

Yayın Geliş Tarihi: 17.07.2024

Yayına Kabul Tarihi: 08.11.2024

Online Yayın Tarihi: 12.12.2024

<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1518009>

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Cilt: 26, Sayı: 4, Yıl: 2024 Sayfa: 1573-1596

E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

BİR UZMANLIK ALANI OLARAK TARIM HABERCİLİĞİ: GAZETELER VE HABER SİTELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ayşenur Akyazı*

Öz'

Küresel anlamda gıdaya erişimin giderek zorlaştığı günümüzde, tarım alanında yaşanan değişim, dönüşüm, gelişmeleri veya sorunları halka duyurmak için bir uzmanlık alanı olarak tarım haberciliği önem kazanmaktadır. Çalışma kapsamında doküman analizi yöntemi kullanılarak 07.09.2023-16.09.2023 tarihleri arasında 10 adet gazete ve 10 adet haber sitesinin yaşam, gündem, güncel, ekonomi ve diğer sekmeleri altında yer alan tarım haberlerine erişilmiştir. Ayrıca bu haberlerin ilgili medya kuruluşunun X (Twitter) hesabından paylaşılıp paylaşılmadığı bilgisine ve paylaşımların aldığı etkileşim sayılarına ulaşılmıştır. Çalışmada medya kuruluşlarının yanı sıra halkın bu tür haberlere verdiği önemin ortaya konulması amaçlanmıştır. Yapılan analiz ile insanlık için giderek çok daha fazla önemli hale gelmekte olan tarım haberlerine medya kuruluşlarının yok denecek kadar az yer verdiği, toplumun da gerekli ilgiyi göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tarım, Tarım Haberciliği, Sosyal Medya, Dijital Platformlar.

AGRICULTURAL JOURNALISM AS A FIELD OF EXPERTISE: A RESEARCH ON NEWSPAPERS AND NEWS SITES

Abstract

In today's world where access to food is becoming increasingly difficult globally, agricultural journalism is gaining importance as a field of expertise to inform the public about the changes, transformations, developments or problems in the field of agriculture. Within the scope of the study, agricultural news in the life, agenda, current, economy and other tabs of 10 newspapers and 10 news sites were accessed between 07.09.2023 and 16.09.2023 by using the document analysis method. In addition, information on whether

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Akyazı, A. (2024). Bir uzmanlık alanı olarak tarım haberciliği: Gazeteler ve haber siteleri üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (4), 1573-1596.

* Doç. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ORCID: 0000-0002-0009-2510, aysenurakyazi@aydin.edu.tr

¹ Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmektedir.

these news were shared on the relevant media organization's X (Twitter) account and the number of interactions the posts received were obtained. The aim of the study is to reveal the importance that the public as well as media organizations attach to such news. With the analysis, it has been concluded that media organizations give almost no coverage to agricultural news, which is becoming more and more important for humanity, and the society does not show the necessary interest.

Keywords: Agriculture, Agricultural Journalism, Social Media, Digital Platforms.

GİRİŞ

İnsanlığın en önemli buluşlarından biri olan tarımla birlikte bireylerin yaşam biçimlerinde büyük bir dönüşüm yaşanmış ve yerleşik hayata geçilmiştir. Bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılayan tarım yaşamın sürdürülebilmesi için temel kaynaktır. Ayrıca diğer sektörlerle de yoğun bir ilişki içerisinde olan tarım sektörünün ülke ekonomisine de önemli katkısı bulunmaktadır.

Ağaçların kesilmesi, toprak erozyonu, yanlış kullanım, dengesiz gübre kullanımı gibi sebeplerle tarım alanları giderek bozulmakta ve azalmaktadır. Ayrıca küresel ısınmaya bağlı olarak ortaya çıkan iklim değişiklikleri de üretimin ve verimin azalmasında etkili olmaktadır. Bir taraftan tarım sektöründe bu tür olumsuzluklar yaşanırken diğer taraftan ise dünya nüfusu ve şehirleşmedeki artışla birlikte gıdaya olan talep de artmaktadır. Günümüzde iklim değişiklikleri, çevre kirliliği ve Covid 19 pandemi süreci gibi faktörlerin etkisiyle sıklıkla duymaya başladığımız gıda erişimi sorunu hem yerel hem de küresel anlamda tartışılmaya başlanmıştır.

“Sorunlarda karşımıza ilk olarak gıda güvensizliği ve gıdaya erişimde eşitsizlik çıkıyor. FAO 2020 verilerine göre 690 milyon kişi açlık çekiyor ve yetersiz besleniyor. Orta ve şiddetli seviyede gıda güvencesi çeken 2 milyar insan var. Sağlıklı bir beslenme diyetinin maliyetini karşılayanlar ise 3 milyar insan. COVID, açlık çekenlerde 83-132 milyon arası artışa neden oldu” (Bianet, 2021).

Kapitalist sistemin kendisini hissettirmesiyle birlikte sanayinin yükselme dönemi başlamıştır. Ekonominin ön plana çıktığı bu sürece paralel olarak medyada da sahiplik yapısı değişmiş ve kar elde etme beklentisi öne çıkmıştır. Dolayısıyla daha fazla okunacağı / izleneceği düşünülen siyaset, ekonomi, spor, vb. haberlere ağırlık verilmiş ve gazeteciler bu alanlarda uzmanlaşmaya başlamıştır.

Oysa ki tarımın azaldığı, gıdaya erişimin her geçen gün zorlaştığı, çiftçilerin sorunlarının arttığı günümüzde, yüklenmiş olduğu misyon gereği medyadan tarım sektörü ile ilgili haberlere daha fazla yer vermesi, konuya ilişkin bireylerin bilgi sahibi olmalarını sağlaması ve bireylerde farkındalık oluşturması beklenmektedir. Ancak genellikle tarımla ilgili doğru bilgileri halka ulaştıran, konuya ilişkin verileri analiz ederek yorumlayabilen ve tüm bunlara bağlı olarak da uzmanlık gerektiren

tarım haberciliği alanında uzmanlaşmamış, bilgiden ziyade fikir sahibi olan bireyler ne yazık ki çoğu kez bilgi kirliliği yaratmanın ötesine geçememektedir.

Bu çalışma giderek daha stratejik bir önem kazanmaya başlayan tarım sektörünü konu alan haberleri medyanın gündeme getirip getirmediğini, tarım sektörünün haberlere ne düzeyde/ne şekilde konu olduğunu ve toplumun bu haberlere göstermiş olduğu ilgiyi ortaya koymayı amaçlamaktadır.

TARIM VE TARIM HABERCİLİĞİ

Tarım Kavramı

İnsanlığın en eski faaliyetlerinden biri olan tarımla birlikte toplumlar yerleşik hayata geçmiştir. Tarım, beslenme ve sağlıklı yaşam hakkı gibi temel insani hak alanlarını içeren ve ilgili ülkenin ekonomisinin belirlenmesinde etkili olan önemli unsurlardan biridir. Tarihsel süreç içerisinde insanlığın geçim kaynağını oluşturan tarım, sonrasında ticarileşerek farklı bir boyut kazanarak, savaşların ve ekonomik krizlerin temelini oluşturmuştur

Tarım kavramı ilk anda her ne kadar bitkisel üretimi çağırırsa da ormancılık, hayvancılık ve su ürünlerini de kapsamaktadır. Tarım; *“bitkisel ve hayvansal ürünlerin üretilmesi, kalite ve verimlerin yükseltilmesi, uygun koşullarda korunması, işlenip değerlendirilmesi ve pazarlanması, ziraat, kültür”* (Türk Dil Kurumu) olarak tanımlanırken, bir başka tanım da ise; *“insan besini olabilecek ve ekonomik değeri olan her türlü tarımsal-hayvansal ürünün bakım, besleme, yetiştirme, koruma ve mekanizasyon faaliyetlerinin tamamı ile durgun sular da veya özel alanlarda yapılan balıkçılık faaliyetlerinin tümüdür”* (Direk,2012, s.16) şeklinde ifade edilmektedir.

Bir toplumun adeta bel kemiği olan tarım, günümüzde tüm dünyada yaşanan iklim ve gıda krizi, pandemi süreci gibi ön plana çıkan faktörlerin de etkisiyle daha fazla gündeme gelmeye başlamıştır. Ekonomik sistemin küreselleşmesi, artan rekabet ve hızlı değişen pazar koşulları (Doğan, vd.,2015, s.29), toplumların giderek artan gıda maddeleri taleplerinin karşılanması gerekliliği, tarıma dayalı sanayilerden milli gelir elde edilmesi, istihdama olan katkısı, biyolojik çeşitlilik ve ekolojik dengeye olan etkileri (Topal, 2010, s. 3), nedeniyle tarım, dünyada stratejik bir sektör haline gelmiştir ve ekonomide önemli bir yeri bulunmaktadır.

Tarım; bereketli Anadolu toprakları üzerinde kurulmuş olan ülkemizde de bu bağlamda önemli ve stratejik bir sektör olarak görülmektedir. Ankara Üniversitesi Rektörü Necdet Ünüvar, 2022 yılında yapılan Tarım Gazeteciliği Çalıştayı'nda konuya ilişkin olarak şunları söylemiştir:

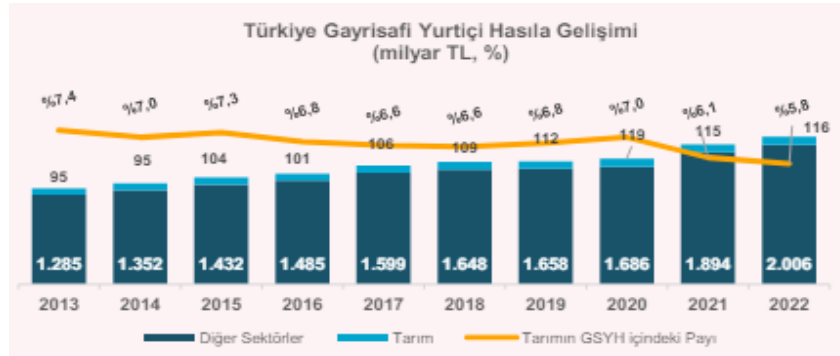
“Türkiye, sadece bugün değil, yüzyıllardır Anadolu coğrafyası çok verimli topraklarıyla, güçlü tarımsal kaynaklarıyla ve güçlü tarımsal enstrümanlarıyla her zaman dünyanın önemli ülkeleri arasına girmiştir. Türkiye gerek kendi vatandaşına yetecek tarımsal istihdali gerekse insanlığa

katkı sağlayacak ve ülkemize de döviz kazandıracak çok önemli bir araca tarım açısından sahiptir” (Altın, 2022).

Tarım sektörü toplumların gelişmişlik düzeyinden toplumsal yaşamlarına kadar uzanan alanı etkilemektedir. Yalnızca gıda talebini karşılamakla sınırlı olmayıp aynı zamanda birçok alanın da girdi ihtiyacını karşılamaktadır. Tarımın ekonomiye olan başlıca katkılarını şu şekilde sıralamak mümkündür: Sanayi ve hizmet sektörüne iş gücü sağlaması, toplumun gıda ihtiyacını karşılaması, sanayi sektörüne hammadde sağlaması, dışa satım ile döviz kazandırması, kırsal kesimin kalkınmasının sağlanmasında önemli bir yere sahip olması ve reel büyüme üzerinde de etkisi bulunması (Kılavuz & Erdem, 2019, s.135).

Cumhuriyetin ilk yıllarında ülke politikasında oldukça önemli bir yere sahip olan tarım sektörü yaşanan krizler, sanayi ve hizmet kollarının gelişmesi vb. faktörlerin etkisiyle zaman içerisinde zayıflama eğilimi göstermiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan verilere göre, tarım sektörü 2019 yılında %3.3, 2020 yılında %4.8 büyüme gösterirken; 2021 yılında yüzde 2.2 küçülmüş, 2022 yılında ise sadece %0,6 oranında artış göstermiştir (TÜİK, 2022). 2005-2019 yılları arasında tarım gelirleri açısından Avrupa’da birinci, dünyada yedinci ülke (AA; 2021) olarak nitelendirilen ülkemizin tarımsal gelirlerinin düşme eğiliminde olduğu görülmektedir. Şekil 1’de görüldüğü üzere 2023 yılında Türkiye Bankalar Birliği’nin (TBB) yayınladığı Tarım Raporu’nda yer alan Türkiye’nin 2013-2022 yılları arasındaki gayrisafi yurtiçi hasıla gelişimi tablosundaki veriler de bu durumu destekler niteliktedir.

Şekil 1: Türkiye’nin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla Gelişimi (milyar TL, %)



Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği. (Haziran 2023 Tarım Sektörü Raporu). s.12.https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/8960/Tarim_Sektor_Raporu_130723.pdf.

Türkiye tarım alanında dünyada kendi kendine yeten ülkelerden biri iken günümüzdeki gerileşimde özellikle neo-liberal politikalar belirleyici olmuştur. Bu durum, üretimin önüne engeller çıkarmaktadır. Çiftçi yaptığı üretimin karşılığında yeterli gelir elde edemediğinden için tekrar üretim yapmakta zorlanmaktadır.

“Tarımı ve kırsalı bekleyen en büyük tehlike, üreticilerin bu vasıflarını yitirerek tüketici konumuna geçmeleri. Bugün köylerde, kırsalda çiftçiler üretimden çekiliyor. Şehirdekiler gibi tüketici konumuna geçiyor. Türkiye ne yazık ki bu sürece girdi” (Yıldırım, 2020). Ülkemizde en kolay yetişen patates ve soğanın bile yurt dışından getirilmesi tarım sektörünün içine girdiği çıkmazı gözler önüne sermektedir (Ünal & Dağdaş, 2023, s.49). Tarımsal üretimin ve verimliliğin düşük seviyelerde olması sanayi sektörünün ihtiyacı olan girdilerin tedarikinde de sorunlara, maliyetlerin yükselmesine neden olmaktadır (Ağazade, 2018, s. 274).

Ülkemizde tarım öğreniminin 176. yıldönümü için yapılan törende açılış konuşmasını yapan Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dekanı Hasan Hüseyin Akar ülke ekonomisinde tarıma verilen önemin azalmasının sektörel zayıflamaya neden olduğunu belirterek şunları söylemiştir:

“Cumhuriyetin ilk 50 yılında ülke politikası olarak öne çıkan tarım üretiminde ziraat fakültelerini çok önem verilmiştir ve yüzdeler dilim olarak üniversite sınavlarında en yüksek puan alan öğrencilerin bu fakültelelere yerleştiği görülmektedir. Ancak zaman içinde ülkemiz ekonomisinde tarım önemi azalma göstermiştir. Tarım alanında kendi kendine yetebilen bir ülke olmamıza rağmen giderek tarımsal üretim azalmaya başlamış ve büyük potansiyeli olan tarım ürünlerinin bile dış pazarlardan temin edilmesine yol açmıştır” (Sonsöz, 2022).

Tarım gelirlerinin azalmasında her ne kadar iklim değişikliği sorunu en çok gündeme gelen konu olsa da tarım alanında pek çok sorun bulunmaktadır. Doğal Hayatı Koruma Vakfı'nın (WWF Türkiye) “Türkiye’de Tarım Topraklarının Dünü, Bugünü ve Geleceği” raporuna göre tarım arazilerindeki tahribat, çölleşme, tuzlanma ve erozyon tarımın en önemli sorunları arasındadır (WWF Rapor, 2022). Ayrıca tarım alanlarının bilinçsiz kullanımı, miras hukuku nedeniyle tarım arazilerinin parçalanarak küçülmesi ve verimliliğin düşmesi, tarım işletmelerinde uzmanlaşmanın yaygın olmaması, mazot, gübre gibi üretim maliyetlerindeki artış, plansız üretim sonucu ürünlerin elde kalması, devlet desteğinin denetimsiz dağıtılması, çiftçilerin modern üretim araçlarına sahip olamaması, hayvan hastalıkları ile mücadelede yetersizlik, çiftçilerin örgütlenememesi, araçların fiyatlarla oynaması, tarımsal kullanım alanlarının azlığı, uluslararası müdahaleler (Doğan vd., 2015: s. 39) ilk olarak akla gelen sorunlar arasında yer almaktadır.

Tarım konulu haberler, çiftçiler, siyasetçiler, bilim insanları, sivil toplum kuruluşları arasında bilgi alışverişine olanak sağlamaktadır. Dijitalleşmenin yarattığı bilgi bolluğu içerisinde doğru bilgiye ulaşma zorluğu tarım konulu haberlere olan ihtiyacı öne çıkarmaktadır. Tarım haberciliği ile tarım alanında güvenilir, bilimsel bilgilerin yayılması ve tarım alanına ilişkin konularda kamuoyu oluşturulması amaçlanmaktadır (Budak, 2023, s. 30). Bu noktada da medya ve daha özelinde de tarım haberciliği önem kazanmaktadır.

Tarım Haberciliği ve Tarım Temalı Haberciliğin Ortaya Çıkışına Genel Bir Bakış

Tarım haberciliği; “*tarladan sofraya veya çiftlikten çatala kadar uzanan tarım ve gıda sistemi hakkındaki haber ve bilgileri, yazı ve röportajları yayımlamanın yanı sıra bu alanda bilgiye dayalı analiz yapma üzerine odaklanan habercilik türüdür*” (Uğural, 2022). Aynı zamanda tarım haberciliği; tarım alandaki teknoloji ve yeniliklerin çiftçilerin arasında yaygınlaşmasını (Yaseen vd., 2019, s. 289) ve farklı sorunlarda çiftçileri çözüme yönlendirerek tarımda sürdürülebilirlik sağlamayı teşvik eden (Rust vd., 2021, s. 753) bir araçtır.

Tarımsal üretim ve tüketim, tarımsal yenilikler, beslenme ve gıda gibi konularda halkın doğru bilgiye ulaşabilmesini sağlamak hedeflenmektedir. Ayrıca çiftçilerin tarımsal üretime ilişkin kararlarında rehber vazifesi gören tarım haberciliği, çiftçilerin veya tarımda çalışanların sorunlarının gerekli mercilere aktarılmasında ve çözümünde de önemli yere sahiptir. Tarım haberciliği geleneksel bilgilendirme ve eğitim görevlerine ek olarak kaynakların kalkınma hedeflerine uygun olarak kullanımını sağlamak gibi bir sorumluluğu da yüklenmektedir.

Tarım haberciliği, toplumun sağlık ve refahını doğrudan etkileyen bir habercilik türüdür. Doğru ve zamanında iletilen tarımsal bilgiler; bireylerin tarımsal üretim ve tüketim alışkanlıklarının biçimlenmesinde önemli bir yere sahiptir. Özellikle sosyal medya mecralarında tarım ve gıda konularında gerçeği yansıtmayan haber ve yorumların hızla yayılmasının önüne geçebilmek amacıyla tarım konusunda uzmanlaşmış kişilerin hazırlamış olduğu haberler önem kazanmaktadır. Konuya ilişkin olarak Tarım Gazetecileri ve Yazarları Derneği (TAGYAD) Başkanı İsmail Uğural şunları söylemektedir:

“Tarım gazeteciliği sadece iyi gazeteciliktir, başka bir deyişle, bir haber için doğru bilgi almak, gerçekleri kontrol etmek ve değerlendirmek, karşı görüşleri dengeli bir perspektife sokmak, bağımsızlığı ve nesnelliliği korurken hikâyeyi açık ve özlu bir şekilde yazmak... Bununla birlikte, tarım gazetecileri bilim, teknoloji, piyasalar, sağlık riskleri ve gıda sistemi için kamu politikası gibi alanlarda ek uzmanlık bilgisine ve ilgili kaynaklara sahip olmak, daha doğrusu bütün bu konularda yeterli ve gerekli bilgiye ulaşmak için ciddi çaba harcamak zorundadır” (Uğural, 2022).

Tarım haberciliğinin kökenleri ABD’de 1792 yılında yayınlanan Farmer’s Almanac ve 1819 yılında yayınlanan American Farmer dergilerine uzanmaktadır. Daha sonraki iki asırlık zaman içerisinde tarım haberciliği ilk zamanlarda üretici, yetiştirici ve kırsal bölgelerde yaşayanlar için bilgiler üretirken, artık daha geniş bir gruba, çevrim içi yayınlar aracılığıyla ulaşmaya başlamıştır (Irani & Doerfert, 2013, s. 6). Iowa Eyalet Üniversitesi’nin 1905 yılında ilk tarım gazeteciliği derslerini ve 1920 yılında tarım gazeteciliği alanında lisans düzeyinde eğitim veren ilk kurum olduğu bilinmektedir (Ergeç, 2022, s. 2704). Bu bağlamda da tarım haberciliğinde tarihsel süreç içerisinde ABD’nin (Amerika Birleşik Devletleri) baskın bir rolünün

olduğu görülmektedir. Öyle ki 1908 yılında ABD’de toplam tirajı 15 milyonu aşan 458 adet tarım gazetesi yayınlanmıştır. Sonraki süreçte ise ABD’de Ag Web, Farm Journal, Progressive Farmer, The Agriculture Magazine, Modern Farmer, Successful Farming, American Farm Bureau Federation, Ag Week, All Ag News; Avrupa’da EurActiv; gibi haber kuruluşları tarım alanı ile ilgili yayınlar yapmıştır. Tarım haberciliği konusunda diğer öne çıkan bir ülkede Hindistan’dır. Hindistan’da 1859 yılında tarımsal gazetecilik örgütlenmelerinin izlerine rastlanmakla birlikte The Times of India, The Hindu, The Business Line, United News of India gibi yayın organlarının 1970’li yıllardan itibaren çiftçilere tarımsal raporlar sunduğu belirtilmektedir (Budak, 2023, s.31).

Tarım haberciliği, kurumsal çerçevede ve küresel düzeyde çalışmalara ilk defa 1956 yılında Kanada’da kurulan Uluslararası Tarım Gazetecileri Federasyonu (IFAJ) ile başlamıştır. Ülkemizde ise 2012 yılında Ankara’da kurulan TAGYAD tarım, gıda ve ormancılık sektörüne yönelik ulusal bir dernek konumundadır (Uğural, 2022).

Tarım haberciliğinin ülkemizde de haber ve bilgilendirici nitelikteki içeriklerle ilk defa dergicilik alanında ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Osmanlı Devleti’nde dönemin en önemli ekonomik faaliyetlerinden biri olan tarımla ilgili olarak 1880 yılında bir veteriner olan Mehmet Ali Bey ve arkadaşları tarafından ilk ziraat ve veterinerlik dergisi olan Vasıta-ı Servet çıkarılmaya başlanmıştır (Kadioğlu, 2004, s.39). Dergide çiftçilik, bahçe tarımı, bağcılık, bitki ve hayvan hastalıkları, arıcılık, büyük ve küçükbaş hayvancılık ile ilgili konularda yazılar yayımlanmıştır.

Takip eden yıllarda kimisi özel şahıslar tarafından kimisi de ilgili bakanlıklar tarafından olmak üzere; Ziraat Gazetesi, Ziraat Hayatı, Orman ve Maâdin ve Ziraat ve Baytar Mecmûası, Umûr-ı Nafia, Osmanlı Terakki-i Ziraat, Osmanlı Ticaret ve Ziraat Gazetesi, Halkalı Ziraat Mekteb-i Âlisi Mecmuası, Felâhat, Resimli Çiftçi, Resimli Ziraat Gazetesi, İkramiyeli Ziraat Gazetesi, Toprak, Ziraat ve Sınat Tercüme-i Fünun Odaları Mecmuası, Ticaret ve Ziraat Nezareti Mecmuası, Ekinci, Bağçevan, Çiftçiler Derneği Mecmuası, Yeni Ziraat Gazetesi gibi dergiler yayınlanmıştır (Demir, 2014, s. 385). 1980 lerden günümüze kadar ise Hasad, 4Mevsim, Türk Tarım Orman Dergisi, tarlasera, Agro World, Harman Time, Çiftlik, Tarım Türk Dergisi, Tarım Gündem gibi tematik dergiler yayınlanmıştır.

Kırsal kesimde yaşayanlara yönelik radyo yayınları ise, ilk olarak ziraatçi Ali Rıza Uluçam tarafından hazırlanan “Ziraat Takvimi Saati” adıyla 1941 yılında başlamıştır (Koç, 2012, s.80). Türk çiftçisinin durumu, mevsimin tarımsal özellikleri, sebze ve meyvecilik, tarla ziraatı, ekim-dikim gibi konularda bilgilere yer verilmiştir. Bölümlerden birinde de ceviz ağacıyla ilgili hurafeye değinilmiştir:

“Devletin iyi gören gözü imdada yetişti. İcra Vekilleri ceviz ağacı ihracını meneden bir kararname çıkardı. Ceviz kurtuldu. Halkımızda yanlış bir kanaat vardır; cevizi diken ölür derler, böyle değildir. Cevizi diken elbet bir

gün ölecektir. Fakat hem kendisi hem de çocukları ve onların çocukları meyvelerini yiyecek fayda görecektir” (Okur, 2019, s.109).

Takip eden dönemde Tarım Bakanlığı ile yapılan iş birliği sonucunda İstanbul Radyosunda Cemalettin Şenocak tarafından hazırlanarak yayınlanan genellikle hükümetin köy ve köylülerle ilgili çalışmalarının anlatıldığı Köyün Saati adlı program, 1959 yılında Günaydın, 1963 yılında Ocakbaşı, 1966 yılında ise Köy Odası isimli programlar yayınlanmaya başlanmıştır.

Televizyonda ise Köy Meydanı, Köy Kahvesi, Kadın Ana adlı programlar ilk yayınlanan tarım programları arasında yer almıştır. Yine 1980’li yıllardan sonra da Toprağın Sesi, Köyden Köye, Bizim Eller, Tarım Takvimi, Köyden Kentten, Sabahın Getirdikleri, Akşamın Getirdikleri, Köyümüz Kasabamız ve Köyümüzden Mektup Var, Gündoğarken, Tarım ve Geleceğimiz, Türk Tarımı ve AB gibi programlar yayınlanmıştır (Çavdar, 2009, s.580).

Günümüzde sadece tarım konusunda yayın yapan Çiftçi TV, Toprak TV, Bereket TV, TAGYAD TV, Tarım Toprak, Tarımdan Haber, Tarım Pusulası, Köyden Haber, Tarım Türk TV-Tarımsu TV, Agro TV, Köy TV gibi tematik televizyon kanalları da bulunmaktadır. Bir tarım ülkesi olarak, tarımın sürdürülebilir olmasında medyanın önemli bir rolü vardır. İyi ya da kötü uygulamaların haberleştirilmesi tarım sektörünün gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Tarım gazeteciliğinin gelişimine dair açıklamalarda bulunan TAGYAD Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Uğural, tarım gazeteciliğinin dünyada ekonomi gazeteciliğinin dışına çıktığını, ayrı bir alana sahip olduğunu ve gazetecilikte yeni bir uzmanlık dalı olarak gelişim gösterdiğini belirterek şunları söylemiştir: “*Bütün arzumuz Türkiye’de de aynı gerçeklik doğrultusunda tarım gazeteciliğini doğru habercilik, bilgiye dayalı analiz, bilgi kirliliğinin dışında ve bilimsel bilgi üzerine inşa edilmiş hem bilgi hem fikir sahibi tarım gazetecilerinin mesleki faaliyet gösterdiği bir boyut yaratmaktır*” (Sonsöz, 2022).

Küresel olarak tarım haberciliği her geçen gün önem kazanmaktadır. Tarım haberciliğinde ajite edilmiş ve popülist biçimlerin aksine bilimsel bilgiye ve güncel verilere dayalı analizler ile desteklenen habercilik anlayışının ortaya konulması ve bu sayede toplumun bilinçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Ancak yapılan bir araştırmada, medyada verilen haberlerde genellikle tarım alanında emek verenlere iç sayfalarda ve mağdur temsiliyle yer verildiği, haberlerde acıma duygusunun ön plana çıkarıldığı görülmüştür. Görsellerde genellikle çadır, baraka, tarım işçisi, çocuk işçilerin kullanılmakta, tarım işçileri sıklıkla yoksullukla özdeşleştirilmiştir (Nuh, 2019, s.73).

Günümüzde tarım haberciliğinin nitelikli bir biçimde yapılmasının önünde; uzmanlaşma eksikliği, tarımın siyaset, ekonomi gibi konuların gerisinde kalması, ekonomi-politik yapının hükümet ve işletmelere yaklaşım onların söylemini meşrulaştırması, kırsal kesimde yaşayanların bilgi ve teknolojiye erişiminin sınırlı

olması, tarım haberlerinin bilimsel bir biçimde verilememesi gibi sorunlar bulunmaktadır (Budak, 2023, s. 34).

Dijital Platformlarda Tarım Haberciliği

Medya yüklendiği misyon gereği geniş kitlelere hitap edebilme gücüne sahiptir ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile toplum üzerindeki etkisini arttırmaktadır. Zaman ve mekân sınırını kaldıran internet ile birlikte habercilikte dönüşüm süreci başlarken, enformasyonun küresel düzeyde yayılma hızı artmıştır. Geleneksel habercilikten dijital haberciliğe geçiş ile birlikte haber üretim ve toplama pratiklerinden, iş yapış süreçlerine, haber merkezlerinin organizasyon yapısından haber içeriklerinin farklılaşmasına kadar bir değişim dalgası medyada yaşanmıştır. Ayrıca dijitalleşmeyle birlikte yazı, fotoğraf, animasyon, ses ve görüntü gibi unsurlar aynı ortamda verilebilmektedir. Bunun yanı sıra okuyucu haber tüketiminde etkileşimde bulunmaktadır. Haber içerisinde kullanılan hipermetinler ile okuyuculara etkileşimli bir okuma seçeneği sunulmaktadır. Yine dijitalleşme maliyetleri büyük oranda düşürmekte, sayfa sınırlamasını ortadan kaldırmaktadır. Okurların mobil cihaz kullanımlarının, internet ve sosyal ağlarda geçirdikleri zamanın artması da geleneksel medyanın dijitalle doğru kaymasına ve bu alana yatırımlar yapılmasında etkili olmuştur.

İlave olarak dijital haberciliğin haberlerin hızlı bir şekilde okuyucuya ulaşması gibi önemli bir avantajı bulunurken, diğer yandan haberin editör onayından geçmeden yayınlanması gibi nedenlerle güvenilirliğin azalarak bilgi kirliliğinin ortaya çıkması gibi önemli bir dezavantajı da bulunmaktadır. Öte yandan haber sitesi kurmanın maliyetinin ucuz olması nedeniyle bireyler de dijital haberciliğe yönelmiştir. Doğal olarak bu durum çeşitli sorunlara yol açmaktadır.

Haberciliğin dijitalleşmesi tarım medyasını da etkilemiştir. Pek çok medya kuruluşu dijital mecralarda tarım haberciliğine ilişkin yayınlar yapmaktadır. Sadece geleneksel ana akım değil tematik tarım haberciliği yapan yayın kuruluşları da dijital mecralarda faaliyet göstermekte, haberlerini çevrim içi olarak yayınlamaktadır.

Dijital platformlarda yayın yapan Tarımdan Haber, Tarlasera, Gıda Hattı, Tarım Pusulası gibi tematik haber siteleri de bulunmaktadır. Bu haber siteleri de tarım, gıda, üretim teknikleri, hayvancılık ile ilgili içeriklerini okuyucularla buluşturmaktadır. Yine Türk Tarım Orman Dergisi, Türk Telekom'a ve Turkcell'e ait olan platformlarda bulunan "e-Dergi" ile "Dergilik" mobil uygulamalarında yayınlanmaktadır (Tarım ve Orman Dergisi, 2020).

Haberciliğin dijital olarak yapıldığı mecralardan biri de podcast yayınlarıdır. İnternet bağlantısı, bir mikrofon ve kayıt cihazı olan herkesin bireysel olarak yapabileceği bir yayıncılık olan podcast, ana akım medyada yer bulamayan haberleri ya da haberlere ilişkin gelişmeleri de takipçilerle paylaşmaya olanak sağlamaktadır. Örneğin son dönemlerde Fransa'da yaşanan çiftçi protestoları bu podcastlerin konularından biridir. Yine Çiftçi TV beğenilen içeriklerini podcast olarak sunmaktadır.

Sosyal medyada haber paylaşımı için önemli bir platformdur. Özellikle Facebook, X, Instagram gibi sosyal medya platformları, haberin paylaşıldığı haber siteleri ve forumlar ile haberlerin çok hızlı bir biçimde paylaşılması, haberin çok sayıda alıcıya ulaşması, habere yorumların yapılması, vb. faktörler geleneksel medya şirketlerinin sosyal medya platformlarını daha etkin olarak kullanmaya başlamalarında etkili olmuştur (Sucu, 2020, s. 44). Bilgi ve teknolojinin çiftçiye en kolay ve çabuk biçimde ulaşmasında sosyal medya platformları aracılık yaparak önemli bir görev üstlenmektedir. Tarım haberciliği yapan İrfan Donat bu konuya ilişkin olarak şunları söylemiştir:

“Aslında sosyal medya platformları için bir nevi, çiftçinin dijital tarım teknolojisi ve yeni bilgilerle ön tanışma ve buluşma sahnesi diyebiliriz. Gözlemlerimden yola çıkarak söyleyebilirim ki çiftçiler açısından Facebook hala en çok kullanılan ve paylaşım yapılan mecraların başında geliyor. Üreticiler Facebook gruplarında kendi konularında bilgi alışverişi sağlarken yorum ve görüşlerini de paylaşmayı ihmal etmiyor. Aslında bu tür sosyal medya mecraları sayesinde çiftçiler kendi köylerinin dışına çıkarak Türkiye'nin hatta dünyanın farklı bölgelerindeki çiftçilerle iletişime geçerek gelişmelerden daha hızlı şekilde haberdar olabiliyor” (Donat, 2020).

Çiftçiler ayrıca teknolojinin kullanımına, ürünün teknik donanımına ilişkin sorularını da işletmelerin sosyal medya hesaplarından sorarak cevap alabilmektedir ya da bu işletmelerden aldıkları ürünleri kullanırken çekilen fotoğraf/videolarını, deneyimlerini paylaşabilmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın çiftçinin geleneksel ve bilindik uygulamaların dışına çıkma süresini kısaltarak kafalarındaki soru işaretlerini gidermede yardımcı olduğunu söylemek mümkündür.

BULGULAR

Araştırma

Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Sınırlılıkları

Yapılan çalışmada giderek daha stratejik bir önem kazanmaya başlayan tarım sektörünü konu alan haberleri gazete ve haber sitelerinin gündeme getirip getirmediğini, tarım sektörünün haberlere ne düzeyde/ne şekilde konu olduğunu ve toplumun bu haberlere göstermiş olduğu ilgiyi ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Ünal ve Dağdaş (2023) tarafından konuya ilişkin yapılmış olan çalışmada farklı ideolojilere sahip olan gazetelerin tarım haberlerine yaklaşımları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Bu çalışmada ise gazetelerin yanında haber sitelerinin tarım haberlerine yaklaşımı ele alınmıştır. Yine tarım haberciliğinin küresel düzeyde durumunu daha çok geleneksel medya düzeyinde inceleyen Budak (2023) tarafından yapılan çalışmadan ise; ülkemizde yayınlanan gazetelerin yanında haber sitelerinin tarım haberlerine yaklaşımlarını ele alması ve bu haberlerin kitlelere

daha etkin biçimde ulaşmasını sağlamak amacıyla X platformunu ne düzeyde aktif olarak kullandıklarını ortaya koymasıyla farklılık göstermektedir.

Bu araştırmada, önemli bir uzmanlık alanı olan tarım haberciliğinin medyada yeterli düzeyde temsil edilmediği hipotezinden hareket edilmiştir. Araştırmanın örneklemini Boomsocial sitesindeki veriler esas alınarak, X platformunda takipçi sayısı en fazla olan 10 adet gazete ve 10 adet haber sitesi oluşturmaktadır. 2013 yılında kullanıma açılan Boomsocial, markaların sosyal medyadaki varlıklarını takip ederek, karşılaştırmaya ve raporlamaya olanak sağlayan bir sosyal medya analiz platformudur. Araştırma kapsamında incelenen 10 adet gazete ve 10 adet haber sitesinin yayınladıkları tarım haberlerine erişilmiştir. Ayrıca bu haberlerin ilgili medya kuruluşunun X (Twitter) hesabından paylaşılıp paylaşılmadığı kontrol edilmiş ve yapılan paylaşımların aldığı etkileşim sayılarına ulaşılmıştır.

Araştırmada doküman analizi yöntemi ile veri toplanmıştır. Yazılı belgelerin içeriğini titizlikle ve sistematik olarak analiz etmek için kullanılan bir nitel araştırma türü olan doküman analizi (Kıral, 2020, s.175), elektronik (bilgisayar tabanlı ve internet üzerinden erişimli) ve basılı materyallerin incelenmesi ve değerlendirilmesi için sistematik bir işlemdir (Bowen, 2009, s.27). Doküman analizi ile araştırma konusuna ilişkin diğer kişi veya kurumlar tarafından hazırlanmış, yazılmış veya oluşturulmuş yazı, belge, yapım veya kalıntılar toplanarak incelenmektedir (Sak, vd., 2021, s. 230). Nitel araştırmalar, parçalı durumdaki sosyal gerçekliklerin bütüncül ve eleştirel biçimde irdelenmesinde yol göstermektedir (Budak, 2023, s. 54). Çalışmada ayrıca içerik analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Örnekleme oluşturan gazete ve haber siteleri tarafından, belirlenen tarih aralığında farklı kategorilerde yayınlanan tarım haberlerine ilişkin paylaşım sayılarının belirlenmesi için nicel çözümleme yapılmıştır. Nitel ve nicel araştırma yöntemiyle tasarlanan çalışmalarda kullanılan ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla iletişim çalışmalarında önem kazanan içerik analizi, “içeriğin çeşitli yönlerini sayarak ve/veya kodlayarak her türlü içeriği özetlemek için geliştirilen bir analiz tekniğidir” (Sallan & Nizam, 2021, s. 182). Bu teknik, “iletilerin açık olan içeriğinin nesnel ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla kullanılmaktadır” (Metin & Ünal, 2022, s. 275). Sayısal verilerin toplanarak incelendiği nicel veri çözümlemesi ise, *mevcut durum ve olgular hakkında bilgi sahibi olmak için sayısal değerlerin objektif ve sistematik bir şekilde gözlemlenerek ölçüldüğü ve yapılan ölçümlerin tekrarlanabildiği süreci kapsamaktadır* (Garip, 2023, s. 4).

İnceleme konusu gazete ya da haber sitelerinin hiçbirinde tarım kategorisinin bulunmaması nedeniyle; yaşam, hayat, gündem, güncel, ekonomi ve diğer sekmeleri altında yer alan tarım haberlerine erişilmesi araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

Bulgular

Tablo 1: X’de Gazetelerin Takipçi/Takip Ettiği Kişi veya Kurum Sayısı

Gazete Adı	X Takipçi Sayısı	X Takip Ettiği Kişi veya Kuruluş Sayısı
Habertürk	4.897.586	62
Hürriyet.com.tr	4.317.590	39
Sözcü	3.839.294	24
Cumhuriyet	3.571.188	10
milliyet.com.tr	2.581.289	23
Sabah	2.277.644	17
BirGün	2.117.527	16
Star	1.344.265	26
Yeni Şafak	1.106.314	37
Akşam	992.082	30

Kaynak: Boomsocial. (2023).

Tablo 1’ de görüldüğü gibi en fazla takipçisi olan gazete *Habertürk*’tür. Aynı zamanda *Habertürk*’ün takip ettiği kişi veya kuruluş sayısı da diğer gazetelerden fazladır. En az takipçisi olan gazete ise *Akşam Gazetesidir*. Takip ettiği kişi ya da kurum sayısı en az olan gazete ise *Cumhuriyet*’tir. Sosyal medyada fazla sayıda kişi ya da kuruluşu takip etmek haber kaynaklarının sayısını arttırmak, habere daha hızlı ulaşabilmeyi sağlamak gibi avantajlar sağlamaktadır. Bu bağlamda da *Habertürk*’ün sosyal medyanın avantajlarından diğer gazetelere göre daha fazla yararlandığı görülmektedir. Bu durum da takipçi sayısına yansımaktadır.

Tablo 2: X’de Haber Sitelerinin Takipçi/Takip Ettiği Kişi veya Kurum Sayısı

Haber Sitesinin Adı	X Takipçi Sayısı	X’de Takip Ettiği Kişi veya Kuruluş Sayısı
BBC News Türkçe	4.373.521	48
Odatv	2.010.902	10
T24	1.943.923	7
Diken	1.490.359	36
Haber 7	1.018.505	8
Sputnik Türkiye	1.008.018	15
soL Haber	900.147	13
duvaR	824.500	76
Kamudanhaber	766.088	350
Aykırı	709.817	12

Kaynak: Boomsocial. (2023).

Boomsocial sosyal medya ölçüleme sitesinden elde edilen veriler doğrultusunda X’de en fazla takipçisi olan 10 adet haber sitesi araştırma kapsamına alınmıştır. Tablo 2’de görüldüğü gibi en fazla takipçisi olan haber sitesi *BBC News Türkçe*’dir. Listede kendisinden sonra gelen *Odatv*’nin takipçi sayısınının 2 katından daha fazla takipçisi bulunmaktadır. Bu durumda etkili olabilecek önemli

faktörlerden birinin *BBC News Türkçe*'nin bazı yayınlarını indirilebilecek biçimde ya da podcast uygulaması şeklinde sunması olduğu düşünülmektedir. En fazla kişi veya kurumu takip eden ise kamu personeli haber sitesi olan *Kamudanhaber*'dir. Takip ettiği kişi veya kuruluş sayısının fazla olması habere erişim açısından her ne kadar avantaj sağlasa ve bu avantajlar etkin bir biçimde kullanılsa da takipçi sayısının düşük olmasının genel olarak kamuda çalışanlara hitap etmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. En az kişi veya kuruluşu takip eden haber sitesi *T24* tür. Ancak takipçi sayısı sıralamasında üçüncü sırada yer almaktadır. Bu durumun haber sitesinin muhalif yapısından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 3: Gazetelerin İnternet Sitelerinde Yayınlanan Tarım Haberi Sayısı ve Gazetelerin X Hesabından Paylaştıkları Tarım Haberi Sayısı (07.09.2023-16.09.2023)

Gazete Adı	Haber Sayısı	Haberlerin Verildiği	Yayınlandığı Kategori	Medya Kuruluşunun	Haberlerin Aldığı	Haberlerin Aldığı	Haberlerin Aldığı	Haberlerin Görüntülenme
Habertürk	14	2	yaşam (14)	-	-	-	-	-
hurriyet.com.tr	3	2	ekonomi(2), yaşam(1)	-	-	-	-	-
Sözcü	6	3	ekonomi(3), gündem (3)	6	182	200	668	187.000
Cumhuriyet	4	3	yaşam (2),	3	5	11	25	38.100
milliyet.com.tr	5	3	ekonomi (3), gündem (2)	1	-	1	3	6.382
Sabah	5	2	yaşam (3), ekonomi (1),	2	-	-	18	5.037
BirGün	4	4	güncel (3), ekonomi (1)	3	5	34	76	
Star	2	2	güncel (1), ekonomi(1)	1	-	-	6	5.755
Yeni Şafak	6	3	ekonomi (4), hayat (1),	5	8	32	233	25.518
Akşam	7	4	ekonomi (4), güncel (3)	3	-	-	6	2.092

Kaynak: Gazetelerin internet sayfaları ve Twitter Hesapları

Tablo 3'te yer alan 10 gazetede 10 gün içerisinde sadece 56 adet tarım haberi yayınlanmıştır ki bu haberlerin yaklaşık dörtte biri tarım sektörünün sorunlarını ya da bu sektörde yaşanan gelişim ve değişimleri yansıtmaktan uzaktır. En fazla takipçisi olan *Habertürk*'ün 10 günde yine en fazla sayıda (14 adet) tarım haberi yapan gazete olduğu görülmektedir. Ancak bu haberlerin hepsi "*Domates yetiştiriciliği ve püf noktaları: Domates yetiştiriciliği nasıl yapılır, kârlı mı?*" başlığı ya da bunun ceviz, keçiboynuzu, çilek, vb. ayrı versiyonlarını içeren başlıklarla yayınlanmıştır. Bu haberlerin hiçbirisi gazetenin X hesabından yayınlanmamıştır. X in daha çok anlık ve önem derecesi daha yüksek olan haberlerin paylaşıldığı bir mecra olmasının bu tür haberlerin paylaşılmasında etkili olduğu düşünülmektedir.

Tarım haberlerinin verilme sıklığı ise oldukça düşüktür. Gün olarak en fazla *Akşam* ve *BirGün* gazetelerinin (4 gün) tarım haberi verdiği görülmektedir. Diğer gazeteler ise 10 günlük süreç içerisinde 2 ya da 3 gün tarım haberi yapmıştır. Ana akım medya içerisinde yer alan bu gazetelerin hem haber sayıları hem de haberi verdikleri gün sayısı oldukça yetersizdir. Basılı versiyonlarda yer sıkıntısı, artan maliyetler gibi sebepler öne sürülerek bazı haberler yayınlanmazken, bu sorunların ortadan kalktığı dijital ortamda insanlığın geleceği için böylesine önemli haberlerin yayınlanmaması, medyanın toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket etmediğini göstermektedir.

En az haber yapan gazetelerden birinin ise *Hürriyet Gazetesi*'nin (3 adet) olması dikkat çekmektedir. Hem basılı hem de dijital ortamda faaliyet gösteren takipçi sayısı da oldukça yüksek olan gazetenin tarım haberlerine gereken önemi vermediği görülmektedir. Bu haberlerin yine hiçbirisi gazetenin X hesabından paylaşılmamıştır. Örneğin *Hürriyet Gazetesinde* yayınlanan haberlerden bir tanesi “*Türkiye’de 27 milyon hektar tarım alanı 23 milyonun altına düştü! Gözümüz gibi korumalıyız*” başlığıyla yayınlanmıştır. Sosyal medya platformlarının geleneksel medyaya nazaran haberin yayılmasında ve kitlelere ulaşmasındaki hızının çok fazla olduğu bilinmektedir. Buna rağmen, toplumun bilinçlenmesini ve toplumda farkındalık oluşturulmasını sağlayacak böylesine önemli bir haberin X hesabından paylaşılması dikkat çekmektedir. *Habertürk* ve *Hürriyet Gazetesi* dışındaki gazetelerin internet sayfalarında yayınladığı haberlerin hepsini olmasa da bir kısmını X hesaplarından paylaştıkları ve bu platformu nispeten daha aktif kullandıkları görülmektedir.

Araştırmaya konu olan gazetelerin internet sayfalarının hiçbirinde tarım kategorisi bulunmamaktadır. Bu nedenle tarım haberleri farklı sekmeler altında verilmiştir. En fazla haberin yaşam/hayat (21 adet) ve ekonomi (21 adet) sekmeleri altında paylaşıldığı görülmektedir. Bu haberlerin tarım sektöründe yaşanan gelişme ya da sorunları yansıttığı görülmektedir. Örneğin *Sabah* gazetesi tarafından yaşam kategorisinde “*Verim ve fiyat üreticiye ‘fıstık’ gibi dedirtti*” başlıklı haber verilirken, *Sözcü* gazetesinde ekonomi sekmesi altında “*Küresel gıda fiyatları yeniden düştü, Türkiye’de ise 36 aydır aralıksız artıyor*” başlıklı haber yayınlanmıştır. Sonrasında ise sırasıyla gündem/güncel (13 adet) ve diğer (1 adet) sekmeleri altında tarım haberlerinin verildiği görülmektedir. Gündem/güncel sekmesi ve diğer sekmesi altında verilen haberlerinde tarım sektörüne ilişkin gelişme ve sorunları yansıttığı görülmektedir. Gündem/ güncel sekmesi altında yayınlanan haberlere “*Bakan Yumaklı Sabah’a konuştu: Fiyatları etkileyecek üretim sıkıntısı yok*” (*Sabah*), “*11 bin 160 dekar araziye sulayan göletlerde su seviyesi alarm veriyor*” (*milliyet.com.tr*) başlıklı haberler örnek olarak verilebilir. Belirtilen tarih aralığında diğer sekmesi altında verilen tek haber ise *Yeni Şafak* gazetesinde yayınlanan “*Ata tohumundan üretiyorlar: Hem kurutup hem de taze olarak satıyorlar*” başlıklı haberdir.

İnternet sayfasındaki tüm haberleri X hesabından yayınlayan tek gazete ise *Sözcü*'dür. Gündem ve ekonomi kategorilerinde paylaşılan “*Kilosu 1 liraya düşen kavun, hayvan yemi olsun diye hasat edilmiyor*”, “*Gübre fiyatları altınla yarışıyor*” balıklı haberlerin yine tarım sektöründeki sorunları yansıttığı görülmektedir. X hesabından paylaşılan bu haberlerin aldığı etkileşim sayıları da diğer gazetelerin paylaşımlarına aldıkları etkileşim sayısına oranla yüksektir. Haberlerin daha hızlı yayılabilmesi ve duyulabilmesi için tüm tarım haberlerinin gazetenin X hesabından paylaşılmasında gazetenin muhalif yapısının etkili olduğu öngörülmektedir. Ancak şunu da unutmamak gerekir ki insanlığı tehdit eden sorunlarla ilgili bu tür haberlerin almış olduğu etkileşim sayıları sıradan bir magazin, spor, vb. haberin aldığı etkileşim sayısının yanında yok denecek kadar azdır. Örneğin 13 Eylül 2024 tarihinde *Sabah* gazetesinin yayınlamış olduğu “*İneğine doğum hediyesi taktı*” başlıklı haber 2 yorum, 5 retweet, 42 beğeni almış ve 13.300 defa görüntülenmiştir. Yine 12 Eylül 2024 tarihinde *Hürriyet* gazetesinde verilen “*İş görüşmelerinde tuz-biber testi. Bunu yapanlar işe alınmıyor...*” başlıklı haber 3 beğeni almış 9.374 defa görüntülenmiştir.

Diğer gazetelerin X platformunda yapmış oldukları tarım haberlerine yapılan yorum sayılarının oldukça az olduğu görülmektedir. Retweet sayıları da düşük olmakla birlikte yapılan yorum sayılarına göre yüksektir. Beğeni sayılarının ise yorum ve retweet sayılarına göre yüksek olduğu görülmektedir. Genel olarak görüntülenme sayıları diğer etkileşimlere nazaran fazla sayıdadır. Ancak yine de bu haber paylaşımlarının takipçilerde farkındalık düzeyinde bir etki oluşturduğu öngörülmektedir.

Tablo 4: Haber Sitelerinde Yayınlanan Tarım Haberi Sayısı ve Haber Sitelerinin X Hesabından Paylaştıkları Tarım Haberi Sayısı (07.09.2023-16.09.2023)

Haber Sitesinin	Verilen Haber	Haberlerin Verildiği	Yayımlandığı Kategori	Medya Kuruluşunun	Haberlerin Aldığı	Haberlerin Aldığı RT	Haberlerin Aldığı	Haberlerin Görüntülenme
BBC News Türkçe	-	-	-	-	-	-	-	-
Odatv	3	4	güncel (2), ekonomi (1)	2	143	788	3.084	572.200
T24	2	2	gündem(1), ekonomi (1)	2	11	91	173	61.800
Diken	-	-	-	-	-	-	-	-
Haber 7	9	5	yaşam (1), güncel (2)	-	-	-	-	-
Sputnik Türkiye	1	1	ekonomi	-	-	-	-	-
soL Haber	1	1	ekonomi	1	1	3	4	4.280
duvaR	2	2	güncel (2)	2	2	8	10	19.462
Kamudanhaber	-	-	-	-	-	-	-	-
Aykırı	1	1	ekonomi	2	48	22	130	42.800

Kaynak: Haber sitelerinin internet sayfaları ve Twitter Hesapları

Tablo 4’te görüldüğü gibi araştırma kapsamında bulunan 10 günlük süre içerisinde 10 tane haber sitesi toplamda 19 adet tarım haberi yapılmıştır. Bu haberler de güncel, ekonomi, gündem, yaşam kategorileri altında yayınlanmıştır. Ana akım medyada yayınlanan haber sayısının yaklaşık üçte biri kadar haber yapılmıştır. Çoğu muhalif olarak tanınan bu haber sitelerinin tarım sektörünün içinde bulunduğu çıkmaz hakkında haber yapmamaları dikkat çekmektedir. Haberlerin veriliş sıklığı incelendiğinde 10 günlük süreç içerisinde en fazla sayıda tarım haberi yayınlayan *Haber 7*’nin bu haberleri 5 günde verdiği görülmektedir. Ancak “*Çiftçilere mazot ve gübre destek ödemeleri*”, “*Bakan Yumaklı: TİGEM, hububat hasadı rekoru kırdı*” başlıklarıyla tarım sektöründe yaşanan gelişmeleri haber yapmasına rağmen *Haber 7* sitesinin de bu haberlerin hiçbirini X hesabından paylaşmadığı görülmektedir.

Yine *Sputnik* de web sayfasında 1 adet haber yayınlamış ancak X hesabından haber yayınlamamıştır. Bu haber sitelerinin tarım haberlerinin hızla yayılması için X platformunun nimetlerini değerlendirmedeği görülmektedir.

En fazla takipçi sayısına sahip olan *BBC News Türkçe*’nin yanında *Diken* ve *kamudanhaber* siteleri de hiçbir tarım haberi yapmamıştır. Tıpkı en fazla takipçisi olan gazetelerin X platformundan paylaşım yapmamasına paralel olarak en fazla takipçisi olan haber sitesi olan *BBC News Türkçe* ve adı geçen diğer haber siteleri de X hesaplarından da ilgili tarih aralığında herhangi bir tarım haberi paylaşmamıştır. Ancak *kamudanhaber* sitesi ağırlıklı olarak kamu personeline ilişkin haberler yayınlamasıyla diğer haber sitelerinden ayrılmaktadır. Tarım haberlerini yayınlamaması temasına uygun haberleri tercih etmesinden kaynaklandığı öngörülmektedir. Adı geçen takipçi sayıları yüksek diğer haber sitelerinin tüm dünyayı tehdit eden gıda sorunu, tarım arazilerinin giderek azalması, vb. sorunları duyurması beklenirken, sosyal sorumluluklarını yeterli düzeyde yerine getirmediikleri görülmektedir.

T24 ve *soL* haber sitelerinin ise az sayıda haber yayınlamalarına rağmen tüm haberleri X platformunda paylaştıkları görülmektedir. *Aykırı* ise diğer gazete ve haber sitelerinden farklı olarak sitesinden sadece 1 adet tarım haberi paylaşırken X hesabından 2 adet tarım haberi paylaşmıştır. Takipçi sayısının yüksekliğine paralel olarak paylaşımlarına en fazla etkileşimi alan haber sitesi ise yayınladığı “*Çiftçi, tarımın durumu soğan örneğiyle gözler önüne serdi*”, “*Görüntüleri ortaya çıktı... Türk fıındığına darbe vuracak hamle*” gibi haberlerle *Odatv*’dir. Ayrıca *Odatv* aynı haberi ertesi gün tekrar vermiş başka bir gün de retweet etmiştir. Haberlerin tekrar edilmesi takipçilerinin farkındalık düzeylerinin artmasında ve konunun unutturulmamasında oldukça etkilidir.

Haber sitelerinde yayınlanan tarım haberlerinin en fazla ekonomi (10 adet) kategorisi altında yer aldığı görülmüştür. Ardından sırasıyla gündem (8 adet) ve yaşam (1 adet) kategorileri altında tarım haberleri paylaşılmıştır. Bu tür haberlerin ağırlıklı olarak ekonomi kategorisinin altında yer bulması, tarımın daha çok ekonomik-politik bir

sektör olarak konumlandırılmasından kaynaklandığı öngörülmektedir. Ayrıca incelenen haber sitelerinin konuya ilişkin paylaşmış olduğu haberlerin tarım sektöründe yaşanan sorunları yansıttığı görülmektedir. Örneğin; “30 yılda 4 milyon hektarın üzerinde arazi tarım dışına çıkarıldı”, “Dünyada gıda fiyatları son bir yılda yüzde 11,8 gerilerken, Türkiye’de yüzde 73,6 arttı” başlıklı haberler incelenen haber sitelerinin yayınladığı haberler arasında yer almaktadır.

Daha az sayıda tarım haberi paylaşımlarına rağmen (*soL haber* 1 adet, *Odatv-T24- duvaR* ve *Aykırı 2*’şer adet) diğerleri X platformundan paylaşan haber sitelerinin aldığı etkileşim sayılarının incelenen gazetelerin aldığı etkileşim sayılarından fazla olduğu görülmektedir. Bu durum haber sitelerinin bu platformda daha aktif ve etkili olduğunu göstermektedir. Yine haberlerin almış oldukları etkileşim sayılarından, bu haber sitelerinin takipçilerinin tarım haberlerine karşı daha duyarlı olduğu görülmektedir. Ancak 7 Eylül 2024 tarihinde *Odatv* tarafından X platformunda paylaşılan “*Avrupa basını Melis Sözen’in bu pozlarını yazdı...*” başlıklı tek bir haberin 202 yorum, 24 retweet, 349 beğeni ve 407.600 görüntülenme sayısına ulaşması, takipçilerin tarım haberlerine karşı yeterince duyarlı olmadığını göstermektedir.

Son zamanlarda tirajların düşmesi basın işletmelerinin faaliyetlerini sürdürmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle; kaybedilen okuyucuyu internet gazeteciliği faaliyetleri ile yeniden çekmek isteyen basın işletmelerinin okuyucunun ilgisini daha fazla çekebilecek siyaset, ekonomi, spor, vb. konularını içeren haberlere daha fazla önem verdikleri, daha az ilgi çekebilen tarım haberlerine ise sınırlı düzeyde yer verdikleri öngörülmektedir. Benzer biçimde haber siteleri de daha fazla takipçi kazanabilmek, daha fazla tıklanabilmek ve beğeni alabilmek için diğer haber türlerine nazaran tarım haberlerinden daha fazla yer vermektedir. Tarım haberlerinin almış olduğu etkileşim sayılarının yetersizliği bu haberlere okuyucunun ilgisinin düşük olmasının bir göstergesidir. Söz konusu ilgisizliğin ise okuyucuların tarım sektörünün giderek küçülmesinin yakın gelecekte insanlığın yaşamını tehdit edebilecek önemli bir sorun teşkil edeceğinin bilincinde olmamalarından kaynaklandığı öngörülmektedir.

SONUÇ

Tarım insanların yaşamını devam ettirebilmesi için vazgeçilmez bir faaliyet alanıdır. Ayrıca ülkenin iktisadi gelişimi için de önemli bir yere sahiptir. 2050 yılına kadar dünya nüfusunun 9 milyarı geçeceği, şehirleşme oranının yaklaşık %70'lere çıkacağı öngörüsü de tarımın stratejik önemini ortaya koymaktadır (Tarım Kredi Kooperatifi, 2020) Ülkemizde tarım sektörünün gelişebilmesi, üretimin artırılması ve tarımsal ürünlerin kalitesinin iyileştirilmesi için önemli unsurlardan biri de; çiftçilikle uğraşanların daha bilgili hale gelmesini sağlamak ve çiftçiyi teknolojiyi kendi arazisinde uygulayabilecek pozisyona getirebilmektir. Bu durum, çiftçilere

güncel bilginin verilmesini sağlayabilecek faktörlerden birisi olan tarım haberciliğini daha da önemli bir konuma yerleştirmektedir. Enformasyon çiftçiler için hayati öneme haiz bir kaynak olduğundan, gerekli enformasyona sahip olmayanlar ilgili diğer kaynakları da verimli bir şekilde kullanamazlar. Enformasyon gübrelemeden sulamaya, üretimden ve girdi kullanımında riskin azaltılmasına kadar tarımsal üretim üzerinde etkilidir (Özçatalbaş, 2014, s. 124).

Tarım haberciliği, farklı coğrafyalardaki tarım politikaları ve uygulamalarını, tarım sektörünün sorunlarını konu edindiğinden dolayı yerel ve küresel düzeyde önemli bir habercilik türüdür. Önümüzdeki yıllarda tarım haberciliğinin çevresel sürdürülebilirlik, sürdürülebilir tarım teknolojileri, tarımsal teknolojilerinin etik kullanılması vb. alanların öne çıkmasıyla daha da önem kazanacağı açıktır. Tarım habercilerinin hem topluma hem de çevreye önemli sorumlulukları bulunmaktadır. Bu bağlamda da haberlerini doğruluk ve tarafsızlık ilkeleri doğrultusunda hazırlamaları, bilimsel gerçekleri aktarmaları, tarım politikalarının toplum ve çevre üzerindeki etkilerini ortaya koymaları, tarımda kullanılan teknolojilerin etkilerini analiz etmeleri ve her türlü çıkar çatışmalarından uzak durmaları gerekmektedir. Aynı zamanda bilgiyi anlaşılır biçimde aktarmaları, bilimsel araştırmaların sonuçlarını toplumun anlayabileceği sade bir dille sunmaları beklenmektedir.

Özellikle yaşanan pandemi süreciyle birlikte toplumun dikkati gıdanın tedarik edilmesi, hijyeni ve sürekliliği konularına yönelmiştir. Bu durumun etkisiyle tarım ve gıda konuları medyanın gündeminde eskiye nazaran daha fazla yer bulmuş olsa da yetersizdir. Konusunda uzman tarım muhabiri veya yazarının sayıca az olması, ticari kaygılarla ekonomi, politika, spor gibi alanların daha önemli görülmesi ve gerekli ekipman ya da muhabirin başka haberlere gönderilmesi medyanın böylesine önemli bir alanı geri plana düşürmesinde etkili faktörler olduğu düşünülmektedir. Ajite edilmiş, popülist biçimlerde değil, bilimsel bilgiye ve güncel verilere dayalı analizler ile desteklenen habercilik anlayışı ile toplumun bilinçlendirilmesinin amaçlanması gerekmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen gazetelerin web sayfalarında yer verdiği tarıma ilişkin haberlerin sayısının oldukça az sayıda olduğu görülmektedir. Ayrıca gazete ve haber sitelerinin araştırma kapsamındaki tarih aralığında her gün düzenli olarak tarım haberi yayınlamadığı görülmüştür. En fazla takipçi sayısına sahip olan *Habertürk* ve *Hürriyet* gazetelerinin sitelerinde yayımlanan tarım haberleri X platformunda paylaşılmamıştır. Yine en fazla takipçi sayısına sahip olan *BBC News Türkçe* ile *Diken* ve *kamudanhaber* siteleri hiçbir tarım haberi yapmamıştır. Takipçi sayısı en fazla olan gazete ve haber sitelerinin (yazılı basının dezavantajlarına sahip olmamalarına rağmen), konuya yeterince önem vermediği, geri plana ittiği görülmektedir. Özellikle haber niteliğindeki bilgilerin sıklıkla paylaşıldığı bir platformda yer, maliyet vb. kısıtlar olmamasına rağmen bu haberlerin paylaşılmaması dikkat çekmektedir.

X platformunda paylaşılan haberlerin aldığı etkileşimler de yine sınırlı sayıdadır. Haberlere yapılan yorum, retweet, beğeni sayılarının azlığı dikkat çekmektedir. Bu durumda toplumun konu hakkında yeteri kadar bilinçli olmadığını gözler önüne sermektedir. Küresel açlık krizinin kendisini giderek daha fazla hissettirmeye başladığı günümüzde medya kuruluşlarından sosyal sorumluluk anlayışıyla hareket etmeleri beklenmektedir. Bu bağlamda medyanın tarım sektöründe yaşanan gelişmeleri, sorunları, vb. topluma duyurabilmek ve toplumu bilinçlendirebilmek için düzenli biçimde tarım haberlerine yer vermesi gerekmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen gazetelerin web sayfalarında ve haber sitelerinde tarım kategorisi bulunmamakta, tarım sektörüne ilişkin içerikler gündem, güncel, ekonomi, yaşam gibi kategoriler altında verilmektedir. Tüm dünyada oldukça önem verilen tarım sektörüne ilişkin haberlerin yayımlandığı tarım kategorisinin halen bulunmaması önemli bir eksikliklerdir. “*Tarım konusu, çok izlenen popüler ticari medya içerikleri arasında kendine yer bulmakta zorlanmaktadır. Ancak bu içerikleri talep eden bir kitlenin yanı sıra, tarımın artan önemi, kamuoyunda konunun doğru bir biçimde tartışılmasını gerektirmektedir*” (Oğur, 2022, s. 7).

Tarım sektöründe görülen daralma bireylerin yaşamını zora sokacak boyutlara ulaşmaktadır. Bu bağlamda da medyadan tarım sektörünün sorunlarını topluma, yönetenlere duyurması beklenmektedir. Ancak tarımsal ekim alanlarının azalması ve bu azalmanın sürmesi, tarım arazilerinin bilinçsiz kullanımı, üretim girdilerindeki (gübre, tarım makineleri, mazot, vb.) maliyet artışı, çiftçilerin modern üretim araçlarına ulaşamaması, hayvan hastalıkları ile mücadelenin yetersizliği, vb. sorunlara ilişkin haberlerle medyada karşılaşmak oldukça enderdir. Bu araştırma sonucunda elde edilen veriler de toplumda farkındalık oluşturmada önemli sorumlulukları olan medyanın, tarım haberlerine yeterince yer vermediğini desteklemektedir.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Çalışma tek yazarlı olup, katkı oranı %100'dür ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Ağazade, S. (2018). Türkiye tarım sektöründe emek verimliliği ve istihdam ilişkisinin incelenmesi. A. G. Saygın ve M. Saygın (Ed.). *Türkiye’de Tarım Politikaları ve Ülke Ekonomisine Katkıları Uluslararası Sempozyumu (12-14 Nisan 2018) Bildirileri* içinde. (ss. 273-286). Şanlıurfa: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.

Akşam Gazetesi. <https://aksam.com.tr>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Akşam Gazetesi. <https://twitter.com/Aksam>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Altın, E. (2022). Tarım gazeteciliği branşı geliştirilmeli ve yaygınlaştırılmalı. <https://sonsoz.com.tr/haber/16059124/tarim-gazeteciligi-bransi-gelistirilmeli-ve-yayginlastirilmali>. (Erişim Tarihi:15.02.2023)

Anadolu Ajansı (2021). <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turkiye-findik-kiraz-incir-kayisi-ayva-ve-hashas-uretiminde-dunyada-birinci-sirada/2277996#:~:text=Ankara,d%C3%BCnyada%207'nci%20s%C4%B1rada%20bulunuyor> (Erişim Tarihi:25.02.2024)

Aykırı. <https://www.aykiri.com.tr> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Aykırı. X (Twitter). <https://twitter.com/aykirimtr> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Bianet. (2021). <https://bianet.org/haber/iklim-haberlerinde-veri-iklim-davalari-iklim-krizi-ve-tarim-243361>. (Erişim Tarihi:17.05.2024)

BBC News Türkçe. <https://www.bbc.com/turkce>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

BBC News Türkçe. X (Twitter). <https://twitter.com/bbcturkce> . (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Birgün Gazetesi. <https://www.birgun.net> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Birgün Gazetesi. X (Twitter). https://twitter.com/BirGun_Gazetesi (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Boomsocial. (2023). <https://www.boomsocial.com/>. (Erişim Tarihi:07.09.2023)

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*. 9 (2). 27-40.

Budak, E. (2023). Tarım haberciliği: Küresel alan ve Türkiye'ye bir bakış. *Akdeniz İletişim*, 41, 27-46.

Cumhuriyet gazetesi. <https://www.cumhuriyet.com.tr>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Cumhuriyet Gazetesi. X (Twitter).<https://twitter.com/cumhuriyetgzt>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Çavdar, G. (2009). Tarımsal bilişim – Radyo ve televizyon. M.Akgül, E. Derman, U. Çağlayan, A. Özgüt (Ed.). *Akademik Bilişim'09 –Konferansı (11-13 Şubat 2009) Bildirileri* içinde (ss.577-587). Ankara: Nokta Matbaacılık.

Demir, K. (2014). Osmanlı'da ziraat gazeteciliğine bir bakış (1880-1923). *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(8). 385-401.

Diken. <https://www.diken.com.tr> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Diken. X (Twitter). <https://twitter.com/DikenComTr> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Direk, M. (2012). *Tarım tarihi ve deontoloji*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Doğan, Z., Arslan, S., & Berkman, A.N. (2015). Türkiye'de tarım sektörünün iktisadi gelişimi ve sorunları: Tarihsel bir bakış. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (1). 29-41.

Donat, İ. (2020). *Çiftçinin sosyal medya ile imtihanı*. <https://www.bloomberght.com/yorum/irfan-donat/2270489-ciftcinin-sosyal-medya-ile-imtihanı> (Erişim Tarihi:23.05.2024)

DuvaR. <https://www.gazeteduvar.com.tr> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

DuvaR. X (Twitter). <https://twitter.com/gazeteduvar> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Ergeç, E. N. (2022). Tarım iletişim dersi; lisans müfredatı geliştirme önerisi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 9 (90), 2702-2710. <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.3410>

Garip, S. (2023). Sosyal bilimlerde nicel araştırma geleneği üzerine kuramsal bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Alan Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 1-19.

Habertürk. <https://www.haberturk.com> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Habertürk.X (Twitter). <https://twitter.com/Haberturk>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Haber7. <https://www.haber7.com> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Haber7. X (Twitter). <https://twitter.com/Haber7>(Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Hürriyet Gazetesi.<https://hurriyet.com.tr>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Hürriyet Gazetesi. X (Twitter). <https://twitter.com/Hurriyet>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Irani, T., & Doerfert, D. L. (2013). Preparing for the next 150 years of agricultural communications. *Journal of Applied Communications*, 97 (2). 6-13.

Kadıoğlu S. (2004). Ziraat ve sınaat tercüme-i fûnun odaları mecmuası üzerine bir inceleme. *Osmanlı Bilimi Araştırmaları*, 2, 39-61.

Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi, *SUSBID*, 15, 170-189.

Kamudanhaber. <https://kamudanhaber.net> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Kamudanhaber. X (Twitter). <https://twitter.com/kamudanhaber> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Kılavuz, E., & Erdem, İ. (2019). Dünyada tarım 4.0 uygulamaları ve Türk Tarımının dönüşümü, *Social Sciences (NWSASOS)*, 14 (4). 133-157.

Koç, N. (2012). Cumhuriyet'in ilk yıllarında radyo, *Cumhuriyet Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 8 (15), 69-102.

Metin, O., & Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (2), 273-294.

Milliyet Gazetesi. <https://www.milliyet.com.tr>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Milliyet Gazetesi X (Twitter). <https://twitter.com/milliyet>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Nuh, H. (2019). *Mevsimlik tarım işçilerinin Türk yazılı basınında sunumu*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Odatv. <https://www.odatv.com> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Odatv.X (Twitter). <https://twitter.com/odatv> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Oğur, O. (2022). Tarım haberlerinin yavaş medya kapsamında incelenmesi: Agro TV örneği. *Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 1-25.

Okur, A. (2019). *1927-1950 yılları arasında Türkiye'de radyo yayıncılığı*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Özçatalbaş, O. (2014). Yeniliklerin yayılması, tarımsal yayım ve danışmanlık. M.Sayı, E. Oruç, H. Günel, H. (Ed.). *Agricultural extension and consultancy*. 121-137.

Rust, N. A., Jarvis, R. M., Reed, M. S., & Cooper, J. (2021). Framing of sustainable agricultural practices by the farming press and its effect on adoption. *Agriculture and Human Values*. 38 (3).753–765.

Sabah Gazetesi. <https://www.sabah.com.tr> . (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Sabah Gazetesi. X (Twitter). <https://twitter.com/sabah>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4 (1), 227-250.

Sallan Gül, S., & Kâhya Nizam, Ö. (2021). Sosyal bilimlerde içerik ve söylem analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42 (1), 181-198.

soLHaber. <https://haber.sol.org.tr>

soL Haber. X (Twitter). <https://twitter.com/solhaberportali>

Sonsöz, (2022), “Tarım gazeteciliği branşı geliştirilmeli ve yaygınlaştırılmalı”. <https://sonsoz.com.tr/haber/16059124/tarim-gazeteciligi-bransi-gelistirilmeli-ve-yayginlastirilmali>. (Erişim Tarihi:15.04.2024)

Sözcü Gazetesi. <https://sozcu.com.tr> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Sözcü Gazetesi. X (Twitter). <https://twitter.com/gazetesozcu> . (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Sputnik Türkiye. <https://anlatilaninotesi.com.tr>.

Sputnik Türkiye. X (Twitter). https://twitter.com/sputnik_tr

Star Gazetesi. <https://www.star.com.tr> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Star Gazetesi. X (Twitter). <https://twitter.com/stargazete> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).

Sucu, İ. (2020). İletişimde yeni medyanın getirdiği değişimler, gazetecilik ve haber iletişimde dönüşüm. S. Gezgin ve H. Çiftçi (Ed.). *Dijital çağda değişen gazete ve gazetecilik* içinde (ss. 39-67) <https://iksadyayinevi.com/wp-content/uploads/2020/03/GAZETEC%C4%B0L%C4%B0K.pdf>. (Erişim Tarihi:15.04.2024)

Tarım Kredi Kooperatifi, (18.05.2020), <https://www.tarimkredi.org.tr/gundem/blog/tarim-icin-dijital-cozum/> (Erişim Tarihi:22.05.2024)

Tarım ve Orman Dergisi. (2020). *Dergimiz dijital platformlarda da yayında*, <http://www.turktarim.gov.tr/Haber/516/dergimiz-dijital-platformlarda-da-yayinda> (Erişim Tarihi:20.04.2024)

- Türk Dil Kurumu. (2024). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi:26.09.2023)
- Topal, R.Ş. (2010). Tarım sektörünün topluma karşı sorumlulukları. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (1), 1-31.
- TÜİK. (2022). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Donemsel-Gayrisafi-Yurt-Ici-Hasila-IV.-Ceyrek:-Ekim---Aralik,-2022-49664>. (ErişimTarihi:19.05.2024)
- Türkiye Bankalar Birliği. (Haziran 2023 Tarım Sektörü Raporu). s.12.https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/8960/Tarim_Sektor_Raporu_130723.pdf. (ErişimTarihi:19.04.2024)
- T24. <https://www.t24.com.tr> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).
- T24. X(Twitter). <https://twitter.com/t24comtr> (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).
- Uğural, İ. (2022), *Tarım gazeteciliğinin artan önemi*. <https://www.kgk.org.tr/tarim-gazeteciliginin-artan-onemi/>. (ErişimTarihi:26.03.2024).
- Ünal, M.A., Dağtaş, E. (2023). Tarım haberciliği üzerine eleştirel ekonomi politik bir değerlendirme: Cumhuriyet, Dünya ve Sabah gazeteleri örnekleri, *Electronic Cumhuriyet Journal of Communication*, 5 (1), 48-63.
- WWFRapor (2022). <https://wwftr.awsassets.panda.org/downloads/surdurulebilirtarm.pdf>. (ErişimTarihi:28.05.2024).
- Yaseen, M., Karim, M., & Luqman, M. (2019). Role of ggricultural journalism in diffusion of farming technologies. *Journal of Agricultural Research*. 57 (4), 289–294.
- Yeni Şafak Gazetesi. <https://www.yenisafak.com> . (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).
- Yeni Şafak Gazetesi. X (Twitter). <https://twitter.com/yenisafak>. (Erişim Tarihi: 07.09.2023-16.09.2023).
- Yıldırım, A.E. (2020). *Üretme tüket: İthalat-siyaset-rant kıskacında tarım*. İstanbul: Sia Kitap.