




Üniversite Kadın Araştırmaları Merkezleri Web Siteleri Analizi: Logolar, Semboller ve Faaliyetler

The Analysis of University Women's Research Centers Web Sites: Logos, Symbols, and Activities

Senem Ertan¹ , Fatma Yol² , Gökhan Savaş³ 

¹Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Ankara

²TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Ankara

³Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Ankara

Özet

Türkiye’de ilk olarak 1989 yılında İstanbul Üniversitesi bünyesinde kurulan Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezleri 1990’lı yıllarda yavaş bir artış göstererek 6’ya ulaşmış, 2000’li yıllarda ise hızlı bir ivme kazanarak 2018 yılı itibariyle 87’ye ulaşmıştır. Bu gelişmeler, bir yandan 2000’li yıllarda YÖK’ün teşviğinin, diğer yandan kadın sorunlarının ve bu sorunlara karşı çözüm arayışlarının artmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu merkezlerin yayılması olumlu bir gelişme olarak algılanmaktadır; ancak, bu araştırma merkezlerinin ne derecede aktif oldukları, web sitelerini ne ölçüde güncel tuttıkları ve hangi faaliyetleri içerdikleri ile sahip oldukları logoların ne anlamlara gelebileceğine ilişkin çalışmalar mevcut değildir. Bu araştırma, literatürdeki bu boşluğu doldurmayı hedefleyerek, bu merkezlerin web sitelerini Aralık 2016’dan Ocak 2018’e kadar üç zaman dilimini içerecek şekilde sistematik olarak incelemiştir. Bu bağlamda 87 kadın araştırmaları merkezinden 81’inin web sitesinin olduğu; fakat bu web sitelerinin her zaman aktif olmadığı tespit edilmiştir. Merkezlerin 36’sının logosu bulunmakta ve logolarda en çok mor renk kullanılmakla beraber, kadın yüzü yüzü ve kadın vücudu gibi semboller de kullanılmaktadır. Bir web sitesine sahip olan merkezlerin yarısından fazlasının, bu web sitelerini aktif olarak kullanmadığı görülmüştür. Web sitesinde en çok paylaşılan faaliyetler arasında seminer, panel, söyleşi gibi toplantılar ile sosyal ve kültürel etkinlikler yer almaktadır.

Anahtar sözcükler: Feminist teori, içerik analizi, üniversite ve kadın, yükseköğretim.

Abstract

The first Women’s Problems Research and Application Center in Turkey was established in 1989 at Istanbul University. Then with a slow rise during the 1990s, the number reached 6, and gaining momentum during the 2000s, the number of women’s centers reached 87 as of 2018. These developments have emerged as a result of the Council of Higher Education’s encouragement on the one hand, and the increase in the number of women’s problems and the search for solutions to these problems, on the other hand. The spread of these centers is perceived as a positive development; however, there has been no research on how active these research centers are, how up-to-date they keep their websites, and what activities they organize, and what their logos might mean. Aiming to fill this gap in the literature, this study examined these centers with a systematic approach analyzing their web sites in three time periods, from December 2016 to January 2018. The logos, colors, symbols, and types of activities used by the centers, which have a website, were examined and the viewpoints of the centers and how they handle women’s issues were determined. 81 of 87 women’s research centers have a website, but these websites are not always active. There are 36 logos of the centers, and the color purple is the most-frequently used color in the logos, while symbols such as female face and female body are also used. More than half of the centers that have a website are not actively using those websites. The most commonly shared activities on these websites include seminars, panels, interviews, and social and cultural events.

Keywords: Content analysis, feminist theory, higher education, university and women.

Türkiye üniversitelerinde kadın çalışmaları alanındaki araştırmaların ilk kurumsallaşması, 1989 yılında İstanbul Üniversitesi bünyesinde kurulan Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi ile başlamıştır. 1990’dan 2008’e kadar çok yavaş bir artış gösteren bu merkez-

ler 2008 yılından sonra hızlı bir şekilde artmaya başlamıştır. 2018 yılına geldiğimizde sayıları 87’ye ulaşan üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin kuruluşunu tetikleyen başlıca faktörler arasında Türkiye’de kadın hareketlerinin etkisi, üniversitelerdeki kadın çalışmalarına verilen önemin artması, YÖK ve

İletişim / Correspondence:

Dr. Öğr. Üyesi Senem Ertan
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi,
Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset
Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü,
Ankara
e-posta: senem.ertan@asbu.edu.tr

Yükseköğretim Dergisi / Journal of Higher Education (Turkey), 9(2), 173–188. © 2019 Deomed

Geliş tarihi / Received: Mart / March 13, 2018; Kabul tarihi / Accepted: Ekim / October 8, 2018

Bu makalenin atıf künyesi / Please cite this article as: Ertan, S., Yol, F., & Savaş, G. (2019). Üniversite kadın araştırmaları merkezleri web siteleri analizi: Logolar, semboller ve faaliyetler. *Yükseköğretim Dergisi*, 9(2), 173–188. doi:10.2399/yod.18.043

Bu çalışma, 12–14 Ekim 2017 tarihlerinde Antalya’da düzenlenen 2. Yükseköğretim Çalışmaları Konferansında “Üniversite Kadın Araştırmaları Merkezleri Web Sitelerinin Feminist Bir Bakış Açısıyla İncelenmesi” başlığıyla sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

ORCID ID: S. Ertan 0000-0002-3299-1596; F. Yol 0000-0002-2961-487X; G. Savaş 0000-0002-0681-0229

politika yapıcılar tarafından gerçekleştirilen öneri ve teşviklerin yer aldığı söylenebilir.

Kadınların sorunlarının çözümüne yönelik kurumsallaşma faaliyetlerinden birisi olarak değerlendirilen üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin yanında, sosyal bilimler enstitülerine bağlı olarak toplumsal cinsiyet çalışmaları anabilim dalları da kurulmuştur. Bu anabilim dalları altında Türkiye’de halen 14 üniversitede lisansüstü programlar yürütülmekte ve uzman yetiştirilmeye devam edilmektedir. Çilingiroğlu (2001), üniversite araştırma merkezlerinin feminist bilinç ve bilgi birikiminin bir sonucu olarak ve bu bilginin de üreticisi olmak için kurulduklarını savunmuştur. Buna rağmen feminist kelimesi şimdiye kadar hiçbir araştırma merkezinin isminde yer almamıştır (Çilingiroğlu, 2001). Araştırma merkezlerinin feminist bir güdüyle kurularak buna yönelik amaçlarla faaliyet gösterip göstermediği, yükseköğretim literatüründe sistematik olarak incelenmemiştir. Kadın araştırma merkezleri özellikle 2000’li yıllardan sonra yaygınlaşmış olsa da bu merkezleri inceleyen bilimsel araştırmalar son derece sınırlıdır. Bu araştırmaların da çoğunluğu betimsel nitelikte çalışmalardır (örn. Alptekin, 2011; Balcı, 2016; Çilingiroğlu, 2001; Eroğlu, 2004; Özvarış ve Akın, 2003). Bu araştırmalardan en günceli, Balcı (2016) tarafından yazılmış bir derleme makalesi niteliğinde olup, web sitesi bulunan 50 kadın araştırma merkezinin web sitelerinin içerikleri incelenerek bu merkezlerin amaçları, hedefleri, çalışmaları, vizyonları, misyonları ve yönetmelikleri hakkında kısa betimsel bilgiler sunulmuştur.

Günümüzde çoğu kurumun olduğu gibi kadın araştırma merkezlerinin de birçoğunun sanal ortamda erişilebilirlikleri mevcuttur. Bu merkezler web sitelerinde yayınladıkları etkinlikler ve faaliyetler ile çalışmalarının görünürlüğünü sağlamaktadırlar (Alptekin, 2011). Bunun yanında bu web sitelerinin renk ve tasarım gibi bazı özellikleri ile logo dizaynları da hedef kitlelere vermek istedikleri mesajları özetler niteliktedir. Merkezlerin kuruluşunu etkileyen feminist akımların merkezlerin yürütülüşüne etkisi literatürde henüz yeterince yer almamıştır. Bu araştırma, kısmi olarak bu konuya değinerek, merkezlerin tasarladıkları ve kullandıkları logolar ve sembollerle vermek istedikleri mesajları, bu logolarda kullanılan renklerin feminist literatürdeki yerlerini ve merkezlerin faaliyet içerikleri ile sıklıklarını araştırmıştır. Bu çerçevede çalışma, üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin web sitelerini sistematik ve analitik bir çerçevede ele almıştır.

Bu makalede öncelikli olarak, Türkiye’deki üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin isim ve kuruluş yıllarına odaklanılarak merkezlerin genel profili yansıtılmıştır. İkinci olarak bu merkezlerin logolarında yer alan kadın ve kadınlara yüklenen özellikleri gösteren simgelerin anlamları ve yorumları tarihsel bir bakış açısı ile incelenmiştir. Buradaki amaç, web si-

tesi bulunan merkezlerin kullandıkları renkler ve simgeler aracılığıyla logolarını nasıl bir bakış açısıyla oluşturduklarını tespit etmektir. Bunun yanında, bu araştırmada yine bu merkezlerin web sitesinde yayınladıkları faaliyetlerin türleri ve sıklıkları da incelenmiştir. Böylelikle kadın araştırma merkezlerinin ne kadar aktif olduklarına yönelik bir fikir edinilmiş ve bu faaliyetlerin profilleri çıkarılarak aktiflikleri tespit edilmiştir. Bu tespitleri yaparken şu araştırma soruları sorulmuştur: “Kadın araştırmaları merkezleri web sitelerinde kullanılan semboller ve renkler nelerdir?”, “Kadın araştırma merkezleri, web sitelerinde aktif olarak paylaşımlarda bulunmakta mıdır?” ve “Kadın araştırma merkezlerinin web sitelerinde paylaştıkları faaliyetler nelerdir? Bu faaliyetler hangi amaçla yapılmaktadır?”

Semboller ve Simgeler

Peirce (1998), benzerlik/simgeler, işaret ve sembollerini içeren üç tip imge tanımlar. Benzerlikler veya simgeler, “... sadece taklit ederek temsil ettikleri şeylerin fikirlerini aktarmaya hizmet ederler” (Peirce 1998, s. 5). Bir işaret, “... bir deneyimin iki bölümü arasındaki kesişmeyi gösterir” (Peirce 1998, s. 5). Bir sembol ise bir kelimeyi tanımlamak için onunla bağlantılı fikirleri doğrudan tanımlamaz, onun yerine bu kelimeyi imgelerle temsil ederek tanımlar (Peirce 1998, s. 9). Çevremizi kuşatan her şey; harfler, sayılar, renkler, şekiller birer semboldür. Semboller etrafımızda bulunan bir gerçekliği görsel olarak sunar. İnsanların her çağda ve her toplumda kurduğu iletişim biçimlerinin ilk araçlarıdır. Hatta insanlar, yazıyı bulmadan önce simge, işaret ve sembol olarak üç boyutta temsil edilen imgeyi bulmuştur (Frolov, 1990, s. 131). Özellikle, semboller zamanla epistemolojiyle araştırılması gereken bir mesele haline gelmiştir çünkü her sembol bilginin karmaşık diyalektiğini temsil etmektedir (Cohn, 1974, s. 182). Nihayetinde bilimsel açıdan incelenmeye başlanan semboller; işitsel sembolizm (Klink, 2001), estetik sembolizm (Wilson, 1955), politik sembolizm (Cohen, 1979), öğretme sembolizmi (Wellborn, 1975), kentsel sembolizm (Woodward, 1982) gibi çeşitli çalışmaların ve semiyotik biliminin de konusu olmuştur.

Bir iletişim ögesi olarak semboller; insanları, maddeleri, grupları, fikirleri veya tüm bunların birleşimini temsil edebildiği gibi bunların yerini de alabilmektedir. Bir sembol, bir düşüncüyü, kendisinden başka bir şekilde anlatmak üzere kullanılır ve şekiller arası bu aktarım, sembolün anlam sistemindeki yerini işaret eden belirli özelliklerine bağlıdır (Dickie, 1971, s. 134). Semboller, aktarmak istedikleri fikirler üzerine anlamlandırılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bir köpeğin sadakati veya bir terazinin adaleti temsil etmesi örneklerinde olduğu gibi, sembollerin “bir nesnenin imajı olan veya soyut bir şeyi göz önüne seren bir nesne veya canlı” oldukları söylenebilir (Ersoy, 2000,



s. 12). Pitkin (1967) temsil üzerine yazdığı klasik çalışmasında “sembolik temsil” terimini ortaya atmış ve bunun belirli bir temsilin atfedildiği bir nesne aracılığıyla bir grubun, milletin veya devletin temsili olarak nitelemiştir. Yani bir sembolün bir gerçekliği yansıtmaması için -özellikle belirli biçimleri olmayan soyut kavramları görsel olarak anlatmak için- birebir aynı şekli göstermesi mecburi değildir. Nitekim soyut kavramların, aşk, adalet, bereket gibi doğada maddi veya materyal bir karşılığı olmadığından, burada imgenin ne olduğu değil içerdiği mesajın ne olduğunu anlamak önemlidir. Laplanche ve Pontalis’in de ifade ettiği gibi “Semboller yapılaşmış bir dildir. Sembollerin nereden geldiğini değil, ne anlatmak istediklerini çözmek gerekir” (1973, s. 474). Semboller, aktörlerin, mevcut ve gelecekteki etkileşimlerinin değerini belirlemesine de yardımcı olan ortak anlamların oluşturulmasını sağlamaktadır. Bu şekilde semboller, aktörlerin etkileşimini, bilginin iletişimini, kaynakların entegrasyonunu ve değerini belirlenmesini desteklemektedir (Akaka vd., 2014).

Semboller herhangi bir fikri veya oluşumu anlamlandırdıkları gibi “kadın” imgesi yaratmak için de kullanılmıştır. *Mitolojiler ve Semboller: Ana Tanrıça ve Doğurganlık* adlı kitabında Ateş (2014), kadınların toplumsal rolünün tarihsel süreç içerisinde geçirdiği değişimin, mitolojide kullanılan sembollerden yola çıkılarak anlaşılacağını ifade etmiştir. Kadınlığın çeşitli sembollerle işaret edilmesinin sebebi, farklı semboller kullanan kişilerin zihinlerinde yatan kadın anlayışının çeşitliliğidir. Bu anlamda medyada ve günlük hayatta karşılaşılan her türlü kadınlık ve erkeklik sembolü insanların, kadınların ve erkeklerin toplumsal rollerine bakışlarını ve algılayışlarını yansıtmaktadır. Örneğin, umumi tuvaletlerde kadın sembolü olarak rujlu dudak, topuklu ayakkabı ve kadın elbisesi resmi gibi semboller kadınları temsil ederken, pipo, fötr şapka ve bıyık işaretleri erkekler tuvaletinin simgesi olarak kullanılmaktadır.

Kadınlık ve erkeklik sembollerinde kültürlerarası farklılıklar da göz ardı edilemeyecek düzeydedir. Bu sebeple bir toplumda kadınlık işareti olarak algılanan bir sembol diğer bir kültürde başka bir anlama veya hiçbir anlama gelmeyebilir. Örneğin, Budist rahiplerinin saçlarını kazıyarak kel olması, Batılı akademisyenler tarafından erkekliğin bir sembolü olarak sayılırken, yapılan ampirik çalışmalar o kültürlerdeki rahiplerin bunu bir erkeklik sembolü olarak değil, duygusal bir estetik tecrübe olarak yaptıklarını göstermektedir (Obeyesekere, 1981, s. 21). Evrensel olacağı düşünülen trafik işaretlerinde kullanılan sembollerde ise kadın sembollerinin yer almaması, okulların önündeki yaya geçitlerindeki trafik tabelalarındaki çocuk imgelerinin yanında bile erkek sembollerinin yer alması veya trafik ışıklarında kullanılan erkek vücudu sembollerini yine evrensel olarak erkeklerin trafikte baskın bir rol oynadığı algısıyla ilgilidir (Motel ve Peck,

2018). Bu çalışma, üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin logolarında kullandıkları sembollerle vermek istedikleri mesajların ne olduğu anlamlandırılacaktır. Buna temel oluşturması amacıyla bir sonraki bölümde, kadın imgelerinin anlamları tarihsel bir çerçevede sunulmuştur.

Kadın İmgelerinin Tarihsel Gelişimi

Kadın sembolleri tarih boyunca toplumsal değerler ve teknolojik olanaklar doğrultusunda anlam ve içerik olarak farklı dönemlerde farklı şekillere bürünmüştür. Bunlardan ilki M.Ö 20.000’li yıllardan kalan Paleolitik “Venüs” heykelcikleridir. Eski Avrupa’daki Tanrıça inancında var oluşun yayılmasını temsil eden bu heykelcikler, kadınların doğurganlık ve üreme özellikleri üzerinde durmuşlardır (Gimbutas, 1989, s. 3). Görsel olarak Venüs heykelcikleri, kadının göğüs ve bel bölgelerini vücudun diğer unsurlarına göre daha abartılı ve detaylı olarak göz önüne sermektedir.

Benzer şekilde eski Roma ve Yunan mitolojisinde de kadın imgesi üretken ve doğurgan bir karakter taşımaktadır. Yunan Tanrıçası Afrodit ile kadınlar simgelenmeye başlamıştır. Bunun Roma mitolojisindeki karşılığı olan Venüs’e doğurgan, şans getiren, zafer getiren ve kadınların iffetinin koruyucusu gibi anlamlar yüklenmiştir (Işıkören, 2015, s. 120). Görsel olarak ifade edildiğinde ise figürler Paleolitik çağlardaki Venüs heykelcikleri kadar sade değildir, kalça ve göğüs kısımları daha küçük tasvir edilmiştir fakat çıplaklık benzer şekilde kullanılmaya devam edilmiştir. Bu dönemden kalan heykel alanındaki en ünlü eser, Louvre Müzesi’ndeki Melos yani Milo Venüsü’dür (Işıkören, 2015, s. 120).

Hristiyanlığın ilk döneminde ise kadın imgesi yeniden din ağırlıklı ele alınarak Meryem tasviri ile ilişkilendirilmeye başlanmıştır. Daha çok bekâret ve anaçlık üzerine kurulmuş bu imgeleme, kilise duvarlarına çizilen resimlerle görselliğe sunulmuştur (Gombrich, 1980, s. 130–134). Bu görsellerde çıplak kadın imgesi dönem bazında son bularak, doğurganlığın daha içgüdüsel yanını gösteren anne ve çocuk tasvirleri yer almıştır.

1400’lü yıllarda başlayıp 1600’lü yıllara kadar uzanan, Avrupa’nın neredeyse her yerine yayılan Yeniden Doğuş yani Rönesans, kadın sembollerinin bir başka evrim dönemidir. Görsel bakımdan değişen ortak unsurlar, “bedenin ve doğanın bilimsel çalışmalara konu olması ve doğa formlarının gerçekçi olarak taklit edilmek istenmesidir” (Strickland, 1992, s. 32). Bahsedilen değişimin en önemli araçları gelişen teknoloji ve öğrenilen yeni tekniklerdir. Çizimlerde belirgin serbestlikler olsa da bazı eserlerin yine mitolojiden etkilendiği görülmektedir. Bu bağlamda Botticelli’nin “Venüs’ün Doğuşu” adlı eseri mitolojiden esinlenenlere, Leonardo Da Vinci’nin “Mona Lisa” tablosu ise serbest kadın figürüne örnek gösterilebilir.

19. yüzyıldan itibaren ise kadının çıplaklık sembolleri devam ederken kutsallık özelliği ve dini temsil özelliği kaybolmaya başlamıştır. Manet'in Olympia adlı çalışmasından hareketle kadınların toplumsal değerlerinin de değişmekte olduğu çıkarımında bulunabilir (Beazley, 2000, s. 111). Modern sanatta ise çıplaklık, doğurganlık ve 'bakana zevk verirlilik' unsurları önemlerini yitirmişlerdir (Beazley, 2000, s. 114).

Kadın vücudunu veya herhangi bir organını kullanmanın yanı sıra, kadın temasını sembolize eden farklı biçimler de tarih öncesi ve sonrası dönemlerde görsel olarak sunulmuştur. Bu şekillerden bazıları; ay, ağaç, bitki dalları, nar, kuş türleri, inci, çanak, çömlek, yılan, yumurta gibi motiflerdir (Wormhoudt, 1950, s. 173–182). Örneğin, toprak ve su anne mevcudiyetini vurgulamak için kullanılan kadın sembolleridir (Weagel, 2002, s. 59). Benzer şekilde Malidoma Patrice Some (1998), yeryüzünün kadınsı bir sembol olarak kullanıldığını ifade etmiştir. Yeryüzünün “ev, beslenme, destek, rahatlık ve güçlendirme, hayatta kalma ve iyileşme, koşulsuz sevgi ve şefkat” anlamına geldiğini ve dünyanın “sevgiyi bolca vermeyi ve sevmeyi sevdiğini” söyler (Some, 1998, s. 173). Dünya, bitki ve ağaç üreten verimli bir rahim olarak tanımlanır ve anneliği işaret etmektedir. Benzer sembolizm açıklaması Simone de Beauvoir'ın “İkinci Cinsiyet” adlı kitabında da geçmektedir. Ona göre “kadın toprak, erkek ise tohumdur...hasat zamanı geldiğinde erkekler Toprak Ana'dan beslenir” (de Beauvoir, 1989, s. 144). Kadın araştırma merkezleri de logolarını oluştururken, kadın yüzü ve ya vücudunun yanı sıra bu figürlerden de yararlanmışlardır.

Çiçek figürleri de kadınlık ve kadının cinselliğini temsil etmek için kullanılmıştır. Örneğin, Çin kültüründe nilüfer çiçeği, orkide, manolya ve kasımpatı çiçekleri aşk ve feminen güzelliği sembolize etmek için kullanılmaktadır (Webster, 2006). Budizm'de ise Buda'nın nilüfer çiçeğinin üzerinde oturması figürü nilüfer çiçeğinin saflığı simgelemesiyle ilgilidir. Tantrik Budizm'de ise nilüfer çiçeğinin sapı erkeklik organını, kırmızı çiçekleri ise kadınlık organını sembolize etmektedir (Webster, 2006). Gül çiçeği ise Hristiyanlık dininde İsa'nın annesini sembolize etmek için kullanılmıştır ve bu anlayış eski dönemlerden beri aşk tanrısı Afrodit'e de ithaf edilmiştir (Pennick, 2014).

Yöntem

Bu çalışmada, ilk aşamada Türkiye'deki üniversitelerde bulunan Kadın Araştırma ve Uygulama Merkezlerinin tamamının kuruluş isimleri ve 1989'dan bu yana kuruluş trendleri incelenmiştir. Bu aşamada veriler, Yükseköğretim Kurulu ile Resmi Gazete'de yayımlanan merkez yönetmeliklerinden elde edilmiştir. Merkezlerin kuruluş yılları, araştırma merkezlerinin yönetmeliklerinin Resmi Gazete'de yayımlandığı tarihler esas alınarak hazırlanmıştır. Bu bağlamda 85 üniversitede kurulan

87 kadın ve/veya toplumsal cinsiyet araştırmaları merkezlerinin isimlerinin açık hali, kullanılış şekline göre alt gruplara ayrılarak incelenmiştir. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi ve Gedik Üniversitesi'nde ikişer adet kadın araştırma merkezi bulunduğu için merkez sayıları üniversite sayılarından farklıdır.

İkinci olarak, 87 kadın araştırma merkezinden web sitesine sahip olan 81'inin web siteleri, üç zaman diliminde (2 Aralık 2016, 7 Ağustos 2017 ve 14 Ocak 2018) ayrı ayrı incelenmiştir. Bu incelemeler, merkezlerin web sitelerinde kullandıkları renkler, logolar ve semboller ile faaliyet güncellikleri ve faaliyet alanlarını detaylandırmak için yapılmıştır. Aktif olan bu web sitelerinden 8 tanesi Ağustos 2017 ile Ocak 2018 arasında bu araştırma devam ederken kurulmuştur.

Web sitesindeki logo ve renkleri incelemek için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, resim, ses, video veya metinler gibi çeşitli formatlardaki verileri incelemek ve özet şeklinde sunmak için kullanılan bir araştırma yöntemidir (Bryman ve Bell, 2011). İçerik analizi, verilerin içerisinde bulunan kalıp bilgileri tekrarlanabilir ve sistematik bir şekilde incelemeyi hedefler. Bu yöntem, çalışmanın amaçlarına göre bilgilerin içeriğinin tanımlanarak kodlanması sonucunda yapılandırılır ve sonrasında bu kodlar düz ve tanımlayıcı bir özet halinde sunulur.

İçerik analizini yapmak amacıyla özellikle güncel çalışmalar tarafından daha hızlı ve etkili olduğu için tercih edilen bir elektronik kodlama yöntemi olan Excel dosyası hazırlanmıştır (Neuendorf, 2017). Bu Excel dosyasında kadın araştırma merkezi bulunan bütün üniversiteler ve merkez isimleri sıralanmıştır. Bunun yanında web sitesinin son güncellendiği tarih (2 Aralık 2016, 7 Ağustos 2017 ve 14 Ocak 2018 tarihleri için ayrı ayrı kodlanmıştır), web sitesi renkleri, merkez logolarındaki semboller, web sitesi ve logoların birincil renkleri ve ikincil renkleri kodlanmıştır. Bu kodlamalar sonucunda ortaya çıkan kalıplar ise özetlenerek makalenin bulguları olarak sunulmuştur.

Türkiye'de Üniversite Kadın Araştırmaları Merkezleri'nin Özellikleri

Bu bölümde, Türkiye'deki kadın araştırma merkezlerinin tarihsel olarak kuruluş trendleri ve bu merkezlerin hangi isimler tercih edilerek kurulduğu incelenmiştir. Bu kısım kadın araştırma merkezlerinin Türkiye'deki genel durumunu yansıtmaması açısından önemlidir. Sonrasında, web sitesi analizlerinde ise logolar, semboller, renkler, web sitesi güncelliği ve merkez faaliyetleri üzerinde durulmuştur.

Merkezlerin İsimleri

Türkiye'de üniversite kadın araştırmaları merkezleri 1989'dan bu yana farklı isimler kullanılarak açılmaya devam et-



mişlerdir. Bu bağlamda 1989 yılından 1997 yılına kadar kurulan bütün kadın araştırma merkezleri “Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi” olarak adlandırılmıştır. Doğu Akdeniz Üniversitesi’nde 1998 yılında kurulan Kadın Araştırmaları ve Eğitim Merkezi ile birlikte merkezler için kullanılan isimler çeşitlenmeye başlamıştır. 2000 ve 2001 yıllarında, Kadın Sorunlarını Araştırma ve Uygulama Merkezi ismi Hacettepe ve Kocaeli Üniversiteleri tarafından kullanılmıştır. Sonrasında ise Kadın, Çocuk ve Aile Planlaması Araştırma ve Uygulama Merkezi ismi 2001 yılında Başkent Üniversitesi tarafından kullanılmıştır. “Toplumsal cinsiyet eşitliği” kavramının ise merkezlerde kullanılması ilk olarak 2008 yılında Akdeniz Üniversitesi örneği ile başlamıştır. Bu örneği takiben toplamda 12 Üniversite toplumsal cinsiyet terimini merkez isminde kullanmıştır (■ Tablo 1). Kadın hakları terimi ise ilk defa 2009 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi ile kullanılmaya başlanmış olsa da üniversiteler tarafından fazla tercih edilmemiştir (bir de Dumlupınar Üniversitesi tarafından kullanılmıştır).

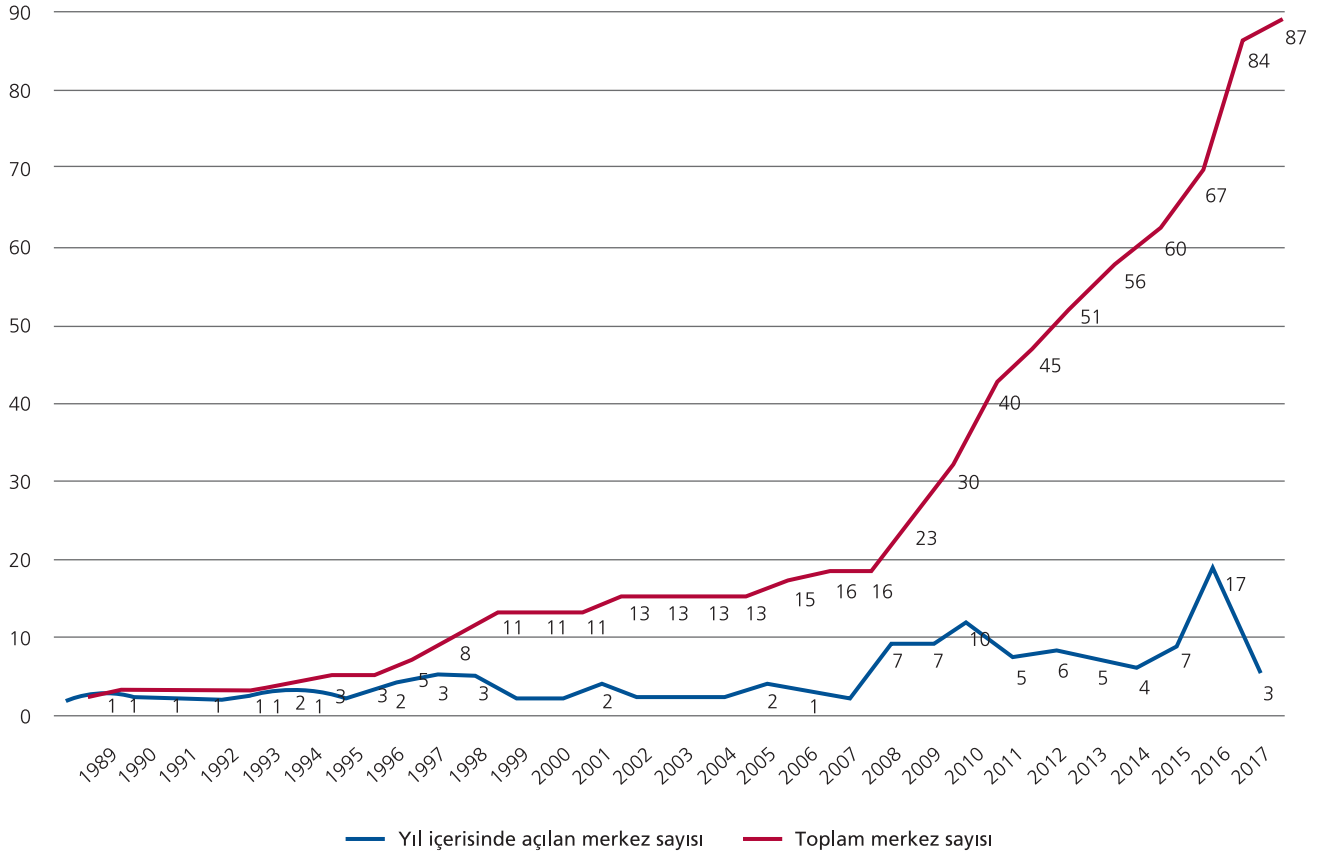
Üniversitelerde kadın araştırma merkezleri tarafından kullanılan isimler o merkezlerin faaliyet alanının çerçevesinin çizilmesi ve amaçlarının belirlenmesi bakımından önem arz etmektedir. Örneğin, adını Kadın Sorunlarını Uygulama ve Araştırma Merkezi olarak belirleyen bir merkez, kadına özel sorunların

var olduğunu kabul ederek, kadınları ilgilendirebilecek bütün konularla ilgilenmeyi hedefleyebilir. Ekonomik ve Sosyal Alanda Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi adını tercih eden bir merkezin ise temel faaliyet alanının ekonomik ve sosyal olarak nitelendirilebilecek spesifik konular olduğu ve siyaset alanı gibi bazı alanların odak noktasının dışında kaldığı söylenebilir. Bunun haricinde Türkiye’de araştırma merkezlerinin kuruluşu YÖK onayı ile çıktığı için bazı durumlarda YÖK’ün yönlendirmelerinin de isim belirlenmesi aşamasında rol oynadığı söylenebilir. Örneğin, 2 Kasım 2017 tarihinde, dönemin Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya, YÖK temsilcileri ve üniversitelerin Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri (KASAUM) müdürlerinin katılımıyla düzenlenen istişare toplantısında, bu merkezlerin isimlerindeki “sorunları” kelimesinin olumsuz bir anlam çağrıştırdığı, kadınları sadece sorunlara sahip olan bir grup olarak nitelendirdiği konusunda endişeler dile getirilmiştir. Bu tartışmalar sonucunda varılan nokta, mevcut merkezlerin ve sonrasında kurulacak yeni merkezlerin isimlerinde “Kadın Çalışmaları”, “Kadın Araştırmaları” gibi ifadelerle yer verilerek “sorunları” kelimesinin kullanılmaması yönünde olmuştur.

Genel olarak değerlendirildiğinde, merkez isimlerinde tercih edilen kadın vurgusunun, toplumsal cinsiyet vurgusuna

■ Tablo 1. Türkiye’de Üniversite Uygulama ve Araştırma Merkez isimlerinde kadın ve toplumsal cinsiyet temalarının kullanımı.

| İsim kategorisi | Uygulama ve araştırma merkezleri isimleri | Merkez sayısı |
|-----------------------------|--|---------------|
| Kadın | 1) Kadın Sorunları(nı) | 27 |
| | 2) Kadın Çalışmaları | 20 |
| | 3) Kadın Araştırmaları | 9 |
| | 4) Çözüm Odaklı Kadın Sorunları | 1 |
| | 5) Kadın Araştırmaları ve Eğitimi Merkezi | 1 |
| | 6) Ekonomik ve Sosyal Alanda Kadın Çalışmaları | 1 |
| | 7) Kadın Hakları ve Sorunları | 2 |
| Toplumsal Cinsiyet | 8) (Küresel) Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları | 2 |
| Kadın ve Toplumsal Cinsiyet | 9) Toplumsal Cinsiyet (Sorunları) ve Kadın Çalışmaları / Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet / Kadın ve Toplumsal Cinsiyet | 10 |
| Kadın ve Aile | 10) Kadın ve Aile Sorunları | 3 |
| | 11) Kadın ve Aile | 2 |
| | 12) Kadın ve Aile Araştırmaları | 1 |
| | 13) Kadın, Çocuk ve Aile Planlaması | 1 |
| Kadın ve Toplum | 14) Kadın ve Toplum / Toplum ve Kadın Araştırmaları | 2 |
| Kadın, Aile ve Toplum | 15) Kadın, Aile ve Toplum Hizmetleri | 1 |
| Kadın ve Bilim | 16) Bilim, Mühendislik ve Teknolojide Kadın Araştırmaları | 1 |
| Kadın ve Girişimcilik | 17) Kadın Girişimciliği | 1 |
| | 18) Kadın ve Genç Girişimcileri Destekleme Eğitim | 1 |
| Kadın ve Sağlık | 19) Kadın Sağlığı ve Yardımlı Üreme Teknikleri | 1 |
| Toplam | | 87 |



■ Şekil 1. Kadın araştırma merkezlerinin sayısının yıllara göre dağılımı (1989–2017).

oranla daha sık kullanılmasının o merkezlerin sadece kadına odaklanarak, toplumsal olarak belirlenen erkeklik ve kadınlık hakkındaki kültürel görüşler, inanç sistemleri, imajları ve beklentileri bir bütün olarak değerlendirmeyi amaçlamadıkları anlamına gelebilmektedir. Merkez isimlerinde kullanılan, aile, çocuk, girişimcilik gibi terimlerin ise merkezlerin hangi alanları odak noktasına alacağını belirtmesi açısından önemlidir.

Merkezlerin Kuruluş Yılları

2017 yılı sonuna kadar kurulmuş 87 kadın araştırmaları merkezinin 26'sı vakıf üniversitelerinde, 61'i ise devlet üniversitelerinde kurulmuştur.^[1] ■ Şekil 1'e göre 2008 yılından sonra kadın araştırma merkezlerinin daha yoğun bir şekilde kurulmaya başlandığı ve özellikle 2010 ve 2016 yıllarında diğer yıllara oranla çok daha fazla sayıda merkez kurulduğu görülmektedir. 2008 yılına girildiğinde 16 olan kadın araştırma merkezi sayısının, 9 yıl gibi kısa bir sürede, 71 yeni merkez kurularak 87'ye ulaştığı görülmektedir. 2010 yılındaki görece yüksek orandaki

yeni kadın araştırma merkezi sayısının (10 tane) Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı (2008–2013) sürecine denk gelmiş olmasının bir tesadüf olmadığı açıktır. Bu eylem planının 2.5.2 numaralı alt başlığı "Akademik Düzeyde Kurumsal Mekanizmalar" konusunu incelemiştir. Bu alt başlık kadın araştırmaları uygulama ve araştırma merkezlerinin önemine değinerek bu merkezlerin kurulmasını teşvik etmektedir (Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, 2008). Bu bağlamda eylem planının kapsadığı 2008–2013 yılları arasında 40 adet yeni kadın araştırmaları merkezi kurulmuştur. 2014 yılında sadece 4 adet kadın araştırma merkezi kurulmuş, 2015 yılındaki YÖK teşvikleri ile birlikte 2015 yılında 7, 2016 yılında ise 17 merkez kurulmuştur.

YÖK'te ilk kez 2015 yılında düzenlenen Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Duyarlı Üniversite Çalıştayında ise, yükseköğretimde kadın çalışmalarının desteklenmesi konusuna vurgu yapılmıştır (Erdoğan, 2015). Bu çalıştayın hemen akabinde YÖK'te Akademi Kadın Çalışmaları ve Sorunları Birimi kurulmuştur. 2015 yılının Mayıs ayında yayımlanan Yükseköğre-

[1] Üniversite Kadın Araştırmaları Merkezleri'nin kuruluş yıllarına göre sıralanmış bir listesi ■ Ek 1'de sunulmuştur.



tim Kurumları Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Tutum Belgesi de kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezleri ve benzeri birimlerin hem işlevselliklerinin güçlendirilmesini hem de bu merkezlerin bulunmadığı üniversitelerde yeni merkezlerin kurulmalarının teşvik edilmesini açık ve net bir şekilde ortaya koymuştur (YÖK, 2015). YÖK ve politika yapıcıların etkileriyle 2015 yılı ikinci yarısı ile 2016 yılında çok sayıda kadın araştırma merkezleri açılmış ve sadece 1.5 yıl içerisinde çeşitli üniversitelerde 24 yeni kadın araştırmaları merkezi kurulmuştur.

Web Sitesi Tasarım Özellikleri

Logolarda Kullanılan Semboller

Türkiye’de bulunan üniversitelerin kadın araştırma merkezlerinin web siteleri incelendiğinde 87 kadın araştırmaları merkezinden sadece 36’sının logosunun olduğu görülmektedir (■ Ek 2). Bazı logolarda birden fazla sembolün bir arada kullanılmış olması nedeniyle toplam 36 logonun içerisinde 57 sembol kullanıldığı görülmektedir. Bu logolar incelendiğinde en çok kullanılan sembol (13 adet) kadın yüzüdür. 8 merkezde bütün olarak kadın vücudu, bir diğer 8 merkezde ise Venüs sembollerinin^[2] kullanıldığı görülmektedir (■ Tablo 2). Bunlara ek olarak çiçek, kelebek, kadın eli, kalp, kanat, kuğu, anne-çocuk, düşünce balonu, terazi, meşale, sonsuzluk işareti, soru işareti, testi ve spiral sembolleri de kullanılmıştır. Bu ve benzeri sembolere tarih boyunca yüklenen farklı anlamlar olmuştur.

Biçimsel olarak doğurganlığı temsil eden kadınların üreme organlarının belirgin olarak kullanımı Paleolitik Çağ’a dayanmaktadır. Ülkemizdeki üniversite kadın araştırmaları merkezlerinden birinin, kadın vücudundaki göğüsleri belirgin bir şekilde ortaya koyan logosu, bu anlayışın bir devamı niteliğini taşımaktadır; ancak sembolün bir bakıma da emziğe benziyor olması, logonun aynı zamanda kadının anaçlık özelliğini yansıttığı söylenebilir. Benzer şekilde daha önce birçok kez kadın vücudu ile tasvir edilen Venüs, sonradan daha farklı biçimlerde tasvir edilmeye başlanmıştır (örneğin: ♀). Şekil itibari ile doğurganlığı veya üremeyi resmetmeye de Roma mitolojisinden gelen bir tanrıçanın ismini taşımasıyla o dönemdeki anlamı yansıtmaya beklenebilmektedir.

Üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin 4’ünde kullanılmış olan ağaç, yaprak, çiçek, türlü bitki dalları gibi figürler de M.Ö. özellikle kadın imgenlenmesinde kullanılan biçimlerdendir. Anadolu, Sümer, Hint, Eski İran, Altay, Eski Çin kültüründe türlü bitkiler, dallar ve ağaçlar üremenin bir başka göstergesi olarak kullanılmakta idi. Eski Çin kültüründe “her kadının içinde bir ağaç taşıdığına ve annelerin karınlarında bulunan bu ağaçlardan çocuk doğurduklarına inanılırdı” (Frazer,

■ Tablo 2. Kadın araştırma merkezleri logolarında semboller.

| Sembol | Sayı |
|--------------------|------|
| Kadın yüzü | 13 |
| Kadın vücudu | 8 |
| Venüs sembolü | 8 |
| Çiçek | 4 |
| Düşünce balonu | 2 |
| Soru işareti | 2 |
| Kanat/Kuş | 2 |
| Sonsuzluk işareti | 2 |
| Daire/Halka/Spiral | 2 |
| Sonsuzluk işareti | 2 |
| Kalp | 1 |
| Terazi | 1 |
| Kadın eli | 1 |
| Anne-Çocuk | 1 |
| K harfi | 1 |
| Kutup yıldızı | 1 |
| Kelebek | 1 |
| Kuğu | 1 |
| Testi | 1 |
| Meşale | 1 |
| Cinsiyetsiz insan | 1 |
| Erkek yüzü | 1 |

1949, s. 26). Örneğin, Anadolu’da pagan inancının hâkim olduğu dönemde tapınılan ve kadınları temsil eden bir başka tanrıça olan Kibele aynı zamanda hasatın, üretimin, bitkilerin ve bereketin de sembolü olarak görülmekteydi. Yine 4 merkez tarafından kullanılan çiçek sembolü de dünyada feminen bir sembol olarak kullanılmıştır; kadını, kadın cinselliğini, saflık ve bakireliği temsil eden Meryem anayı sembolize etmek için kullanılmıştır.

Logolarda yer alan bir başka şekil olan kanata gelince, tarih öncesi çağlarda kullanılan, kuş başlı kadın vücudlu veya kuş vücudlu kadın başlı tanrıça motifleri ile kuş-kadın-yumurta ilişkilendirilmesi akla gelmektedir. Bahsi edilen motiflere Lespugue tanrıçası örnek olarak verilebilir. Asya’nın genelinde bu yaklaşımın izleri görülmekte iken benzer şekilde Afrika kıtasındaki birçok kabileden ergenliğe giren kız çocuklarının boyunlarına devekuşu yumurtası asmak suretiyle doğurganlığı kutsayan türlü ayinler yapılmıştır. Tüm bunların yanında kuş kanadının özgürlük ve barış gibi anlamlar içerdiği de unutulmamalıdır.

Tarih öncesi dönemlerde kadın temasını yansıtmaya için kullanılan diğer simgeler inci, spiral, ay, geyik gibi varlıklarla sembolleştirilmiştir. Benzer şekilde daire motifi, ki kadın ara-

[2] Venüs sembolü, daire ile artının (+) birleştirilmesi suretiyle çizilen, kadın cinsiyet sembolüdür (♀).

tırma merkezlerinden birkaçı bu şekli logolarında kullanmaktadır, ana rahmini ve içindeki ceninin hayatının evrelerini temsil etmektedir (Ateş, 2014). Spermanın yumurta etrafında dönerek yumurtayı dölediği düşüncesi bu eşleştirmeyi spiral çizimleri ile döllenmeye mahsus kılmıştır. Mitolojide benzer bir şekilde ana rahmi çanak, çömlek, kazan gibi cisimler de sembolize edilmiştir (Lorblanchet, 1980, s. 38). Kadın araştırma merkezleri logolarından bir tanesinde kullanılan testi şeklinin de bu anlamda kullanılmış olması mümkündür.

Logo ve Web Sitelerinde Kullanılan Renkler

Logolar ve şekiller kadar önemli olan bir başka görsel öğe de renktir. Renkler, duyuları ve hisleri etkileyerek insan davranışlarında belirleyici rol oynamaktadır (Akın, Eğrilmez ve Afraşi, 2004, s. 277). 1876 yılında ABD'deki feminist propagandalarda sıkça söylenen *The Yellow Ribbon* şarkısında da geçtiği gibi feministlerin (sonradan Liberal Feministler olarak adlandırılan) oy hakkı mücadelelerinde sıkça kullanarak ikonlaştırdıkları temel renkler vardır. Bu renkler altın sarısı, mor, beyaz ve yeşil renklerdir. Altın sarısı kuşaklar, kurdeleler, şemsiyeler ve elbiselerle ABD'de sokağa çıkan kadınların bu rengi kullanma sebebi altın sarısının aydınlanmayı temsil etmektedir (Kramarae ve Treichler, 1992, s. 101). Mor, beyaz ve altın sarısı üçlemesini ise en sık kullanan İngilizli feministler olmuştur. Bu renkler sadakati, saflığı ve umudu temsil etmekteydi (Kramarae ve Treichler, 1992, s. 65). Yaklaşık 100.000 kadın, 1978'de Washington D.C.'de yaptıkları bir yürüyüşte beyaz, mor, yeşil, altın sarısı renklere kurdeleler ve kuşaklar kullanmışlardır. Yeşil ve beyaz bugün "National Organization for Women" tarafından da kullanılmaktadır (Kramarae ve Treichler, 1992, s. 101).

Üniversitelerde kurulan kadın araştırma merkezleri logolarına baktığımızda birincil olarak en sık kullanılan rengin femi-

nist akımı sembolize eden mor (14 defa) olduğu görülmektedir (■ Şekil 2). Diğer logolarda kırmızı, erkeksi renk olarak bilinen mavi ve kadınsı renk olarak bilinen pembe beşer kez kullanılmıştır. Sarı ve beyaz ikişer kez baskın renk olarak logolarda yer almıştır. En az kullanılan renk ise 1 merkezin kullandığı gridir.

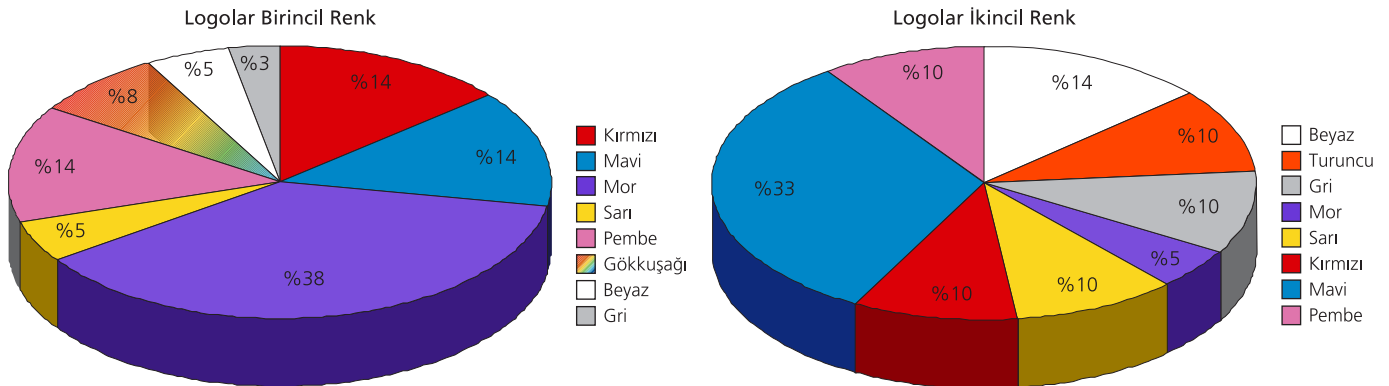
21 üniversite kadın araştırmaları merkezi logolarında ikincil renk kullanmıştır (■ Şekil 2). Bu bağlamda en çok kullanılan renk mavi (7 kez) iken 3 merkez de beyazı tercih etmiştir. Turuncu, sarı, gri, kırmızı ve pembe renkleri ikişer kez kullanılmıştır. En az kullanılan ikincil renk ise 1 merkezin kullandığı mor rengidir.

Bu merkezlerin web sitelerinde kullandıkları renklere gelince, çoğunun bağlı buldukları üniversitenin web sitesi rengi ile uyumlu olmak adına aynı rengi tercih ettikleri görülmektedir. Web sitesi olan 81 merkezden 34 tanesi üniversite renklerini kullanmıştır. Bu durumda bu renk seçimlerinin merkez amaçları doğrultusunda yapılmadığı sonucuna varılabilir. Bunların haricinde 14 sitede mavi renk baskın iken, 10 sitede mor renk baskındır. Kırmızı 6, pembe 4, gri 3 ve turuncu 1 kez kullanılmıştır (■ Şekil 3).

Web sitelerinde kullanılan ikincil renklerden en sık kullanılan beyaz iken (8 sitede), mavi 7, turuncu 4; gri, mor ve kırmızı 3'er kez kullanılmıştır. En az kullanılan ikincil renk ise 2 kez kullanılan pembe (■ Şekil 3).

Web Sitelerinde Güncellik ve Faaliyetler

Başarılı bir web sitesinde bulunması gereken özelliklerden en önemlilerinden birisi de düzenli güncellemedir (Hamil ve Gregory, 1997; Yen, Hu ve Wang, 2007). 720 bin popüler siteyi inceleyen bir araştırmada genel bulgu olarak web sitelerinin %40'ının her hafta güncellendiği ve yarıya yakınının ise en az 50 günde bir güncellendiği saptanmıştır (Fetterly, Manesse, Na-



■ Şekil 2. Kadın ve toplumsal cinsiyet araştırmaları merkezlerinin logo renkleri.



jork ve Wiener, 2003). Güncelleme sıklığını web sitesi alan adına göre ayırarak güncelleme sıklığı incelendiğinde ise “com” uzantılı sitelerin daha sık güncellendiği (yaklaşık %40’ı her gün güncellenmektedir), “edu” ve “gov” uzantılı sitelerin ise daha az güncellendiği gözlenmiştir (yaklaşık %50’si 4 ay boyunca hiç güncellenmemektedir) (Cho ve Garcia-Molina, 1999). Bu bağlamda değerlendirildiğinde üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin web siteleri “edu” uzantılı olduğu için ortalamadan daha az oranda güncellenmesi beklenmektedir. Güncellenme oranları özellikle web sayfalarının takip edilme oranlarının yükselmesini etkileyeceğinden önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Web Sitelerinde Güncellik

Üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin web sitelerindeki güncellik durumları Ağustos 2017 ve Ocak 2018 tarihlerinde olmak üzere iki defa incelenmiştir. Ağustos 2017’de toplam 73 kadın araştırma merkezinin web sitesi varken, Ocak 2018’de bu rakam 82’ye çıkmıştır. Bu değişim sonucunda herhangi bir paylaşımında bulunmayan web sitesi sayısı 20’den 23’e yükselirken, son bir ay içerisinde aktif olarak gözlemlenen web sitesi sayısı 5’ten 21’e çıkmıştır. Ancak bunlardan 9 tanesi yeni açılan siteler olup tanıtım amaçlı yüklenen bilgilerle etkinliklerini sağladıkları için bu kategoriye girmişlerdir. Vakıf üniversiteleri kadın araştırma merkezlerinin %26.9’u, devlet üniversitelerinin ise %22.9’u son bir ay içerisinde paylaşımında bulunmuşlardır. Bu verilere göre devlet üniversitesi veya vakıf üniversitesi olmanın kadın araştırma merkezlerinin aktifliğinde önemli bir rol oynamadığı söylenebilir.

■ Tablo 3’de web sitelerinde faaliyet yayınlama sıklığı yer almaktadır. Ağustos 2017 ve Ocak 2018 verileri karşılaştırıldı-

■ **Tablo 3.** Kadın araştırma merkezleri web sitelerinde faaliyet yayınlama sıklığı.

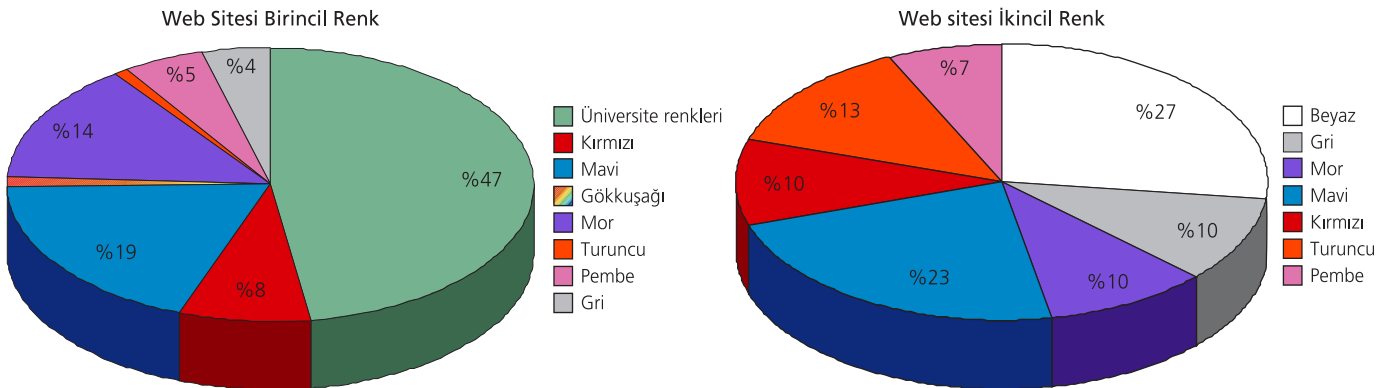
| Paylaşım zamanı | 2017 Ağustos | 2018 Ocak |
|--|-----------------|--------------|
| 1 ay içinde paylaşımında bulunan | 5 | 20* |
| 2017 yılı içinde paylaşımında bulunan (son bir ay hariç) | 25 | 24 |
| En son 2016 yılı içinde paylaşımında bulunan | 10 | 3 |
| En son 2015 yılı içinde paylaşımında bulunan | 3 | 2 |
| En son 2014 ve öncesinde paylaşımında bulunan | 10 | 9 |
| Hiç paylaşım yapmayan | 20 | 23 |
| Toplam | 73 | 81 |

*Bu merkez web sitelerinden 9 tanesi Ağustos 2017 sonrasında kurulmuş ve merkez tanıtımı haricinde bir etkinlik paylaşmamıştır.

ğında son bir yıl içerisinde paylaşımında bulunan web sitesi oranının %30 civarında olduğu görülmektedir. En son 2016 yılında paylaşım yapmış olan web sitelerinden 7 tanesinin, ikinci incelemede yeni paylaşımında bulunmuş oldukları gözlemlenmiştir. Son paylaşımını 2015 ve öncesi yıllarda yapmış web sitesi sayılarında ise önemli sayılabilecek bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir.

Faaliyet Türü

Geçmiş ve gelecek etkinlikleri ile faaliyetlerini web sitelerinde paylaşan 56 üniversite kadın araştırmaları merkezi vardır. Genel itibari ile sosyal ve kültürel etkinlikler, atölye çalışmaları, lisansüstü eğitim programı, sertifikalı kurs programı, bilimsel konferans düzenleme, seminer, panel, söyleşi vb. düzenleme, sosyal sorumluluk ve/veya bilimsel araştırma projesi yapma, yayın faaliyetleri (makale, kitap bölümü vb.), süreli yayın faaliyetleri (dergi yayınlama), bülten yayınlama, ödül ve teşvik faaliyetleri gibi etkinlikler yer almıştır. ■ Tablo 4’te



■ **Şekil 3.** Kadın ve toplumsal cinsiyet araştırmaları merkezlerinin web sitesi renkleri.

görüldüğü gibi bu faaliyetlerden en sık yapıları 46 ayrı merkezde gerçekleştirilen seminer, panel ve söyleşi gibi aktiviteleri içermektedir. Aralarında en nadir görülenlerin başında ise 6 merkezde uygulanan ödül ve teşvik faaliyetleri, yine 6 merkezdeki dergi yayımlama faaliyeti ile 5 merkezdeki bülten çıkarma faaliyeti gelmektedir.

Bu aktivitelerde işlenen temel konu başlıkları toplumsal cinsiyet sorunları, kadına karşı şiddetle mücadele, kadın ve çocuk istismarı ve meme kanseri ile mücadele gibi konulardır. Bu tür konulardan bahsetmek üzere düzenlenen etkinliklerin en sık görüldüğü tarihler 8 Mart Dünya Kadınlar Günü ile 25 Kasım Kadına Yönelik Şiddete Karşı Uluslararası Mücadele Günü'dür. Vakıf üniversitelerinde kurulmuş kadın araştırma merkezlerinin %53.84'ü faaliyetlerini web sitelerinde paylaşırken bu oran devlet üniversiteleri için %65.57'dir.^[3]

İletişim Bilgileri

Web sitelerinde iletişim kanallarının yer alması, merkezlere ulaşılabilirliği artıran ve hedef kitle ile interaktif iletişimi kolaylaştıran bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple merkezlerin web sitelerinde hangi iletişim kanallarının yer aldığı Tablo 5'te gösterilmiştir. Bu tabloda görüldüğü üzere 69 merkezin web sitesine ulaşılabilmiş ve bu merkezlerden çoğunluğunun (50–51 site) web sitelerinde adres, e-posta ve telefon numaralarına yer verdiği tespit edilmiştir. Bu da web sitesine ulaşılabilen merkezlerin yaklaşık %26'sının bir iletişim kanalı belirtmediğini ortaya koymaktadır. Bir iletişim kanalı olarak faksın ise 29 merkezin web sitesinde yer aldığı görülmüştür. Bunun yanında bir sosyal medya hesabı kullanarak bunu resmi web sitelerinde paylaşan merkez sayısı ise sadece 10'dur. Bu da merkezlerin klasik iletişim kanallarını kullanmalarına rağmen sosyal medya gibi yeni iletişim kanallarını kullanmaya henüz başlamadıklarını göstermektedir. Yerleşke haritası ise kampüse gelen ziyaretçilerin merkeze ulaşımını kolaylaştıran bir etken olarak 20 merkez tarafından web sitesine yerleştirilen bir görsel olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç

Türkiye'de kadın çalışmalarının üniversitelerde kurumsallaşması 1989 yılında başlamış ve özellikle 1995 yılındaki Pekin Konferansından sonra sayıları artarak günümüze kadar ulaşmıştır. Özellikle YÖK'ün 2015 yılındaki Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Tutum Belgesi gibi resmi uygulamalar doğrultusunda kadın araştırma merkezlerinin sayısı son derece hızlı bir şekilde artış göstermiş ve 2018 yılı itibarıyla 85 üniversitede 87 kadın araştırma merkezi kurulmuştur. Bu çalışma kadın araştırma merkezlerinin web sitelerini/sayfalarını sistematik bir şekilde

■ Tablo 4. Üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin faaliyetleri (N=56).

| Faaliyet türü | Sayısı |
|--|--------|
| Sosyal ve kültürel etkinlikler | 26 |
| Lisansüstü eğitim programı | 11 |
| Sertifikalı kurs programı | 11 |
| Bilimsel konferans düzenleme | 33 |
| Seminer, panel, söyleşi vb. | 46 |
| Sosyal sorumluluk projesi | 18 |
| Bilimsel araştırma projesi | 18 |
| Yayın faaliyetleri (makale, kitap bölümü, özel sayı vb.) | 19 |
| Sürelili yayın faaliyetleri (dergi yayımlama) | 6 |
| Bülten yayımlama | 5 |
| Ödül ve teşvik faaliyetleri | 6 |

inceleyerek, bu merkezlerin ne kadar güncel bilgiyi sunduklarını, ne ölçüde etkinliklerini paylaştıklarını, faaliyet alanlarını ve web sayfalarında kullandıkları logoların, renklerin, simgelerin ne anlama gelebileceğini ortaya koymuştur.

Merkezler genellikle benzer isimlerde açılrsa da, %30 gibi bir kısmının “kadın sorunları” ifadesine yer verdiği görülmüştür. Kadın araştırma merkezlerinin isimlerine ilişkin konu, 1 Kasım 2017 tarihinde Ankara'da gerçekleştirilen Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri İstişare Toplantısı'nda özellikle politika yapıcılar tarafından dile getirilen ve üzerinde tartışılan bir konu olarak gündeme gelmiştir. “Sorun” kelimesinin farklı anlamlara gelebileceği ve artık kullanılmaması gerektiği konusundaki tartışmalar çerçevesinde birçok araştırma merkezi isminde “sorun” kelimesini kullanmayı tercih etmemeye başlamışlardır.

Seksen yedi kadın araştırma merkezinden 36 tanesi bir logoya sahiptir ve bu logolar incelendiğinde kullandıkları sembollerin çoğunlukla kadınlarla ilgili (kadın vücudu, kadın eli, doğur-

■ Tablo 5. Web sitelerinde iletişim bilgilerinin durumu.

| İletişim bilgileri | Adres | E-posta | Telefon | Faks | Sosyal medya hesabı | Yerleşke haritası |
|----------------------------------|-------|---------|---------|------|---------------------|-------------------|
| Web sitesinde yer alan sayısı | 51 | 50 | 51 | 29 | 10 | 20 |
| Web sitesinde yer almayan sayısı | 18 | 19 | 18 | 40 | 59 | 49 |
| Web sitesine erişim sağlanamadı | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Toplam | 81 | 81 | 81 | 81 | 81 | 81 |

Not: Bu tablodaki veriler 22.08.2018 tarihinde düzenlenmiştir.

[3] 61 devlet üniversitesinden 40'ının web sitelerinde paylaşılmış faaliyet ve etkinlikleri yer almaktadır.



ganlık, anaçlık sembolü vb.) görsellerden oluştuğu görülmektedir. Benzer şekilde renk kullanımında da kadın hareketiyle ve özellikle feminist akımla özdeş haline gelen renklerin (özellikle mor rengin) baskın olarak kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Ancak bunun yanında toplumsal cinsiyet rolleri açısından feminist akım tarafından sorunlu görülen pembe, kırmızı gibi renkler de yoğun olarak kullanılmıştır. Aslında bu açıdan kadın araştırma merkezlerinin bir yanıyla kadın hareketlerini, kadın özgürlüğünü temsil eden renkleri kullandıkları; ancak bir diğer yandan da çok yoğun bir şekilde cinsiyetçi olabilecek sembol ve renkleri tercih ettikleri görülmüştür. Görsel materyallerin insanlar üzerindeki güçlü etkileri göz önüne alındığında, herhangi bir logoya sahip olmayan 48 araştırma merkezinin de bir logoya yer vermeleri, daha etkili olabilmeleri açısından önemli görülmektedir. Ancak bu logolarda kullanılacak olan renk ve sembollerin seçiminde de dikkatli davranılmalı, toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını ve eşitsizliğini destekleyecek yönde olabilecek kullanımlardan kaçınılmalıdır.

Kadın araştırma merkezleri, web sayfalarını güncel bir şekilde kullanmamakta, sınırlı sayıda faaliyet yayımlamaktadırlar. Daha da önemlisi bu faaliyetler yoğunlukla 8 Mart Dünya Kadınlar Günü ile 25 Kasım Kadına Yönelik Şiddete Karşı Uluslararası Mücadele Günü kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bu yönüyle kadın araştırma merkezlerinin bu iki özel günün dışında da faaliyetlerde bulunmaları ve daha aktif bir şekilde çalışmalarına devam etmeleri önemli olacaktır. Üniversite araştırma merkezlerinin önceliğinin bilimsel araştırma faaliyetleri olduğu bir gerçektir. Ancak, kadın araştırma merkezlerinin bu faaliyetleri daha az gerçekleştirdikleri; yoğunlukla seminer ve konferans düzenledikleri görülmüştür. Genel olarak, merkezlerin çok aktif olmadıkları ve büyük çoğunluğunun sadece konferans, seminer ve panel düzenlediği göz önüne alındığında, bu merkezlerin daha faydalı olabilmeleri adına, eğitim faaliyetleri ile akademik ve akademik olmayan projelere ve ilgili işbirliklerine imza atmaları önemli olacaktır. Bu noktada, bu merkezlerin daha aktif olması için çeşitli çalışmaların yapılması ve gerek üniversiteler gerekse ilgili diğer kuruluşlar tarafından çeşitli teşvik ve desteklerin sağlanması da gerekmektedir.

Günümüz dünyasında kurum ve kuruluşların daha görünür olmaları ve hedef kitlelerine etkin bir biçimde ulaşabilmeleri için bir web sitesine sahip olmaları son derece önemli olmaktadır. Ancak bu noktada, yalnızca web sitesine sahip olmak değil, buradaki sayfaları güncel ve etkin bir şekilde kullanmak gerekmektedir. Üniversite kadın araştırmaları merkezlerinin, akademisyenler, öğrenciler, araştırmacılar ve genel kamuoyu gibi kendi hedef kitlelerine etkin şekilde ulaşmak adına sahip oldukları web sitelerini daha sık ve güncel bir

şekilde kullanmaları önemlidir. Bu noktada özellikle, web sitelerinde çeşitli iletişim kanallarına yer vermeli ve sosyal medyayı aktif olarak kullanmalıdırlar. Günümüzde yoğun bir şekilde Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya kanalları tercih edilmediği için bu trendi üniversite araştırma merkezlerinin de yakından takip etmeleri önemli olacaktır.

Kaynaklar

- Akaka, M. A., Corsaro, D., Kelleher, C., Maglio, P. P., Seo, Y., Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2014). The role of symbols in value cocreation. *Marketing Theory*, 14(3), 311–326.
- Akın, C., Eğrilmez, S., & Afrashi, F. (2004). Renklerin insan davranış ve fizyolojisine etkisi. *Türk Oftalmoloji Gazetesi*, 33, 274–282.
- Alptekin, D. (2011). Sokaktan akademiye: Kadın hareketinin kurumsallaşma süreci. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 33–43.
- Ateş, M. (2014). *Mitolojiler ve semboller ana tanrıça ve doğurganlık* (2. baskı). İstanbul: Milenyum Yayınları.
- Balci, E. (2016). Üniversitelerin kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezleri. *Türkiye Klinikleri Journal of Public Health-Special Topics*, 2(2): 52–68.
- Beazley, M. (2000). *Understanding paintings*, London: Octopus Publishing.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011). *Business research methods* (3. baskı). Cambridge: Oxford University Press.
- Cho, J., & Garcia-Molina, H. (1999). *The evolution of the web and implications for an incremental crawler*. 30 Ağustos 2018 tarihinde <<http://ilpubs.stanford.edu:8090/376/1/1999-22.pdf>> adresinden erişildi.
- Cohen, A. (1979). Political symbolism. *Annual Review of Anthropology*, 8, 87–113.
- Cohn, R. (1974). Symbolism. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 33(2), 181–192.
- Çilingiroğlu, N. (2001). Türkiye’de akademik düzeyde kadına yönelik kurumsallaşma, *Hacettepe Toplum Hekimliği Bülteni*, 22(2).
- de Beauvoir, S. (1989). *The second sex*. Trans. H. M. Parshley. New York, NY: Vintage.
- Dickie, G. (1971). *Aesthetics: An introduction*. Indianapolis, IN: Bobbs-Merrill.
- Erdoğan, E. (2015). *Konuşma metni. ‘Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Duyarlı Üniversite’ Çalıştayı*. 15 Şubat 2018 tarihinde <http://www.yok.gov.tr/documents/10279/15173101/emine_erdogan_kadin_calistayi_konusma_metni.pdf/eb5bb2b3-d1e0-442a-905b-0151a8f5832b> adresinden erişildi.
- Eroğlu, K. (2004). Kadın kuruluşları içinde üniversite kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezlerinin yeri ve önemi. *Cumburiyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 8(2): 23–31.
- Ersoy, N. (2000). *Semboller ve yorumları*. İstanbul: Zafer Matbaası.
- Fetterly, D., Manesse, M., Najork, M., & Wiener, J. (2003). *A large-scale study of the evolution of web pages*. 30 Ağustos 2018 tarihinde <<http://www2003.org/cdrom/papers/refereed/p097/P97%20sources/p97-fetterly.html>> adresinden erişildi.
- Frazer, J. G. (1949). *The magic art and the evolution of King II*. London: Mc Millan.
- Frolov, B. (1990). Tarih öncesi sembolizmin ilkeleri. *Felsefe Dergisi*, 2–3, 131.



- Gimbutas, M. (1989). *The Language of the goddess*. London: Thamesand Hudson.
- Gombrich, E. H. (1980). *The story of art*. London: Phaidon Press.
- Hamil, J., & Gregory, K. (1997). Internet marketing in the internationalisation of UK SMEs. *Journal of Marketing Management*, 13(9), 9–28.
- Işıkören N. D. (2015). Kadın imgesi ve tarih boyu değişimi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 16, 115–131.
- Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (2008). Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı (2008–2013). 1 Şubat 2018 tarihinde <<http://kadininstatusu.aile.gov.tr/data/54296c50369dc32358ee2c4f/Ulusal%20Eylem%20Planını%20görmek%20için%20tıklayınız.pdf>> adresinden erişildi.
- Klink, R. (2001). Creating meaningful new brand names: A study of semantics and sound symbolism. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(2), 27–34.
- Kramarae, C., & Treichler, P. A. (1992). *Amazons, bluestockings and crones: A feminist dictionary*. London: Pandora Press.
- Laplanche, J., & Pontalis J. B. (1973). *The Language of psycho-analysis*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Lorblanchet, M. (1980). Art rupestre Australien. *Archeologia*, 147, 23–31.
- Motel, L., & Peck, B. (2018). SexIER symbols examining the effects of a content analysis of gendered visual imagery in cross cultural road sings. *Journal of Intercultural Communication*, 47.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Obeyesekere, G. (1981). *Medusa's hair: An essay on personal symbols and religious experience*. Chicago/London: University of Chicago Press.
- Özvarış Ş., & Akin A. (2003). *Üniversitelerin Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezleri*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Peirce, C. S. (1998). What is a sign? In Peirce Edition Project; N. Hauser, A. De Tienne, J. R. Eller, A. Lewis, C. L. Clark, C., A. C. Lewis, & D. B. Davis (Eds.), *The essential Peirce. Selected philosophical writings* (Vol. 2 - 1893–1913, pp. 4–10). Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Pennick, N. (2014). *The book of primal signs: The high magic of symbols*. Merrimac, MA: Destiny Publisher.
- Pitkin, H. F. (1967). *The concept of representation*. Berkeley, CA: University of California.
- Some, M. P. (1998) *The healing wisdom of Africa: Finding life purpose through nature, ritual, and community*. New York, NY: Tarcher.
- Strickland, C. (1992). *The annotated Mona Lisa*. Kansas City, MO: Universal Press Syndicate Company.
- Weagel, D. (2002). The power, symbolism, and extension of the mother in “L'enfant Noir”: A feminine portrait by a masculine author. *Rocky Mountain Review of Language and Literature*, 56(1), 55–71.
- Webster, R. (2006). *Magical symbols of love & romance, woodbury*. Woodbury, MN: Llewellyn Publications.
- Wellborn, J. (1975). Teaching symbolism. *Improving College and University Teaching*, 23(2): 89–92.
- Wilson, R. (1955). Aesthetic symbolism. *American Imago*, 12(3), 275–292.
- Woodward, R. (1982). Urban symbolism. *Ekistics*, 49(295), 285–291.
- Wormhoudt, A. (1950) The unconcious bird symbol in literature. *American Imago*, 7(2), 173–182.
- Yen, B., Hu, P. J. H., & Wang, M. (2007). Toward an analytical approach for effective web site design: A framework for modeling, evaluation and enhancement. *Electronic Commerce Research and Applications*, 6(2), 159–170.
- YÖK (2015). *Yükseköğretim Kurumları Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Tutum Belgesi*. 15 Şubat 2018 tarihinde <http://www.yok.gov.tr/documents/10279/22712333/YOK_Tutum_belgesi.pdf> adresinden erişildi.

Bu makalenin kullanım izni Creative Commons Attribution-NoCommercial-NoDerivs 3.0 Unported (CC BY-NC-ND3.0) lisansı aracılığıyla bedelsiz sunulmaktadır. / This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported (CC BY-NC-ND3.0) License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



■ Ek 1. Kuruluş yılına göre kadın ve toplumsal cinsiyet araştırma merkezleri listesi.

| Üniversite adı | Merkez adı | Kuruluş yılı |
|--|--|--------------|
| İstanbul Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 1989 |
| Ankara Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 1993 |
| Çukurova Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 1994 |
| Ege Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 1996 |
| Gazi Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 1996 |
| Gaziantep Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 1997 |
| Mersin Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 1997 |
| Yüzüncü Yıl Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 1997 |
| Atılım Üniversitesi | Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi | 1998 |
| Çankaya Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Araştırma ve Uygulama Merkezi | 1998 |
| Doğu Akdeniz Üniversitesi | Kadın Araştırmaları ve Eğitimi Merkezi (KAEM) | 1998 |
| Hacettepe Üniversitesi | Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi | 2001 |
| Başkent Üniversitesi | Kadın, Çocuk ve Aile Planlaması Araştırma ve Uygulama Merkezi | 2001 |
| Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Araştırma ve Uygulama Merkezi | 2005 |
| Süleyman Demirel Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2005 |
| Kocaeli Üniversitesi | Kadın Sorunlarını Araştırma ve Uygulama Merkezi | 2006 |
| Akdeniz Üniversitesi | Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Araştırma ve Uygulama Merkezi | 2008 |
| Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2008 |
| Erciyes Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Araştırma ve Uygulama Merkezi | 2008 |
| Kafkas Üniversitesi | Kadın Sorunlarını Araştırma ve Uygulama Merkezi | 2008 |
| Ondokuz Mayıs Üniversitesi | Kadın Ve Toplum Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2008 |
| Pamukkale Üniversitesi | Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi | 2008 |
| Uşak Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2008 |
| Dokuz Eylül Üniversitesi | Kadın Hakları ve Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2009 |
| Eskişehir Osmangazi Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2009 |
| İstanbul Teknik Üniversitesi | Bilim, Mühendislik ve Teknolojide Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2009 |
| Kırıkkale Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2009 |
| Sakarya Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2009 |
| Trakya Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2009 |
| İzmir Ekonomi Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet Sorunları ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (EKOKAM) | 2009 |
| Anadolu Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| Bitlis Eren Üniversitesi | Kadın ve Genç Girişimcileri Destekleme Eğitim, Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| Celâl Bayar Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| Dicle Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| İnönü Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| Mustafa Kemal Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| Koç Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2010 |
| Adnan Menderes Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2011 |
| Bingöl Üniversitesi | Kadın ve Aile Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2011 |
| Karadeniz Teknik Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2011 |
| Siirt Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2011 |

■ Ek 1. [Devam] Kuruluş yılına göre kadın ve toplumsal cinsiyet araştırma merkezleri listesi.

| Üniversite adı | Merkez adı | Kuruluş yılı |
|---|---|--------------|
| Yalova Üniversitesi | Kadın ve Aile Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2011 |
| Atatürk Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2012 |
| Giresun Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2012 |
| İstanbul Kültür Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2012 |
| Kadir Has Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2012 |
| Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2012 |
| Namık Kemal Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2012 |
| Düzce Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2013 |
| Hitit Üniversitesi | Kadın ve Aile Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2013 |
| İzmir Katip Çelebi Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2013 |
| Uludağ Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2013 |
| İstanbul Ticaret Üniversitesi | Kadın ve Aile Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2013 |
| Ardahan Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2014 |
| İzmir Katip Çelebi Üniversitesi | Kadın Sağlığı ve Yardımlı Üreme Teknikleri Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2014 |
| Selçuk Üniversitesi | Kadın, Aile ve Toplum Hizmetleri Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2014 |
| Üsküdar Üniversitesi | Çözüm Odaklı Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2014 |
| Bülent Ecevit Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2015 |
| Erzurum Teknik Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2015 |
| Kastamonu Üniversitesi | Toplum ve Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2015 |
| Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2015 |
| Sinop Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2015 |
| Gaziosmanpaşa Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2015 |
| Hasan Kalyoncu Üniversitesi | Kadın ve Aile Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2015 |
| Bayburt Üniversitesi | Kadın ve Aile Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Dumlupınar Üniversitesi | Kadın Hakları ve Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Erzincan Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Fırat Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Karabük Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Kırklareli Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Marmara Üniversitesi | Ekonomik ve Sosyal Alanda Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Munzur Üniversitesi | Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Araştırma ve Uygulama Merkezi | 2016 |
| Ahi Evran Üniversitesi | Fatma Bacı Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Avrasya Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Beykent Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Gedik Üniversitesi | Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Gedik Üniversitesi | Kadın Girişimciliği Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Harran Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| İstanbul Gelişim Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Sabancı Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2016 |
| Mardin Artuklu Üniversitesi | Küresel Toplumsal Cinsiyet Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2017 |
| Altınbaş Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2017 |
| Çağ Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | 2017 |

Not: Merkezlerin kuruluş yılları Resmi Gazete'de ilan edildikleri tarih baz alınarak belirtilmiştir.



■ Ek 2. Kadın ve toplumsal cinsiyet merkezleri logoları.

| Üniversite adı | Merkez adı | Logo |
|-------------------------------------|---|------|
| Altınbaş Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Anadolu Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Ankara Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Atılım Üniversitesi | Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi | |
| Başkent Üniversitesi | Kadın, Çocuk ve Aile Planlaması Araştırma ve Uygulama Merkezi | |
| Bayburt Üniversitesi | Kadın ve Aile Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Celâl Bayar Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Çukurova Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Doğu Akdeniz Üniversitesi | Kadın Araştırmaları ve Eğitimi Merkezi (KAEM) | |
| Dokuz Eylül Üniversitesi | Kadın Hakları ve Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Ege Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Eskişehir Osmangazi Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Gaziantep Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Gaziosmanpaşa Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Gedik Üniversitesi | Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Giresun Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Hacettepe Üniversitesi | Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi | |

■ Ek 2. [Devam] Kadın ve toplumsal cinsiyet merkezleri logoları.

| Üniversite adı | Merkez adı | Logo |
|---------------------------------------|---|------|
| Hitit Üniversitesi | Kadın ve Aile Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| İnönü Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| İstanbul Kültür Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| İstanbul Teknik Üniversitesi | Bilim, Mühendislik ve Teknolojide Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| İstanbul Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Kadir Has Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Karadeniz Teknik Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Kocaeli Üniversitesi | Kadın Sorunlarını Araştırma ve Uygulama Merkezi | |
| Koç Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Marmara Üniversitesi | Ekonomik ve Sosyal Alanda Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Namık Kemal Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Ondokuz Mayıs Üniversitesi | Kadın ve Toplum Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Pamukkale Üniversitesi | Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi | |
| Sabancı Üniversitesi | Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Sakarya Üniversitesi | Kadın Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Sinop Üniversitesi | Kadın Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |
| Süleyman Demirel Üniversitesi | Kadın Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi | |