

# HABERLER VE GERÇEKLIK İLİŞKİSİ: BİR KAMU KURUMU HAKKINDAKİ HABERLER ÜZERİNE İNCELEME\*

## NEWS AND REALITY: AN ANALYSIS ON THE NEWS OF THE GOVERNMENT INSTITUTION

Araştırma Makalesi  
Research Paper

Suat ATAN\*\*  
Yusuf ÖZTÜRKÇİ\*\*\*

### Öz:

Organizasyonlar hakkında yayınlanan haberlerdeki tekrar eden gündemler bu organizasyonların kimliğini inşa etmektedir. Bu gündemler organizasyonun faaliyetlerin doğal sonucu olarak ortaya çıkabileceği gibi bu organizasyonun kendi halkla ilişkilerinden de kaynaklanabilir. Ancak esasen gündemi şekillendiren diğer taraf ise medyadır. Medya kuruluşunun haber haline getireceği konuların seçimi ile değerlendirilme şekli söz konusu gündemin nasıl algılanacağını belirleyen en önemli faktördür. Bu durumda salt gerçeklikten, bu gerçekliğin habere dönüşünceye kadar geçirdiği dönüşüm özel bir süreç oluşturmaktadır. Bu süreç gündem belirleme teorisinin ilgi alanına girmektedir. Bu teori ise medya, toplum ve gerçeklik arasındaki ilişkileri ele almaktadır. Bu çalışmada Türkiye'de çeşitli düzeylerdeki yatırımcılara kalkınma amaçlı hibe sağlayan kurumlardan biri olan ve sağladığı kırsal kalkınma desteklerinden ötürü yerel ve ulusal haberlerde sıkça yer bulan Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) haberleri analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında 4 farklı haber kaynağından derlenmiş 396 haber metin madenciliği adı verilen yöntemle analiz edilmiştir. Haberleri derleme ve analiz için Python ve R dilleri kullanılmıştır. Sonuç olarak kurumun sağladığı hibeler yardımıyla kurulan yeni işletmeler, bu işletmelerin tarımsal üretime katkısı gibi haberlerin yanında kurum tarafından gerçekleştirilen etkinliklerin de ele alındığı görülmektedir. Yayınlanan haberlerle kurumun ilan edilmiş misyonu ve yasal fonksiyonları arasında uyum olduğu görülmektedir. Bu çalışmada metin madenciliği metodolojisinin kullanımı ile haber analitiğinin nasıl gerçekleştirileceği TKDK özelinde incelenmiştir. Bu sayede metin madenciliğinin metodolojik yönlerinin ortaya çıkarılarak literatürde kronolojik olarak daha önceki içerik analizine göre benzer ve farklı yönlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İçerik Analizi, Metin madenciliği, Veri madenciliği, Yönetim Bilişim Sistemleri.

### Abstract:

The repeating agendas in the published news stories about the organizations build the identity of these organizations. A particular agenda may emerge as a natural result of the activities of the organization, but also as the results of this organization's own public relations efforts. The other side that shapes this agenda is the media. The choice of topic by the media organization and the way the topics are evaluated are the most important factors determining how the agenda is to be

\* Makale Geliş Tarihi: 26.11.2018

Makale Kabul Tarihi: 30.12.2019

\*\* Dr., Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu, Bilgi Sistemleri Koordinatörlüğü, suat.atan@tkdk.gov.tr, orcid.org/0000-0003-3170-0969

\*\*\* Dr., Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu, Van İl Koordinatörlüğü, yusuf.ozturkci@tkdk.gov.tr, orcid.org/0000-0002-9122-5007

perceived. In this case, the transformation from pure reality to the to news is the special process. form a special process. This process is of interest to the agenda-setting theory. This theory deals with the relations between media, society, and reality. In this study, the news about the Agriculture and Rural Development Support Agency (ARDSI) of Turkey. This institution is a payment agent for the European Union agricultural funds for Turkey. Within the scope of the study, 396 news scraped from 4 different news sources were analyzed by the method called text mining. As a result, it is seen that the agenda of the news are: new enterprises established with the grants distributed by the institution and the meetings and training realized by the institution. Moreover, it was found that the agenda of the news stories and the legal functions of the institution are similar.

**Keywords:** Content Analysis, Text Mining, Data Mining, Management and Information Systems

## GİRİŞ

Haber kelimesinin İngilizcesi olan “News” ifadesinin İngilizcede coğrafi yönlerin baş harflerinin (North, East, West, South) kısaltması olduğuna dair bir gönderme vardır (Stephenson, Reese ve Beadle, 2009). Gerçekten de haberler toplumun dört bir yanında gerçekleşmekte olan olguları değerlendirerek toplumsal algılar ve hafızayı şekillendirirler. 11 Eylül saldırıları sonrasında hava yolu taşımacılığına yönelik olumsuz algı Amerika'da yaşayan insanları kara yollarını kullanmaya yöneltmişti. Hava yollarının kara yollarına göre daha emniyetli olmasına rağmen medyada sürekli olarak 11 Eylül saldırılarının ele alınması nedeniyle bu yönelim bir süre devam etti. Bu dönemde trafik kazalarına bağlı olarak ortaya çıkan can kayıpları 11 Eylül saldırılarında ortaya çıkan can kayıplarından daha fazla olmuştur (Gigerenzer, 2014: 120). Bu vaka haberlerin toplum hafızası üzerinde yarattığı etkiyi gösteren önemli somut örneklerden biri olarak kabul edilmektedir. Haberler sürekli olarak yenilediğinden ötürü ortaya çıkan akış, ana gündemlerin sürekli olarak değişmesine neden olmaktadır. Ne kadar önemsiz olursa olsun, en son haberlerin gündemi, ne kadar önemli olursa olsun, önceki diğer haberlerin gündemlerini sürekli olarak değiştirir (Taras, 2015).

Haberler, toplumun algılarını yönlendirme gücüne sahiptir. Bu yönlendirme haber okuyucularının zaman zaman rasyonellikten de uzaklaştırabilir. Nüfus artışına bağlı olarak ekonomik ve sosyal iş bölümü arttıkça her geçen gün daha fazla farklı organizasyon, bu organizasyonlarla ilgili, yasal düzenleme ve özelleşmiş iş alanları ortaya çıkmaktadır. Gittikçe özelleşen ayrı alanların birbiri ile etkileşimi de artmaya devam etmektedir. Haberlerle ilgili tanımlardan biri de yapılar arasındaki fonksiyonlara vurgu yaparak haber kavramı için şu bakışı ortaya koymaktadır: Haber, bürokratik olarak yapılandırılmış organizasyonların ürünüdür (Berko-witz, 1997). Yapılar arasındaki bu etkileşim bilgi akışının çoğalmasıyla sonuçlanmıştır. Bu bilgi akışının en önemli unsurlarından biri haberlerdir. İnternet sayesinde haber kaynakları kadar haber sayıları da artmıştır. Hızla tüketilen ve tekrarlar olmadığında kolayca unutulmuş gündemlerin bulunduğu çağımızda aslında az sayıda olan gündemlerin açıkça görülebilmesi bu haber yığınlarının bütünsel olarak analizini ve sınıflandırmasını gerektirmektedir. Büyük veri ile ilgili olan “veri madenciliği” yöntemleri bu amaç için kullanışlı bir araçlardan biridir. Veri madenciliği metotları sadece sayısal verileri değil, haberlerde olduğu gibi salt metinlerden oluşan kaynakları da analiz etme kapasitesine sahiptir. Veri madenciliği yardımıyla haber

metinlerinin analizi "metin madenciliği" adı verilen özel bir alt alanı ortaya çıkarmıştır. Metin madenciliği özü itibariyle insanların okuyamayacağı çokluk ya da sıklıktaki haberlerin analiz edilebilmesine olanak vermektedir. Bu çalışmada ele alınan kamu kurumu hakkında çıkan haberler de metin madenciliği metotları ile analiz edilmiştir.

Haberleri incelenen TKDK, Türkiye ile Avrupa Birliği anlaşmaları çerçevesinde Avrupa Birliğinin desteklediği fonlarla özel kesime proje karşılığında hibe sağlayan bir kamu kurumudur. Bu hibelerle gerçekleştirilen tarım ve kırsal kalkınma yatırımlarının yerindelik ve uygunluğu, yatırımın başlatılmasından tamamlanmasına kadar kurum tarafından kontrol edilir. Yatırımın tamamlanmasından sonra da beş yıl boyunca bu yatırımların sürdürülüp sürdürülmediği izlenmektedir. Kurum, tarım, hayvancılık, arıcılık, meyve ve sebze üretimi, işlenmesi, pazarlanması ile kırsal alana hitap eden turizm ve enerji yatırımlarını çeşitli seviyelerde desteklemektedir. Kurum, teşkilatlanmasını müteakiben, anılan fonksiyonunu icra etmeye başlamadan önce Avrupa Birliğince akredite edilmiş ve faaliyetlerine başlamıştır. Kurumunun Avrupa Birliği ile ilişkiler çerçevesinde ortaya çıkan görece genç bir organizasyon olması ve faaliyeti itibariyle ekonomik hayatı doğrudan etkileyebilmesi nedeniyle medyada özellikle yerelde yapılan yatırımların ele alındığı haberlerde yer bulmaktadır. Bu haberlerde ele alınan gündemlerin ortaya çıkarılması ve bu gündemlerle faaliyetler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi yöntem kısmında ele alınmıştır.

Çalışmada haber ve gerçeklik ilişkisini ele alan teorik arka plan inceledikten sonra gündemlerin analizi kullanılan metin madenciliği alanı gözden geçirilmektedir. Daha sonra yöntem, değerlendirme ve bulgular bölümlerinde kullanılan yöntemin teknik ayrıntıları ile bu çalışmanın sonuçları değerlendirilmiştir. Araştırmacıların medya üzerine benzer incelemelerinde kullanabilecekleri metin madenciliği yöntemi bu çalışmanın yazına katkısını oluşturmaktadır.

## 1. TEORİK ARKA PLAN

Gündem belirleme teorisine göre medya, bir toplumda siyasi, iktisadi ve kültürel olguların nasıl algılanacağına karar verme gücüne sahiptir (McCombs ve Shaw, 1972). Bu güç sadece algı yönetimi ile sınırlı olmayıp Bignell'e göre neyin önemli olarak kabul edileceğini de belirleyebilmektedir (2002, s. 112) Bu etki, gerçeklik ile haberler arasındaki farklılıkları daha fazla tartışılır hale getirmiştir (Takeshita, 1997, s. 15). Gazetecilerin ve medya kuruluşlarının haber üretme sürecindeki alışkanlıkları bu farklılıkları ortaya çıkaran unsurlardan sadece biridir. Haber sağlayıcının etrafındaki dış aktörler de (sivil toplum, devlet vs.) bu unsurlardan bir diğeridir (Shoemaker ve Reese, 1996, s. 25). Öte yandan, haberler bu algıları oluşturma sürecini belirli bir dayanak gerçeklik olmaksızın sağlayamazlar. Herhangi bir dayanak gerçekliği olmayan haberler gündeme uzun süreli olarak etki gücüne sahip değildir. Örneğin ekonomi haberlerinde yansıtılan olumlu veya olumsuz özel bir durumun mevcut gerçek durumla ilgili bir destek olmaksızın kamuoyunda olumlu veya olumsuz bir beklenti yaratması olanaklı değildir (Lischka, 2016, s. 25).

Lischka'ya göre özellikle belirsizliğin yoğun olduğu ve haberlerinin takip edilebilir tek kaynak olduğu durumlarda haberler toplum üyelerinin en önemli bilgi kaynaklarından biri

haline gelir (2016, s. 22). Haberlerin toplum üzerindeki bu etkileri bilindikçe bu etkileri tahmin edebilmek için haberlerin bir bütün olarak ele alınmak suretiyle analizi de bir inceleme konusu haline gelmiştir. Haber analitiği olarak adlandırılan bu analiz ve çalışmalarda zaman zaman özellikle ekonomi ile ilgili haberlerin gelecek ekonomik koşulların tahminine yönelik bir araç olarak kullanılması da yaygınlaşmıştır (Kim, Jeong ve Ghani, 2014). Öte yandan, özellikle ekonomik krizlerin tahmin edilmesinde haberlerin başarılı olmadığını değerlendiren çalışmalar da bulunmaktadır (Lischka, 2016, s. 18). Nitekim haber metinleri genellikle geçmişte gerçekleşmiş olaylarla ilgilenmektedir. Haber tüketicileri olarak adlandırılacak olan okurlar haberlere göre çeşitli davranışlar ortaya çıkarabilir ya da pasif kalabilirler. Ancak gündem belirleme teorisi haberlerin birey ve toplumun davranış kalıplarında yaptığı değişiklikten ziyade bu haberlerin ortaya çıkardığı algıyı incelemektedir (Lischka, 2016).

Müşterileri, ortakları, borç verenleri ya da paydaşlarının haberlerden etkileneceklerini bildikleri için bazı organizasyonlar haklarında çıkan haberlerle özel olarak ilgilenebilirler. Bu organizasyonlar haklarında çıkan haberleri takip etmek için görevlendirilmiş kişiler veya özel medya takip merkezleri ilgili haberleri takip ederken kendi karşılaştıkları haberlerden kişisel perspektiflerine göre değerlendirmeler yapmaktadırlar. Kwartler'e göre bu durum hem ilgili organizasyona dair tüm haberler ana kütlesi içinden örneklem hatasına neden olmakta hem de bulunan haberlerin öznel değerlendirmelere konu olmasına neden olmaktadır (2017, s. 11). Örneklem hatasının ortaya çıkması çok olasıdır nitekim ana kütle olarak ele alınması gereken çok sayıda haberin sayısı ve dağılımı çoğu kez bilinmemektedir. İşte bu durumda da metin madenciliği metotları imkanlara bağlı olarak tüm ana kütleli analiz edebilecek kapasitesi ve insan bağımsız analiz süreçleri sağlamasıyla bu sorunu da ortadan kaldırmaktadır.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Yöntemsel Arka Plan

Okunamayacak miktar veya sıklıkta olan metinlerin içerikleri hakkında fikir elde etmeye olanak veren ve kelime sayısı, kelimeler arası ilişkiler, kelimelerin dokümanlar içerisindeki dağılımı gibi ölçütlere dayalı olarak analizlerin ortaya çıkarılmasına yardımcı olan veri madenciliği metotları "**metin madenciliği**" olarak adlandırılmaktadır. Metin madenciliği sistemleri, bir anahtar kelime listesi, bir olgu tablosu veya bir kavram grafiği gibi raporlar üretmek için dilbilimsel, semantik ve istatistiksel analiz yapan sistemlerdir (Burstein ve Holsapple, 2008). Bilişimsel olanakların sınırlı olduğu zamanlarda haberlerin analizi, haberlerin araştırmacılar tarafından bizzat okunarak değerlendirilmesi ile sağlanmaktaydı. Bu olanakların artması, ucuzlaması ve daha kullanışlı hale gelmesi ile özellikle haberlerin okunamayacak kadar çok olduğu durumlarda algoritmalar kullanılmaya başlanmıştır. Algoritmalar araştırmacıların emek ve zaman ile ilgili sınırlarını neredeyse tamamen ortadan kaldırmış okunarak değerlendirilmesi mümkün olmayacak kadar çok sayıda haberin incelenemesinin yolu açılmıştır. Bu ise metin madenciliği sayesinde olanaklı hale gelmiştir. Ancak halen, herhangi bir konuda çok miktarda haberi okuma ve analiz etme işlevi için yaygın ve kolay kullanımlı araçlar mevcut değildir. Bunun yerine araştırmacı-

nın bu analiz için R, Python veya benzeri bilgisayar programlama dilleri ile yeni bir yazılım veya çalışabilir kod betiği (*script*) hazırlaması daha sonra da elde ettiği sonuçları yorumlaması gerekmektedir. Bu hizmeti haricen sağlayan çeşitli firmalar da bulunmaktadır. Ancak metin madenciliği ile ilgili analiz kolaylığı halen temel istatistiksel metotlar kadar kolay değildir. Metin madenciliği sadece akademik amaçlar için değil kher türden organizasyonlar için de pratik bazı sonuçlar ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir. Metin madenciliği, yayıncılık ve medya, telekomünikasyon, enerji, bilgi teknolojileri, bankalar, sigorta şirketleri, finansal şirketler, siyasi kurumlar, hukuk, sağlık ve eczacılık gibi alanlarda etkin bir şekilde kullanılabilir (Bolasco, Canzonetti, Capo, Ratta-Rinaldi ve Singh, 2005, s. 323).

Literatürde kronolojik olarak metin madenciliği ile ilgili çalışmalardan önce ortaya çıkmış olan ve “**içerik analizi**” olarak adlandırılan yöntem de metinler üzerine odaklanmaktaydı. Halen de içerik analizi çalışmaları yayınlanmış haber, rapor, konuşma metni, köşe yazıları ve benzer içerikler araştırmacılar tarafından incelenerek bütünsel olarak yorumlanmaktadır. Bu bakımdan içerik analizi ve metin madenciliği metotlarının amaçları aynıdır. Başka bir deyimle uygulanış şekli farklı alanlarda farklı şekillerde ortaya çıksa da tüm içerik analizi yöntemleri aynı amaca hizmet etmektedir (Hodder, 1994: 171). İçerik analizinde bir metin koleksiyonundaki her bir dokümanın ya da daha da alt düzeyde her bir paragraf gibi bir metin parçasının ne hakkında olduğunun değerlendirilmesi için sınırlı sayıda ve önceden belirlenmiş etikete (kod) ihtiyaç vardır (Shalin, 2016, s. 176). Araştırmacılar bu kodları belirlerken içeriğe göre öznel değerlendirmeler yapmaktadır. İçerik analizi -bu nedenle- öznellik tehlikesi ile karşı karşıyadır (Penco, Profumo ve Scarsi, 2017, s. 8). Metin madenciliğinde ise hiçbir doküman veya metin parçasının elle etiketlemesi söz konusu olmadığından metin madenciliğinde böyle bir risk bulunmamaktadır. Ancak metin madenciliğindeki bu salt objektiflik insanlar tarafından yorumlama yapmaya dayanan içerik analizinin esnekliğine sahip değildir.

Metin madenciliğinde kullanılan en basit ölçütlerden biri metindeki kelimelerin sıklık (frekans) listeleridir. Bu listeler basitçe incelenen tüm haberlerde en sık görülen kelimeler ve bu kelimelerin görülme sayılarıdır. Hangi kelimenin sık geçtiğine dair basit listeleme bile metinler hakkında önemli bir özet bilginin ortaya çıkarılabilmesine yardımcı olmaktadır. Örneğin arama motorlarının kullanıcının aramasına göre “ilgili olan” sonuçları getirmesi bu temel mantığa dayanmaktadır. Bu durum herhangi bir araştırmacının bir metinde aklına gelen kavramları sorgulayarak saymasından farklıdır. Böyle bir durumda bir metin koleksiyonu ve bu koleksiyon içerisinde araştırmacının arama yapacağı kavramlar önceden bellidir. Oysa metin madenciliği metotlarında araştırmacının baştan sayımını yapacağı kavramlar belirli değildir. Bu kavramlar metin analiz edildikten sonra ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan sadece tek sözcükler değil, sözcük ikilileri (bigramlar) ya da daha fazla sayıdaki kelime öbeklerinin sıklıkları da analiz edilebilmektedir. Bu analizler N-gram analizi olarak nitelendirilmektedir. Bu sonuçlar tüm metin kütesinin adeta tek bir potada eritilmesi ile ortaya çıkan sonuçlar iken her metnin bağlı olduğu kaynak, doküman veya yazara göre ilişkilendirilerek analiz edildiği TF.IDF ölçütü ve (Shaalan, Hassanien ve Tolba, 2017, s. 169), doküman-terim matrisi (Imai, 2017, s. 194) gibi araçlar da mevcuttur.

Metin madenciliğin çok miktardaki metni analiz edebilme kapasitesi metin madenciliği ile ilgili algoritmaların tamamen insanların yerine geçebilecek bir değerlendirme aracı olarak algılanabilmesine neden olabilir. Bu algı metinler üzerindeki analizlerin sayısal sonuçlarının gerçeği açıkça yansıtılabileceğine dair eğilim de ortaya koyabilir. Analiz edilen metinlere göre bazen bu mümkün olabilmekle beraber bu durum her zaman geçerli değildir. Metin madenciliğinin gerçeği olduğu gibi ortaya çıkarması olanaklı değildir (Kwartler, 2017, s. 12). Bu nedenle bir metin madenciliği algoritması yardımıyla elde edilen sonuçlar ve grafiksel raporlar insanlarca değerlendirmeye muhtaçtır. Ancak bu durum bir zayıflıktan ziyade veri kütesinin büyüklüğü ile ilintili olarak bilgi çeşitliliğinin ve sapmaların da artmasından kaynaklanmaktadır. Coğrafi haritalarda ölçek büyüdükçe detayların gözden kaybolmaya başlamasına benzer bir biçimde anlam içeren metinler arttıkça ortaya daha fazla gündem çıkmaktadır. Burada ortaya çıkan özet kavramların hangilerinin esas gündemleri hangilerinin tali gündemleri oluşturduğu ancak haberlerin ortaya çıktığı gerçeklik düzleminin farkında olan insanlar tarafından belirlenebilir.

## 2.2. Araştırma Soruları

1. Kurum hakkında çıkan haberlerin zaman içerisindeki dağılımı nasıldır?
2. Bu dağılımın yığıldığı özel bir zaman dilimi var mıdır?
3. Haberlerin zamansal dağılımları ile kurumun faaliyetleri arasında ilişki var mıdır?
4. Haberlerin özellikle işlediği konular nelerdir ve bu konuların dağılımları nasıldır?
5. Kurum hakkındaki haberlerle kurumun mevzuatta tanımlı fonksiyonları arasında uyum mevcut mudur?

## 2.3. Sınırlılıklar

Haber metinlerinin derlenebilmesi için web derleme (*web scraping*) adı verilen bir metot kullanılmıştır. Bu metot bu amaçla kodlanmış özel bir algoritmanın belirtilen haber kaynaklarından belirli süre zarfında sistematik olarak haber çekmesine ve işlemesine dayanmaktadır (Dinov, 2018, s. 524). Bu işlem yapılırken bir haber kaynağının internette açık sunucusuna hazırlanan algoritma üzerinden sürekli olarak istek gönderilmektedir. Bu istek gönderilirken bazı sunucular *robot.txt* adı altında tanımlı paylaşım politikaları ile robotik isteklerini engelleyebilmektedir. Bu engelleme istemci bilgisayarın IP adresinin bloklanması gibi engellenmelerle de sonuçlanabilmektedir. Bu nedenle istenen her web sayfasından istenen miktarda içeriğin robotik olarak alınabilmesi olanaklı değildir. Böyle bir engeli bulunmayan dört adet haber kaynağından TKDK ilgili mevcut tüm haberler derlenmiştir. Kuşkusuz, internette çok daha fazla sayıda haber bulunmakta ve bu haberlerin toplam sayısı bilinmemektedir.

## 3. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Analizde kullanılan haber kaynakları: Akşam Gazetesi, Haberler.com, Sondakika.com ve Tarimdanhaber.com web sayfasıdır. Bu kaynaklardan toplam 396 adet haber, tarih ve

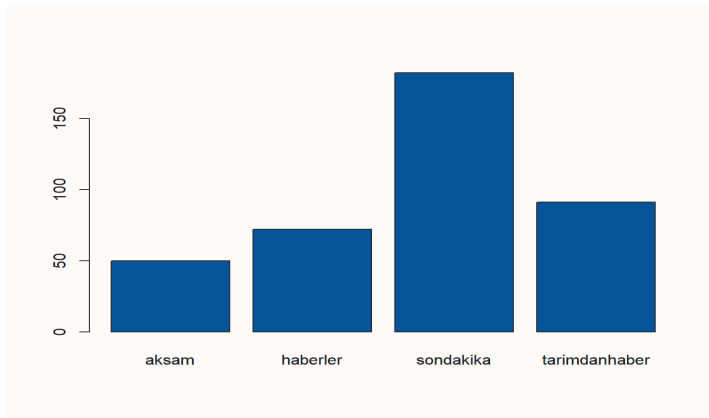
kaynakları ile birlikte yazılan web derleme aracı ile elde edilmiştir. Bu haber kaynaklarının ortak özelliği kodlanan web scraping tarafından gerçekleştirilen otomatize bağlantı talepleri sonucu içeriklerini engellemiyor olmalarıdır.

Metin madenciliği metotları ile analiz edilen ve, herhangi bir etiketleme yapılmaksızın hesaplanan ham kelime sıklıkları ise Tablo 1'de gösterilmektedir. Bu tabloda da hibe ve parasal tutarların ön plana çıktığı görülmektedir. Kurumla ilgili haberlerin her haber sitesi farklı düzeyde çıktığı görülmektedir. Bu haberlerin dağılımı Şekil 1'de gösterilmektedir. Buna göre TKDK ile ilgili en çok haber ensonhaber.com adresinde en az haber ise Akşam gazetesinde yayınlanmıştır.

Çıkan haberler düzenli olmaktan ziyade yıl içerisinde farklı zamanlarda artış ve azalışlar göstermektedir. Çıkan haberlerin Aynı şekilde 4 yıl içerisinde de dağılım düzenli değildir. 2015 ila 2018 dönemi içindeki aylara göre dağılımı Şekil 2'de gösterilmektedir. Buna göre dört yıl boyunca senenin son çeyreğinde senenin geri kalan dönemine göre daha fazla sayıda haber yayınlandığı dikkat çekmektedir.

**Tablo 1:** Kelime Sıklıkları (Algoritma kelime köklerine indiğinden bazı ifadelerin son birkaç karakteri mevcut olmayabilir)

Kelime	Frekans (Sıklık)
TKDK	139
Hibe	65
Lira(lık)	52
İl	25
Kırsal	23
Proje	20
Destegiyl	18
Kurdu	18
Yatırım	17



**Şekil 1:** Haberlerin Kaynaklarına Göre Dağılımı

Kurumun sağlayacağı hibeler için yılın çeşitli dönemlerinde dağıtacağı hibelerin bütçesi, kabul kriterleri, desteklenecek sektörler ve başvuruların kabul edileceği tarih aralıklarını ilan etmekte, ilgili başvuru tarihleri geldiğinde ise bu hibeler için başvuruları kabul ederek değerlendirmeye almaktadır. Bu başvurular kurum tarafından incelenerek hibe isteği kabul veya reddedilmektedir. Daha sonra kabul edilen başvurularla sözleşme imzalanmaktadır. İlgili özel veya tüzel kişiler yatırımlarını gerçekleştirdikçe hibe desteğini almaktadır. Yatırımların tamamı değil genellikle belirli bir oranı için hibe verilmekte kalan kısım ise ilgili yatırımcı tarafından karşılanmaktadır. Yatırım projesi kuruma bildirilen takvime göre yapılmakta, ortaya çıkan tesis veya yapılan modernizasyon sonrasında işletme kurumca izlenmeye devam edilmektedir. IPARD programı uygulanmakta olan bu programın genel adı olup bu kapsamda IPARD-1 ve IPARD-2 şeklinde iki dönem bulunmaktadır. Bu dönemlerde yapılan proje çağrıları, bütçeleri, ilan ve başvuru tarihleri Tablo 2’de görülmektedir. Bu takvim ve dağıtılan parasal tutarlar ile haberlerin yayınlanış tarihleri ve sıklıkları arasında ilişkiler bulunmaktadır.

**Tablo 2:** Proje İlan ve Başvuru Tarihleri

<b>IPARD I BAŞVURU ÇAĞRI TARİHLERİ</b>			
Çağrı Dönemi	İlan Tarihi	Toplam Destek Bütçesi (AB + TC)	Başvuru Tarihi
14.Çağrı	17 Nisan 2015	121.000.000 €	11 Mayıs-10 Haziran 2015
15.Çağrı	8 Ekim 2015	37.500.000 €	19 Ekim-04 Kasım 2015
<b>IPARD II BAŞVURU ÇAĞRI TARİHLERİ</b>			
1.Çağrı	8 Aralık 2015	229.079.198,99 €	25 Ocak-22 Nisan 2016
2.Çağrı	12 Haziran 2017	122.177.559,21 €	Eylül 2017
3.Çağrı	21 Aralık 2017	251.946.159,00 €	12 Şubat-5 Nisan 2018
4.Çağrı	7 Eylül 2018	1.623,529 €	01-31 Ocak 2019

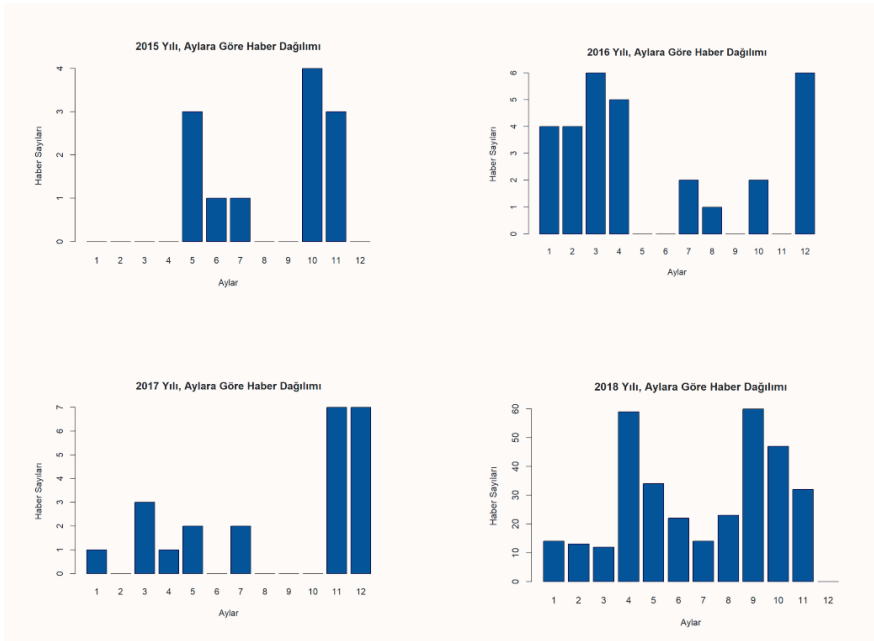
Kurum, 2015’in Nisan ve Ekim aylarında aynı yıl verilecek hibeler için çağrı ilanını yapmıştır. 2015 Aralık ayında ise izleyen yılda sağlanacak ilk çağrı için ilan gerçekleştirmiştir. Şekil 2’de Kurumun bu hibe takvimi ile uyumlu olarak ilgili alt diyagramda kurumla ilgili haberlerin 2015 Mayıs ayında ortaya çıktığı ve devam ettiği görülmüştür. Daha sonra 2015 yılı ekim ayına kadar kurum hakkında hiç haber çıkmazken çağrı ilan dönemi olan 2015 Ekim ayından sonra tekrar haberler çıkmaya başlamıştır. 2015 yılında kurumun faaliyetleri ile haberlerin yayınlanma tarihleri arasında uyum söz konusudur.

2016 yılının ilk yarısında önceki yıl ilan edilen başvuru çağrı dönemi dışında bir başvuru dönemi olmadığı halde yıl boyunca dört ay dışında da her ay kurum hakkında haberler çıkmıştır. 2016 yılındaki haberler incelendiğinde bu haberlerin çoğunun TKDK tarafından



gerçekleştirilen toplantılardan oluştuğu görülmektedir. Hibe çağrı ilanı olmamasına rağmen 2016 yılındaki haberlerin geri kalan yıllara göre çok olmasının nedeni önceki yıl kurumun dağıtacağı ilan ettiği hibeler ve dağıtılan hibelerle ilgili haberlerdir Nitekim analiz dönemi içinde bir yıl içinde dağıtılacağı bildirilen en büyük meblağ 2015 yılı içinde ilan edilen üç çağrıda ( $121+27+229=377$  milyon) kurum tarafından ilan edilmiş ve bu durum kuruma yönelik ilgiyi arttırmıştır. Çıkan haberlerde, özellikle vurgulanan parasal tutarlar da medyanın bu duruma yönelik ilgisini göstermektedir.

2017 yılı içinde ise çağrı ilanı yapılmayan önceki yılın aksine toplam 373 milyon tutarında çağrı yapılmıştır. Bu meblağ neredeyse 2015 yılı ile aynı değerdedir. 2017 yılında da çağrı takvimi ile haberler arasında bir ilişki gözlenmektedir. 2018 yılı ise sadece bir çağrı ilanı olmasına rağmen incelenen dört yıllık zaman dilimi içinde en fazla haberin yayınlandığı dönem olmuştur.



**Şekil 2:** Haberlerin Yıl İçindeki Dağılımı (Hibe ilan dönemlerinde daha fazla haber görülmektedir)

Analiz edilen 4 yıl içerisinde, 2016 ve 2018 yıllarında diğer yıllara nazaran daha fazla sayıda haber yayınlanmıştır. Kurum hakkında çıkan haberlerin tüm yıllara göre dağılımı ise Şekil 3 içerisinde gösterilmektedir. Bu diyagram Şekil 2'de gösterilen diyagramların noktasal dağılımıdır. Bu diyagram incelendiğinde de 2016 ve 2018 yıllarında yatay eksene görülen paralel çizgilerden de anlaşılacağı üzere düzenli olarak haber yayınlandığı görülmektedir. Haberlerin dönemsel sıklıkları ilgili konularla ilgili olarak medya ilgisinin artması ya da habere konu kurumun faaliyetlerinde göze çarpan gelişme veya gelişmelerden kaynaklanmaktadır.





## SONUÇ

Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) haberlerinin analiz edildiği bu çalışmada çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre 2018 yılında yayınlanan haberlerin önemli bir kısmının çeşitli illerde faaliyete başlayan projeler olduğu düşünüldüğünde 2018 yılında açıkça görülebilen medya ilgisinin kaynağının dört yıl boyunca kurumun faaliyetlerinin tamamı ile ilgili olduğudur. Ayrıca aynı dönemde IPARD I programının kapanışı ile IPARD II programının başlaması ile ilgili haberler yer almıştır. TKDK ile ilgili mevzuatın yanında kuruma ait stratejik planlarda belirtilen fonksiyon ve hedefler incelendiğinde yayınlanan haberlerin tamamına yakınının kurum fonksiyonlarını ilgilendiren haberlerden oluştuğu görülmektedir (Şekil 5). Buna göre TKDK hakkında çıkan haberler, kurumun çalışmaları ile birebir ilgilidir.

Öte yandan, TKDK tarafından sağlanan hibelerin önemli bir kısmı Avrupa Birliği fonlarından, kalan kısmı ise ulusal fondan temin edilmektedir. Buna rağmen haberlerde Avrupa Birliğinin kelime bulutuna girebilecek düzeyde sıkça ele alınmadığı görülmektedir (Şekil 5). Bunun kaynağının ise medya kuruluşlarının haber edinme ve yazım sürecinde olguların fiili gerçekleştirmelerine vurgu yapmaları ancak arka plandaki hususlara eğilmemeleri olarak düşünülmektedir. Bu durumun medya tarafından bilinçli veya bilinçsiz olarak haberlerde vurgulanmıyor olması, kurumun Avrupa Birliği ile ilişkisi hakkındaki somut gerçekliği algı dışında bırakabilecektir. Bu durum ise gündem belirleme teorisinin yaklaşımları ile uyumluluk göstermektedir. Herhangi bir konu medyada gündem dışı bırakılarak/kalarak toplumsal olarak da gündem dışında kalabilir. Ancak, bu durumun toplumdaki gerçek yansımalarının tespiti için ek çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Metin madenciliği metotları ile gerçekleştirilen bu analizde bu metotların çok sayıda haber metnindeki temel gündemi yakalayabilme özelliğini sağladığı görülmektedir. Bu metotlar sayesinde elde edilen kelime sıklık listeleri en sık geçen kelimeleri gösterirken, araştırmacıların beklediği ancak bu listelerde görülmeyen kavramların da kolayca fark edilmesine olanak sağlamaktadır. Elde edilen kelime sıklık listelerindeki kavramların üst kategoriler belirlenip bu kavramlar bu kategorilerle ilişkilendirilerek araştırmacılar tarafından yeniden yorumlanması ile analizler daha da açıklayıcı hale gelmektedir.

Bu çalışmada, TKDK hakkında belirli bir periyotta ve haberlerinin web scraping kodları ile oluşturulan istemci tarafından derlenmesine olanak veren web sayfalarından görece sınırlı miktarda haberle analiz gerçekleştirilmiştir. Metin madenciliği metotlarının tüm özelliklerinin ortaya çıkması ve metin madenciliğinde makine öğrenme metotları gibi metotların da eklenerek kombine araçlarla gerçekleştirilecek analizler kurumlar hakkında çok daha ayrıntılı analizlerin gerçekleştirilmesine olanak sağlayabilir. Haberlerin web scraping yerine ajansların web servislerinden bire bir alındığı ve anlık haber elde etme özelliği bulunan sistemlerde metin madenciliği metotları yardımı ile yine anlık sonuçlar hızlıca elde edilebilecektir.

Metin madenciliğinin bu özelliklerinin gerek araştırmacılar gerekse bilişim birimleri tarafından faydalanılacak bu özellikleri sadece haber analizi değil, ilgili organizasyonun içinde veya dışında bulunan e-posta, yorum, müşteri şikayetleri, talepler, resmi yazışmalar ve raporlar gibi her türlü metin koleksiyonu üzerinde kullanılması mümkündür.

## KAYNAKÇA

- Berkowitz, D. A. (1997). *Social Meanings of News: A Text-Reader*, SAGE.
- Bignell, J. (2002). *Media Semiotics: An Introduction, Second Edition*, Manchester University Press.
- Bolasco, S., Canzonetti, A., Capo, F. M., Ratta-Rinaldi, F. & Singh, B. K. (2005). *Understanding Text Mining: A Pragmatic Approach*, Knowledge Mining içinde, Studies in Fuzziness and Soft Computing, Springer, Berlin, Heidelberg, doi:10.1007/3-540-32394-5\_4.
- Burstein, F. & Holsapple, C. W. (2008). *Handbook on Decision Support Systems 1: Basic Themes*, Springer Science & Business Media.
- Dinov, I. D. (2018). *Data Science and Predictive Analytics: Biomedical and Health Applications using R*, Springer.
- Imai, K. (2017). *Quantitative Social Science: An Introduction*, Princeton University Press.
- Kim, Y., Jeong, S. R. & Ghani, I. (2014). Text opinion mining to analyze news for stock market prediction, *Int. J. Advance. Soft Comput. Appl*, 6(1), 2074–8523.
- Kwartler, T. (2017). *Text Mining in Practice with R* (1 edition.), Hoboken, NJ: Wiley.
- Lischka, J. A. (2016). *Economic News, Sentiment, and Behavior: How Economic and Business News Affects the Economy*, VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Penco, L., Profumo, G. & Scarsi, R. (2017). Stakeholder Orientation in Cruise Lines' Mission Statements, *Sustainability*, 9(11), 2151.
- Shalan, K., Hassanien, A. E. & Tolba, F. (2017). *Intelligent Natural Language Processing: Trends and Applications*, Springer.
- Shalin, H. J. (2016). *Social Media Data Extraction and Content Analysis*, IGI Global.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* (C. 8), doi:10.1177/1326365X14540245.
- Stephenson, A. R., Reese, D. E. & Beadle, M. E. (2009). *Broadcast Announcing Worktext: A Media Performance Guide*, Taylor & Francis.
- Takeshita, T. (1997). Exploring the Media's Roles in Defining Reality: From Issue-Agenda Setting to Attribute-Agenda Setting, *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda*, 15–27.
- Taras, D. (2015). *Digital Mosaic: Media, Power, and Identity in Canada*, University of Toronto Press.