

# Kadın STK'larda İnternet Kullanımı: Türkiye'de Kadın STK Web Sitelerinin Karşılaştırması

*Women's Civil Society Organizations Internet Usage:  
Comparison of Women's NGO's Web Sites in Turkey*

Selma KOÇ AKGÜL\*, Betül PAZARBAŞI\*\*

\* Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

\*\* Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

## Özet

*Daha katılımcı bir örgütlenme ve iletişim ağı sunan internet, sivil toplum kuruluşları (STK) tarafından da yoğun şekilde kullanılmaktadır. Kadın STK'ların yardım, eğitim, sosyal yaşam ve istihdam gibi kamusal alanda var olma koşulları ile ilgili organizasyon ve kampanyalarının sesi olan web siteleri; kadınların özel alan olarak tanımlanan mekanlarda da bu tür çalışmaların bir parçası olmasına olanak tanırken kamusal alanda daha fazla söz sahibi olabildiğini ve finans kaynaklarına ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.*

*Çalışmada; Türkiye'de farklı hizmet alanlarında faaliyet gösteren kadın STK'ların hazırladıkları web sitelerinin amaç ve tasarım açısından bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım ve kampanya gibi hizmet alanlarında kendini ifade etmede etkin kullanımının gerçekleşip, gerçekleşmediği araştırılmaktadır. Araştırma kapsamına; bilinirliği yüksek kadının siyasal yaşama katılımı ile ilgili çalışmaları sürdüren KA.DER (Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği), ekonomi ve iş hayatında var olma çalışmalarını destekleyen KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) ve sosyal yaşamda şiddet ve benzeri sorunlar yaşayan söylem düşkünlü kadınlar için hizmet sunan Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı web siteleri alınmıştır.*

*Araştırmada, içerik çözümleme yöntemi kullanılmıştır. Daha önce siyasi parti web site analizlerinde yoğun olarak kullanılan web sitesi değerlendirme skalası (Gibson, Ward, Margolis, Resnick and Ward; 2003) Türkiye'deki kadın STK'larının web sitesinin içerik analizine uyarlanmıştır. Kadın STK Web siteleri 10 gün süre ile incelenerek bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özellikleri ile görsellik, erişebilirlik, gezilebilirlik, güncellik ve görülebilirlik indekslerini içeren sunum özelliklerini sağlama kapasitelerine göre puanlandırılmıştır. Yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya, yatay ve etkileşimli bilgi iletişim akışı özellikleri incelenmiştir. Bu çalışmanın, sanal ortamda kadın ve sorunlarının, kadın STK'ların ekonomik göstergeleri ile paralel nasıl yer aldığı konusuna ışık tutacağı düşünülmektedir.*

**Anahtar kelimeler:** Kadın web siteleri, kadın STK, internet teknolojileri

## Abstract

*In conjunction with socio-economic level, internet usage more saturated in major cities in fact it offers communication and organization network which has been used by NGOs in a solemn form. Women NGO's web sites announces; supports, trainings and employment conditions that are related to organizations and campaigns in fact they are able to sports women's studies which aims to women to have a say more in the public sphere and financial support.*

*In this study, Turkish women's NGO's internet use and official web sites investigated to identify are they serve to these purposes or not. In this research; KA-der (Women Candidates Support and Training Association), Purple Roof Shelter Women's Foundation and KAGİDER (Turkey Women Entrepreneurs Association) web sites were taken regarding to their well known works to support women's social, economic and political participations.*

*Content analysis method was used in this research. A rating scale which is intensive used by political web sites analysis has been adapted to Turkey women NGO's web sites content analysis (Gibson, Ward, Margolis, Resnick and Ward; 2003). To examine ten days the women's NGOs, including web sites ; information flow, resource collection, communication network, and campaign participation, including index and visual function, access, browse availability, timeliness, and see the availability index, including the capacity to provide presentations features are based on points. In addition to this examination; top to down, from below to upward, horizontal and interactive information communication flow attributions were investigated. In this research is thought to keep light that subject of women and women NGO's economic indicators parallel how involve in the virtuel environment is.*

**Keywords :** Women web sites, women NGO's, internet technologies

## GİRİŞ

Modern toplumlarda sivil toplum kuruluşları (STK) sivil toplumsallaşma sürecinde anahtar rol üstlenen kuruluşlardır. Küreselleşme ve küresel rekabet, iletişim teknolojilerinin baş döndürücü hızı ile risk toplumunun öne çıkan özellikleri sivil toplum örgütlerini bu hıza ayak uydurarak dinamik, yenilikçi ve değişken bir yapıya sahip olmaya zorlamaktadır.

Artan rekabet ortamında özellikle STK'ların küresel dünyada gri olan tabloyu daha yaşanabilir hale getirerek hedef kitlelerine ulaşabilmesi için kurum insan kaynağı profilinde çeşitli değişimlere gitmesi, nitelikli insan kaynağını istihdam etmek istemesi, iletişim teknolojilerinden azami yararlanması zorunluluğu doğmuştur. Çünkü yeni iletişim teknolojileri ile alışılmış yönetim, iş, pazarlama, halkla ilişkiler, tanıtım, iletişim, iş yapma süreçleri vb. pek çok kavramın içeriği ve formatı değişmiş, tüm kurumlar iç ve dış müşterilerine yeni iletişim teknolojilerinden de faydalanarak hizmet sunar hale gelmiştir (Yurdakul, 2006:187).

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte özellikle web siteleri önemli bir tanıtım aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi toplumuna geçişin en önemli araçlarından biri olan internet görüntü, ses, metin, renk, veriler ve her türlü sinyali ortak bir paydada birleştirme özelliği ile (Geray, 2005:183) etkin iletişim kurmada halkla ilişkilere yeni bir boyut kazandırmaktadır. Gönüllük temeline dayalı sivil toplum kuruluşlarının büyük çoğunluğu hedef kitlelerine ulaşmada web sitelerinden faydalanmakta, hedef kitlelerine kendilerini tanıtmak için web sitelerini bir araç olarak kullanmaktadır. Teknolojik gelişmeler ve web siteleri her geçen gün kurumlara iletişim, tanıtım ve halkla ilişkiler uygulamalarında yeni fırsatlar sunmaktadır (Naude vd., 2004:88). Halkla ilişkiler uygulayıcıları da bu görüşü kabul etmektedirler. Hatta bunlardan biri olan Bennett Company'nin başkanı Laura Bennet bu konudaki fikrini "Halkla ilişkiler uygulayıcıları olarak bizim sorumluluğumuz teknoloji-den faydalanarak daha fazla bilgi sağlamak ve bunu daha etkili kılmaktır"(Collison, 2003:30) şeklinde dile getirmektedir. Toplumsal yaşamın neredeyse her alanında hizmet veren STK'lar da oluşturdukları web siteleri ile bu gelişmelere uyum sağlamaktadır. STK'lar kurum amaçları ile paralel ilgili konulara dikkat çekmek, bu konuda kamuoyu oluşturmak, sosyal sorumluk projeleri oluşturup kaynak toplamak için hedef kitlelerle etkin, verimli ve hızlı iletişim kurmak amacıyla web sitelerini kullanmakta bu doğrultuda web sitelerinden tanıtım amaçlı bir araç olarak faydalanmaktadırlar.

### 1- Web Siteleri ve Sivil Toplum Kuruluşları (STK'lar)

İnternet; dünya üzerindeki milyonlarca bilgisayar ağının birbirleriyle ortak bir protokol çerçevesinde iletişim kurmasını ve bilgi kaynaklarını paylaşmasını sağlayan bilgisayar ağlarıdır.

İnternetin geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak iletişimin doğasını beş ayrı şekilde etkilediği görülmektedir:

**1-Volüm (Hacim):** İnternet aracılığıyla fazla miktarda bilgi kolaylıkla gönderilebilmektedir.

**2-Hız:** Verilerin sıkıştırılmış halde olması, belli bir mesajın gönderilmesi için gereken zamanı önemli ölçüde azaltmaktadır.

**3-Format (Şekil):** Mesajların ses ve görsel öğeler de içermesi dinamik ve çarpıcı bir şekilde gönderilebilmelerini sağlamaktadır.

**4-Yönelim:** İnternet sayesinde iki yönlü, gerçek anlamda eşzamanlı ve karşılıklı etkileşimine dayanan iletişim mümkün hale gelmektedir. Ayrıca sitelerin içindeki çoklu metin (hypertext) içeren linkler aracılığıyla gruplar ve kişiler arasındaki yatay ve dikey iletişim imkânları da büyük ölçüde artmaktadır.

**5-Kişisel Kontrol:** Mesajların alınması ve gönderilmesi yönünde kontrol sahibi olunması, belli bir merkezde toplanmaya gerek kalmadan aranılan şeyin bulunabilmesine ve neyin yayınlanacağına karar verilmesine olanak tanımaktadır (Gibson, Ward, 2000:304).

Yeni iletişim teknolojileri, bilinen kitle iletişim araçlarında yapısal ve biçimsel değişimlere neden olmaktadır. Sivil toplum örgütlerinin aracı olmadan kendi haber gündemini yaratabildiği hatta kendini daha iyi sunabildiği bu yeni medya ortamı, ulaşmak istediği ya da kendisine ulaşmak isteyen hedef kitle arasındaki iletişim eksikliğini büyük ölçüde gidermektedir. Ayrıca yeni internet ortamı mesajların daha büyük hedef kitlelere ulaştırılması, yaygın ve hızlı bir finansal destek sağlanması açısından da yeni imkânlar sunmaktadır. Bu nedenle özellikle geleneksel kitle iletişim araçlarının desteğinden yoksun çok sayıda STK geniş kitlelere ulaşma konusunda düşük maliyetli bir araç olan ve dış baskı unsuru içermeyen internete yönelmektedir. Tüm bu unsurların yanı sıra STK'ların web tabanlı iletişime yönelmelerinde, profesyonel bir izlenim yaratmak ve modern görünmek istekleri de önemli rol oynamaktadır.

Daha geniş heterojen bir kitleyi bilgilendirmek ve kendi lehine görüşlerin oluşmasını sağlamak isteyen siyasi partilerin web sitesi ve yeni iletişim teknolojilerini kullanma nedenleri ile STK'ların bu yeni iletişim teknolojisini tercih etmeleri arasında pek çok paralellik kurmak mümkündür. Bu bağlamda; aşağıdaki başlıklar altında ilgili nedenler şöyle sıralanabilir (Gibson, Ward, 2000:304-305):

**Enformasyon sağlanması:** Bu fonksiyon hedef kitlelere kadın STK'lara ilişkin genel ve detaylı bilgilerin ne kadarının iletildiği ile ilgilidir. Bu doğrultuda, etkin bir web sitesinde bulunması gereken temel başlıklar:

Kurumsal tarih, kurum felsefesi, misyonu, vizyonu, yönetim bilgileri, personel bilgileri, kuruluşun ana sloganı, etkinlikler, kampanyalar, ulusal ve uluslararası basından çeşitli haberler, basınla ilişkiler/basın odası (bültenler, haberler arşivi vb.), kurumsal görsel kimliğin aktarımı (logo, marka ismi, amblem ve bunların öyküleri), duyurular, ödüller, fotoğraf galerisi, elektronik posta hizmeti, e-bülten, yararlı linkler, sıkça sorulan sorulardır. İnternetin geniş kitlelere hitap etmesi ve düşük maliyetli bir yöntem olması bu konuda önemli bir avantaj sağlamaktadır.

**Kampanya düzenlenmesi:** STK' nın sosyal sorumluluk içeren kampanyalarının kamuoyu ile birlikte kullanıcılara aktarılmasıdır. Kampanyalar web sayesinde kolaylıkla düzenlenebilmekte ve desteklenmektedir. Özellikle yoğun internet kullanan gençlerde gönüllük ve sosyal sorumluluk bilincinin artırılması önemlidir. STK'ların modern web siteleri gençlerin çoğunluğunu oluşturduğu yeni katılımcıların kazanılması ve onların söz konusu kampanyalara aktif katılımlarının sağlanması, kurum imajının pozitif çevrilmesi noktasında ciddi rol oynamaktadır.

**Kaynak oluşturulması:** Bu tanımlama ile STK'ların kendilerine olan finansal desteği arttırmak ve ayrıca yeni gönüllüler kazanmak için gerçekleştirdikleri faaliyetler kastedilmektedir Finanssal bağış ve yardımlar kadın STK lar için web sitelerinin en önemli ilgi odağını oluşturmaktadır. Ancak Türkiye gibi, devlet desteğinin sağlandığı ülkelerde bu konu daha az öneme sahiptir.

**Ağ (şebeke) oluşturulması:** Bu ifade ile STK'ların iç ve dış bağlantılarını oluşturmak ve güçlendirmek için yapmış oldukları faaliyetler kastedilmektedir. İç bağlantılar denince STK'ların ilgili çalışma alanında gönüllüler ve STK yöneticileri ile yapılan bağlantıların yanı sıra diğer STK'larla kurulan bağlantılar anlaşılır.

Dış bağlantılar ise STK'lar ile diğer kurumlar arasında, örneğin uluslar arası örgütler, ilgili devlet kuruluşları veya medya kurumları arasında kurulan bağlantıları ifade etmektedir.

**Katılımın sağlanması (ve teşvik edilmesi):** Bu ifade ile STK'ların gönüllülerin ilgili çalışma alanlarına katılımını arttırmak için uyguladıkları yöntemler kastedilmektedir. Ayrıca gerçek zamanlı sohbet ve tartışma ortamları sayesinde gönüllülerin birbirleriyle eş zamanlı olarak on-line tartışmaları da mümkün olmaktadır.

Görüldüğü gibi internet daha katılımcı bir gönüllülük ve toplumsal duyarlılık için büyük bir kapasite imkânı sunmaktadır. Tanıma ve özellikle de tanıtma faaliyetlerinde hazırlanış, sunuş ve kalıcılık bakımından bir takım kolaylıklar ve iyileştirmeler sunan web siteleri aracı ile kadın STK'lar hedef gruplarına daha kolay ulaşabilmektedir. Aynı zamanda esnek yapılandırıl-

ması ile her bir hedef kitle içindeki özgül alıcılara ulaşmayı amaçlayan bir iletişim tarzı geliştirilmesi mümkün olmaktadır (Saran 2005: 62). Ayrıca internet ve web sayfaları, geleneksel tanıtım araçlarının etkinliğinin ve hedef gruplar üzerindeki etkileyciliğinin sorgulandığı bir dönemde halkla ilişkiler uygulamacıları için de adeta kurtarıcı birer teknik olarak kendini göstermeye başlamıştır (Göksel ve Yurdakul 2002: 325). Zira STK modern halkla ilişkiler tekniklerinin tümünü en üst düzeyde çalışma alanlarında kullanmaktadır.

## 2- Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları (STK) ve Kadın STK’lar

Sivil Toplum Kuruluşu, resmi devlet kavramı dışında, özel bir hukuk düzenine tabi, kendi iç işleyişini kendisi belirleyen, gönüllük esasına dayalı toplumsal duyarlılığı arttırmaya yönelik örgütsel bir birlikteliği tanımlamaktadır. Sivil Toplum ve beraberinde gelişen STK kavramı, yirminci yüzyılın sonlarına doğru demokrasinin gelişmesine etki eden temel kavramlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Çimen ve Güven:2007).

Türkiye’de sivil toplum kavramı tartışmalarına 1990’lı yılların sonlarından başlayarak 2000’li yıllar boyunca da egemen olan yaklaşım sivil toplumu, çeşitli ekonomik, toplumsal ve siyasal işlevleri olan geniş bir alan içindeki örgütsel yaşam olarak nitelendirmektedir (Keyman ve İçduygu, 2003; Keyman, 2006).

İşlevleri açısından bakıldığında sivil toplum;

- 1- Toplumsal sorunları çözmede etkin bir araç olarak görülür.
- 2- Bu çözümlerin oluşturulması sürecinde başta devlet olmak üzere farklı siyasal, toplumsal ve ekonomik aktörlerle işbirliği yapar.
- 3- Böylece “etkin ve aktif yurttaşlık” kurumunun varoluşunu sağlar.
- 4- Yurttaş katılımının gününbirlik ve dolaysız sağlanması ile iyi işleyen liberal bir demokrasiye katkıda bulunur,
- 5- Bu katkı özellikle devletin etkinliklerine gereklilik, verimlilik, meşruluk ve şeffaflık getirmede önemlidir,
- 6- Ayrıca var olan farklı ekonomik, toplumsal ve siyasal aktörler arasında demokratik, adil ve katılımcı bir müzakere ortamı yaratılmasına yardımcı olur.

Küreselleşme süreciyle STK’ların yeni işlevler üstlendiği, toplumsal değişimin temel ve asli aktörlerinden birisi konumuna geldikleri, farklı yapılanmalarla giderek yaygınlaştığı, gündemin ilk sıralarında yer aldıkları görülmektedir. STK’lar, gönüllü yurttaş inisiyatiflerinden, farklı motiflerle

bir araya gelen sosyal hareketlere, hükümet dışı hareketlerden küreselleşme karşıtlarına, düşünce kuruluşlarından sendikalara ve meslek örgütlerine dek uzanır. (Yıldız, 2005). STK'ların siyasal işlevleri arasında bulunan kamuoyunu etkileme işlevi, kamuoyu oluşturmak suretiyle karmaşık ve geniş toplumsal yapıda bireylerin taleplerinin dile getirilmesine ve dikkate alınmasına katkı sağlamaktadır. Kamuoyu oluşturmak, hizmet alanlarına dikkat çekmek amacıyla STK'lar, geleneksel medya ilişkileri, reklam, toplantılar, eylemler, imza kampanyaları, lobicilik, tabana yönelik faaliyetler gibi halkla ilişkiler yöntemlerini kullanmaktadırlar. STK'ların başarısında kampanyaların daha büyük kitlelere ulaşmasında medya desteğinin büyük bir önemi bulunmaktadır.

Bugün Türkiye'de 4.547'si vakıf, 86.031'i dernek olmak üzere, 90.578 sivil toplum kuruluşu faaliyet göstermekte, bu rakamlara sendikalar, meslek odaları ve kooperatiflerin de eklenmesi durumunda bu sayı 150.000'i aşmaktadır. Türkiye nüfusuna oranla STK sayısı oldukça düşüktür. Ülke genelinde ortalama her 780 kişiye bir STK düşmektedir (TÜİK ve Dernekler Dairesi Başkanlığı -DDB 2008 ve Vakıflar Genel Müdürlüğü - VGM 2009). Coğrafi dağılım açısından incelendiklerinde STK'ların kentsel alanlarda ve ülkenin batısında yoğunluk gösterdiği görülmektedir. Vakıf ve derneklerin %42'si ülkenin beş büyük kenti olan İstanbul, Ankara, İzmir, Adana ve Bursa'da bulunmaktadır. Bunun yanında ülkedeki en az STK Şırnak'ta bulunmakta her 3.204 kişiye bir STK düşmekte ve bu ilde STK'ların sadece %0,15'inin faaliyet gösterdiği görülmektedir (DDB 2008 ve VGM 2009 Verileri).

Çalışma alanları açısından STK'ların büyük çoğunluğunun sosyal dayanışma ve hizmet odaklı çalıştığı, politikaları etkilemeye yönelik etkinliklere ve savunuculuk faaliyetlerine daha az yer verildiği görülmektedir. Türkiye'de derneklerin %18,1'ini "dini hizmetlerin geliştirilmesine yönelik hizmet faaliyetleri" veren cami dernekleri, %14,3'ünü spor kulüpleri, %13,7'sini yardımlaşma dernekleri, %9,5'ini kalkınma ve konut dernekleri, %10'unu ise mesleki dayanışma örgütleri oluşturmaktadır. Ancak yine de savunuculuk yapan STK'ların (örneğin kadın hakları ve sorunları, çevre sorunları, insan hakları, tüketici hakları, öğrenci ve gençlik konuları) etkinlik ve görünürlüklerindeki artış dikkat çekicidir.

Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Raporu II de; Türkiye'de STK türleri içinde kadın örgütlerinin %13 oranıyla 3.sırada geldiği ifade edilmektedir. Bir diğer araştırmada ise sosyal amaçlı derneklerde 200 kadın STK %5'lik bir dilimi kapsamaktadır (www.stk.net/akademik-makale, 02 Şubat 2012).

AB'ye uyum sürecinin de etkisiyle hukuki altyapı geliştirilmesine rağmen, ülkemizde kadınlar sorunlarını anlatmak ve çözüme ulaştırmak konusunda istenilen noktaya gelinememiştir. Kadınlar arasında işsizlik sorunu erkeklere kıyasla daha büyüktür. Ülkemizde, kadınların daha olumsuz istih-

dam şartlarına sahip olmasının temel nedeni eğitim seviyesindeki farklılıktır. Eğitim düzeyi, sahip olunan meslek grubunu da büyük ölçüde etkilemektedir. Türkiye'de kadınlar daha düşük eğitim düzeylerine sahip olduklarından, büyük oranda tarım alanında çalışmaktadır. Kadınların eğitim düzeyleri ise çoğunlukla mevcut aile yapısı ve bu yapının kadınlara yüklediği rollerle şekillenmektedir. Kadınlara çoğunlukla eğitim şansı verilmezken, ekonomik faaliyetlere katılmaları da büyük ölçüde engellenmektedir. Ülkemizde şiddet ve ayrımcılığın önlenmesi ve fırsat eşitliğine yönelik yasal altyapının gelişmiş ülkeler seviyesine çıkarılmasına rağmen bu hakların kullanılması için gerekli kurumsal ve eğitimsel altyapı yeterince gelişmemiştir. Bu nedenle mevcut kadın STK'ların çoğunluğunun etkinlik alanları; kadınların istihdama kazandırılması ve çalışma isteğinin gelire dönüştürülmesi sürecinin yerel olanaklar, kamu, özel kesim ve sivil toplum kuruluşlarının işbirliğiyle projelendirilmesi, kadına şiddetin önlenmesi amacıyla kampanyalar düzenlenmesi ve bu konuda kamuoyu duyarlılığının artırılması, kadın hakları ve kadının siyasal yaşama katılımının yüksek oranda sağlanması noktasına dayanmaktadır.

Diğer STK'lar ile ortak çalışma alanı ise eğitimidir. Kadınların eğitim düzeyini artırmayı hedefleyen 'Haydi Kızlar Okula', 'Kardelenler', 'Baba Beni Okula Gönder' gibi proje ve kampanyalar bu açıdan oldukça önemlidir.

## 2.1- İnceleme Kapsamına Alınan Kadın STK'lar

Çalışma kapsamında ele alınan kadın STK'lar hizmet alanını sadece "kadın" odaklı olarak tanımlayan, her biri kadının sosyal, ekonomik ve siyasal yaşam ile kamusal alanda varlığını güçlendirmeyi amaçlayan STK'lardır. İnceleme kapsamına alınan kadın STK lar KAGİDER, Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı ve KA.DER'dir.

### 2.1.1- KAGİDER

KAGİDER, Türkiye Kadın Girişimciler Derneği, Eylül 2002'de 38 kadın girişimci tarafından ülke çapında faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul'da kurulmuştur. Farklı sektörlerde aktif olarak çalışan ve değer üreten 200 kadın girişimci üyesi bulunmaktadır. Temel amacı Türkiye'de kadın girişimciliği ve liderliğini geliştirmektir. Bu amaçla İstanbul'da ve Anadolu'nun farklı illerindeki kadın girişimcilere iş kurma ve geliştirme süreçlerinde kapsamlı eğitimler sağlamanın yanı sıra, kadın girişimci adaylarına inkübasyon, danışmanlık ve mentörlük desteği sunar. Diğer taraftan genç kadınlar arasında farkındalık yaratma ve bilinç yükseltme çalışmaları ile onları daha iyi eğitim almaları ve iş yaşamına başarılı geçişleri yönünde destekler. 2002 yılından bu yana KAGİDER girişimcilik eğitimleri ile kadının güçlenmesine hizmet etmiş, kadınların sosyal ve ekonomik alanda etkinliğinin artmasını sağlamıştır. Bu bağlamda KAGİDER 5000'den fazla girişimcilik ve iş geliştirme projesini değerlendirmiş, 1300'den

fazla kadına eğitim desteği sağlamış, başarılı adaylara inkübasyon, mentörlük ve danışmanlık hizmeti sunmuştur.

KAGİDER Mart 2009'da kadın güçlenmesi yönünde çalışmalarını geliştirmek, girişimcilik, liderlik ve inkübasyon alanlarında faaliyetlerini artırmak ve geliştirmek için temel bir merkez olması düşünülen Kadın Gelişim Merkezi –Biz.'i hayata geçirmiştir. –Biz.'de kadın girişimci adaylarına finans, bankacılık gibi alanlarda danışmanlık, eğitim, inkübasyon, mentörlük desteği, liderlik eğitimleri ve seminerleri sunulmaktadır.

KAGİDER Türkiye'nin AB üyeliğine inanmakta, üyelik sürecine destek vermekte ve bu süreçte kadınların oynayacağı aktif rolün önemini savunmaktadır. AB diyalogunu hedef alan çalışmalarını ve Brüksel ile ilişkilerini Türkiye'nin AB'de önemli bir lobi aktörü olan KAGİDER Brüksel Ofis aracılığı ile sürdürmektedir. Brüksel temsilciliği olan tek Türkiyeli kadın sivil toplum örgütü olma özelliğini korumaktadır. Mart 2008'de açılan KAGİDER Brüksel Temsilciliği Brüksel'de Türkiye'nin AB üyeliği yönünde lobi faaliyeti yapan, bu süreçte kadının oynayacağı rolün altını çizen önemli bir aktör olmaya adaydır.

Avrupa çapında 4000 kadın örgütünün bağlı bulunduğu bir çatı organizasyon olan Avrupa Kadın Lobisi (AKL) üyesidir. Uluslararası Kadın İttifakı (TIAW), Akdeniz İşkadınları Derneği (AFAEMME) ve Balkan Kadın Koalisyonu üyelikleri olan KAGİDER bu kuruluşların toplantılarına katılmakta, iletişim ağlarında yer almakta ve farklı alanlarda diyalogunu sürdürmektedir. KAGİDER Dünya Bankası (WB) ve Uluslararası Finans Kuruluşu (IFC) ile proje temelli ortaklıklar ve bu bağlamda sağlam bir diyalog geliştirmektedir. Ulusal STK lar ile de amacı doğrultusunda işbirliği yapmaktadır.

Ekonomik yaşamda kadının varlığını güçlendirmek için kadın girişimcileri destekleyen eğitim programları, yarışmalar, seminerler düzenlemekte genç kadın girişimcileri bünyesine katmak için çalışmalarını sürdürmektedir ([www.kagider.org.tr](http://www.kagider.org.tr), 05.02.2012)

### 2.1.2- Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı

Kadınların 1987 yılında başlattığı Dayaña Karşı Kadın Dayanışması kampanyasını takip eden bir dizi şiddet karşıtı faaliyetin sonucunda, şiddete uğrayan kadınlara yönelik bir sığınak fikrinin zaman içinde olgunlaşmasıyla 1990 yılında İstanbul'da vakıf statüsünde Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı kurulmuştur. Mor Çatı, İstanbul düzeyinde faaliyet gösteren yerel bir kuruluştur. Ancak başka illerdeki kadın örgütleriyle ortaklaşa etkinlikler de gerçekleştirmektedir. Mor Çatı'nın temel kuruluş felsefesi, "dayanışma"ya dayanır. Kadınlar arasındaki dayanışmayı ve etkileşimi sağlamak kuruluşun öncelikli hedefidir. Dayanışmanın bir ayağını da kadın sığınakları oluşturduğu için Mor Çatı kadın sığınaklarına faaliyetleri içinde önemli bir yer

verir. Kadınlar için sığınak düşüncesi ilk olarak bu kuruluşu oluşturan kadınlar, dolayısıyla bu kuruluş tarafından gündeme getirildiği için Mor Çatı'nın adı sığınakla neredeyse özdeşleşmiştir. Mor Çatı, genel olarak kadın hareketi içinde benimsenen belli başlı ilkeler ışığında çalışmaktadır. Bu ilkeler şu şekilde ifade edilebilir: Hiyerarşi yaratmamak ve üretmemek, gönüllülük esasına göre çalışmak, yetki ve sorumlulukları dönüşümlü olarak paylaşmak, kararları kolektif almak ve dayanışma için çalışmak.

Mor Çatı, yukarıda ifade edildiği gibi adı kadın sığınaklarıyla özdeşleşmiş olmasına rağmen, sadece sığınaklarla ilgili faaliyet yürütmez. Faaliyet alanları ana hatlarıyla danışmanlık, sığınak çalışmaları, açık kapı toplantıları, atölye çalışmaları, 8 Mart etkinlikleri, yayınlar ve basın bildirimleri şeklinde özetlenebilir. Mor Çatı, dayanışma felsefesiyle çalıştığı için çalışmalarının odağında da şiddete uğrayan kadınlar yer alır. Bu amaçla kuruluşundan beri sığınak çalışmaları üzerinde yoğunlaşmıştır. Kurulduğu 1990 yılında maddi sıkıntılar yüzünden sığınak açamamıştır. Bu dönemde daha çok belediyeler bünyesindeki sığınak çalışmalarına destek vermiş ve şiddete uğradığı için SHÇEK bünyesindeki misafirhanelerde kalan kadınlara yönelik çalışmalar gerçekleştirmiştir. Mor Çatı, 1995'te ilk sığınağını açarak 1998 yılına kadar işletmiştir. Bu tarihler arasında 350 kadınla birlikte 250 çocuğa da hizmet vermiştir. Ancak maddi yetersizlikler nedeniyle 1998 yılında kapatılmak zorunda kalmıştır. Mor Çatı 2005 Ekim ayında Beyoğlu Kaymakamlığı ve Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı'yla gerçekleştirdiği iki yıllık bir protokol ile ikinci sığınak çalışmasını hayata geçirmiştir. Bu sığınak yerel yönetimlerin de desteğiyle bugüne kadar faaliyetlerine devam etmektedir. Ancak sığınak her gün yapılan başvuruları karşılayacak düzeyde değildir. Her gün ortalama altı kadının, aylık iki yüze yakın kadının değişik nedenlerden dolayı Mor Çatı'ya sığınak için talepte bulunmaktadır.

Sığınaklarda kalan kadınlara temelde kendilerine özgüven kazanma, kendi ayakları üzerinde durma, bir meslek edinerek yaşamlarını kazanabilme konularında destek verilmektedir. Kadınların kendi kararlarını kendilerinin vermeleri sağlanmaktadır. Yapılan mülakatlarda, Mor Çatı yetkilileri kadınları yönlendirmekten ve onların adına karar vermekten kaçındıklarını ifade etmektedirler. Mor Çatı Kadın Sığınma Vakfı uygulamalarını web sitesinde şöyle anlatmaktadır:

Mor Çatı'da erkek şiddetine karşı mücadele feminist yöntemlere dayalı olarak yürütülür. Erkek şiddetinin, toplumda kadınlarla erkekler arasında var olan eşitsizliklerden kaynaklandığı, kadın dayanışmasını güçlendirerek eşitsizliklere karşı mücadele etmenin gerekli olduğu düşünülür. Kadınlara destek verirken, onun adına karar vermemek, karar verme sürecinde baskı yapmak yerine, kendi kararı ne olursa olsun destek verilir. Kararlarından dolayı kadınlar yargılanmaz (www.morcati.org.tr, 02 Aralık 2011) .

### 2.1.3- KA.DER

1997 yılında kurulan KA.DER'in misyonu, kadınların seçimle ve atamayla gelinen tüm karar mekanizmalarında eşit temsilini sağlamaktır. 2010 yılı itibarı ile 8 şube ve 8 temsilciliği vardır. Demokratik bir örgüt yapısı olduğunu ifade etmektedir (www.ka-der.org.tr, 05 Aralık 2011) Özellikle 2000' li yıllardan sonra kadının siyasi yaşama katılımı ve karar mekanizmalarında yer alabilmesi için pek çok uygulama ve kampanyalar gerçekleştirilmektedir. Ülke olarak ayrımcılığın her türüne karşı olduğunu, tüm yasal partilere eşit mesafede durduğunu ve tüm partilerin kadın kolları ve kadın parlamenterleriyle amacı doğrultusunda eşit mesafede birlikte çalıştığını ifade etmektedir.

KA.DER amaçlarını web sitesinde hedef kitlesine şöyle açıklamaktadır:

- Kadınların politikaya katılımını engelleyen ekonomik, sosyal, kültürel ve yasal engellerin ortadan kaldırılması,
- Kadınların karar mekanizmalarında eşit temsilini sağlamak için geçici özel önlem politikalarının yasalarda ve siyasi parti tüzüklerinde yer alması,
- Partili ve partisiz kadınların güçlendirilmesi, aday olmaya teşvik edilmesi ve görünür kılınması,
- Siyasi partilerde yer alan kadınlar arasında; onlarla kadın hareketi arasında, kadın sorunları ve politikaları konusunda iş ve güç birliğinin gelişmesi amacıyla, lobi, savunu, kampanya, örgütlenme ve eğitim çalışmaları yapmaktır.

KA.DER'in açmış olduğu siyaset okulları kadının siyasal yaşamda varlığını güçlendirmek için yaptığı en etkili uygulamalardan biridir. Aynı zamanda popüler kimlikler ile yapmış olduğu "Bu Meclise Kadın Şart Kampanyası" da ses getiren bir diğer tanıtım kampanyasıdır. Bu iki uygulamaya ek olarak Kadın Yurttaşların Güçlendirilmesi projesini de hayata geçirmiştir.

### 3- Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Kapsamı

Web sitesi analizi, iletişim bilimleri dışında da pek çok disiplinin ilgi gösterdiği önemli bir çalışma alanıdır. Bu analizlerde kullanılan yaklaşımlar kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bu çalışmalarda, çalışmayı uygulayan bilim dalına göre farklılık olsa da genel olarak sitenin amacı ve dizaynı sorunsalları ön plana çıkmaktadır.

Kadın STK'ların hizmet alanları ve uygulamaları konusunda daha fazla sayıda kişiye ulaşarak farkındalık yaratmak, gönüllü sayısını arttırarak kay-

nak toplama ve sorunlar konusunda kamuoyu oluşturmak en temel fonksiyonlarıdır. Kadın STK'ların bu fonksiyonlara web sitelerinde çeşitli bileşenlerle birlikte ne kadar yer verdiği, web sitesi kullanıcılarına doğru ve etkili enformasyon ve bilgi akışı sunup sunmadığı teknik açıdan yeterli, dizayn açısından sorun taşıyıp taşımadığı önemli sorunsallar olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü web siteleri Kadın STK'ların sanal ortamda görünen yüzüdür. Ayrıca; kadınların özel alandan kamusal alana geçişleri ve seslerini duyurmak için kullandıkları en önemli iletişim kanalıdır.

Çalışmada “ Kadın STK'lar halkla ilişkiler, tanıtım, bilgilendirme ve teknik açıdan faaliyetleri kapsamında gönüllük esasına dayalı hizmet alanlarında web sitesini etkin kullanıyor mu?” konulu temel sorunsal, KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği), Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı ve KADER (Kadın Adayları Destekleme ve Eğitim Derneği), “web sitesi kullanımlarına ilişkin yapılan inceleme üzerinden değerlendirilmiştir. Bu STK'ların incelemeye dahil edilmesinin nedeni kadının toplumsal yaşama sosyal, ekonomik ve siyasal alanlarda katılımını destekleyen, bu konuda etkin çalışan, bilinirliği yüksek kadın STK'lar olmasıdır. Bu üç STK' nın web siteleri 09 Ocak – 23 Ocak 2012 tarihleri arasında incelemeye tabi tutulmuştur. Araştırmanın metodolojik kısmı Gibson, Ward, Margolis, Resnick ve Ward'un “Election Campaigning on the www. in the USA and UK: A Comparative Analysis” adlı makalesi temel alınarak STK web site analizi için uyarlanmıştır (2003).

İncelemeye dahil edilen STK web sitesi bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliğini ve görsellik, erişilebilirlik, gezilebilirlik, güncellik ve görülebilirlik indekslerini içeren sunum özelliğini sağlama kapasitelerine göre puanlandırılmıştır. Ayrıca yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya, yatay ve etkileşimli bilgi iletişim akışı özellikleri incelenmiştir.

Çalışmanın varsayımları şu şekilde belirlenmiştir;

Gelişen iletişim teknolojisine paralel olarak web sitelerinin halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri açısından önemi hızla artmakta, ekonomik, sosyal ve kültürel etkinliklerin duyurulması, bilgilerin güncelliği web sitesinin girilme sıklığını interaktif/etkileşimini belirlemektedir. Çalışmanın temelini oluşturan kadın STK internet siteleri bu bağlamda hedef kitleyi bilgilendirme konusunda önemli araç olarak kullanılmaktadırlar.

- Çalışmada ekonomik alanda faaliyetlerini yürüten KAGİDER in web sitesini bilgi akışı, katılım, kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncellik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından zengin bir içerikte oluşturduğu varsayılmaktadır.

- Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı'nın web sitesini veri akışı ve sunum özellikleri açısından etkin olarak kullanmadığı, ana amacı doğrultusunda sosyal yaşamda ve hayatta var olma mücadelesi veren şiddet mağduru kadınlara yönelik bağış toplamak amacıyla bu kanalı aktif hale getirdiği varsayılmaktadır.
- Kadının siyasal yaşama daha fazla katılımını sağlamak amacıyla sosyal sorumluluk faaliyetlerini sürdüren KA.DER'in bilgi akışı, katılım, kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncellik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından web tabanlı iletişimin olanaklarından (özellikle de interaktif/etkileşim boyutunda) etkin şekilde yararlanmadığı varsayılmaktadır.

### 3.1. Araştırmanın Bulguları

İncelenen her bir kadın STK web sitesinin fonksiyon ve sunum özellikleri baz alınarak, içeriklerinin ne kadar donanımlı olduğu ve bu içerikleri ne kadar etkin bir şekilde sunabildikleri; bu bağlamda da halkla ilişkiler özeline interneti kullanım amaçları doğrultusunda ne kadar etkin ve ne ölçüde kullanabildiği ortaya konulmuştur.

#### 3.1.1. Türkiye'deki İncelenen Kadın Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Web Sitelerinin Tüm Fonksiyonu

**Tablo 1:** Türkiye'deki İncelenen Kadın Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Web Sitelerinin Tüm Fonksiyonu

	Bilgi Akışı	Kaynak Toplama	Haberleşme İç - Dış	Katılımcılık	Kampanya
KAGİDER	14	6	4 -5	0	6
MOR ÇATI KADIN SİĞİNAĞI VAKFI	10	10	2 -0	0	3
KA.DER	14	4	0 - 1	6	3
Ortalama	12.6	6.6	2 - 2	2	4
Aralık	0 -16	0 -13	0 -6 0 - 15	0 - n	0 -9

\***Kaynak:** KAGİDER Web sitesi (<http://www.kagider.org/>),  
MOR ÇATI Web sitesi (<http://www.morcati.org.tr/tr>) ve  
KA.DER Web sitesi (<http://www.ka-der.org.tr/tr/index.php>) 09 -23 Ocak 2012.

Enformasyon/bilgi akışı fonksiyonu değerlendirildiğinde, incelemeye konu olan KAGİDER, Mor Çatı ve KA.DER kadın STK web sitelerinde yukarıdan aşağı doğru bilgi akışının olduğu ve bu bilgi akışının KAGİDER ve KA.DER’ de daha yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Sitelerin hepsinde dernek ya da vakfın kurumsal tarihi, organizasyon yapısı, faaliyetleri, üyeleri, mevzuatları, sponsor ve destekçileri, e-bülten ve iletişim bilgileri yer almaktadır. Sıkça sorulan sorular, gizlilik politikası kısmı her üç web sitesinde de bilgi akışı fonksiyonu çerçevesinde eksik bırakılmıştır. Bununla birlikte kurum yapısı, felsefesi, tüzüğü, misyon ve vizyonu, denetim ve faaliyet raporları, yönetim kurulu, ilgili komiteler ve bu komitelerin üyeleri, projelerin yanı sıra etkinlik takvimi KAGİDER’de çok daha ayrıntılı bir şekilde sunulmuştur. Söz konusu web sitelerinde periyodik olarak yayınlanan e-bültenlere link konulmuştur. KAGİDER tüm dünyada etkin kullanımı olan Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım alanlarında da katılımcıları ile buluşmak amacıyla Facebook ve Twitter hesapları oluşturmuş, site içinde bunlara yönelik linkler konulmuştur.

Mor çatı ana sayfasında vakfın kuruluş öyküsü ile neler yapıyoruz, neler yapabiliriz? Başlıkları altında kendisini ve faaliyetlerini tanıtmıştır. Etkinlik takviminin güncellenmesi konusunda ise yetersizlik olduğu belirlenmiştir. Bu yetersizlik KA.DER’in web sitesi içinde geçerlidir. Her üç site de de basın bültenleri ve basında vakıf ya da dernekle ilgili olarak yayınlanan haberlere yer verilmekle birlikte KAGİDER’de “basın odası” başlığı altında bu bilgilere çok daha ayrıntılı olarak rastlanmıştır. Yine KAGİDER ana sayfasında fazla sayıda reklam bannerları kullanırken Mor Çatı ve KA.DER’de böyle bir uygulamaya rastlanmamıştır. KAGİDER’de asil, aday üyelere ilişkin kimlik ve firma bilgilerinin yanı sıra çalışanların tümüne ait telefon ve elektronik posta hizmetlerine dair bilgiler de verilmiştir. Yönetim kurulu üyeleri, komiteler ve komitelerde görev alan kişilerin tam isim listesi, görev alanları kamuoyuna duyurulmuştur. Ana sayfada ayrıca Brüksel ofisinin çalışma alanları, etkinlikleri, çalışanların iletişim adreslerine ilişkin ayrıntılı bilgiye yer verilmiştir. KAGİDER’in faaliyetleri ve bağımsız denetim raporları sitede sunulurken, dış haberleşme kapsamında ise uluslar arası üyeliklere, STK’lara ait yaralı linkler konulmuştur. KA.DER’ de ise bu linklere rastlanmamıştır.

Enformasyon ve bilgi akışı bağlamında KAGİDER’in niteliksel açıdan Mor Çatı ve KA.DER’e oranla daha fazla veri sunduğu tespit edilmiştir. Tüm web siteleri ortalamasına bakıldığında enformasyon ve bilgi akışının üç site de 16 puan üzerinden ortalama 12.6 puana sahip olduğu görülmektedir.

Kaynak toplama fonksiyonu kapsamında KAGİDER’de sadece üyelik aidatına ilişkin bilgiler web sitesinde bulunurken, Mor Çatı ayrıca web sitesinde vakfa bağış sağlamak amacıyla bankaların (TL, Euro ve Dolar) hesap numaralarını ayrıntılı olarak vermiş, sağlık, iletişim, teknolojik desteğin yanı

sıra kurumsal destek için gönüllülük esasına ilişkin bilgiler aktarmıştır. Vakfa gelir sağlayabilecek tişörtlerin satışı ile ilgili kampanya duyurusu ve linkleri de sitede yer almaktadır. KA.DER' in web sitesinde ise bağış konusunda bilgiye rastlanmamıştır.

Haberleşme fonksiyonu açısından her üç STK'da da iç haberleşme indeksinin daha yoğun olduğu belirlenmiştir. İç haberleşme konusunda KAGİDER çalışanlarına, üyelerine, kütüphane ve haber arşivi ile iletişim kurulabilecek kişilere yönelik linkler oluştururken, Mor Çatı haber arşivi ve iletişim sağlanabilecek mail adresine yönelik link sağlamıştır. KA.DER ise üyelik bilgilerine ilişkin link oluşturarak, internet üzerinden üye kayıtlarının kolayca yapılmasına (üyelik formu ve postalama ikonu ile) imkan tanımıştır.

Dış haberleşme konusunda KAGİDER Kobiler, Türkiye Fuar Rehberi, Ticaret Sicil, Brüksel Ofisi, Türk ve Avrupa Birliği STK linklerinin yanı sıra ana sayfada ve sayfanın alt kısmında yer alan bannerlar aracılığıyla kendisine destek veren sponsorlarına, destekçilerine de linkler oluşturmuştur. Mor çatı Kadın Sığınma Vakfı ise dış haberleşme kapsamında sadece hukuk alanında Unicef Türkiye ve adli konularda dilekçe örneğine linkle yönlendirme yapmıştır.

KA.DER'in web sayfasında ulusal ya da uluslar arası kurumların resmi sitelerine ya da sadece kendi üyelerinin girebileceği ekstra linklere rastlanmamıştır. Sponsor olarak tek bir linke bağlantı oluşturulması KA.DER' in web sitesinin iç ve dış haberleşme değişkenine göre yetersiz olduğu sonucunu doğurmuştur.

**Tablo 2:** Türkiye'deki İncelenen Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Web Sitelerinin Sunum\*

	Görsellik	Erişilebilirlik	Gezilebilirlik	Güncellik
KAGİDER	8	1	4	4
MOR ÇATI KADIN SİGİNAĞI VAKFI	8	2	2	3
KA.DER	3	3	1	0
Ortalama	6.3	2	2.3	2.3
Aralık	0 -6	0 -5	0 - n	0 - 6

\***Kaynak:** KAGİDER Web sitesi (<http://www.kagider.org/>),  
MOR ÇATI Web sitesi (<http://www.morcati.org.tr/tr>) ve  
KA.DER Web sitesi (<http://www.ka-der.org.tr/tr/index.php>) 09 -23 Ocak 2012.

Katılımcılık fonksiyonu karşılıklı iletişim, kamuoyu araştırmaları ve geri bildirim indeksi açısından incelenmiştir. KAGİDER ve Mor atı kadın STK web sitesinde KA.DER' in aksine kullanıcılar için e-mail gönderme imkânı bulunmaktadır. KAGİDER buna ek olarak çalışanlarının her biri ile iletişim kurulabilecek mail adreslerini de sitede ayrıntılı olarak belirtmiştir. Söz konusu sitelerde ziyaretçi defteri adı altında site ziyaretçilerinin görüş ve önerilerini aktarabilecekleri bir ikona rastlanmamıştır. Her üç sitede de karşılıklı iletişim söz konusu değildir.

STK web sitelerinde sosyal yardım kampanyaları etkin şekilde düzenlenmiş, üyelere ve gönüllülere ilişkin ayrıntılı bilgi aktarımı sağlanmış, logo, tanıtım ve broşür bilgilerinin indirimine imkan tanımıştır.

### 3.1.2. Türkiye'deki İncelenen Kadın Sivil Toplum Kuruluşları (STK) Web Sitelerinin Sunumu

Web sitelerinin sunumu açısından yapılan incelemede KAGİDER' in hareketlilik, ereve, grafik ve imajların yanı sıra görsel öğelerle sitesini son derece zenginleştirdiği gözlenmiştir. Mor atı ise kamuoyunun dikkatini çekmek için hazırlanan tanıtım filmlerinin videolarına ve animasyonlara sitesinde yer vererek kullanıcılarının da dikkatini konuya çekmeye çalışmıştır. KA.DER sunum açısından incelemeye konu olan diğer iki web sitesinin gerisinde kalmıştır.

Erişilebilirlik açısından her üç STK' nın web sitesinin de WAP/PDA'dan ulaşım olanağı ve görme engeli bulunan kullanıcılar için özel yazılım seçeneği bulunmamaktadır. STK'ların web sitesinde dokümanların metin halinde sunum seçeneği mevcutken, Mor atı ve KA.DER'in web sitesine sitenin İngilizce sunum özelliği eklenmiştir.

Gezilebilirlik fonksiyonu açısından her üç sitede de site haritası ve arama motorları bulunmaktadır. KAGİDER ve KA.DER'de sayfa altında sabit menü olanağı varken, Mor atı'da buna rastlanmamaktadır. İncelenen sitelerde son güncelleme tarihi bulunmazken, dokümanlar üzerinden yapılan incelemede KAGİDER'in 3-7 günde bir güncellendiği gözlenmiştir. Dünyadaki internet kullanıcılarının en fazla rağbet ettiği arama motorlarından biri olan Google'da yapılan incelemede görüntülenme sayısı KAGİDER için 97.000, Mor atı için 365.000, KA.DER için ise 204.000 olarak tespit edilmiştir.

## SONUÇ

Gelişen teknoloji internet kullanımını hayatımızın en önemli parçası haline getirmiş, web tabanlı iletişim tanıtım faaliyetleri açısından dışarıya açılan pencere olarak kabul edilmiştir. Holtz, web sayfalarına yerleştirilen bir mesajın farklı coğrafi konumdaki insanlara ulaşabileceğini belirtirken, siteyi

ziyaret eden herkesin sitenin içeriğini sonuna kadar okuyacağını varsaymanın mümkün olmadığını savunmuştur (Chipchase ve Theaker, 2006:369). Bu bağlamda kar amacı gütmeyen STK'ların web sitelerini, hedef kitlelerinin geri beslemesine izin verecek şekilde, çift yönlü iletişim sürecinin gerçekleştirileceği interaktif bir yapıda oluşturmaları gerekmektedir.

Çalışmaya konu olan kadın STK'larda halkla ilişkiler ve tanıtım uygulama alanı olarak web sitesi kullanımını: örgüt haberlerini duyurma, çeşitli konular üzerinde görüş bildirme ve kamuoyu yaratma, yönlendirme, kriz dönemlerinde halkla birebir iletişim kurma, yeni üye kazanma, görünürlük elde etme, diğer sivil toplum örgütleriyle iletişim ağı kurma, imza, eylem veya yardım amaçlı kampanyalara destek sağlama zemini olarak değerlendirilmek mümkündür. Araştırma kapsamında örneklem olarak seçilen üç farklı hizmet alanında kadının toplumsal yaşamda daha etkin var olması için çalışan kadın STK'ların geleneksel kitle iletişim kanallarında yer almakta gösterdiği çabayı internet ve web sitesi kullanımında da gösterdiği görülmektedir.

İncelemeye konu olan kadın STK web siteleri hedef kitleler ile iletişiminde fonksiyon ve sunum özellikleri açısından değerlendirilmiştir. Sitelerin genel olarak bilgi akışı bağlamında iyi durumda olduğu, ancak sıkça sorulan sorular, görme engelliler için özel yazılım, görüş ve öneriler ikonun her üç web sitesinde de eksik bırakıldığı belirlenmiştir. Bu durum sitelerin olumsuz yönlerini ortaya koymuştur.

Haberleşme ağı fonksiyonu açısından yapılan değerlendirmede tüm STK web sitelerinde e-postalar aracılığıyla ulaşılabilecek alanların olduğu görülmektedir.

Katılımcılık fonksiyonu açıklık, kamuoyu araştırmaları, geri bildirim ve karşılıklı iletişim değişkenleri açısından değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen kadın STK web sitelerinin tümünde e-posta adresi ile iletişim kurulabilen alanlar ve belirli konulara vurgu yapan e-posta adresleri bulunmaktadır. Web sitelerinin tümünde kullanıcılarla üyeler arasında çevrimiçi eşzamanlı görüşme (chat) imkanı tespit edilmemiş olup, çift yönlü iletişim sağlanamamıştır.

Web sitelerinin sunum özellikleri; görsellik, erişilebilirlik, gezilebilirlik, güncellik, görülebilirlik özellikleri açısından incelenmiştir. Görsellik bağlamında incelenen kadın STK web siteleri logo ve kurumsal renklerine uygun olarak tasarlanmıştır. Menü, çerçeve, hareketlilik özelliklerinin web sitelerinde yer aldığı görülmektedir. Dokümanların metin halinde indirilmesi ve yazılması özelliklerinin her üç web sitesinde de bulunduğu tespit edilmiştir.

Web sitelerinin gezilebilirlik özelliği incelendiğinde, web sitelerinde ana sayfa ikonunun ve sabit menü çubuklarının yer aldığı görülmektedir. Bu

özellik kullanıcının site içerisinde rahat hareket edebilmesini ve kolaylıkla site içerisinde sayfa değiştirebilmesini sağlamaktadır. Arama motorlarının olması ise bilgiye kısa sürede ulaşılması açısından olumlu olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada elde edilen veriler çalışma varsayımlarını kanıtlamıştır. Kadın STK internet siteleri hedef kitleyi amaçları doğrultusunda kendileri ve uygulamaları konusunda bilgilendirmede önemli bir araç olarak kullanılmaktadırlar. KAGİDER' in web sitesi bilgi akışı, katılım, kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncelik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından zengin bir içeriğe sahiptir. Mor Çatı Kadın Sığınma Vakfı bilgi ve enformasyon akışının yanı sıra şiddet mağduru kadınlara yönelik bağış toplamak amacıyla web sitesini kullanmaktadır. Kadının siyasal yaşama daha fazla katılımını sağlamak amacıyla sosyal sorumluluk faaliyetlerini sürdüren KA.DER'in bilgi akışı, katılım, kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncelik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından web tabanlı iletişimin olanaklarından (özellikle de interaktif/etkileşim boyutunda) etkin şekilde yararlanmadığı görülmüştür.

Ülkemizde kadının toplumsal yaşam içinde görünürlülüğünü arttırmak ve karar alma süreçlerinde daha etkili olması için öncelikle var olan kadın sivil toplum kuruluşlarının niteliksel etkinliklerinin artması gerekmektedir. Savundukları konularla ilgili toplumda duyarlılık yaratmak gönüllü kapasitesini geliştirmek ve oluşturdukları projelere kaynak bulma konusunda ulusal ve uluslararası alanlarda iletişimi sağlamak için sanal ortamda sosyal ağlar ile birlikte kendilerinin görünen yüzü web siteleri için daha çok özen göstermeleri gerekmektedir.

Kadın STK web sitelerinin görünürlük oranının yüksek olması, amaç ve etkinlik açısından zenginleştirilmesi STK'lar konusunda farkındalığı az olan grupların da katılımını sağlayacaktır. Bu amaçla; web sitelerinin tümünde kullanıcılarla üyeler arasında çevrimiçi eşzamanlı görüşme (chat) imkânı yaratılarak çift yönlü iletişim sağlanmalıdır. Ayrıca görme engelli vatandaşlar özel yazılım programları ile faaliyetlere dahil olabilmeli, isterlerse kadın STK'lara destek verebilmelidirler. Sıkça sorulan sorular, görüş ve öneriler ikonları karşılıklı bilgi ve enformasyon akışı fonksiyonunu önemli ölçüde arttıracaktır. Web sitelerinde on-line bağış imkânının sağlanması kadın STK'ların finansal yapısını güçlendirecek, pek çok sorunun da daha kolay ve hızlı şekilde çözülmesine imkân tanyacaktır. Kadın STK web sitelerinde (ulusal, uluslar arası STK'lar, basın, valilik, siyasal partiler, hukuk departmanları, polis, hastaneler) yararlı linkler mutlaka konulmalı, Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım alanları içinde ana sayfada linkler oluşturulmalıdır. Tüm bunlar web tabanlı iletişim olanaklarından kadın STK'ların doğru ve interaktif bir şekilde yararlanmasını sağlayacak, paralel olarak da kamuoyu ve temsil ettiği hedef kitle karşısında gücünü ciddi oranda arttıracaktır.

## KAYNAKÇA

- Callison, C (2003). "Media Relations and the Internet: How Fortune 500 Company Web Sites Assist Journalists in News Gathering." *Public Relations Review*, 29 (1): 29-41.
- Chipchase, Jo; Theaker, Alison (2006). "İnternetin Halkla İlişkiler Alanında Etkili Bir Şekilde Kullanımı." (Der. Alison Theaker), *Halkla İlişkilerin Elkitabı*, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., s.357-391.
- Çimen, İ. İ.Güven (2007). "Türkiye'de Sivil Toplumun Tarihsel Gelişimi." *Dernekler Dergisi*, 1:7.
- Gibson, R.; Ward, S. (2000). "A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites." *Social Computer Review*(18): 301-319.
- Göksel A B ve N B Yurdakul, (2002). *Temel Halkla İlişkiler Bilgileri*, İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Keyman, E. Fuat ve İçduygu, Ahmet (2003). "Globalization, Civil Society and Citizenship in Turkey", içinde: *Citizenship Studies* 7, 2:219-234.
- Keyman, E. Fuat ve İçduygu, Ahmet (2005). *Citizenship in a Global World: European Questions and Turkish Experiences*, London: Routledge.
- Naude, A M E; Froneman, J D ve Atwood R A (2004). *The Use of the Internet By Ten South*
- "African Non-Governmental Organizations-A Public Relations Perspective." *Public Relations Review* (30): 87-94.
- Saran, M (2005). "İnternet ve Halkla İlişkiler." *Yeni Düşünceler*, 1 (1) , İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası.
- Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası: Uluslar arası Sivil Tolum Endeksi Projesi Türkiye II.Raporu -2010
- Yıldız, Ö. 21. (2005). "Yüzyılda Sivil Toplum Örgütleri: Demokratikleşme'nin mi, 'Neo Liberalizm'in mi araçları?." *II. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi*, 15-16 Ekim 2005 Çanakkale Sayfa: 586-588

### İnternet Kaynakları

<http://www.ka-der.org.tr/tr/index.php>

<http://www.kagider.org/>

<http://www.morcati.org.tr/tr>

[www.stk.net/akademik-makale](http://www.stk.net/akademik-makale),

## EKLER

### Puanlama Sistemi: Parti Web Sitesi Analizi\*\*\*

\*\*\*Kaynak: Gibson, R., Margolis, M., Resnick, D., Ward, S. (2003) "Election Campaigning on the WWW in the US and UK: A Comparative Analysis", Party Politics 9 (1), Sage Publications, ss. 22-24.

\*\*Kaynakta kullanılan web sitesi analiz indexi bazı değişikliklerle STK web siteleri analiz indexi olarak tasarlanmıştır.

### Fonksiyonlar:

#### Enformasyon – Bilgi Akışı

Her bir madde 1 puandır. Bu bölümün puanı 0-16 arasında değişmektedir.

STK'nın Tarihçesi

STK'nın Yapısı-

STK'nın Felsefesi ( Vizyon ve Misyonu)

STK'nın Yönetim ve Çalışma Kurulları

STK'nın Denetim ve Faaliyet Raporları

STK'nın İletişim Bilgileri

STK'nın Sponsor ve Destekçileri

STK'nın Etkinlik Takvimi

STK'nın Basın Odası

STK'nın Etkinlik Takvimi

Kütüphane

Arşiv

Sıkça Sorulan Sorular

Gizlilik Politikası

e-Bülten

Yararlı Linkler

#### Kaynak Toplama

Kümülatif indeks- Bu bölümün toplam puanı 0-13 arasında değişmektedir.

STK Yardım İndeksi :(0-4)

Üyelik İndeksi : (0-4)

Yan Üyelik/ Gönüllülük İndeksi:(0-4) 1=Mevcut 0= Yok (yok)

(1) Listelenmiş Posta Adresi

(2) İndirilebilir Form ve Postalama

(3) Online Bilgisi

(4) Online Ödeme

(0) Hiç Biri

#### Haberleşme Ağı

##### İç Haberleşme:

Linklerin sayısına göre 0-5 puan arasında değişmektedir.

-STK sitesinden bağımsız bir şekilde üyelere, gönüllülere, farklı il içe şubelerine, ilgili yardım kuruluşlarına olan dahili linkler. 0=Hiç link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5= +100

-Siteden ya da sadece üyelerin girebileceği sayfalardan ulaşılabilir ekstra linkler  
1=Mevcut 0= Yok

**Dış Haberleşme:**

Her bir indeks 0-5 puan arasında değişmektedir. Bu bölümün toplam puanı 0-15 arasındadır.

- Uluslar arası ilgili STK linkleri: 0=Link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5= +100
- Referans Linkleri: 0=Link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5=+100
- Ticari Linkler: 0=Link yok; 1=1-10; 2=11-20; 3=21-50; 4=51-100; 5=+100

**Katılım**

Açıklık İndeksi. (0-n)

Geri Bildirim İndeksi: (0-3)

Kamuoyu Araştırmaları İndeksi: (0-n)

Karşılıklı İletişim İndeksi: (0-4)

**STK Sosyal Yardım Kampanyaları**

Her madde 1 puandır. Bu bölümün toplam puanı 0-7 arasında değişmektedir.

- Sosyal Sorumluluk Kampanyaları
- Yurt Dışında Bulunan Gönüllülerin kampanya katılımları
- E-Mail Güncelleme Listesine Katılım:
- Online Kampanyaya Katılım:
- STK üyeleri ve Gönüllüler İle İlgili Bilgi:
- Logonun İndirimi:
- Tanıtım ve Broşür Bilgilerinin İndirimi:

**SUNUM:****Görsellik**

Bu bölümün toplam puanı 0-6 arasında değişmektedir.

Sayfa Dizaynı: Her madde 1 puandır. (0-3)

-Grafikler:

-Çerçevesel:

-Hareketlilik / İmajlar:

Multimedya İndeksi: Her madde 1 puandır. (0-3)

-Ses:

-Video:

-Animasyon:

**Sitenin interaktif/geribildirimli olma özelliği.**

Her bir madde 1 puandır. Toplam (0-9)

- Kurumda e-posta ile iletişim kurulabilen bölüm ya da alanlar.
- Sitedeki e-posta adresinden alınan geribildirim
- Belli konulara vurgu yapan e-posta ortamları,
- Çeşitli üyelikler için online form
- Ziyaretçi Anketi
- Görevlilerle online eş zamanlı görüşme (chat)
- Siteye üye olan kullanıcılarla online eş zamanlı görüşme,
- Ziyaretçi defteri
- E-Şikayet / E-öneri bölümü

### **Erişebilirlik**

İlkeler İndeksi: Her madde 1 puandır. (0-5)

- Çerçeve Seçeneğinin Bulunmaması:
  - Siteye Girişin Metin Halinde Sunulabilirliği ve Dokümanların Metin Halinde İndirilmesi ve Yazılması:
  - WAP / PDA Aracılığı ile Kablosuz Erişim:
  - Yabancı Dile Çeviri:
  - Görme Bozukluğu Olanlar İçin Yazılım:
- Uygulama İndeksi: Ana sayfanın data hacmi

### **Gezilebilirlik**

Her madde 1 puandır. (0-n)

- Gezilebilirlik İpuçları:
- Arama Motorlarının Sayısı:
- Ana Sayfa İkonunun Sayfanın Alt Bölümünde Bulunması:
- Sabit Menü Çubuklarının Sayfanın Alt Bölümünde Bulunması:
- Site Haritası:

### **Güncellik**

Bu bölümün toplam puanı 0-6 arasında değişmektedir.

Güncelleme Tarihi: Her gün güncelleme (6); 1-2 günde bir (5); 3-7 günde bir (4); 2 haftada bir (3);

1 ayda (2); 1-6 ayda bir (1); +6 ay (0)

### **Görülebilirlik Link Sayısı:**