

TÜRKİYE'DE SİVİL TOPLUM DİYALOĞUNUN GÜÇLENDİRİLMESİ PROJESİ

SİVİL TOPLUMUN MEDYADAKİ GÖRÜNÜRLÜĞÜ ARAŞTIRMASI



UNDEF PROJE NO: UDF-16-729-TUR

TÜRKİYE'DE SİVİL TOPLUM DİYALOĞUNUN GÜÇLENDİRİLMESİ PROJESİ

SİVİL TOPLUMUN MEDYADAKİ
GÖRÜNÜRLÜĞÜ ARAŞTIRMASI

OCAK, 2020

ADHOC ARAŞTIRMA©

YADA Vakfı

Adhoc Araştırma ve Danışmanlık ©

Ocak 2020

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|-----------|
| ÖNSÖZ | 7 |
| 1. YÖNETİCİ ÖZETİ | 9 |
| 2. YÖNTEM | 13 |
| 2.1. Giriş | 13 |
| 2.2. Örneklem, Veri Toplama ve Kodlama | 13 |
| 2.3. Örneklem Karakteristiği | 16 |
| 3. BULGULAR | 21 |
| 3.1. Sivil Toplum Haberlerine Genel Bakış | 21 |
| 3.2. Faaliyet Alanına Göre STK Haberlerinin Medya Görünümü..... | 27 |
| 3.3. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre STK Haberlerinin Medya Görünümü | 31 |
| 3.4. STK Haberlerinin İçeriği: STK Sözcüsü, Veri, Uluslararası Referans, Kamu Yönetimi Görüşü.... | 33 |
| 3.5. STK'lar Haberlerde Hangi Aktörler ile Nasıl Yer Alıyor? | 42 |
| 3.5.1. STK Haberlerinde STK'ların Diğer STK'lar ile Konumlanışı | 42 |
| 3.5.2. STK Haberlerinde STK'ların Kamu Kurumları ile Konumlanışı | 44 |
| 3.5.3. STK Haberlerinde STK'ların Özel Sektör ile Konumlanışı..... | 47 |
| 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ | 51 |
| EKLER | 53 |

TABLolar LİSTESİ

| | |
|--|----|
| Tablo 1. Kod Değişken Listesi..... | 14 |
| Tablo 2. Aylara Göre Haber Sayıları ve Sivil Toplum Haberleri İçindeki Oranları..... | 16 |
| Tablo 3. Mecra Üst Kategorilerine Göre Haber Sayıları | 16 |
| Tablo 4. Yayın Periyoduna Göre Haber Sayıları | 16 |
| Tablo 5. Mecra Kategorisine Göre Haber Sayıları..... | 17 |
| Tablo 6. En Çok STK Haberi Yayınlayan ilk 20 Basılı Yayın | 17 |
| Tablo 7. En Çok Haber Yayınlayan ilk 20 Haber Sitesi..... | 18 |
| Tablo 8. İçeriklerin Türü | 18 |
| Tablo 9. Sivil Toplum Haberlerinin Konumlanışı..... | 18 |
| Tablo 10. Haberlerin Alan, Erişim ve Reklam Değeri Ortalamaları..... | 19 |
| Tablo 11. Asli - Taliliğe Göre Konumlanış | 24 |
| Tablo 12. Asli - Taliliğe Göre Haberin Türü | 24 |
| Tablo 13. Haberin Türüne Göre Haber Tonu..... | 25 |
| Tablo 14. Haber Konumlanışına Göre Haber Tonu | 25 |
| Tablo 15. Asli ve Taliliğe Göre Konu Kategorisi | 26 |
| Tablo 16. Konu Kategorisine Göre Haber Tonu..... | 26 |
| Tablo 17. Konu Kategorisine Göre Haber Türü..... | 26 |
| Tablo 18. Asli – Taliliğe Göre Faaliyet Alanı..... | 28 |
| Tablo 19. Faaliyet Alanına Göre Asli - Talilik..... | 28 |
| Tablo 20. Faaliyet Alanına Göre Ton | 29 |
| Tablo 21. Faaliyet Alanına Göre Haberin Türü | 30 |
| Tablo 22. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Haber Tonu | 32 |
| Tablo 23. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Haber Türü | 32 |
| Tablo 24. Faaliyet Alanına Göre STK Sözcüsü Bulunma Durumu | 34 |
| Tablo 25. Sivil Topografya Kategorisine Göre STK Görüşü..... | 35 |
| Tablo 26. Faaliyet Alanına Göre STK Sözcüsü Bulunma Durumu | 35 |
| Tablo 27. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Kamu Görüşü | 36 |
| Tablo 28. Faaliyet Alanına Göre Kamu Görüşü..... | 37 |
| Tablo 29. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Haberlerin Araştırma/Veri İçerme Durumu..... | 38 |
| Tablo 30. Faaliyet Alanına Göre Haberlerin Araştırma/Veri İçerme Durumu..... | 38 |
| Tablo 31. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Haberlerin Ulusal Referans İçerme Durumu..... | 39 |
| Tablo 32. Faaliyet Alanına Göre Haberlerin Araştırma/Veri İçerme Durumu..... | 40 |
| Tablo 33. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Kamuoyuna Çağrı..... | 41 |
| Tablo 34. Faaliyet Alanına Göre Kamuoyuna Çağrı | 41 |
| Tablo 35. Sivil Topografya Sınıflandırmasına göre STK / STK Konumlanışı | 42 |
| Tablo 36. Faaliyet Alanına göre STK / STK Konumlanışı | 43 |
| Tablo 37. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre STK'lara Çağrı | 43 |
| Tablo 38. Faaliyet Alanına Göre STK'lara Çağrı..... | 44 |

| | |
|--|----|
| Tablo 39. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre STK / Kamu Konumlanışı..... | 45 |
| Tablo 40. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Kamu Kurumlarına Çağrı | 46 |
| Tablo 41. Faaliyet Alanına Göre Kamu Kurumlarına Çağrı | 46 |
| Tablo 42. Faaliyet Alanına Göre STK / Kamu Konumlanışı | 47 |
| Tablo 43. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Özel Sektöre Çağrı..... | 48 |
| Tablo 44. Faaliyet Alanına Göre Özel Sektöre Çağrı | 48 |
| Tablo 45. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre STK/Özel Sektör Konumlanışı..... | 49 |

GRAFİKLER LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Grafik 1. Asli - Tali Haber Dağılımı..... | 22 |
| Grafik 2. Asli - Tali Haberlere Göre Haberlerin Alan Büyüklükleri (StxCm) | 23 |
| Grafik 3. Haberlerin Tonu | 23 |
| Grafik 4. Asli - Taliliğe Göre Haberlerin Tonu..... | 23 |
| Grafik 5. Haberlerin Tonuna Göre Alan Büyüklüğü (StxCm)..... | 24 |
| Grafik 6. Konu Kategorisi Dağılımı..... | 25 |
| Grafik 7. STK Faaliyet Alanı Dağılımı | 27 |
| Grafik 8. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Dağılımı | 31 |
| Grafik 9. Haberlerde STK Sözcüsü Bulunma Durumu..... | 33 |
| Grafik 10. STK Sözcüsü Bulunma Durumuna Göre Haber Tonu | 33 |
| Grafik 11. Haberlerde STK Görüşüne Yer Verme Durumu | 34 |
| Grafik 12. STK Görüşüne Göre Haber Tonu..... | 34 |
| Grafik 13. Haberlerde Kamu Görüşü Bulunma Durumu..... | 36 |
| Grafik 14. Kamu Görüşü Bulunma Durumuna Göre Haber Tonu | 36 |
| Grafik 15. Haberlerin Araştırma/Veri İçerme Durumu | 37 |
| Grafik 16. Araştırma/Veri İçerme Durumuna Göre Haber Tonu | 37 |
| Grafik 17. Haberlerin Uluslararası Referans İçerme Durumu | 39 |
| Grafik 18. Uluslararası Referansa Göre Haber Tonu | 39 |
| Grafik 19. Haberlerde Kamuoyuna Çağrı Durumu..... | 40 |
| Grafik 20. Kamuoyuna Çağrıya Göre Haber Tonu | 41 |
| Grafik 21. STK / STK Konumlanışı | 42 |
| Grafik 22. STK'lara Çağrıya Göre Haber Tonu..... | 43 |
| Grafik 23. STK / Kamu Konumlanışı..... | 44 |
| Grafik 24. Kamu Kurumlarına Çağrı..... | 45 |
| Grafik 25. Kamu Kurumlarına Çağrıya Göre Ton | 45 |
| Grafik 26. Haberlerde Özel Sektöre Çağrı Durumu..... | 47 |
| Grafik 27. Özel Sektöre Çağrıya Göre Haber Tonu | 47 |
| Grafik 28. STK / Özel Sektör Konumlanışı..... | 49 |

ÖNSÖZ

YADA Vakfı olarak 2018-2020 Şubat arasında Birleşmiş Milletler Demokrasi Fonu (UNDEF) desteğiyle yürüttüğümüz “Türkiye’de Sivil Toplum Diyaloğunun Güçlendirilmesi” projesi ile Türkiye’deki farklı kimlik ve kökenden gelen sivil toplum kuruluşları arasında diyalog kurulması ve olası işbirlikleri için yeni mekanizmalar oluşturulmasına katkıda bulunmayı hedefledik. Proje kapsamında bugüne kadar farklı temalar altında benzer alanlarda ve kesişen konularda çalışan STK’ları bir araya getirdiğimiz Meydan buluşmaları düzenledik. Meydan buluşmalarıyla temel gayemiz; Türkiye sivil toplumunun, kendine benzemeyenle işbirliği yapabilmesinin olanaklarını ortaya çıkartabilmek; yeni bir diyalog, müzakere ve işbirliği modelini hayata geçirebilmektir. Türkiye’de Sivil Toplum Diyaloğunun Güçlenmesi projesiyle temelde elde etmeyi hedeflediğimiz sonuçlar: (1) sivil toplum kuruluşları arasındaki diyalog, iletişim, iş birliği ve müzakerenin artması, (2) sivil toplum kuruluşlarının hedef gruplarını etkileme potansiyellerinin artması ve (3) farklı temalarda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının görünürlüğünün artmasıydı. Başka bir deyişle projeyi; Türkiye’de güçlendirilmiş bir sivil toplum için ilişkileri geliştiren sivil toplum kuruluşları arasında bir söylem kültürü, müzakere ve işbirliğine katkıda bulunmak üzere kurguladık.

Proje kapsamında yaptığımız Sivil Toplumun Medyadaki Görünürlüğü Araştırması ile ise Türkiye’de sivil toplum kuruluşlarının, bu kuruluşlarının savunduğu meselelerin, aktivitelerinin medyada yer alışı biçimlerini temsili olarak ortaya koyarak haber oluş biçimlerine ilişkin bütünsel bir analiz gerçekleştirmeyi hedefledik.

Adhoc Araştırma ve Danışmanlık tarafından yürütülen araştırma kapsamında Türkiye’de sivil toplumun medyadaki görünürlüğünün analizi aşamasında Türkiye’de faaliyet gösteren hangi kategorideki sivil toplum kuruluşlarının ulusal medyada daha görünür olduğu, STK’ların; görünürlük düzeyleri, hangi temalar çerçevesinde görüldüğü hangi etkinliklerle medyada yer aldığı, medyaya yansıyan haberlerinin tonu (pozitif, negatif, nötr), başka STK’larla haberlerde görünüp görünmediği, bir arada göründülerse hangi konularda göründükleri, bir aradalıklarının karşıt mı yoksa işbirliği içinde mi olduğu ve STK haberleri içinde kamunun ve özel sektörün ne derece yer aldığı sorularına odaklandık.

Bu kapsamda STK’ların görünür olduğu mecraların kendileri ile benzer dünya görüşlerinde olup olmadıkları, bir arada görünen STK’ların tematik ve politik pozisyonları itibari ile benzerlik ve farklılıkları araştırmanın sorguladığı diğer sorulardı.



1. YÖNETİCİ ÖZETİ

Giriş

YADA Vakfı tarafından yürütülen ve Birleşmiş Milletler Demokrasi Fonu (UNDEF) tarafından desteklenen “Türkiye’de Sivil Toplum Diyalogunun Güçlendirilmesi” projesi kapsamında yapılan araştırmada, Türkiye’de faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının ulusal medyada ne kadar görünür olduğu, sivil toplum haberlerinin genel bakışı, hangi etkinlik ve haber türünün görünürlük anlamında daha öne çıktığı, hangi sivil toplum örgütünün faaliyet alanı ve sivil topografya kategorisine göre daha çok ulusal medyada yer alabildiği ve üretilen haberlerin nasıl bir tona sahip olduğu, STK’ların haberler içerisinde hangi aktörlerle nasıl konumlandığı, kimlere çağrı yapıldığı, haberlerin araştırma/veri içerme durumu, uluslararası referansa sahip olup olmaması, son olarak STK’ların kamu kurumlarıyla ne derece ve nasıl bir arada oldukları ve sivil toplum haberlerinde kamu kurumlarının nasıl bir pozisyon aldığı araştırıldı.

Araştırma boyunca, ulusal basılı medyada ve online mecralarda 1 Ocak 2018- 31 Temmuz 2019 tarihleri arasında toplam 19 ay süren haber taraması sonucunda 102674 habere ulaşıldı, basit rastlantısal yöntem ile seçilen 8741 haberin %95 güven aralığında \pm %1 hata payı ile haber evrenini temsil edeceği hesaplanarak analize dahil edildi. Haberler 45 farklı değişkene göre kodlandı.

Öne Çıkan Bulgular

Araştırmanın örneklemine giren her 3 haberden yaklaşık 1’inin online, 2’sinin ise basılı mecralarda yayınlandığı görülüyor. Sivil toplum içerikli haberlerin yaklaşık %75’i günlük veya anlık yayınlarda, %47’si basılı gazetelerde, %33’ü internet gazetelerinde, %15’i ise dergilerde yayımlanıyor. Sivil toplum haberlerinin en çok görüldüğü basılı gazeteler sırasıyla Dünya Gazetesi, Cumhuriyet, Günboyu, Milliyet ve Anayurt Gazetesi. Online gazeteler bazında ise en çok haber yayınlayan haber sitesi Milliyet Gazetesi’nin haber sitesi. Bunu listede ilk 5’e giren Anadolu Ajansı, Hürriyet, CNN Türk ve Haberler internet siteleri izliyor.

Basılı veya online mecralardaki tüm sivil toplum içeriklerinin neredeyse tamamına yakını haber türünde üretilen içerikler olarak karşımıza çıkıyor. Kalan kısmı sırasıyla köşe yazıları ve röportajlar izlerken, söyleşi ve makale türünde içerikler eser miktarda da olsa mevcut. Sivil toplum haberleri çoğunluklu olarak mecraların güncel sayfalarında yer alıyor.

Sivil toplum medyada ikincil aktör olarak konumlanıyor

Sivil toplum içerikli haberlerin yarısından fazlasında STK'lar haberin asli unsuru değil, ikincil bir aktörü olarak konumlanıyor. Ayrıca STK'ların asli olarak konumlandığı haberler alan olarak ikincil konumda olduğu haberlerden daha küçük yer kaplıyor. Sivil toplum içerikli haberlerde haberin tonu genel olarak nötr (%77). Daha ayrıntılı incelediğinde sivil toplumun asli olarak yer aldığı haberlerin tonunun ikincil olarak yer aldığı haberlerden daha olumlu, pozitif haberlerin alanının negatif tona sahip haberlerden büyük olduğu görülüyor.

Asli ya da tali olarak konumlanış fark etmeksizin STK içerikli haberler en sık güncel sayfalarda yer alıyor. STK haberin içeriğinde yer alan sivil toplum örgütü eğer haberin asli unsuru ise güncel sayfada konumlanış oranı artıyor. Eğer kuruluş haberde tali bir unsur olarak yer alıyorsa ekonomi, dünya ve yaşam gibi tematik sayfalarda daha sık konumlanıyor.

Sivil toplum medyada en çok yaşam sayfalarında görünüyor

Sivil toplum haberlerinde genel olarak nötr bir haber tonu söz konusu. Gündem sayfalarında yer alan haberlerin en yüksek oranda negatif tona, yaşam sayfalarında üretilen haberlerin ise en yüksek oranda pozitif tona sahip olan sayfalar olduğu görülüyor.

Basılı ve online mecralarda sivil toplum haberlerinin yarıya yakını (%46) yaşam konulu haberler oluşturuyor. Bunu iş / ekonomi konulu haberler en yakından izlerken, siyaset ve sağlık konulu haberler birbirine yakın oranlarla yaşam ve iş / ekonomi konularını

takip ediyor. Bu bağlamda ilk 5'e giren diğer bir konu ise kültür olarak karşımıza çıkıyor. Kültür sanat içerikli haberlerin büyük bir bölümünde hemşeri ve sosyalizasyon tasnif kategorisindeki sivil toplum örgütlerinin halk oyunları, dinletiler, saygı geceleri, ödüller, festivaller ve sergiler gibi faaliyetlerinin tanıtımları yer alıyor.

En fazla yaşam konulu haberlerin üretildiği sivil toplum haber mecralarında STK'ların asli ve taliliğinden bahsedilirse, yine yaşam konusu STK'ların asli ve tali olarak en yüksek oranda yer aldığı konu olarak ön plana çıkıyor. Haber sayfaları, çıkan sivil toplum haberlerinde ton olarak en pozitif ve en negatif tona sahip sayfalar iken, en nötr tonda içerik üreten sayfalar ise işle alakalı sivil toplum haberleri üreten sayfalar oluyor.

Spor, kültür, çevre, turizm gibi haberlerin konu kategorilerinin neredeyse tamamında haber içerikleri üretiliyor. Bunun yanında köşe yazıları içerisinde bahsedilen konular; yaşam, eğitim ve siyaset alanlarında ön plana çıkarken, sağlık ve iş konuları, en çok röportaj türünde içerikler üretilen konular olarak karşımıza çıkıyor. Makale ve söyleşi üretme oranı çok az da olsa yine iş konusunda üretilen içerikler arasında rastlanılıyor.

Medyada en çok meslek eksenli STK'lar görünür kılınıyor

Medyada yer alan her STK haberlerinin yaklaşık 3'te 1'i mesleki alanda faaliyet gösteren STK'lara ait. Bunu takiben yardımlaşma/ dayanışma (%12,4), sağlık (%7,2) tarih/kültür/ sanat/turizm (%6,9) ve demokrasi/insan hakları kategorileri de haberleri üretilen STK'ların faaliyet alanları arasında.

STK'ların faaliyet alanlarına göre yer aldıkları haber tonları karşılaştırıldığında, hayvan

hakları alanında faaliyet gösteren STK'ları içeren haberler, en negatif tonda olan haberler. En nötr haber tonuna sahip olan haberler ise büyük bir oranla (%89) mesleki/ sektörel alanda çalışan STK'ların haberleri. Engellilik alanında çalışan STK haberlerinde ise diğerlerine göre daha yüksek bir oranla, haberlerin yarısından fazlasında pozitif bir ton hâkim.

Sivil toplum haberlerinde yer alan STK'ların sivil topografya kategorisi içerisindeki dağılımına bakıldığında en çok payı meslek eksenli STK haberleri alırken (%30), bunu savunucu (%18) ve uzman (%13) STK'lar izliyor. İlk 5'e giren diğer kategoriler ise sosyalizasyon ve hayırsever (%9) kategorileri.

En negatif tonlu haberler siyasi eksenli STK'lar ve hayvan hakları STK'larının yer aldığı haberler

Topografya kategorisine göre en çok negatif haber üretilen STK'lar siyasi eksenli bulunan STK'lar. STK'ların faaliyet alanlarına göre yer aldıkları haber tonlarına bakıldığında, hayvan hakları STK'larını içeren haberler, %24 ile en negatif tonda olan haberler. Bunun sebebi hayvan hakları STK'larının sözcü olduğu veya savunuculuk yaptığı konuların çoğunlukla hayvan mağduriyetlerinden bahsetmesi. Bunun yanında meslek eksenli STK'lar en çok nötr tonlu haber içeriklerinde yer alırken en pozitif tonda haberler ise hayırsever kategorisine giren STK haberleri. Tüm sivil topografya kategorilerinin haberlerinde köşe yazısı, söyleşi, röportaj oranları düşük. Öte yandan, en çok köşe yazısı siyasi eksenli STK'lar, makale ve röportaj ise mesleki/ sektörel STK'lar hakkında yayınlanıyor.

STK haberleri genelde nötr tona sahipken sözcü bulunan haberlerin tonu daha pozitif

STK'lar sözcüye sahip olsun olmasın yer aldıkları haberlerde nötr bir ton hâkim. Hedef grubun toplum geneli olduğu alanlarda faaliyet gösteren STK haberlerinde sözcü bulunma oranı daha yüksek. Faaliyet alanlarına göre STK'ların sözcüye sahip olma durumlarına bakıldığında, tüketici hakları temasında çalışan STK'lar %78 ile en çok oranda sözcüye sahip STK'lar olarak görülüyor. Bunu izleyen sağlık, yaşlılık/emeklilik temalarında iş yürüten STK'larda sözcüye sahip olma oranları sırasıyla %75, %66, %61 iken bu oran çevre/ doğa koruma ve mesleki/ sektörel STK'ların %59. Pozitif tonun daha fazla görüldüğü haberler STK sözcüsüne sahip olan haberler. Buna göre, STK'ların bir sözcüye sahip olmasının, adlarının geçtiği sivil toplum haberlerinin tonu üzerinde pozitif bir etkisi olduğu çıkarılabilir.

Sivil toplum haberleri veri temelli olmaktan uzak

Sivil toplum haberlerinin yalnızca %12'si araştırma/veri içerirken, haberlerin %88'nin içeriğinde araştırma / veri içeriği bulunmuyor. Araştırma/veri içermeyen haberlerin, içerenlere göre %6'lık bir farkla daha pozitif tonda olduğu görülüyor. Araştırma / veri içerme haberin tonunu pozitif etkilemiyor, tam tersine daha çok uzman ve savunucularda olduğu için haberlerin tonu daha negatif. Özellikle medya bu haberleri "korkunç tablo" olarak veriyor. Veri içeriği en çok meslek eksenli STK'larda, uluslararası referanslar ise en çok uzman kuruluşlarda mevcut. STK haberlerinin %2'sinde kamuoyuna çağrı varken kamuoyuna en çok çağrı yapan kuruluşların tüketici hakları ve hayvan hakları alanlarında faaliyet gösteren kuruluşlar olduğu görülüyor.

Başka kurumlar ile birlikte görünen haberlerdeki pozitif ton oranı, tek başına görünen haberlerden daha yüksek

Araştırma kapsamında STK'ların başka STK'lar ile, kamu kurumları ile ve özel sektör ile konumlanışlarına da bakıldı. STK haberlerinin %3'ünde STK'lar başka STK'lar ile, %2'sinde kamu kurumları ile ve %0,3'ünde özel sektör ile birlikte görülüyor. Başka kurumlar ile birlikte görünmenin haber tonunu daha olumlulaştırdığı söylenebilir, yani başka kurumlar ile birlikte görünen haberlerdeki pozitif ton oranı, tek başına görünen haberlerden daha yüksek. Sivil toplum

kuruluşlarının birarada görüldüğü haberlerin büyük bir bölümünü STK'ların birlikte katıldığı aktiviteler (Örn. Karma sergiler, festivaller, ödül törenleri, açılışlar) oluştururken bir kısmı işbirliği içeren projelerin tanıtımları (yardım faaliyetleri, kampanyalar vb.) oluşturuyor. STK'ların başka kurumlarla birlikte yer aldığı haberlerde diğer kurumlar ile karşıtlıklar üzerinden değil, bir aradalıklar üzerinden görüldüğü söylenebilir; STK'ların başka STK'lar ile birlikte yer aldığı haberlerin yalnız %3'ünde birbirlerine karşıt olarak konumlandığı görülüyor. STK'ların kamu kurumları ile birlikte yer aldığı haberlerin %13'ünde ve özel sektör ile yer aldığı haberlerin %10'unda karşıtlık söz konusu.

2. YÖNTEM

2.1. Giriş

Araştırmanın betimleyici niteliğinden dolayı Sivil Toplumun Medyadaki Görünürlüğü Araştırmasında niceliksel araştırma yöntemleri benimsendi. Araştırma evrenini basılı ve internet medyasında yer alan tüm sivil toplum içerikli haberler olarak tanımlamak mümkün. Bu evreni temsil etmek ve araştırma bulgularını evrene genelleyebilmek adına, 19 aylık süre içerisinde basılı yayınlarda ve internet medyasında görünen tüm sivil toplum haberleri toplandı ve bu haber evrenini temsil edecek büyüklükte bir örneklem rastlantısal olarak seçildi. Örneklemde yer alan her haber okunarak içeriğe ilişkin oluşturulan 45 farklı değişkene göre kodlanarak niceliksel analize hazırlandı. Bu bölümde evren büyüklüğü, örneklem seçimi ve büyüklüğü, kodlama ve örneklemin temel karakteristik özellikleri tartışılacak.

2.2. Örneklem, Veri Toplama ve Kodlama

Araştırma kapsamında 1 Ocak 2018 ve 31 Temmuz 2019 arasında ulusal basılı medya ve internet medyasında haber taraması gerçekleştirildi. Sivil toplum haber taramasında ulusal medyaya dernek, vakıf ve kooperatif anahtar kelimeleri ile yansımış 76.574, Alexa'nın Türkiye ilk 500 sıralamasındaki ilk 51 haber sitesine yansımış 35.289 içerik bir veri tabanında toplandı (İnternet haber kaynakları listesi için BKZ. EK 1). Özetle, 19 aylık süre içerisinde gerçekleştirilen veri toplama çalışmasında 110.435 habere ulaşıldı.

Ön analiz içerisinde dernek, vakıf, sivil toplum ve kooperatif geçen ancak bir sivil toplum haberi olmayan toplam 92.16 haber veri tabanından çıkarıldı. Medya taraması aşamasında, 8.741 haberin 102.674 içerikten oluşan haber evrenini %95 güven aralığında $\pm\%1$ hata payı ile temsil edeceği hesaplandı.

102.674 haber içinden basit rastlantısal yöntem ile seçilen 8.741 içerik künyelerine, STK'lar, kamu yönetimi ve özel sektör ile ilişkilerine göre 45 farklı değişkene göre kodlandı.

Kodlamalarda kullanılan değişkenler ve tarifleri şu şekilde:

Tablo 1. Kod Değişken Listesi

| KATEGORİ | DEĞİŞKEN | AÇIKLAMA |
|----------------------------|---------------------------------------|--|
| HABERİN KİMLİK BİLGİLERİ | TARİH | Haberin yayın tarihi |
| | LİNK | Haber bağlantısı |
| | KAYNAK SİTE | Yayın kaynağı / Mecranın ismi |
| | BASILI / İNTERNET | Yayın kaynağı üst kategorisi (İnternet / Basılı) |
| | SAYFA NO | Basılı yayınlarda sayfa numarası |
| | BAŞLIK | Haberin başlığı |
| | PERİYOD | Kaynağın yayımlanma periyodu (Günlük, haftalık vb.) |
| | YAYIN TÜRÜ | Mecranın türü (Gazete, dergi, gazete eki vb.) |
| | TİRAJ | Basılı yayınlarda tiraj |
| | ALAN | Basılı yayınlarda haberin kapladığı alan |
| | TL | Basılı yayınlarda alanın ekonomik değeri |
| | KONU KATEGORİSİ | Haber konu kategorisi (Etkinlik, proje, adli, ekonomi vb.) |
| | POZİTİF- NEGATİF- NÖTR ¹ | Haberin STK'lar açısından tonu |
| | KONUMLANIŞ | Haberin konumlanış |
| | ASLİ- TALİ ² | Haberin STK önceliği |
| | HABERİN TÜRÜ (HABER/KÖŞE YAZISI) | Haberin türü (Haber, köşe yazısı) |
| KÖŞE YAZARI | Varsa köşe yazarının ismi | |
| KURULUŞ / HABER TASNİFLERİ | STK İSMİ | Habere konu olan STK'nın ismi |
| | STK TEMATİK ALANI | Habere konu olan STK'nın tematik alanı |
| | STK TASNİF KATEGORİSİ | Habere konu olan STK'nın tasnif kategorisi |
| | STK SÖZCÜSÜ İSMİ | Varsa STK'nın sözcüsünün ismi |
| | STK GÖRÜŞÜ VAR MI? | STK'nın kendi görüşünün olup olmadığı |
| | KAMU GÖRÜŞÜ VAR MI? | Haberde kamu görüşünün olup olmadığı |
| | ARAŞTIRMA / VERİ İÇERİYOR MU? | Haberin araştırma / veri içerip içermediği |
| | ULUSLARARASI REFERANS VAR MI? | Haberde uluslararası referans olup olmadığı |
| | STK ETKİNLİK KATEGORİSİ | STK'nın etkinliği kategorizasyonu |
| | HABERDE GEÇEN KAMU KURUMLARI | Varsa haberde adı geçen kamu kurumları |
| | HABERDE GEÇEN FİRMALAR | Varsa haberde adı geçen şirketler |
| HABERDE GEÇEN DİĞER STKLAR | Varsa haberde adı geçen diğer STK'lar | |

1 Haberin Tonu

Pozitif: Okuyucu açısından olumlu çağrışımlara sahip haberler.

Negatif: Okuyucu açısından olumsuz çağrışımlara sahip haberler.

Nötr: Okuyucu açısından bir çağrışıma yol açmayacak; olgusal olana değinen / objektif dili olan haberler.

2 Asli Haber: Sivil toplum kuruluşlarının haber içeriğinde ana aktör olarak yer aldığı, haberin temel konusunun ilgili kuruluş olduğu haberler.

Tali Haber: Haberin konusunun doğrudan sivil toplum ya da bir STK olmadığı; başka bir içeriğe sahip iken bir sivil toplum kuruluşunun ya da "sivil toplum" "dernek" "vakıf" ya da "kooperatif" kavramlarının geçtiği haberler.

| KATEGORİ | DEĞİŞKEN | AÇIKLAMA |
|--------------------------------|--|--|
| STK'LAR TARAFINDAN . . . | KAMUOYUNA ÇAĞRI | Haberde STK'lar tarafından kamuoyuna çağrı olup olmadığı |
| | DEMOGRAFİK / SOSYO-KÜLTÜREL KATEGORİ | Çağrı varsa hangi hedef kitleye yapıldığı |
| | ÖZEL SEKTÖRE ÇAĞRI | Haberde STK'lar tarafından özel sektöre çağrı olup olmadığı |
| | HANGİ SEKTÖRLER? | Çağrı varsa hangi sektöre yapıldığı |
| | STK / ÖZEL SEKTÖR KONUMLANIŞI | STK / Özel sektörün nasıl konumlandığı (Bir arada, karşıt) |
| | KAMU KURUMLARINA ÇAĞRI | Haberde STK'lar tarafından kamu yönetimine çağrı olup olmadığı |
| | HANGİ KAMU KURUMLARI? | Çağrı varsa hangi kuruluşlara yapıldığı |
| | STK / KAMU KONUMLANIŞI | STK / Kamu kurumlarının nasıl konumlandığı (Bir arada, karşıt) |
| | STK'LARA ÇAĞRI | Haberde STK'lar tarafından diğer STK'lara çağrı olup olmadığı |
| | HANGİ STKLAR? | Çağrı varsa hangi STK'lara yapıldığı |
| KAMU YÖNETİMİ TARAFINDAN . . . | STK / STK KONUMLANIŞ | STK'ların birbirleri ile nasıl konumlandığı (Bir arada, karşıt) |
| | KAMU KURUMLARINDAN KAMUOYUNA ÇAĞRI | Haberde kamu kurumları tarafından kamuoyuna çağrı olup olmadığı |
| | DEMOGRAFİK / SOSYO-KÜLTÜREL KATEGORİ | Çağrı varsa hangi hedef kitleye yapıldığı |
| | ÖZEL SEKTÖRE KAMU KURUMLARINDAN ÇAĞRI | Haberde kamu kurumları tarafından özel sektöre çağrı olup olmadığı |
| | HANGİ SEKTÖRLER? | Çağrı varsa hangi sektöre yapıldığı |
| KAMU / ÖZEL SEKTÖR KONUMLANIŞI | Kamu kurumlarının ile özel sektörün nasıl konumlandığı (Bir arada, karşıt) | |

2.3. Örneklem Karakteristiği

2018 – 2019 yılları arasındaki 19 ay içerisinde vakıf, dernek ve kooperatif geçen günde ortalama 180, ayda ise 5.403 haber yayınlanmıştır. Haberlerin yayınlanma aylarına bakıldığında ise öne çıkan bir ay olmadığı görülüyor. Mayıs ve Temmuz 2019 aylarında haber sayılarında kısmi bir artış olduğu gözükse bile bu iki aydaki artışların belli vakalara bağlı olmadığı gözlemleniyor (Bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Aylara Göre Haber Sayıları ve Sivil Toplum Haberleri İçindeki Oranları

| | HABER SAYISI | YÜZDE |
|---------------|--------------|---------------|
| 2018 | Ocak | 477 %5,5 |
| | Şubat | 451 %5,2 |
| | Mart | 427 %4,9 |
| | Nisan | 442 %5,1 |
| | Mayıs | 485 %5,5 |
| | Haziran | 314 %3,6 |
| | Temmuz | 450 %5,1 |
| | Ağustos | 341 %3,9 |
| | Eylül | 403 %4,6 |
| | Ekim | 450 %5,1 |
| | Kasım | 487 %5,6 |
| | Aralık | 432 %4,9 |
| 2019 | Ocak | 481 %5,5 |
| | Şubat | 453 %5,2 |
| | Mart | 466 %5,3 |
| | Nisan | 499 %5,7 |
| | Mayıs | 634 %7,3 |
| | Haziran | 416 %4,8 |
| | Temmuz | 633 %7,2 |
| Toplam | 8741 | %100,0 |

Haberlerin yayınlandığı mecraların üst kategorilerine bakıldığında, her 3 haberden yaklaşık 1'inin online haber mecralarında, 2'sinin ise basılı mecralarda yayınlandığı görülüyor (Bkz. Tablo 3).

Tablo 3. Mecra Üst Kategorilerine Göre Haber Sayıları

| | HABER SAYISI | YÜZDE |
|---------------|--------------|----------------|
| Basılı | 5855 | %66,98 |
| İnternet | 2886 | %33,02 |
| Toplam | 8741 | %100,00 |

Haberlerin yayınlandığı mecraların yayınlanma periyotlarına bakıldığında, her 4 haberden yaklaşık 1'inin ulusal gazeteler gibi günlük yayın yapan ya da internet haber mecraları gibi anlık içerik üreten mecralarda yer aldığı görülüyor. İkinci sık karşılaşılan yayın periyodu, çoğunluğunu dergilerin oluşturduğu aylık yayınlardır. Genellikle aylık yayın periyoduna sahip dergilerin büyük bir bölümünü ise sektörel dergiler oluşturuyor ve mesleki STK'ların haberleri yoğun olarak bu mecralarda yer alıyor (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4. Yayın Periyoduna Göre Haber Sayıları

| | HABER SAYISI | YÜZDE |
|-------------------|--------------|---------------|
| Günlük / Anlık | 6502 | %74,4 |
| Haftada 6 Gün | 351 | %4,0 |
| Haftalık | 347 | %4,0 |
| 15 Günlük | 10 | %0,1 |
| 2 Aylık | 237 | %2,7 |
| 3 Aylık | 89 | %1,0 |
| 4 Aylık | 1 | %0,0 |
| 6 Aylık | 7 | %0,1 |
| Aylık | 912 | %10,4 |
| Özel Ek | 58 | %0,7 |
| Özel Yayın | 10 | %0,1 |
| Yıllık | 2 | %0,0 |
| Periyodik Olmayan | 215 | %2,5 |
| Toplam | 8741 | %100,0 |

STK haberlerinin en çok yer aldığı haber mecraları ulusal gazeteler. Haberlerin yayınlandığı mecraların kategorisine bakıldığında ise haberlerin %33'ünün internet gazetelerinde, %48'inin ulusal gazetelerde, %15'inin dergilerde olduğu görülüyor (Bkz. Tablo 5).

Tablo 5. Mecra Kategorisine Göre Haber Sayıları

| | HABER SAYISI | YÜZDE |
|-------------------|--------------|---------------|
| Gazete | 4165 | %47,6 |
| İnternet Gazetesi | 2886 | %33,0 |
| Dergi | 1344 | %15,4 |
| Gazete eki | 291 | %3,3 |
| Dergi eki | 46 | %0,5 |
| Diğer Yayınlar | 9 | %0,1 |
| Toplam | 8741 | %100,0 |

Basılı yayınlarda haberler 541 farklı mecrada yayınlanmış. En çok haber yayınlanan (ilk 20) basılı mecralara bakıldığında ise Dünya Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Günboyu Gazetesi, Milliyet ve Anayurt Gazetesi öne çıkıyor. Ancak bütün ulusal gazeteler arasında anlamlı olarak öne çıkan bir mecra olmadığı söylenebilir. Başka bir deyişle, ulusal mecralardan hiçbiri sivil toplum haberlerini diğerlerinden daha önde tutma gibi eğilime sahip değil (Bkz. Tablo 6).

Tablo 6. En Çok STK Haberi Yayınlayan İlk 20 Basılı Yayın

| İLK 20 BASILI YAYIN | HABER SAYISI | YÜZDE |
|---------------------|--------------|-------|
| Dünya | 188 | %3,2 |
| Cumhuriyet | 184 | %3,1 |
| Günboyu | 169 | %2,9 |
| Milliyet | 169 | %2,9 |
| Anayurt | 163 | %2,8 |
| Evrensel | 153 | %2,6 |
| Dokuz Sütun | 149 | %2,5 |
| BirGün | 144 | %2,5 |
| Yeni Akit | 144 | %2,5 |
| Yeni Şafak | 141 | %2,4 |
| Aydınlık Gazetesi | 140 | %2,4 |
| Milat | 136 | %2,3 |
| Milli Gazete | 128 | %2,2 |
| Star | 127 | %2,2 |
| Hürses | 121 | %2,1 |
| YeniBirlik | 114 | %1,9 |
| Hürriyet | 111 | %1,9 |
| Türkiye Gazetesi | 111 | %1,9 |
| Sözcü | 110 | %1,9 |
| Doğru Haber | 103 | %1,8 |

İnternet haber mecralarında da basılı mecralara benzer bir tablo ortaya çıkıyor. Hiçbir internet mecrası diğerleri arasından sivil toplum haber görünürlüğü bağlamında ön plana çıkmıyor. Öte yandan internet haber mecralarının, basılı ulusal gazetelerin bir izdüşümü görünümünde olduğunu söylemek yanlış olmaz. Milliyet, Hürriyet, Habertürk, Sözcü, Yeniakit Akşam, Sabah, Evrensel, Milli Gazete, Posta, Dünya ve Yenişafak gibi mecralar aynı zamanda ulusal gazetelerindeki haberlere de yer verirken, yalnızca online mecralarda var olan CNNTürk, Haberler, Bianet, OdaTV, T24 ve Sputnik gibi mecraların haberlerinin bir bölümü ulusal basılı yayınlara referanslar ile oluşturuluyor (Bkz. Tablo 7).

Tablo 7. En Çok Haber Yayınlayan ilk 20 Haber Sitesi

| İLK 20 HABER SİTESİ | HABER SAYISI | YÜZDE |
|---------------------|--------------|-------|
| Milliyet | 127 | %4,4 |
| Anadolu Ajansı | 107 | %3,7 |
| Hürriyet | 107 | %3,7 |
| CNN Türk | 94 | %3,3 |
| Haberler | 89 | %3,1 |
| Habertürk | 86 | %3,0 |
| Sözcü | 86 | %3,0 |
| Bianet | 82 | %2,8 |
| Yeniakit | 80 | %2,8 |
| Oda TV | 78 | %2,7 |
| Akşam | 72 | %2,5 |
| Sabah | 72 | %2,5 |
| Evrensel | 70 | %2,4 |
| Aydınlık | 68 | %2,4 |
| Milli Gazete | 68 | %2,4 |
| Posta | 68 | %2,4 |
| Dünya | 67 | %2,3 |
| T24 | 67 | %2,3 |
| DHA | 65 | %2,3 |
| Sputniknews | 65 | %2,3 |
| Yeni Şafak | 65 | %2,3 |

Medyadaki sivil toplum içeriklerinin büyük bir bölümü haber kategorisinde yer alıyor. İçeriklerin %3'ü köşe yazısı iken yalnızca ortalama %1'i röportaj ya da söyleşi niteliğinde. Bu sonuca göre içeriklerin büyük bir bölümünün STK'lar tarafından değil, STK'ları haberleştiren mecralar tarafından yapıldığı söylenebilir (Bkz. Tablo 8). Bir başka dikkat çekici sonuç ise söyleşi, röportajlara ilişkin. Haber içeriklerini yalnızca %1,3'ü STK'ların sözcülerinin kendilerini ifade edebildikleri röportaj ve söyleşi gibi bir içerik türünde.

Tablo 8. İçeriklerin Türü

| | HABER SAYISI | YÜZDE |
|-------------|--------------|-------|
| Haber | 8345 | %95,5 |
| Köşe Yazısı | 286 | %3,3 |
| Röportaj | 103 | %1,2 |
| Söyleşi | 5 | %0,1 |
| Makale | 2 | %0,0 |

Sivil toplum haberlerinin büyük bir bölümü güncel haberler içinde yer alıyor (%74). Ekonomi, Dünya, Yaşam, Eğitim, Sağlık ve Kültür Sanat gibi tematik sayfalar sivil toplum haberlerinin daha az rastlanıldığı bölümler (Bkz. Tablo 9). Başka bir deyişle, sivil toplum haberleri güncel meselelere temas ettiği noktalarda daha çok görünürlüğe sahip oluyor.

Tablo 9. Sivil Toplum Haberlerinin Konumlanışı

| | HABER SAYISI | YÜZDE |
|----------------|--------------|---------------|
| Güncel | 6485 | %74,2 |
| Haber | 477 | %5,5 |
| Dünya | 298 | %3,4 |
| Gündem | 252 | %2,9 |
| Ekonomi | 233 | %2,7 |
| Yerel Haberler | 217 | %2,5 |
| Türkiye | 136 | %1,6 |
| Yaşam | 90 | %1,0 |
| Eğitim | 80 | %0,9 |
| Sağlık | 69 | %0,8 |
| Kültür Sanat | 62 | %0,7 |
| Yazarlar | 43 | %0,5 |
| Hayat | 39 | %0,4 |
| Galeri | 28 | %0,3 |
| Avrupa | 20 | %0,2 |
| Video | 20 | %0,2 |
| Kadın | 13 | %0,1 |
| Toplum | 12 | %0,1 |
| Makale | 11 | %0,1 |
| Teknoloji | 11 | %0,1 |
| Diğer | 145 | %1,7 |
| Toplam | 8.741 | %100,0 |

2018 – 2019 yılları arasında basılı gazetelerde yayınlanan sivil toplum haberlerinin kapladıkları ortalama alan 187 StxCm (Sütun Santim Ölçüsü) olup ortalama reklam değerinin 15.000 TL olduğu görülüyor. Her bir haber, basılı yayınlar vasıtasıyla ortalama 174.000 kişiye ulaşmış (Bkz. Tablo 10).

19 aylık dönemde büyüklüğü ve reklam değeri en yüksek olan ilk 5 haber sırasıyla çeşitli STK'ların merkezi hükümete desteğini açıkladıkları "Yeni Türkiye'ye Mektuplar", Cumhurbaşkanlığı Seçimi sonrası yemin törenini içeren ve STK desteğine yer veren "Yeniden Yükseliş Dönemi", "İnfaz Listesini

Kunsher Verdi" başlıklı Cemil Kaşıkçı suikastı haberi, İş insanları ve mesleki STK'ların Cumhurbaşkanı'na desteğini açıkladıkları "Yeni Türkiye, Güçlü Ekonomi" haberi ve Avrasya Maratonu konusunda yayınlanan "Sağlık için Koş" haberleri olarak karşımıza çıkıyor.

Tablo 10. Haberlerin Alan, Erişim ve Reklam Değeri Ortalamaları

| | |
|--------------------------|-----------|
| Alan (StxCm) | 187,8 |
| Erişim Ortalaması (Kişi) | 174.358,1 |
| Reklam Değeri (TL) | 15.798,9 |

3. BULGULAR

Görünürlük analizinin bulguları beş ana başlıkta derlendi. İlk bölüm; STK haberlerinin genel bakışını içeriyor. Bu bölümde hangi etkinlik / haber türünün görünümde öne çıktığı, hangi sivil toplum kuruluşunun (isim ve tasnif kategorisi) daha çok medyada yer alabildiği ve görünümünün tonu derlendi. Bulguların ikinci bölümü; sivil toplum kuruluşlarının faaliyet alanlarına göre medya görünümünü içeriyor. Bulguların üçüncü bölümünde; YADA Vakfı'nın sivil toplum kuruluşlarını kümelirken kullandığı kategorizasyon aracı olan Sivil Topografya Sınıflandırmasına göre görünüm bulguları. Raporun dördüncü bölümünde; sivil toplum haberlerinin içeriğine, hangi içeriğe sahip haberlerin medyada daha çok görünür olduğuna odaklanıldı. Raporun son bölümü olan aktörler ve konumlanışlar bölümünde ise; sivil toplum kuruluşlarının başka hangi kurum ve kuruluşlar (diğer STK'lar, özel sektör ve kamu yönetimi) ile yer aldığı, nasıl pozisyonlandığı ortaya kondu.

3.1. Sivil Toplum Haberlerine Genel Bakış

Sivil toplum haberlerinin başlıklarının içeriğine bakıldığında en önce çıkan kavramın "Türkiye" olduğu görülüyor. Tarama kelimeleri olan dernek, vakıf, kooperatif ve Türkiye kavramları çıkarıldığında öne çıkan kavramın başkan olduğu görülmekte. Haber içeriklerinde "başkan" kavramı genellikle iki tür haberde karşımıza çıkıyor. İlki sivil toplum kuruluşlarının genel kurullarına ve seçimlerine ilişkin haberlerde (Örn: Anamur Turizm ve Kültür Derneği Başkanı Fatih Şen güven tazeledi), ikincisi ise kuruluşun sözcülüğünü kuruluşun başkanının yaptığı durumlarda (Örn: Arkeologlar Derneği Başkanı Ateşoğulları: Dedektör kullanımı yasaklanmalı).

Sivil toplum haberleri haber başlıklarındaki faaliyet alanına ilişkin kavramlarda en öne çıkan kelimeler ise "Kadın", "Çocuk", "Genç" ve "Engelli" kelimeleri. Haber evrenini dikkate aldığımızda, hak temelli veya savunuculuk eksenli kavram setleri öne çıkmıyor; daha çok öne çıkan kavramlar yardım temelli faaliyetlere işaret ediyor. Etkinlik kavramlarında "Ziyaret", "Açıklama", "Eğitim" ve "Yardım" kelimeleri kullanılıyor (Bkz. Şekil 1.).

Şekil 1. Sivil Toplum Haber Başlıkları Kelime Bulutu



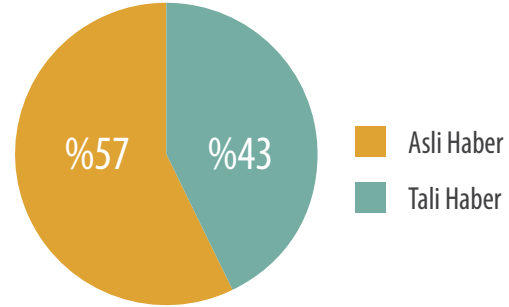
Haberlerde en çok yer alan STK'lara bakıldığında, mesleki alanlarda faaliyet gösteren kuruluşların daha görünür olduğu gözükmemekte. MÜSİAD, Türkiye Emekliler Derneği, Distribütörler gibi mesleki kuruluşlar medyada en çok yer bulan olurken, mesleki kuruluşlardan sonra medyada en çok yer bulan diğer kuruluşlar Atatürkçü Düşünce Derneği (ADD) ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği (ÇYDD). ADD'nin yer aldığı içeriklerin yaklaşık 4'te 1'ini ADD'nin basın açıklamalarına karşı tepkiler ve soruşturma haberleri oluşturuyor. ÇYDD haberlerini ÇYDD'nin bağış kampanyaları ve yardım aktivitelerine ilişkin haberler oluşturuyor. Çevre, sağlık, engellilik, toplumsal cinsiyet gibi tematik alanlarda faaliyet gösteren kuruluşların görünürlükleri düşük (Bkz. Şekil 2.).

Şekil 2. Haberlerde Yer Alan Sivil Toplum Kuruluşları



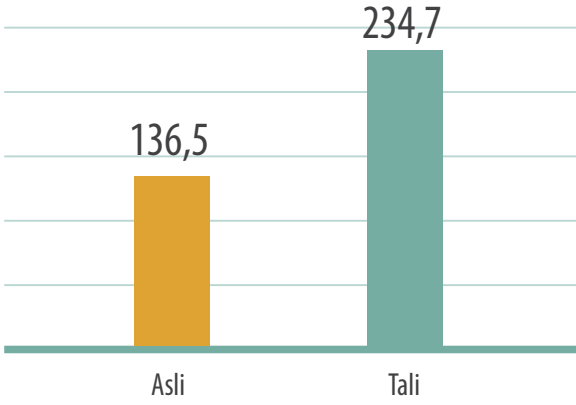
Sivil toplum haberlerinde STK'ların asli bir aktör olarak mı yoksa ikincil bir özne olarak mı yer aldığına bakıldığında, haberlerin yarısından fazlasında ismi geçen STK'ların haberlerde asli bir unsur olarak yer almadığı, adının geçtiği ya da adına açıklama yaptığı görülüyor. Bazı durumlarda STK'lar haberin içeriğinde dekoratif bir yer alıyor. Örneğin "Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanı Selçuk: Bir amacımız da yerel seçimlerde ve daha sonrasında da kadın muhtar oranımızı artırmak" başlıklı haberde bakanın derneği ziyareti sonrası yaptığı açıklama haberin asıl konusu iken, dernek ziyareti ikincil bir konumda. Bu haber türü en çok siyasilerin katıldığı davetler, siyasilerin sivil topluma verdiği mesajlar ya da bir mesele tartışılırken ilgili STK'nın görüşlerine yer verme şeklinde gerçekleşiyor. Asli haberler tüm sivil toplum haberlerinin %43'ünü oluşturuyor. Bu haberler daha çok STK'ların basın açıklamaları, proje ve etkinlik tanıtımları, davetleri konulu oluyor (Bkz. Grafik 1.).

Grafik 1. Asli - Tali Haber Dağılımı

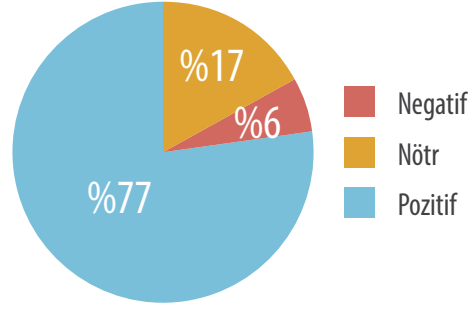


Asli ve tali haberlerin basılı medyadaki alan büyüklüğüne bakıldığında, STK'ların ikincil olarak yer aldığı haberlerin büyüklüklerinin, asli unsur olarak yer aldıklarına göre daha fazla yer kapladığı görülüyor. Başka bir deyişle asli STK haberleri, ikincil haberlerden daha küçük boyutlarda veriliyor. Aslında bir sivil toplum haberi olmayan ancak STK'nın başka bir mesele tartışılırken yer aldığı haberler, sivil toplum haberlerinden daha büyük boyutlarda yer kaplıyor (Bkz. Grafik 2.).

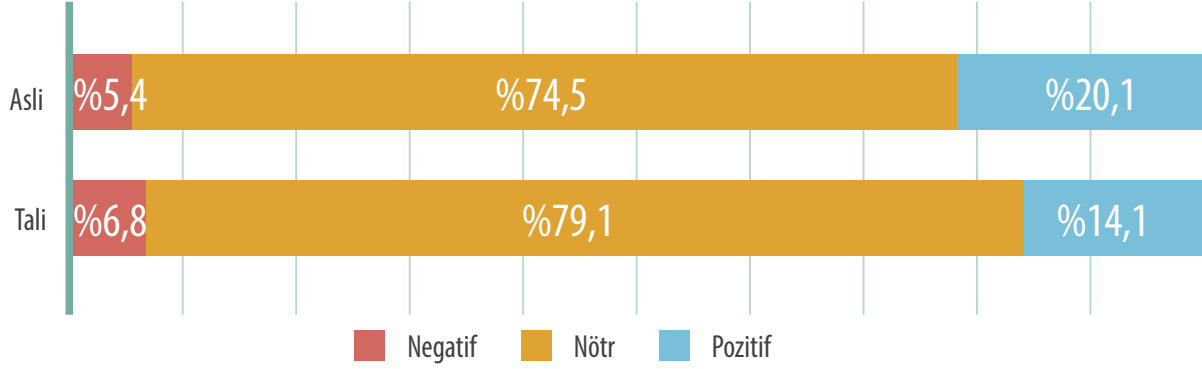
Grafik 2. Asli - Tali Haberlere Göre Haberlerin Alan Büyüklükleri (StxCm)



Grafik 3. Haberlerin Tonu



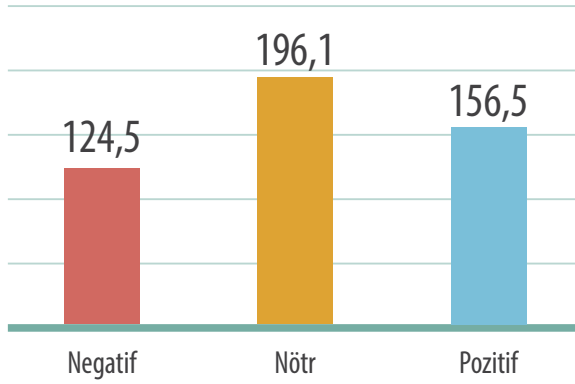
Grafik 4. Asli - Taliliğe Göre Haberlerin Tonu



Sivil toplum haberlerinin dili %17'si haberin içerisinde yer alan STK'lar açısından pozitif kurulurken, %6'sı negatif bir tona sahip (Bkz. Grafik 3). Haberlerin en yoğun tonu nötr bir haber tonu. Asli içerikler daha pozitif bir ton ile haberleştirilirken, STK'ların ikincil unsur olarak yer aldığı haberlerde ton daha çok negatife kayıyor (Bkz. Grafik 3.). Negatif tonlu haberlerde suç, yolsuzluk konulu haberlere sıklıkla rastlanıyor (Örn: İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği hakkında soruşturma açıldı). Pozitif tonlu haberlerin büyük bölümünü ise sivil toplum kuruluşlarının kendi açıklamalarının ve davetlerinin olduğu haberler oluşturuyor (Örn: Mobilyacıardan enflasyonla mücadeleye destek).

Pozitif tona sahip sivil toplum haberlerinin ulusal basılı medyada kapladığı alanın, negatif tona sahip olanlardan daha fazla olduğu görülüyor. Pozitif haberler ortalama 156 StxCm yer kaplarken, aynı rakam negatif tonlu haberler için 124 StxCm, nötr tona sahip haberler içinse 196,1 StxCm (Bkz. Grafik 5).

Grafik 5. Haberlerin Tonuna Göre Alan Büyüklüğü (StxCm)



Sivil toplum haberlerinin büyük bir bölümü güncel haberler sayfasında yer buluyor. Hem sivil toplumun asli bir unsur olarak yer aldığı haberlerde, hem de ikincil olarak yer aldığı haberler gazetelerin ve internet haber sitelerinin güncel haber sayfalarında yer alıyor. Mecraların ekonomi, çevre, yaşam gibi tematik sayfalarında görünürlük daha düşük. Bunu sırasıyla %3 ve %7 oranlarıyla haber sayfası, %5 ve %2 oranıyla dünya gündemi sayfası takip ediyor (Bkz. Tablo 11).

Tablo 11. Asli - Taliliğe Göre Konumlanış

| | ASLİ | TALİ |
|----------------|---------------|---------------|
| Güncel | 81,1% | %69,0 |
| Haber | 3,5% | %6,9 |
| Dünya | 1,8% | %4,6 |
| Gündem | 2,0% | %3,6 |
| Ekonomi | 1,8% | %3,3 |
| Yerel Haberler | 3,1% | %2,0 |
| Türkiye | 1,0% | %2,0 |
| Yaşam | 0,6% | %1,4 |
| Diğer | 5,0% | %7,3 |
| Toplam | 100,0% | %100,0 |

Asli veya tali olarak içeriklerde yer alan STK'ların sırasıyla %97 ve %94 ile en yüksek oranda haber türü içerisinde olduğu gözlemleniyor. Asli haberleri %2 ile köşe yazıları ve röportajlar izlerken, tali haberleri %4 ile köşe yazısı, %1 ile röportaj izliyor. Makale ve söyleşilerin oranının ise göz ardı edilecek kadar az olduğu görülüyor (Bkz. Tablo 12).

Tablo 12. Asli - Taliliğe Göre Haber Türü

| | ASLİ | TALİ |
|---------------|---------------|---------------|
| Haber | 96,8% | %94,5 |
| Köşe Yazısı | 1,6% | %4,5 |
| Makale | 0,1% | %0,0 |
| Röportaj | 1,6% | %0,9 |
| Söyleşi | 0,1% | %0,1 |
| Toplam | 100,0% | %100,0 |

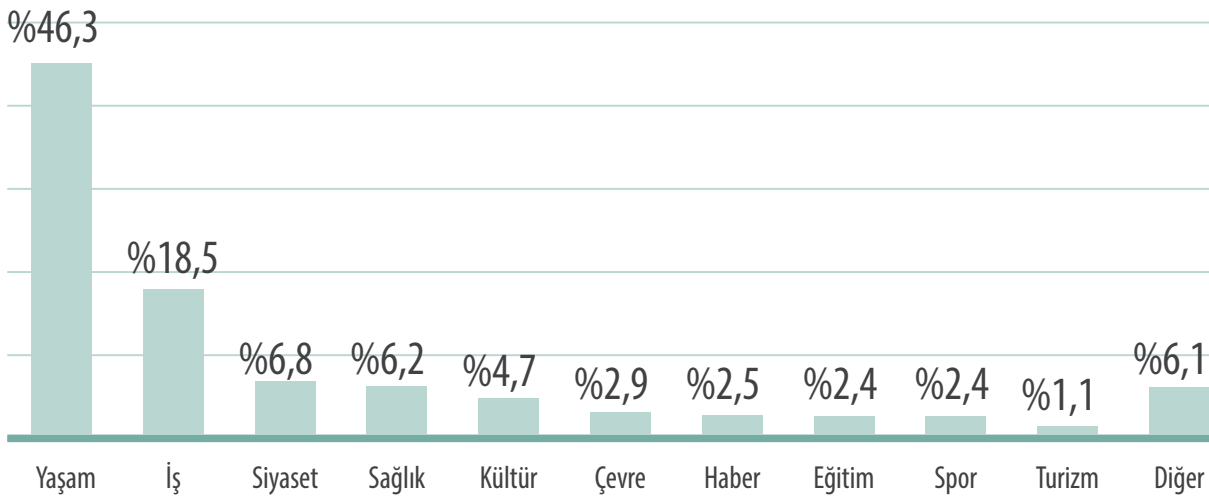
Haber türlerine göre tona baktığımızda tüm haber türlerinde en yüksek oranla nötr haberler üretiliyor. Köşe yazısı, röportaj türlerinden ziyade objektif olması beklenen haberlerin yüksek oranla öne çıkması, nötrlük durumunu açıklıyor. Haberlerde %17 oranıyla negatiften çok pozitif bir ton kullanılırken köşe yazıları için aynı şey söylenemez. Köşe yazılarının haberlerin yanında daha subjektif olmasıyla beraber %6'yla pozitif bir tondan ziyade %10 oranıyla negatif bir ton kullanımı gözlemleniyor. Röportaj ve söyleşilerde ise haberlere benzer şekilde pozitif tonun negatif tondan daha çok kullanıldığı görülüyor (Bkz. Tablo 13).

Tablo 13. Haberin Türüne Göre Haber Tonu

| | HABER | KÖŞE YAZISI | MAKALE | RÖPORTAJ | SÖYLEŞİ |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Negatif | %6,2 | %10,5 | %0,0 | %1,0 | %0,0 |
| Nötr | %76,7 | %83,2 | %100,0 | %92,2 | %60,0 |
| Pozitif | %17,1 | %6,3 | %0,0 | %6,8 | %40,0 |
| Toplam | %100 | %100 | %100 | %100 | %100 |

Sivil toplum haberlerinin tonu, haberlerin konumlanışına göre incelendiğinde tüm haber konumlanışlarında nötr bir tonun hâkim olduğu görülüyor. Gündem haberlerinin %18 ile en yüksek oranda negatif tona sahip olduğu, yaşam haberlerinin ise %39 ile en yüksek oranda pozitif tonda olduğu görülüyor. Dünya haberleri ise %82 ile en yüksek nötr tona sahip konumlanış biçimi olarak karşımıza çıkıyor (Bkz. Tablo 14).

Konu kategorisi dağılımına bakıldığında %46 gibi büyük bir oranla en çok yaşam konulu sivil toplum haberleri ön plana çıkıyor. %18'lik bir oranla yaşam konusunu iş, %7 ile siyaset, %6 ile sağlık, %5 ile kültür takip ediyor. Çevre, haber, eğitim, spor, turizm gibi konular ise görece daha az oranda yer edinmiş olsa da sivil toplum haberlerinin konu başlıkları arasında yer alıyor (Bkz. Grafik 6).

Grafik 6. Konu Kategorisi Dağılımı**Tablo 14. Haber Konumlanışına Göre Haber Tonu**

| | NEGATİF | NÖTR | POZİTİF |
|----------------|---------|-------|---------|
| Gündem | %17,9 | %66,7 | %15,5 |
| Yaşam | %15,6 | %45,6 | %38,9 |
| Türkiye | %15,4 | %64,0 | %20,6 |
| Haberler | %11,0 | %61,9 | %27,1 |
| Dünya | %7,0 | %81,9 | %11,0 |
| Güncel | %5,3 | %79,9 | %14,9 |
| Ekonomi | %4,3 | %76,4 | %19,3 |
| Yerel Haberler | %3,7 | %67,3 | %29,0 |
| Diğer | %5,7 | %72,8 | %21,5 |

Asli veya tali sivil toplum haberleri sırasıyla %44 ve %48 ile en çok oranda yaşam konusunda karşımıza çıkıyor. Bunu %25 ve %13 ile iş, %5 ve 8 ile siyaset, %7 ve %5 ile sağlık izliyor. Kültür, çevre, haber, eğitim, spor, turizm gibi konular da daha düşük oranda olsa da haberlerde yer alıyor (Bkz. Tablo 15).

Tablo 15. Asli ve Taliliğe Göre Konu Kategorisi

| | ASLİ | TALİ |
|---------------|---------------|---------------|
| Yaşam | %44,0 | %48,0 |
| İş | %25,2 | %13,5 |
| Siyaset | %5,1 | %8,0 |
| Sağlık | %7,3 | %5,4 |
| Kültür | %4,7 | %4,8 |
| Çevre | %3,0 | %2,8 |
| Haber | %1,0 | %3,6 |
| Eğitim | %2,5 | %2,4 |
| Spor | %2,0 | %2,8 |
| Turizm | %1,3 | %1,0 |
| Diğer | %4,0 | %7,7 |
| Toplam | %100,0 | %100,0 |

Konu kategorilerinde tona bakıldığında işle alakalı sivil toplum haberleri %94 ile en yüksek oranda nötr tona sahip konu kategorisi. Haberler ise %18 ile en negatif ve %50 ile en pozitif tona sahip olan kategori oluyor (Bkz. Tablo 16).

Konu kategorilere göre bakıldığında ise tüm konularda %94'ün üzerinde olan oranlar ile en çok haber içeriklerinin üretildiği görülüyor.

Tablo 17. Konu Kategorisine Göre Haber Türü

| | HABER | KÖŞE YAZISI | MAKALE | RÖPORTAJ | SÖYLEŞİ |
|---------|-------|-------------|--------|----------|---------|
| Spor | %98,6 | %1,4 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Kültür | %98,1 | %1,2 | %0,0 | %0,7 | %0,0 |
| Çevre | %98,0 | %1,6 | %0,0 | %0,4 | %0,0 |
| Turizm | %98,0 | %1,0 | %0,0 | %1,0 | %0,0 |
| Haber | %96,8 | %2,8 | %0,0 | %0,5 | %0,0 |
| İş | %96,5 | %1,2 | %0,1 | %2,3 | %0,0 |
| Siyaset | %96,1 | %3,9 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Sağlık | %95,8 | %1,8 | %0,0 | %2,4 | %0,0 |
| Eğitim | %94,4 | %4,2 | %0,0 | %1,4 | %0,0 |
| Yaşam | %94,3 | %4,6 | %0,0 | %1,0 | %0,0 |
| Diğer | %95,5 | %3,5 | %0,0 | %0,4 | %0,6 |

Tablo 16. Konu Kategorisine Göre Haber Tonu

| | NEGATİF | NÖTR | POZİTİF |
|---------|---------|-------|---------|
| Haber | %17,9 | %32,1 | %50,0 |
| Çevre | %15,2 | %61,6 | %23,2 |
| Siyaset | %13,4 | %84,4 | %2,2 |
| Diğer | %10,6 | %47,3 | %42,1 |
| Yaşam | %6,6 | %74,7 | %18,7 |
| Eğitim | %6,5 | %65,9 | %27,6 |
| Sağlık | %4,4 | %83,9 | %11,6 |
| Kültür | %1,9 | %83,3 | %14,8 |
| İş | %0,9 | %94,1 | %5,1 |
| Spor | %0,9 | %92,4 | %6,6 |
| Turizm | %0,0 | %84,8 | %15,2 |

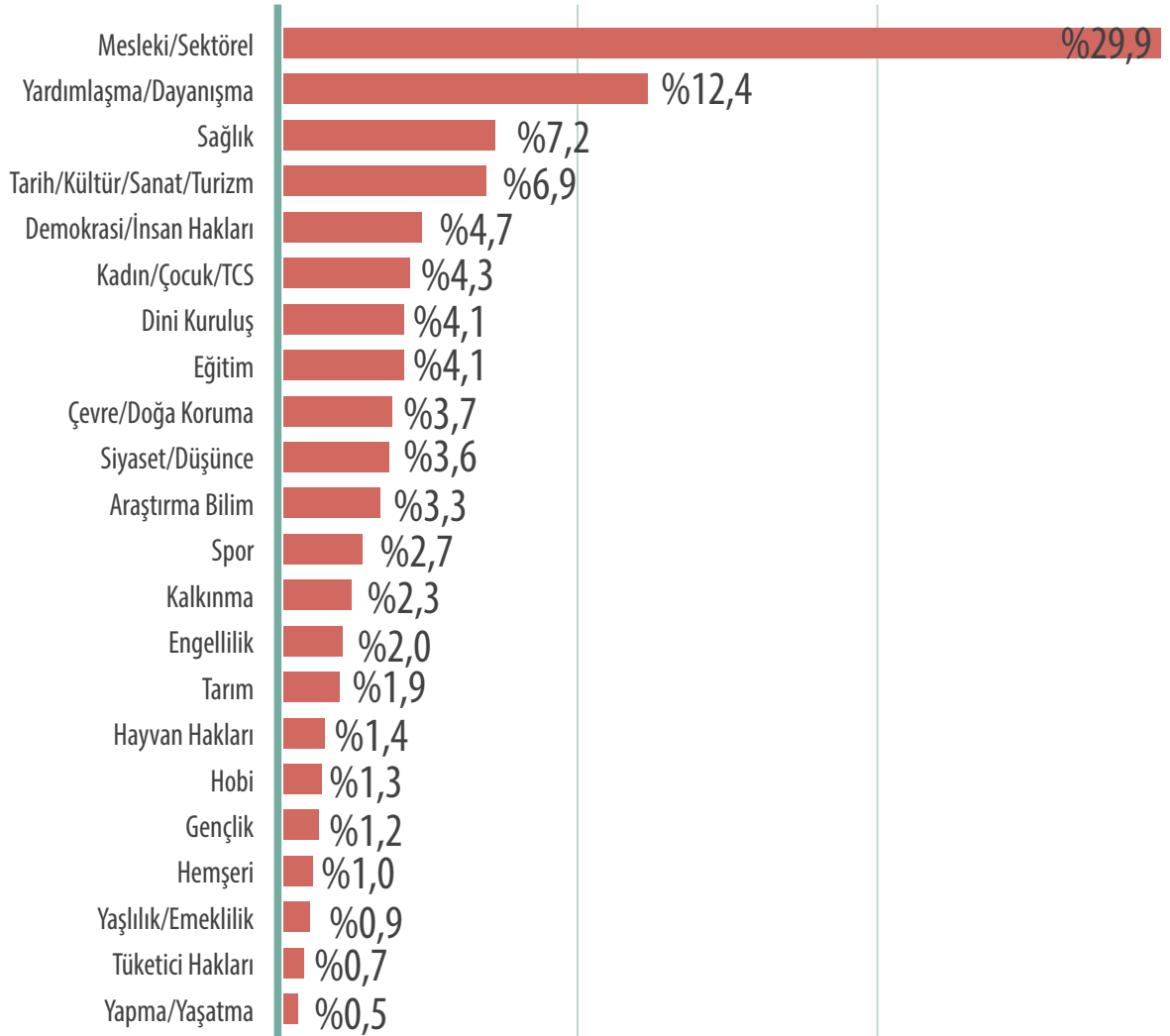
Haberlerden sonra iş ve sağlık konuları hariç en çok payı köşe yazısı, daha sonra röportaj alıyor. İş ve sağlıkta ise haberlerden sonra bu sıralama röportaj daha sonra köşe yazısı şeklinde gidiyor. İş konulu içeriklerin sadece %0,1'i makale olarak üretilmişken, sağlık konusu ise %2'lik bir oranla en çok röportaj üreten konu. Listelenen haber konularından diğer kategorisinde olanların ise sadece %1'i söyleşi türünde haber içeriğine sahip (Bkz. Tablo 17).

3.2. Faaliyet Alanına Göre STK Haberlerinin Medya Görünümü

Bu bölümde haber içeriğinde yer alan STK'ların faaliyet alanlarına göre medya görünümlerine yer verildi. Sivil toplum kuruluşları ana faaliyet tematik faaliyet alanına göre 22 kümede toplandı. Haberlere STK'ların ana faaliyet alanına göre bakıldığında, faaliyet alanı mesleki / sektörel konular olan sivil toplum kuruluşlarının medyada görünürlüğünün

diğer tematik alanlardan daha yüksek olduğu görülüyor. Medyada yer alan her 10 STK haberinin yaklaşık 3'ü mesleki alanda faaliyet gösteren STK'lara ait. Bunu takiben yardımlaşma/dayanışma (%12,4), sağlık (%7,2) tarih / kültür / sanat / turizm (%6,9) ve demokrasi / insan hakları kategorileri geliyor (Bkz. Grafik 7).

Grafik 7. STK Faaliyet Alanı Dağılımı



Asli veya tali olma durumlarına göre STK haberlerinin faaliyet alanları incelendiğinde, asli veya tali aktör olarak yer alan STK'ların sırasıyla %34 ve %25 oranlarıyla en çok mesleki/ sektörel alanda bulunan STK'lar olduğu göze çarpıyor. Bunu %13 ve %12 ile yardımlaşma/dayanışma, %8 ve %7 ile sağlık STK'ları izliyor. Yaklaşık olarak dağılımın diğer yarısını ise Tablo 19'daki sıralamaya benzer şekilde tarih/kültür/sanat/turizm, demokrasi/insan hakları, kadın/çocuk/toplumsal cinsiyet, eğitim ve dini kuruluş gibi temalarda olan STK'lar oluşturuyor (Bkz. Tablo 18).

Tablo 18. Asli – Taliliğe Göre Faaliyet Alanı

| | ASLI | TALI |
|---------------------------------|---------------|---------------|
| Mesleki/Sektörel | %34,2 | %25,1 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %12,8 | %11,9 |
| Sağlık | %7,6 | %6,8 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %6,3 | %7,7 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %4,5 | %4,0 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %4,0 | %5,6 |
| Eğitim | %3,9 | %4,4 |
| Dini Kuruluş | %3,6 | %4,6 |
| Siyaset/Düşünce | %3,5 | %3,7 |
| Çevre/Doğa Koruma | %3,4 | %4,0 |
| Araştırma Bilim | %2,5 | %4,1 |
| Engellilik | %2,1 | %1,9 |
| Kalkınma | %1,9 | %2,7 |
| Spor | %1,8 | %3,6 |
| Tarım | %1,5 | %2,4 |
| Hobi | %1,3 | %1,2 |
| Gençlik | %1,3 | %1,0 |
| Hayvan Hakları | %1,1 | %1,7 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %0,9 | %0,8 |
| Hemşeri | %0,8 | %1,3 |
| Tüketici Hakları | %0,7 | %0,7 |
| Yapma/Yaşatma | %0,3 | %0,8 |
| Toplam | %100,0 | %100,0 |

STK'ların faaliyet alanlarına göre asli veya tali olma durumuna bakıldığında mesleki/ sektörel STK'ların %61 gibi büyük bir oranı asli, %39'u ise tali olarak sivil toplum haberlerinde yer alıyor. Gençlik STK'ları haberlerde asli olma durumunda mesleki/ sektörel STK'lara %58 gibi bir oranla en yakın STK'lar olarak karşımıza çıkıyor. Tüm kategorilerde asli olarak haberlerde yer alma oranı %50'nin üzerinde ve asli olma durumu tali olma durumuna göre hep daha yüksek oranlarda kalıyor (Bkz. Tablo 19).

Tablo 19. Faaliyet Alanına Göre Asli - Talilik

| | ASLI | TALI |
|---------------------------------|-------|-------|
| Mesleki/Sektörel | %60,8 | %39,2 |
| Gençlik | %58,2 | %41,8 |
| Sağlık | %56,0 | %44,0 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %55,8 | %44,2 |
| Hobi | %55,8 | %44,2 |
| Engellilik | %55,6 | %44,4 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %55,0 | %45,0 |
| Tüketici Hakları | %54,3 | %45,7 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %54,2 | %45,8 |
| Siyaset/Düşünce | %51,4 | %48,6 |
| Eğitim | %50,4 | %49,6 |
| Çevre/Doğa Koruma | %49,4 | %50,6 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %48,0 | %52,0 |
| Dini Kuruluş | %47,0 | %53,0 |
| Kalkınma | %45,2 | %54,8 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %44,6 | %55,4 |
| Hayvan Hakları | %43,8 | %56,3 |
| Araştırma Bilim | %41,1 | %58,9 |
| Tarım | %40,8 | %59,2 |
| Hemşeri | %40,8 | %59,2 |
| Spor | %36,1 | %63,9 |
| Yapma/Yaşatma | %30,6 | %69,4 |

Tablo 20. Faaliyet Alanına Göre Ton

| | NEGATİF | NÖTR | POZİTİF |
|---------------------------------|---------|-------|---------|
| Hayvan Hakları | %24,0 | %43,8 | %32,3 |
| Siyaset/Düşünce | %19,0 | %77,3 | %3,6 |
| Tüketici Hakları | %17,4 | %80,4 | %2,2 |
| Çevre/Doğa Koruma | %13,7 | %62,0 | %24,3 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %11,1 | %78,5 | %10,5 |
| Eğitim | %9,9 | %67,4 | %22,7 |
| Araştırma Bilim | %9,8 | %78,1 | %12,1 |
| Tarım | %7,7 | %65,4 | %26,9 |
| Dini Kuruluş | %7,5 | %75,8 | %16,7 |
| Hemşeri | %7,0 | %69,0 | %23,9 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %6,8 | %55,3 | %37,9 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %6,8 | %58,9 | %34,2 |
| Gençlik | %6,3 | %70,9 | %22,8 |
| Sağlık | %5,2 | %80,7 | %14,1 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %5,1 | %83,1 | %11,9 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %4,6 | %78,2 | %17,2 |
| Kalkınma | %4,5 | %68,8 | %26,8 |
| Engellilik | %3,7 | %40,0 | %56,3 |
| Yapma/Yaşatma | %2,8 | %83,3 | %13,9 |
| Mesleki/Sektörel | %2,7 | %88,7 | %8,6 |
| Spor | %2,2 | %84,7 | %13,1 |
| Hobi | %1,2 | %81,4 | %17,4 |

STK'ların faaliyet alanlarına göre yer aldıkları haber tonlarına bakıldığında, hayvan hakları STK'larını içeren haberler, %24 ile en negatif tonda olan haberler. En nötr haber tonuna sahip olan haberler ise %89 gibi büyük bir oranla mesleki/ sektörel alanda STK'ların haberleri. Engellilik alanında çalışan STK'ların haberlerinde ise %56'lık bir oranla pozitif bir ton hâkim (Bkz. Tablo 20).

STK'ların tematik alanlarına göre sivil toplum haber türlerine bakıldığında tüm STK alanlarındaki içeriklerin %88'in üzerinde oranlarla haber olarak üretildiği görülüyor. Eğitim temasında çalışan STK'ların haberleri %10 ile en çok köşe yazısı üretilen alanken, engellilik alanındaki STK haberleri %7 ile en çok röportaj üretilen alan olarak karşımıza çıkıyor. Mesleki/ sektörel alandaki STK'ların haberleri %0,1 gibi çok küçük bir oran da olsa tek makale üretilen alanken; engellilik ise röportaja benzer şekilde, %0,7 gibi küçük bir oranla da olsa en çok söyleşi içeriği üretilen alan olarak karşımıza çıkıyor (Bkz. Tablo 21).

Tablo 21. Faaliyet Alanına Göre Haberin Türü

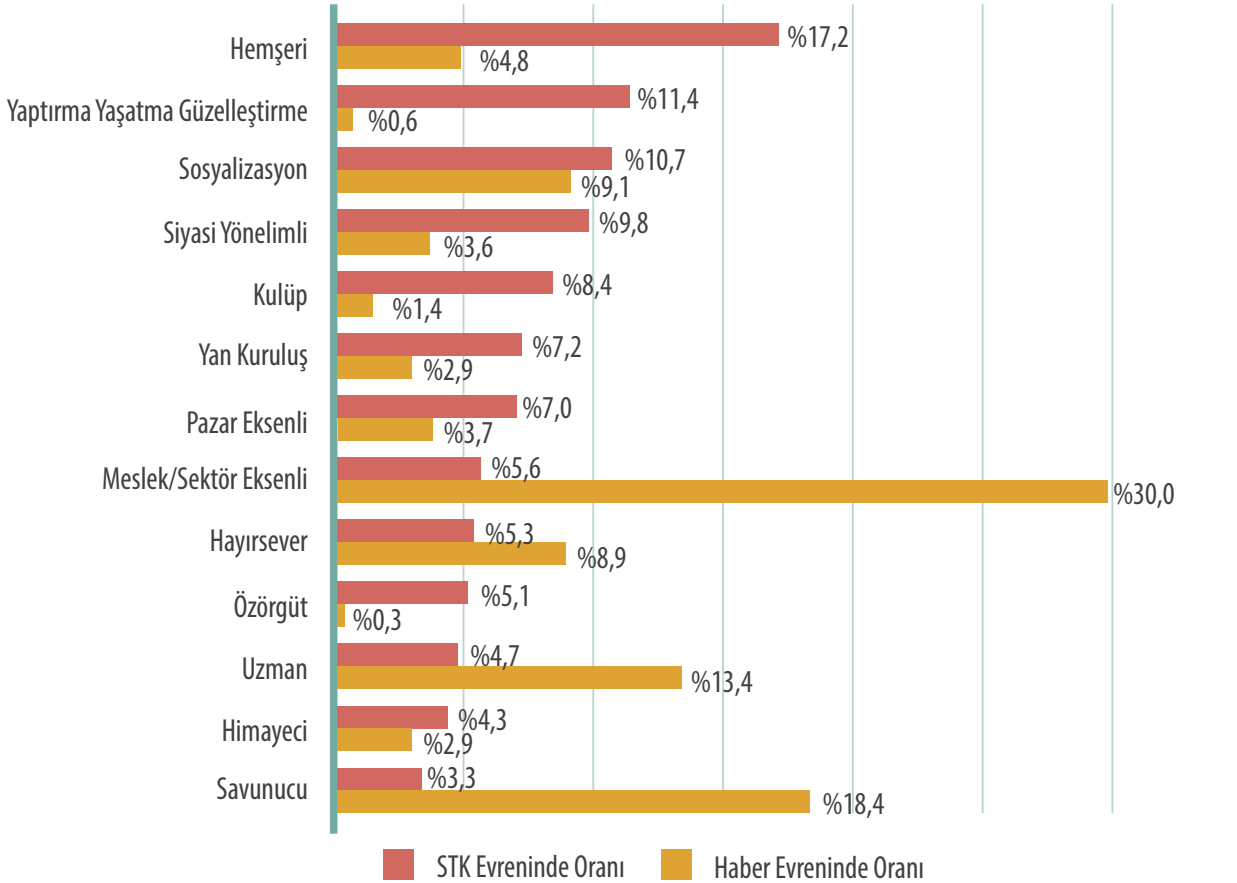
| | HABER | KÖŞE YAZISI | MAKALE | RÖPORTAJ | SÖYLEŞİ |
|---------------------------------|-------|-------------|--------|----------|---------|
| Hayvan Hakları | %99,0 | %1,0 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Spor | %98,4 | %1,6 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %98,3 | %1,7 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Kalkınma | %98,1 | %1,3 | %0,0 | %0,6 | %0,0 |
| Tarım | %97,7 | %2,3 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Yapma/Yaşatma | %97,2 | %2,8 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Hemşeri | %97,2 | %2,8 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Çevre/Doğa Koruma | %96,5 | %2,4 | %0,0 | %1,2 | %0,0 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %96,3 | %3,4 | %0,0 | %0,0 | %0,3 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %95,7 | %3,2 | %0,0 | %1,2 | %0,0 |
| Tüketici Hakları | %95,7 | %4,3 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %95,6 | %3,6 | %0,0 | %0,6 | %0,2 |
| Araştırma Bilim | %95,5 | %3,6 | %0,0 | %0,4 | %0,4 |
| Sağlık | %95,4 | %2,0 | %0,0 | %2,6 | %0,0 |
| Hobi | %95,3 | %3,5 | %0,0 | %1,2 | %0,0 |
| Gençlik | %94,9 | %5,1 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Mesleki/Sektörel | %94,4 | %3,2 | %0,1 | %2,3 | %0,0 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %94,2 | %4,1 | %0,0 | %1,7 | %0,0 |
| Dini Kuruluş | %92,9 | %6,0 | %0,0 | %1,1 | %0,0 |
| Siyaset/Düşünce | %91,9 | %8,1 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Engellilik | %88,9 | %3,0 | %0,0 | %7,4 | %0,7 |
| Eğitim | %88,7 | %9,6 | %0,0 | %1,8 | %0,0 |

3.3. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre STK Haberlerinin Medya Görünümü

Sivil toplum haberleri değerlendirirken, haber içeriğinde yer alan STK'lar YADA Vakfı tarafından gerçekleştirilen "Türkiye'de Gönüllü Kuruluşlarda Sivil Toplum Kültürü (2009)" araştırmasında yer alan Sivil Topografya Sınıflandırmasına göre tasniflendi (Daha ayrıntılı bilgi için Bkz. Ek 2.). Bu sınıflamaya göre Türkiye'de en yaygın sivil toplum kuruluşu kategorisi hemşeri dernekleri. Bunları sırasıyla, yapma / yaşatma / güzelleştirme, sosyalizasyon ve siyasi yönelimliler izliyor (Bkz. Grafik 8). Öte yandan görünürlüğe göre

incelendiğinde ise en çok görünür olanlar mesleki kuruluşlar, savunucular ve uzmanlar. Sivil toplum haberlerinde yer alan STK'ların tasnif kategorisi dağılımına bakıldığında %30 ile en çok payı meslek eksenli STK haberleri alırken, bunu %18 ile savunucu, %13 ile uzman STK'lar izliyor. STK'ların tasnif kategorilerinde toplam %39'luk kısmı sosyalizasyon, hayırsever, hemşeri, pazar eksenli, siyasi eksenli, himayeci, yan kuruluş, kulüp, yapma/yasatma/güzelleştirme ve öz örgüt STK'ları izliyor. Sivil toplum kuruluşları içindeki oranı ve

Grafik 8. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Dağılımı³



³ YADA (2015) Veriler ile Sivil Toplum Kuruluşları, <https://www.raporlar.org/wp-content/uploads/2018/01/c9b3f2a6d1595bde1124f6df6e830903.pdf>

haber evrenindeki oranı birlikte incelendiğinde, mesleki kuruluşların ve savunucuların iletişim performansının ve görünürlük düzeyinin diğer kategorilerden belirgin bir biçimde ayrıştığı görülüyor (Bkz. Grafik 8.).

Medyada en olumlu görünen STK'lar hayırseverler iken en olumsuz görünenler siyasi eksenliler. STK'ların sivil topografya kategorisine göre çıkan sivil toplum haberlerinin tonuna bakıldığında, siyasi eksenli STK'ların %19 gibi bir oranla en çok negatif haber üretilen STK'lar olduğu göze çarpıyor. Bunu %14 ile öz örgüt, %13 ile himayeci, %10 ile savunucu STK'lar izliyor. Meslek eksenli STK haberlerinin %89'u nötr bir dile sahipken, hayırsever STK'ların yer aldığı haberler, %49 ile en pozitif tona sahip haberler olarak görülüyor (Bkz. Tablo 22).

Sivil topografya sınıflandırmasına göre haber türleri incelendiğinde de %90'ın üzerinde oranlarla tüm kategoride en çok haber içeriklerinin üretildiği görülmekle birlikte bazı STK kategorilerinde köşe yazısı, röportaj ve söyleşi daha öne çıkıyor. Siyasi eksenli STK'lar %8 ile en çok köşe yazısı üretilen STK'larken,

Tablo 22. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Haber Tonu

| | NEGATİF | NÖTR | POZİTİF |
|---------------------------------|---------|-------|---------|
| Siyasi Eksenli | %19,0 | %77,3 | %3,6 |
| Öz örgüt | %13,6 | %68,2 | %18,2 |
| Himayeci | %12,6 | %70,7 | %16,7 |
| Savunucu | %10,5 | %64,5 | %25,0 |
| Yapma/Yaşatma/ Güzelleştirme | %7,9 | %76,3 | %15,8 |
| Yan Kuruluş | %7,6 | %64,1 | %28,3 |
| Pazar Eksenli | %7,0 | %67,6 | %25,4 |
| Uzman | %6,6 | %78,9 | %14,5 |
| Hemşeri | %6,1 | %81,5 | %12,5 |
| Sosyalizasyon | %5,9 | %78,9 | %15,2 |
| Hayırsever | %4,9 | %45,9 | %49,2 |
| Meslek Eksenli | %2,4 | %89,2 | %8,5 |
| Kulüp | %2,1 | %67,0 | %30,9 |

mesleki/ sektörel STK'lar haber türlerinde makale ve röportajda diğerlerine göre en yüksek oranda. Öz örgüt STK'larının %4'ü söyleşi türünde haber içeriklerinde yer alıyor (Bkz. Tablo 23).

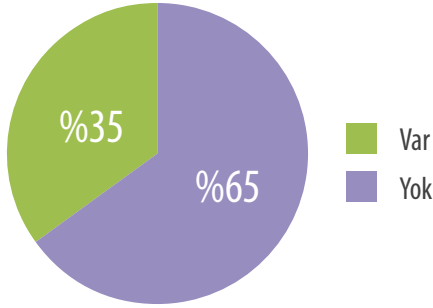
Tablo 23. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Haber Türü

| | HABER | KÖŞE YAZISI | MAKALE | RÖPORTAJ | SÖYLEŞİ |
|-----------------------------|-------|-------------|--------|----------|---------|
| Pazar Eksenli | %98,8 | %0,8 | %0,0 | %0,4 | %0,0 |
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %97,4 | %2,6 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Yan Kuruluş | %96,5 | %2,5 | %0,0 | %1,0 | %0,0 |
| Hemşeri | %96,4 | %2,4 | %0,0 | %1,2 | %0,0 |
| Himayeci | %96,0 | %3,0 | %0,0 | %1,0 | %0,0 |
| Sosyalizasyon | %95,7 | %3,7 | %0,0 | %0,6 | %0,0 |
| Savunucu | %95,4 | %3,2 | %0,0 | %1,2 | %0,2 |
| Meslek Eksenli | %94,2 | %3,3 | %0,1 | %2,4 | %0,0 |
| Uzman | %94,0 | %3,7 | %0,0 | %2,2 | %0,1 |
| Hayırsever | %93,8 | %5,2 | %0,0 | %1,0 | %0,0 |
| Kulüp | %93,8 | %6,2 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Siyasi Eksenli | %91,9 | %8,1 | %0,0 | %0,0 | %0,0 |
| Öz örgüt | %90,9 | %4,5 | %0,0 | %0,0 | %4,5 |

3.4. STK Haberlerinin İçeriği: STK Sözcüsü, Veri, Uluslararası Referans, Kamu Yönetimi Görüşü

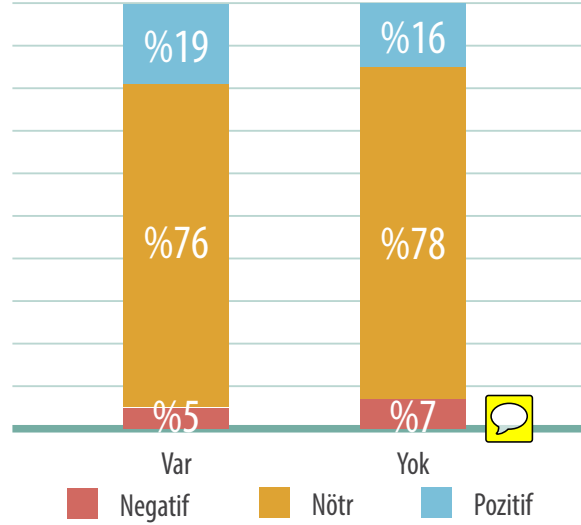
Analiz edilen sivil toplum haberlerinin %35'inde STK'lar en az bir sözcü ile temsil ediliyor. Buna karşın haberlerin %65'inde bir STK sözcüsü isminin geçmediği görülüyor (Bkz. Grafik 9). Özellikle asli STK haberlerinde STK sözcüsü bulunma oranı yüksek. Her asli STK haberinin %62'si bir sözcü içerirken, STK'ların tali olarak konumlandığı içeriklerde bu oran %28.

Grafik 9. Haberlerde STK Sözcüsü Bulunma Durumu



STK'ların sözcüye sahip olma durumlarına göre yer aldıkları haberlerin tonlarına bakıldığında, STK'lar sözcüye sahip olsun olmasın haberlerde nötr bir ton hâkim olduğu görülüyor. Öte yandan STK sözcüsüne sahip olan STK'ların haberlerinin, sözcüye sahip olmayanlara göre %3 daha yüksek oranda pozitif tonda olduğu görülmekte. STK sözcüsüne sahip olmanın, sivil toplum haberinin tonu üzerinde pozitif bir etkisi olduğu söylenebilir (Bkz. Grafik 10).

Grafik 10. STK Sözcüsü Bulunma Durumuna Göre Haber Tonu

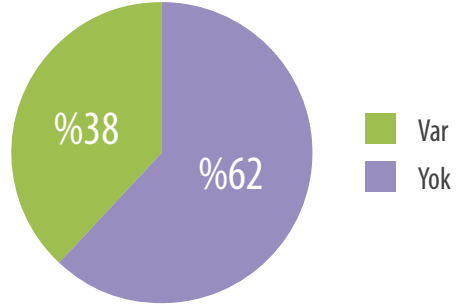


Hedef grubunun toplumun geneli olduğu faaliyet alanlarında çalışan ve kamuoyuna çağrı yapan STK'ların sözcü içeren haberleri diğer kategorilerden yüksek. Özellikle savunuculuk faaliyetleri yürüten, hak temelli çalışan STK'ların iletişimlerinde daha aktif bir pozisyon aldığı görülüyor. Tüketici hakları temasında çalışan STK'lar ise %74 ile en çok sözcüye sahip ikinci kategori olarak karşımıza çıkıyor. Bunu %65 ile sağlık, %57 ile mesleki/ sektörel, %51 ile çevre/doğa koruma ve yaşlılık/emeklilik temasındaki STK'lar izliyor. Hayvan hakları, hobi, tarım gibi temalarda çalışan STK'ların sözcüye sahip olmama durumları, sahip olma durumlarından daha yüksek (Bkz. Tablo 24).

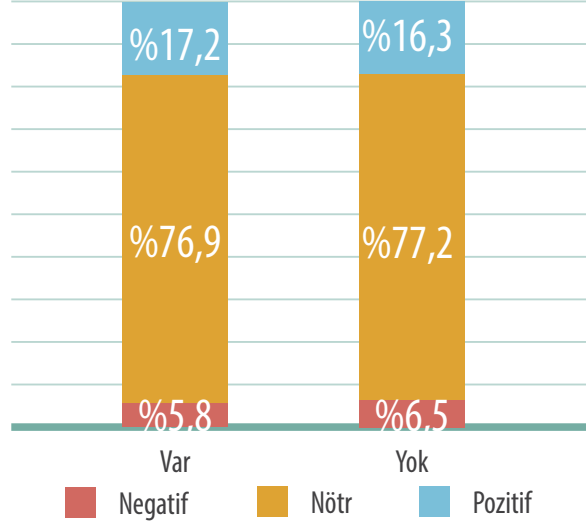
Tablo 24. Faaliyet Alanına Göre STK Sözcüsü Bulunma Durumu

| | VAR | YOK |
|---------------------------------|-------|-------|
| Tüketici Hakları | %73,9 | %26,1 |
| Sağlık | %64,7 | %35,3 |
| Mesleki/Sektörel | %56,9 | %43,1 |
| Çevre/Doğa Koruma | %51,0 | %49,0 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %50,8 | %49,2 |
| Hayvan Hakları | %49,0 | %51,0 |
| Hobi | %47,7 | %52,3 |
| Tarım | %46,2 | %53,8 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %43,8 | %56,2 |
| Gençlik | %41,8 | %58,2 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %41,5 | %58,5 |
| Kalkınma | %37,6 | %62,4 |
| Araştırma Bilim | %36,6 | %63,4 |
| Dini Kuruluş | %35,9 | %64,1 |
| Hemşeri | %35,2 | %64,8 |
| Engellilik | %34,1 | %65,9 |
| Eğitim | %33,3 | %66,7 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %30,6 | %69,4 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %30,5 | %69,5 |
| Spor | %17,5 | %82,5 |
| Siyaset/Düşünce | %13,8 | %86,2 |

Sivil toplum haberlerinin büyük bir bölümü, ilgili STK'nın kendi görüşünü içermiyor. Sivil toplum haber içeriklerinde STK'ların görüşlerine yer verilme oranına bakıldığında, STK sözcüsü içeren haber oranı ile benzerlik gösterdiği görülüyor (%38). Buna göre STK haberlerinin %38'i haberde konu olan STK'nın kendi görüşlerini içerirken, haberlerin çoğunluğu (%62,2) STK'nın kendi görüşünü içermiyor (Bkz. Grafik 11).

Grafik 11. Haberlerde STK Görüşüne Yer Verme Durumu

STK'ların görüşlerini içeren sivil toplum haberlerinin %77 gibi büyük bir kısmı nötr bir tona sahipken, bu durum STK görüşlerini içermeyen haberler için de aynı oranla geçerli. %1'lik bir fark ile STK görüşlerine yer veren haberler yer vermeyenlere göre daha pozitif (Bkz. Grafik 12).

Grafik 12. STK Görüşüne Göre Haber Tonu

Bu oran meslek eksenli STK'larda %58 iken, himayeci STK'ların %57'sinin, pazar eksenli STK'ların %52'sinin, savunucuların ise yarısının görüşü haberlerde yer alıyor. Uzman, hemşeri, öz örgüt, sosyalizasyon, hayırsever, yan kuruluş,

kulüp ve siyasi eksenli STK'larda bu oran %50'nin altında, diğer bir deyişle haberlerde görüşü olmama oranı, olma oranından fazla⁴ (Bkz. Tablo 25).

Tablo 25. Sivil Topografya Kategorisine Göre STK Görüşü

| | VAR | YOK |
|-----------------------------|-------|-------|
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %71,1 | %28,9 |
| Meslek Eksenli | %58,1 | %41,9 |
| Himayeci | %56,6 | %43,4 |
| Pazar Eksenli | %52,0 | %48,0 |
| Savunucu | %50,0 | %50,0 |
| Uzman | %49,3 | %50,7 |
| Hemşeri | %41,3 | %58,7 |
| Öz örgüt | %40,9 | %59,1 |
| Sosyalizasyon | %38,4 | %61,6 |
| Hayırsever | %35,5 | %64,5 |
| Yan Kuruluş | %29,3 | %70,7 |
| Kulüp | %22,7 | %77,3 |
| Siyasi Eksenli | %22,3 | %77,3 |

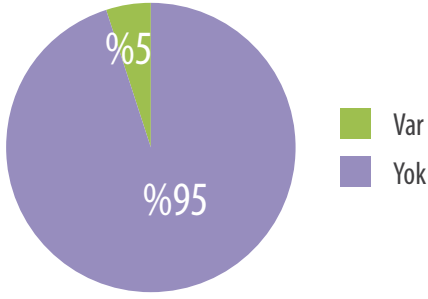
Hedef grubun toplum geneli olduğu alanlarda faaliyet gösteren STK haberlerinde sözcü bulunma oranı daha yüksek. Faaliyet alanlarına göre STK'ların sözcüye sahip olma durumlarına bakıldığında, tüketici hakları temasında çalışan STK'lar %78 ile en çok oranda sözcüye sahip STK'lar olarak görülüyor. Bunu izleyen sağlık, yaşlılık/emeklilik temalarında faaliyet yürüten STK'larda sözcüye sahip olma oranları sırasıyla %75, %66, %61 iken bu oran çevre/doğa koruma ve mesleki/ sektörel STK'ların %59 (Bkz. Tablo 26).

⁴ Yapma yaşatma güzelleştirme tasnif kategorisinde yer alan STK'ların haber sayısı analiz etmeye uygun bir büyüklükte olmadığından yorumlanmamıştır.

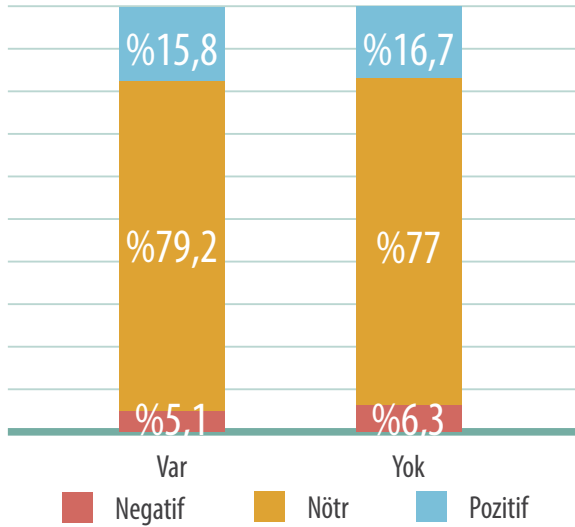
Tablo 26. Faaliyet Alanına Göre STK Sözcüsü Bulunma Durumu

| | VAR | YOK |
|---------------------------------|-------|-------|
| Tüketici Hakları | %78,3 | %21,7 |
| Yapma/Yaşatma | %75,0 | %25,0 |
| Sağlık | %66,1 | %33,9 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %61,0 | %39,0 |
| Çevre/Doğa Koruma | %59,2 | %40,8 |
| Mesleki/Sektörel | %59,0 | %41,0 |
| Hayvan Hakları | %55,2 | %44,8 |
| Gençlik | %50,6 | %49,4 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %49,0 | %50,7 |
| Hobi | %45,3 | %54,7 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %44,7 | %55,3 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %42,8 | %57,2 |
| Tarım | %42,3 | %57,7 |
| Dini Kuruluş | %38,1 | %61,9 |
| Araştırma Bilim | %36,6 | %63,4 |
| Engellilik | %34,1 | %65,9 |
| Eğitim | %33,3 | %66,7 |
| Kalkınma | %33,1 | %66,9 |
| Hemşeri | %32,4 | %67,6 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %32,3 | %67,7 |
| Siyaset/Düşünce | %23,1 | %76,9 |
| Spor | %19,7 | %80,3 |

Haber içeriklerinde sivil toplum ile kamu yönetimi arasında mesafe var. Sivil toplum haberlerinde kamu görüşüne yer verilmiyor. Her 20 STK haberinden yalnızca 1'i kamu yönetiminin görüşlerini içeriyor (Bkz. Grafik 13).

Grafik 13. Haberlerde Kamu Görüşü Bulunma Durumu

Kamu görüşü içeren haberlerin tonları içermeyen haberlere göre farklılık göstermiyor. Kamu görüşüne sahip haberlerin %16'sı pozitif tonda iken içermeyen haberlerde aynı oran %17 (Bkz. Grafik 14).

Grafik 14. Kamu Görüşü Bulunma Durumuna Göre Haber Tonu

Hemşeri kategorisine giren STK'ların haberleri %10 ile en fazla oranda kamu görüşüne yer veren haberler. Bu haberlerin büyük bir bölümünü hemşeri derneklerine ziyaretler ve ziyarete ilişkin açıklamalar oluşturuyor. Bunu %5 ve %6 oranlarında seyreden pazar eksenli, himayeci, meslek eksenli, yapma/yaşatma/güzelleştirme, uzman ve yan kuruluş kategorilerine giren STK'ların haberleri takip ediyor. Kamu yönetiminin mevcut politikalarına ilişkin pozisyon alan savunucu STK'ların haberleri ise en az kamu görüşüne yer verilen haberler (Bkz. Tablo 27).

Tablo 27. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Kamu Görüşü

| | VAR | YOK |
|-----------------------------|------|-------|
| Hemşeri | %9,7 | %90,3 |
| Pazar Eksenli | %6,3 | %93,8 |
| Himayeci | %5,6 | %94,4 |
| Meslek Eksenli | %5,6 | %94,4 |
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %5,3 | %94,7 |
| Uzman | %5,2 | %94,8 |
| Yan Kuruluş | %5,1 | %94,9 |
| Sosyalizasyon | %4,9 | %95,1 |
| Öz örgüt | %4,5 | %95,5 |
| Siyasi Eksenli | %4,5 | %95,5 |
| Kulüp | %3,1 | %96,9 |
| Hayırsever | %2,9 | %97,1 |
| Savunucu | %2,9 | %97,1 |

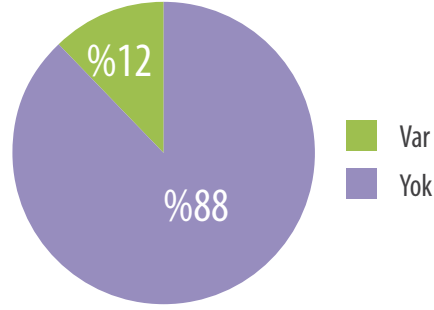
Faaliyet alanı kalkınma ve dini konular olan STK'ların yer aldığı haberlerde kamu görüşü oransal olarak en yüksek. Eğitim, hemşerilik, tarım alanlarında faaliyet gösteren STK'ların haberlerinde kamu görüşüne %7 gibi bir oranla yer veriliyor. Kamu sağlık ve çevre haberlerinin içeriklerinde düşük oranlarda yer buluyor (Bkz. Tablo 28).

Tablo 28. Faaliyet Alanına Göre Kamu Görüşü

| | VAR | YOK |
|---------------------------------|------|--------|
| Kalkınma | %8,3 | %91,7 |
| Dini Kuruluş | %8,2 | %91,8 |
| Eğitim | %7,1 | %92,9 |
| Hemşeri | %7,0 | %93,0 |
| Tarım | %6,9 | %93,1 |
| Tüketici Hakları | %6,5 | %93,5 |
| Mesleki/Sektörel | %5,7 | %94,3 |
| Araştırma Bilim | %5,4 | %94,6 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %5,1 | %94,9 |
| Gençlik | %5,1 | %94,9 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %4,5 | %95,5 |
| Siyaset/Düşünce | %4,5 | %95,5 |
| Spor | %4,4 | %95,6 |
| Engellilik | %4,4 | %95,6 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %4,2 | %95,8 |
| Hayvan Hakları | %4,2 | %95,8 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %3,4 | %96,6 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %3,1 | %96,9 |
| Çevre/Doğa Koruma | %3,1 | %96,9 |
| Yapma/Yaşatma | %2,8 | %97,2 |
| Sağlık | %2,0 | %98,0 |
| Hobi | %0,0 | %100,0 |

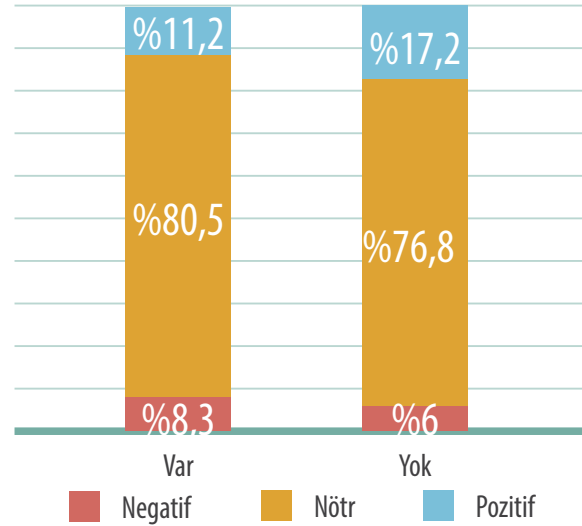
Sivil toplum haberleri veri temelli olmaktan uzak. Sivil toplum haberlerinin yalnızca %12'si araştırma/veri içerirken, haberlerin %88'nin içeriğinde araştırma / veri içeriği bulunmuyor (Bkz. Grafik 15).

Grafik 15. Haberlerin Araştırma/Veri İçerme Durumu



Haberlerin veri temelli olması, medyadaki tonunu önemli bir şekilde olumlu olarak etkiliyor. Araştırma/veri içermeyen haberlerin, içerenlere göre %6'lık bir farkla daha pozitif tonda olduğu görülüyor (Bkz. Grafik 16).

Grafik 16. Araştırma/Veri İçerme Durumuna Göre Haber Tonu



Veri temelli haberlere en çok meslek eksenli kuruluşlarda ve uzman kuruluşlarda rastlanıyor. STK'ların tasnif kategorisine göre yer aldıkları haberlerin araştırma/veri içerme durumlarına bakıldığında, %21 ile en çok meslek eksenli STK'larda haber içeriklerinin araştırma/veri içerdiği görülüyor. Bunu %18 ile uzman STK'ların haberleri izliyor. Buna göre, daha

çok profesyonel, bilimsel iş/çalışma alanlarına hitap eden STK'ların haberlerinin araştırma/veri içerdiği söylenebilir. En az araştırma içeren haberler ise %1 oranıyla hemşeri STK'larının haberleri (Bkz. Tablo 29).

Tablo 29. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Haberlerin Araştırma/Veri İçerme Durumu

| | VAR | YOK |
|-----------------------------|-------|-------|
| Meslek Eksenli | %20,7 | %79,3 |
| Uzman | %17,8 | %82,2 |
| Öz örgüt | %13,6 | %86,4 |
| Savunucu | %9,8 | %90,2 |
| Pazar Eksenli | %9,0 | %91,0 |
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %7,9 | %92,1 |
| Yan Kuruluş | %6,6 | %93,4 |
| Hayırsever | %5,9 | %94,1 |
| Sosyalizasyon | %3,7 | %96,3 |
| Himayeci | %3,0 | %97,0 |
| Kulüp | %2,1 | %97,9 |
| Siyasi Eksenli | %1,6 | %98,4 |
| Hemşeri | %0,9 | %99,1 |

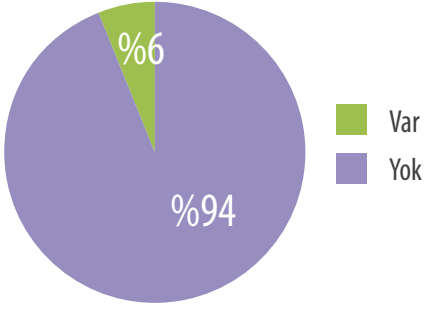
STK'ların bulunduğu faaliyet alanına göre sivil toplum haberlerinin araştırma/veri içerme durumu tüketici haklarında çalışan STK'ların haberlerinde %26 ile en yüksek oranda. Bunu %23 ile araştırma veya araştırmalardan elde edilen verilerin öncelikli olduğu sağlık alanındaki STK'lar izliyor. Mesleki/ sektörel ve araştırma/bilim alanlarındaki STK'ların haberleri ise %20 oranıyla araştırma/veri içeren haberler arasında ilk sıralarda. En az araştırma içeren haberler, spor temasına sahip STK'ların haberleri olarak karşımıza çıkıyor (Bkz. Tablo 30).

Tablo 30. Faaliyet Alanına Göre Haberlerin Araştırma/Veri İçerme Durumu

| | VAR | YOK |
|---------------------------------|-------|-------|
| Tüketici Hakları | %26,1 | %73,9 |
| Sağlık | %23,5 | %76,5 |
| Mesleki/Sektörel | %20,4 | %79,6 |
| Araştırma Bilim | %19,6 | %80,4 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %13,6 | %86,4 |
| Tarım | %12,3 | %87,7 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %12,0 | %88,0 |
| Çevre/Doğa Koruma | %11,4 | %88,6 |
| Yapma/Yaşatma | %8,3 | %91,7 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %7,9 | %92,1 |
| Kalkınma | %7,6 | %92,4 |
| Eğitim | %6,7 | %93,3 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %5,9 | %94,1 |
| Hayvan Hakları | %5,2 | %94,8 |
| Engellilik | %4,4 | %95,6 |
| Gençlik | %2,5 | %97,5 |
| Dini Kuruluş | %2,5 | %97,5 |
| Hobi | %2,3 | %97,7 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %1,7 | %98,3 |
| Siyaset/Düşünce | %1,6 | %98,4 |
| Hemşeri | %1,4 | %98,6 |
| Spor | %1,1 | %98,9 |

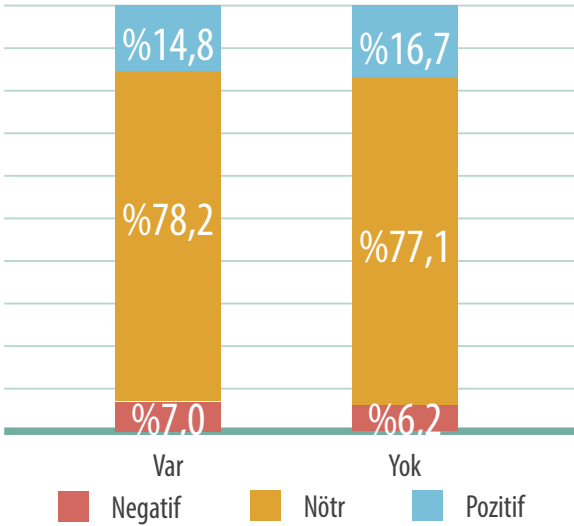
Küresel meseleler sivil toplum haberlerine yansımıyor; sivil toplum haberlerinin uluslararası kaynaklardan yararlanma düzeyi düşük. Uluslararası referansa sahip olan sivil toplum haberleri %6 gibi bir hayli düşük oranda görülüyor. Buna göre sivil toplum haberlerinin daha çok ülke içerisindeki kaynaklara bağlı kaldığı söylenebilir (Bkz. Grafik 17).

Grafik 17. Haberlerin Uluslararası Referans İçerme Durumu



Uluslararası referansa sahip olsun olmasın sivil toplum haberlerinde nötr bir ton hâkim. Haberlerin tonlarında uluslararası referans içermeye göre belirgin bir farklılaşma gözlemlenmiyor. Uluslararası referans içeren haberlerin %15'i olumlu iken aynı oran uluslararası referans içermeyen haberlerde %17.

Grafik 18. Uluslararası Referansa Göre Haber Tonu



En çok uluslararası referansa sahip sivil toplum haberi %12 ile uzman kategorisindeki STK'ların haberleri. Araştırma/veri içerme oranları göz önüne alındığında, uzman STK'ların haberlerinde uluslararası referansın en yüksek

orana sahip olması, yüksek araştırma/veri içerme oranıyla uyumlu. Uzman STK'ların haberlerini, %7 ile savunucu, %6 ile siyasi eksenli, %5 ile meslek eksenli ve %4 ile hayırsever ve hemşeri STK'ların haberleri izlerken, öz örgüt ve yapma/yaşatma/güzelleştirme kategorisindeki STK haberleri hiçbir uluslararası referansı içermiyor (Bkz. Tablo 31).

Tablo 31. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Haberlerin Uluslararası Referans İçerme Durumu

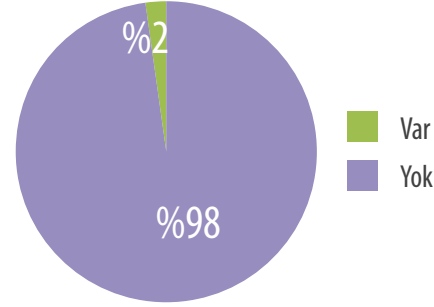
| | VAR | YOK |
|-----------------------------|-------|--------|
| Uzman | %12,4 | %87,6 |
| Savunucu | %7,0 | %93,0 |
| Siyasi Eksenli | %6,1 | %93,9 |
| Meslek Eksenli | %4,6 | %95,4 |
| Hayırsever | %3,9 | %96,1 |
| Hemşeri | %3,6 | %96,4 |
| Sosyalizasyon | %3,3 | %96,7 |
| Yan Kuruluş | %2,5 | %97,5 |
| Kulüp | %2,1 | %97,9 |
| Himayeci | %2,0 | %98,0 |
| Pazar Eksenli | %1,2 | %98,8 |
| Öz örgüt | %0,0 | %100,0 |
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %0,0 | %100,0 |

Araştırma, bilim temasındaki STK'ların haberleri beklenildiği gibi %16 ile en yüksek oranla araştırma/ veri içeren haberler. Bunu %13 ile sağlık, %11 ile demokrasi/insan hakları, %8 ile çevre/doğa koruma ve hobi temalarında olan STK'ların haberleri izliyor. Yapma/yaşatma alanındaki STK'ların haberlerinde hiçbir araştırma/veri içeriği görülüyor (Bkz. Tablo 32).

Tablo 32. Faaliyet Alanına Göre Haberlerin Araştırma/Veri İçerme Durumu

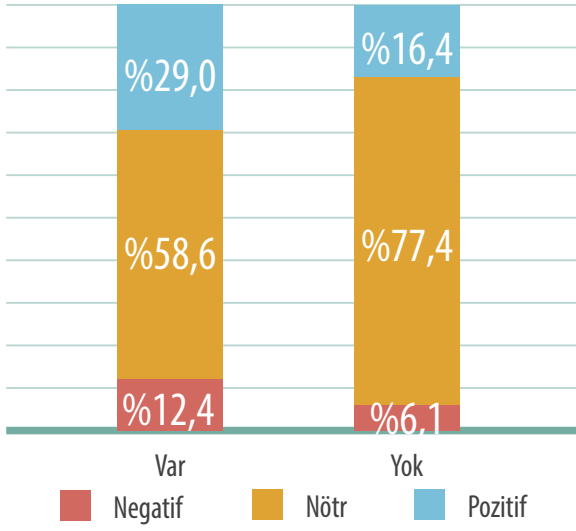
| | VAR | YOK |
|---------------------------------|-------|--------|
| Araştırma Bilim | %16,1 | %83,9 |
| Sağlık | %13,5 | %86,5 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %10,8 | %89,2 |
| Çevre/Doğa Koruma | %8,2 | %91,8 |
| Hobi | %8,1 | %91,9 |
| Hayvan Hakları | %6,3 | %93,8 |
| Siyaset/Düşünce | %6,1 | %93,9 |
| Hemşeri | %5,6 | %94,4 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %4,8 | %95,2 |
| Tarım | %4,6 | %95,4 |
| Eğitim | %4,3 | %95,7 |
| Mesleki/Sektörel | %4,1 | %95,9 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %3,9 | %96,1 |
| Dini Kuruluş | %3,9 | %96,1 |
| Gençlik | %3,8 | %96,2 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %3,4 | %96,6 |
| Kalkınma | %3,2 | %96,8 |
| Tüketici Hakları | %2,2 | %97,8 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %1,7 | %98,3 |
| Spor | %1,6 | %98,4 |
| Engellilik | %1,5 | %98,5 |
| Yapma/Yaşatma | %0,0 | %100,0 |

Sivil toplum örgütleri haber içeriklerinde doğrudan topluma çağrı yapmıyor; kamuoyu yaratmak için bir toplumun geneline ya da belirli bir toplumsal / demografik kesime seslenmiyor. Haber içeriklerindeki kamuoyuna çağrı oranına bakıldığında, haberlerin yalnızca %2'sinde meselesine ilişkin kamuoyuna bir çağrı olduğu görülmekte (Bkz. Grafik 19).

Grafik 19. Haberlerde Kamuoyuna Çağrı Durumu

Kamuoyuna çağrı yapmak haberin tonunda önemli bir etki yaratıyor. Kamuoyuna çağrı yapan haberlerin %29'u pozitif bir tona sahipken bu oran çağrı yapmayan haberlerde %16 olarak görülüyor (Bkz. Grafik 20). Çağrılar genel olarak üç eksende gerçekleşiyor. (1) İlki toplumu / tüketiciyi uyaran çağrılar. Bu çağrılar genellikle sağlık ve tüketici hakları alanında çalışan STK'lardan gelmekte: "Pahalı satan marketleri boykot edin" "Yeni aldığınız kıyafeti yıkamadan giymeyin", "Kalp Hastalarına Ramazan Uyarıları" ve "Hepatitite Kontrol Hayat Kurtarıyor". İkinci çağrı türü siyasi eğilimli STK'lardan ve özörgütlerden gelmekte. Bu çağrılar genel olarak politik bir hedefi odağına alıyor: "Kadınlardan İş Dünyasına Eşitlik Çağrısı", "Kürt Partilerden Diyarbakır Newroz'una katılım çağrısı", "Kürtçeyi beraber sahiplenirsek geliştirebiliriz". Son çağrı türünü ise STK'ların kendi aktivitelerine, kampanyalarına katılım çağrıları oluşturuyor: "LÖSEV'den kurban bağışi çağrısı" ve "İHH'dan Suriyeye acil yardım kampanyası".

Grafik 20. Kamuoyuna Çağrıya Göre Haber Tonu



Kamuoyuna çağrı yapmak sivil topografya kategorilerine göre farklılaşmıyor; hiçbir kategorinin haberlerinde %4'lük bir oranın üzerine çıkmıyor. Kamuoyuna en çok çağrı yapılan haberler kulüplerin ve siyasi eksenli STK'ların haberleri. Kamuoyuna çağrı yapmak yan kuruluşların haberlerinde %3, hemşeri STK'ların haberlerinde %2 ve hayırsever STK'ların haberlerin %2 (Bkz. Tablo 33).

Tablo 33. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Kamuoyuna Çağrı

| | VAR | YOK |
|-----------------------------|-----|------|
| Siyasi Eksenli | %4 | %96 |
| Kulüp | %4 | %97 |
| Yan Kuruluş | %3 | %97 |
| Hemşeri | %3 | %97 |
| Hayırsever | %2 | %98 |
| Sosyalizasyon | %2 | %98 |
| Himayeci | %2 | %99 |
| Uzman | %1 | %99 |
| Savunucu | %1 | %99 |
| Meslek Eksenli | %1 | %99 |
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %1 | %99 |
| Öz örgüt | %1 | %99 |
| Pazar Eksenli | %0 | %100 |

Faaliyet alanına göre bakıldığında, kamuoyuna çağrılar en çok tüketici ve hayvan hakları alanlarında faaliyet gösteren STK'ların haberlerinde rastlanıyor. Tüketici hakları alanında faaliyet gösteren STK'ların haberlerinin yaklaşık %9'unda, hayvan hakları alanında faaliyet gösteren STK'ların haberlerinin ise %5'inde kamuoyuna çağrı yapılıyor (Bkz. Tablo 34).

Tablo 34. Faaliyet Alanına Göre Kamuoyuna Çağrı

| | VAR | YOK |
|---------------------------------|------|--------|
| Tüketici Hakları | %8,7 | %91,3 |
| Hayvan Hakları | %5,2 | %94,8 |
| Gençlik | %5,1 | %94,9 |
| Çevre/Doğa Koruma | %4,7 | %95,3 |
| Sağlık | %4,6 | %95,4 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %4,1 | %95,9 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %3,4 | %96,6 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %3,1 | %96,9 |
| Engellilik | %3,0 | %97,0 |
| Yapma/Yaşatma | %2,8 | %97,2 |
| Dini Kuruluş | %1,8 | %98,2 |
| Siyaset/Düşünce | %1,6 | %98,4 |
| Kalkınma | %1,3 | %98,7 |
| Eğitim | %1,1 | %98,9 |
| Araştırma Bilim | %0,9 | %99,1 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %0,8 | %99,2 |
| Tarım | %0,8 | %99,2 |
| Mesleki/Sektörel | %0,8 | %99,2 |
| Spor | %0,5 | %99,5 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %0,0 | %100,0 |
| Hobi | %0,0 | %100,0 |
| Hemşeri | %0,0 | %100,0 |

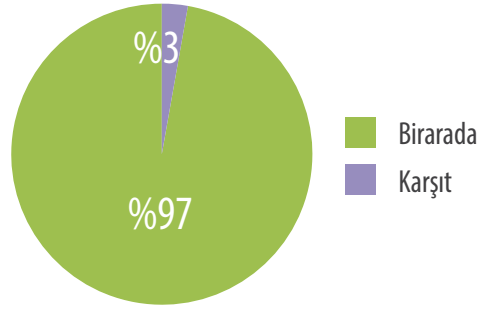
3.5. STK'lar Haberlerde Hangi Aktörler ile Nasıl Yer Alıyor?

Araştırma kapsamında haberlerde sivil toplum kuruluşlarının başka sivil toplum, kamu yönetimi ve özel sektör aktörleri ile birlikte görülüp görülmediği ve görüldüyse bu kuruluşlara göre nasıl pozisyonlandığı incelendi. Sivil toplum kuruluşları haberlerde genelde tek başına görünüyor; yanına başka bir aktör almıyor. Sivil toplum kuruluşları haberlerin yalnızca %8'inde başka bir sivil toplum, kamu ya da özel sektör aktörü ile görülürken, %92'sinde yalnız görünüyor.

3.5.1. STK Haberlerinde STK'ların Diğer STK'lar ile Konumlanışı

Sivil toplum haberlerinde başka bir STK'dan bahsedilme oranı %3. Yani toplamda %97 gibi bir oranla STK haberlerinin içeriğinde başka bir STK ismi bulunmuyor. Birlikte görünen STK'lar ile karşıtlıklar üzerinden değil, bir aradalıklar üzerinden bir görünüm var. Başka bir STK ile görünen haberlerin %3'ünde karşıtlık, %97'sinde ise bir aradalık var. (Bkz. Grafik 21).

Grafik 21. STK / STK Konumlanışı



Sivil topografya sınıflandırmasına göre bakıldığında, karşıtlıkların en yoğun olduğu kategorinin siyasi eksenli STK'lar olduğu görülüyor. Meslek eksenli ve himayeci kuruluşların haberlerinde ender de olsa karşıtlıklara rastlanıyor (Bkz. Tablo 35).

Tablo 35. Sivil Topografya Sınıflandırmasına göre STK / STK Konumlanışı

| | BİR ARADA | KARŞIT |
|----------------|-----------|--------|
| Hayırsever | %100,0 | %0,0 |
| Hemşeri | %100,0 | %0,0 |
| Kulüp | %100,0 | %0,0 |
| Pazar Eksenli | %100,0 | %0,0 |
| Sosyalizasyon | %100,0 | %0,0 |
| Uzman | %100,0 | %0,0 |
| Yan Kuruluş | %100,0 | %0,0 |
| Savunucu | %96,6 | %3,4 |
| Meslek Eksenli | %94,7 | %5,3 |
| Himayeci | %85,7 | %14,3 |
| Siyasi Eksenli | %80,0 | %20,0 |

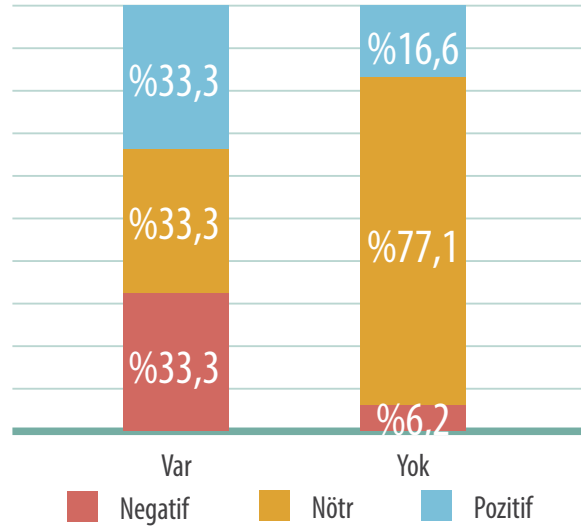
Faaliyet alanlarına göre STK'ların yer aldıkları haberlerde diğer STK'larla konumlanışına bakıldığında ise karşıtlıkların en çok olduğu alanların tarım ve siyaset olduğu görülüyor. Demokrasi & insan hakları ve mesleki / sektörel konular çerçevesinde de haberlerde sivil toplum kuruluşları karşı düşük oranda da olsa pozisyon alabiliyor. (Bkz. Tablo 36).

Tablo 36. Faaliyet Alanına göre STK / STK Konumlanışı

| | BİR ARADA | KARŞIT |
|---------------------------------|-----------|--------|
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %100,0 | %0,0 |
| Sağlık | %100,0 | %0,0 |
| Kalkınma | %100,0 | %0,0 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %100,0 | %0,0 |
| Hemşeri | %100,0 | %0,0 |
| Hayvan Hakları | %100,0 | %0,0 |
| Gençlik | %100,0 | %0,0 |
| Engellilik | %100,0 | %0,0 |
| Eğitim | %100,0 | %0,0 |
| Dini Kuruluş | %100,0 | %0,0 |
| Çevre/Doğa Koruma | %100,0 | %0,0 |
| Araştırma Bilim | %100,0 | %0,0 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %96,3 | %3,7 |
| Mesleki/Sektörel | %94,5 | %5,5 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %93,3 | %6,7 |
| Siyaset/Düşünce | %80,0 | %20,0 |
| Tarım | %66,7 | %33,3 |

Haberlerde başka STK'lara çağrı yapmak, haber tonunu olumlulaştırıyor. STK'lara çağrı yapılan haberlerde haberin tonu %33'lük eşit oranlarda pozitif, negatif ve nötr tonlarda karşımıza çıkarken, bu oranlar çağrı yapılmayan haberlerde değişkenlik gösteriyor. (Bkz. Grafik 22).

Grafik 22. STK'lara Çağrıya Göre Haber Tonu



Sivil topografya sınıflandırmasına göre STK'lara yapılan çağrılar uzman ve siyasi eksenli STK'lar hariç söz konusu değil. Uzman ve siyasi eksenli STK'ların haberlerinde sırasıyla %0,2 ve %0,1 oranlarında STK'lara çağrı yapılıyor (Bkz. Tablo 37).

Tablo 37. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre STK'lara Çağrı

| | VAR | YOK |
|-----------------------------|------|--------|
| Uzman | %0,2 | %99,8 |
| Siyasi Eksenli | %0,1 | %99,9 |
| Hayırsever | %0,0 | %100,0 |
| Hemşeri | %0,0 | %100,0 |
| Himayeci | %0,0 | %100,0 |
| Kulüp | %0,0 | %100,0 |
| Meslek Eksenli | %0,0 | %100,0 |
| Öz örgüt | %0,0 | %100,0 |
| Pazar Eksenli | %0,0 | %100,0 |
| Savunucu | %0,0 | %100,0 |
| Sosyalizasyon | %0,0 | %100,0 |
| Yan Kuruluş | %0,0 | %100,0 |
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %0,0 | %100,0 |

Sivil toplum haberlerindeki STK'lara çağrı oranlarına, STK'ların faaliyet alanlarına göre bakıldığında demokrasi/insan hakları alanında faaliyet gösteren STK'ların %0,3'ünde, tarih/kültür/sanat/turizm alanında faaliyet gösteren STK'ların ise %0,2'sinde yapılan haberler içerisinde STK'lara çağrı görülüyor. Bunların dışındaki faaliyet alanlarında herhangi bir STK'ya çağrı durumuna rastlanmıyor (Bkz. Tablo 38).

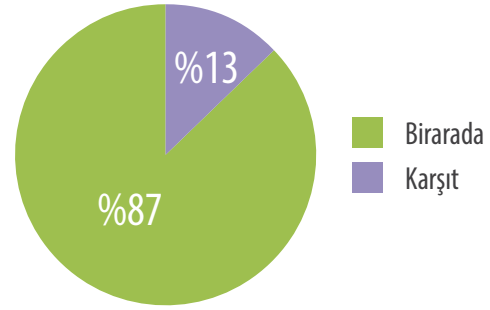
Tablo 38. Faaliyet Alanına Göre STK'lara Çağrı

| | VAR | YOK |
|---------------------------------|------|--------|
| Demokrasi / İnsan Hakları | %0,3 | %99,7 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %0,2 | %99,8 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %0,0 | %100,0 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %0,0 | %100,0 |
| Yapma/Yaşatma | %0,0 | %100,0 |
| Tüketici Hakları | %0,0 | %100,0 |
| Tarım | %0,0 | %100,0 |
| Spor | %0,0 | %100,0 |
| Siyaset/Düşünce | %0,0 | %100,0 |
| Sağlık | %0,0 | %100,0 |
| Mesleki/Sektörel | %0,0 | %100,0 |
| Kalkınma | %0,0 | %100,0 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %0,0 | %100,0 |
| Hobi | %0,0 | %100,0 |
| Hemşeri | %0,0 | %100,0 |
| Hayvan Hakları | %0,0 | %100,0 |
| Gençlik | %0,0 | %100,0 |
| Engellilik | %0,0 | %100,0 |
| Eğitim | %0,0 | %100,0 |
| Dini Kuruluş | %0,0 | %100,0 |
| Çevre/Doğa Koruma | %0,0 | %100,0 |
| Araştırma Bilim | %0,0 | %100,0 |

3.5.2. STK Haberlerinde STK'ların Kamu Kurumları ile Konumlanışı

Sivil toplum haberlerinin %3'ünde bir kamu kuruluşunun adı geçiyor. Haberlerde sivil toplum-kamu kurumları konumlanışı, sivil toplumun kendi arasındaki konumlanışından daha negatif: %13. Öte yandan sivil toplum kuruluşlarının kamu kurumlarıyla yer aldığı haberlerde %87 gibi büyük oranda bir arada konumlandığı görülüyor (Bkz. Grafik 23).

Grafik 23. STK / Kamu Konumlanışı



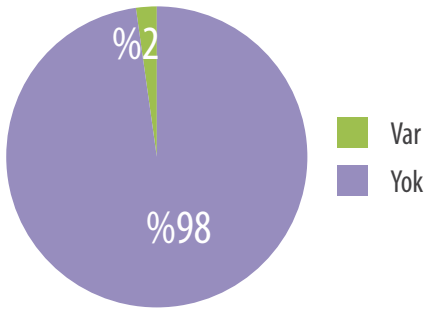
Sivil topografya kategorisine göre bakıldığında kulüp ve yan kuruluşların kamu ile bir aradalıklarının daha yüksek olduğu görülüyor. En büyük karşıtlık ise siyasi eksenli STK'larda. Siyasi eksenli STK haberlerinin %86'sında sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları ile karşıt konumlanıyor (Bkz. Tablo 39).

Tablo 39. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre STK / Kamu Konumlanışı

| | BİR ARADA | KARŞIT |
|-----------------------------|-----------|--------|
| Kulüp | %100,0 | %0,0 |
| Yan Kuruluş | %100,0 | %0,0 |
| Meslek Eksenli | %96,4 | %3,6 |
| Hemşeri | %95,7 | %4,3 |
| Hayırsever | %94,6 | %5,4 |
| Uzman | %94,1 | %5,9 |
| Pazar Eksenli | %90,9 | %9,1 |
| Sosyalizasyon | %85,7 | %14,3 |
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %83,3 | %16,7 |
| Savunucu | %73,8 | %26,2 |
| Himayeci | %50,0 | %50,0 |
| Öz örgüt | %33,3 | %66,7 |
| Siyasi Eksenli | %14,3 | %85,7 |

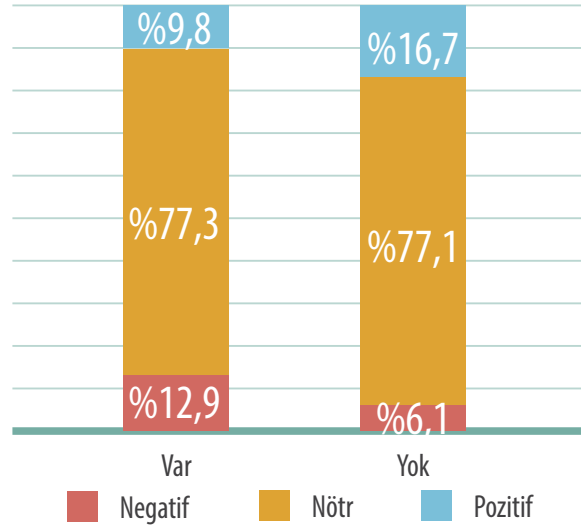
Sivil toplum haberleri kamu kurumlarına seslenmiyor. Sivil toplum haberlerinin içeriklerinde kamu kurumlarına çağrı yapma oranı %2 (Bkz. Grafik 24).

Grafik 24. Kamu Kurumlarına Çağrı



Kamu kurumlarına çağrı yapan veya yapmayan STK haberlerinde nötr bir ton hâkimken, kamu kurumlarına çağrı yapan haberlerde %13'lük, çağrı yapmayanlarda ise %6'lık bir negatif ton oranı görülüyor. Buna göre, kamu kurumlarına çağrı yapılan haberler ile yapılmayan haberler arasındaki bu %7'lik negatif ton farkı, kamu kurumlarına çağrı yapılan haberlerde bahsi geçen STK/kamu kurumlarının karşıt konumlanışlarıyla bağdaştırılabilir (Bkz. Grafik 25).

Grafik 25. Kamu Kurumlarına Çağrıya Göre Ton



Kamu kurumlarına en çok kulüpler, siyasi eksenli STK'lar, savunucular, uzmanlar ve öz örgütler çağrı yapıyor. Kulüplerin haberlerinin %4'ünde, siyasi eksenli ve savunucu STK'ların haberlerinin ise %3'ünde kamu kurumlarına çağrı yüksek. Başka bir deyişle daha politik bir pozisyona sahip olan veya mevcut politikalara karşı söylem geliştiren STK kategorilerinin haberlerinde kamu kurumlarına çağrı yapma oranları diğer STK sınıflarına göre yüksek (Bkz. Tablo 40).

Tablo 40. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Kamu Kurumlarına Çağrı

| | VAR | YOK |
|-----------------------------|------|--------|
| Kulüp | %4,0 | %96,0 |
| Siyasi Eksenli | %3,3 | %96,7 |
| Savunucu | %2,7 | %97,3 |
| Uzman | %2,4 | %97,6 |
| Öz örgüt | %2,0 | %98,0 |
| Hayırsever | %1,9 | %98,1 |
| Meslek Eksenli | %1,0 | %99,0 |
| Himayeci | %0,9 | %99,1 |
| Yan Kuruluş | %0,7 | %99,3 |
| Hemşeri | %0,5 | %99,5 |
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %0,5 | %99,5 |
| Pazar Eksenli | %0,0 | %100,0 |
| Sosyalizasyon | %0,0 | %100,0 |

STK'ların faaliyet alanlarına göre yapılan haberlerde kamu kurumlarına çağrı oranına bakıldığında, yaşlılık/emeklilik alanında faaliyet gösteren STK'ların kamu kurumlarına %20 gibi diğer STK faaliyet alanlarına fark yaratan bir oran ile en yüksek oranda çağrı yaptığı görülüyor. Tüketici hakları, demokrasi/insan hakları, çevre/doğa koruma ve hayvan hakları üzerine faaliyetlerde bulunan STK'larda ise bu oranlar sırasıyla %9, %5, %4 ve %3. İlk 5'e giren bu faaliyetlere genel bir bakış yapıldığında, hak temelli ve siyasi eksenle hareket eden STK'ların haberlerinde kamu kurumlarına çağrı yapıldığı söylenebilir (Bkz. Tablo 41).

Tablo 41. Faaliyet Alanına Göre Kamu Kurumlarına Çağrı

| | VAR | YOK |
|---------------------------------|-------|--------|
| Yaşlılık / Emeklilik | %20,3 | %79,7 |
| Tüketici Hakları | %8,7 | %91,3 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %5,5 | %94,5 |
| Çevre/Doğa Koruma | %4,3 | %95,7 |
| Hayvan Hakları | %3,1 | %96,9 |
| Yapma/Yaşatma | %2,8 | %97,2 |
| Kalkınma | %2,5 | %97,5 |
| Mesleki/Sektörel | %2,0 | %98,0 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %1,5 | %98,5 |
| Engellilik | %1,5 | %98,5 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %1,4 | %98,6 |
| Gençlik | %1,3 | %98,7 |
| Sağlık | %1,0 | %99,0 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %0,8 | %99,2 |
| Tarım | %0,8 | %99,2 |
| Eğitim | %0,7 | %99,3 |
| Dini Kuruluş | %0,7 | %99,3 |
| Spor | %0,5 | %99,5 |
| Siyaset/Düşünce | %0,0 | %100,0 |
| Hobi | %0,0 | %100,0 |
| Hemşeri | %0,0 | %100,0 |
| Araştırma Bilim | %0,0 | %100,0 |

Hak temelli veya siyasi eksenli kuruluşların kamu kurumları ile pozisyonlanması daha karışık. Yapma/yaşatma, tarım, spor, hobi, hemşeri, engellilik ve araştırma/bilim alanlarında %100 oranında kamu ile bir aradalık görülürken; çevre/doğa koruma, demokrasi/insan hakları, hayvan hakları, yaşlılık/emeklilik ve siyaset/düşünce alanlarında faaliyet gösteren STK'ların kamu ile konumlanışlarında diğer kategorilere göre daha yüksek oranlarda karışıklık söz konusu (Bkz. Tablo 42).

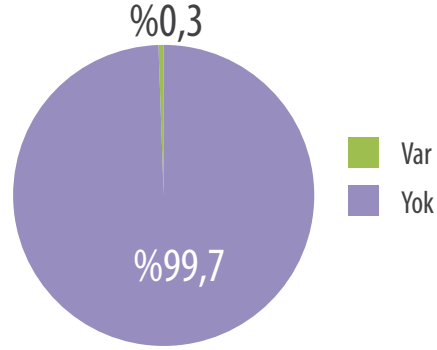
Tablo 42. Faaliyet Alanına Göre STK / Kamu Konumlanışı

| | BİR ARADA | KARŞIT |
|---------------------------------|-----------|--------|
| Yapma/Yaşatma | %100,0 | %0,0 |
| Tarım | %100,0 | %0,0 |
| Spor | %100,0 | %0,0 |
| Hobi | %100,0 | %0,0 |
| Hemşeri | %100,0 | %0,0 |
| Engellilik | %100,0 | %0,0 |
| Araştırma Bilim | %100,0 | %0,0 |
| Mesleki/Sektörel | %96,4 | %3,6 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %95,5 | %4,5 |
| Kalkınma | %90,9 | %9,1 |
| Gençlik | %90,0 | %10,0 |
| Eğitim | %89,5 | %10,5 |
| Sağlık | %88,9 | %11,1 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %88,6 | %11,4 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %83,3 | %16,7 |
| Dini Kuruluş | %80,0 | %20,0 |
| Çevre/Doğa Koruma | %68,4 | %31,6 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %57,9 | %42,1 |
| Hayvan Hakları | %50,0 | %50,0 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %0,0 | %100,0 |
| Siyaset/Düşünce | %0,0 | %100,0 |

3.5.3. STK Haberlerinde STK'ların Özel Sektör ile Konumlanışı

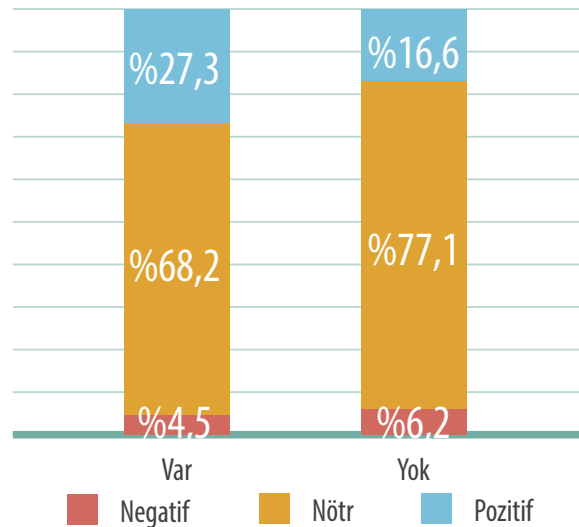
Sivil toplum haberlerinde özel sektör hedeflenmiyor. Haberlerin yalnızca %0,3'ünde özel sektöre bir çağrıya rastlanıyor (Bkz. Grafik 26).

Grafik 26. Haberlerde Özel Sektöre Çağrı Durumu



Haberlerin tümünde nötr bir ton hâkim. Ancak özel sektöre çağrı yapılan haberler yapılmayanlara göre daha pozitif bir tonda (Bkz. Grafik 27).

Grafik 27. Özel Sektöre Çağrıya Göre Haber Tonu



Özel sektöre en çok çağrı yapan sivil topografya kategorisi savunucular. Savunucuların haberlerinin yaklaşık %2'sinde özel sektöre bir aksiyon alması konusunda çağrı var.

Tablo 43. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre Özel Sektöre Çağrı

| | VAR | YOK |
|-----------------------------|------|--------|
| Savunucu | %1,6 | %98,4 |
| Siyasi Eksenli | %0,5 | %99,5 |
| Öz örgüt | %0,4 | %99,6 |
| Hayırsever | %0,3 | %99,7 |
| Uzman | %0,3 | %99,7 |
| Yan Kuruluş | %0,2 | %99,8 |
| Hemşeri | %0,0 | %100,0 |
| Himayeci | %0,0 | %100,0 |
| Kulüp | %0,0 | %100,0 |
| Meslek Eksenli | %0,0 | %100,0 |
| Pazar Eksenli | %0,0 | %100,0 |
| Sosyalizasyon | %0,0 | %100,0 |
| Yapma/Yaşatma/Güzelleştirme | %0,0 | %100,0 |

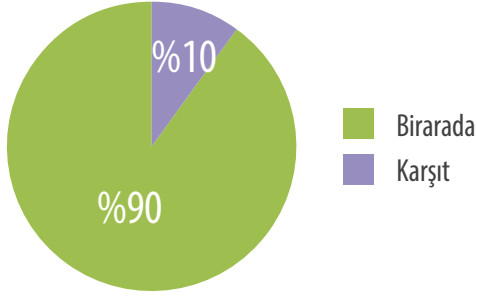
Konu çevre, kadın, çocuk, toplumsal cinsiyet gibi tematik konular olunca özel sektöre çağrı belirginleşiyor. Çevre/doğa koruma alanında faaliyet gösteren STK'larda özel sektöre çağrı yapma oranı %1,2 ile en yüksek oranda. Bunu kadın/çocuk/toplumsal cinsiyet (%1), dini kuruluş (%0,7), kalkınma (%0,6), mesleki/ sektörel (%0,5), eğitim (%0,4), araştırma/bilim (%0,4) ve tarih/kültür/sanat/turizm (%0,2) izliyor (Bkz. Tablo 44).

Tablo 44. Faaliyet Alanına Göre Özel Sektöre Çağrı

| | VAR | YOK |
|---------------------------------|------|--------|
| Çevre/Doğa Koruma | %1,2 | %98,8 |
| Kadın / Çocuk / TCS | %1,0 | %99,0 |
| Dini Kuruluş | %0,7 | %99,3 |
| Kalkınma | %0,6 | %99,4 |
| Mesleki/Sektörel | %0,5 | %99,5 |
| Eğitim | %0,4 | %99,6 |
| Araştırma Bilim | %0,4 | %99,6 |
| Tarih / Kültür / Sanat / Turizm | %0,2 | %99,8 |
| Yaşlılık / Emeklilik | %0,0 | %100,0 |
| Yardımlaşma/Dayanışma | %0,0 | %100,0 |
| Yapma/Yaşatma | %0,0 | %100,0 |
| Tüketici Hakları | %0,0 | %100,0 |
| Tarım | %0,0 | %100,0 |
| Spor | %0,0 | %100,0 |
| Siyaset/Düşünce | %0,0 | %100,0 |
| Sağlık | %0,0 | %100,0 |
| Demokrasi / İnsan Hakları | %0,0 | %100,0 |
| Hobi | %0,0 | %100,0 |
| Hemşeri | %0,0 | %100,0 |
| Hayvan Hakları | %0,0 | %100,0 |
| Gençlik | %0,0 | %100,0 |
| Engellilik | %0,0 | %100,0 |

Sivil toplum kuruluşları haberlerde özel sektör ile birlikte gözüküyor. Haberlerin yalnızca %2,6'sında şirket ismi geçiyor. Sivil toplum kuruluşları özel sektör ile kamu kuruluşları ile konumlanışından daha çok bir arada konumlanıyor. Sivil toplumun ve özel sektörün birlikte görüldüğü haberlerin %10'unda karşılık var iken %90'unda bir arada konumlanıyor (Bkz. Grafik 28).

Grafik 28. STK / Özel Sektör Konumlanışı



Sivil topografya kategorizasyonunda STK/özel sektör konumlanışı incelendiğinde en büyük karşıtlıkların siyasi eksenlilerde, hayyecilerde, hemşerilerde ve savunucularda ortaya çıktığı görülüyor. Kulüp, pazar eksenli, sosyalizasyon, uzman ve yan kuruluş kategorisine giren STK'ların %100 oranında özel sektör ile bir arada konumlandığı görülüyor. Bu oran hayırsever ve meslek eksenli STK'larda %90'ın üzerindeyken, savunucu ve hemşeri kategorisindeki STK'ların özel sektörle bir arada konumlanışı da karşıtlık durumundan yüksekte. Himayeci ve siyasi eksenli STK'ların özel sektörle bir arada veya karşıt konumlanışı yarı yarıya oranda. (Bkz. Tablo 45).

Tablo 45. Sivil Topografya Sınıflandırmasına Göre STK/Özel Sektör Konumlanışı

| | BİR ARADA | KARŞIT |
|----------------|-----------|--------|
| Kulüp | %100,0 | %0,0 |
| Pazar Eksenli | %100,0 | %0,0 |
| Sosyalizasyon | %100,0 | %0,0 |
| Uzman | %100,0 | %0,0 |
| Yan Kuruluş | %100,0 | %0,0 |
| Hayırsever | %96,0 | %4,0 |
| Meslek Eksenli | %90,0 | %10,0 |
| Savunucu | %81,6 | %18,4 |
| Hemşeri | %66,7 | %33,3 |
| Himayeci | %50,0 | %50,0 |
| Siyasi Eksenli | %50,0 | %50,0 |

4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Türkiye’de Sivil Toplum Diyaloğunun Güçlendirilmesi Projesi kapsamında gerçekleştirilen Sivil Toplumun Medyadaki Görünürlüğü Araştırmasının en temel amacı Türkiye’de faaliyet gösteren sivil toplum örgütlerinin ulusal basılı ve internet medyadaki izdüşümünün rakamsal olarak fotoğrafını çekmektir. Bu nedenle araştırma kapsamında, sivil toplum haber evreninin tamamına taramalar yolu ile ulaşıldı ve bu evreni temsil edecek büyüklükte bir örneklem kodlanarak analize dahil edildi. Araştırma niceliksel bir araştırma yaklaşımını benimsediğinden dolayı yalnızca mevcut olanı anlamaya ve betimlemeye çalıştı. Başka bir deyişle araştırma yalnızca medyada yer alabilen haberleri inceliyor, çeşitli nedenler ile yer almayan / alamayan haberleri ve medyanın sivil toplum haberlerini aktarırken ki motivasyon ve önceliklerini kapsamıyor.

Sivil toplum kuruluşlarının medya görünürlük düzey ve biçimlerinin değerlendirildiği bu çalışmanın genel bulguları şu şekilde özetlenebilir:

- **STK haberlerinin önemli bir bölümünde sivil toplum kuruluşları dekoratif bir şekilde yer alıyor.**

STK içerikli haberlerin büyük bir bölümünde sivil toplum kuruluşları özne değil; haberi güçlendirmek için bir araç ya da dekoratif bir figür olarak konumlanıyor. Haberlerin yaklaşık %55’inde, içinde ismi geçen kuruluş haberin ana konusu değil.

- **Mevcut STK haberleri evrenine bakıldığında STK’lar kendi meselelerini gündeme taşıma, gündemde tutma ve meselenin savunucusu olma konusunda sınırlı bir güce sahip.**

Haber evreninin büyük bölümü kuruluşların savunduğu meseleler ile bağlantılı değil. Makam ziyaretleri, sosyalleşme aktiviteleri gibi kendi konusu ile doğrudan bağ kurmayan etkinlikler STK haber dünyasının büyük bir bölümünü oluşturuyor. Mevcut STK haberleri evrenine bakıldığında kendi meselesini gündeme taşıyan STK’ların başında ise mesleki kuruluşların geldiği görülmekte. Bu durumunun iki olası nedeni var: Haber dünyasının ekonomi / iş odaklı haberleri daha çok kendi mecralarına yansıtması ve mesleki kuruluşlarının kendi meselelerini gündeme taşıma konusunda daha aktif olması. STK haberlerinin kayda değer bir bölümünü mesleki kuruluşların kendi sektörel konularına ilişkin yaptığı açıklamalar oluşturuyor. Sayıca az olmalarına karşın mesleki örgütlerin de savunucuların medya performansları daha yüksek.

- **Haber evreninin büyük bölümü kuruluşların kendi meselelerine odaklanmıyor. Hedeflediği, çağrıda bulunduğu bir kesim yok.**

Farklı toplumsal kesimlere ya da toplumun geneline çağrı içeren haberler yoğun olarak hak savunucularının haberleri. Özellikle tüketici ve hayvan hakları çalışan kuruluşlar topluma en çok çağrı yapan örgütler.

- **Sivil toplum kuruluşları iletişimlerini güçlendirecek veri, araştırma ve uluslararası referans gibi araçları kullanmıyor.**

Haberlerde, haberin etkisini güçlendirecek farklı araçlar kullanılmıyor. Veri, araştırma

ve uluslararası referansları en çok kullanan kategoriler mesleki kuruluşlar, uzmanlar ve savunucular. Sivil toplum haberlerinin ana aktörü STK'ların sözcüleri; sözcüler ise genel olarak o kuruluşun başkanları. Sivil toplum haberleri genellikle nötr bir tona sahip ancak farklı araçları kullanmak haber tonunu olumluya kaydırıyor.

- **Sivil toplum kuruluşları haberlerinde tek başına görülüyor; haberlerin yalnızca %8'inde kendileri haricinde bir aktör var.**

Başka aktörler ile karşıtıktan çok bir aradalık hâkim. Karşıtlık en çok savunucu ve meslek eksenli kuruluşlar ile kamu kurumları arasında kuruluyor.

EKLER

EK 1. İnternet Medyası Listesi

| | | | |
|----|----------------|----|------------------|
| 1 | Ahaber | 27 | İHA |
| 2 | Akşam | 28 | K24 |
| 3 | Anadolu Ajansı | 29 | Karar |
| 4 | ANF | 30 | Medyascope |
| 5 | Aydınlık | 31 | Milli Gazete |
| 6 | BBC Türkçe | 32 | Milliyet |
| 7 | Bianet | 33 | Ntv |
| 8 | BirGün | 34 | Oda Tv |
| 9 | CNN Türk | 35 | Ortaoğu |
| 10 | Cumhuriyet | 36 | Posta |
| 11 | Demokrat Haber | 37 | Rudaw |
| 12 | DHA | 38 | Sabah |
| 13 | Diken | 39 | Sol Haber |
| 14 | Duvar | 40 | Sözcü |
| 15 | Dünya | 41 | Sputniknews |
| 16 | DW | 42 | Star |
| 17 | Ensonhaber | 43 | Superhaber |
| 18 | Etikhaber | 44 | T24 |
| 19 | Evrensel | 45 | Takvim |
| 20 | Gazete Duvar | 46 | Tgrthaber |
| 21 | Gerçek gündem | 47 | Tr.Euronews |
| 22 | Haber7 | 48 | Türkiye Gazetesi |
| 23 | Haberler | 49 | Yeni Çağ |
| 24 | Habertürk | 50 | Yeni Şafak |
| 25 | Halk Tv | 51 | Yeniakit |
| 26 | Hürriyet | | |

EK 2. Sivil Topografya Sınıflandırması

Öz örgüt: Toplumun geneline göre dezavantajlı bir konuma sahip bireylerin, konumlarını güçlendirmek amacıyla bizzat meydana getirdikleri kuruluşlardır. Örneğin engellilerin meydana getirdiği engelli kuruluşları böyledir. Bu kuruluşlar hem grubun kendi aralarında sosyalleşmelerini hem kapasite artırımını hem de sorunlarına çözüm/hak arayışlarını önüne hedef olarak koyabilirler. Öte yandan bireylerin herhangi bir grup çıkarını korumak amacıyla bir araya gelişi ya da yararlanıcıların bizzat kuruluşu meydana getirmeleri o kuruluşları bu kategoride anmak için yeterli değil. Öz örgüt için tanımlanan kıstas, bireylerin toplumsal ekseninde tanımlanabilecek dezavantajlı bir konuma sahip olmalarıdır.

Savunucu: Bir dezavantajlı grubun, doğanın, hayvanların, çevrenin, insan ve tüketici haklarının politika düzeyinde ve yurttaş vicdanında savunulmasını sağlayan kuruluşlardır. Bu kuruluşlar önlerine politikaların iyileştirilmesi veya uygulamaların düzeltilmesi gibi doğrudan hedefler koyarlar, ya da yurttaşları meselenin sahibi haline getirmek gibi dolaylı bir fayda hedeflerler. Öte yandan bir fikri, ideolojiyi, bir çıkarı, bir grubun doğrusunu, mesleki bir faydayı savunan ve/veya temsil eden kuruluşlar, bu

konularda politika değişimlerini hedefleseler de bu sınıflandırmanın tercihinde "savunucu" kategorisine girmezler. Savunucu kuruluşlar, hak talebi, ayrımcılığa maruz kalma gibi evrensel değerler açısından mağdur olan kesimlerin faydasını hedefleyen kuruluşlar olarak tarif edilmektedir.

Siyasi Yönelimli: Belli bir dünya görüşü ya da inancı paylaşan bireyleri bir araya getiren, paylaşım veya paylaştıklarını tanıtma ve/veya yaygınlaştırma doğrultusunda faaliyetler yapan kuruluşlardır. Bu tür kuruluşların genellikle siyasi çevrelerle organik ya da dolaylı bağları vardır. Bu kuruluşlar, daha pasif yayılcı olsalar da genellikle Türkiye'nin temel sorunlarında taraf olurlar ve kamuoyunu etkilemek amacıyla açıklamalar, hatta eylemler ve mitingler yaparlar.

Hayırsever: Toplumun yoksul kesimlerine ya da dezavantajlı konumdaki kesimlerine yönelik aynı ve/veya nakdi yardımlar veya hizmetler sağlayan kuruluşlardır.

Himayeci: Doğrudan maddi ya da maddi karşılığı olan yardımlar yapmayı değil de ilgili dezavantajlı grubu fiziksel olarak güçlendirerek korumayı önüne hedef olarak koyan himayeci nitelikte hayırsever kuruluşlar da mevcuttur. "Himayeci Hayırsever Kuruluşlar" genellikle dezavantajlı grubun yakınları ya da bu gruba ilgilenen uzmanlar tarafından kurulurlar. Kimi daha az görünen örneklerinde ise, o dezavantajlı gruba sempati besleyen gönüllülerin "Himayeci Kuruluşlar" meydana getirmelerine de tanık olunur.

Uzman: Belli bir konuda uzman bilgi üreterek sivil toplumun diğer kuruluşlarına zemin sağlayan, üretici ve yaratıcı kuruluşlardır. Her kuruluşta uzmanlık eksenli çalışmalar yapıyor

olabilir, fakat uzman kuruluşların mevcudiyet sebebi bilgi üretmek, bilimsel çıktılar sağlamaktır. Uzman Kuruluşlar da Savunucu ve Siyasi Yönelimli Kuruluşlar gibi, ürettikleri bilgi dolayımı ile kamuoyuna seslenirler. Fakat farkları nesnellik sınırlarında kalmaları ve tarafgir çağrılarda bulunmamalarıdır. Bunun yerine ele aldıkları meselelerdeki yaklaşımları geliştirecek, çeşitlendirecek bilgi donanım ve altyapısını sağlama misyonu ile hareket ederler. Uzman Kuruluş olarak var olan kuruluşların özsel olarak olmasa bile olumsal olarak Savunucu ya da Siyasi Yönelimli kategorideymiş gibi davrandığına tanık olmak mümkündür. Ancak bu kuruluşlar itibarlarını yöneldikleri bu kategorilerden değil uzmanlıklarından alırlar. Bu özelliklerini korumak için nesnellik iddialarını kaybetmemeleri önemlidir.

Yaptırma, Yaşatma, Güzelleştirme: Kamu faydasına bir yapıyı, mekânı, semti iyileştirmeyi, inşa etmeyi, korumayı önüne koyan kuruluşlardır. Bu davranış, Türkiye'nin en eski ve yaygın hayır işleme davranışdır. Bilindiği üzere, "sevabına" yapılan çeşmelerin üzerinde "hayrat" yazar. Camiler, Müslümanlar ibadetlerini rahatça yapabilsin diye hayırseverler tarafından yaptırılarak gelmiştir. Ne var ki Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana camilerin zaman zaman politik, zaman zaman cemaatçi nitelikleri ya da misyonları da olageldiğinden, cami yaptırma, bir hayır işi niteliğini korumakla birlikte bir cemaat ya da çevre ile güçlü bağlantılar içerisinde de olabilmektedir. Bu nitelikleri ile kimi cami yaptırma ve yaşatma dernekleri Siyasi Yönelimli Kuruluşlar gibi hareket ederler. Bunun dışında bu kategorideki yaygın bir tür de daha yeni bir davranış tarzıdır. Bu tür, yaşanan mahalleyi, semti, siteyi korumayı, güzelleştirmeyi ve mahalleli ile dayanışmayı

önceler. Dayanışma nitelikleri ile Hayırsever, güzelleştirme nitelikleri ile aşağıda söz edilecek Sosyalizasyon kategorisinin özelliklerini gösterirler.

Hemşeri: Bir coğrafi ya da kültürel kökeni paylaşmış, başka bir coğrafya ya da kültür içerisinde yaşayanları bir araya getiren kuruluşlardır. Genellikle üyelerinin sosyalleşmelerini, kökenlerine duydukları özlemlerini gidermelerini, bağları sürüyorsa geriye yönelik hizmetler yapmayı ve üyelerinin yeni ortamlarındaki sorunlarıyla baş etmelerinde onlara destek olmayı hedeflerler. Bunların önemli bir kısmı, bir şehir ya da köy kökenli olup da daha büyük yerleşim merkezlerine göçmüş olanlar tarafından meydana getirilen kuruluşlardır. Üyelerinin birçoğu aynı mahallelerde ya da yakın yerlerde yaşarlar. Geldikleri yerlerle bağları zayıflamış da olsa sürmektedir. Öte yandan bu kategoride ortak bir coğrafya geçmişine referans verilse de o coğrafyadan tamamen kopmuş topluluklar da mevcuttur. Bu toplulukların meydana getirdiği "Hemşeri Kuruluşları" da öncekiler gibi geçmiş yaşam paylaşımını canlı tutmak, kültürü yaşatmak ve tanıtmak için çaba sarf ederler. Hatta bunların bir kısmı, kendi bağları kopsa da cemaatlerinin ya da soydaşlarının başka ülke ya da coğrafyalardaki acılarını paylaşmak, sorunlarının çözümü için çaba harcamak amaçlı faaliyetlerde bulunurlar. Bu özellikleri ile kısmen Siyasi Yönelimli kuruluşlara kısmen de Öz örgütlere benzerler.

Sosyalizasyon: Bir hobi, sosyal paylaşım, ortak geçmiş nedeniyle sosyalleşme amaçlı bir araya gelme zeminleri sağlayan kuruluşlardır. Genellikle dışarıya yönelmezler. Nadiren paylaşımlar sırasında ortaya çıkan ürünleri toplumsallaştırırlar. Fakat bunu sosyal faydayı önceleyerek ve sistematik olarak değil, keyfi

olarak yaparlar. Bu kuruluşlar genellikle bir hobiyi birlikte icra etmek isteyen ya da yaş, meslek veya kültürel açıdan emsalleriyle bir arada olmayı arzulayan yurttaşların oluşturdukları kuruluşlardır. Bu bir araya gelişlerin koro, sergi, kermes, vb. ürünleri de olabilmektedir. Fakat asıl olan icradan ziyade boş zaman aktivitesidir. Bu kuruluşların önemli bir kısmı da kâğıt oyunları, okey gibi oyunların oynanabilme zeminini oluşturmak, sosyal çevreleri ile "eğlenme" ihtiyaçlarını karşılamak için kurulurlar.

Kulüp: Bir sanat ya da spor becerisine sahip bireylerin bu aktiviteleri düzenli yapmalarını ve yarışlara, müsabakalara, liglere, turnuvalara ya da çeşitli ulusal ya da uluslararası etkinliklere katılmalarını sağlamak hedefindeki kuruluşlardır. Türkiye'de en yaygın olanı (başta futbol olmak üzere) spor kulüpleridir. Yeni zamanlarda federasyonlaşan dans okulları da hızla çoğalıyor. İşletme gibi çalışan birçok spor ve sanat merkezi de bu kategorinin Pazar Eksenli kategoriye geçişliliği olan türleridir.

Meslek/Sektör Eksenli: Bir mesleğin ya da sektörün promosyonunu ve geliştirilmesini, bireylerin bu ekseninde çıkarlarının korunmasını sağlama hedefindeki kuruluşlardır. Genellikle oda gibi hareket ederler. Mesleğin geliştirilmesi, meslektaşların dayanışması, mesleki sorunların çözülmesi yönünde faaliyette bulunurlar. Mesleki çıkarları savunmaları itibari ile Savunucu Kuruluşlara benzeseler de evrensel temelli hak eksenli savunuculuk faaliyetlerinden farklı olarak tikel bir çıkarın maksimizasyonu motivasyonu ile onlardan ayrışırlar. Bazı türleri meslek ölçeğinde değil sektör ölçeğindedir. Sektörün itibarını ya da mevzuatlar karşısındaki ortak sorunları konu ederler. İşadamları dernekleri gibi özel bir sektöre odaklanmayanları da mevcuttur.

Pazar Eksenli: Pazar Eksenli kuruluşlar, çıkar üretme hedefli kuruluşlar olup aslında STK olarak değerlendirilmesi tartışmalı olan kuruluşlardır. Bir şirket olarak teşekkül olabilecekken, gönüllü kuruluş olmanın hukuki, etik ya da sosyo-kültürel faydalarından istifade etmek için dernek, vakıf ya da kooperatif olmayı hedeflerler. Öte yandan sivil toplum faaliyetlerine dolaylı destek sağlarken bireysel fayda üretmek suretiyle iktisadi faaliyette bulunanlar ile mahallî, sauna işletmeciliği, bir ürün satıcılığı gibi salt iktisadi faaliyette bulunanları ayırtırmakta fayda olabilir.

Yan Kuruluş: Bir kuruluşun, hukuki, iktisadi ya da etik nedenlerle kendi bünyesinde gerçekleştir(e)mediği etkinlikleri gerçekleştirmek amacıyla kur(dur)duğu kuruluşlardır. Birçok türü vardır. En yaygın olanları bizzat ayrı bir yönetmelik ya da yasal kararla kurulmuş "Gönüllü" kuruluşlardır. Bu kuruluşlar "Verem Savaş" derneklerinde olduğu gibi zamanla atillaşabilir, "Halkevleri"nde olduğu gibi misyonlarının dışında faaliyetlere yönelebilirler. Diğer karşılaşılan bir Yan Kuruluş türü, kamu çalışanları ya da yöneticilerinin kendi çalışma ve refah koşullarını geliştirmek amacıyla kurdurdukları kuruluşlardır. Yine kamu çalışanları/yöneticileri öncülüğünde kurulan başka bir tür ise, bir hizmet eyleyen kamu çalışanlarının; mevzuat sıkıntıları nedeniyle hizmetlerinin önündeki engellere takılmamak ve/veya hizmetleri daha kolay ve konforlu sağlayabilmek için meydana getirdikleri ya da (belediye spor kulüpleri örneğinde olduğu üzere) kurumun öncelikleri dışında bir faaliyete iştirak etmelerini sağlamak amacıyla kurulan dernek, vakıf ya da kooperatiflerdir. Son bir tür de özel şirketlerin yan kuruluşlarıdır. Bu türde önceleri

daha ziyade bir sermayedarın hayır işleri yaparak itibar kazanma misyonu ile kurulan örneklere rastlanırken, günümüzde daha ziyade şirketin itibar yönetimi ekseninde konu yönetimi, kurumsal sosyal sorumluluk ve hatta kimi sponsorluk faaliyetlerini yerine getirmek amacıyla kurulan ve bizzat mevcut şirket yöneticileri tarafından yönetilen Yan Kuruluşlar da meydana gelmeye başlamıştır. Öte yandan bu sınıflandırma açısından Yan Kuruluşlar bir sorun da teşkil etmektedir; zira her bir yan kuruluşun sınıflandırmanın çalışma prensibi doğrultusunda başka bir kategorisi de vardır. O kategorilere bu türleri dağıtmak ise kategorilerin özgün niteliklerini etkilemektedir. Zira Yan Kuruluşların birçok konuda her bir kategoriden farklılaşan nitelikleri mevcuttur.