

Senem Dartar
İçerik ve Yayın Editörü

İKLİM İLETİŞİMİ: ŞİMDİ DEĞİLSE NE ZAMAN?¹

2016 yılında imzalanan Paris iklim Anlaşması'nın 2021 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından onaylanmasının ardından, 25 Şubat 2025'te Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) Başkanlığı'na sunulan Türkiye'nin ilk İklim Kanunu Teklifi, 26 Şubat 2025'te Çevre Komisyonu tarafından kabul edildi. Ancak kanun teklifinin içeriği ve kapsamına yönelik kamuoyunda ve sosyal medyada yer alan çok sayıda tepki neticesinde kanun komisyona geri döndü.

Yasa teklifinin komisyonda kabulünün ardından özellikle sosyal medyada yasaya muhalif tepkiler ortaya çıktı. **Seyahat özgürlüğünden et tüketimine, hayvan beslemekten şahsi bahçeciliğe kadar birçok başlık tartışılmaya başlandı. Söz konusu yasa ile tüm bunların kısıtlanacağına dair bilgiler yayılım gösterdi.**

Bu tezvirata karşı yapılan açıklamalar ise aslında dikkat gösterilmesi gereken bir başka önemli noktayı gün yüzüne çıkardı: Türkiye'nin bir iklim iletişimi stratejisi yok.

Aristoteles'in dediği gibi "Neyi söyleyeceğini bilmek yeterli değildir, onu nasıl söyleyeceğini bilmek de ayrıca zorunludur."

Nedir bu iklim iletişimi?

İklim değişikliği kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte küresel ölçekte ciddi sorunlar yaratma potansiyeline sahip bu krizin, toplumun farklı kesimlerine nasıl anlatılacağı da önem kazandı.

Erken dönemde iklim değişikliği iletişimi, çoğunlukla bilim insanları ve çevreciler tarafından yapıldı ve meselenin

¹ Bu çalışmada ifade edilen bulgular, yorumlar, sonuçlar, öneriler ve görüşler tamamen yazar(lar)ına aittir. TEPAV'in resmi görüşü değildir. © TEPAV, aksi belirtilmedikçe her hakkı saklıdır.

iletilmesinde “bilgi açığı yaklaşımı” (information deficit approach) kullanıldı. Oxford Bilgi Ansiklopedisi’nin tanımına göre, bilgi açığı modeli, bilim insanları ile halk arasındaki boşlukların bilgi veya bilgi eksikliğinden kaynaklandığını varsayar ve bilgilerin uzmanlardan halklara doğru tek yönlü bir iletişim modeli kullanarak bireylerin tutumlarını, inançlarını ve davranışlarını değiştirmeyi amaçlar.

Ancak bilimsel dilin, genellikle jargon ve sıradan insanlara tanıdık olmayan diğer teknik terimler içermesi, halkın bilimsel yayınlara kısıtlı erişimi, bir başka ifadeyle sayıların sokağa dökülmemesi, bireylerin bilimsel karmaşık bilgileri bütünüyle anlayamayacağı ve sistematik bir biçimde işleyemeyeceği gerçeği gibi unsurlar, zaman içinde halkta konuyla ilgili kafa karışıklığının artmasına neden oldu.

Günümüzde iklim değişikliği meselesinin yalnızca bilim insanları aracılığıyla aktarılmasının ve bilgi vermekle yetinilmesinin yeterli olmadığı açıkça görülüyor. Uzmanlar etkili bir iklim iletişimi stratejisinin bilimsel verilerle sınırlı kalmaması, aynı zamanda insanların değerlerine, endişelerine ve yaşam tarzlarına hitap etmesinin önemli olduğunun altını çiziyor.

Özellikle son yıllarda, iklim iletişimi alanında dünya çapında birçok üniversitede yürütülen programlar, bu alandaki ihtiyacın arttığını ve bu konuda daha fazla eğitim ve farkındalık oluşturulması gerektiğini somut bir şekilde gösteriyor. Bu da toplumları iklim değişikliğiyle daha etkili bir şekilde iletişim kurarak harekete geçirme çabalarının giderek daha önemli hale geldiğini ortaya koyuyor.

Bir diğer önemli nokta ise katılım. İklim kriziyle ilgili toplumsal duyarlılığı artırmak ve etkili eyleme yönlendirmek yine doğru iletişim stratejilerinin uygulanmasına bağlı.

İklim değişikliği konusunda bilim iletişiminin eksiklikleri ve başta fosil yakıt endüstrisi olmak üzere belirli grupların propagandaları, teknik jargon ve soyut bilimsel dil kullanımı, medyanın genellikle felaket anlatıları etrafından kurguladığı haber dili, gelecek odaklı stratejilerin eksikliği, konu ile ilgili yapılan bilimsel araştırmaların çoğunlukla Küresel Kuzey perspektifinden yapılması ve küresel güneydeki toplulukların ihtiyaçlarının göz ardı edilmesi, iklim iletişiminin finansal ve stratejik destek açısından yetersiz olması, etkili bir anlatının ortaya konulmasını güçleştiriyor.

Bu nedenle, iklim değişikliği hakkında yapılan iletişimde kullanılan dilin halkın daha iyi anlayacağı bir biçime dönüştürülmesi büyük önem taşıyor. Bilimsel veriler sadeleştirilmeli, karmaşık jargonlardan kaçınılmalı.

Medyada “Yeşil yorgunluk” olarak tanımlanan ve bireylerde iklim değişikliğine karşı duyarsızlığı artıran felaket anlatıları yerine, toplumu harekete geçirecek çözüm odaklı ve ilham verici hikayelere yer verilmeli.

İletişimde farklı kültürel ve coğrafi perspektifler göz önünde bulundurulmalı ve kapsayıcı bir dil kullanılmalı.

Ayrıca, iklim değişikliği sosyal adaletle ilişkilendirilmeli; konunun toplumun her kesimi için ne kadar acil ve ilgili olduğu vurgulanmalı. Mevcut durumla birlikte gelecekteki çözümler ve

fırsatlara odaklanan, gerçeklikten kopmayan iyimser bir bakış açısı oluşturularak toplumsal teşvikin artırılması hedeflenmeli.

Bu noktada iklim değişikliği ile mücadelede hikaye anlatımının gücünden yararlanmak büyük bir fırsat sunuyor. Yapılan çalışmalar, insanların, bilimsel verilerden çok, kendileriyle bağlantı kuran, duygusal olarak etkileyen ve anlamlı hikayelere daha fazla ilgi gösterdiğini ortaya koyuyor.

Öte yandan iklim iletişimi bağlamında, bireysel eylemler ve toplumsal düzeydeki hareketlerin etkisi, yalnızca halkın bilinçli kararlar almasıyla sınırlı kalmıyor. Bu eylemler, hükümetler ve büyük organizasyonlar tarafından sağlanacak sistematik destekle anlam kazanıyor. İklim değişikliğiyle mücadelede mikro düzeydeki bireysel kararlarla, makro düzeydeki küresel politikaların uyum içinde olması önemli. Bu da yine etkili bir iklim iletişiminin sağlanmasıyla mümkün.

Bireylerin ve toplulukların iklim krizine karşı duyarlılığını artırmak, yalnızca onların bilgi sahibi olmasıyla değil, aynı zamanda doğru iletişim stratejileriyle bu bilgiye erişimlerinin kolaylaştırılmasıyla sağlanabilir. Sivil toplum, iş dünyası, akademisyenler ve politikacılar arasında kurulan güçlü bir iletişim ekosistemi, halkın iklimle ilgili gündemi, stratejileri ve hedefleri doğru bir şekilde anlamasını ve bunlara uygun şekilde harekete geçmesini sağlar. Bu iletişim, sadece kısa vadeli farkındalık oluşturmakla kalmaz, sürdürülebilir bir toplumsal değişimi mümkün kılar. Dolayısıyla, iklim değişikliğiyle mücadelede toplumu dahil eden, ilham verici ve katılımcı bir anlatı oluşturulması, sorunun çözülmesi için gerekli adımların atılmasında büyük önem taşıyor.

Yeni iklim anlatılarına ihtiyaç var

Bugün karşı karşıya olduğumuz iklim krizine dair mevcut anlatılar, genellikle toplumu harekete geçirmekten çok, bir umutsuzluk havası yaratıyor. Bu da halkın olumlu tepki vermesini engelliyor. Gerçekleri gözler önüne seren anlatıların çoğu, olumsuzlukları vurgulayarak insanları çaresizliğe sürüklüyor; aynı şekilde aşırı iyimser bir yaklaşım da gerçekçi çözümler sunmuyor. Bu bağlamda, iklim iletişimi için yeni ve dengeli bir dil ve yaklaşım geliştirmek önemli.

İklim değişikliğiyle mücadele etmek, aynı zamanda bir fırsat meselesi. Yenilikçi çözümleri halkla buluşturmak, onları cesaretlendirmek ve eyleme geçmelerini sağlamak için doğru anlatılara ihtiyaç var. Bu, yalnızca bir krizden kurtulma çabası değil, daha sürdürülebilir, daha adil ve daha sağlıklı bir geleceğin inşa edilmesi için bir fırsat. Bu geleceği hayal etmek ve buna doğru yol almak, insanların hayal gücünü harekete geçirmekle başlar. İklim değişikliğiyle mücadele, sadece bir zorunluluk değil, aynı zamanda yaratıcı çözümlerle şekillenecek bir yolculuk. Bu yolculukta, toplumu teşvik etmek için anlatıları yeniden kurgulamak, herkesin bu geleceği inşa etme sürecinin bir parçası olmasını sağlamak en önemli adım.

Bir başka kritik nokta ise, iklim değişikliği eğitimine olan ihtiyacın arttığı gerçeği. Bu kriz, yalnızca bilim insanlarının ya da aktivistlerin değil, tüm toplumun ortak sorunu. Ancak mevcut eğitim sistemlerinde iklim değişikliğinin yeterince ele alınmadığı bir gerçek. Eğitim, insanların iklim krizinin bilimsel ve sosyal yönlerini anlamalarını sağlamalı, aynı zamanda bu krizle nasıl başa çıkacakları konusunda rehberlik etmeli. İklim okuryazarlığı, sadece öğrencilere yönelik değil, her yaşta ve meslekten insanın ihtiyacı olan bir beceri.

İklim iletişimi sadece bir devlet ya da sivil toplum kuruluşu sorumluluğunda değil. Medya ve yaratıcı endüstriler de iklim değişikliğine dair anlatıları dönüştürme noktasında kritik bir rol oynuyor. Filmler, diziler, reklamlar ve sosyal medya gibi araçlar, halkın bilinçlendirilmesi ve harekete geçirilmesinde büyük bir etkiye sahip. Bu araçlar, bireylerin yalnızca bir sorunu görmekle kalmayıp aynı zamanda bu sorunun çözülmesinde kendilerini nasıl bir aktör olarak görebileceklerini de göstermeli.

“Bu iklim değişikliği değil, her şey değişiyor”

1980’lerin ortalarında, antropojenik iklim değişikliği ilk kez kamu gündeminde yer almaya başladığında mesele sanki sadece eriyen buzullar nedeniyle nesli tükenmeye başlayan kutup ayılarını ilgilendiriyor gibi görünüyordu. Uzun bir dönem dergi kapaklarında sıkça boy gösteren ve iklim değişikliğinin adeta gayri resmi simgesi haline gelen kutup ayılarına uzaktan bakarken muhtemelen 40 yıl sonra konunun Marmaris’teki arılara uzanabileceğini düşünmemiştik. Oysa küresel ısınma nedeniyle eriyen buzullar ayıları, yangınlar da arıları vurdu.

İklim değişikliği konusunda ilk başlarda yapılan anlatımlar, belki de uzak ve belirsiz bir geleceğe işaret ettikleri için, bu duruma karşı duyulan endişe, aciliyet ve önem duygusu toplumlar arasında farklı şekillerde yankılandı. Ancak bugün, dünya genelinde, o dönemdeki öngörülerin gerçekleştiğini hep birlikte gözlemliyoruz.

İklim değişiyor ancak yazar Margaret Atwood’un dediği gibi, değişen yalnızca iklim değil, her şey değişiyor. Teknolojiden eğitim sistemine, toplumsal yapılardan iş gücüne kadar her alanda değişimler yaşanıyor ve yaşanacak.

İklim değişikliği krizi ve bu krizle mücadele için yapılanları bir korku ya da bir tehdit unsuru olarak algılamak yerine, yaşam biçimlerimizi değiştirmek ve geleceği şekillendirmek için fırsat olarak değerlendirmemiz gerekiyor. Bunun için de meselenin iyi anlatılmasına, daha çok konuşmaya ve iletişime ihtiyacımız var.