



T.C
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

AKADEMİK ARAŞTIRMA:
İklim Değişikliği için Sosyal Medya
İçeriği Oluşturulması

Kasım 2017 - Mart 2018
İZMİR



Bu proje Avrupa Birliđi ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

TR2013/0327.05.01-02/055

Dokuz Eylul University “Community Capacity Building in Higher Education Against Climate Change: Managing Perceptions, Raising Awareness and Strengthening the Resilience” Project

Dokuz Eylül Üniversitesi “Yüksek Öğretimde İklim Değişikliği Konusunda Toplumsal Kapasite Geliştirme: Algı Yönetimi, Farkındalık Yaratma ve Dayanıklılığı Arttırma” Projesi



AKADEMİK ARAŞTIRMA:

İklim Değişikliği için Sosyal Medya İçeriği Oluşturulması

Kasım-2017- Mart 2018

İZMİR



İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ	1
2. DERİNLEMESİNE GÖRÜŞMELER	2
2.1.Amaç ve Yöntem	2
2.2.Bulgular	3
2.2.1.İklim değişikliği algılarını etkileyen iç faktörler	3
2.2.2.İklim değişikliği algılarını etkileyen dış faktörler	6
2.2.3. Çevre Yanlısı Davranışlar	7
2.2.4. İklim değişikliğinin algılanan sonuçları	8
3. ODAK GRUP ÇALIŞMALARI	9
3.1. Amaç ve Yöntem	9
3.2.Bulgular	10
4. NÖROPAZARLAMA DENEYİ	11
4.1.Deney Afişlerinin Hazırlanması	11
4.2. Amaç ve Yöntem	12
4.3.Bulgular ve Sonuç	13
KAYNAKÇA	15
EKLER	
EK 1 Etik Kurul yazısı	16
EK 2 Derinlemesine Görüşme Soru Formu	17
EK 3 Nöropazarlama Gönüllü Katılım Form Örneği	18
EK 4 Nöropazarlama Deney Afişleri	19

ŞEKİLLER

Şekil 1 Excel Veri Tabanı Örneği	4
Şekil 2 Öğrenci Odak Grup Çalışması Afışı	10
Şekil 3 Akademik Personel Odak Grup Çalışması Afışı	11
Şekil 4 İdari Personel Odak Grup Çalışması Afışı	11
Şekil 5 Araştırma Sonucu Belirlenen Optimal Afiş	14

TABLolar

Tablo 1 İklim Değişikliği Algılarını Etkileyen İç Faktörler	5
Tablo 2 İklim Değişikliği Algılarını Etkileyen Dış Faktörler	6
Tablo 3 Çevre Yanlısı Davranışlar	7
Tablo 4 İklim Değişikliğinin Sonuçları	8

GİRİŞ

İklim değişikliği, insan hayatı ve ekosistem için ağır sonuçlar getirme potansiyeline sahiptir. Etkiler, türlerin biyolojik çeşitliliğinde azalma, deniz seviyesinde yükselme, seller, aşırı hava koşulları, daha uzun ve sık kuraklıklar, azalan su kaynaklarıyla sınırlı değildir. Şiddetli sonuçlara rağmen, iklim değişikliği genellikle toplum tarafından gerektiği kadar iyi anlaşılmayan çevresel bir risktir (Etkin ve Ho, 2007; Weber, 2010), ayrıca risk algısı karmaşıktır, farklı sektörler ve çıkar grupları arasında çok çeşitlidir ve İçsel önyargılara [Etkin ve Ho (2007), s.637]. İklim değişikliğinin bilincinde olan dünyanın farklı bölgelerindeki vatandaşlar için bile nedenlerin ve olası etkilerin anlaşılması yüzeyseldir (Moser ve Dilling, 2007). Genel halkın (yani toplum, bireyler, medya, hükümet ve kuruluşlar) paydaşlarının iklim değişikliği ile ilgili konularda hemfikir olmamalarının altında yatan çok sayıda sebep vardır (Hulme, 2009). Bu anlamda bilim adamları, psikolojik, kültürel veya yapısal nedenlerin, insanların iklim değişikliğine ilişkin algılarının ardında bulunduğunu belirtmişlerdir (Stern ve diğerleri, 1993; National Research Council, 1992; Hoggan, 2009). Farklı algılara sahip insanlar, iklim değişikliği bağlamında aynı bilgilere farklı tepkiler geliştirebilmektedirler. İletişim, dönüşüm sürecinde en etkili araçtır, bu nedenle, insanların belirli davranışlarda bulunma, ya da bir tutum geliştirmeye karar vermesinde, yön gösterecek olan iletişim çabaları için, diğer insanların dilini öğrenmek önemlidir (Sharp, 2002). Dolayısıyla herhangi bir yerel iletişim faaliyeti gerçekleştirmeden önce, iletişim girişimlerini, iletişimin yapılacağı topluluğa uygun şekilde uyarlayabilmek için, iklim değişikliği hakkındaki mevcut algıları bilmek oldukça önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Dokuz Eylül Üniversitesi'nde iklim değişikliğinin etkileri konusunda farkındalık seviyesini arttırmayı ve sürdürülebilir tüketim konusundaki bilinç düzeyini yükseltmeyi hedefleyen sosyal medya kampanyasının, cazibesini ve etkinliğini arttırmaktır. Bu kapsamda, Dokuz Eylül Üniversitesi iç paydaşlarının (akademik, idari personel ve öğrenciler) iklim değişikliği ile ilgili algılarını anlamak ve sosyal medya kampanyası sırasında kullanılabilecek ortak iletişim dilini ortaya çıkarmak için üç farklı saha çalışması yapılmıştır: (1) derinlemesine görüşmeler; (2) odak grup çalışmaları ve (3) nöropazarlama deneyleri.

İklim değişikliği ile ilgili ortak dili daha iyi anlamak için Dokuz Eylül Üniversitesi'ndeki hedef grupların anlayış ve algılarının belirlenmesi için öncelikle derinlemesine görüşmeler ve odak grup çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmalar sonucu elde edilen bulgular, nöropazarlama deneyinde girdi olarak kullanılmış ve deneyde, hedef kitleyi en çok etkileyen mesaj çerçevesini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

2.1. Amaç ve Yöntem

Sosyal medya kampanyasının ana amacı, Dokuz Eylül Üniversitesi paydaşlarından; öğrencilerin, akademisyenlerin ve idari personelin iklim değişikliğine karşı farkındalıklarının artırılması olduğundan, paydaşlara yönelik en uygun kampanya içeriğinin ortaya konulabilmesi amacıyla, öncelikle nitel çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda kampanya planlamasının ilk aşamasında, paydaşlarla derinlemesine görüşmeler yapılarak, hedef kitlenin iklim değişikliği ile ilgili algılarının öğrenilmesi amaçlanmıştır. 2017 Kasım ayı içerisinde örnekleme yönteminin ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi çalışmaları yapılmıştır. Paydaşlarımızdan Tınaztepe Kampüsü'nde okumakta/çalışmakta olan öğrenci, akademik ve idari personel sayılarının belirlenebilmesi için Rektörlüğe dilekçe verilmiştir. Tınaztepe Kampüsü'nde yer alan Fakülte ve Enstitülerde okuyan 32265 öğrenci; çalışan 1120 akademik ve 439 idari personel olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda her bir paydaşın toplam içerisindeki oranı hesaplanmış, yargısal bir şekilde belirlenen 300 kişilik örneklem, bu oranlara göre paydaşlar arasında dağıtılmıştır. Buna göre, 11 akademik, 5 idari personel ve 285 öğrenci ile derinlemesine görüşmeler yapılması planlanmıştır. Tınaztepe Kampüsü'nde yer alan yedi fakülte (Denizcilik Fakültesi, Edebiyat Fakültesi, Fen Fakültesi, Hukuk Fakültesi, İşletme Fakültesi, Mühendislik Fakültesi ve Mimarlık Fakültesi), üç enstitü (Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü), ve bir meslek yüksekokulunun (Adalet Meslek Yüksek Okulu) hangilerinden görüşme yapılacak paydaşların seçileceği hususunu belirlemek üzere, kura yöntemi kullanılmıştır. Sonuçlara göre: Hukuk Fakültesi dışında tüm birimlerden birer akademisyen, Adalet Meslek Yüksek Okulu, Fen Fakültesi, İşletme Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü'nden birer idari personel ve 11 birimin tamamından 26'şar öğrenci çalışma örneklemine dahil edilmiştir. Derinlemesine görüşmeler, proje kapsamında destek elemanı olarak istihdam edilen altı öğrenci tarafından gerçekleştirilmiştir.

Öncelikle literatür taraması sonucunda elde edilen görüşme soruları öğrencilerle paylaşılmış, derinlemesine görüşme yöntemi, dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda öğrencilere eğitim verilmiş ve birlikte üç pilot görüşme gerçekleştirilmiştir. Pilot görüşmeler neticesinde alınan geri bildirimler ile sorulara son şekli verilmiş (Ek 2), ve belirlenmiş birimlerdeki paydaşlarla kolayda örnekleme yöntemiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu yapılandırılmış derinlemesine görüşmeleri, 11-22 Aralık 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan kişilerin izinleri alınarak, görüşmeler ses kaydına alınmış, görüşme metinleri excel dosyasına aktarılmıştır. Oluşturulan excel veri tabanının bir

bölümü Şekil 1’de görülmektedir. Öğrencilerle yapılan otuzuncu görüşmeden sonra verilerin tekrar ettiği tespit edildiğinden, öğrenci görüşmeleri 35. görüşmeden sonra kesilmiştir. Nihai örneklem sayısı 11 akademisyen, 5 idari personel ve 35 öğrencinin yer aldığı 55 katılımcıdan oluşmuştur. Paydaşlarla yapılan derinlemesine görüşmeler yoluyla toplanan nitel veri, içerik analizi ile incelenmiştir. Türkiye’de iklim değişikliğinin nasıl algılandığını ve anlaşıldığını ortaya koyan yeterli veri bulunmadığından, indüktif yaklaşım kullanılmaktadır (Lauri ve Kyngas, 2005). Veri analizi süreci üç adımdan oluşmaktadır. Başlangıçta, açık kodlama, not yazma ve okunurken metne doğru yönlendirme yapılmıştır. Kodlama sayfaları, başlıkların toplandığı yerde hazırlanmış ve kategorilerin listesi oluşturulmuş ve daha yüksek dereceli başlıklar altında gruplandırılmıştır (Elo ve Kyngas, 2008). Sürece uygun olarak, görüşülen kişilerin ifadelerinden oluşturulan kategoriler ve alt kategorilerden birinci dereceden temalar ve ilgili kategorilerin daha yüksek bir soyutlama seviyesinde toplanarak oluşturulan ikinci derece temalar elde edilmiştir. İki araştırmacı, ilk 10 görüşme verilerini kodlama protokolüne göre ayrı ayrı kodlamıştır. Kodlamalar arasındaki tutarsızlıklar tartışılmış ve % 100 anlaşmaya ulaşılan kadar kodlama protokolü revize edilmiştir. Nihai kodlama protokolünü kullanarak, iki araştırmacı tüm içeriği % 90 kodlayıcılar-arası anlaşma ile kodlamıştır.

2.2. Bulgular

Bu bölüm, her biri farklı kategorilerden oluşan dört ayrı temaya dayanan ampirik sonuçları göstermektedir. İklim değişikliği algılarına dair sınıflandırma, Lorenzoni vd. (2007) ve Kollmuss ve Agyeman (2002) çalışmalarından uyarlanmıştır. Bu sınıflandırmaya göre, iklim değişikliği algılarını etkileyen iç faktörler, algıları etkileyen dış faktörler, çevre dostu davranışlar ve paydaşların algılarına dayalı iklim değişikliğinin sonuçları çerçevelerinde bulgular sunulmaktadır.

2.2.1. İklim değişikliği algılarını etkileyen iç faktörler

Çalışmanın ilk teması, katılımcıların algılarını etkileyen iç faktörleri ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Kollmuss ve Agyeman (2002), çevre dostu davranışları etkileyen iç faktörler içerisinde motivasyon, bilgi, farkındalık, değerler, tutumlar, duygu, kontrol odağı, sorumluluklar ve öncelikleri sınıflandırmaktadır. Bu iç faktörlere dayanarak, bulgular, her biri farklı odaklara sahip beş alt kategoriye ayrılmıştır: konunun önemi, sorumluluk atfetme, bilgi ve farkındalık ve olumsuz duygular ve algılanan zamansal uzaklık (bkz. Tablo 1).

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
GÖRÜŞME YAPILAN KİŞİLER	1. İklim değişikliği kişisel olarak sizin için ne kadar önemli?	2. İklim değişikliği denince aklınıza gelen ilk 3 kelimeyi söyleyebilir misiniz?	3. İklim değişikliği denildiğinde sizde uyanan duygular nelerdir? Neden böyle hissediyorsunuz?	4. İklim değişikliğini n nedenleri sizce nelerdir?	5. Sizce bireysel olarak hangi davranış ve eylemleriniz iklim değişikliğine neden olmaktadır?	6. İklim değişikliğini n sonuçları nelerdir?	7. İklim değişikliğinin yarattığı sonuçlar sizi ve yaşadığınız çevreyi nasıl etkilemektedir? (hayatınızda ve çevrenizde neleri değiştirdi?)	8. İklim değişikliğinin etkilerini azaltmak için bireysel çabalarınız (eylemleriniz) var mı? Varsa bunlar nelerdir?	9. İklim değişikliğinin etkilerini azaltmak için bireyler neler yapabilir?	10. İklim değişikliği/Küresel ısınma ile ilgili kampüsümüzde sizce ne gibi çalışmalar yapılıyor ve bu çalışmalar nasıl değerlendirirsiniz?
1.KİŞİ	Benim için şu açıdan önemli	Küresel ısınma, kuraklık, b	Endişeleniyorum. Her ge	Birinci etken insa	En basitinden her gün okula	Kaynakların yok	Ekimin sonuna geldik hala daha sonbahara	Ben kaynakların tüketimi açıs	Farkındalık yaratılması	gerekliyor. Böyle bir durum var. Pa
2.KİŞİ	Genel olarak bir bilğim y	İklim, Kutup Ayısı, Sıcaklı	Korku. Mevsiminde mey	Yeşil alan tarıbar	Parfüm ve deodorant tüketi	Kıtlık, açlık	Mevsim değişikliklerini hissedebiliyorum. A	Odamdaki çiçeklere bakıyoru	Yeşil alanlar çoğaltılm	Hiç bir eylem ya da bir çalışma gör
3.KİŞİ	Genel bir bilğim var ama	Küresel ısınma, kuraklık, b	Tedirginlik, gelecek yaşa	İnsan kaynaklı ha	Bu konu hakkında bir gözle	Kuraklık, bitkiler	Yeni hastalıkların olması, aşırı hava sıcaklı	Zararı olduğunu düşündüğüm	Doğru su tüketimi, çöll	Her hangi bir çalışma hatırlamıyoru
4.KİŞİ	İklim değişikliği ve küres	Sıcak, Kutuplar, Kutup ay	Endişe. Hiç bir şey eskisi	Ben öncelikle hay	Parfüm ve deodorant kullan	Artık petrol sava	Dürüst olmak gerekirse ben daha ciddi ola	Yok.	Birey bazında şöyle bir	Ben her hangi bir çalışma görmedim
5.KİŞİ	Var tabiki bir fikrim. Do	Kutuplar, Orman yangınla	Kızgınlık, üzüntü. İnsanla	Bilinçsiz tüketim,	Araba kullanmam, tükettiğim	Yine aklıma kötü	Günümüzde bi zararım görmüyorum, temel	Açıkçası bu konuda da bi eyle	Kendi aldığım bir önler	Hiç bir bilğim yok
6.KİŞİ	Küresel ısınma benim iç	Kuraklık, buzullar, hayvan	Acıma duygusu, endişe v	Nedenleri bilmiyo	Bireysel olarak çok fazla pl	Her iklimin bulun	Hayatımızı şöyle değiştiriyor, Türkiye'de de	Şu anda her hangi bir bireyse	Bireyler çevre ve hayv	Kampüsümüzde böyle bir çalışmanı
7.KİŞİ	Tabiki var. Benim için ta	Yağmur, sıcak kuraklık	Ürktüyorum, bunun bize b	Şehirleşme, uygun	Klima kullanımı bunun ciddi	Kuraklıktan hep	Hayatımızda daha fazla suya önem verdik	Klimayı daha az kullanmaya	Bununla ilgili bir şey al	Kampüsümüzde alakalı bir çalışmanı
8.KİŞİ	Tabiki iklim değişikliği ha	Kutuplar, ekstrem hava ya	Endişe, gelecek nesillerin	Nükleer santraller	Bu konuda pasif kalmam	Canlıların sonunu	İnsanların belki bu konu hakkında bakışları	Çevremi kirlenmeye gayre	Mesela bizim ülkemizd	Kampüsümüzde yapılan çalışmalard
9.KİŞİ	İklim değişikliğinin gündemde olduğunu biliyorum, o	Tedirginlik, çünkü gelecek	Bildğim kadarıyla	Tercihlerimiz olabilir, bir ara	Çevresel felaket	İklim değişikliğinden fark edebildiğimiz hav	Bireysel çabalarım yok, birey	Ufak tercihlerde bulun	Kampüsümüzde bir çalışma var mı	
10.KİŞİ	Küresel ısınmayı ilk oku	Mevsimlerin erken veya g	Küresel ısınma beraberin	Özellikle sanayi ri	şahsım adına ürettiğim nega	Dediğim gibi can	şu an gördüğüm kadarıyla mevsimleri absti	Bireysel bir çabam yok ve işe	Bu anca sermaye grup	Ben her hangi bir çalışma görmedim
11.KİŞİ	Fikrim var. Benim için ö	Kuraklık, Sera Etkisi, İklim	Genelde insanlar tarafınd	İnsanların çevreye	Deodorant kullanmıyorum t	İklim değişikliği	Mesela bir ara susuzluk yaşadığımı barajla	Şu an bir çabam yok ama dal	Çevreye daha az zarar	Ben sadece kampüs girişlerinin ağa
12.KİŞİ	Benim için önemli. Tüm	Kuraklık ,Mevsimler ve B	Korku duygusu uyanıyor.	Tamamiyle insani	Parfüm kullanmak araç kull	İnsanlık ve dünya	Şu anlık bir şey değiştirmede. İlerde de yaş	Bireysel bir önlemim yok	Bilgi sahibi olmaya çalı	Pek bir fikrim yok dikkat etmedim
13.KİŞİ	Fikrim var. Benim için ö	Kuraklık buzulların erimes	Endişeli hissediyorum. İlla	İnsanın doğa üstü	Kullandığım şeylerin doğaya	Mesela mevsimle	Şu an için mevsimsel olarak yarattı. Yazla	Kullandığım parfüm ve deode	Bu alanda çalışan insa	Şu ana kadar bir çalışmaya şahit ol
14.KİŞİ	Rahatsızım insanların da	Sorumsuzluk ,bencilik ve	Üzücü çünkü ortak bir ya	Tamamen insanla	Uçucu maddeler kullanılma	Uzun vadede dü	Mevsimler yer değiştiriyor ve dünyaya zar	Parfüm ve deodorantları abar	Çevreyi daha az kirlete	Açıkçası yapılan bir çalışma görme
15.KİŞİ	Şu an ki en önemli sorun	Kutuplar, deniz seviyesi, n	Dünyanın dengesinin de	Endüstriyel toplu	Bişey yapmadığımı düşünüy	Nesli tükenen ba	Çevremde değişimler yok ama ilerde mevs	Her hangi bir çabam yok	Bu konuda bilinçlenme	Net bir çalışma görmedim kampüsü
16.KİŞİ	İklim değişikliği benim iç	Beyaz, yaprak, soğuk	Bir facia yani sonu kötü	Egzoz dumanı be	Parfüm kullanıyorum sigara	Yaşamayacağı	Geçen sene İzmir e kar yağdı mesela. Kot	Yok	Toplu taşıma kullanabi	Hiç görmedim
17.KİŞİ	Kısıtlı bir fikrim var ama	Kuraklık, sel baskını, düze	Aklıma ilk başta hasat za	Bence insanların	Kişisel olarak araç kullanm	Bence buzulları	Şu anlık bir şeyi değiştiriyor gibi görünmü	Bireysel olarak bir çabam yo	Dediğim gibi toplu taşı	Bir bilğim yok
18.KİŞİ	Gelecek için önemli. Bee	Susuzluk (Kuraklık).Erim	Hep kötü olduğu öğretildi	İnsanların bencilik	ister istemez bulunuyordum	Susuzluk, Kurakl	İlerisi için susuzluk sorun olabilir, şuan için	İllaki vardır yaptığım, Suyu az	Eğitim verilmesi okullar	Binalarda geri dönüşüm çöp kutular
19.KİŞİ	Bence sonuçları bizden	Isınma(ayn anda soğuma,	Dünyanın dengesi bozuldu	Fosil yakıt kullanı	Evet katkım var, deodorant	Bilmiyorum pek,	Şuanki alışkanlıklarımız büyük ölçüde de	Aklıma gelmedi	Bunun için herkes bilin	Görmedim, yetersiz
20.KİŞİ	Önemli tabiki, hele ki bu	Hava kirliliği (Büyük şeh	Yani açıkcası korkularımı	Az önce dendiği	Sigara mesela	Hastalıklar,hepsi	Sağlık açısından düşünüyorum, önceden in	Çöplere dikkat ederim, ağaç	Yerlere çöp atmamak,	Açıkcası hiç dikkat etmedim, bir ke
21.KİŞİ	Küresel ısınma hakkında	Küresel Soğuma (Buzulla	Acıyorum insanlara, çünkü	Çoğunluk olarak	Deodorant, bilinçsiz yakıt ku	Aslında biraz gec	Bu gün örneğin kış olan bir gün ama hava	Dikkat etmeye çalışıyorum, a	Onları bekleyen hazin	Yeşillendirmeye çalışıyorlar ama öğ

Şekil 1 Excel Veri Tabanı Örneği

Görüşme verileri ile ilgili olarak, derinlemesine görüşmelere katılanların çoğunluğu iklim değişikliğini önemli bir sorun olarak görmektedir. Ayrıca, önemli miktarda veri, iklim değişikliği ile ilgili konularda bireylerin kendilerini suçladıkları yani, bireysel sorumluluk atfettiklerini (örneğin elektrik ve su tüketimi konusunda kişisel olarak dikkatli olma veya atıkları ayırma) ortaya koymaktadır. Ayrıca, görüşülen kişilerin çoğu, gezegenin kurtarılması için diğer kişilerin bilgisinin (örneğin bilinçli tüketim, toplantılar veya eğitimler yoluyla farkındalığı artırma) yetersiz olduğunu ifade etmektedir.

Son olarak, kayda değer miktarda veri, aktif olumsuz duygulardan (yani öfke ve korkudan) ziyade pasif olumsuz duygulara (yani endişe, üzüntü, acıma ve suçluluk) vurgu yapmaktadır. Ayrıca, iklim değişikliğinin acil sonuçlarındansa, gelecekteki sonuçları üzerinde durulduğu ve özellikle bu konunun vurgulandığı Tablo 1’de görülmektedir.

Bir katılımcının belirttiği üzere:

“gelecek nesillerin bizim yaşadığımız bir dünyada yaşama olanağına sahip olamayacağını düşündüğümünden, gelecek nesiller için endişeleniyorum. Ancak, biz de belki aynı şekilde daha önceki dünyadan farklı bir dünyada yaşıyoruz” – 8. Katılımcı

Tablo 1 İklim Değişikliği Algılarını Etkileyen İç Faktörler

2.Derece Tema	1. Derece Tema	f
İklim değişikliğinin önemi	Önemli	31
	Önemli değil	6
Sorumluluğun atfı	Bireysel	24
	Yönetimsel	11
	Diğerleri	7
Bilgi ve farkındalık	Bireysel bilgi düzeyi	13
	Diğerlerinin bilgi düzeyi	39
Olumsuz Duygular	Pasif olumsuz duygular (endişe, üzüntü, suçluluk, acıma vb.)	75
	Aktif olumsuz duygular (öfke, korku vb.)	12
Algılanan zamansal uzaklık	Acil sonuçlar	0
	Gelecekte yaşanacak sonuçlar	33

2.2.2. İklim değişikliği algılarını etkileyen dış faktörler

Bulgular aynı zamanda iklim değişikliği algılarını etkileyen dışsal faktörleri de (yani kurumsal, ekonomik, sosyal ve kültürel faktörleri (Kollmuss ve Agyeman, 2002)) ortaya koymaktadır. Söz konusu dış faktörler de, insanların iklim değişikliğinin sebepleriyle ilgili algıları üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Bu nedenle, iklim değişikliğine neden olan temel itici güçlere ilişkin algılar, iklim değişikliğine ilişkin algıları etkileyen dış faktörler olarak kabul edilmektedir. Görüşmelerden yedi farklı dış faktör grubu ortaya çıkmıştır: politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, çevresel, yasal ve medya (bkz. Tablo 2). Görüşülen kişilerin çoğu, fosil yakıtların aşırı kullanımı, ozon tabakasının incelenmesi, sera gazı emisyonları, doğal kaynakların tükenmesi gibi çevre tabanlı faktörleri, iklim değişikliğinin önemli bir nedeni olarak gördüklerinden, iklim değişikliğini tetikleyen en sık ifade edilen neden, çevresel faktör olarak bulunmuştur. . Çevresel nedenleri, insan, kentleşme ve sanayileşme faktörlerinin yer aldığı sosyo-kültürel nedenler izlemektedir.

Katılımcıların belirttiği üzere:

“Birincil nedeni karbon emisyonunun fazlalığı olarak biliyorum. Kyoto Protokolü ve son yapılan Paris Anlaşması ile elde edilmeye çalışılan da zaten emisyonların azalmasına ilişkin tedbir alabilmekte. En büyük nedeni o” 36. Katılımcı.

“Birinci etken insan. İnsanlar kaynakları o kadar düşünmeden yani kullanıyor ki artık bu doğaya da zarar veriyor, canlılara da zarar veriyor. O yüzden doğanın dengesi de bozulmaya başlıyor. O kadar materyalist olduk ki “ne kadar çok araban var o kadar iyi” diyorsun ama onun çevreye verdiği zarar da bir o kadar fazlalaşıyor” 1. Katılımcı.

Tablo 2 İklim Değişikliği Algılarını Etkileyen Dış Faktörler

3. Derece Tema	1. Derece Tema	f
İklim değişikliğinin nedenleri	Politik	1
	Ekonomik	26
	Sosyo-Kültürel	33
	Teknolojik	15
	Çevresel	79
	Yasal	1
	Medya	1

2.2.3. Çevre Yanlısı Davranışlar

Mevcut çalışmanın üçüncü ana teması, katılımcıların iklim değişikliğinin etkilerini azaltmak için yaptıkları çevre yanlısı uygulamaları içermektedir. Görüşme verileri bu kapsamda altı kategorinin varlığına işaret etmektedir. Bu kategoriler: kaynak koruma, atık yönetimi, ağaçlandırma, enerji tasarrufu, çevre dostu ürün tüketimi ve destekleme davranışlarından oluşmaktadır (bkz. Tablo 3).

Tablo 3 Çevre Yanlısı Davranışlar

2.Derece Tema	1. Derece Tema	f
Kaynakları korumak (f=5)	Gıda	1
	Su	4
Atık Yönetimi (f=19)	Çevreyi temiz tutmak	11
	Atıkları ayırmak	1
	Geridönüşüm	7
Ağaçlandırma (f=9)	Ağaç dikmek	8
	Bitki ıslahı	1
Enerji tasarrufu (f=13)	Elektrik	2
	Doğalgaz	1
	Benzin	1
	Isıtma	1
	Toplu taşıma	7
	Diğer	1
Çevre dostu ürün tüketimi (f=18)	Kozmetikler	9
	Plastik	2
	Kağıt	4
	Diğer	3
Destekleme Davranışı (f=1)	Fon yaratmak	1

En sık belirtilen çevre yanlısı davranış kategorisi atık yönetimi olarak ortaya çıkmıştır (f = 19). Katılımcılar, çevreyi temiz tutmak için ellerinden gelenin en iyisini yaptıklarını (f = 11), mümkün olduğunca ürünlerin ikinci el kullanımını sağladıklarını veya ömrü biten ürünler için farklı kullanım alanları yarattıklarını belirtmişlerdir (f = 7). Görüşmeye katılanların

çoğunluğu (f = 18), çevre dostu olmayan ürünleri almadıklarını ve kullanmadıklarını da belirtmektedir. Katılımcıların 9'u, ozon tabakasının incelmeye neden olan parfüm ve deodorant gibi kozmetik ürünleri kullanmadıklarını ifade ederken, dört katılımcı kağıt kullanımını azalttıklarını belirtmiştir. Enerji tasarrufu, 13 sıklıkla üçüncü çevre yanlısı davranış kategorisi olarak bulunmuştur. Toplu taşıma araçlarını kullanmak (f = 7), elektrik, doğalgaz, ısıtma ve benzin tüketimini azaltma davranışları arasında en yaygın olarak gerçekleştirilen enerji tasarrufu davranış olarak ortaya çıkmaktadır.

Bir katılımcının belirttiği üzere:

"Üniversiteye gelirken toplu taşımayı tercih ediyorum, böylece arabamı sürerek atmosferdeki karbondioksit emisyonlarına katkıda bulunmuyorum." – 21. Katılımcı

2.2.4. İklim değişikliğinin algılanan sonuçları

Çalışmanın dördüncü ana teması, iklim değişikliğinin çevre ve toplum üzerindeki etkisinin nasıl algılandığını ortaya koymaktadır. Görüşmelerden iki ana kategori elde edilmiştir: ekolojik sonuçlar, toplumsal sonuçlar (bkz. Tablo 4).

Tablo 4 İklim değişikliğinin sonuçları

2.Derece Tema	1. Derece Tema	
Ekolojik sonuçlar	Mevsimler üzerindeki etkiler (buzullar, sıcaklık, taşkınlar ve aşırı hava koşulları vb.)	57
	Bitkiler üzerindeki etkiler (ağaçlar, ormanlar, diğer bitkiler vb.)	59
	Hayvanlar üzerindeki etkiler	62
	Doğal kaynaklar üzerindeki etkiler (kum fırtınası, kıtlık, kuraklık, israf)	52
	Bireyler üzerindeki etkiler	22
	Atık	6
	Denizler ve nehirler (deniz seviyesinin yükselmesi vb.)	18
	Hava kirliliği	35
Toplumsal sonuçlar	Ekonomik (Yatırımlar, tarım, sanayi, üretim vb.)	6
	Toplumsal (refah, yaşam kalitesi, göç, gelecek nesiller vb.)	33
	Sağlık (salgın hastalıklar, açlık, ölümler vb.)	34
	Politik (ulusal güvenlik, savaşlar, yangınlar vb.)	6

Ekolojik sonuçlar kategorisinde, görüşülen kişiler çoğunlukla hayvanlar üzerindeki etkileri vurgulamıştır (f=62). Bitkiler (ağaçlar, ormanlar ve diğer bitkiler vb.) üzerindeki etkiler ve mevsimler üzerindeki etkiler (buzullar, sıcaklık, sel ve aşırı hava koşulları vb.) ise hayvanlardan sonra sırasıyla en sık belirtilen temalardır. Ayrıca, önemli sayıda katılımcı salgın hastalıklar, açlık ve ölümler gibi sağlık konularına (f=34) vurgu yaparak iklim değişikliğinin toplumsal sonuçlarını vurgulamışlardır. Katılımcılar, toplum refahının azalması, düşük yaşam kalitesi, artan göçler ve gelecek nesillerin refahı gibi toplumla ilgili sonuçlara da sıklıkla atıfta bulunmuşlardır (f=33).

“Yine aklıma kötü şeyler geliyor. Hiç bir üretimin olmadığı, organik kelimesinin altının dolmayacağı, bir şeylerin toprağında yetişemeyecek olması. Genç nesil bizim kadar tüketemeyecek olması”. – 5. Katılımcı.

Her biri farklı kategorilerden oluşan dört ayrı temaya dayanan ampirik sonuçlar dışında, katılımcılar iklim değişikliği ile ilgili hatırladıkları herhangi bir kampanyada en çok, kutup ayıları, penguenler, pandalar ve deniz köpekleri gibi hayvanları hatırlamaktadırlar (f=31). Hayvanları, sırasıyla ormanlar/ağaçlar (f=9), kuraklık ve çölleşme (f=7) takip etmektedir.

3. ODAK GRUP ÇALIŞMALARI

3.1. Amaç ve Yöntem

Sosyal medya kampanyası planlamasının ikinci aşamasında ise 04.01.2018 tarihinde üç odak grup çalışması düzenlenmiştir. Söz konusu odak grup çalışmaları her bir paydaş grubu için ayrı ayrı düzenlenmiştir. Odak grup çalışmaları için Tınaztepe Kampüsündeki birimlerin hepsinden kolayda örneklem yöntemiyle birer öğrenci, akademisyen ve idari personel çalışmaya davet edilmiştir. Öğrenci odak grup çalışmasına; İşletme, Mühendislik, Mimarlık, Fen, Edebiyat ve Denizcilik Fakültelerinden birer öğrenci katılmayı kabul etmiş ve altı öğrenci ile odak grup çalışması gerçekleştirilmiştir. Benzer yöntemle belirlenen diğer odak grup katılımcıları da şu şekildedir: Edebiyat, Denizcilik, İşletme, Mimarlık, Mühendislik Fakültelerinden birer akademisyen ve Fen Fakültesinden iki akademisyenin katılımıyla, akademisyen odak grup çalışması yedi katılımcı ile; Mimarlık, Fen, İşletme, Mühendislik ve Edebiyat Fakülteleri Sekreterlerinin katılımıyla, idari personel odak grup çalışması beş katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmaların ilk on dakikasında katılımcılara iklim değişikliği ile ilgili bir farkındalık kampanyası hazırlama görevi verilmiş ve katılımcılardan bireysel olarak bu kampanyada temsil ettikleri paydaş grubunun ilgisini en üst düzeyde çekebilecek ve farkındalık düzeylerini arttıracak, bir tema, imge ve metin tasarımları istenmiştir. Süre bitiminde odak grup katılımcıları teker teker kampanyalarını diğer

katılımcılara aktarmıştır, ancak bu süreçte katılımcıların birbirleriyle etkileşimde bulunmalarına izin verilmemiştir. Her bir katılımcının kampanya önerisi dinlendikten sonra çalışmaların ikinci ayağında, grup olarak fikirlerini tartışıp, tüm katılımcıların üzerinde fikir birliğine vardığı tek bir kampanya (tema, imge ve metin) hazırlamaları istenmiştir. Odak grup çalışmaları ortalama bir saat sürmüş olup, oturumu proje araştırma grubundan iki yardımcı doçent yönetmiştir. Proje sekreteri de tartışmalar sırasında not tutmuş ayrıca, katılımcıların izinleri alınarak, çalışmalar ses kaydına alınmıştır.

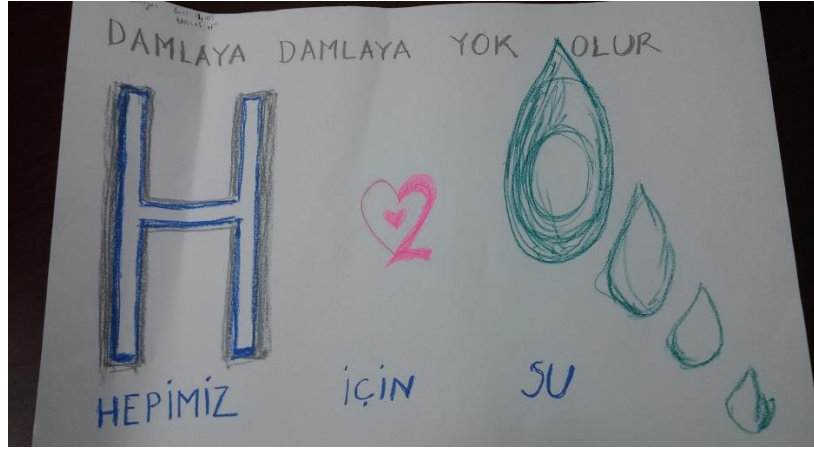
3.2.Bulgular

Öğrenci odak grup çalışması sonrasında, iklim değişikliği ile ilgili, grup tarafından oluşturulmuş afiş tasarımı Şekil 2’de görülmektedir. Yeşil, Tüketim, Enerji, Atık, Geri dönüşüm, Bilinçlendirme, “Sen neredesin” (Bireyi sorumlu tutma) alt temalarından yola çıkarak, sürdürülebilirlik teması kullanılan afişte, “bugün kampüs için ne yaptın?” sloganı kullanılmış olup, bireyi sorumlu tutan mesaj çerçevesine sahiptir. Afişte imge olarak yaşam döngüsü kullanılmıştır.



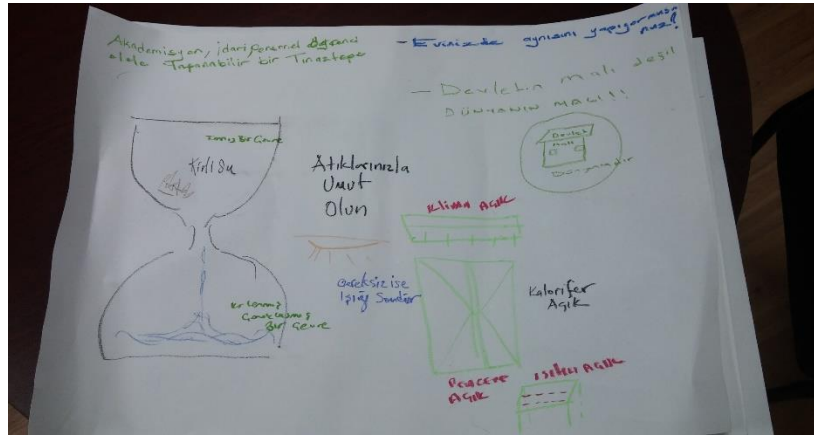
Şekil 2 Öğrenci Odak Grup Çalışması Afişi

Akademik personel odak grup çalışması sonrasında, iklim değişikliği ile ilgili, grup tarafından oluşturulmuş afiş tasarımı Şekil 3’te görülmektedir. Dünyamızın geleceği için suyun taşıdığı hayati önemden yola çıkan grup, küresel ısınmanın, su kaynaklarını yok etmekte olduğuna vurgu yapmıştır. “Damlaya damlaya yok olur” sloganı, olumsuz mesaj çerçevesine sahiptir. Afişin teması kuraklık olup, su damlaları imge olarak kullanılmıştır.



Şekil 3 Akademik Personel Odak Grup Çalışması Afişi

İdari personel odak grup çalışması sonrasında, iklim değişikliği ile ilgili, grup tarafından oluşturulmuş afiş tasarımı Şekil 4’te görülmektedir. Birden fazla imge ve metnin yer aldığı afişte yer alan temalar; Çoraklık, çevre kirliliği, doğal kaynakların bilinçsiz tüketimi olarak ortaya çıkmaktadır. “Evinizde de yapıyor musunuz?” sloganı, grup tarafından en fazla üzerinde durulan slogan olup, bireyi sorumlu tutan olumsuz mesaj çerçevesine sahiptir. Afişte kullanılan imge kum saatidir.



Şekil 4 İdari Personel Odak Grup Çalışması Afişi

4. NÖROPAZARLAMA DENEYİ

4.1. Deney Afişlerinin Hazırlanması

Derinlemesine görüşmeler sonucunda; hedef kitle tarafından en sık tekrarlanan ekolojik sonuç ve en çok hatırlanan imge olan “hayvan”, afişlerin imgesi olarak belirlenmiştir. Yine derinlemesine görüşme bulgularında sıklıkla tekrarlanan ekolojik sonuçlardan biri

olması ve odak grup çalışmalarında oluşturulan afişlerde de 2 kez tema olarak kullanılması nedeniyle, deneylerde kullanılan afişlerin teması “kuraklık” olarak belirlenmiştir.

Afişlerde kullanılacak imge ve temanın yanı sıra, hedef kitleyi en çok etkileyecek mesaj çerçevelerinin belirlenmesi için yazın taraması yapılmış ve odak grup çalışma bulguları kullanılmıştır. Bu kapsamda, negatif ve pozitif çerçeveleme, zamansal çerçeveleme ve sorumluluğun bireye atfedilmesinin etkisi ölçülmüştür.

Her bir afişte tema ve imge sabit tutulmuş yalnızca, etkisi ölçülen mesaj çerçeveleri değiştirilerek. Dev Ajans tarafından 12 afiş hazırlanmıştır. Farklı mesajlardan oluşan afişler Ek 4’te yer almaktadır.

4.2.Amaç ve Yöntem

İklim değişikliği konusunda mesaj çerçevelemesinin nasıl yapılması gerektiği ve hangi tür mesaj çerçevesinin paydaşlar üzerinde daha çok etkili olduğunun belirlenmesi için 23 Mart 2018 tarihinde Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi’nde nöro-pazarlama deneyleri gerçekleştirilmiştir. Tınaztepe Kampüsü’nde yer alan yedi fakülte (Denizcilik Fakültesi, Edebiyat Fakültesi, Fen Fakültesi, Hukuk Fakültesi, İşletme Fakültesi, Mühendislik Fakültesi ve Mimarlık Fakültesi), üç enstitü (Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü), ve bir meslek yüksekokulunun (Adalet Meslek Yüksek Okulu) tamamına ulaşılmaya çalışılmış ancak deneye gönüllü olarak katılmayı kabul eden; Hukuk Fakültesi, Fen Fakültesi, İşletme Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Denizcilik Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü ve Fen Bilimleri Enstitüsü paydaşları örnekleme dahil edilmiştir. Bu kapsamda her bir paydaşın (öğrenci, akademik, idari personel) toplam içerisindeki oranı göz önüne alınarak, 32 kişilik örneklem, bu oranlara göre paydaşlar arasında dağıtılmıştır. Deneye katılmayı gönüllü olarak kabul eden (Ek 3), 2 akademik, 1 idari personel ve 29 öğrenci ile deneyler gerçekleştirilmiştir. Nöropazarlama uzmanlarının gerçekleştirdikleri deneyde, katılımcıların başlarına EEG cihazı takılmış ve önlerine göz takibi cihazı yerleştirilmiştir. Gönüllü katılımcılara farklı mesaj çerçevesine sahip 12 adet afiş gösterilmiş, bu sırada beyin dalgaları kaydedilip göz hareketleri ölçümlenmiştir. Daha sonra, bu veriler analiz edilmiştir. 24 Mart 2018 tarihinde ise nöropazarlama uzmanları, deneye katılan 8 gönüllü ile nöroskor bazlı derinlemesine görüşmeler gerçekleştirmişlerdir. Her bir görüşme yaklaşık 30 dakika sürmüştür.

4.3.Bulgular ve Sonuç

Nöropazarlama deneylerinin sonuçlarına göre; iklim değişikliği özelinde, katılımcıların, olumsuz cümle kalıbından (negatif çerçeveleme) daha çok etkilendikleri anlaşılmıştır. Bireyi sorumlu tutan ve tutmayan mesaj çerçevelerinin arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ancak, “senin elinde” ve “senin yüzünden” gibi bireyi sorumlu tutan cümle yapıları, katılımcıların içe çekilmesine neden olduğundan etkili olmayabildiğinden, senin yüzünden ve senin elinde gibi kalıpların kullanılmaması önerilmektedir.

Öte yandan, araştırma sonucunda, bireyi sorumlu tutmama noktasında “toplu taşıma kullanılmazsa” şeklinde edilgen bir cümle yerine “kullanmazsan” şeklinde bireyi sorumlu tutmayan ama içine alan bir kalıbın kullanılması önerilmektedir. Beyin bir seferde kısıtlı miktarda bilgi işleyebildiği için uzun cümleler tam olarak anlaşılabilirilmekte, mesajın iletilmesi zorlaşabilmektedir. Bu sebeple olabildiğince az kelime kullanılması, bulgulardan bir diğeri olarak ortaya çıkmaktadır.

Derinlemesine görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre, cümlelerde gelecek zaman kalıbı kullanılmasının, katılımcılarda, “nasıl olsa daha zaman var” algısı uyandırdığından, bireylerin harekete geçme konusunda istekliliğinin azaltabileceği vurgulanmaktadır “Şimdi” kalıbı ise, afişlerde yer alan toplu taşıma örneğine uygun olmadığından dolayı etkili bulunmamıştır (Katılımcılar, “şimdi” kalıbı kullanıldığında o an otobüse ya da toplu taşımaya binmeyeceklerinden etkili olmamıştır).

Bu sebeple, katılımcılar üzerinde etkili afişler olduğu tespit edilen Afiş 11 ve Afiş 8’in (Ek 4) optimize edilmiş hali olan: **“Toplu taşıma kullanmazsan bu masum penguenlerin yaşamı sona erecek”** mesajı, araştırmada test edilen ve diğer çerçevelere göre daha etkili bulunan çerçeveleri içeren mesaj kalıbı olarak ortaya çıkmıştır.

Penguen ve kutup ayıları gibi hayvanlar, iklim değişikliği denince, medyadaki yaygın kullanımları nedeniyle, akla ilk gelen hayvanlar olmaktadır. Ancak, bu hayvanlara günlük hayatta rastlanmadığı için ve penguenler ve toplu taşıma arasındaki bağ kurulamadığı için bu cümlelerin bireyi harekete geçirme etkisi azalmaktadır.

Bu noktada katılımcılar, kendi günlük hayatlarını etkileyecek bir durumun, onları harekete yönlendirmede daha etkili olabileceğini ifade etmektedirler. Bu sebeple araştırma sonuçları göz önünde bulundurulduğunda, iklim değişikliği ile ilgili mesajlarda, günlük yaşamda karşılıklarına çıkabilecek hayvanların ya da durumların kullanılması, önerilmektedir. Nöropazarlama uzmanları tarafından optimize edilmiş nihai afiş tasarımı şekil 5’te

görülmektedir. Nöropazarlama uzmanları tarafından hazırlanmış olan detaylı rapor ise “Kısa Dönem Uzman Aktiviteleri” dosyası altında Ek7.1’de yer almaktadır.



Şekil 5 Araştırma Sonucu Belirlenen Optimal Afiş

KAYNAKÇA

Elo, S., and Kyngäs, H. (2008) ‘The qualitative content analysis process’, *Journal of Advanced Nursing*, Vol.62 No.1, pp. 107-115.

Etkin, D., and Ho, E. (2007) ‘Climate change: perceptions and discourses of risk’, *Journal of Risk Research*, Vol.10 No.5, pp. 623-641.

Hoggan, J. (2009) *Climate cover-up: The crusade to deny global warming*. Greystone Books Ltd.

Hulme, M. (2009) *Why we disagree about climate change: Understanding controversy, inaction and opportunity*. Cambridge University Press.

Kollmuss, A., and Agyeman, J. (2002) ‘Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?’ *Environmental Education Research*, Vol.8 No.3, pp. 239-260.

Lauri, S., and Kyngas, H. (2005). *Developing nursing theories*, Dark Oy, Vantaa: Werner Söderström.

Lorenzoni, I., Nicholson-Cole, S. and Whitmarsh, L. (2007) ‘Barriers perceived to engaging with climate change among the UK public and their policy implications’, *Global Environmental Change*, Vol.17 No.3-4, pp.445-459.

Moser, S. C. and Dilling, L. (2007) ‘Toward the Social Tipping Point: Creating a Climate for Change’, in S.C. Moser and L. Dilling (Eds.) *Creating a Climate for Change: Communicating Climate Change and Facilitating Social Change*, Cambridge: Cambridge University Press

National Research Council of the USA (1992) *DNA Technology in Forensic Science*, National Academy Press, Washington, DC.

Sharp, L. (2002). Green campuses: the road from little victories to systemic transformation. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 3(2), 128-145.

Stern, P. C., Dietz, T. and Kalof, L. (1993) ‘Value orientations, gender, and environmental concern. *Environment and Behavior*’, Vol.25, pp.322–348.

Weber, E. U. (2010) ‘What shapes perceptions of climate change?’, *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, Vol. 1 No.3, pp.332-342.

EK 1 Etik Kurul Yazısı

T.C. DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU BAŞKANLIĞI'NA

07.11.2017

TR2013/0327.05.01-02/055 referans numaralı 'Yüksek Öğretimde İklim Değişikliği Konusunda Toplumsal Kapasite Geliştirme: Algı Yönetimi, Farkındalık Yaratma ve Dayanıklılığı Arttırma Projesi' başlıklı proje için aşağıda belirtilen alanlarda araştırma yapılması konusunda Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu izni için bilgilerinize arz ederiz.

Saygılarımızla,

Prof. Dr. Canan Madran
Proje Koordinatörü
Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret Bölüm Başkanı
İşletme Fakültesi

- 1) Derinlemesine Görüşmeler-Tınaztepe Kampüsü'nde gerçekleştirilecektir (Soru Formu EK-2'de sunulmaktadır)
- 2) Odak Grup Çalışmaları-Tınaztepe Kampüsü'nde gerçekleştirilecektir
- 3) Deney çalışması (En çok etki yaratan sosyal medya içeriğinin test edilmesi)
- 4) İşletme Fakültesi ve Mühendislik Fakültesi binalarında karbon ayak izi ölçümleri

EK-1 Proje özeti
EK-2 Soru Formu

EK 2 Derinlemesine Görüşme Soru Formu

1. İklim değişikliği/Küresel ısınma hakkında bir fikriniz var mı ve kişisel olarak sizin için ne kadar önemlidir?
2. İklim değişikliği denince aklınıza gelen ilk 3 kelimeyi söyleyebilir misiniz?
3. İklim değişikliği/Küresel ısınma denildiğinde sizde uyanan duygular nelerdir? Neden böyle hissediyorsunuz?
4. İklim değişikliğinin/Küresel ısınmanın nedenleri sizce nelerdir?
5. Sizce bireysel olarak hangi davranış ve eylemlerinizi iklim değişikliği/küresel ısınma sorununa neden olmaktadır?
6. İklim değişikliğinin/Küresel ısınmanın sonuçları neler olabilir?
7. İklim değişikliğinin/Küresel ısınmanın yarattığı sonuçlar hayatınızda ve çevrenizde neleri değiştirdi/değiştirecektir?
8. İklim değişikliğinin/Küresel ısınmanın olumsuz etkilerini azaltmak için bireysel çabalarınız (eylemlerinizi) var mı? Varsa bunlar nelerdir?
9. İklim değişikliğinin/Küresel ısınmanın etkilerini azaltmak için bireyler neler yapabilir?
10. İklim değişikliği/Küresel ısınma ile ilgili kampüsümüzde sizce ne gibi çalışmalar yapılıyor ve bu çalışmalarını nasıl değerlendirirsiniz?
11. İklim değişikliği/Küresel ısınma ile ilgili herhangi bir reklam veya görsel (video, afiş, fotoğraf, eylem, change.org da imza kampanyası) hatırlıyor musunuz?
12. Bu reklamda sizi en çok etkileyen unsur neydi? (foto, slogan, kişi, hayvan, doğa) neden etkiledi, nesi etkiledi?
13. İklim değişikliği/Küresel ısınma ile ilgili bir kampanyanın yürütücüsü olduğunuzu farz edin. Siz nasıl bir kampanya hazırlardınız? Nelere, nasıl vurgu yaptınız?

Demografik Sorular:

1. Cinsiyet: Kadın Erkek
2. Yaş:
3. Öğrenim durumu:
 İlkokul Ortaokul Lise Üniversite Yüksek Lisans
 Doktora
4. Meslek:
 İdari personel Akademik personel Öğrenci
 Şirket çalışanı
5. Fakülte:
6. Bölüm:
7. İsim:
8. E-mail:
9. Telefon:

EK 3 Nöropazarlama Gönüllü Katılım Form Örneği

Gönüllü Katılım Formu

Bu çalışma, İşletme Fakültesi ve Mühendislik Fakültesi tarafından yürütülen, Dokuz Eylül Üniversitesi Etik Kurulu tarafından onaylanmış olan akademik bir proje kapsamında yapılmaktadır. Çalışmanın amacı, iklim değişikliğinin yarattığı sonuçları anlatan afişleri katılımcılar nezdinde EEG (Elektroensefalografi) ve Eye Tracking (Göz İzleme) cihazlarıyla ölçümlemek ve içlerinden en etkili olanı tespit etmektir. Çalışmaya katılım tamamıyla gönüllülük temelindedir. Deneyde sizden kimlik belirleyici hiçbir bilgi istenmemektedir. Cevaplarınız ve çalışma sırasındaki tercihleriniz tamamıyla gizli tutulacak ve sadece araştırmacılar tarafından değerlendirilecektir; elde edilecek bilgiler bilimsel yayınlar ve sunumlar için kullanılacaktır.

Bu çalışmada kullanılan EEG ve göz izleme sistemlerinin insan sağlığı açısından hiçbir zararı yoktur. Çalışma, kişisel rahatsızlık verecek sorular içermemektedir. Ancak katılım sırasında sorulardan ya da herhangi başka bir nedenden ötürü kendinizi rahatsız hissederseniz çalışmayı yarıda bırakıp çıkma hakkına sahipsiniz. Böyle bir durumda çalışmanın yürütücüsüne, çalışmayı tamamlamayacağınızı söylemeniz yeterli olacaktır. Çalışma sonunda, bu çalışmayla ilgili sorularınız cevaplandırılacaktır. Bu çalışmaya katıldığınız için şimdiden teşekkür ederiz. Çalışma hakkında daha fazla bilgi almak için proje sekreteri Deniz Mihaladiz'a (E-posta: denizmihaladiz@gmail.com) veya Ari Demircioğlu'na (E-posta: ari.demircioglu@thinkneuro.net) ulaşabilirsiniz.

Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman yarıda kesip çıkabileceğimi biliyorum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı yayımlarda kullanılmasını kabul ediyorum. (Formu doldurup imzaladıktan sonra uygulayıcıya geri veriniz).

Ad-Soyad

Tarih

İmza

EK 4. Nöropazarlama Deney Afişleri



01

02

03

04

05

06



07

08

09

10

11

12