

# KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Editörler

Bilge Afşar - Burcu Doğanalp





NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ.

Yayın No.: 1502  
İşletme No.: 066  
ISBN : 978-605-320-408-4  
© 1. Basım, Nisan 2016

## KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Editörler: *Bilge Afşar, Burcu Doğanalp*



Copyright 2016, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ.  
SERTİFİKA NO.: 20779

*Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. ne aittir. Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.*

Genel Yayın Yönetmeni: Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-  
Dizi Editörü: Taliha Aslan -taliha@nobelyayin.com-

Redaksiyon: Yıldız Çağlayan -yildiz@nobelyayin.com-  
Sayfa Tasarım: Leyla Kurt-leyla@nobelyayin.com-  
Kapak Tasarım: Mehtap Yürümez -mehtap@nobelyayin.com-  
Baskı ve Cilt: Göktuğ Ofset Sertifika No.: 29767

Istanbul Caddesi Sedef Sokak No.: 1 Kazımkarabekir /ANKARA

## KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI

**Afşar, Bilge., Doğanalp, Burcu.**

**Kadın Girişimciliği / Editörler: Bilge Afşar, Burcu Doğanalp**

*1. Basım, XIV + 374 s., 135x215 mm*

*Kaynakça var, dizin yok.*

ISBN 978-605-320-408-4

1. Girişimcilik, 2. Kadın 3. Kadın Girişimciliği

**Genel Dağıtım: ATLAS AKADEMİK BASIM YAYIN DAĞITIM TİC. LTD. ŞTİ.**

Sipariş: -siparis@nobelyayin.com-  
Telefon: +90 312 278 50 77 - Faks: 0 312 278 21 65  
e-satış: www.nobelkitap.com - esatis@nobelkitap.com  
Bilgi: www.atlaskitap.com - info@atlaskitap.com

**Dağıtım: Alfa, Arasta, Final, Kıda ve Prefix**



NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ.  
Ankara Bürosü: Mihripaşa Cad. No: 7/6/4 Katlıy / ANKARA  
Tel: 0312 418 20 10 Faks: 0312 418 30 20  
Rasimpaşa Mah. Soğutluçayır Sok. No.: 16/21 Kat: 5  
Kadıköy / İSTANBUL Tel / Faks: +90 (216) 449 20 01  
nobel@nobelyayin.com - www.nobelyayin.com



www.nobelkitap.com

# İÇİNDEKİLER

## BÖLÜM 1

### Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme: Türkiye’de Bütçeleme Süreci

Doç. Dr. Serpil Ağcakaya  
Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF., Maliye Bölümü

Giriş .....	1
1. Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme	
Kavramı Üzerine .....	2
2. TCDB’ye Yönelik Girişimler .....	5
3. TCDB’nin Amacı ve Faydaları .....	10
4. TCDB Anlayışının Bütçe Süreçlerinde	
Uygulanması.....	13
4.1. Hazırlık Süreci.....	13
4.1.1. Orta Vadeli Program .....	13
4.1.2. Orta Vadeli Mali Plan .....	14
4.2. Bütçenin Kanunlaşması Süreci .....	16
4.3. Bütçenin Uygulanması Süreci.....	17
4.4. Bütçenin Denetim Süreci .....	18
Sonuç.....	19
Kaynakça .....	20

## BÖLÜM 2

### Kadın ve İletişim: Bir Sivil Toplum Kuruluşu Olarak Kadın Girişimciler Derneğinin ( KAGİDER)

#### Yazılı Basında Sunumu

Yrd. Doç. Dr. Birol Büyükdoğan  
KTO Karatay Üniversitesi, SBBF., Sosyal Hizmet Bölümü

Giriş.....	23
1. Kuramsal Çerçeve .....	25

## IV İçindekiler

---

1.1. Bir Demokrasi Gereği Olarak Sivil Toplum Kuruluşları.....	25
1.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve KAGİDER .....	26
1.2.1. Girişimcilik .....	26
1.2.2. Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği .....	27
1.2.3. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER).....	28
1.2.4. KAGİDER Konusunda Yapılmış Lisansüstü Çalışmalar.....	31
1.3. Medya Etki Kuramları ve Gündem Belirleme Kuramı.....	33
1.4. Araştırmanın Amaç ve Yöntemi.....	34
1.4.1. Araştırmanın Amacı.....	34
1.4.2. Araştırmanın Yöntemi .....	35
1.4.2.1. Araştırmanın Modeli.....	35
1.4.2.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme.....	35
1.4.2.3. Araştırma Formu Oluşturulması ve Bilgilerin Analizi.....	36
1.4.2.3.1. Kullanılan İçerik Analizi Kategori ve Kodlama Formunun Özellikleri.....	36
1.4.2.3.2. Araştırmada Kullanılan İstatistikî Teknikler .....	38
1.5. Bulgular ve Yorum .....	38
Sonuç .....	60
Kaynakça .....	64

## BÖLÜM 3

### 20. Yüzyılın Kadınsızlaştırılan Siyaseti ve Tarihi

Arş. Gör. Yusuf Çınar ve Arş. Gör. Yasin Avcı  
Selçuk Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü

Giriş.....	67
1. 20. Yüzyıl Kadın Hareketlerinin Devinimini Arttıran Ekonomik Gelişmeler ve Kısıtlılıklar .....	70

2. 20. Yüzyılda Kadın Hareketlerini Siyasi Ayağını İvmelendiren Feminizmin Teorik Zemini.....	80
Sonuç .....	89
Kaynakça .....	92

## BÖLÜM 4

### Kadın Girişimcilerin Profil Analizi: Konya İli Örneği

Yrd. Doç. Dr. Burcu Doğanalp

Selçuk Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü

Yrd. Doç. Dr. Bilge Afşar

KTO Karatay Üniversitesi, İYBF, Uluslararası Ticaret Bölümü

Giriş .....	97
1. Kadın Girişimci Kavramı ve Özellikleri .....	98
2. Kadın Girişimciliğinin Önemi ve Yeterince Gelişmemesinin Nedenleri .....	101
3. Türkiye ve Konya'da Girişimcilik ve Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesi İçin Yapılması Gerekenler .....	102
4. Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profilini Belirlemeye Yönelik Araştırma .....	104
4.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi .....	104
4.2. Literatür .....	105
4.3. Araştırmanın Bulguları .....	108
Sonuç.....	127
Kaynakça .....	128

## BÖLÜM 5

### Kadın Girişimcilerde İş Yaşam Dengesi

Yrd. Doç. Dr. Ebru Ertürk

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu,

Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü

Giriş.....	131
1. Kadınların İş Hayatına Girişi ve Yaşanan Değişimler .....	132
1.1. Kadın Girişimciliği .....	134
1.2. Kadınları Girişimci Olmaya İten Nedenler.....	137

## VI İçindekiler

---

1.3. Kadın Girişimciliğin Önündeki Engeller .....	140
2. İş-Yaşam Dengesi ve İlişkili Kavramlar.....	143
2.1. İş-Yaşam Dengesi Kavramı .....	143
2.2. İş-Yaşam Dengesi ile İlişkili Kavramlar .....	145
2.2.1. Yaşam Memnuniyeti .....	145
2.2.2. Yaşam Kalitesi.....	147
2.2.3. İş-Aile Çatışması.....	147
3. Kadın Girişimcilerde İş-Yaşam Dengesi İkilemi ve Çözüm Önerileri .....	151
3.1. Kadın Girişimcilerde İş-Yaşam Dengesi .....	151
3.2. Rol Çatışmasına Yönelik Çözüm Stratejileri.....	153
Sonuç.....	156
Kaynakça .....	159

## BÖLÜM 6

### Türkiye’de Sekiz Yıllık Zorunlu ve Kesintisiz Eğitimin Kadın İşsizliğine Etkisi: Müdahale Analizi

Yrd. Doç. Dr. Burcu Güvenek  
Selçuk Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü

Giriş.....	163
1. Kadın İstihdamı.....	165
2. Sekiz Yıllık Zorunlu Eğitim Süreci .....	168
3. Sekiz Yıllık Zorunlu Eğitime Geçiş ve Kadın İşsizliğine Etkisi: Müdahale Analizi Yöntemiyle Bir Sınama .....	170
3.1. Literatür.....	170
3.2. Veri ve Metodoloji .....	173
3.3. Türkiye’de Sekiz Yıllık Eğitime Geçişin Kadın İşsizler Üzerine Etkisinin Müdahale Yöntemiyle Analiz Sonuçları .....	177
Sonuç.....	186
Kaynakça .....	188

## BÖLÜM 7

### Uluslararası Kadın Hakları ve Kadın Girişimciliğin Uluslararası Toplumdaki Yeri

Yrd. Doç. Dr. Demet Şefika Mangır  
Selçuk Üniversitesi, İİBF., Uluslararası İlişkiler Bölümü

Giriş.....	191
1. Uluslararası Hukuki Metinlerde Kadınların Çalışma Hayatı ve Kadın Girişimciliğinin Tarihsel Serüveni.....	193
2. Avrupa Birliği'ne Üye Ülkelerde ve Türkiye'de Kadın Girişimcinin Desteklenmesi.....	199
Sonuç .....	209
Kaynakça .....	210

## BÖLÜM 8

### Kadın Erkek Ayrımında Toplumsal Yapı: Sosyopolitik Bir İnceleme

Öğr. Gör. Süleyman Öğrekçi  
Süleyman Demirel Üniversitesi, Yalvaç Meslek Yüksekokulu

Giriş.....	213
1. Ekonomi Ve Sosyal Yapı İçinde Kadın Erkek Ayrımının Tarihsel Dönemlerde Edindiği Konum.....	218
2. Kentleşmeyle Birlikte Değişen Ekonomik ve Sosyal Yapı İçinde Kadınların Konumu .....	222
3. Modern Öncesi Toplumlarda Kadınların Sosyalitesi Üstüne Kısa Bir Geri Dönüş .....	227
4. Bir Örnek Olarak Evlilik Kurumu ve Modern Öncesi Kadınların Toplumsal Karşılığı.....	233
5. Modern Dünyanın Tasviri .....	236
6. Modern Dünyada Kadın ve Sosyalleşme Üstüne .....	242

## VIII İçindekiler

---

7. Modern Dünyanın Sosyal ve Siyasal Faili Olarak İdeoloji Nesnesinin Tasviri ve Bir İdeoloji Nesnesi Olarak Kadınlar .....	243
8. Endüstriyel Toplumda Sosyalleşme Süreçleri Açısından Sosyalizm ve Liberalizm Ayrımında Kadınlar ve Feminist İdeoloji .....	245
9. Feminist İdeoloji ve Kadın.....	252
10. Endüstriyel Toplumun Karakteristik Bir Örneği Olarak Sendikacılık ve Kadınların Sosyalleşme Aşamaları .....	255
11. Küreselleşme Sürecinde Ortaya Çıkan Değişimler ve Kadınların İsyanı; Zapatista Örneği.....	258
Sonuç .....	265
Kaynakça .....	268

## BÖLÜM 9

### Tarihin Akışında Kadınların Rolü

Yrd. Doç. Dr. Arif Behiç Özcan

Selçuk Üniversitesi, İİBF., Uluslararası İlişkiler Bölümü

Giriş .....	277
1. Sosyal Örgütlenme ve Kadın: Tarihte Aile .....	279
2. Ekonomik Süreçler İçerisinde Kadın: Bacıyân-ı Rûm.....	281
3. Siyasal Açından Kadın: Lider, Diplomat ve Savaşçı.....	283
Sonuç.....	289
Kaynakça .....	290



**BÖLÜM 10****Küresel Sözleşmelerden Yerel Uygulamalara  
Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Politikaları**

Yrd. Doç. Dr. Hayriye Sağır

Selçuk Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü

Doç. Dr. H. Tuğba Eroğlu

Selçuk Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü

Giriş .....	294
1. Toplumsal Cinsiyet .....	295
1.1. Toplumsal Cinsiyet ve Kentsel Mekân .....	300
1.2. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği .....	303
1.3. Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Hizmet Sunumu...305	
2. Toplumsal Cinsiyet Ayrımcılığı ile Mücadelede Uluslararası Girişimler .....	306
2.1. Birleşmiş Milletlerin Toplumsal Cinsiyetle Mücadele Girişimleri .....	307
2.2. Kadınlara Karşı Her Türü Ayrımcılığın Önlenmesine Dair Sözleşme (CEDAW – 1979) .....	308
2.3. Birleşmiş Milletler Dünya Kadın Konferansları .....	310
2.3.1. Toplumsal Cinsiyetin Anaaakımlaştırılması .....	312
2.4. Birleşmiş Milletler Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadının Güçlenmesi Birimi .....	317
2.5. Viyana Dünya İnsan Hakları Konferansı – 1993.....	319
3. Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Politikalar .....	320
3.1. Avrupa Birliği Toplumsal Cinsiyet Politikası.....	323
4. Yerel Alanda Toplumsal Cinsiyet Odaklı Uygulamalar .....	325
Sonuç.....	328
Kaynakça .....	332



# ÖN SÖZ

Bir sakıncadır bir tehlikedir bu  
Hâlâ erkeklerin olan bu dünyada  
Yürümek yalnız başına.  
Her dönemeçte bekler seni  
Pususu saçma rastlantıların.  
Sokaklar yaralar seni  
Meraklı bakışlarla.  
Yoldaki yalnız kadın.  
Tek savunman senin  
Savunmasız olman.  
Düşünmedin erkeği  
Dayanılacak bir destek gibi,  
Yaslanılacak bir ağaç gövdesi,  
Sığınılacak bir duvar gibi  
Düşünmedin erkeği.  
Düşünmedin erkeği  
Bir köprü, bir tramlen gibi.  
Yapayalnız çıktın yola  
Eşit koşullarda tanımak istedin...  
Uzaklara gidebilecek misin,  
Yoksa düşecek misin çamurlara?

Bilmiyorsun, direngensin ama.  
Devirseler de seni yarı yolda  
Gene de bir yerlere varmış olacaksın  
Mutlaka.  
Yoldaki yalnız kadın her şeye rağmen yürüyorsun  
Her şeye rağmen durmuyorsun.

**\*Blaga Dimitrova'nın "Yoldaki Yalnız Kadın" şiirinden alıntıdır...**

Kadın emektir, hem evde sorumluluk yüklenir hem iş yerinde. Eştir, annedir, ailedir; çalışandır, üretime katkı sağlar; girişimcidir; aş verir, ekmek verir. Kadın olmak zordur... İş yaşamındaki ve özel hayattaki sorumlulukların eş zamanlı yerine getirilmesi ağır bir yük getirir omuzlarına...

Kadının iş yaşamında hâlâ istenilen düzeyde temsil edilebildiğini söylemek mümkün değildir. Nüfusun yaklaşık yarısını oluşturmalarına rağmen, ülkemiz açısından kadının iş gücüne katılım oranının erkeğinki ile karşılaştırıldığında oldukça düşük olduğunu ifade edebiliriz. Aslında belli bir dönem çeşitli nedenlerle sadece evde oturan, çocuk yapan ve hizmet eden Türk kadını, şu anda örnek alınan Avrupalı kadından çok daha önce seçme seçilme hakkı başta olmak üzere daha birçok hakka sahip olmuştur. Fakat uygulamada sahip olduğu hakların çoğunu etkin biçimde kullanamadığı görülmektedir. Bu durumun temelinde toplumda yerleşmiş basmakalıp yargılar vardır.

Kadın, şartlar ve imkânlar oluşturulduğunda son derece başarılı olmaktadır. Lastik tamirciliğinden, atölyede tornacılığa, dikiş makinesi başından, savaş pilotluğuna kadar her işi dört dörtlük yapabilmektedir. Kadın gerek girişimciliğe gerekse çalışma hayatına yeterli seviyede dâhil olduğunda toplum daha sağlam ve başarılı olacaktır. Buna olan inancımız ve isteğimiz bu çalışmanın yapılmasında etken olmuştur.

Birçok konu disiplinler arası bakış açısını gerektirmektedir. Bu çok yönlü görüş; konuyu derinlemesine irdeleme, anlama ve daha nitelikli çözümler bulabilme açı-

sından oldukça yararlı olmaktadır. Bu kitapla amaçlanan, “kadın girişimciliği” konusuna farklı pencerelerden bakabilmektir. Bu bağlamda da işletme, iktisat, felsefe, halkla ilişkiler, kamu yönetimi, maliye, uluslararası ilişkiler disiplinlerinden değerli akademisyenlerin kendi uzmanlık alanlarına dayanarak hazırladıkları çalışmalarla literatüre bir nebze de olsa katkı yapmaktır. Disiplinler arası bakış açılarının kadın girişimciliğe uyarlanması ile oluşturulan bu kitap konuyu farklı açılardan ele almaya imkân tanımaktadır. Bu kapsamda öncelikle bütçeleme ve maliye öngörülerini Türkiye uygulaması açısından cinsiyete duyarlı bir şekilde incelenmiş, ardından sivil toplum kuruluşları örneğinde kadın girişimcilerin iletişim boyutu ele alınmıştır. Devamında 20. yy.ın siyaset ve tarih sahnesinde kadın ve kadın girişimci tartışılmış ve kadınsızlaştırılan siyasete atıfta bulunulmuştur. Ayrıca tarihin akışında kadına ve toplumsal yapı içindeki kadına sosyolojik bir bakış açısıyla yer verilmiştir. Kadın girişimciler gerek ülkemizde gerekse ilimizde çeşitli sorunlarla karşılaşabilmektedirler. Söz konusu bu sorunlar ve durum analizi Konya ili ölçeğinde ve iş yaşam dengesi bağlamında kitabımızda yer almaktadır. Kadın girişimcilikte şüphe yok ki kadının eğitimi son derece önemlidir. Diğer bölümde bu öneme dikkat çekilmiş ve zorunlu eğitimin kadın işsizliğine etkisi tartışılmıştır. Kitabımızın diğer bir bölümünde uluslararası platformda kadın hakları irdelenmiştir. Kitabımızın son bölümünde ise küresel sözleşmeler ve yerel uygulamalar bağlamında cinsiyet eşitliği politikaları ele alınmıştır.

Böyle uzun ve özveri gerektiren bir çalışmada bize cesaret veren, hep yanımızda olduğunu hissettiren, bizleri sevgisi, ilgisi ve desteğiyle yalnız bırakmayan ailelerimize ve çalışma arkadaşlarımıza şükran borçluyuz. Çalışmamızın iş dünyası ve öğrenciler başta olmak üzere konuya ilgi duyan herkese yararlı olması dileklerimizle...

Bilge Afşar  
Burcu Doğanalp  
Şubat 2016

# 2

## KADIN VE İLETİŞİM: BİR SİVİL TOPLUM KURULUŞU OLARAK KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİNİN ( KAGİDER) YAZILI BASINDA SUNUMU

### GİRİŞ

Günümüzde medya, gündemi belirleyen en önemli güçlerden biri hâline gelmiş, gündemi belirlemekle kalmamış kimi zaman olayları kimi zaman da kitleleri yönlendirmeye çalışmıştır. Medya bu özelliğiyle yasama, yürütme ve yargıdan sonra günümüzün dördüncü gücüdür. Günümüzde haberin basın ve televizyondan sonra cep telefonlarına da hızlı bir şekilde ulaşabilmesi kitleleri bir şekilde medyaya bağlamakta, haber bir tüketim malzemesi gibi kullanılmaktadır. Bu da medyayı haber üreticisi olarak yeni bir güç yapmıştır.

Sivil toplum örgütleri, demokratik hak ve özgürlüklerin artmasıyla birlikte toplumsal sorunlarda kitlelerin taşın altına elini koymasını sağlamış, kamu ve özel sektörden sonra üçüncü bir sektör durumuna gelmiştir. Çev-

re sorunlarından siyasete, eğitimden sendikacılığa kadar birçok alanda sivil toplum örgütü ortaya çıkmış, bu örgütler bir taraftan devletle vatandaş arasında arabulucu olurlarken bir taraftan da devletle ortak projeler üretmeye de başlamışlardır. Sivil toplum örgütleri güçlerini toplumdandan alırlar. Bu gücü alabilmeleri için toplum tarafından tanınmalı, onaylanmalı ve desteklenmelidirler. Bu amaçla sivil toplum örgütlerinin medyada sık sık yer alarak kendilerini tanıtmalarına ve toplumsal onaya ihtiyaçları vardır. Bu düşünceden hareketle sivil toplum örgütleri bir kurumsal halkla ilişkiler faaliyeti olarak basında amaçlarını, faaliyetlerini ve mesajlarını paylaşmak için çaba sarf ederler. Bir sivil toplum örgütü olan Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), kadın girişimciliği konusunda toplumu bilgilendirmek, kadınlara dönük projeleri tanıtmak, kadınları girişimcilik konusunda özendirmek ve kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara yönelik olarak çözümler sunmaya çalışmaktadır. Bu amaçla da basında sık sık gündeme gelmektedir.

Bu çalışmanın amacı, KAGİDER'in yazılı basının haber gündeminde nasıl yer aldığını belirlemektir. Bu bağlamda araştırma, yazılı basının KAGİDER'le ilgili haberleri ne sıklıkta, hangi günlerde verdiği, haberlerde hangi konulara yer verdiği, hangi temalara değindiği, hangi kişileri ön plana çıkardığı, haberleri hangi kaynaktan ne vesile ile aldığı sorularının cevaplarını belirlemeye çalışmayı ve genel anlamda yazılı basının KAGİDER'e bakışını sergilemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla çalışmada ampirik olarak gerçekleştirilen içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi yaygın ve dolaysız gözlem tekniklerinden biridir. Günümüzde medya çalışmalarında, medyanın haberlerinin sunum biçimlerini belirlemeye dönük çalışmalar oldukça fazladır. Yazılı basında KAGİDER ile ilgili haberlerin sunuşunun irdelendiği ve somut saptamalar elde edilen bu çalışma ile literatüre bir katkı sağlanması hedeflenmiştir.

## 1. KURAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Bir Demokrasi Gereği Olarak Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil toplum, üyeleri öncelikle devlet dışı etkinliklerle uğraşan ve bu etkinlikler dolayısıyla devlet kurumları üzerinde bir çeşit baskı ve denetim uygulayan, kendi kimliklerini koruyan ve dönüştüren kurumların oluşturduğu bir bütündür (Keane, 1994: 36-37).

Sivil toplum kuruluşlarının önemi her geçen gün artmaktadır. Ülkelerin eğitim ve kültür seviyelerinin artması ile birlikte toplumda ortak sorunlara olan duyarlılık artmıştır. BM tarafından kamu ve özel sektörden sonra üçüncü sektör olarak adlandırılan sivil toplum kuruluşları günümüzde, eğitimden, kültür, sağlık, çalışan hakları, kadına yönelik şiddet, çevre kirliliği, siyaset ve dinî vakıflara kadar çok geniş bir yelpazede bazen bireysel, bazen de diğer sivil toplum kuruluşlarıyla veya devletle paydaş olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

Bilindiği üzere modern devlet boşluk bırakmayacak biçimde örgütlenmiş ve gücü elinde toplamıştır. Sivil toplum örgütlerinin devlet erkine karşı halka tercüman olmaları gerekmektedir. Sivil toplum örgütleri bir anlamda halkın savunma mekanizmalarıdır (Engin, 2010: 52). Sivil toplum örgütlerinin özellik ve fonksiyonlarını ise aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Ersöz, 2007: 115-116);

- Sivil toplum kuruluşları devlet ve yarı kamu niteliğindeki BM, Dünya Ticaret Örgütü vb. organizasyonlardan bağımsızdır.
- Sivil toplum kuruluşları kâr amacı gütmeyizler.
- Sivil toplum kuruluşları yönetsel bağımsızlığa sahip kuruluşlardır.
- Sivil toplum kuruluşlarının yapı ve fonksiyonları çevrenin korunması, insan hakları veya bölgesel ulusal ve uluslararası ideallere dayalı olarak ortaya çıkar.



- Sivil toplum kuruluşları, birey ve gruplar ile devletler ve çok uluslu işletmeler arasında arabulucu pozisyonundadır.
- Sivil toplum kuruluşları iletişim ağlarının gelişmesinde etkilidir.

## 1.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve KAGİDER

### 1.2.1. Girişimcilik

Girişimcilik kavramı Fransızca “entrepence” ve Almandaca “unternehmen” sözcüklerinden türetilen ve Türkçede “üstlenmek” anlamına gelen bir fiildir. Gerçekten de girişimci, bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma şeklindeki sorumlulukları üstlenen kişiyi ifade eder (Arıkan, 2002: 27). Bir başka tanıma göre ise girişimci, mal ve hizmet üretimini gerçekleştirmek için riski üstlenerek doğal kaynak, sermaye, emek gibi üretim faktörlerini bir araya getirip faaliyete geçiren kişi olarak tanımlanabilir. Daha geniş bir ifadeyle girişimci (Tekin, 2006: 3-4);

- Pazardaki fırsatları ve gelişmeleri belirleyen,
- Pazar fırsatlarını ve gelişmeleri iş fikrine dönüştüren,
- Risk üstlenerek kaynakları bir araya getiren,
- Küçük işletmeyi başarıyla yöneten,
- Rekabete karşı önlem alarak kendisini ve işletmesini geliştiren,
- Yenilikçi bir kişidir.

Yukarıda sıralanan özellikleri özetleyecek olursak başarılı bir girişimcide olması gereken özellikler şu şekilde sıralanabilir: çalışkanlık, organizasyon kabiliyeti, denetim yeteneği, bilgi, çevresi ile barışık olma, azim, basiret, akılcılık, risk üstlenme, kararlılık, kendine güven ve sürekli kendini yenileme (Küçük, 2005: 35).

### 1.2.2. Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği

2014 yılı itibarıyla 77 milyon 695 binlik nüfusun 38 milyon 984 bini erkek, 38 milyon 711 bini ise kadınlardan oluşmaktadır. Nüfusun %78’i kentlerde yaşarken %22’si ise kasaba ve köylerde yaşamaktadır. 2012 yılı itibarıyla erkeklerin %96’sı, kadınların ise %84,2’si okuma yazma bilmektedir (TUİK, 2013). Okuma yazma konusunda alınan mesafe takdir edilecek oranda olmasına rağmen hâlâ kadınların %16’sının okuryazar olmaması ülkemiz açısından üzüntü verici bir durumdur.

Türkiye’de 1980’li yıllarda esen piyasa ekonomisi rüzgârlarıyla girişimcilik ve hür teşebbüs kavramları kamuoyu gündemine gelmiş, hemen tüm hükümetler hangi görüşten olursa olsunlar ekonomik büyüme için girişimciliğin şart olduğunu vurgulamışlardır (Akın, 2010: 80). Benzer durum kadın girişimciliğinde de kendini göstermiş ve Türkiye’de 90’lı yıllara kadar kadın girişimciliğine çok az ilgi gösterilmiştir. Başbakanlığa bağlı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğünün kurulması ve kadın girişimciliğini dünyanın çeşitli köşelerinde başarı ile geliştirip destekleyen uluslararası finansman kuruluş ve programları ile artan ilişkiler sayesinde, Türkiye’de hükümet politikalarını oluşturan kurum ve kişiler, mikro işletmelerin desteklenmesinin kadınların karşı karşıya kaldığı toplumsal ve ekonomik sorunların çözümünde ne denli etkili bir araç olabileceğini görmeye başlamışlardır (KSSGM, 2000: 11). Tablo 1, 2014 yılı verilerine göre kadınların işteki pozisyonlarını göre dağılımını göstermektedir. Tablo 1’de, gerek işveren olarak ve gerekse kendi hesabına çalışan kadın oranının oldukça düşük olduğu görülmektedir. İşveren kadın oranı toplam içinde %8 iken kendi hesabına çalışan kadın oranı ise %15’tir. Bu rakamlar kadın girişimciliğinin arzu edilen seviyelerin çok altında olduğunu ve kadın girişimciliği konusunda yapacak daha çok şey olduğunu göstermektedir.

**Tablo 1. İşteki Durumuna Göre Kadın ve Erkek Durumu**

İŞTEKİ DURUMU	KADIN	ORANI	ERKEK	ORANI	TOPLAM
Ücretli veya yevmiyeli	4750	%27	12639	%73	17389
İşveren	100	%8	1106	%92	1206
Kendi hesabına	688	%15	3764	%85	4452
Ücretsiz aile işçisi	2220	%71	871	%29	3091
Toplam	7758	%30	18380	%70	26138

Kaynak: TÜİK, 2013.

### 1.2.3. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)

**KAGİDER**, Türkiye Kadın Girişimciler Derneği, Eylül 2002'de 37 kadın girişimci tarafından ülke çapında faaliyet gösteren ve kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul'da kurulmuştur. KAGİDER bugün farklı sektörlerde aktif olarak çalışan ve değer üreten 305 kadın girişimci üyesi ile büyümeye ve güçlenmeye devam etmektedir. KAGİDER dünyanın farklı bölgelerindeki saygın uluslararası örgütler ile yakın ilişkiler içerisinde. Kadın güçlenmesi konusunda dünya gündemini takip etmek, Türkiye'deki duruma yönelik bilgi akışını sağlamak ve ortak hareket zeminleri hazırlamak KAGİDER için öncelikler arasındadır. Yurt dışından gelen yabancı iş insanları ve heyetleri için ilk durak olan KAGİDER, Türkiye'de kadının ekonomik güçlenmesi konusunda görüş bildiren saygın örgütler arasındadır. Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konsey Üyeliği, Balkan Koalisyonu Kurucu Üyeliği, Uluslararası Kadın İttifakı ve Akdeniz İş Kadınları Organizasyonu üyelikleri KAGİDER'in ayrıcalıklı duruşunun bir parçasıdır. Üyelik dışında KAGİDER birçok uluslararası örgüt ile yakın çalışmalar yürütmekte Birleşmiş Milletler, OECD ve Avrupa Birliği ile muhtelif çalışma ve projelerde ortak akıl üretmekte ve görüş sunmaktadır. KAGİDER sorumluluk alanında devlette, özel sektörde ve kamuoyunda kadınların savunulması ile dernek içi faaliyetler ve uluslararası ilişkiler olmak üzere beş ana faaliyet

bulunmaktadır. Buna göre KAGİDER resmî web sayfasında kendini şu şekilde tanımlamaktadır (KAGİDER, 2014);

- **Devlette Kadın Savunusu**

*Türkiye’de kadın girişimciliğinin gelişmesi ve kadınların çalışma yaşamına katılımının artması için KAGİDER çok çeşitli kamu kurumları ile ilişkiler geliştirmektedir. Tarafsız, bağımsız, eşit mesafeli duruşu ile KAGİDER parlamento, hükümet ve ilgili bakanlıklar, bürokrasi ve farklı kamu temsilcileri ile kadının güçlenmesi amacını taşıyan çalışmalar ekseninde etkin bir diyalog kurar. KAGİDER, kadın istihdamı ve teşviklerinin artması için öneriler sunar, Türkiye’nin çocuk bakım modelini geliştirmek üzere çalışır, kamuda istihdam için fırsat eşitliği modelini ortaya koyar, Bakanlıklar ve KSGM gibi öncü kamu kurumlarına danışmanlık yapar, Ulusal Kadın İstihdamı İzleme ve Koordinasyon Grubu’nda yer alır, farklı bakanlıkların çalışma gruplarına ve özel ihtisas komisyonlarına katkı sunar. Bu katkı, devletin ve politika yapımcıların ekonomide daha fazla kadının yer alması konusundaki uzman desteğidir.*

- **Özel Sektörde Kadın Savunusu**

*Özel sektör ortaklıkları ülkemizde kadının ekonomiye aktif, eşit ve özgür katılımı KAGİDER’in olmazsa olmazlarından. Kadın istihdamının artması, girişimciliğin yaygınlaşması, kadın-erkek fırsat eşitliğinin sağlanması için KAGİDER Türkiye’deki ve dünyadaki farklı özel sektör kuruluşları ile sonuç odaklı, sürdürülebilir ve kazan-kazan ilkesine dayanan ilişki ve ortaklıklar geliştirir. Özel sektör ile paydaşlık ilişkisinde temel ilke iki tarafın birlikte bir ürün ve fayda geliştireceği, finansal sponsorluk ötesinde bir ortaklığı hayata geçirmektir. Bu doğrultuda KAGİDER özel sektördeki iş gücünde kadın erkek fırsat eşitliğini yaymak üzere çalışmalar yapar, kadınları istihdam ve girişimcilik için teknolojik açıdan güçlendirir, geleceğin kadın liderleri-*

*ni yaratır, küresel tedarik zincirlerine kadın girişimcileri dâhil eder, özel sektör devleri ile kadın güçlenmesi temelinde projeler geliştirir.*

- **Kamuoyunda Kadın Savunusu**

*Kanun koyucu ve uygulayıcıları etkilemek ve özel sektörü kadın dostu yapmak kadar, bu çalışmaların kamuoyunda yankı bulmasını ve toplum tarafından sahiplenilmesini sağlamak da önemlidir. Lider bir sivil toplum kuruluşu olarak KAGİDER, kadın girişimciliği algısının değişmesi için toplumu dönüştürmeyi ve gündem oluşturmayı hedefler. Aktif bir basın iletişimi, kampanyalar, çeşitli projeler, yarışmalar, kamuya açık toplantılar ile 7'den 70'e her yaş ve her gruptan bireye mesajını iletmeyi görev bilir.*

- **İç İletişim Ağı**

*KAGİDER kadın girişimciliği için en önemli güç faktörlerinden birisinin güçlü ve etkin bir iletişim ağı olduğuna inanmaktadır. Gerek kadın girişimciler arasında ilişkiler gelişmesi, gerekse kadın güçlenmesine destek veren kişi, kurum veya kuruluşlar arasında bir diyalog platformu oluşturulması için KAGİDER aktif çalışmalar gerçekleştirir. Uluslararası Kadın Girişimcilik ve Liderlik Zirvesi ile Türkiye ve dünyadan girişimci ve liderleri bir araya getirirken, kadın girişimci buluşmaları ile Türkiye'nin farklı illerinde girişimciler ile bir araya gelir. Çeşitli eğitim ve gelişim faaliyetleri ile KAGİDER bir girişimcilik merkezi olurken, kadın girişimci mentorlerini Türkiye ve Avrupa genelinde büyük bir ağa dâhil eder. Gündem oluşturan etkinlik ve toplantılarda hem üyeleri hem de kamuoyu için tartışma ortamları yaratır. KAGİDER ulusal düzeyde geniş bir iletişim ağı ile kadın girişimciliğini besleme ve desteklemeyi amaçlar.*

- **Uluslararası İlişkiler**

KAGİDER dünyanın farklı bölgelerindeki saygın uluslararası örgütler ile yakın ilişkiler içerisinde. Kadın güçlenmesi konusunda dünya gündemini takip etmek, Türkiye'deki duruma yönelik bilgi akışını sağlamak ve ortak hareket zeminleri hazırlamak KAGİDER için öncelikler arasındadır. Yurt dışından gelen yabancı iş insanları ve heyetleri için ilk durak olan KAGİDER, Türkiye'de kadının ekonomik güçlenmesi konusunda görüş bildiren saygın örgütler arasındadır. Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konsey Üyeliği, Balkan Koalisyonu Kurucu Üyeliği, Uluslararası Kadın İttifakı ve Akdeniz İş Kadınları Organizasyonu üyelikleri KAGİDER'in ayrıcalıklı duruşunun bir parçasıdır. Üyelik dışında KAGİDER birçok uluslararası örgüt ile yakın çalışmalar yürütmekte Birleşmiş Milletler, OECD ve Avrupa Birliği ile muhtelif çalışma ve projelerde ortak akıl üretmekte ve görüş sunmaktadır.

#### 1.2.4. KAGİDER Konusunda Yapılmış Lisansüstü Çalışmalar

Kadın girişimciler üzerine Türkiye'de şimdiye kadar 39 lisansüstü çalışma yapılmıştır. Bunların 32 tanesi yüksek lisans tezi, 7 tanesi ise doktora tezidir. Kadın girişimciliğine üzerine onlarca dergi makalesi de yazılmıştır. Söz konusu çalışmalarda genellikle; kadın girişimcilik kavramı, kadın girişimcilik algısı, kadın girişimciliğine etki eden faktörler, mikro krediler, kadın girişimcilerin sorunları, kadın girişimciliğinin ekonomideki yeri gibi farklı konular üzerinde durulmuştur. Ancak yazımızın konusu olan KAGİDER konusunda ise şimdiye kadar yalnızca iki doktora tezi çalışması yapılmıştır. Bunlardan ilki Berfu İlter (2008) tarafından hazırlanan "Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizleri: KAGİDER Örneği" adlı çalışmadır. Çalışmanın amacı, kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların çö-

zümünde, bir sivil toplum örgütü olan KAGİDER kuruluşunun etkisini irdelemektir. Çalışma KAGİDER üyesi 140 girişimciye anket şeklinde uygulanmıştır. Dönüş yapan 76 anket üzerinde analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda;

- KAGİDER'in uygulamalarında katılımcılığın esas olduğu,
- Yönetimin karar almada dernek üyelerinin görüşlerine başvurduğu,
- Dernek üyelerinin fikir ve önerilerinin dikkate alındığı,
- Dernek yönetiminin üyeler arası çalışma ve işbirliğini teşvik ettiği, faaliyetleri süresince desteklediği,
- KAGİDER üyeleri arasındaki iletişimin kalite ve sıklığının yüksek seviyede olduğu,
- Üyelerin politika ve prosedürler ile sıkılmadığı, rahat bırakıldığı,
- KAGİDER desteğinin işletmelerin piyasaya girmelerinde olumlu etki yarattığı,
- KAGİDER'in potansiyel kadın girişimcilerin başlangıç aşamasında ihtiyaç duydukları tüm profesyonel destek için yeterli olmadığı,
- Kadın girişimcilerin finansman bulmalarında KAGİDER'in katkılarının yüksek olduğu,
- KAGİDER'in girişimcilik eğitimlerinin üyelerin başarısına etki ettiği tespit edilmiştir (İlter, 2008).

KAGİDER konusundaki diğer çalışma ise, Şenay Leyla Kuzu (2010) tarafından hazırlanan "Türkiye'de Sivil Toplum Kuruluşlarının Değişen İşlevi ve Kadın STK'lar" konulu çalışmadır. Çalışmayla STK'ların toplum üzerindeki farklı alanlardaki işlevlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada 188 KAGİDER üyesinden 15'i ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde;

- KAGİDER'in devlete karşı dengeleyici bir unsur olduğu, dernek üyelerinin devleti otoriter olarak algıladığı, ancak derneğin belli araçlarla devlet mekanizmasına müdahil olmaya çalıştığını düşündüğü,
- KAGİDER üyelerinin kadının istihdamına yönelik engeller olarak kadının ücretsiz ev içi emeğini ve toplumsal cinsiyete dair rollerini gördüğü,
- KAGİDER üyelerinin AB konusunda ve kadının istihdamı konusunda toplumun samimi olmadığını düşündüğü,
- KAGİDER üyelerinin toplumu demokratikleştirme ve dönüştürmenin tek garantisinin STK'lar olduğunu düşündüğünü,
- KAGİDER üyelerinin STK'ları üyelerin temsil veya birbirlerinin deneyimlerini aktardığı bir ortam olarak düşündükleri,
- KAGİDER'in üyelerine yük getirmeden onların profesyonelleşmesini sağladığı,
- KAGİDER'in sonuç odaklı bir STK olduğu,
- KAGİDER'in faaliyetlerinin politik değil, Cumhuriyetin olmazsa olmazı olarak değerlendirildiği tespit edilmiştir (Kuzu, 2010).

### 1.3. Medya Etki Kuramları ve Gündem Belirleme Kuramı

Kitle iletişim araçlarının etkilerine yoğun ilgi duyulmasının ve üzerinde en çok çalışılan ve tartışılan konulardan biri olmasının başlıca nedeni, kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşantıyı yapılandırmada ve düzenlemede temel kaynak olma özelliğini taşımalarıdır (Yüksel, 2001: 11). Günümüzde çoğulcu yaklaşımlar çerçevesinde, medyanın etkilerinin dolaylı ve uzun dönemli olduğu yolunda kanıtlar sağlayan dört temel yaklaşım ağırlık kazanmıştır. Bunlar, kamuoyunun kitle iletişim araçları karşısında nasıl



biçimlendiğini açıklamaya çalışan Neolle-Neumann (1973) tarafından geliştirilen sessizlik sarmalı, kitle iletişim araçlarının yaydığı bilgi ile toplumun düşük ve yüksek sosyo-ekonomik statüdeki katmanlar arasındaki farkını yorumlamaya çalışan bilgi açığı hipotezi (Severin-Tankard 1994), medyanın toplumda bağımlılık yaratıp yaratmadığı sorusu üzerine odaklanan bağımlılık modeli ile kitle iletişim araçlarının önceliklerinin halkın öncelikleri olduğunu ileri süren McComb ve Shaw (1977) tarafından geliştirilen gündem belirleme yaklaşımı olarak sıralanabilir (Ergeç, 2005: 53).

Araştırmamızın temel aldığı model gündem belirleme modelidir. Halkın çeşitli güncel sorunların görece önemini algılamasının kökenini açıklamaya çalışan bir kitle iletişim kuramı (Mutlu, 1995: 148) olan Gündem Koyma veya Gündem Belirleme modelinin temelinde, kitle iletişim araçlarının kamusal iletişimin konularını gündeme getirmek ve ön plana çıkarmak suretiyle izleyicilerin de konuları belirlediği ve yönlendirdiği varsayımı bulunmaktadır. Bu görüş etkiyi, tekrar kitle iletişim araçlarının içerikleri ile ilişkili olarak görmek; yani medyayı en önemli etki faktörü olarak değerlendirmektedir. Bu nedenle bu görüş, bir anlamda klasik Uyarı-Tepki Modeli'ne de bir geri dönüşü ifade etmektedir (Gökçe, 2005: 209). Gündem oluşturma hızlı gelişen konularda daha geçerli olurken; bazı dramatik gelişmeler olmadığı sürece yavaş gelişen olaylarda pek görülmemekte, bu olaylar kitle iletişim araçlarının ilgisini fazla çekmemektedir (Işık, 2002: 78). Kamu gündemini belirleyen unsurlar şu şekilde sıralanabilir; bireysel nitelikler ve deneyimler, medyaya maruz kalma derecesi, mesajın tekrarlanması, yönelim gereksinimi, kaynağın güvenilirliği, bireyler arası iletişim, haber eylemciler, gündemin sıfır toplam oyunu, konuların niteliği (Yüksel, 200: 112-121).

## 1.4. Araştırmanın Amaç ve Yöntemi

### 1.4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı kadın girişimciliğinin Türkiye'de artmasına ve saygın bir yere gelmesine neden olan Türkiye Kadın Girişimciler Derneği ile (KAGİDER) ilgili ha-

berlere ulusal gazetelerin ne sıklıkta yer ayırdıkları, hangi konulara yer verdikleri, haberlerin niteliği ile kaynak ve nedeninin içerik analizi yöntemiyle incelenmesidir.

## 1.4.2. Araştırmanın Yöntemi

### 1.4.2.1. Araştırmanın Modeli

Kadın ve İletişim: Bir Sivil Toplum Kuruluşu Olarak Kadın Girişimciler Derneğinin (KAGİDER) Yazılı Basında Sunumu” konulu çalışma, betimleme türü bir çalışmadır. Çalışmada araştırma yöntemi olarak içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, mevcut olan iletişim boyutlarını analiz etmek ve buradan mevcut olmayan sosyal gerçeğin belirli boyutlarına (kaynak-hedef-ortam) yönelik çıkarım yapmak amacıyla, metinlerin içeriklerini analiz eden ve bu süreçte belirli kurallar çerçevesinde hareket eden bir yöntemdir (Gökçe, 2006: 20). İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. İçerik analizi yoluyla verileri tanımlamaya, verilerin içinde saklı olabilecek gerçekleri ortaya çıkarmaya çalışırız. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 227).

### 1.4.2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Türkiye’de yayımlanan ulusal günlük gazetelerdir. Basın İlan Kurumu verilerine göre; ulusal basın gazete tirajları dikkate alınarak (BİK, 2014) ilk dört sırada olan Zaman, Hürriyet, Posta ve Sabah gazetelerinin 01 Ocak 2010-31 Aralık 2014 tarihleri arasındaki tüm baskıları küme örnekleme yöntemi olarak alınmıştır. Evrendeki bütün kümelerin tek tek eşit seçilme şansına sahip oldukları durumda yapılan örnekleme küme örnekleme adı verilmektedir (Karasar, 2000: 114). Sözcü gazetesi 2014

yılı itibarıyla dördüncü sırada olmasına rağmen örnekleminiz 2010-2014 tarihleri arasında olduğundan ve söz konusu gazete Temmuz 2013 tarihinden itibaren dördüncü gazete durumuna geldiğinden (BİK, 2013) örnekleme alınmamıştır. Araştırmanın yapıldığı 01 Ocak 2010-31 Aralık 2014 tarihleri arasında söz konusu dört gazetenin reklam ve köşe yazıları dışında kalan ve haber olarak adlandırılan bölümlerinde KAGİDER'le ilgili bütün haberler dikkate alınmıştır.

#### 1.4.2.3. Araştırma Formu Oluşturulması ve Bilgilerin Analizi

Öncelikle araştırmacının kuramsal ve kavramsal bilgisi dâhilinde içerik analizine ilişkin içerik analizi kategori formu ve içerik analizi kodlama formu geliştirilmiştir. Detayları aşağıda verilen kategori formu yardımıyla söz konusu döneme ait KAGİDER'le ilgili 203 haber inceleme-ye tabi tutulmuştur.

##### 1.4.2.3.1. Kullanılan İçerik Analizi Kategori ve Kodlama Formunun Özellikleri

İçerik analizi kategori formunda 11 kategori bulunmaktadır.

- **Gazetenin yayımlandığı yıl:** Gazetelerin 2010-2014 yılları arasındaki yayımlandığı yılı ifade etmektedir.
- **Gazetenin yayımlandığı ay:** Gazetelerin 2010-2014 yılları arasında yayımlandığı ayı ifade etmektedir.
- **Gazetenin yayımlandığı gün:** Gazetelerin 2010-2014 yılları arasında yayımlandığı ayın kaçınıcı günü olduğunu ifade etmektedir.
- **Gazetenin yayımlandığı haftanın günü:** Gazetelerin 2010-2014 yılları arasında haftanın kaçınıcı günü yayımlandığını ifade etmektedir.

- **Gazetenin adı:** Sırasıyla Zaman, Posta, Hürriyet ve Sabah gazetelerini ifade etmektedir.
- **Haberin yayımlandığı gazetenin bölümü:** Bu kategori için takip edilen dört gazetenin haberi yayımladıkları bölümleri dikkate alınmış ve gazete bölümü olarak; Ekonomi, Gündem, Politika, Dünya, Spor, Teknoloji, Şehir, Bölge Sayfası, İşte İnsan, Yaşam, Türkiye, Magazin, Kültür Sanat, Son Dakika Haberleri ve Diğer bölümleri yer almıştır.
- **Haberin niteliği:** Haberde kullanılan üslup dikkate alınarak bilgilendirme, iddia, eleştiri, tavsiye, tehdit, değerlendirme-yorum olmak üzere altı kategori oluşturulmuştur.
- **Haberin konusu:** Haberin konusu, haberin yayımlandığı bölümler de dikkate alınarak haberin içeriğine göre tespit edilmiştir. Çalışmada 59 kategori tespit edilmiştir.
- **Haberde kurum ve kişilerin nasıl nitelendiği:** Haberde adı geçen her kurum ve kişinin ne şekilde nitelendiği önce tespit edilmiş, sonra nitelendirmelerde ortak olan ifadeler dikkate alınarak gruplama yapılmıştır. Nitelendirmeler görevine ve statüsüne (KAGİDER Başkanı, firma kurucusu vb.), mesleğine (doktor vb.), ailedeki pozisyonuna göre (anne, eş vb.), millilik vurgusuna göre (İngiliz vb.), fiziksel yapı ve başarısına göre (güzel yıldız, ünlü vb.), sosyal ve toplumsal faaliyete göre (Greenpeace gönüllüsü vb.), sporculuk durumuna göre (halterci, atlet vb.), siyasal kimliğe göre (CHP'li, AK Partili vb.), kadını nitelemesine göre (kadın, bayan vb.) gruplanmıştır.
- **Haberin kaynağı:** Haberin temin edildiği kaynak olarak 11 kategori tespit edilmiştir. Bunlar; bakan, şirket veya kurum yetkilisi, yayın kuruluşu haberi, KAGİDER başkanı, medya personeli, öğretim üyesi, politikacı, sporcu, şarkıcı, başbakanın eşi, genel yayın yönetmenidir.

- **Haberde KAGİDER'in yer alma nedeni:** Haberde KAGİDER'in yer alma gerekçesi olarak 12 ayrı kategori oluşturulmuştur. Bunlar; devlet-STK toplantısı, basın toplantısı, sertifika veya ödül töreni, resmî ziyaret, dernek sosyal sorumluluk faaliyeti, söyleşi, KAGİDER toplantısına iştirak, uluslararası toplantı, CHP-STK buluşmaları, KAGİDER milletvekili toplantısı, KAGİDER yönetim kurulu seçimi ve KAGİDER ile bakanlıklar arası protokol olmuştur.

#### 1.4.2.3.2. Araştırmada Kullanılan İstatistikî Teknikler

Araştırma için oluşturulan kategori formuna öncelikle tüm veriler kaydedilmiştir. Kaydedilen veriler daha sonra SPSS-15 (Statistical Package for the Social Sciences) veri analiz programına aktarılmıştır. Daha sonra, kategorilerden elde edilen verilere ait tanımlayıcı (descriptive) istatistik değerleri olarak her bir değişkene ait sayı ve yüzde değerlerini veren frekans tabloları ile kategoriler arasında karşılaştırma yapabilmek için değişkenlere ait sayı ve yüzdeleri veren çapraz tablolar elde edilmiştir. Elde edilen tablolar kuramsal bölümde yer alan bilgilerle ilişkilendirilerek değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

### 1.5. Bulgular ve Yorum

Bu çalışmada gazetelerin KAGİDER haberlerini hangi konu başlıklarında, hangi vesileyle hangi kaynaklara dayanarak ve ne kadar sıklıkta verdiklerini incelemek amaçlanmıştır. Araştırmamızın ilk inceleme konusu gazetelerin haberleri ne sıklıkta verdikleridir. Dört ayrı gazetede 1 Ocak 2010 tarihinden 31 Aralık 2014 tarihine kadar KAGİDER'le ilgili 202 haber yayımlandığı belirlenmiştir.

Tablo 2'de 1 Ocak 2010-31 Aralık 2014 tarihleri arasında yayımlanan haberlerin yıllara göre dağılımı görülmektedir.

**Tablo 2. KAGİDER Haberlerinin Yıllara Göre Dağılımı**

Gazetenin Yılı	Frekans	%
2010	26	12,9
2011	40	19,8
2012	52	25,7
2013	50	24,8
2014	34	16,8
Toplam	202	100,0

Tablo 2'ye bakıldığında araştırmanın yapıldığı tarihler arasında toplam 202 haberin en fazla 2012 yılında %25,7 oranında yayımlandığı görülmektedir. En az haber ise %12,9 ile 2010 yılında yayımlanmıştır. Bu haberlerin gazetelere göre dağılımı ise Tablo 3'te yer almaktadır.

**Tablo 3. KAGİDER Haberlerinin Gazetelere Göre Dağılımı**

Gazete Adı	Frekans	%
Hürriyet	81	40,1
Zaman	60	29,7
Sabah	41	20,3
Posta	20	9,9
Toplam	202	100,0

Bu dönemde en yüksek oranda haber %40,1 ile Hürriyet gazetesinde iken en az oranda haber %9,9 ile Posta gazetesindedir. Toplam 202 KAGİDER haberinin %40,1'i Hürriyet'te, %29,7'si Zaman'da, %20,3'ü Sabah'ta ve %9,9'u Posta gazetesinde yayımlanmıştır. Haberlerin gazetelerin yayım yıllarına göre incelemesi ise Tablo 4'te gösterilmektedir.

**Tablo 4.** KAGİDER Haberlerinin Gazetelere ve Yayın Yıllarına Göre Dağılımı

Gazete adı	2010	2011	2012	2013	2014	Toplam	%
Zaman	5	8	23	19	5	60	29,7
Posta	2	3	6	7	2	20	9,9
Hürriyet	13	24	16	17	11	81	40,1
Sabah	6	5	7	7	16	41	20,3
Toplam	26	40	52	50	34	202	100,0
%	12,9	19,8	25,7	24,8	16,8	100,0	

Tablo 4'e bakıldığında KAGİDER haberlerinin yıllara ve gazetelere göre dağılımı görülmektedir. 2013 yılında %24,8 ile 2012 yılına yakın bir oranda haber yayımlanmıştır. Hürriyet gazetesi 2010, 2011, 2013 yıllarında en fazla haber yayımlarken, Zaman gazetesi 2012 yılında, Sabah gazetesi ise 2014 yılında en fazla haber yayımlayan gazete olmuşturlardır.

Gazetelerin yıllara göre haber oranları arasında tutarlılık yoktur. Gazeteler yıllara göre farklı oranlarda haber yayımlamıştır.

Araştırmamızın ikinci inceleme konusu, dernek haberlerinin haftanın günlerine göre durumudur. Bu konudaki inceleme Tablo 5'te görülmektedir.

**Tablo.** KAGİDER Haberlerinin Haftanın Yayın Günlerine Göre Dağılımı

Haftanın Günü	Toplam	%
Pazartesi	11	5,4
Salı	35	17,3
Çarşamba	26	12,9
Perşembe	47	23,3
Cuma	32	15,8
Cumartesi	28	13,9
Pazar	23	11,4
Toplam	202	100,0

Tablo 5'te dernek haberlerinin günlere göre yayımlanma sayısı görülmektedir. Buna göre en fazla haber %23,3 ile perşembe günleri yayımlanmıştır. Onu %17,3 ile salı ve %15,8 ile cuma günü takip etmektedir. En az haber ise %5,4 ile pazartesi günleri yayımlanmıştır. Haberlerin gazetelere göre dağılımı ise Tablo 6'dadır.

**Tablo 6.** KAGİDER Haberlerinin Haftanın Yayın Günlerinin Gazetelere Göre Dağılımı

Haftanın Günü	Gazetenin Adı				Toplam	%
	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah		
Pazartesi	3	1	1	6	11	5,4
Salı	7	4	20	4	35	17,3
Çarşamba	9	3	7	7	26	12,9
Perşembe	21	2	16	8	47	23,3
Cuma	4	6	14	8	32	15,8
Cumartesi	11	1	12	4	28	13,9
Pazar	5	3	11	4	23	11,4
Toplam	60	20	81	41	202	100,0

Gazetelerin günlere göre haberlerini incelediğimizde, Zaman toplam haberlerinin %35'ini perşembe, Posta %30'unu cuma, Hürriyet %25'ini salı ve Sabah ise %20'sini perşembe ve cuma günleri yayımlamıştır. Hürriyet diğer gazetelerin aksine pazar günleri de diğer gazetelerin toplamına yakın oranda KAGİDER haberi yayımlamıştır. Gazete haberlerinin habere konu olan olaydan bir gün sonra yayımlandığı dikkate alındığında %5,4 oranında haber yayımlanan pazartesi günlerinde haber sayısının düşük olması normal karşılanmaktadır. Gazetelerin haberin yayımlandığı günlere göre kendi aralarında bir tutarlılık yoktur. Her gazete farklı bir oranda haber yayımlamıştır.

Araştırmamızın üçüncü inceleme konusu dernek haberlerinin gazetelerin bölümlerine göre durumudur. KAGİDER haberlerin gazetelerin bölümlerine göre dağılımı Tablo 7'de görülmektedir.



**Tablo 7. KAGİDER Haberlerinin Gazetelerin Bölümlerine Göre Dağılımı**

Bölümü	Toplam	%
Ekonomi	123	60,9
Gündem	20	9,9
Politika	16	7,9
Dünya	8	4,0
Spor	1	0,5
Teknoloji	4	2,0
Şehir	1	0,5
Bölge sayfası	15	7,4
İşte insan	2	1,0
Yaşam	3	1,5
Türkiye	3	1,5
Magazin	1	0,5
Kültür sanat	1	0,5
Son dakika haberleri	1	0,5
Diğer	2	1,0
Toplam	202	100,0

Gazetelerin bölümleri olarak, KAGİDER haberlerinin yayımlandığı ana bölümler dikkate alınmış; ekonomi, gündem, politika, dünya, spor, teknoloji, şehir, bölge sayfası, işte insan, yaşam, Türkiye, magazin, kültür sanat, son dakika haberleri ve diğer bölümler olmak üzere 15 bölüm oluşturulmuştur. Tablo 7 incelendiğinde; gazetelerin bölümlerine göre haberlerde en fazla %60,9 oranında ekonomi bölümünde yayımlanan haberler gelmektedir. En az oranda ise, %0,5 oranı ile spor, şehir, magazin, kültür sanat ve son dakika haberleri gelmektedir. En fazla olan ekonomi haberlerini, %9,9 oranında gündem, %7,9 oranında politika, %7,4 oranında bölge sayfası, %4 oranında dünya ve %2 oranında teknoloji sayfaları takip etmektedir. KAGİDER'in girişimcilik kültürünü aşılama, kadınları ekonomiyi yönlendiren çarkın bir parçası hâline getirme

düşüncesi, ekonomik anlamda güçlü olan kadının toplumsal anlamda da güçlü olacağı inancıyla hareket etmesi, haberlerin çoğunluğunun ekonomi sayfalarında yer bulmasını haklı çıkartmaktadır. Diğer bölümler ise KAGİDER'in faaliyetinin haberin içindeki aktörlere göre bazen farklılaşmasına neden olabildiğini de göstermektedir. Gazete bölümlerinin gazetelere göre dağılımı ise Tablo 8'de görülmektedir.

**Tablo 8.** KAGİDER Haberlerine Ait Bölümlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Bölümü	Gazetenin adı				Toplam	%
	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah		
Ekonomi	37	7	55	24	123	60,9
Gündem	5	0	9	6	20	9,9
Politika	7	9	0	0	16	7,9
Dünya	5	0	3	0	8	4,0
Spor	1	0	0	0	1	0,5
Teknoloji	4	0	0	0	4	2,0
Şehir	1	0	0	0	1	0,5
Bölge sayfası	0	0	9	6	15	7,4
İşte insan	0	0	0	2	2	1,0
Yaşam	0	0	0	3	3	1,5
Türkiye	0	3	0	0	3	1,5
Magazin	0	1	0	0	1	0,5
Kültür sanat	0	0	1	0	1	0,5
Son dakika haberleri	0	0	1	0	1	0,5
Diğer	0	0	2	0	2	1,0
Toplam	60	20	81	41	202	100,0

Tablo 8'de dört gazeteye ait bölümlere göre KAGİDER haberlerinin yayımlanma sayısı görülmektedir. Genel olarak en fazla olan ekonomi haberleri sırasıyla Hürriyet, Zaman ve Sabah gazetelerinde yayımlanmıştır.

Ekonomi haberleri Hürriyet gazetesinin KAGİDER'le ilgili tüm haberleri arasında %67,9 oranında, Zaman gazetesinde %61 oranında, Sabah gazetesinde %59 oranında ve Posta gazetesinde ise %35 oranında yer bulmuştur. Posta gazetesi hariç ekonomi haberleri gazetelerin derneğe ait kendi gazetelerindeki haberler arasında birbirlerine yakın ve yüksek oranlarda yer bulmuştur. Hürriyet, gazetelerin ekonomi bölümünde yayımlanan tüm KAGİDER haberlerinin %45'ini yayımlayarak en fazla haber yayımlama durumunda olup, onu sırasıyla %31'le Zaman, %19,5'le Sabah ve %6 ile Posta takip etmektedir. Tüm Gündem haberlerinin %45'i Hürriyet'te, %30'u Sabah'ta ve %25'i Zaman'da yayımlanmıştır. Diğer oranlarda düşük görülen Posta gazetesi politika sayfalarında yayımlanan dernek haberlerinin %56'sını yayımlayarak en fazla haberi yapmış, onu %44 ile Zaman takip etmiştir. Ekonomi haberleri Zaman, Hürriyet ve Sabah'ta en fazla oranda haber iken, Gündem haberleri yalnızca Hürriyet ve Sabah'ta ikinci haber durumundadır. Haberin yer aldığı bölümler açısından da gazeteler arasında bir tutarlılık bulunmamakta, farklılaşma bulunmaktadır.

Araştırmamızın dördüncü inceleme konusu dernek haberlerinin niteliğinin gazetelere göre durumudur. KAGİDER haberlerinin niteliğine göre dağılımı Tablo 9'dadır.

**Tablo 9. KAGİDER Haberlerinin Niteliği**

Haberin niteliği	Frekans	%
Bilgilendirme	197	97,5
Eleştiri	1	0,5
Tavsiye	3	1,5
Değerlendirme-yorum	1	0,5
Toplam	202	100,0

Haberlerin niteliğine baktığımızda %97,5'i bilgilendirme, %1,5'i tavsiye %0,5'i değerlendirme-yorum ve %0,5'i ise eleştiri türü haberlerdir. Bu haberlerin gazetelere göre dağılımı ise Tablo 10'da görülmektedir.

**Tablo 10.** Gazetelere Göre KAGİDER Haberlerinin Niteliğinin Dağılımı

Haberin Niteliği	Gazetenin adı				Toplam	%
	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah		
Bilgilendirme	59	20	81	37	197	97,5
Eleştiri	1	0	0	0	1	0,5
Tavsiye	0	0	0	3	3	1,5
Değerlendirme-yorum	0	0	0	1	1	0,5
Toplam	60	20	81	41	202	100,0

Bilgilendirme türü haberler en fazla oranda Hürriyet gazetesinde yer alırken en az oranda ise Posta gazetesinde yer almıştır. Gazetelerin kendi haberleri içindeki oranlara baktığımızda ise, Zaman %98,3 oranında, Posta %100 oranında, Hürriyet %100 oranında ve Sabah %90 oranında bilgilendirme türü haber yayımlamıştır. Haber nitelikleri açısından gazeteler arasında tutarlılık oluşmuştur. Tüm gazeteler en fazla oranda bilgilendirme türü haber yayımlamışlardır.

Araştırmanın beşinci inceleme konusu haberlerin konu başlıklarına ilişkindir. Haberlerin hangi konu başlıklarından oluştuğunu belirlemek için örneklem kapsamındaki bütün haberler incelenmiştir. İnceleme sonunda, 59 ayrı konuda haber yayımlandığı görülmüştür. Bu haberlerde; “KAGİDER’in parlamento, hükûmet ve ilgili bakanlıklar, bürokrasi ve farklı kamu temsilcileri ile kadın güçlenmesi amacını taşıyan çalışmalarını” içeren Devlette Kadının Savunusu, “Kadın istihdamının artması, girişimciliğin yaygınlaşması, kadın-erkek fırsat eşitliğinin sağlanması için KAGİDER’in Türkiye’deki ve dünyadaki farklı özel sektör kuruluşları ile ilişki ve ortaklıklarını” içeren Özel Sektörde Kadının Savunusu, “Kadın girişimciliği çalışmalarının kamuoyunda yankı bulmasını ve toplum tarafından sahiplenilmesini sağlama faaliyetlerini” içeren Kamuoyunda Kadının Savunusu, “dernek üyelerinin faaliyetleri ve derneğin seçim faaliyetlerini” içeren

Dernek İçi Faaliyetler ile “KAGİDER’in dünyanın farklı bölgelerindeki saygın uluslararası örgütler ile yapmış olduğu faaliyetleri” içeren uluslararası ilişkiler olmak üzere beş ayrı konu tespit edilmiştir. Bu konu başlıklarının dağılımı Tablo 11’de gösterilmiştir.

**Tablo 11.** KAGİDER Haberlerinin Konularına Göre Dağılımı

	Toplam	%
Devlette kadının savunusu	21	10,4
Özel sektörde kadının savunusu	95	47,2
Kamuoyunda kadının savunusu	59	29,2
Dernek içi faaliyetler	6	2,8
Uluslararası ilişkiler	21	10,4
Toplam	202	100,0

Tablo 11’de dernek haberlerinin ana konu başlıklarına göre dağılımı görülmektedir. Haber konularına bakıldığında, %47,2 ile “Özel Sektörde Kadının Savunusu” faaliyeti en fazla oranda, %2 ile “Dernek İçi Faaliyetler” ise en az oranda yer almaktadır. Özel Sektörde Kadının Savunusu konusunu %29,2 ile “Kamuoyunda Kadının Savunusu” konusu izlemektedir. Söz konusu konuların gazetelere göre dağılımı ise Tablo 12’dedir.

**Tablo 12.** KAGİDER Haber Konularının Gazetelere Göre Dağılımı

	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah	Toplam
Devlette kadının savunusu	10	3	4	4	21
Özel sektörde kadının savunusu	27	6	44	18	95
Kamuoyunda kadının savunusu	17	7	19	16	59
Dernek içi faaliyetler	0	1	4	1	6
Uluslararası ilişkiler	6	3	10	2	21
Toplam	60	20	81	41	202

Dernek ile ilgili ana konu başlıklarının gazetelere göre dağılımı Tablo 12’de yer almaktadır. Tablo 12 incelendiğinde, sırasıyla Hürriyet, Zaman ve Sabah’ın haberlerinin çoğunluğunu özel sektörde kadının savunusu konusuna ayırdığı ancak Posta gazetesinde ise kamuoyunda kadının savunusu konusunun az bir farkla özel sektörde kadının savunusu konusundan daha fazla yer aldığı görülmektedir. Bu konuda gazeteler arasında bir tutarlılık olduğu söylenebilir.

Bu başlıkların alt başlıklarına göre gazetelerin haber dağılımına bakılması gerekmektedir. İlk olarak “Devlette Kadının Savunusu” haber konuları 9 farklı konu ile gündeme gelmektedir.

**Tablo 13.** Devlette Kadının Savunusu Sınıflama Sisteminin Alt Başlıkları ve Gazetelere Göre Dağılımı

	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah	Toplam
Bakanlıkların genel toplantılarına KAGİDER’in katılımı	2	0	1	1	4
Her kurumda kreş projesi	0	0	0	1	1
Ekonomik koordinasyon kurulu	1	0	0	2	3
Kadın milletvekilleri ile toplantı	4	0	0	0	4
Çocuk bakımı teşvik yasa tasarısı	2	0	0	0	2
Girişimcilik konseyi kurulması	1	0	0	0	1
Erkeklerle doğum izni yasa tasarısı	0	3	0	0	3
Kürtajın yasaklanması yasa tasarısı	0	0	1	0	1
Daha çok çocuk teşvik yasa tasarısı	0	0	2	0	2
Toplam	10	3	4	4	21

Devlette Kadının Savunusu ana başlığında; KAGİDER'in Toplantılara Katılımı, Her Kurumda Kreş Projesi, Ekonomik Koordinasyon Kurulu, Kadın Milletvekilleri İle Toplantı, Çocuk Bakımı Teşvik Yasa Tasarısı, Girişimcilik Konseyi Kurulması, Erkeklere Doğum İzni Yasa Tasarısı, Kürtajın Yasaklanması Yasa Tasarısı, Daha Çok Çocuk Teşvik Yasa Tasarısı alt başlıkları tespit edilmiştir. Devlette kadının savunusu alt başlıklarından en fazla oranda KAGİDER'in bakanlıkların genel toplantılarına katılımı ve kadın milletvekilleri ile yaptığı toplantı üzerinde durulmuştur. En az oranda ise her kurumda kreş projesi, girişimcilik konseyi kurulması ve kürtajın yasaklanması konusu gündeme gelmiştir. Konuları gazetelere göre değerlendirdiğimizde, Zaman kadın milletvekilleri ile toplantı konusunda daha fazla haber yaparken, Posta erkeklere doğum izni, Hürriyet daha çok çocuk teşvik yasası ve Sabah ise ekonomik koordinasyon kurulu konusunda haber yapmıştır. Devlette kadının savunusu alt başlığı altında yer alan haberlerde gazeteler arasında bir tutarlılık söz konusu değildir. Her gazete alt konu başlıklarına farklı oranlarda yaklaşmıştır.

Haber konularında ikinci ana başlık Özel Sektörde Kadının Savunusu konusudur. Tablo 14'te konunun alt başlıkları görülmektedir. Bu ana başlık altındaki konular; Fahri KAGİDER Üyeliği Verme, Fırsat Eşitliği Proje Sertifikası Verme, Genç Fikirler Güçlü Kadınlar Projesi, Geleceğin Kadın Liderleri Projesi, Kadınların Üst Düzey Yönetime Atanması, Teknolojide Kadın Hareketi Projesi, Akbank Girişimci Geliştirme Programı, Global Üniversiteli Girişimci Yarışması, Değişimden Korkma Projesi, Genç KAGİDER Günleri, Yönetim Kurullarında Daha Çok Kadın İçin Mentorlük Programı, Kadınların Yükselebilecekleri Şirketler Araştırması, Yılın Kadın Girişimcisi Yarışması, Kadın Girişimci Buluşmaları, Biz Kadın Girişimciler Merkezi, Kadın Liderlerin Öncülüğü Paneli, M/Women Projesi şeklindeki konulardır.

**Tablo 14.** Özel Sektörde Kadının Savunusu Sınıflama Sisteminin Alt Başlıklarının Gazetelere Göre Dağılımı

	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah	Toplam
Fahri KAGİDER üyeliği verme	0	0	0	2	2
Fırsat eşitliği proje sertifikası verme	2	0	0	1	3
Genç fikirler güçlü kadınlar projesi	0	1	0	3	4
Geleceğin kadın liderleri projesi	0	0	0	2	2
Kadınların üst düzey yönetime atanması	0	0	0	1	1
Teknolojide kadın hareketi projesi	7	0	12	5	24
Akbank girişimci geliştirme programı	1	0	0	0	1
Global üniversiteli girişimci yarışması	2	0	0	0	2
Değişimden korkma projesi	0	0	0	1	1
Genç KAGİDER günleri	1	1	0	1	3
Ynt. Kurullarında daha çok kadın için mentorlük programı	0	0	0	1	1
Kadınların yükselebilecekleri şirketler araştırması	0	0	0	1	1
Yılın kadın girişimcisi yarışması	11	0	28	0	39
Kadın girişimci buluşmaları	2	0	2	0	4
Biz kadın girişimciler merkezi	1	0	0	0	1
Kadın liderlerin öncülüğü paneli	0	4	0	0	4
M/women projesi	0	0	2	0	2
Toplam	27	6	44	18	95



Bu alt başlıklar arasında en çok üzerinde durulan konu %41 oranla Yılın Kadın Girişimcisi Yarışması ile %25 oranla Teknolojide Kadın Hareketi projesidir. En az haber ise Üst Düzey Yönetime Atanan Kadınlar, Akbank Girişimci Geliştirme Programı, Değişimden Korkma Projesi, Kadınların Yüklebilecekleri Şirketler Araştırması ve Biz Kadın Girişimciler Merkezi konularıdır. Alt konuların gazetelere göre dağılımında ise Zaman ve Hürriyet genel ortalamaya uygun olarak en fazla Yılın Kadın Girişimcisi Yarışmasına yer verirken, Posta en fazla Kadın Liderlerin Öncülüğü Projesi'ne, Sabah ise en fazla Teknolojide Kadın Hareketi Projesine yer vermiştir. Posta gazetesinin her iki kategoride en fazla yer verilen Kadın Girişimci Yarışması ve Teknolojide Kadın Hareketi Projelerine hiç yer vermemesi dikkat çekici bir durumdur. Bu alt kategorideki 17 konudan; Zaman 8 tanesine, Posta 3 tanesine, Hürriyet 4 tanesine ve Sabah ise 10 tanesine yer vermiştir. Hürriyet tek başına Yılın Kadın Girişimcisi haberlerinin %71'ini, Teknolojide Kadın Hareketi Projesinin %50'sini yayımlamıştır. Özel sektörde kadının savunusu alt başlığındaki konular açısından gazeteler arasında tutarlılık bulunmamaktadır. Gazeteler alt başlıklara farklı oranlarda yer vermişlerdir.

Haber konularında üçüncü ana başlık Kamuoyunda Kadının Savunusu'dur. Kamuoyunda Kadının Savunusu ana başlığı altında; Ben Bir Gün Kadınsa Adlı Tiyatro Oyunu, Girişimci Kadınla Mülakat, KAGİDER Aylık Kahvaltı Toplantıları, KAGİDER'in Genel Toplantısına Katılım, Kadını İş Hayatına Sokma Kampanyası, Twitter'a Getirilen Yasaklar, Türkiye Kadınları Şırnak Buluşması, Hep Birlikte Daha Fazla Kadın İçin Programı, Hiç Tiyatro İzlememiş Kadınlar Tiyatroya Programı, 3 CPR Hizmeti, Kadınların İş Gücüne Katılımı Kamuoyu Araştırması, KAGİDER'i Ziyaret Eden Ünlü, Sivil Toplum Kuruluşları Buluşması, Demokratik Açılım, Cinsiyet Eşitliği Sertifika Programı, Bir Ünlüyle Röportaj, Kadın Girişimcilik ve Liderlik Zirvesi, Türk İş Yerlerinde Daha Çok Kadın Makalesi, Türkiye'de Kadın İstihdamı Açıklaması, Gezi Olayları ve Vakıfbank Voleybol Takımına Ödül konuları yer almaktadır. Konulara ait dağılım Tablo 15'te görülmektedir.

**Tablo 15.** Kamuoyunda Kadının Savunusu Sınıflama Sisteminin Alt Başlıkları ve Gazetelere Göre Dağılımı

	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah	Toplam
Ben bir gün kadinken adli tiyatro oyunu	0	1	0	3	4
Girişimci kadınla mülakat	1	0	0	3	4
KAGİDER aylık kahvaltılı toplantıları	4	2	4	4	14
KAGİDER'in genel toplantısına katılım	0	0	3	4	7
Kadını iş hayatına sokma kampanyası	0	1	1	1	3
Twitter'a getirilen yasaklar	1	0	0	0	1
Türkiye kadınları Şırnak buluşması	2	0	0	0	2
Hep birlikte daha fazla kadın için programı	3	0	0	0	3
Hiç tiyatro izlememiş kadınlar tiyatroya programı	1	0	0	0	1
3 CPR hizmeti	1	0	0	0	1
Kadınların iş gücüne katılımı kamuoyu araştırması	1	0	1	0	2
KAGİDER'i ziyaret eden ünlü	1	0	0	0	1
Sivil toplum kuruluşları buluşması	1	0	0	0	1
Demokratik açılım	1	0	0	0	1
Cinsiyet eşitliği sertifika programı	0	2	3	1	6
Bir ünlüyle röportaj	0	1	0	0	1
Kadın girişimcilik ve liderlik zirvesi	0	0	1	0	1
Türk iş yerlerinde daha çok kadın makalesi	0	0	2	0	2
Türkiye'de kadın istihdamı açıklaması	0	0	1	0	1
Gezi olayları	0	0	1	0	1
Vakıfbank voleybol takımına ödül	0	0	2	0	2
Toplam	18	7	19	16	59

Kamuoyunda Kadının Savunusu konu başlıklarının alt başlıkları Tablo 15'te görülmektedir. Tabloya göre en fazla oranda haber KAGİDER Aylık Kahvaltı Toplantıları alt başlığında toplanmıştır. Haberlerin %23'ü bu alt başlığa aittir. Bunu %12 oranıyla KAGİDER Genel Toplantılarına Katılım ve %6 ile Cinsiyet Eşitliği Sertifika Programı takip etmektedir. Bunun dışındaki alt konular %1,6 ile %6 oranları arasında çok az gündeme gelmiştir. Aylık Kahvaltı Toplantılarını Zaman, Hürriyet ve Sabah dörder defa Posta ise iki defa haber yapmıştır. İkinci sıradaki alt konu KAGİDER Genel Toplantısına Katılım Hürriyet'te 3 ve Sabah'ta 4 defa haber yapılmıştır. Kamuoyunda kadının savunusu alt başlığındaki konular açısından gazeteler arasında tutarlılık söz konusudur. Aylık kahvaltı toplantıları tüm gazeteler arasında en fazla oranda değinilen haber konusu olmuştur.

Haber konularında dördüncü alt başlık Dernek İçi Faaliyetler alt başlığıdır. Bu alt başlıkta; 2011 Genel Seçimlerine Adaylık ve KAGİDER'in Yeni Yönetim Kurulu olmak üzere iki konu yer almaktadır. Konuların dağılımı Tablo 16'dadır.

**Tablo 16.** Dernek İçi Faaliyetler Sınıflama Sisteminin Alt Başlıkları ve Gazetelere Göre Dağılımı

	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah	Toplam
2011 genel seçimlerine adaylık	0	0	1	1	2
KAGİDER'in yeni yönetim kurulu	0	1	2	1	4
Toplam	0	1	4	2	6

Buradaki konuların %66'sı Yönetim Kurulu haberlerine ve %34'ü ise 2011 Genel Seçimlerine Adaylık haberlerine ayrılmıştır. 2011 Genel Seçimlerine Adaylığını Koyan KAGİDER Başkanının haberi Hürriyet ve Sabah'ta birer kez haber olurken, KAGİDER'in Yeni Yönetim Kurulu Posta'da 1, Hürriyet'te 2 ve Zaman'da ise 1 defa haber ol-

muştur. Dernek içi faaliyetler alt başlığında gazeteler arasında tutarlılık yoktur. Her gazete farklı oranlarda farklı konulara eğilmiştir.

Haber konularında beşinci alt başlık Uluslararası İlişkiler alt başlığıdır. Bu alt başlık altında, BM Kadının Statüsü Çalışmaları, Türkiye AB Karma Parlamento Toplantısı, Alman Cumhurbaşkanı ile Buluşma, AB ve Türkiye'deki Kadın Sivil Toplum Kuruluşları Paneli, Geleneksel Salzburg Semineri, Geleceğe Yatırım Yapın Konferansı ve İngiltere Parlamentosunu Ziyaret konuları yer almıştır. Konuların dağılımı Tablo 17'dedir.

**Tablo 17.** Uluslararası İlişkiler Sınıflama Sisteminin Alt Başlıkları ve Gazetelere Göre Dağılımı

	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah	Toplam
BM Kadının statüsü çalışmaları	3	3	3	1	10
Türkiye AB karma parlamento toplantısı	2	0	0	1	3
Alman cumhurbaşkanı ile buluşma	1	0	1	0	2
AB ve Türkiye'deki kadın sivil toplum kuruluşları paneli	0	0	2	0	2
Geleneksel Salzburg semineri	0	0	1	0	1
Geleceğe yatırım yapın konferansı	0	0	2	0	2
İngiltere parlamentosunu ziyaret	0	0	1	0	1
Toplam	6	3	10	2	21

Tablo 17'ye bakıldığında Uluslararası İlişkiler alt başlığında en fazla %47 oranıyla BM Kadının Statüsü Çalışmaları yer alırken onu %14 ile Türkiye AB Karma Parlamento Toplantısı takip etmektedir. Gazetelere göre incelendiğinde, Zaman, Posta ve Hürriyet aynı oranda üçer haberle BM Kadının Statüsü Çalışmalarına yer verirken, Sabah bu konuya 1 haberle yer vermiştir. İkinci

sıradaki Türkiye AB Karma Parlamento Toplantısı en fazla Zaman'da yer bulmuş, onu bir haberle Sabah takip etmiş, ancak bu haber Posta ve Hürriyet'te hiç yer almamıştır. Hürriyet yedi farklı konudaki bu alt başlıkta 6 farklı konuyla, Zaman 3 konuyla, Posta 1 konuyla ve Sabah 2 konuyla yer almıştır. Uluslararası ilişkiler alt başlığındaki konular arasında ilk sıradaki konularda tutarlılık varken diğer konular arasında bir tutarlılık söz konusu değildir.

Araştırmamızın altıncı sorusu haberde adı geçen kurum ve kişilerin ne şekilde nitelendirildiğidir. Bu başlık altında, görevine, mesleğine, ailevi bağına, millilik vurgusuna, başarı ve güzelliğe, sporculuk durumuna ve siyasal kimliğe göre niteleme konuları tespit edilmiştir. Haberdeki kişi ve kurumların nitelemesine ait dağılım Tablo 18'de görülmektedir.

**Tablo 18.** Haberdeki Kişi ve Kurumların Nitelemeye Göre Dağılımı

Niteleme	Toplam	%
Niteleme yapılmamış	46	22,8
Görevine göre niteleme	115	56,9
Mesleğine göre niteleme	3	1,5
Ailevi bağa göre niteleme	2	1,0
Millilik vurgusuna göre niteleme	1	0,5
Başarı ve güzelliğe göre niteleme	5	2,5
Sporculuk durumuna göre niteleme	2	1,0
Siyasal kimliğe göre niteleme	28	13,9
Toplam	202	100,0

Tablo 18 incelendiğinde, en fazla niteleme %56,9 oranında görevine göre yapılırken, %22,8 oranında niteleme yapılmamış ve 13,9 oranında ise siyasal kimliğe göre niteleme yapılmıştır. En az niteleme ise %0,5 ile millilik vurgusuna yönelik olarak yapılmıştır. Dağılımı gazetelere göre yaptığımızda ise;

**Tablo 19.** Haberde Kullanılan Nitelemenin Gazetelere Göre Dağılımı

	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah	Toplam
Niteleme yapılmamış	13	0	22	11	46
Görevine göre niteleme	31	13	47	24	115
Mesleğine göre niteleme	0	2	0	1	3
Ailevi bağa göre niteleme	0	0	2	0	2
Millilik vurgusuna göre niteleme	0	0	1	0	1
Başarı ve güzelliğe göre niteleme	1	0	4	0	5
Sporculuk durumuna göre niteleme	1	0	0	1	2
Siyasal kimliğe göre niteleme	14	5	5	4	28
Toplam	60	20	81	41	202

Tabloda en fazla oranda yer alan görevine göre niteleme 47 haberle en fazla Hürriyet'te yer almış, onu sırasıyla 31 haberle Zaman, 24 haberle Sabah ve 13 haberle Posta takip etmiştir. Siyasal Kimliğe göre niteleme en fazla 14 haberle Zaman'da yer alırken onu 5'er haberle Posta ve Hürriyet takip etmiş, Sabah ise 4 haberle siyasal kimliğe göre niteleme yapmıştır. Nitelemenin gazetelere göre dağılımında gazeteler arasında tutarlılık söz konusudur. Tüm gazeteler görevine göre nitelemeyi ilk sırada ve siyasal kimliğe göre nitelemeyi de ikinci sırada niteleme olarak kullanmışlardır.

Araştırmamızın bir diğer inceleme konusu haberin kaynağına göre incelenmesidir. Bu başlık altındaki seçenekler bakan, şirket veya kurum yetkilisi, KAGİDER başkanı, öğretim üyesi, politikacı, muhabir, sporcu, şarkıcı, başbakanın eşi ve genel yayın yönetmeni olarak sınıflandırılmıştır. Haberleri kaynağına göre dağılımı Tablo 20'de yer almaktadır.

**Tablo 20. Haberlerin Kaynağına Göre Dağılımı**

	Toplam	%
Bakan	3	1,5
Şirket veya kurum yetkilisi	67	33,2
Muhabir belirtilmemiş	27	13,4
KAGİDER başkanı	47	23,3
Muhabir belirtilmiş	12	5,9
Öğretim üyesi	2	1,0
Politikacı	37	18,3
Sporcu	3	1,5
Şarkıcı	1	0,5
Başbakanın eşi	2	1,0
Genel yayın yönetmeni	1	0,5
Toplam	202	100,0

Tablo 20'ye göre haberlerin kaynağı en fazla %33,2 oranında şirket veya kurum yetkilisi, %23,3 oranında KAGİDER başkanı ve %18,3 oranında ise politikacılar olmuştur. En az kaynak ise %0,5'er oranda şarkıcı ve genel yayın yönetmeni olmuştur. Haber kaynaklarının gazetelere göre dağılımı Tablo 21'de yer almaktadır.

**Tablo 21.** Haber Kaynaklarının Gazetelere Göre Dağılımı

	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah	Toplam
Bakan	0	1	0	2	3
Şirket veya kurum yetkilisi	22	0	31	14	67
Muhabir belirtilmemiş	5	1	16	5	27
KAGİDER başkanı	8	11	22	6	47
Muhabir belirtilmiş	8	0	0	4	12
Öğretim üyesi	0	0	0	2	2
Politikacı	16	6	7	8	37
Sporcu	1	0	2	0	3
Şarkıcı	0	1	0	0	1
Başbakanın eşi	0	0	2	0	2
Genel yayın yönetmeni	0	0	1	0	1
Toplam	60	20	81	41	202

Haber kaynaklarına göre, Hürriyet kendi haberlerinin %38'inde, Zaman %36'sında ve Sabah %34'ünde şirket veya kurum yetkilisini kaynak olarak kullanmıştır. Her üç gazetenin şirket ve kurum yetkilisini kaynak olarak gösterme oranları, KAGİDER haberlerine yer verdikleri oranla paralellik göstermektedir. Yine ikinci sıradaki kaynak KAGİDER Başkanı Posta'nın kendi haberleri içinde %55, Hürriyet'te %27, Zaman'da %13 ve Sabah'ta %15 oranında kaynak olarak yer almıştır. Haber kaynaklarının gazetelere göre dağılımında tutarlılık söz konusu değildir. Gazeteler farklı oranlarda haber kaynağı kullanmışlardır.

Araştırmamızın diğer bir inceleme konusu KAGİDER haberlerinin ne vesile ile yayımlandığıdır. Bu başlık altında, devlet-STK ortak toplantısı, basın toplantısı, sertifika veya ödül töreni, resmi ziyaret, dernek sosyal sorumluluk faaliyeti, söyleşi, KAGİDER toplantısına iştirak, uluslararası toplantı, CHP STK buluşmaları, KAGİDER milletvekilleri toplantısı, KAGİDER yönetim kurulu seçimi ve KAGİDER ile bakanlıklar arası protokol faaliyeti olarak sınıflandırma yapılmıştır. Haberin yayımlanma vesilesine göre dağılım Tablo 22'dedir.



**Tablo 22. KAGİDER Haberlerinin Yayınlanma Vesilesi**

	Toplam	%
Devlet-STK toplantısı	8	4
Basın toplantısı	81	40
Sertifika veya ödül töreni	24	11,9
Resmî ziyaret	6	3,0
Dernek sosyal sorumluluk faaliyeti	6	3,0
Söyleşi	7	3,5
KAGİDER toplantısına iştirak	31	15,3
Uluslararası toplantı	29	14,4
CHP STK buluşmaları	1	0,5
KAGİDER milletvekili toplantısı	4	2,0
KAGİDER Yönetim Kurulu seçimi	4	2,0
KAGİDER ile bakanlıklar arası protokol	1	0,5
Toplam	202	100,0

Tablo 22'e göre, KAGİDER haberlerinin en fazla yayınlanma vesilesi %39,7 ile basın toplantısıdır. Bu vesileyi sırasıyla %15,3 oranında KAGİDER toplantısına iştirak ve %14,4 oranında uluslararası toplantı takip etmektedir. En az haber vesilesi ise %0,5'er oranla CHP-STK'lar buluşması ve KAGİDER ile bakanlıklar arası protokol haberleridir. Haber vesilesinin gazetelere göre dağılımı ise Tablo 23'te yer almaktadır.

**Tablo 23.** Haberlerin Yayınlanma Vesilesinin Gazetelere Göre Dağılımı

	Zaman	Posta	Hürriyet	Sabah	Toplam
Devlet-STK toplantısı	5	1	0	2	8
Basın toplantısı	21	6	41	13	81
Sertifika veya ödül töreni	6	0	15	3	24
Resmî ziyaret	3	0	0	3	6
Dernek sosyal sorumluluk faaliyeti	1	1	0	4	6
Söyleşi	1	1	0	5	7
KAGİDER toplantısına iştirak	8	7	9	7	31
Uluslararası toplantı	11	3	12	3	29
CHP STK buluşmaları	0	0	0	1	1
KAGİDER milletvekili toplantısı	4	0	0	0	4
KAGİDER yönetim kurulu seçimi	0	1	3	0	4
KAGİDER ile bakanlıklar arası protokol	0	0	1	0	1
Toplam	60	20	81	41	202

Tablo 23'e bakıldığında, Hürriyet kendi haberlerinin %49'unda, Zaman %35'inde, Posta %30'unda ve Sabah %31'inde basın toplantısını en fazla oranda haber vesilesi olarak kullanmıştır. Posta hariç üç gazetede de en yüksek oranda vesile olan basın toplantısı Posta'da ikinci sırada yer almış, Posta %35 ile KAGİDER toplantısına iştiraki en yüksek haber vesilesi olarak kullanmıştır. Haberlerin yayınlanma vesilesi olarak gazeteler arasında tutarlılık söz konusudur. Gazeteler basın toplantılarını haber vesilesi olarak en fazla kullanmışlardır.

## SONUÇ

Bu çalışma ile örnekleme dâhil edilen dört ulusal gazetenin KAGİDER haberlerine genel olarak yaklaşımı betimlenmiştir. İncelemede gazete haber sayılarının, konularının, kaynak ve haber vesilelerinin birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Ancak Hürriyet gazetesi diğer gazetelere göre açık bir farkla KAGİDER haberlerine yer vermiştir. Gazetelerin haberlerinin haftanın günlerine göre dağılımı incelendiğinde yine gazeteler arasında bir tutarlılık söz konusu değildir. Örneğin Hürriyet, salı gününe yoğunlaşırken Zaman perşembe gününe yoğunlaşmaktadır. Her bir gazete farklı günlerde farklı sayıda haber vermiştir. Bu ülke gündeminin o günkü durumu ile gazetelerin haber politikalarına uygunluk şeklinde yorumlanabilir.

Haberlerin gazetelerde yer aldıkları bölümlere bakıldığında sırasıyla en fazla ekonomi, gündem, politika, bölge sayfası, dünya ve teknoloji şeklinde bir sıralama bulunmaktadır. Bölümlere göre gazetelere bakıldığında, gazeteler arasında bir tutarlılık gözlenmektedir. Tüm gazeteler KAGİDER haberlerine en fazla oranda ekonomi sayfalarında yer vermiştir. Hürriyet, gazetelerin ekonomi bölümünde yayımlanan tüm KAGİDER haberlerinin yarısına yakınına yayımlayarak en fazla haber yayımlama durumunda olup, onu sırasıyla Zaman, Sabah ve Posta gazeteleri takip etmektedir. KAGİDER'in kadınların ekonomik durumlarına destek olmayı amaçlamış bir dernek olduğu düşünöldüğünde haberlerin çoğunluğunun ekonomi sayfalarında yer alması doğal karşılanmaktadır.

Haberlerin niteliğine bakıldığında, söz konusu dönemde yayımlanan KAGİDER haberlerinin tamamına yakını bilgilendirme türü haberlerdir. Eleştiri, değerlendirme ve tavsiye türü haberler yok denecek kadar azdır. Örnekleme olarak yalnızca gazete haberlerinin alınması ve köşe yazılarının örnekleme dâhil edilmemesinin böyle bir sonucu doğurduğu söylenebilir.

Haberler konularına göre sınıflandırılmış ve 59 ayrı alt konudan oluşan beş ayrı ana konu başlığı oluşturulmuş-

tur. Bu sınıflama, aynı zamanda KAGİDER'in resmî web sayfasında yer alan beş ayrı ana görevi de ifade etmektedir. Bunlar, Devlette Kadının Savunusu, Özel Sektörde Kadının Savunusu, Kamuoyunda Kadının Savunusu, Dernek İçi Faaliyetler ve Uluslararası İlişkiler olmak üzere beş ana konu olarak sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre gazetelerde en fazla sırasıyla özel sektörde kadının savunusu ve kamuoyunda kadının savunusu başlıkları yer almıştır. Bu sıralama Posta gazetesindeki küçük bir farkla birlikte tüm gazetelerde tutarlılık göstermiştir. Hürriyet ve Zaman KAGİDER haberlerinin yaklaşık yarısını özel sektörde kadının savunusu konularına ayırmışlardır. Bu durum KAGİDER'in kadın girişimciliğinin tanınması, özel sektör tarafından benimsenmesi ve kamuoyu tarafından kabul görmesi konularında gündeme gelerek başarılı olduğunu göstermektedir.

Haberde geçen kişi ve kurumlar ayrıca nitelendirilmelerine göre sınıflandırılmıştır. Haberlerdeki kişi ve kurumların yarıya yakını görevine göre nitelenmiş, onu siyasal kimliğe göre nitelendirme takip etmiştir. Görevine göre ve siyasal kimliğe göre nitelendirme tüm gazetelerde tutarlı bir şekilde en fazla oranda nitelendirme sınıfı olmuştur. KAGİDER'in bir STK olarak tüm devlet, hükümet, muhalefet ve özel sektör kurumlarıyla sürekli ilişkide olması, haberlerde adı geçen kişi ve kurumların bu şekilde nitelenmesine neden olduğu değerlendirilmektedir.

Araştırmada incelenen haberlerin büyük çoğunluğunda haber kaynağı, basın toplantısı yaparak faaliyetini duyuran şirket veya KAGİDER yetkilileridir. Bu kaynakları sırasıyla politikacılar, kaynak muhabir belirtmeden haber yapan gazeteler ile muhabir belirterek haber yapan gazeteler takip etmiştir. Yüzde onlar civarında muhabir belirtmeden yapılan haberler, kaynağın güvenilirliği açısından tartışma yaratmaktadır. Zaman, Posta, Hürriyet ve Sabah'ta her üç kaynak ilk üç sırada yer aldıklarından kaynak açısından aralarında tutarlılık olduğu söylenebilir.

Çalışmada son olarak KAGİDER'in gazetelerde neden haber olduğu incelenmiştir. Toplum KAGİDER'le ilgili

haberlerin çoğunluğundan basın toplantıları ile haberdar olmuştur. Bunu sırasıyla KAGİDER toplantılarına katılan kişiler ile uluslararası toplantılar takip etmektedir. Özellikle Hürriyet gazetesi haberlerinin yaklaşık yarısını basın toplantılarına dayandırmıştır. Tüm gazetelerde ortak olarak basın toplantısı en önemli haber nedeni olarak ön plana çıkmaktadır. Bu konuda gazeteler arasında bir tutarlılık olduğunu söylenebilir.

Söz konusu dönemde Zaman, Hürriyet'ten sonra en fazla sayıda KAGİDER haberine yer vermiştir. Zaman, yılın kadın girişimci yarışması, teknolojide kadın hareketi projesi, KAGİDER aylık kahvaltı toplantıları ve BM kadının statüsü çalışmaları haberlerine konu bazında daha fazla oranda yer vermiştir. Zaman'ın haberlerinin tamamına yakını bilgilendirme türü haberlerdir.

Posta en az sayıda KAGİDER haberi yayımlayan gazetedir. Posta, kadın liderlerin öncülüğü projesi, KAGİDER aylık kahvaltı toplantıları, cinsiyet eşitliği sertifika programı ve BM kadının statüsü çalışmalarına haberlerinde konu olarak daha fazla oranda yer vermiştir. Posta'nın haberlerinin çoğunluğu bilgilendirme türü haberlerdir.

Hürriyet gazeteler içerisinde en fazla KAGİDER haberi yayımlayan gazetedir. Hürriyet, yılın kadın girişimci yarışması, teknolojide kadın hareketi projesi, KAGİDER aylık kahvaltı toplantıları ve BM kadının statüsü çalışmaları haberlerine sayfalarında daha fazla oranda yer vermiştir. Hürriyet'in haberlerinin tamamına yakını bilgilendirme türü haberlerdir.

Sabah Hürriyet ve Zaman'dan sonra haber sayısı olarak üçüncü sırada yer almaktadır. Sabah, teknolojide kadın hareketi projesi, KAGİDER aylık kahvaltı toplantıları, BM kadının statüsü çalışmalarına sayfalarında daha fazla yer vermiştir. Sabah'ın haberlerinin tamamına yakını bilgilendirme türü haberlerdir.

KAGİDER, Türkiye'deki kadınların öncelikle ekonomik anlamda daha iyi seviyelere gelmesi için gayret

sarf ederken, toplumsal anlamda da kadına hak ettiği değerin verilmesi için de çalışmalarını sürdürmektedir. KAGİDER'le ilgisi olmayan yedi farklı haberde, haberin kaynağı olan şarkıcı, girişimci veya ülkemizin önde gelen kadın yöneticileri, ayrıca KAGİDER üyesi olduklarını belirterek derneğin kadınlar arasındaki ayrıcalıklı yerini göstermişlerdir.

KAGİDER'in çalışma azmine bir başka örnek de KAGİDER yönetimindeki isimlerin geliri KAGİDER Girişimcilik Akademisi için kullanılacak olan "Ben Bir Gün Kadınken" adlı tiyatro oyununu sahneye koymuş olmalarıdır. Dernek yönetiminde görevli kadınlar bu amaçla bir süre tiyatro eğitimi almışlar ve 12 Nisan 2012 tarihinde oyunu sahneye koymuşlardır.

KAGİDER projelerini hayata geçirirken özel sektör ve diğer STK'larla birlikte çalışıyor. Projelerin başarısı da bu anlamda paydaşların gayretine kalıyor. Konu bazında ilk sıralarda gelen Teknolojide Kadın Hareketi Projesinin, proje paydaşı Vodafone Türkiye İcra Komitesi Üyesi Serpil Timuray'ın gayretleriyle ülke çapında duyurulduğu görülmüştür. Serpil Timuray'ın her fırsatta projeyi gündeme getirmesinin ve basını bu anlamda çok iyi kullanmasının projenin tanınırlığı anlamında çok büyük faydası olmuştur. Bu projenin ödül törenine başbakan da katılmıştır.

KAGİDER, aylık olarak yaptığı kahvaltı toplantılarında kamuoyu tarafından tanınan yüzleri derneğine çağırarak sohbetler yapmakta ve bu yolla gündeme gelme fırsatına sahip olmaktadır. KAGİDER Kamuoyunda Kadının Savunusu an başlığı altında incelenen aylık kahvaltı toplantılarına CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, Şişli Belediye Başkanı Mustafa Sarıgül, AB Bakanı Egemen Bağış, Yazar Asaf Savaş Akat, Gazeteci Ertuğrul Özkök ve Londra Olimpiyat Oyunlarında atletizm 1500 metre finalinde altın madalya alan Aslı Çakır Alptekin gibi kamuoyu tarafından takip edilen kişilerin çağrılması derneğin tanınması açısından olumlu bir etkinlik olarak görülmektedir.

Sonuç olarak, KAGİDER'in bir STK olarak Türk kadınının ekonomik anlamda hak ettiği seviyeye gelmesi için yoğun bir çaba içerisinde olduğu ve gün geçtikçe bu konudaki etkinliğini artırdığı görülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akın, B. (2010). Girişimcilik ve İş Fikrinin Doğuşu. (Editör: H. Bahadır Akın). *Temel İşletme: Girişimcilik, İş Kurma ve Yönetim*. Ankara: Adres Yayınları, 77-88.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik. Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- BİK (2013). *Ağustos 2013 Tiraj Raporu*. <http://www.bik.gov.tr/istanbul/agustos-2013-tiraj-raporu/>, Erişim Tarihi: 28.12.2014.
- BİK. (2014, 11 30). *Kasım 2014 Tiraj Raporu*. <http://www.bik.gov.tr/istanbul/kasim-2014-tiraj-raporu/>, Erişim Tarihi: 28.12.2014.
- Engin, Y. (2010). *Sendikacılık, Sivil Toplum ve Yeni Duruşlar*. Ankara: Mina Ajans.
- Ergeç, N. E. (2005). Amerika'nın Irak'a Müdahalesine İlişkin Televizyon Haberlerinin İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 5, 51-74.
- Ersöz, H. Y. (2007). *Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gökçe, O. (2005). *İletişim Bilimine Giriş*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Işık, M. (2002). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- İlter, B. (2008). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: KAGİDER Örneği*. Doktora Tezi, Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- KAGİDER. *Hakkımızda*. <http://www.kagider.org/default.asp?Dil=0&SID=325>, Erişim Tarihi: 24.12.2014.
- Karasar, N. (2000). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Keane, J. (1994). *Demokrasi ve Sivil Toplum: Avrupa'da Sosyalizmin Açmazları, Toplumsal ve Siyasal İktidarın Denetlenmesi Sorunu ve Demokrasi Beklentileri Üzerine*. (Çeviren: N. Aydoğan). İstanbul: Aynü Yayınları.
- KSSGM. (2000). *Türkiye'de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- Kuzu, Ş. L. (2010). *Türkiye'de Sivil Toplum Kuruluşlarının Değişen İşlevi ve Kadın STK'lar: KAGİDER ve KAMER Örnekleri*. Doktora

- Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Mutlu, E. (1995). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınevi.
- Tekin, M. (2006). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Konya: Güney Ofset.
- TÜİK. (2013, 12). *İstatistik Göstergeler*. <http://tuikapp.tuik.gov.tr/Gosterge/?locale=tr>, Erişim Tarihi: 23.12.2014.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi.