

Call for Papers
Tijdschrift voor Communicatiewetenschap
Themanummer Klimaat en Media

Deadline voor inzending: **15 januari 2026**

Publicatie: **Najaar 2026**

Gastredacteurs: Sophie Boerman, Daniëlle Bleize, Ibe Delvaux, Reint Jan Renes

Auteursrichtlijnen: www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl

Indienen via: tcw@aup.nl

De klimaatcrisis, verlies aan biodiversiteit en de uitputting van natuurlijke hulpbronnen zijn urgente maatschappelijke uitdagingen. Tegelijkertijd zien we dat media en communicatie daarin een steeds crucialere rol spelen – als katalysator van bewustwording, als platform voor actie, maar ook als bron van twijfel, conflict of juist passiviteit. In deze context is het hoog tijd voor een themanummer over de **complexe, soms tegenstrijdige rol van media, communicatie en gedrag in klimaatvraagstukken**.

Hoe draagt communicatie bij aan gedragsverandering richting een duurzame samenleving? Hoe worden klimaatverandering en ecologische problemen geframed in nieuws, politiek, reclame, sociale media of populaire cultuur? Wat is de invloed van interventies, interpersoonlijke gesprekken, en influencers op hoe mensen denken over hun eigen rol in de ecologische crisis? En hoe kunnen we via communicatie mensen niet alleen informeren, maar ook activeren, betrekken en verbinden op een rechtvaardige manier?

Belangrijke onderzoeksthema's zijn onder andere:

- Framing en (de)polarisatie in het publieke debat en politieke communicatie over duurzaamheid.
- De rol van journalistiek in de klimaatcrisis: watchdog, facilitator of katalysator?
- Sociale media als platform voor hoop, activisme, of desinformatie.
- De rol van AI, entertainment media, en influencers in duurzaamheidscommunicatie.
- Communicatie over duurzame innovaties en technologie (zoals energietransitie, circulaire economie, voedselinnovatie, en mobiliteit).
- Constructieve dialoog, interpersoonlijke communicatie en depolarisatie: hoe kunnen we gesprekken voeren over duurzaamheid zonder dat ze ontaarden in conflict of onverschilligheid?
- Participatieve communicatie en burgerbetrokkenheid (bijv. citizen science, klimaatpanels, deliberatieve democratie).
- Communicatieve aspecten van klimaatgovernance: hoe overheden en internationale organisaties klimaatbeleid communiceren en implementeren.
- De effecten van interventies op kennis, attitudes en (on)duurzaam gedrag.
- Omgaan met weerstand en vermijding: psychologische en communicatieve strategieën voor het aanspreken van moeilijke doelgroepen.
- Visuele communicatie, storytelling en huidige discourse rond klimaat en ecologie.

- De rol van reclame in (on)duurzaam consumentengedrag: hoe beïnvloeden groene claims, purpose marketing, en greenwashing de percepties, attitudes en gedragingen van consumenten?
- Duurzame voedingskeuzes en de rol van verpakkingen.
- Communicatie-ethiek: hoop vs. angst, urgentie vs. overload, eerlijkheid vs. effectiviteit.

We nodigen onderzoekers uit de communicatiewetenschap, psychologie, sociologie, media- en cultuurstudies, politicologie, journalistiek, duurzaamheidsonderzoek, gedragswetenschappen en aanpalende vakgebieden van harte uit om een bijdrage in te dienen.

Alle typen methoden zijn welkom, zoals experimenten, surveys, kwalitatief onderzoek, mixed-method studies, inhoudsanalyses, discourse analyses, meta-analyses, casestudies en theoretische reflecties. Interdisciplinair en praktijkgericht onderzoek wordt nadrukkelijk aangemoedigd.

Belangrijke data:

- Deadline voor inzending paper: 15 januari 2026
- Reviewperiode: februari – mei 2026
- Publicatie special issue: derde kwartaal 2026

Voor vragen of overleg over een mogelijke bijdrage, neem gerust contact op met de gastredactie via tcw@aup.nl.

Wij kijken uit naar inspirerende bijdragen die het snijvlak van media, communicatie en klimaat verder verdiepen en verbreden