikna ve inandırıcılık rolüne vurgu yapan unsurlardandır (Devran, 2010, s. 42). Haberde kullanılan fotoğrafların sıklığı ve haberle arasındaki uyum, okuyucunun habere olan ilgisi ile doğru orantılıdır. Özellikle hızlı ve tüketim odaklı internet mecrasında, haberlerin okuyucunun dikkatini görsel unsurların kullanımı aracılığıyla çekmesi beklenmektedir. Görsel öğelerin kullanımı okuyucunun sadece metin ile sınırlı kalmasının önüne geçmektedir. Tablo 6.4'te incelenen haberler içerisinde görsel öğelerin kullanımına dair veriler sunulmaktadır. Yeni Şafak, Sözcü ve Sabah gazeteleri haberlerinde eksiksiz (%100) olarak görsel öğelere yer vermiştir. Hürriyet gazetesi ise 2 haberinde görsel öge kullanmamıştır. Bu veri gazetelerin haberlerinde kullandıkları, metinleri destekleyici görsellere önem verdiğinin bir göstergesidir. Gazetelerin görsel kullanımındaki ortak noktaları, iklim haberlerinde kullandıkları fotoğrafların “arşiv temelli” olmasıdır. İncelenen haberlerde arşiv görüntüleri ve dijital olarak oluşturulmuş görüntüler ağırlıktadır. Dört gazete de birbirini tekrarlayan dijital görsel öğeleri kullanmaktan kaçınmamışlardır. Görseller arasında bilimsel verilerin açıklayıcı bir şekilde aktarılmasını sağlayan grafiklerin kullanımı oldukça düşüktür. Kullanılan görsellerin birçoğunu siyasi aktörler ve doğal afetler oluşturmaktadır (Tablo 6.4).

### *Haberlerin Konu Dağılımları*

Haber oluşturulurken söz konusu durumun hangi sınırlılık ve kapsam içerisinde gazetede yer aldığı, haberin konusunu ve konumunu önemli kılmaktadır; haberlerin hangi bağlamda oluşturulduğunu, haberin içeriğini, kullanılan metaforları, görselleri şekillendirmektedir. Dolayısıyla haber konusunun okuyucu üzerinde bıraktığı etkinin ne denli olacağı da önem arz etmektedir.

Araştırma kapsamında haberler, araştırmacı tarafından okunmak suretiyle, altı (6) farklı konu başlığı olan “kuraklık”, “küresel ısınma”, “su yetersizliği”, “iklim değişikliğine ilişkin yasal düzenlemeler”, “iklim değişikliğine yönelik çalışmalar/politikalar/önlemler” ve “diğer” kodlamaları altında değerlendirmeye alınmıştır. Kodlamalar arasında olan “iklim değişikliğine ilişkin yasal düzenlemeler” başlığı bağlamında ele alınan haberlerin içeriklerinin büyük çoğunluğunu Paris Anlaşması ve bu anlaşmaya yönelik oluşturulan toplantılar oluşturmaktadır. Bir diğer konu başlığı olan “iklim değişikliğine yönelik çalışmalar/politikalar/önlemler” içerisinde belediyelerin, kurum ve kuruluşların emisyon azaltım çalışmaları bulunmaktadır. Karbon azaltımına yönelik alınabilecek önlemler ve kararlar yine bu başlık altında toplanmaktadır. Son olarak “diğer” başlığının altında yer alan haberler iklim haberleri ile ilgili olup içerisinde iklime dair bilgilerin verilmediği, hava durumları, doğal afetler (sel, fırtına, toprak kayması) ve benzeri konulu haberleri kapsamaktadır. Özellikle bu bağlamda ele alınan haberlerde, küresel ısınma ve iklim değişikliği ile aralarında bir ilişki kurulmamıştır. Bu başlık altında toplanan bir diğer haber teması, iklim değişikliğine yönelik alınan önlemlerin yetersizliğine dair protestolardır. Ayrıca siyasilerin basın açıklamalarında farklı gündemlerin arasında birkaç cümle ile iklim değişikliğine yaptıkları vurgular ve iklim değişikliğine yönelik değerlendirmeler de bu kategori altında ele alınmıştır.

**Tablo 6. 5.** Yeni Şafak Gazetesine Ait Haberlerin Konu Dağılımları

| <b>Konu Dağılımı</b>                                     | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|----------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Kuraklık                                                 | 5          | 4,16         |
| Küresel Isınma                                           | 29         | 24,16        |
| Su Yetersizliği/Kirliliği                                | 6          | 4,99         |
| İklim Değişikliğine Yönelik Yasal Düzenlemeler           | 21         | 17,49        |
| İklim Değişikliğine Dair Çalışmalar/Politikalar/Önlemler | 27         | 22,49        |
| Diğer                                                    | 32         | 26,66        |
| <b>TOPLAM</b>                                            | <b>120</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.5’te Yeni Şafak gazetesinin küresel ısınma ve iklim değişikliği temalı haberleri yer almaktadır. Haberler arasında sıklıkla gündeme taşınan konular arasında “Diğer” (%26,66) kategorisi bulunmaktadır. Konu ağırlığını oluşturan “Diğer” kategorisi içerisinde hava durumları, doğal afetler (sel, fırtına, toprak kayması) vb. temalı haberler veya iklim değişikliğiyle doğrudan ilgili olan ancak iklim değişikliğine dair bilgilerin ve açıklamaların yer almadığı haberler bulunmaktadır. Haberler

arasında iklim değişikliğine ve küresel ısınmaya atıfla yapılan haberlerin “Küresel Isınma” (%24,16) en çok haberleştirilen ikinci konu olduğu görülmektedir. İklim değişikliği için geç kalınmadan kamuoyunu harekete geçirilmesine yönelik hayata geçirilen veya planlanan çalışmaların yer aldığı haberler olan “İklim Değişikliğine Yönelik Çalışmalar/Politikalar/Önlemler” (%22,49) da sıklıkla haberleştirilen konular arasında yer almıştır. Ardından iklim değişikliğinin yasal sürecini konu alan “İklim Değişikliği Yasal Düzenlemeler” (%17,49) ve “Su Yetersizliği/Kirliliği” (%4,99) başlıkları en az haber sayısına sahip konular arasında yer almıştır. Son olarak iklim krizinin önemli sonuçlarından olan “Kuraklık” (%4,16) konusunun diğer konularda yayımlanan haber sayılarına göre en son sırada yer alması dikkate değer bir durum olarak gözlemlenmiştir.

**Tablo 6. 6.** Hürriyet Gazetesine Ait Haberlerin Konu Dağılımları

| Konu Dağılımı                                            | f          | %            |
|----------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Kuraklık                                                 | 24         | 8,30         |
| Küresel Isınma                                           | 106        | 36,67        |
| Su Yetersizliği/Kirliliği                                | 11         | 3,80         |
| İklim Değişikliğine Yönelik Yasal Düzenlemeler           | 64         | 22,14        |
| İklim Değişikliğine Dair Çalışmalar/Politikalar/Önlemler | 57         | 19,72        |
| Diğer                                                    | 27         | 9,34         |
| <b>TOPLAM</b>                                            | <b>289</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.6’da Hürriyet gazetesine ait haberlerin konu dağılımları görülmektedir. Haberler arasında en fazla iklim değişikliğinin bir parçası olan “Küresel Isınma” (%36,67) konusunun haberleştirildiği görülmektedir. En sık haberleştirilen diğer konular arasında Türkiye’nin İklim değişikliğine dair kararları aldığı dönemi temsil eden “İklim Değişikliğine Yönelik Yasal Düzenlemeler” (%22,14) yer almaktadır. Analiz kapsamında olan tarihler arasında Paris Anlaşması’nın imzalanması için yapılan hazırlıkların bu durum/tespit üzerinde etkili olabileceği düşünülmektedir. Analiz edilen haberler arasında üzerine yoğunlaşılan bir diğer konu da “İklim Değişikliğine Yönelik Çalışmalar/Politikalar/Önlemler”dir (%19,72). “Diğer” başlığı altında değerlendirilen hava durumları, yaz sıcakları ve doğal afetler de (%9,34)’lük bir oranla yer almaktadır. İklim değişikliğinin sonuçları arasında yer alan “Kuraklık” (%8,30) ve “Su Yetersizliği/Kirliliği” (%3,80) içerikli haberlerin son sıralarda yer alarak, daha az habere konu olduğu görülmektedir.

**Tablo 6. 7.** Sözcü Gazetesine Ait Haberlerin Konu Dağılımları

| <b>Konu Dağılımı</b>                                     | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|----------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Kuraklık                                                 | 21         | 15,55        |
| Küresel Isınma                                           | 51         | 37,77        |
| Su Yetersizliği/Kirliliği                                | 5          | 3,70         |
| İklim Değişikliğine Yönelik Yasal Düzenlemeler           | 32         | 23,70        |
| İklim Değişikliğine Dair Çalışmalar/Politikalar/Önlemler | 19         | 14,07        |
| Diğer                                                    | 7          | 5,18         |
| <b>TOPLAM</b>                                            | <b>135</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.7’de, Sözcü gazetesinin yayımladığı haberler arasında en fazla “Küresel Isınma” (%37,77) konusunun yer aldığı görülmektedir. Küresel ısınma konusunun haberlerde sıklıkla işlenmesi, iklim değişikliğini anlamaya ve anlamlandırmaya yönelik önemli başlıklar arasında yerini almaktadır. Gazetenin en sık haberleştirdiği ikinci konu ise araştırma kapsamına dâhil edilen tarihler dolayısıyla gündemde sıklıkla yer alan “İklim Değişikliğine Yönelik Yasal Düzenlemeler”dir (%23,70). İklim değişikliğinin ciddi sonuçları arasında yer alan “Kuraklık” (%15,55) kamuoyunun iklim değişikliği hakkında bilgilendirilmesi noktasında haber değeri açısından önemlidir. Analiz dâhilindeki haberler arasında, “İklim Değişikliğine Dair Çalışmalar/Politikalar/Önlemler” (%14,07) oranında, “Diğer” kategorisi (%5,18) oranında ve “Su Yetersizliği/Kirliliği” (%3,70) oranında yer almaktadır.

**Tablo 6. 8.** Sabah Gazetesine Ait Haberlerin Konu Dağılımları

| <b>Konu Dağılımı</b>                                     | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|----------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Kuraklık                                                 | 13         | 6,16         |
| Küresel Isınma                                           | 69         | 32,70        |
| Su Yetersizliği/Kirliliği                                | 8          | 3,79         |
| İklim Değişikliğine Yönelik Yasal Düzenlemeler           | 71         | 33,64        |
| İklim Değişikliğine Dair Çalışmalar/Politikalar/Önlemler | 43         | 20,37        |
| Diğer                                                    | 7          | 3,31         |
| <b>TOPLAM</b>                                            | <b>211</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.8’de Sabah gazetesinin iklim değişikliğine dair yayımladığı haber konuları yer almaktadır. Haber konuları arasında “İklim Değişikliğine Yönelik Yasal Düzenlemeler” (%33,64) gündemi yansıtmaları dolayısıyla haber sayısı olarak ilk sırada olduğu düşünülmektedir. Haberin tematik bağlamını karşılayan ve iklim değişikliğinin açıklanması için gerekli olan “Küresel Isınma” da (%32,70) en sık haberleştirilen konular arasındadır. İklim değişikliğine yönelik alınan önlemler içerisinde yer alan belediye faaliyetleri, bankaların karbon nötr uygulamalarının “İklim Değişikliğine Dair Çalışmalar/Politikalar/Önlemler” (%20,37) başlığı altında sıklıkla gündemde yer aldığı görülmüştür. İklim değişikliğinde yaşanan değişimler arasında yer alan “Kuraklık” haberleri (%6,16) “Su Yetersizliği/Kirliliği” (%3,79) ve “Diğer” (%3,31) oranlarıyla son sıralarda yer almaktadır.

Haberin kurgulanması ve belirli bir çerçevesinin oluşturulması noktasında öznenin varlığı önemlidir. Haberin öznesi, haberin hangi bağlamda ele alındığını ve buna bağlı olarak kullanılacak sayısal veriler, metaforlar vb. özellikleri etkilemektedir. Aynı bağlam üzerinden haber yapılırken, haberde özneler farklı konumlandırılabilir. Bu özneler bazen siyasi aktör olabileceği gibi bazen bilimsel bir toplantı da olabilmektedir. Haberde öne çıkan aktör veya özne haberin hangi kitleye hitap edeceği doğrultusunda da önem taşıyabilmektedir.

Araştırma kapsamında haberler, Tablo 6.9’da on (10) farklı özne şeklinde değerlendirilmeye alınmıştır. Bu özneler “TBMM”, “siyasi aktör”, “araştırma”, “bilimsel toplantı”, “bilim insanı”, “kitap/dergi”, “rapor”, “anlaşma/bildirge”, “tarımsal üretim” ve “diğer” kodlamaları altında değerlendirilmiştir. Bu kodlamalardan ilki olan “TBMM” öznesi bağlamında ele alınan haberlerin içerikleri, Paris Anlaşması ve iklim değişikliği düzenlemelerinin TBMM kapsamında kanun yoluna taşınması ve TBMM’den çıkacak kararlara ilişkindir. “Siyasi aktör” öznesinin öne çıktığı haberler ise siyasi aktörlerin Paris Anlaşmasına ve iklim krizine yönelik konuşmalarını içermektedir. Değerlendirilmeye alınan diğer bir kodlama olan “tarımsal üretim” öznesi bağlamında değerlendirilen haberlerde iklim değişikliğine bağlı olarak tarımsal faaliyetlere ilişkin detaylı bilgilerin yer alması dikkat çekici bulunmuştur. “Diğer” kodlaması altında yer alan özneler ise küresel ısınma, iklim değişikliği, su yetersizliği, kuraklık ve bu durumlara yönelik gerçekleştirilen eylemler noktasında kategorilendirilmiştir.

**Tablo 6. 9.** Yeni Şafak Gazetesine Ait Haber Özneleri

| <b>Özne</b>       | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------|------------|--------------|
| TBMM              | 8          | 6,66         |
| Siyasi Aktör      | 34         | 28,33        |
| Araştırma         | 15         | 12,49        |
| Bilimsel Toplantı | 3          | 2,49         |
| Bilim İnsanı      | 6          | 4,99         |
| Kitap/Dergi       | 1          | 0,83         |
| Rapor             | 13         | 10,83        |
| Anlaşma/Bildirge  | 3          | 2,49         |
| Tarımsal Üretim   | 7          | 5,83         |
| Diğer             | 30         | 24,99        |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>120</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.9’da Yeni Şafak gazetesine ait haberlerin özneleri yer almaktadır. Haberler arasında “siyasi aktör” (%28,33) öznesi çoğunluğu oluşturmaktadır. İklim ve küresel ısınma temalı haberler, siyasi aktörler çerçevesinde konumlandırılmıştır. İkinci olarak “diğer” (%24,99) öznesi haberlerde ön plandadır. Bu kodlama altında küresel ısınma, iklim değişikliği, su yetersizliği gibi haberler ve bu durumlara yönelik yapılan eylemler çerçevelenmiştir. “Araştırma” (%12,49) öznesi haberlerde üçüncü sırada yer almaktadır. Muhabirlerin sıklıkla araştırma haberi yayımladıkları bilinmektedir. Haberlerin dördüncü olarak ortaya çıkan öznesini “rapor” (%10,83) oluşturmaktadır. Yapılan araştırma ve incelemeler sonucunda konu hakkında kamuoyuna sunulan raporlar, bu kodlama altındaki haberleri

oluşturmaktadır. “TBMM” ise %6,66’lık bir oranla haberlerde kullanılan özneler arasındadır. Söz konusu küresel ısınma ve iklim değişikliği konusunda yapılan kanun tasarıları, alınan kararlar neticesinde haberin öznesi konumunda TBMM görülmektedir. İklimle bağlı gelişen tarımsal üretim süreçlerinin haberlerde özne konumunda bulunması “tarımsal üretim” (%5,83) kodlaması şeklindedir. “Bilim insanları” (%4,99) haberlerde özne olarak son sıralarda yer almaktadır. Hemen ardından küresel ısınma ve iklim değişikliği bağlamında yapılan “anlaşma/bildirge” (%2,49), “bilimsel toplantılar” (%2,49) ve son olarak “kitap/dergi” (%0,83) görülmektedir.

**Tablo 6. 10.** Hürriyet Gazetesine Ait Haber Özneleri

| Özne              | f          | %            |
|-------------------|------------|--------------|
| TBMM              | 3          | 1,03         |
| Siyasi Aktör      | 68         | 23,52        |
| Araştırma         | 58         | 20,06        |
| Bilimsel Toplantı | 9          | 3,11         |
| Bilim İnsanı      | 4          | 1,38         |
| Kitap/Dergi       | 2          | 0,69         |
| Rapor             | 34         | 11,76        |
| Anlaşma/Bildirge  | 8          | 2,76         |
| Tarımsal Üretim   | 10         | 3,46         |
| Diğer             | 93         | 32,17        |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>289</b> | <b>100,0</b> |

Yukarıda yer alan Tablo 6.10’da Hürriyet gazetesine ait haberlerin özneleri yer almaktadır. Haberlerde en fazla yer verilen öznenin “siyasi aktör” (%23,52) olduğu görülmektedir. İkinci olarak “diğer” (%32,17) öznesi yer alırken, üçüncü sırada ise “araştırma” öznesi (%20,06) haberlerin çerçevelerini oluşturmaktadır. Haberlerde özne konumunda olan bir diğer kodlama ise “rapor” (%11,76)’dur. Hemen ardından “tarımsal üretim” (%3,46), “bilim insanı” (%1,38), “anlaşma/bildirge” (%2,76), “TBMM” (%1,03) ve son olarak “kitap/dergi” (%0,69) yer almaktadır.

**Tablo 6. 11.** Sözcü Gazetesine Ait Haber Özneleri

| Özne              | f          | %            |
|-------------------|------------|--------------|
| TBMM              | -          | -            |
| Siyasi Aktör      | 31         | 22,96        |
| Araştırma         | 42         | 31,11        |
| Bilimsel Toplantı | 6          | 4,44         |
| Bilim İnsanı      | -          | -            |
| Kitap/Dergi       | -          | -            |
| Rapor             | 10         | 7,40         |
| Anlaşma/Bildirge  | 8          | 5,92         |
| Tarımsal Üretim   | 6          | 4,44         |
| Diğer             | 32         | 23,70        |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>135</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.11’de Sözcü gazetesinin haberde yer alan özneleri bulunmaktadır. Bu tabloya göre, Sözcü gazetesi haberlerinde en çok “araştırma” (%31,11) öznesine yer vermiştir. İkinci olarak “diğer” (%23,70) kategorisi görülmektedir. Gazete “siyasi aktörler” (%22,96) öznesine, bu bağlamda siyasi kişilerin söz konusu konu hakkında yaptıkları konuşmalara sıklıkla yer vermiştir. Haberlerde yer alan

bir diğer özne ise “rapor” (%7,40) olarak gözlemlenmektedir. Hemen ardından “anlaşma/bildirge” (%5,92) ve birbirine eşit oranda yer alan “bilimsel toplantı” (%4,44) ve “tarımsal üretim” (%4,44) özneleri yer almaktadır. Sözcü gazetesinde temelde diğer gazetelerden farklı olarak, “TBMM”, “bilim insanı” ve “kitap/dergi” kategorilerine ait haber öznelerine rastlanmamıştır.

**Tablo 6. 12.** Sabah Gazetesine Ait Haber Özneleri

| Özne              | f          | %            |
|-------------------|------------|--------------|
| TBMM              | 6          | 2,84         |
| Siyasi Aktör      | 69         | 32,70        |
| Araştırma         | 37         | 17,53        |
| Bilimsel Toplantı | 5          | 2,36         |
| Bilim İnsanı      | 2          | 0,94         |
| Kitap/Dergi       | 1          | 0,47         |
| Rapor             | 19         | 9,00         |
| Anlaşma/Bildirge  | 16         | 7,58         |
| Tarımsal Üretim   | 2          | 0,94         |
| Diğer             | 54         | 25,59        |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>211</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.12’de Sabah gazetesine ait haber özneleri görülmektedir. Sabah gazetesi küresel ısınma ve iklim değişikliği haberlerini ele alırken “siyasi aktör” (%32,70) öznesine sıklıkla yer vermiştir. Gazetenin ikinci olarak yer verdiği özne “diğer” (%25,59) kodlamasına aittir. Üçüncü olarak ise “araştırma” (%17,53) öznesi gelmektedir. “Rapor” (%9,00) da haberlerde öne çıkan özneler arasındadır. Hemen ardından “anlaşma/bildirge” (%7,58) de yine haberlerde öne çıkan özneler arasındadır. “TBMM” (%2,84), “bilimsel toplantı” (%2,36) ve eşit şekilde bulunan “bilim insanı” (%0,94) ile “tarımsal üretim” (%0,94) haber öznesi olarak yer almaktadır. Haberlerin öne çıkan özneleri arasında en az olarak “kitap/dergi” (%0,47) bulunmaktadır.

#### *Haberin Menşei veya Haber Organizasyonu*

Haberin menşei veya haberin organizasyonu “iç” ve “dış” olmak üzere iki farklı kategoride incelenmiştir. İç haber organizasyonları *ulusal haber ajansları* olarak değerlendirilirken, dış haber organizasyonları *uluslararası faaliyet gösteren ajanslarını* temsil etmektedir. Bu noktada incelenen haber içerisinde ajansların yer almadığı durumlar “belirtilmemiştir” şeklinde ifade edilmiştir. Ayrıca belirtmelidir ki uluslararası bir konuda, dış haber kaynaklarından alınan bilgilerin kamuoyu ile paylaşılması, okuyucunun durumdan haberdar olması noktasında önem arz etmektedir. Yine iç haber kaynakları da bir sonraki başlık altında kendi içerisinde (muhabir, haber ajansları, web/gazete, kaynaksız) olmak üzere dört (4) kategoride incelenmiştir.

**Tablo 6. 13.** Yeni Şafak Gazetesine Ait Haber Menşei veya Haber Organizasyonu

| <b>Kaynaklar</b>          | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|---------------------------|------------|--------------|
| Ulusal Haber Ajansları    | 107        | 89,16        |
| Uluslararası Haber Ajansı | 1          | 0,83         |
| Belirtilmemiş             | 12         | 9,99         |
| <b>TOPLAM</b>             | <b>120</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.13'te yer alan verilere göre Yeni Şafak gazetesinin yayınlamış olduğu toplam 120 haberden “Ulusal Haber Ajansları” (%89,16) en çok yararlanılan menşei arasındadır. İkinci olarak haberin menşeinin ibraz edilmediği haberler olan “Belirtilmemiş” (%9,99) kategorisi altında değerlendirilmiştir. Son olarak, “Uluslararası Haber Ajansları” (%0,83) bu bağlamda en az yararlanılan haber organizasyonu olmuştur.

**Tablo 6. 14.** Hürriyet Gazetesine Ait Haber Menşei veya Haber Organizasyonu

| <b>Kaynaklar</b>          | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|---------------------------|------------|--------------|
| Ulusal Haber Ajansları    | 153        | 52,94        |
| Uluslararası Haber Ajansı | 23         | 7,95         |
| Belirtilmemiş             | 113        | 39,10        |
| <b>TOPLAM</b>             | <b>289</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.14'te yer alan Hürriyet gazetesine ait haber organizasyonlarına bakıldığında, ilk sırada “Ulusal Haber Ajansları” (%52,94) yer almaktadır. İkinci olarak haberin menşeinin ibraz edilmediği haberler olan “Belirtilmemiş” (%39,10) görülmektedir. Son olarak en az yararlanılan dış haberler “Uluslararası Haber Ajansları” (%7,95) şeklindedir.

**Tablo 6. 15.** Sözcü Gazetesine Ait Haber Menşei veya Haber Organizasyonu

| <b>Kaynaklar</b>          | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|---------------------------|------------|--------------|
| Ulusal Haber Ajansları    | 98         | 72,59        |
| Uluslararası Haber Ajansı | 3          | 2,22         |
| Belirtilmemiş             | 34         | 25,18        |
| <b>TOPLAM</b>             | <b>135</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.15'te Sözcü gazetesi haber organizasyonlarına ait veriler yer almaktadır. Buna göre en çok “Ulusal Haber Ajansları” (%72,59) kategorisinde haber sayısı fazladır. İkinci olarak haberin menşeinin ibraz edilmediği haberler olan “Belirtilmemiş” (%25,18) kategorisine ait veriler bulunmaktadır. “Uluslararası Haber Ajansları” (%2,22) en az yararlanılan menşei olmuştur.

**Tablo 6. 16.** Sabah Gazetesine Ait Haber Menşei veya Haber Organizasyonu

| <b>Kaynaklar</b>          | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|---------------------------|------------|--------------|
| Ulusal Haber Ajansları    | 150        | 71,09        |
| Uluslararası Haber Ajansı | 4          | 1,89         |
| Belirtilmemiş             | 59         | 27,96        |
| <b>TOPLAM</b>             | <b>211</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.16’da Sabah gazetesine ait verilere bakıldığında en çok “Ulusal Haber Ajansları”ndan (%71,09) yararlanıldığı görülmektedir. İkinci olarak ise haberin menşinin ibraz edilmediği haberler olan “Belirtilmemiş” (%27,96) olarak gözlemlenmiştir. Son olarak, yayımlanan haberler arasında en az “Uluslararası Haber Ajansları” (%1,89) yer almaktadır.

#### *Haberde Kullanılan Kaynaklar*

Yayımlanan haberler muhabir, gazete/web sitesi veya ajanslara ait olabilmektedir. Haberin altında yer alan kaynak bilgisi, okuyucunun haberin nereye ait olduğunu bilmesi, buna yönelik haberin takibini yapabilmesi açısından önemlidir. Yeni Şafak, Hürriyet, Sözcü ve Sabah gazetesinin haberlerine yönelik yapılan içerik analizinde kaynaklar; “Muhabir”, “Gazete/Web Sitesi”, “Ajans”, “Kaynaksız” ve “Diğer” olarak değerlendirilmiştir. “Diğer” kategorisi altında değerlendirilmeye alınan haberlerin kaynak kullanımına ilişkin sunumları “Diğer” şeklinde okuyucuya verilmiştir.

**Tablo 6. 17.** Yeni Şafak Gazetesine Ait Haberde Kullanılan Kaynakların Dağılımı

| <b>Kaynaklar</b>  | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------|------------|--------------|
| Muhabir           | 16         | 13,33        |
| Gazete/Web Sitesi | 28         | 23,33        |
| Ajans             | 61         | 50,83        |
| Kaynaksız         | 9          | 7,49         |
| Diğer             | 6          | 4,99         |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>120</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.17’ye göre Yeni Şafak gazetesinin haberlerinde kullandığı kaynak dağılımının ilk sırasında “Ajans” (%50,83) haberleri yer almaktadır. Gazete ikinci olarak “Gazete/Web Sitesi” (%23,33) kaynağına yer vermektedir. Kaynaklar arasında sayısal bağlamda üçüncü olarak ise “Muhabir”lerin (%13,33) oluşturduğu haberler görülmektedir. İncelenen bazı haberlerin ise kaynaklarının belirtilmediği “Kaynaksız” (7,49), geriye kalan haberlerin ise “Diğer” (%4,99) olarak servis edildiği görülmektedir.

**Tablo 6. 18.** Hürriyet Gazetesine Ait Haberde kullanılan Kaynakların Dağılımı

| <b>Kaynaklar</b>  | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------|------------|--------------|
| Muhabir           | 60         | 20,76        |
| Gazete/Web Sitesi | 8          | 2,76         |
| Ajans             | 158        | 54,67        |
| Kaynaksız         | 63         | 21,79        |
| Diğer             | 0          | 0            |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>289</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.18’de Hürriyet gazetesine ait haberlerde yer alan kaynak kullanımlarına ilişkin dağılım bulunmaktadır. Tablo 6.18’e göre, Hürriyet gazetesi haberlerinin servisinde en çok “Ajans”lardan (%54,67) yararlanmıştır. İkinci olarak ise haberlerde kaynakların belirtilmediği görülmektedir. Bu durum, tablo 18’de “Kaynaksız” (%21,79) şeklinde belirtilmektedir. Üçüncü olarak ise “Muhabir”ler

(%20,76) tarafından ele alınan haberler görülmektedir. “Gazete/Web Sitesi” %2,76’lık bir orana sahipken, “Diğer” (%0) kategorisi altında hiç haber bulunmamaktadır.

**Tablo 6. 19.** Sözcü Gazetesine Ait Haberde Kullanılan Kaynakların Dağılımı

| <b>Kaynaklar</b>  | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------|------------|--------------|
| Muhabir           | 27         | 19,99        |
| Gazete/Web Sitesi | 35         | 25,92        |
| Ajans             | 39         | 28,88        |
| Kaynaksız         | 32         | 23,70        |
| Diğer             | 2          | 1,48         |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>135</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.19’da Sözcü gazetesine ait haberlerin kaynak kullanımlarına ilişkin veriler yer almaktadır. Sözcü gazetesi haberlerinde en çok “Ajans” (%28,88), ikinci olarak “Gazete/Web Sitesi” (%25,92) kategorilerinden yararlanmıştır. Üçüncü olarak haberlerinde kaynak kullanmadığı “Kaynaksız” (%23,70) sınıflandırması görülmektedir. Sözcü gazetesi “Muhabir” (%19,99) ve “Diğer” (%1,48) kategorilerinden de yararlanmıştır.

**Tablo 6. 20.** Sabah Gazetesine Ait Haberde Kullanılan Kaynakların Dağılımı

| <b>Kaynaklar</b>  | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------|------------|--------------|
| Muhabir           | 56         | 26,54        |
| Gazete/Web Sitesi | 4          | 1,89         |
| Ajans             | 88         | 41,70        |
| Kaynaksız         | 63         | 29,85        |
| Diğer             | 0          | 0            |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>211</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.20’de Sabah gazetesine ait haberlerin kaynak dağılımları verilmektedir. Gazetede haberlerde en çok “Ajans” (%41,70) sınıflandırmasından yararlanılmıştır. İkinci olarak haberler “Kaynaksız” (%29,85) şekilde servis edilmiştir. Üçüncü sırada “Muhabir” (%26,54) kategorisi bulunmaktadır. Gazete en az “Gazete/Web Sitesi” (%1,89) kategorisi altında haber yayımlamıştır. Bunlara ek olarak, “Diğer” kategorisinde hiç haber servis edilmemiştir.

#### *Haber İçeriğinde Yer Alan Deontolojik Unsurlar*

Kamuoyuna karşı sorumlu olan mesleklerden olan gazetecilik için etik çerçeve, kati suretle uyulması gereken kurallardandır. Gazetecilik için olmazsa olmazlar arasında yer alan etik mesleki ahlak kuralları, davranış kodları, gazetecilik ilkeleri ve deontolojik unsurlar olarak adlandırılabilir. Bu adlandırmalar, meslek içerisindeki davranış kurallarını belirlemede önemlidir (Uzun, 2007: 12).

Yeni Şafak, Hürriyet, Sabah ve Sözcü gazetelerinde yer alan iklim değişikliği temalı haberlerde yer alan deontolojik unsurlar da belirlenmeye çalışılmıştır. Kodlama cetveline deontolojik unsurlar “bilgi eksiği”, “çarpıtma”, “abartı”, “yorum”, “örtülü reklam”, “herhangi bir deontolojik unsur bulunmuyor” başlıkları altında gruplandırılmıştır. Bilgi eksikliği bağlamı, konunun içeriğinden uzak ve

asıl konuyla ilgili detaylara yer vermeyen haberleri kapsamaktadır. Örneğin haber içeriği iklim değişikliğine bağlı ani yağış ve sel taşkınlıkları olabilmektedir. Ancak haberin başlığı iklim değişikliği olarak verilirken, haberin devamında iklim değişikliğinden söz edilmemekte, nedenleri veya önlemlerine yer verilmemektedir. Örtülü reklam ise haber görünümü tanıtım veya reklamlardır. Bu tarz durumlarda okuyucunun metinde herhangi bir reklam ibaresine rastlamadan, karşısındaki metnin haber olduğunu sanarak okumasıdır. Bu metinler haber metni gibi yazılmasına karşın, içeriğinde belirli bir nesnenin reklamını yapmaktadır.

**Tablo 6. 21.** Yeni Şafak Gazetesine Ait Haberlerde Yer alan Deontolojik Unsurlar

| <b>Deontolojik Öğeler</b>                 | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------------------------------|------------|--------------|
| Bilgi Eksiği                              | 69         | 57,49        |
| Çarpıtma                                  | -          | -            |
| Abartı                                    | 2          | 1,66         |
| Yorum                                     | -          | -            |
| Örtülü Reklam                             | 2          | 1,66         |
| Herhangi Bir Deontolojik Unsur Bulunmuyor | 47         | 39,16        |
| <b>TOPLAM</b>                             | <b>120</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.21’de, Yeni Şafak’ta yer alan haberlerde deontolojik unsur olarak en fazla (%57,49) “Bilgi Eksiği”ne rastlandığı görülmektedir. Haberlerin ana teması iklim değişikliği olmasına rağmen, haberlerin içeriklerinde iklim değişikliğine dair detaylar verilmemiştir. İkinci olarak, değerlendirilen haberlerde “Herhangi Bir Deontolojik Unsur Bulunmuyor” (%39,16) ögesinde de yoğunluk görülmektedir. Üçüncü olarak haberlerde “Abartı” (%1,66) ve “Örtülü Reklam” (%1,66) öğelerine de rastlanmıştır. Değerlendirilen haberlerde “Çarpıtma” ve “Yorum” unsuruna rastlanmamıştır.

**Tablo 6. 22.** Hürriyet Gazetesine Ait Haberlerde Yer alan Deontolojik Unsurlar

| <b>Deontolojik Öğeler</b>                 | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------------------------------|------------|--------------|
| Bilgi Eksiği                              | 70         | 24,22        |
| Çarpıtma                                  | -          | -            |
| Abartı (başlık)                           | 13         | 4,49         |
| Yorum                                     | -          | -            |
| Örtülü Reklam                             | -          | -            |
| Herhangi bir deontolojik unsur bulunmuyor | 206        | 71,28        |
| <b>TOPLAM</b>                             | <b>289</b> | <b>100,0</b> |

Hürriyet gazetesinin haberleri kapsamında değerlendirilen deontolojik unsurlar Tablo 6.22’de verilmiştir ve ilk sırada “Bilgi Eksiği” (%24,22) bulunmaktadır. İkinci olarak haberlerin başlıklarında “Abartı” (%4,49) ifadelerine rastlanmıştır. Üçüncü olarak ise “Herhangi Bir Deontolojik Unsur Bulunmuyor” (%71,28) yer alırken, “Çarpıtma”, “Yorum” ve “Örtülü Reklam” öğelerine yer verilmemiştir.

**Tablo 6. 23.** Sözcü Gazetesine Ait Haberlerde Yer alan Deontolojik Unsurlar

| <b>Deontolojik Öğeler</b>                 | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------------------------------|------------|--------------|
| Bilgi Eksiği                              | 18         | 13,33        |
| Çarpıtma                                  | -          | -            |
| Abartı                                    | -          | -            |
| Yorum                                     | -          | -            |
| Örtülü Reklam                             | -          | -            |
| Herhangi Bir Deontolojik Unsur Bulunmuyor | 117        | 86,66        |
| <b>TOPLAM</b>                             | <b>135</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 6.23'te Sözcü gazetesine ait haberlerde yer alan deontolojik unsurlar gösterilmektedir. Toplam 135 haber içerisinde “Herhangi Bir Deontolojik Unsur Bulunmuyor” (%86,66) kategorisi en fazla olarak öne çıkmaktadır. İkinci olarak ise haberlerde en çok “Bilgi Eksiği”ne (%13,33) rastlanmıştır. Diğer öğelere rastlanmamıştır.

**Tablo 6. 24.** Sabah Gazetesine Ait Haberlerde Yer alan Deontolojik Unsurlar

| <b>Deontolojik Öğeler</b>                 | <b>f</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------------------------------|------------|--------------|
| Bilgi Eksiği                              | 25         | 11,84        |
| Çarpıtma                                  | -          | -            |
| Abartı-başlık                             | 7          | 3,31         |
| Yorum                                     | -          | -            |
| Örtülü Reklam                             | -          | -            |
| Herhangi Bir Deontolojik Unsur Bulunmuyor | 179        | 84,83        |
| <b>TOPLAM</b>                             | <b>211</b> | <b>100,0</b> |

Sabah gazetesinde yer alan deontolojik unsurlar Tablo 6.24'te gösterilmektedir. Tabloya göre, Sabah gazetesinin değerlendirilmeye alınan haberleri arasında en fazla “Herhangi Bir Deontolojik Unsur Bulunmuyor”da (%84,83) bir yoğunluk bulunmaktadır. Hemen ardından ikinci olarak “Bilgi Eksiği” %11,84'lük bir oranla öne çıkarken, üçüncü olarak ise “Abartı Başlık” (%3,31) dikkat çekmektedir. Diğer öğelere ise rastlanmamıştır.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İklim değişikliği, küresel ısınmayla birlikte giderek maddi kaynakların tükendiği bir durum olarak öne çıkmaktadır. Ancak iklim değişikliğinin, canlılara ve doğaya verdiği kalıcı zararlarının yanı sıra sosyolojik bağlamdaki etkileri de birden fazla alanda ele alınmaktadır. Özellikle insan hakları bağlamında ele alınan iklim değişikliği kadınlar, çocuklar, yoksullar gibi kırılgan gruplar üzerinde eşit bir şekilde kendini göstermemektedir. İklim değişikliğinin göçe aracı rolü de bu çerçevede tartışılmaya ihtiyaç duymaktadır. Yaşanan durumun herkesi eşit bir şekilde etkilememesine “iklim adaleti” adı verilirken, meseleye halen gereken önemin verilmediği de düşünülmektedir. İklim değişikliğine yönelik yapılan araştırmalar ve iklim krizine karşı alınabilecek önlemlerin şimdilerde daha sık şekilde gündemde yer alması neticesinde yeni kavramlar ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birisi olan ve kötüleşen iklim şartlarından dolayı oluşan korkuyu ifade eden ekofobinin çocuklar üzerindeki olası etkilerine odaklanan çalışmaların yapılması dahi duruma atfedilen güncel önemin bir göstergesi olarak görülebilir.

Yeni medya dolayısıyla iklim değişikliğinin, özellikle aktivist pratiklerle kendisine farklı bir özgürlük alanı yarattığı görülmektedir. Greta Thunberg ile başlayan iklim değişikliğine yönelik aktivist pratiklerin görünürlüğü, bugün tüm dünyada toplumsal geleceği daha iyi inşa etmek amacıyla giderek artar bir hale gelmiştir. Thunberg’in *Birleşmiş Milletler İklim Zirvesi*’nde yaptığı konuşma ile iklim aktivizmi hem geleneksel hem de dijital medyada ses getirmeyi başarmıştır. 16 yaşındaki İsveçli iklim aktivist Thunberg’in yapmış olduğu konuşmada iklim krizinin mevcudiyetine cesur şekilde işaret etmiş, duruma ilişkin ifade ettiği farkındalık yaratma ve müdahale çağrısı popüler olmuştur. Burada, onun iklim gündemine dikkat çekmek adına hashtag’leri (#) etkili ve kitlesel bir araç olarak kullanması da (Twitter’da) önemlidir. Thunberg’in küresel düzeyde karşılık bulan tavrı, medyada çokça haberleştirilmiş ve iklim haberlerinin önemini düşündürmüştür.

Medya ve sosyal ağlar sayesinde dijital aktivizm kavramı gelişirken, şimdilerde dijitalin etkin bir şekilde kullanıldığı iklim aktivizminde, birçok haber sitesi dikkat çekmektedir. En güncel gelişmeleri paylaşan *İklim Haber*, *Yeşil Gazete* bu örnekler arasındadır. Yine dayanışmayı arttırmayı hedefleyen *Ekoloji Birliği*, dijital pratikler ile oluşturulan mini belgeselleri ile *iklim.teyit.org* Türkiye’de dikkat çeken çevrimiçi faaliyet yürüten oluşumlardır. Dijital aktivist pratikler arasında *Change.org* web sitesi, dijital imzaların toplanmasına olanak sağlamaktadır ve yeni medyanın olanaklarının iklim aktivizmi çerçevesindeki pozitif çıktılarına nitelemektedir. Kamuoyunun bilgilendirilmesini sağlayan merkez basında, çevre haberlerinin sıklıkla yer almadığı bilinmektedir. Özellikle iklim konusundaki haberler, bu çerçevede dikkat çekmektedir ve ilgili içerikler sadece uzak geleceğe ilişkin kaygılar olarak düşünülmemelidir. Son yıllarda Türkiye’de ve tüm dünyada iklim değişikliğinin etkileri yoğun bir şekilde hissedilmektedir. Bu nedenle artan şekilde sivil toplum kuruluşları, belediyeler, üniversiteler, kurumlar ve uluslararası örgütler iklim değişikliği sorununa yönelik iyileştirmeler yönetmektedirler. Sadece çevre haberlerinin alt bir kolu olarak düşünülmemesi gereken iklim haberciliği bu tezin konusunu, güncel bir habercilik yönelimi olması ve sahip olduğu önem çerçevesinde oluşturmaktadır.

İklim haberleri çevre haberciliği altında verilmek yerine iklim haberciliği çerçevesinde verilmelidir. Bu nedenle bu tezde iklim haberciliğinin yeni ve öznel bir habercilik türü olarak kabul görmesi amaçlanmıştır. Nitekim bu çalışma hazırlanırken yürütülen literatür taramasında da uluslararası düzeyde bu yönde bir yönelim ve kabulün varlığı gözlenmiştir. Ek olarak, yeni medya ortam ve uygulamalarının da iklim haberciliği için ergonomik argümanları sunabileceği düşünülmektedir.

Bu tezde, kategorik olarak belirlenmiş verilerin sistematik bir şekilde yorumlanması amacıyla nicel ve nitel içerik analizi yöntemi kullanılmış ve Türk ulusal basınına temsilen farklı ideolojilerde oldukları bilinen Sözcü, Hürriyet, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin (resmi internet siteleri) iklim haberciliği yönelimi, iklim haberlerine yer verme durumları üzerinden incelenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen gazetelerde toplam 755 habere ulaşılmıştır. Haber sayısının beklenilenden yüksek olması, analiz tarih aralığında Türkiye'nin Paris Anlaşması'nı imzalaması ile iklim haberlerinin gündeme taşınması ile ilgilidir. Haber sayıları, gazetelerin mevcut konuyu dikkate alma oranıyla eş değer görülebilmektedir. Bu doğrultuda iklim krizi hakkında en az haber sayısına "Yeni Şafak (120)" gazetesinde ulaşıırken, en fazla haber ise "Hürriyet (289)" gazetesine aittir. Haberin okunurluğunu artırmak amaçlı kullanılan, haberin en vurucu yeri olan başlıkların içerikle uyumuna bakıldığında ise "Sözcü (%100)" gazetesinin abartıdan uzak, içeriğe uygun başlıklarla haberlerini servis ettiği söylenebilir. Özellikle profesyonellik gerektiren iklim krizi meselesinde, haberde uzman görüşlerinin yer alması önem arz etmektedir. Bunlara ek olarak uzman görüşleri, iklim haberciliğinde yaşanan olumsuz durumları okuyucuda çaresizlik ve korku yaratmasına izin vermeyecektir. Buna göre, incelenen tüm gazetelerde genel olarak uzman görüşleri arasında öğretim üyelerinin, sivil toplum kuruluşlarının, araştırma komisyonlarının ve kurum yetkililerinin görüşlerine sıklıkla rastlandığı görülmektedir. Haberin bir diğer özetleyici ve çarpıcı unsuru da kullanılan görsellerdir. Haber içeriğine uygun seçilen görseller, haberin retoriğini güçlendirmektedir. Kapsam dâhilinde yer alan haberlere bakıldığında genel olarak görsel unsurların kullanıldığı görülürken, bu görsellerin dört gazetede benzer özelliklerde, arşiv temalı olduğu dikkat çekmektedir. Dolayısıyla kullanılan görsellerin haberin anlatımını güçlendirmek adına olduğu düşünülmeyebilir. Haberin sadece metinle sınırlı kalmayıp, görseller ile anlaşılır olmasını sağlayan grafiklerin kullanımının ise oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Sonuç olarak, araştırma kapsamına alınan dönemde ilgili gazetelerde oldukça fazla haber sayısının olması iklim krizine ilişkin medyanın durum ve gelişmeleri takip ettiğini göstermektedir. Küresel bir sorun olan ve diğer doğa olaylarından ayrılan iklim krizi, haber değeri yüksek, güncel mücadeleye haiz de olan bir konudur. Bu noktada "iklim haberciliği" söyleminin literatüre kazandırılması, iklim krizinin spesifik bir bağlam üzerinden ele alınması ve iklim krizinin görünür olması ile kendine ait bir alanda değerlendirilmesi açısından önem arz edecektir.

## KAYNAKLAR

- Agrawala, S. (1998). Structural and Process History of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Princeton University.
- Akgün Yüksekli, B. (2017). Yeni Medyanın mekansal ve dijital aktivizmdeki rolü: Kent kaşifliği örneği. *Ege Mimarlık*, 18-23. <https://egemimarlik.org/cevirim-ici-okuma/97/1335/> adresinden 12 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Akın, G. (2006). Küresel ısınma, nedenleri ve sonuçları. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 46 (2), 29-43.
- Aksay, S. C., Ketenoglu, O., ve Kurt, L. (2005). Küresel ısınma ve iklim değişikliği. *Selçuk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Fen Dergisi*, 29-41.
- Aksu, O. (2018). İnternet eşitsizliği konusunda dijital aktivistlerin görüşlerinin belirlenmesi. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi- AUAd*, 4(2), 143-156.
- Aktaş, C. (2007). İnternet'in gazeteciliğe getirdiği yenilikler. *Selçuk İletişim*, 5 (1), 30-41.
- Allan, S. (2006). *Online news: Journalism and the internet*. Open University Press- McGraw-Hill Education (UK).
- Altunay, A. (2015). Bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9 (1), 410-428.
- Ankara Büyükşehir Belediyesi. (2021). *Ankara ili yerel iklim değişikliği eylem planı*. Ankara. <https://www.ankara.bel.tr/files/2022/06/22/0b663954d523bfee1d1e1d5fa66a082f.pdf> adresinden 7 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- Arklan, Ü. ve Taşdemir, E. (2008). Bilgi Toplumu ve İletişim: Bilginin yayılması sürecinde kitle iletişim araçları ve internet. *Selçuk İletişim*, 5(3), 67-80.
- Aslan, H. (2015). *Geleneksel gazeteciliğin çevrimiçi gazeteciliğin bir sonucu olarak dönüşümü*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Sistemleri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Assadourian, E. (2010). Sosyal hareketlerin gücü. L. S. Mastny (Dü.), *Dünyanın durumu 2010: Kültürleri dönüştürmek tüketiciilikten sürdürülebilirliğe* (ss. 195-221) içinde (D. Körpe, Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu. (2021). Gençler iklim krizine karşı seslerini duyuruyor. <https://www.avrupa.info.tr/tr/pr/gencler-iklim-krizine-karsi-seslerini-duyuruyor-10689> / adresinden 3 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu. (2021). Gec olmadan (İklim Elcileri). <https://www.avrupa.info.tr/tr/gecolmadan-iklim-elcileri-10623> / adresinden 3 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Aydoğan, D. (2013). Türkiye'de dijital gazetecilik: Habertürk ve hürriyet gazeteleri örneği. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 3(3), 26-40.
- Ayhan, A. ve Aydın, Ö. (2015). İnternet gazetelerindeki okur yorumlarına yönelik bir analiz (Özgecan Aslan cinayeti örneği). *Global Media Journal TR Edition*, 6(11), 75-89.
- Aykaç, B. (2018). Küresel iklim değişikliğinin internet haberlerinde çerçevelenmesi. *Muhakeme Dergisi*, 1(2), 73-84.
- Ayten, A. (2014). Yöndeşme ve gazetecilik M. Demir (Ed.), *Yeni Medya Üzerine* (ss. 93-121), içinde. Literatürk Academia.

- Basmacı, G. (2021). Çevre gazeteciliği bağlamında termik santrallerle ilgili haberlerin incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Fakültesi*, 14 (3), 1213-1258.
- Başka Bir Okul Mümkün Derneği (BBOM) Ekoloji Çemberi (2019). İklim Değişikliğinin Anlamak ve Aktarmak. <http://www.baskabirolukulumunkun.org/model-iklim-degisikligini-anlamak-ve-aktarmak/> 20 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- BBC. (2021, 14 Kasım). *COP26 İklim Zirvesi'nde varılan anlaşma neler öngörüyor?*. BBC <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-59277754>.
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi / Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Siyasal Kitabevi.
- Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu. (2007). M. Binark (Dü.). *Yeni Medya Çalışmaları* içinde. Dipnot Yayınları.
- Binark, M. (2015). Yeni medya çalışmaları özel sayısı hakkında: Neden. *Folklor/Edebiyat*, 21(83).
- Bir Buçuk Derece (t.y.) 16.12.2021 tarihinde <https://www.birbucukderece.com> adresinden alınmıştır.
- Bir Buçuk Derece. <https://www.birbucukderece.com> adresinden 16.12.2021 tarihinde alınmıştır.
- Bölgesel Çevre Merkezi (REC) -Türkiye. (2015). *A'dan Z'ye iklim değişikliği başucu rehberi*. [https://recturkey.files.wordpress.com/2016/11/adanzye\\_iklim\\_degisikligi\\_basucurehberi.pdf](https://recturkey.files.wordpress.com/2016/11/adanzye_iklim_degisikligi_basucurehberi.pdf) / adresinden 2 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Briggs, A., ve Burke, P. (2011). *Medyanın toplumsal tarihi: Gutenberg'ten internet'e*. (E. Uzun ve Ü.H. Yolsal, Çev.). Kırmızı Yayınları.
- Brusilovsky, P. (2001). Adaptive Hypermedia. *Kluwer Academic Publishers*, 87-110.
- Bulunmaz, B. (2011). İnternet gazeteciliğinin medya dünyası içindeki rolü ve ekonomik boyutları. *Marmara İletişim Dergisi*, (18), 27-46.
- Burnett, R. (2007). *İmgeler nasıl düşünür?* (P. Güçsal, Çev.). Metis Yayınları.
- Buzbaş, Ö. G. (2019). *Teknolojik determinizm ve yöndeşme olgusu bağlamında Türkiye'de Spor yayıncılığı: Tivibuspor örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Cammaerts, B. (2015). Social Media and Activism. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society-LSE Research Online*, 1027-1034.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt 1 Ağ Toplumunun Yükselişi*. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Change.org(t.y.) 16.12.2021 tarihinde <https://www.change.org> adresinden alınmıştır.
- Comfort, S., Tandoc, E. ve Gruszczynski, M. (2020). Who is heard in climate change journalism? Sourcing patterns in climate change news in China, India, Singapore, and Thailand. *Climatic Change*, 158, 327-343.
- Congar, K. (2021, 22 Mayıs). Dünya Günü nedir? 5 maddede 22 Nisan Dünya Günü, Euronews. <https://tr.euronews.com>
- Corvellec, H. (2019). Qualification As Corporate Activism: How Swedish Apparel Retailers Attach Circular Fashion Qualities to Takeback Systems. *Scandinavian Journal of Management*.
- Çağlak, E. (2013). Kitle iletişim araçlarındaki teknolojik gelişmelerin haber üzerine etkileri. [Doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Çakır, H. (2007). Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(22), 123-149.

- Çakır, S. Y. (2017). Sosyal medyada dijital aktivist hareketler üzerine kuramsal bir inceleme. *Gümüşhane üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2).
- Çaycı, B., ve Karagülle, A. E. (2016). İletişimin dijitalleşmesi ve kültürel melezleşme. *Global Media Journal TR Edition*, 6 (12).
- Çelebi, A. (2007). Türkiye’de yerel basının sorunları çerçevesinde gazeteci yerel otorite çatışması üzerine örnek bir olay: Sinan Kara ve Datça Haber Gazetesi. S. Gezgin (Dü.). *Türkiye’de Yerel Basın* (ss. 118-134) içinde, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Çevikel, A. G. (2004). Türkçe haber siteleri ve Türkiye’de internet gazeteciliğinin gelişimini sınırlayan faktörler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 147-163.
- Çoban, B. (2009). Yeni toplumsal hareketler: Küreselleşme çağında toplumsal muhalefet. B. Çoban (Dü.). *Küreselleşme, Direniş, Ütopya - Yeni Toplumsal Hareketler* (ss. 9-42). içinde, Kalkedon Yayınlar.
- Değirmencioglu, G. (2016). Dijitalleşme çağında gazeteciliğin geleceği ve inovasyon haberciliği. *TRT Akademi*, 1 (2), 590-606.
- Demirer, G. (2019, 11 Kasım). *Muhafazakar erkekler neden Greta’dan nefret ediyor?* İklim Haber. <https://www.iklimhaber.org/muhafazakar-erkekler-neden-gretadan-nefret-ediyor>
- Denizer, M. C. (2019). Türkiye’de İlk Dönem İnternet Servis Sağlayıcıları: Bir Arşiv Denemesi. E. Saka (Dü.). *Yeni Medya Çalışmaları V- Yeni Medya Çalışmaları V*. İçinde. Alternatif Bilişim.
- Devran, Y. (2010). *Haber, söylem, ideoloji*. Başlık Yayın Grubu.
- Díaz Romero, L. (2013). Enhancing Civic Engagement in the Digital Age: Global Activism, New Media and the Virtual Public Sphere. *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Sociedad*. Logroño.
- Dijk, J. A. (2006). *The network society social aspects of new*. London: SAGE Publications Ltd.
- Dijk, J. A. (2006). *The network society*. London: SAGE Publications.
- Dijk, J. V. (2016). *Ağ toplumu*. (Ö. Sakin Çev.). Kafka Kitap.
- Dilmen, N. E. (2005). Yönetenler açısından Türkiye’deki internet gazeteleri ve haber portalları üzerine bir değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 22.
- Dilmen, N. ve Ögüt, S. (2006). Yeni iletişim ortamları ve etkileşime iletişimsel bilişim yaklaşımı. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı*.
- Dimitrov, R. S. (2016). The paris agreement on climate change: Behind Closed Doors. *Global Environmental Politics*, 16 (3), 1-11.
- Doğal Hayatı Koruma Vakfı (2020). *2020 Faaliyet Raporu*. WWF-Türkiye. <https://www.wwf.org.tr/?10880/2020-Faaliyet-Raporu> adresinden 20 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- Doğal Hayatı Koruma Vakfı (2020). *Yaşayan Gezegen Raporu 2020*. WWF-Türkiye. [https://wwftr.awsassets.panda.org/downloads/2020\\_yaayan\\_gezegen\\_raporu\\_ozet\\_10\\_09\\_2020.pdf](https://wwftr.awsassets.panda.org/downloads/2020_yaayan_gezegen_raporu_ozet_10_09_2020.pdf) adresinden 20 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- Duan, R. ve Miller, S. (2021). Climate change in China: A study of news diversity in party-sponsored and market-oriented newspapers. *Journalism*, 22 (10), 2493–2510.
- Dunn, S. ve Flavin, C. (2007). İklim değişikliğini gündemin ön sıralara taşımak.
- Dündar, L. (2018). Yeni medya ve siyasal katılım: 15 Temmuz örneği. *Gazi Akademik Bakış*, 11 (22), 101-115. Doi: <https://doi.org/10.19060/gav.437774>

- EKOIQ. (2021, 18 Ocak). İklim haberciliği ağı kuruldu. EkoIQ. <https://ekoIQ.com/2021/01/18/iklim-haberciligi-agi-kuruldu>
- Ekoloji Birliği (t.y.) 16.12.2021 tarihinde <https://ekolojibirligi.org> adresinden alınmıştır.
- Ekoloji Birliği. <https://ekolojibirligi.org> 16.12.2021 tarihinde alınmıştır.
- Ekosfer [@Ekosferorg]. (2021). Ekosferorg. <https://twitter.com/ekosferorg> adresinden 5 Eylül 2021 tarihinde alınmıştır.
- Fisher, D. R., ve Nasrin, S. (2021). Climate activism and its effects. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 12 (1).
- García Rosales, D. F., ve Abuín Vences, N. (2019). The use of hypertextuality, multimedia, interactivity, and updating on the websites of Spanish political parties. *Communication & Society* 32 (1), 351-367.
- Gedik, E. (2020). Dünyada ve Türkiye’de dijital feminizm incelemesi: Gençlerin dijital aktivizm deneyimleri. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 123-136.
- George, C. (2006). *Contentious journalism and the Internet: Towards democratic discourse in Malaysia and Singapore*. NUS Press- University of Washington Press.
- George, J. J. ve Leidner, D. E. (2019). From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism. *Information & Organization*, forthcoming. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.04.001>
- Geray, H. (2003). *İletişim ve teknoloji uluslararası birikim düzeninde yeni medya politikaları*. Ütopya Yayınevi.
- Geray, H. (2017). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Ütopya Yayınevi.
- Gezgin, S. (2007). Türkiye’de yerel basın. S. Gezgin (Dü.). *Türkiye’de Yerel Basın*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gökçe, O. (2001). *İçerik çözümlemesi*. Selçuk Üniversitesi.
- Greenpeace. (2021). Biz kimiz. <https://www.greenpeace.org> adresinden 7.12.2021 tarihinde alınmıştır.
- Gürbüz, Ö. (2019, 20 Mayıs). *İklim Krizi ve Dilin Önemi*. BirGün. <https://www.birgun.net/haber/iklim-krizi-ve-dilin-onemi-256464>
- Gürcan, H. İ. (1998). Sanal gazete ve gazetecilik. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 15(15), 143-153.
- Gürcan, H. İ., ve Batu, Ç. (2002). *İnternet Haberciliğinde Sanal Yazı İşleri ve Gazetecilikte Değişen Roller*. Türkiye’de İnternet Konferansları.
- Hardy, J. T. (2003). *Climate change: Causes, effects, and solutions*. John Wiley & Sons.
- Hart, P. S. ve Feldman, L. (2014). Threat without efficacy? Climate change on U.S. Network news. *Science Communication*, 36 (3), 325–351.
- Heinonen, A. (1999). *Journalism in the age of the net: Changing society, changing profession*. Tampere University Press.
- Henderson, R., Migdal, A., Reinert, S. A., ve Dekhtyar, P. (2018). Climate change in 2018: Implications for business. *Harvard Business School*, (9), 317-032.
- Houghton, J. (2005). Global warming. *Reports on Progress in Physics*, 1343–1403.
- IPCC (2019). *Climate Change and Land*. <https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/4/2021/07/210714-IPCCJ7230-SRCCL-Complete-BOOK-HRES.pdf> adresinden 20 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.

- IPCC (2021). *Climate Change 2021 The Physical Science Basis*. [https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/downloads/report/IPCC\\_AR6\\_WGI\\_Full\\_Report.pdf](https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/downloads/report/IPCC_AR6_WGI_Full_Report.pdf) adresinden 20 Kasım tarihinde alınmıştır.
- Islam, N. ve Winkel, J. (2017). Climate change and social inequality. *United Nations- DESA Working Paper*. [https://www.un.org/esa/desa/papers/2017/wp152\\_2017.pdf](https://www.un.org/esa/desa/papers/2017/wp152_2017.pdf) adresinden 21 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- İklim Haber (t.y.) 15.12.2021 tarihinde <https://www.iklimhaber.org> adresinden alınmıştır.
- İklim Kampanyacılığı Eğitimi (t.y.). 21 Mart 2021 tarihinde <https://www.change.org/l/tr/iklim-kampanyaciligi-egitimi> adresinden alınmıştır.
- İklimBu (t.y.). 3 Aralık 2021 tarihinde <http://climatechange.boun.edu.tr> adresinden alınmıştır.
- İklimBU (t.y.). *Sera etkisi nedir? İklimBU -Boğaziçi Üniversitesi İklim Değişikliği ve Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi*. <http://climatechange.boun.edu.tr/sera-etkisi-nedir/> adresinden 2 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- İklimHaber (t.y.). 15.12.2021. tarihinde <https://www.iklimhaber.org> adresinden alınmıştır.
- İklimi Duy (t.y.). Proje Hakkında. 3 Aralık 2021. Tarihinde <https://www.iklimiduy.org/proje-hakkinda> adresinden alınmıştır.
- İklimTeyit (t.y.). *Teyit - İklim Dosyası*. 16.12.2021 tarihinde <https://iklim.teyit.org> adresinden alınmıştır.
- İnamoğlu, G. (2018). *Yeni medyada yurttaş gazeteciliğinin yeniden üretimi: Çevre gazeteciliği bağlamında yeşil gazete örneği*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- İspir, B. (2013). Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi. M. C. Öztürk (Dü.). *Dijital İletişim ve Yeni Medya İçinde*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. New York University Press.
- Joyce, M. (2010). Conclusion: Building the Future of Digital Activism. M. Joyce (Dü.). *Digital Activism Decoded- The New Mechanics of Change* içinde. Idebate Press.
- Kadioğlu, M. (2009). Küresel İklim Değişimi ve Türkiye. *Mühendis ve Makina*, 50 (593), 15-25. [http://www1.mmo.org.tr/resimler/dosya\\_ekler/1f2dd133f097238\\_ek.pdf](http://www1.mmo.org.tr/resimler/dosya_ekler/1f2dd133f097238_ek.pdf) adresinden 29 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği. (2016). *The Journal of Academic Social Science Studies*, 42(3), s. 75-94.
- Kanlı, İ. B. ve Başköy, D. (2018). Küreselleşme ve Çevre Sorunları Bağlamında Göç: İklim Mültecileri. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 21-39.
- Kara, H. (2002). İnternet, Gazetecilik ve Yeni Olanaklar. S. Yedig, ve H. Akman (Dü) *İnternet Çağında Gazetecilik* içinde. Metis Yayınları.
- Karatabanoğlu, S., (2021). *Gazetecilikte değişen odak: Çözüm gazeteciliği*. Newslabturkey. <https://www.newslabturkey.org/2021/05/11/gazetecilikte-degis-en-odak-cozum-gazeteciligi/> adresinden 21 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Kaun, A. ve Uldam, J. (2018). Digital Activism: After the Hype. *New Media and Society*, 20, 2099-2106.
- Kılıç, N. (2019). Geleneksel medya ile yeni medyanın karşılaştırılması: Kuramsal bir analiz. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (36), 227-239.
- Kılıç, O. ve Övür A. (2019). Türkiye’de dijital gazeteciliğe geçiş: Habertürk gazetesi örneği. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3(2), 119-126.

- Kırık, A. M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(5), 230-261. doi:DOI: 10.19145/gumuscomm.300815
- Kırık, A. M., ve Özcan, A. (2014). Bir dijital aktivizm örneği: Akıllı ağ çeteleri (Smart Mobs). *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 5 (14), 61-78.
- Kleres, J. ve Wettergren, Å. (2017). Fear, hope, anger, and guilt in climate activism. *Social Movement Studies*, 16 (5), 507-519.
- Kocalar, A. O. (2015). Ekoloji eğitiminde yeni sorun: Ekofobi. *Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi Bildirileri Kitabı*, 596-605. Gazi Üniversitesi.
- Kopper, G. G. (2000). Research review: Online journalism-a report on current and continuing research and major questions in the international discussion. *Journalism Studies*, 1(3), 499-512.
- Kurnaz, L. (2014). Drought in Turkey. *IPC- İstanbul Policy Center*. Sabancı Üniversitesi.
- Landow, G. (2006). *Hypertext 3.0: Critical theory and new media in an era of globalization*. Baltimore. The Johns Hopkins University Press.
- Latour, B. (2017). Güvenli Avrupa. H. Geiselberger (ss. 101-110) içinde, *Büyük gerileme- zamanımızın ruh hali üstüne uluslararası bir tartışma* (M. Şahin, A. Biçen, A. N. Bingöl, ve O. Kılıç, Çev.).
- Mahabir, R., Croitoru, A., Crooks, A., Agouris, P., ve Stefanidis, A. (2018). News coverage, digital activism, and geographical saliency: A case study of refugee camps and volunteered geographical information (13,11). *PLoS ONE*. Doi: org/10.1371/journal.pone.0206825
- Mazlum, S. C. (2019). İklim Değişikliği Eğitim Modülleri Serisi 2. *Küresel iklim politikaları*. Ankara: İklim Değişikliği Alanında Ortak Çabaların Desteklenmesi Projesi (iklimİN). [https://www.iklimin.org/wp-content/uploads/egitimler/seri\\_02.pdf](https://www.iklimin.org/wp-content/uploads/egitimler/seri_02.pdf) adresinden 30 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- McKnight, C., Dillon, A., ve Richardson, J. (1996). User Centred Design of Hypertext/Hypermedia for Education. *Handbook of Research on Educational Communications and Technology* (ss. 622-633) içinde. Macmillan.
- Melki, J. ve Mallat, S. (2014). Digital activism: Efficacies and burdens of social media for civic activism. *Arab Media & Society*, 1-15.
- Meteoroloji Genel Müdürlüğü/ Araştırma Dairesi Başkanlığı Klimatoloji Şube Müdürlüğü (2015). *Yeni Senaryolar ile Türkiye İklim Projeksiyonları ve İklim Değişikliği*. Meteoroloji Genel Müdürlüğü. [https://www.mgm.gov.tr/FILES/iklim/IKLIM\\_DEGISIKLIGI\\_PROJEKSIYONLARI.pdf](https://www.mgm.gov.tr/FILES/iklim/IKLIM_DEGISIKLIGI_PROJEKSIYONLARI.pdf) adresinden 15 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- Miah, M.D., Kabir, M.H., Koike, M. et al. Major climate-change issues covered by the daily newspapers of Bangladesh. *Environmentalist* 31, 67-73 (2011).
- Mihaylov, N. ve Perkins, D. D. (2015). Local Environmental Grassroots Activism: Contributions from Environmental Psychology, Sociology, and Politics. *Behavioral Sciences*, 5(1), 121-153.
- Moor, J., De Vydt, M., Uba, K., ve Wahlström, M. (2021). New Kids on The Block: Taking Stock of The Recent Cycle of Climate Activism. *Social Movement Studies*, 20 (5), 619-625.
- Murdock, G. (2000). Digital Futures: European Television in the Age of Convergence. G. Murdock, J. Wieten, ve P. Dahlgren (Dü.). *Television across Europe: A Comparative Introduction* içinde, Sage Publication.
- Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IT Professional*, 9 (4), 34-41. IEEE.

- Myers, N. ve Kent, J. (1995). *Environmental exodus: An emergent crisis in the global arena*. Climate Institute.
- Narin, F. B. (2015). *İnternet gazeteciliğinde hipermetinsellik: Türkiye örneği* [Yayımlanmamış Doktora Tezi] Ankara Üniversitesi.
- Narmanlıoğlu, H. (2016). İnternet aktivizmi ve miskin eylemcilik üzerine bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi (TOD)* 9 (XXV), 437-454.
- Nisbet, M. C. (2019). The trouble with climate emergency journalism. *Issues in Science and Technology*, 35 (4), 23-26.
- O'Maley, J. (2014). Controlling the web: Hypertextuality, the Iliad, and the Crimes of Previous Generation. R. Scodel (Dü.) (ss.6-28) içinde, *Between Orality and Literacy: Communication and Adaptation in Antiquity*.
- O'Reilly, T. (2009). *What is web 2.0. ?* O'Reilly Media.
- Oblak, T. (2005). The lack of interactivity and hypertextuality in online media. *Sage Publications*, 67(1), 87-106.
- Okmeydan, S. B. (2017). Yeni iletişim teknolojilerini sorgulamak: Etik, Güvenlik ve Mahremiyetin Kesiştiği Nokta. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 347-372.
- Orkunoğlu Şahin, I. F. ve Çiftçi, T. E. (2021). İklim değişikliği ile mücadelede Türkiye için karbon vergisi önerisi. *Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 254-269.
- Ozon Tabakasını İncelten Maddelere Dair Montreal Protokolü (t.y.) 16 Aralık 2021 tarihinde <https://www.mgm.gov.tr/FILES/genel/kitaplar/ozonuv/MontrealProtokolu.pdf> adresinden alınmıştır.
- Önal, H. İ. (1997). Multimedya örneğinde etkileşimli bilgi kaynaklarını değerlendirme. *Türk Kütüphaneciliği* 11(2), 158-170.
- Özcan, E. (2019). Yeni medya ve internet haberciliğinde etik sorunlar. *Online Academic Journal of Information Technology*, 10 (37), 97-116.
- Özdoyran, G. (2020). Post-Truth çağı, Kuram-Yüklü gözlem sorunu ve yeni medya: Facebook "düz dünya türkiye" grubu örneği. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, 7, 139-169.
- Özel, M. & Kılıç, S. (2006). Küresel bir sorun olarak iklim değişikliği ve iklim politikaları. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 137-169.
- Özgen, M. (2000). İnternet ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi- İnternet ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliği*, (10), 57-64.
- Özmen, M. T. (2009). Sera Gazı-Küresel Isınma ve Kyoto Protokolü. *İMO Dergisi* 453 (1), 42-46.
- Özmen, Ş. Y. (2011). Çevre İletişimi: Çevre Haberlerinin Yapısal Analizi ve Okuyucu Farkındalığı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Doktora Tezi, Eskişehir.
- Özudoğru Erdoğan, H. N. (2021). Yeni toplumsal hareketler bağlamında kadın hareketleri: Dijital aktivizm. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (2), 112-119.
- Pavlik, J. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 1(2), 229-237.
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and new media*. Columbia University Press.
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni medya ve gazetecilik*. (M. Demir ve B. Kalsın Çev.). Phoenix.

- Robinson, R. A., Crick, H. Q., Learmonth, J. A. (2009). Travelling through a warming world: Climate change and migratory species. *Endangered Species Research Volume* (7), 87-99.
- Rogers, M. E. (1986). *Communication technology-the new media in society*. Free Press.
- Roser-Renouf, C., Maibach, E., Leiserowitz, A. ve Zhao, X. (2014). The genesis of climate change activism: from key beliefs to political action. *Climatic Change*, 163-178.
- Rupić, M. C. (2020). *#StopAdani: the landscape of environmental activism in Australia*. Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. <https://www.proquest.com/docview/2429057916?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true> adresinden 6 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Ryan, J. (2010). *A history of the internet and the digital future*. Reaktion Books.
- Sachs, J. D. (2019,). *Sürdürülebilir kalkınma çağı*. (B. Gönülşen, Çev.). Yeditepe Üniversitesi Yayınevi.
- Sezen, A. (2007). Bir internet gazetesinin kuruluşu ve gazeteport örneği [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Shea, M., Painter, J.,ve Osaka, S. (2020). Representations of Pacific Islands and climate change in US, UK, and Australian newspaper reporting. *Climatic Change*, 161, 89–108.
- Sivitanides, M. ve Shah, V. (2011). The era of digital activism. *Conference for Information Systems Applied Research*, 1-8.
- Sobel, D. (2014). *Ekofobiye aşmak*. (İ. U. Kelso, Çev.). Yeni İnsan Yayınevi.
- Şahin, M. (2020). İklim değişikliği ve bilim gazeteciliği: avustralya yangınları haberlerinde bilim izi . *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8 (2), 1011-1030.
- Şahin, Ü. ve Erensü, S. (2020). Covid-19 pandemisini ve iklim krizini birlikte okumak. *İpm–Mercator Politika Notu*, 1-28.
- Şahin, Ü. ve Üzelgün, M. A. (2016). İklim değişikliği ve medya. *İstanbul Politikalar Merkezi (İPM)*.
- Şener, G. ve Erdikmen, A. (2019). Türkiye'de erken dönem internet aktivizmi. E. Saka (Dü.). *Yeni Medya Çalışmaları ve Türkiye İnternet Tarihi* (ss.129-183) içinde Literatürk
- T.C. Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (tarih yok). *BMİDÇS ve Türkiye*. <https://iklim.csb.gov.tr/bmidcs-ve-turkiye-i-4376> adresinden 10 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Taşkıran, İ. ve Kırık, A. M. (2016). Gazetecilerin sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanımı: Medya profesyonellerinin bakış açılarını tespit etmeye yönelik bir araştırma. *Intermedia International E-journal*, 3 (4), 213-241. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intermedia/issue/33912/375369> adresinden 25 Ekim 2021 alınmıştır.
- Taylan, H. H. (2011). Sosyal bilimlerde kullanılan içerik analizi ve söylem analizinin karşılaştırılması. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Tingöy, Ö. ve Bostan, B. (2007). Future of new media, towards the ulimate medium: Presence. *5.International Symposium Communication in the Millennium*, 234-239. Indiana University School of Journalism.
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Dost Kitabevi.
- Tokgöz, O. (2000). *Temel gazetecilik*. İmge Yayınevi.
- Toruk, İ. (2008). *Gutenberg'den dijital çağa gazetecilik, Türkiye'de haber siteleri*. Literatürk.
- Tunalı, N. (2009). *Yüksek tirajlı gazetelerde çevre haberciliği*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Turhan, D. G. (2017). Dijital aktivizm. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(26), 26-44.
- Türk Deniz Araştırmaları Vakfı. (t.y). *İklim Değişikliği ve Denizler Raporu*. Türk Deniz Araştırmaları Vakfı. <https://tudav.org/calismalar/iklim-degisikligi/iklim-degisikligi-ve-denizler-raporu/> adresinden 20 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- Türkeş, M. (2001). Küresel iklimin korunması, İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi ve Türkiye. *TMMOB Makina Mühendisleri Odası, Süreli Teknik Yayın*, 14-29.
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı [MFA], (t.y). *Viyana Sözleşmesi ve Montreal Protokolü*. <https://www.mfa.gov.tr/viyana-sozlesmesi-ve-montreal-protokolu.tr.mfa> adresinden 3 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye Çevre Eğitim Vakfı. (2021). TÜRÇEV. <http://www.turcev.org.tr/V2/Default.aspx> adresinden 22 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2021). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*. TÜİK. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437/adresinden](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437/adresinden) 7 Ekim 2023 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye'nin Avrupa Birliği Platformu. (2021). *İklim haberciliği eğitimi başvuruları başladı* <https://ab-ilan.com/iklim-haberciligi-egitimi-basvurulari-basladi/> adresinden 4 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- United Nations Framework Convention on Climate Change. (2003). *İklimi özen göstermek*. UNFCCC. [https://unfccc.int/resource/docs/publications/caring\\_trk.pdf](https://unfccc.int/resource/docs/publications/caring_trk.pdf) adresinden 12 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Uzun, R. (2007). *İletişim etiği sorunlar ve sorumluluklar*. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kütüphanesi 40. Yıl Yayınları.
- Whitehouse, H., Cutter, M. A., Gough, A., ve Gough, N. (2014). 'Not greenies' at school: Investigating the discourses of environmental activism in regional Australia. *Australian Journal of Environmental Education* 30 (1), 106-111.
- Yedekci, E. (2018). Yeni toplumsal hareketler ve “bir araya gelmenin koreografisi” bağlamında video aktivizm. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, Özel Sayı, e55-e74.
- Yedig, S. ve Akman, H. (2002). *İnternet çağında gazetecilik*. Metis Yayınları.
- Yegen, C. (2013). Demokratik ve yeni bir kamusal alan olarak sosyal medya. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 119-135.
- Yegen, C. (2014). Dijital aktivizmin bir türü olarak hacktivizm “RedHack”. *E-Journal of Intermedia*, 1 (1), 118-132.
- Yegen, C. (2015). Bir dijital aktivizm biçimi olarak Slaktivizm change.org örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 84-108.
- Yeşil Gazete. (2019, 2020). *Yeşil gazete ekolojik politik - katılımcı şenlikli*. <https://yesilgazete.org/> adresinden 15 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Yeygel Çakır, H. (2007). Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 123-149.
- Yıldırım, Y. (2020). Greta Thunberg ve iklim için okul grevleri: Küresel iklim aktivizminde yeni süreç. *Politik Ekonomik Kuram* (4), 45-71.

- Yılmaz, B., Dündar, G., ve Oskay, T. (2015). Dijital ortamda aktivizm: Online imza kampanyalarına katılım davranışlarının incelenmesi (Kocaeli Üniversitesi iletişim fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma). *E-journal of Intermedia* 2 (2).
- Yurdigül, Y. ve Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin dönüşümü: Yeni Medyaya entegrasyon sürecinde değişen habercilik pratikleri. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 140-161.
- Yurdigül, Y. ve Zinderen, İ. (2012). Yeni medyada haber dili (Ayşe Paşali olayı üzerinden geleneksel medya ve internet haberciliği karşılaştırması). *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2(3), 81-91.
- Yüksel, O. (2014). *İnternet gazeteciliği ve blog yazarlığı*. Sinemis Yayınları.



## BENZERLİK RAPORU ÖZET SAYFASI

### İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE İKLİM HABERCİLİĞİ

#### ORJİNALLİK RAPORU

|                   |                     |            |                  |
|-------------------|---------------------|------------|------------------|
| % <b>5</b>        | % <b>4</b>          | % <b>1</b> | % <b>2</b>       |
| BENZERLİK ENDEKSİ | İNTERNET KAYNAKLARI | YAYINLAR   | ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ |

#### BİRİNCİL KAYNAKLAR

|          |                                                             |             |
|----------|-------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>1</b> | <b>docplayer.biz.tr</b><br>İnternet Kaynağı                 | <% <b>1</b> |
| <b>2</b> | <b>acikbilim.yok.gov.tr</b><br>İnternet Kaynağı             | <% <b>1</b> |
| <b>3</b> | <b>kurmacabiyografiler.blogspot.com</b><br>İnternet Kaynağı | <% <b>1</b> |
| <b>4</b> | <b>dergipark.org.tr</b><br>İnternet Kaynağı                 | <% <b>1</b> |
| <b>5</b> | <b>Submitted to Anadolu University</b><br>Öğrenci Ödevi     | <% <b>1</b> |
| <b>6</b> | <b>pt.scribd.com</b><br>İnternet Kaynağı                    | <% <b>1</b> |
| <b>7</b> | <b>issuu.com</b><br>İnternet Kaynağı                        | <% <b>1</b> |
| <b>8</b> | <b>www.abprojeyonetimi.com</b><br>İnternet Kaynağı          | <% <b>1</b> |
| <b>9</b> | <b>Submitted to Sabanci Universitesi</b><br>Öğrenci Ödevi   | <% <b>1</b> |

## ÖZGEÇMİŞ

**Adı ve Soyadı**

**Doğum Tarihi**

**E-mail**

**Öğrenim Durumu** : Lisansüstü

| Derece        | Anabilim Dalı/ Bölüm/Program | Üniversite          | Yıl       |
|---------------|------------------------------|---------------------|-----------|
| Lisans        | Gazetecilik                  | Mersin Üniversitesi | 2016-2020 |
| Yüksek Lisans | Gazetecilik                  | Mersin Üniversitesi | 2020-2023 |