



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625

Research Article / Araştırma Makalesi



ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

Political Headlines Shared by Turkey-Based Newspapers on the X Platform: A Code-Based Analysis of the 2008–2017 Period

Türkiye Merkezli Gazetelerin X Platformunda Paylaştıkları Siyasi Manşetler: 2008-2017 Dönemi Kod Tabanlı Analiz

Ertuğrul Buğra Orhan*

Abstract: Political headlines offer insights into contemporary political events and phenomena, while also encompassing the dominant agenda through concise sentence structures. The impact of political headlines is significant because they generally attract the largest readership within the news content and therefore shape the first impression. Accordingly, this study aims to understand the framing effect of political headlines published on the X (formerly Twitter) platform in Türkiye. The dataset used in this study covers political headlines published on the social media platform X between 2008 and 2017, and a compilation containing 600 text-based headlines has been created. RStudio software was used for the analysis of the obtained data. According to the findings of the study, news headlines generally adopt a positive perspective. Headlines place significant emphasis on political leadership issues, particularly focusing on power dynamics and foreign policy topics. The main focus of foreign policy discourse revolves around the US and Russia. Less attention is paid to issues related to the European Union. It was observed that legal and constitutional changes in the country, especially those related to reforms, were not comprehensively addressed. The analysis revealed that headline news generally focuses on the political opposition in terms of its relationship with political leadership and the existing party. Consequently, while this study offers limited insights into the interaction between politics, media, and democracy, it presents a clear call for more comprehensive research. The study's findings suggest that the media cannot solely attribute the inadequate handling of statutory-constitutional laws and reform issues to the level of attention given to these problems. Therefore, it is recommended that media and politics prioritize constructive reform processes by focusing on their impact on the country's democratic framework.

Keywords: News, Political headlines, Sentiment analysis, Content analysis, Word grouping

Öz: Siyasi haber başlıkları, çağdaş siyasi olaylar ve fenomenler hakkında fikirler sunarken, aynı zamanda özet cümle yapılarıyla hâkim gündemi kapsar. Siyasi haber başlıklarının etkisi önemlidir, çünkü genellikle haber içerisindeki en yüksek okuyucu kitlesini çeker ve bu nedenle haber içeriğinin ilk izlenimini şekillendirir. Bu doğrultuda çalışma Türkiye'de X (eski adıyla Twitter) platformunda yayımlanan siyasi haber başlıklarının

Asst. Prof. Dr., Fırat University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics

Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2455-5441>

bugraorhan@firat.edu.tr

Cite as/ Atıf: Orhan, E. B. (2026). Political headlines shared by Turkey-Based newspapers on the X platform: a code-based analysis of the 2008–2017 period / Türkiye merkezli gazetelerin X platformunda paylaştıkları siyasi manşetler: 2008-2017 dönemi kod tabanlı analiz. *Turkish Studies – Economics, Finance, Politics*, 21(Ö1), 2295-2343. [Special Issues Dedicated to Prof. Dr. Mahmut Özer], Ankara Bilim University Publications. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.94511>

Received/Geliş: 22 May/ Mayıs 2026

Accepted/Kabul: 15 September/ Eylül 2026

Published/Yayın: 20 September/ Eylül 2026

Checked by plagiarism software



çerçeve etkisini anlamayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada kullanılan veri seti, 2008-2017 yılları arasında sosyal medya platformu X' te yayımlanan politik haber başlıklarını kapsamaktadır ve 600 metin tabanlı başlık içeren bir derleme oluşturulmuştur. Elde edilen verilerin analizi için RStudio yazılımı kullanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, haber manşetlerinde genellikle olumlu bir perspektif benimsemiştir. Başlıklar, özellikle güç dinamiklerine ve dış politika konularına odaklanarak politik liderlik konularına önemli bir vurgu yapmaktadır. Dış politika söyleminin ana odak noktası, ABD ve Rusya etrafında dönmektedir. Avrupa Birliği ile ilgili konulara ise daha az dikkat gösterilmektedir. Ülkedeki yasal ve anayasal değişikliklerin, özellikle reformlarla ilgili olarak, kapsamlı bir şekilde ele alınmadığı görülmüştür. Analiz, manşet haberlerinin siyasi liderlik ve mevcut parti ile olan ilişkisi açısından genellikle siyasi muhalefete odaklandığını ortaya koymuştur. Sonuç olarak, bu çalışma siyaset, medya ve demokrasi arasındaki etkileşim hakkında kısıtlı fikirler sunarken, daha kapsamlı araştırmalar için açık bir çağrı sunmaktadır. Çalışmanın bulguları, medyanın yasal-anayasal yasaların ve reform konularının yetersiz şekilde ele alınmasını tamamen bu sorunlara verilen ilginin düzeyine bağlayamayacağını göstermektedir. Dolayısıyla, medya ve politika bağlamında ülkenin demokratik çerçevesi üzerindeki etkilerine odaklanılmalı ve yapıcı reform süreçlerine öncelik verilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Haberler, Siyasi manşetler, Duygu analizi, İçerik analizi, Kelime gruplandırma

Structured Abstract

Introduction and Research Purpose: This study aims to understand the reflections and ideological frameworks of political news headlines published on the X platform in Türkiye between 2008 and 2017, as well as their possible effects on social perception. It focuses on the public discourse shaped by headlines and proceeds from the assumption that news headlines do not merely inform the public; they also frame, prioritize, and direct political events, actors, countries, and policy issues.

Method: The dataset consists of 600 political news headlines published between 2008 and 2017. Qualitative and quantitative techniques were used together. Text mining, word-frequency analysis, phenomenological reduction, word clustering, relationship mapping, and sentiment analysis were conducted in RStudio. During data cleaning, stopwords and expressions outside the scope of the study were removed. The NRC and Bing sentiment dictionaries were used after the Turkish content had been translated into English. The study is limited to headlines obtained from one news platform and does not analyze the full texts of the news stories.

Findings and Discussion: The most frequent concepts included “President,” “Türkiye,” “USA,” “foreign affairs,” “Russia,” “party,” and “state,” indicating that the headlines were structured largely around political leadership and foreign policy. Positive expressions were approximately three times as frequent as negative expressions. Five word clusters were identified: three were associated with leadership and domestic politics, while two were associated with foreign policy and international relations. The European Union, parliament, legislative activities, constitutional amendments, and reform processes appeared relatively infrequently. These findings point to a person-centered and event-based pattern of political news production in which structural and institutional processes receive limited visibility.

Conclusion and Suggestions: The study concludes that political news headlines in the Turkish media generally construct a leader-focused, foreign-policy-intensive, and predominantly positive narrative. The relative absence of parliament, law-making processes, and institutional elements of democracy indicates an imbalance in the media-politics relationship. Future research should examine the relationship between media discourse and democracy through broader datasets that include different media types, alternative news sources, full news texts, and social media content.

Keywords: News, Political headlines, Sentiment analysis, Content analysis, Word grouping

ملخص منظم

المقدمة والغرض من البحث: تهدف هذه الدراسة إلى فهم الانعكاسات والأطر الأيديولوجية لعناوين الأخبار السياسية المنشورة على في تركيا بين عامي 2008 و2017، فضلاً عن أثارها المحتملة على التصور الاجتماعي. وتركز الدراسة على الخطاب العام الذي X منصة تشكله العناوين، وتطلق من افتراض أن عناوين الأخبار لا تقتصر على إعلام الجمهور فحسب، بل إنها تُشكل إطاراً للأحداث السياسية والجهات الفاعلة والدول والقضايا السياسية، وتحدد أولوياتها، وتوجه مسارها.

المنهجية: تتألف مجموعة البيانات من 600 عنوان إخباري سياسي نُشرت بين عامي 2008 و2017. وقد استُخدمت تقنيات نوعية وكمية معاً. وأُجريت عمليات استخراج النصوص، وتحليل تكرار الكلمات، والتبسيط الظاهري، وتجميع الكلمات، ورسم خرائط العلاقات، وتحليل وأثناء تنقية البيانات، تمت إزالة الكلمات غير المهمة والتعبيرات التي تقع خارج نطاق الدراسة. واستُخدمت RStudio المشاعر باستخدام برنامج بعد ترجمة المحتوى التركي إلى اللغة الإنجليزية. تقتصر الدراسة على العناوين الرئيسية Bing و NRC قواميس تحليل المشاعر الخاصة بـ المستمدة من منصة إخبارية واحدة ولا تحلل النصوص الكاملة للأخبار.

النتائج والمناقشة: تضمنت المفاهيم الأكثر تكراراً «الرئيس»، و«تركيا»، و«الولايات المتحدة الأمريكية»، و«الشؤون الخارجية» و«روسيا»، و«الحزب»، و«الدولة»، مما يشير إلى أن العناوين الرئيسية تمحورت إلى حد كبير حول القيادة السياسية والسياسة الخارجية. وبلغ تكرار التعبيرات الإيجابية حوالي ثلاثة أضعاف تكرار التعبيرات السلبية. تم تحديد خمس مجموعات من الكلمات: ثلاث منها مرتبطة بالقيادة والسياسة الداخلية، بينما ارتبطت اثنتان بالسياسة الخارجية والعلاقات الدولية. ولم تظهر كلمات مثل «الاتحاد الأوروبي» و«البرلمان» و«الأنشطة التشريعية» و«التعديلات الدستورية» و«عمليات الإصلاح» إلا بشكل نادر نسبياً. تشير هذه النتائج إلى نمط لإنتاج الأخبار السياسية يركز على الشخص ويستند إلى الأحداث، حيث تحظى العمليات الهيكلية والمؤسسية بتغطية محدودة.

الخلاصة والتوصيات: تخلص الدراسة إلى أن عناوين الأخبار السياسية في وسائل الإعلام التركية تبني عمومًا سردًا يركز على القادة، ويغلب عليه التركيز على السياسة الخارجية، ويكون إيجابياً في الغالب. ويشير الغياب النسبي للبرلمان، وعمليات سن القوانين، والعناصر المؤسسية للديمقراطية إلى وجود خلل في التوازن بين العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة. وينبغي أن تدرس الأبحاث المستقبلية العلاقة بين الخطاب الإعلامي والديمقراطية من خلال قواعد بيانات أوسع نطاقاً تشمل أنواعاً مختلفة من وسائل الإعلام، ومصادر إخبارية بديلة، ونصوصاً إخبارية كاملة، ومحتوى وسائل التواصل الاجتماعي.

Résumé Structuré

Introduction et objet de la recherche : Cette étude vise à comprendre les réflexions et les cadres idéologiques des titres d'actualités politiques publiés sur la plateforme X en Turquie entre 2008 et 2017, ainsi que leurs effets potentiels sur la perception sociale. Elle se concentre sur le discours public façonné par ces titres et part du principe que ceux-ci ne se contentent pas d'informer le public ; ils encadrent, hiérarchisent et orientent également les événements politiques, les acteurs, les pays et les enjeux politiques.

Méthode : L'ensemble de données se compose de 600 titres d'actualités politiques publiés entre 2008 et 2017. Des techniques qualitatives et quantitatives ont été utilisées conjointement. L'exploration de textes, l'analyse de la fréquence des mots, la réduction phénoménologique, le regroupement de mots, la cartographie des relations et l'analyse des sentiments ont été réalisés dans RStudio. Lors du nettoyage des données, les mots vides et les expressions ne relevant pas du champ de l'étude ont été supprimés. Les dictionnaires de sentiments NRC et Bing ont été utilisés après la traduction du contenu turc en anglais. L'étude se limite aux titres issus d'une seule plateforme d'actualités et n'analyse pas les textes intégraux des articles.

Résultats et discussion : Les concepts les plus fréquents comprenaient « président », « Türkiye », « États-Unis », « affaires étrangères », « Russie », « parti » et « État », ce qui indique que les titres s'articulaient principalement autour du leadership politique et de la politique étrangère. Les expressions positives étaient environ trois fois plus fréquentes que les expressions négatives. Cinq groupes de mots ont été identifiés : trois étaient associés au leadership et à la politique intérieure, tandis que deux étaient liés à la politique étrangère et aux relations internationales. L'Union européenne, le parlement, les activités législatives, les amendements constitutionnels et les processus de réforme apparaissaient relativement rarement. Ces résultats mettent en évidence un modèle de production de l'information politique centré sur les personnalités et axé sur les événements, dans lequel les processus structurels et institutionnels bénéficient d'une visibilité limitée.

Conclusion et suggestions : L'étude conclut que les titres d'actualités politiques dans les médias turcs construisent généralement un récit centré sur les dirigeants, axé sur la politique étrangère et majoritairement positif. L'absence relative du Parlement, des processus législatifs et des éléments institutionnels de la démocratie indique un déséquilibre dans la relation entre les médias et la politique. Les recherches futures devraient examiner la relation entre le discours médiatique et la démocratie à l'aide d'ensembles de données plus larges incluant différents types de médias, des sources d'information alternatives, des textes d'actualités complets et du contenu issu des réseaux sociaux.

Mots-clés: Actualités, Titres d'actualité politique, Analyse des sentiments, Analyse de contenu, Regroupement de mots

Resumen Estructurado

Introducción y objetivo de la investigación: El presente estudio tiene como objetivo comprender las reflexiones y los marcos ideológicos de los titulares de noticias políticas publicados en la plataforma X en Turquía entre 2008 y 2017, así como sus posibles efectos en la percepción social. Se centra en el discurso público configurado por los titulares y parte de la hipótesis de que los titulares de noticias no se limitan a informar al público, sino que también enmarcan, priorizan y orientan los acontecimientos políticos, los actores, los países y las cuestiones políticas.

Método: El conjunto de datos consta de 600 titulares de noticias políticas publicados entre 2008 y 2017. Se utilizaron conjuntamente técnicas cualitativas y cuantitativas. En RStudio se llevaron a cabo la minería de textos, el análisis de frecuencia de palabras, la reducción fenomenológica, la agrupación de palabras, el mapeo de relaciones y el análisis de sentimiento. Durante la limpieza de datos, se eliminaron las palabras vacías y las expresiones ajenas al ámbito del estudio. Se utilizaron los diccionarios de sentimiento del NRC y de Bing tras traducir el contenido turco al inglés. El estudio se limita a los titulares obtenidos de una única plataforma de noticias y no analiza los textos completos de las noticias.

Resultados y discusión: Los conceptos más frecuentes fueron «presidente», «Turquía», «EE. UU.», «asuntos exteriores», «Rusia», «partido» y «Estado», lo que indica que los titulares se estructuraban en gran medida en torno al liderazgo político y la política exterior. Las expresiones positivas fueron aproximadamente tres veces más frecuentes que las negativas. Se identificaron cinco grupos de palabras: tres estaban asociados al liderazgo y a la política nacional, mientras que dos lo estaban a la política exterior y a las relaciones internacionales. La Unión Europea, el parlamento, las actividades legislativas, las enmiendas constitucionales y los procesos de reforma aparecieron con relativa poca frecuencia. Estos resultados apuntan a un patrón de producción de noticias políticas centrado en las personas y basado en los acontecimientos, en el que los procesos estructurales e institucionales reciben una visibilidad limitada.

Conclusión y sugerencias: El estudio concluye que los titulares de noticias políticas en los medios de comunicación turcos construyen, en general, una narrativa centrada en los líderes, con un fuerte énfasis en la política exterior y predominantemente positiva. La relativa ausencia del Parlamento, los procesos legislativos y los elementos institucionales de la democracia indica un desequilibrio en la relación entre los medios de comunicación y la política. Las investigaciones futuras deberían examinar la relación entre el discurso mediático y la democracia mediante conjuntos de datos más amplios que incluyan diferentes tipos de medios, fuentes de noticias alternativas, textos completos de noticias y contenidos de las redes sociales.

Palabras clave: Noticias, Titulares políticos, Análisis de sentimiento, Análisis de contenido, Agrupación de palabras

结构化摘要

引言与研究目的：本研究旨在探讨2008年至2017年间土耳其X平台上发布的政治新闻标题所反映的思想框架，及其对社会认知的潜在影响。研究聚焦于新闻标题所塑造的公共话语，并基于以下假设：新闻标题不仅向公众传递信息，还对政治事件、行为体、国家及政策议题进行框架构建、优先级排序和引导。

方法：数据集包含2008年至2017年间发布的600条政治新闻标题。本研究采用定性与定量方法相结合的方式，在RStudio中进行了文本挖掘、词频分析、现象学还原、词汇聚类、关系映射及情感分析。在数据清理过程中，剔除了停用词及研究范围之外的表述。土耳其语内容翻译成英语后，采用了NRC和Bing情感词典。本研究仅限于从一个新闻平台获取的标题，并未分析新闻报道的全文。

研究结果与讨论：出现频率最高的概念包括“总统”、“土耳其”、“美国”、“外交事务”、“俄罗斯”、“政党”和“国家”，这表明这些标题主要围绕政治领导层和外交政策展开。积极表述的出现频率约为消极表述的三倍。研究识别出五个词汇簇：其中三个与领导层及国内政治相关，另外两个则与外交政策及国际关系相关。欧盟、议会、立法活动、宪法修正案和改革进程的出现频率相对较低。这些发现表明，政治新闻的生产呈现出以人物为中心、以事件为导向的模式，其中结构性和制度性进程的可见度有限。

结论与建议：本研究得出结论：土耳其媒体的政治新闻标题通常构建出一种以领导人中心、侧重外交政策且以积极基调为主的叙事。议会、立法程序以及民主制度要素的相对缺失，表明媒体与政治之间的关系存在失衡。未来研究应通过更广泛的数据集——包括不同媒体类型、替代性新闻来源、完整新闻文本及社交媒体内容——来考察媒体话语与民主之间的关系。

关键词：新闻、政治头条、情感分析、内容分析、词组分析

Структурированное Резюме

Введение и цель исследования: Цель данного исследования — проанализировать идеологические рамки и смысловые контексты заголовков политических новостей, опубликованных на платформе X в Турции в период с 2008 по 2017 год, а также их возможное влияние на общественное восприятие. Исследование сосредоточено на публичном дискурсе, формируемом заголовками, и

исходит из предположения, что заголовки новостей не просто информируют общественность, но и определяют рамки, устанавливают приоритеты и направляют внимание на политические события, действующих лиц, страны и вопросы политики.

Метод: Набор данных состоит из 600 заголовков политических новостей, опубликованных в период с 2008 по 2017 год. Использовались как качественные, так и количественные методы. В программе RStudio были проведены текстовый анализ, анализ частотности слов, феноменологическая редукция, кластеризация слов, картирование взаимосвязей и анализ тональности. В ходе очистки данных были удалены стоп-слова и выражения, выходящие за рамки исследования. После перевода турецкого контента на английский язык использовались словари тональности NRC и Bing. Исследование ограничивается заголовками, полученными с одной новостной платформы, и не включает анализ полных текстов новостных статей.

Результаты и обсуждение: К наиболее частым концептам относились «президент», «Турция», «США», «международные отношения», «Россия», «партия» и «государство», что указывает на то, что заголовки в основном были построены вокруг тем политического лидерства и внешней политики. Положительные выражения встречались примерно в три раза чаще, чем отрицательные. Было выявлено пять кластеров слов: три из них были связаны с руководством и внутренней политикой, а два — с внешней политикой и международными отношениями. Европейский союз, парламент, законодательная деятельность, поправки к конституции и процессы реформ упоминались относительно редко. Эти результаты указывают на личностно-ориентированную и событийно-ориентированную модель производства политических новостей, в которой структурные и институциональные процессы получают ограниченное освещение.

Выводы и рекомендации: Исследование приходит к выводу, что заголовки политических новостей в турецких СМИ в целом формируют нарратив, ориентированный на лидеров, с преобладанием тем внешней политики и преимущественно позитивным тоном. Относительное отсутствие упоминаний о парламенте, законодательных процессах и институциональных элементах демократии свидетельствует о дисбалансе во взаимоотношениях между СМИ и политикой. В будущих исследованиях следует изучить взаимосвязь между медийным дискурсом и демократией с использованием более обширных наборов данных, включающих различные типы СМИ, альтернативные источники новостей, полные тексты новостей и контент социальных сетей.

Ключевые слова: Новости, Политические заголовки, Анализ тональности, Анализ контента, Группировка слов

संरचित सारांश

परिचय और अनुसंधान का उद्देश्य: इस अध्ययन का उद्देश्य 2008 और 2017 के बीच तुर्की में X प्लेटफॉर्म पर प्रकाशित राजनीतिक समाचार सुर्खियों के प्रतिबिंबों और वैचारिक रूपरेखा को समझना है, साथ ही सामाजिक धारणा पर उनके संभावित प्रभावों को भी समझना है। यह सुर्खियों द्वारा आकार दिए गए सार्वजनिक विमर्श पर केंद्रित है और इस धारणा से आगे बढ़ता है कि समाचार सुर्खियाँ केवल जनता को सूचित नहीं करती हैं; वे राजनीतिक घटनाओं, अभिनेताओं, देशों और नीतिगत मुद्दों को भी आकार देती हैं, प्राथमिकता देती हैं और निर्देशित करती हैं।

विधि:

डेटासेट में 2008 और 2017 के बीच प्रकाशित 600 राजनीतिक समाचार शीर्षक शामिल हैं। गुणात्मक और मात्रात्मक तकनीकों का एक साथ उपयोग किया गया। टेक्स्ट माइनिंग, शब्द-आवृत्ति विश्लेषण, फिनोमेनोलॉजिकल रिडक्शन, शब्द क्लस्टरिंग, संबंध मानचित्रण और भावना विश्लेषण RStudio में किए गए। डेटा सफाई के दौरान, अध्ययन के दायरे से बाहर के स्टॉपवर्ड्स और अभिव्यक्तियों को हटा दिया गया। तुर्की सामग्री का अंग्रेजी में अनुवाद हो जाने के बाद NRC और बिंग भावना शब्दकोशों का उपयोग किया गया।

यह अध्ययन एक समाचार प्लेटफॉर्म से प्राप्त सुर्खियों तक ही सीमित है और इसमें समाचार कहानियों के पूरे पाठ का विश्लेषण नहीं किया गया है।

निष्कर्ष और चर्चा: सबसे अधिक बार आने वाले अवधारणाओं में "राष्ट्रपति," "तुर्की," "यूएसए," "विदेश मामले," "रूस," "पार्टी," और "राज्य" शामिल थे, जो दर्शाता है कि सुर्खियों को काफी हद तक राजनीतिक नेतृत्व और विदेश नीति के इर्द-गिर्द संरचित किया गया था। सकारात्मक अभिव्यक्तियाँ नकारात्मक अभिव्यक्तियों की तुलना में लगभग तीन गुना अधिक थीं।

पाँच शब्द समूहों की पहचान की गई: तीन नेतृत्व और घरेलू राजनीति से संबंधित थे, जबकि दो विदेश नीति और अंतर्राष्ट्रीय संबंधों से संबंधित थे। यूरोपीय संघ, संसद, विधायी गतिविधियाँ, संवैधानिक संशोधन और सुधार प्रक्रियाएँ अपेक्षाकृत कम बार दिखाई दीं। ये निष्कर्ष राजनीतिक समाचार उत्पादन के एक व्यक्ति-केंद्रित और घटना-आधारित पैटर्न की ओर इशारा करते हैं जिसमें संरचनात्मक और संस्थागत प्रक्रियाओं को सीमित दृश्यता मिलती है।

निष्कर्ष और सुझाव: अध्ययन से यह निष्कर्ष निकलता है कि तुर्की मीडिया में राजनीतिक समाचार की सुर्खियाँ आम तौर पर एक नेता-केंद्रित, विदेश-नीति-प्रधान, और प्रमुख रूप से सकारात्मक कथा का निर्माण करती हैं। संसद, कानून-निर्माण प्रक्रियाओं, और लोकतंत्र के संस्थागत तत्वों की सापेक्ष अनुपस्थिति मीडिया-राजनीति संबंध में असंतुलन को दर्शाती है। भविष्य के शोध में मीडिया विमर्श और लोकतंत्र के बीच संबंध की जांच व्यापक डेटासेट के माध्यम से की जानी चाहिए जिसमें विभिन्न प्रकार के मीडिया, वैकल्पिक समाचार स्रोत, पूर्ण समाचार पाठ, और सोशल मीडिया की सामग्री शामिल हो।

कीवर्ड: समाचार, राजनीतिक सुर्खियाँ, भावना विश्लेषण, सामग्री विश्लेषण, शब्द समूहकरण

Yapılandırılmış Özet

Giriş ve Araştırmanın Amacı: Bu çalışma, Türkiye’de 2008-2017 yılları arasında X platformunda yayımlanan siyasi haber manşetlerinin yansımalarını, ideolojik çerçevelerini ve toplumsal algı üzerindeki olası etkilerini anlamayı amaçlamaktadır. Araştırma, haber manşetlerinin şekillendirdiği kamusal söyleme odaklanmakta ve manşetlerin yalnızca kamuoyunu bilgilendirmediği; aynı zamanda siyasi olayları, aktörleri, ülkeleri ve politika konularını çerçevelediği, önceliklendirdiği ve yönlendirdiği varsayımından hareket etmektedir.

Yöntem: Veri seti, 2008-2017 yılları arasında yayımlanan 600 siyasi haber manşetinden oluşmaktadır. Araştırmada nitel ve nicel teknikler birlikte kullanılmıştır. RStudio aracılığıyla metin madenciliği, kelime frekans analizi, fenomenolojik azaltma, kelime gruplandırma, ilişki haritalandırması ve duygu analizi uygulanmıştır. Veri temizleme sürecinde durak kelimeler ve araştırma kapsamı dışındaki ifadeler çıkarılmıştır. Türkçe içerikler İngilizceye çevrildikten sonra NRC ve Bing duygu sözlüklerinden yararlanılmıştır. Araştırma, tek bir haber platformundan elde edilen manşetlerle sınırlıdır ve haberlerin tam metinlerini kapsamamaktadır.

Bulgular ve Tartışma: En sık kullanılan kavramlar arasında “Cumhurbaşkanı”, “Türkiye”, “ABD”, “dışişleri”, “Rusya”, “parti” ve “devlet” yer almıştır. Bu durum manşetlerin büyük ölçüde siyasi liderlik ve dış politika etrafında yapılandığını göstermektedir. Olumlu ifadelerin sıklığı, olumsuz ifadelerin yaklaşık üç katıdır. Beş kelime grubu belirlenmiş; bunların üçü liderlik ve iç siyasetle, ikisi dış politika ve uluslararası ilişkilerle ilişkilendirilmiştir. Avrupa Birliği, parlamento, yasama faaliyetleri, anayasa değişiklikleri ve reform süreçleri görece düşük yoğunlukta yer almıştır. Bulgular, yapısal ve kurumsal süreçlerin sınırlı görünürlük kazandığı kişi merkezli ve olay odaklı bir siyasi haber üretimine işaret etmektedir.

Sonuç ve Öneriler: Çalışma, Türk mediasındaki siyasi haber manşetlerinin genel olarak lider odaklı, dış politika yoğunluklu ve ağırlıklı biçimde olumlu bir anlatı kurduğu sonucuna ulaşmıştır. Parlamento, yasa yapım süreçleri ve demokrasinin kurumsal unsurlarının arka planda kalması, medya-siyaset ilişkisinde önemli bir dengesizliğe işaret etmektedir. Gelecek araştırmalarda farklı medya türleri, alternatif haber kaynakları, haberlerin tam metinleri ve sosyal medya içerikleri daha geniş veri setleriyle incelenerek medya söylemi ile demokrasi arasındaki ilişki değerlendirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Haberler, Siyasi manşetler, Duygu analizi, İçerik analizi, Kelime gruplandırma.



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625



Political Headlines Shared by Turkey-Based Newspapers on the X Platform: A Code-Based Analysis of the 2008–2017 Period

Introduction

Political news headlines have a significant influence on society because they are generally the first part of a news story to be read and therefore form the first impressions of its content. Political news headlines consequently have the power to shape public opinion and influence political views (Iyengar & Kinder, 1987, p. 70; McCombs & Shaw, 1972, p. 182). The capacity of headlines to establish the frame of a story also shapes the audience's perception and understanding of that story (Scheufele & Tewksbury, 2007, p. 12). This framing function emerges through the way headlines determine a story's tone, focus, and meanings (Entman, 1993, p. 51). The framing effect of political news headlines is important because it may shape voters' views, perceptions, and attitudes toward policies and politicians (Druckman & Nelson, 2003, p. 730). Furthermore, particular word choices and forms of expression in headlines may support or criticize a specific political view or ideology, thereby influencing voters' political preferences (Pan & Kosicki, 1993, p. 60).

This study examines political news headlines in Türkiye published on X between 2008 and 2017. The selection of this period results from access limitations associated with the X API. Examining political news headlines shared on social media during this period may provide valuable information about contemporary political tendencies and perceptions. The study applies phenomenological reduction, word-frequency distribution, word clustering, and sentiment analysis techniques using RStudio. Phenomenological reduction is used to identify particular events, themes, and concepts in news headlines (Moustakas, 1994, p. 180). This technique provides a framework for uncovering the meanings and themes underlying the headlines. Word clustering is used to identify and group particular words and expressions in textual data (Blei et al., 2003, p. 12). By determining which words and expressions frequently occur together in particular headlines, this technique can help reveal the general tone and content of the headlines. Sentiment analysis is used to identify emotional expressions and tones in textual data (Liu & Zhang, 2012, p. 420). This technique may be used to understand the emotional tone of political news headlines and how that tone may affect voters' political views and attitudes.

By combining these techniques, this study aims to understand the framing effect of political news headlines shared in Türkiye on X and the principal thematic areas through which this effect may influence voters' political views and attitudes. In terms of its period, content, and research method, the study is expected to make an important contribution to the literature on political news content. In particular, its examination of political news content in Türkiye has the potential to provide direct evidence for studies of Turkish political life. Finally, such a study may inspire researchers who intend to collect data from X or other sources in the future and may strengthen motivation for fields such as data mining.

In light of the findings and conclusions, issues concerning press ethics and the relationships among government, opposition, and the press should be addressed both in future studies and in the context of legal regulations. In particular, the extremely limited number of media headlines concerning statutory-constitutional regulations and reform content cannot be explained solely by the intensity of the agenda. The media and political actors should therefore prioritize constructive reform processes in terms of their contribution to the country's democracy.

Newspapers in Political Communication

Some researchers argue that there is a direct relationship between the political process and the communication process. Political and economic systems are sustained through the use of communication technologies that influence public opinion (Yıldız, 2002, p. 77). Mass media are among the public's most important representatives. The media are among the most important instruments used by politicians to influence voters (Güz, 2005, p. 45). Through news, interviews, commentaries, reviews, and research, mass media transmit political messages from political organizations to citizens. Citizens' responses are likewise conveyed to political organizations through these media by methods and techniques such as letters (Aziz, 2007, p. 102).

The journalistic system is one of the most important and effective means through which political actors can interact with the general public. Its two-way information-flow function sometimes produces cooperation between political actors and journalists, while at other times it produces power imbalances. In some situations, journalists go beyond working with politicians and actually participate in making politics (Alver, 2007, p. 174). Mass media that present events in a contested manner are highly important for political participation and for keeping society informed about political change.

The primary responsibility of newspapers is to report news (Bülbül, 2001, p. 22). Dursun (2001, p. 289) defines news as the latest and newest information concerning events, people, or things occurring somewhere in the real world. Journalists seek to select a limited number of events and turn them into news. People naturally try to understand events on the basis of the information underlying them. News may therefore not always be presented consistently (Poyraz, 2002, p. 67). Several important characteristics are considered when the components of a news story are constructed. According to Aslan (2002), accuracy, truthfulness, impartiality, and meaningfulness are the cornerstones of journalism. There are debates concerning impartiality and meaningfulness in the evaluation of news. Objectivity may be affected by subjectivity, bias, emotional evaluation, and value judgments. Meaningfulness requires attention to clarity, simplicity, comprehensibility, precision, speed, consistency, and credibility (Aslan, 2002, p. 63). Impartiality in news remains a controversial issue in society. Nevertheless, all codes of press ethics recognize impartiality as a fundamental principle (Girgin, 2002, p. 45). An impartial perspective is particularly important when reading politically oriented news. In journalism, the headline is more important than the content. Its basic functions are to summarize the news, arouse interest, and encourage the reader to read the entire article (İspirli, 2000, p. 30). Headlines make it possible to observe how news events are represented. For example, the headlines, number of columns, and font sizes used in printed news may reveal bias in the presentation of news (Girgin, 2002, p. 45). The largest headline on the front page of a newspaper is called the "main headline." The main headline is the news item displayed immediately below the newspaper's name and logo in large type (Bülbül, 2001, p. 22). Headlines are therefore intended to attract readers' attention, and creating an effective headline requires specialized knowledge and skill (Yağbasan, 2008, p. 110). Headlines are presented more prominently than other news titles in order to attract readers. Through headline news, mass media may thus determine which political events are considered more important and which subjects should be discussed. Headlines can consequently help us draw inferences about the way newspapers report events. Çifci (2011, p. 933) similarly found that news sentences in the Turkish press frequently contained deficiencies

related to the 5W1H structure and source attribution, while subjectivity, exaggeration, and embellished wording were particularly visible in some political news. Sargin (2014, pp. 1240–1243) further showed that the choice between direct and indirect reporting affects the balance between objectivity and journalistic commentary, because indirect reporting allows journalists greater scope to reformulate reported statements¹.

Literature Review

This literature review primarily provides an overview of various applications and techniques related to word analysis on X. Word analysis on X has been used in fields including politics, health, and sentiment analysis. Such analyses are effective tools for understanding data collected from X and extracting meaningful information from those data. Previous studies demonstrate a variety of techniques and applications for word analysis on X. These techniques can be used to analyze large quantities of X data in order to understand community sentiments, political tendencies, health trends, and other phenomena. Studies of text analysis have concentrated particularly on text and word clustering and on sentiment analysis. For example, Latent Dirichlet Allocation (LDA), developed by Blei et al. (2003), has been used for text clustering in numerous studies. Because LDA is limited in its capacity to capture semantic information, semantic models such as Word2Vec and GloVe have become increasingly popular. Mikolov et al. (2013), for example, showed how Word2Vec could be used to cluster texts more effectively. Liu and Zhang (2012) conducted an extensive review of the sentiment-analysis literature and discussed various approaches in the field. Deep-learning techniques subsequently became prominent in sentiment-analysis research. Zhang et al. (2018) presented a comprehensive review of deep-learning techniques for sentiment analysis. As a more recent example, Kim et al. (2015) combined content, topic, and sentiment analysis to examine social-media and news data. Their study first determined the thematic structure of the texts and then evaluated emotional dynamics by topic, helping to extract meaningful and useful information from large textual datasets. These studies summarize important research and techniques in the areas of text clustering and sentiment analysis. They include both historical and more recent contributions and demonstrate how these techniques can be used in text analysis. Sentiment analysis and text clustering are both important means of extracting meaningful information from large textual datasets and are used in many data-science and natural-language-processing applications. Advances in the field, together with the findings of the present research, will continue to expand the future potential of text analysis.

X and other social-media platforms provide large quantities of data for text-analysis and natural-language-processing (NLP) research. These datasets are valuable resources for understanding users' emotions, thoughts, and behaviors. Numerous academic studies have conducted word analysis on X. Tumasjan et al. (2010), for example, examined how word frequencies on Twitter could be used to predict political tendencies. By analyzing Twitter messages, they attempted to predict party preferences in the 2009 German federal election. Wang et al. (2011) combined sentiment analysis and word-clustering techniques using Twitter data. They integrated word clustering and sentiment analysis to understand emotional expressions on Twitter. Word analysis on Twitter has also been used in health research. Paul and Dredze (2011), for example, developed a method for monitoring influenza outbreaks using data collected from Twitter. By analyzing the frequencies of particular words and expressions, they estimated where and when influenza cases occurred. Zhou et al. (2015) used a word-analysis method to examine the diffusion of posts on Twitter. By analyzing word

¹ For studies on the historical development of journalism, its relationship with literature and political opposition, press freedom, professional ethics, journalism education and employment, news literacy and selective exposure, the presentation of war news, slow journalism and narrative journalism, social media use, the financial structure of press enterprises, digital transformation and sustainable competitive strategies, as well as artificial intelligence fatigue and technostress, see also: Arduç Kara, 2026; Budak, 2012; Çetin, 2023; Demircioğlu & Onar, 2025; Dirik & Çambay, 2019; Dündar, 2018; Ertekin, 2019; Kanaat et al., 2019; Korkmaz, 2011; Okumuş & Karaman, 2025; Onar & Uçurum, 2022; Yazıcı, 2023; Yeşil, 2014; Yıldız, 2013.

frequencies in Twitter messages, they investigated which tweets became widely disseminated. Gönen (2021) used word-frequency analysis on Twitter to examine the public's emotional response to the COVID-19 pandemic. That study demonstrated the effectiveness of word-frequency analysis in understanding the general emotional tendencies of a community toward a particular subject. Finally, Kouloumpis et al. (2011) developed a word-based method for sentiment analysis on Twitter, using a word list for sentiment analysis and testing it on Twitter data. Eser (2013, pp. 1887–1888) likewise identified positive relationships between online access to political information and political efficacy, political interest, and political participation, underlining the democratic relevance of political content circulated through digital platforms.

Many researchers examining political news headlines argue that newspaper headlines are critical to political communication. Eilders (1997) states that editorial content in newspapers can influence the political agenda by framing and interpreting political events according to an editorial position. Sajid et al. (2019) show that print media employ various discursive techniques to represent the same event in different ways in order to disseminate a preferred ideology. Megrabova and Pinchukova (2019) found that the headlines of major newspapers and magazines in the United States and the United Kingdom tended to construct a negative image of Europe. Andrew (2007) defines news headlines as short sentences used by the media to provide concise information about politics and also shows that headlines may differ substantially from full-text stories in terms of subject and emphasis. Guzikova and Nesterova (2021) emphasize that newspaper headlines are important for understanding an author's position and intention. These studies suggest that political newspaper headlines influence both public opinion and political discourse. Because the present study seeks to identify the characteristics of headlines that influence public opinion and politics, it attempts to understand the nature of the effect rather than merely establishing that an influence exists. To this end, it combines the compilation of high-frequency words, word clustering, and sentiment analysis and evaluates political news headlines published in Türkiye between 2008 and 2017. In terms of the techniques applied and the data used, the study is expected to fill a gap in the literature and offer original results. Attempts to analyze political news headlines through multiple techniques remain particularly limited in studies conducted in Türkiye. The study will therefore provide an in-depth cross-sectional assessment of the Turkish press in terms of both its data and its techniques, thereby supplying useful input for similar research initiatives. In the Turkish context, Soy and Sandıkcı (2020, pp. 2584–2585) found that changes in the ruling power's discourse during the Andrew Brunson crisis were reflected in parallel changes in the headlines, word choices, and presentation practices of the Sabah online newspaper, demonstrating the importance of examining media discourse in relation to political power.

Method

The data consist of politically oriented news headlines shared on X between 2008 and 2017. A total of 600 textual headlines were obtained. The raw data were transformed into meaningful findings through phenomenological reduction, word clustering, ranking by word frequency, and sentiment analysis. After the frequency distribution was calculated, phenomenological reduction was applied and the fifty words with the highest frequencies were presented in a chart. A focus-code table for these fifty words was also prepared and evaluated within the framework of the research findings. All data processing and analyses were conducted in RStudio. Extracts from the code used for each analysis are presented under the relevant headings.

Phenomenological reduction is one of the fundamental principles of phenomenology and is used to understand the essence of an experience. As proposed by Edmund Husserl, the process seeks to examine a phenomenon as impartially and without prejudice as possible (Husserl, 1970, p. 151). Phenomenological reduction requires prior knowledge and prejudgments to be set aside so that the phenomenon itself can be encountered directly (Moustakas, 1994, p. 122). This is known as

“bracketing” or “epoché” and enables the researcher to focus on the essence of the experience. Existing interviews, discourses, or ideas must first be transcribed (Creswell, 2013, p. 193). Phenomenological reduction is then used to analyze these materials and identify the essence of the experience (Giorgi, 2009, p. 122).

During phenomenological reduction, the researcher must analyze texts through detailed and repeated readings and identify the themes that are prominent in the text (Van Manen, 1990, p. 184). These themes help reveal the essence of the experience and allow the researcher to understand the phenomenon in a broader context. The process supports an impartial and detailed examination of experiences and facilitates their interpretation within a wider context. In this study, phenomenological reduction was applied to words that were not related to a political phenomenon in Türkiye or to the phenomenon under examination. Some sample code used for phenomenological reduction of content in a PDF file is presented below:

```
- data <- read_pdf("sample file path.pdf")
- names(data)[names(data) == 'relevant file name'] <- 'text' data <- data %>%
- unnest_tokens(word, text)
- custom_stop_words <- c("word1", "word2", "word3", "word4", ....)
- stop_words <- bind_rows(tibble(word = stop_words$word, lexicon = "default"),
- tibble(word = custom_stop_words, lexicon = "custom"))
- data_clean <- data %>%
- anti_join(stop_words, by = "word")
```

Sentiment analysis is a method that emerged from the combination of natural-language processing (NLP), computer science, and machine-learning (ML) techniques and is used to identify emotional tones in texts (Liu & Zhang, 2012, p. 420). Several key concepts and technologies are important for understanding its theoretical framework. Sentiment analysis is primarily an NLP application used with text-based data. NLP is a subfield of artificial intelligence concerned with understanding and processing natural human language (Jurafsky & Martin, 2019). Sentiment-analysis techniques are generally divided into two main categories: supervised and unsupervised learning. Supervised-learning techniques use previously labeled datasets to identify emotional tones (Sebastiani, 2002, p. 30). Unsupervised-learning techniques generally identify emotional tones in a text by using a predetermined sentiment lexicon (Pang & Lee, 2008, p. 9).

More advanced sentiment-analysis techniques have been employed in recent years. Deep learning and neural networks, in particular, are used to identify emotional tones in texts (Zhang et al., 2018). These techniques capture more complex and nuanced meanings associated with emotional tone. Sentiment analysis is also applied through more detailed techniques, such as aspect-based sentiment analysis (ABSA), which identifies emotional tones associated with a particular subject or dimension (Pontiki et al., 2014, p. 29). Such analysis is especially useful for determining emotional tones concerning particular attributes or aspects of a product or service. Sentiment analysis is therefore a complex and multidisciplinary field containing many techniques and approaches. Future research is likely to develop new techniques and approaches that identify emotional tones more accurately and with greater nuance. This study conducts “Sentiment Analysis Based on Sentiment Categories.” A word-based text-analysis method was employed to analyze textual data rapidly and relatively easily (Cambria et al., 2013, p. 17). The code-evaluation package used in RStudio analyzes sentiments on the basis of the NRC (National Research Council Canada) lexicon. The Bing package is another frequently used sentiment-analysis package containing widely applied code. Because these packages operate in English, they cannot evaluate Turkish expressions. The Turkish content therefore

had to be translated into English before analysis. Some sample code used for sentiment analysis after word clustering and phenomenological reduction is presented below:

```
- install.packages("syuzhet")
- library(syuzhet)
- data$sentiment <- get_sentiment(data$text, method="bing")
- print(data$sentiment)
```

These codes may not produce results when applied directly in text analysis because preprocessing procedures are required for the program to recognize and tokenize the text.

Word frequencies are a fundamental technique in text analysis for measuring how often particular words or expressions occur in a text. This approach is commonly called the “bag-of-words” model and is one of the simplest and most widely used methods of extracting features from text (Harris, 1954, p. 150). The bag-of-words model calculates the frequency of each word in a text and converts those frequencies into a vector. It does not consider the semantic structure of the text and therefore disregards word order and grammar. Nevertheless, it generally provides sufficient information for identifying broad tendencies and patterns in large text collections (Manning & Schütze, 1999).

Word-frequency analysis is generally used to identify the most common words or expressions in a particular set of documents. It can be useful for understanding the documents’ overall subjects and themes (Manning et al., 2008). However, this form of analysis may include extremely common words that are generally unrelated to the subject of the document, such as “and,” “a,” and “is.” Such words are generally called “stopwords” and are removed from the analysis (Willett, 2006, p. 6). More advanced techniques, such as Term Frequency-Inverse Document Frequency (TF-IDF), have further refined the use of word frequencies in text analysis (Salton & McGill, 1986, p. 210). TF-IDF measures the importance of a word by multiplying its frequency in a particular document by the inverse of its frequency across the entire document collection. This makes it possible to identify words that are specific to a particular document and thus understand its content more effectively. The code sequence used to separate the words in the text according to their frequencies is presented below:

```
- install.packages("pdftools")
- install.packages("tidytext")
- install.packages("dplyr")
- library(pdftools)
- library(tidytext)
- library(dplyr)
- pdf_text_data <- pdf_text("file_path/sample_file.pdf")
tidy_data <- tibble(text = pdf_text_data) %>%
- unnest_tokens(word, text) %>%
- anti_join(stop_words, by = "word") %>%
- count(word, sort = TRUE)
- print(tidy_data)
```

Word clustering is a widely used text-analysis technique that generally identifies similar subjects or ideas in a document or collection of texts. It is usually employed together with machine-learning and natural-language-processing (NLP) techniques (Manning & Schütze, 1999). Word clustering is generally based on unsupervised-learning techniques. These methods use algorithms such as k-means to identify similar data points that can be divided into a predetermined number of groups or “clusters” (MacQueen, 1967, p. 288). This process is commonly called clustering.

In text analysis, word clustering is generally used to identify themes or subjects in a particular set of documents. It is useful for understanding document content and identifying similarities and differences among documents (Blei et al., 2003, p. 10). This form of analysis commonly uses topic-modeling techniques such as Latent Dirichlet Allocation (LDA). Nevertheless, word-clustering techniques disregard much of the semantic and syntactic information contained in texts (Mikolov et al., 2013, p. 6). More advanced distributional-semantic models such as Word2Vec and GloVe are therefore used to overcome these limitations. These models capture word similarities more accurately and identify more complex relationships among documents.

Word clustering was conducted in two forms, before and after phenomenological reduction. This was necessary because the relationship network among words forms a whole together with prepositions, conjunctions, and out-of-scope words within sentences. When direct clustering was conducted according to topic headings, particular words and word groups were filtered to create clearer clusters. Phenomenological reduction was not applied during sentiment analysis. Some sample code used to create word clusters and word networks is presented below:

```
- install.packages(c("tidytext", "igraph", "ggraph", "tidyverse"))
- library(tidytext)
- library(igraph)
- library(ggraph)
- library(tidyverse)
- data <- read_pdf("file_path.pdf")
- unnest_tokens(bigram, text, token = "ngrams", n = 2)
- bigrams_separated <- tokens %>%
  separate(bigram, c("word1", "word2"), sep = " ")
- bigram_counts <- bigrams_separated %>%
  count(word1, word2, sort = TRUE)
- bigram_graph <- bigram_counts %>%
  filter(n > 5) %>%
  graph_from_data_frame()
- ggraph(bigram_graph, layout = "fr") +
  geom_edge_link(aes(edge_alpha = n), show.legend = FALSE) +
  geom_node_point(color = "lightblue", size = 5) +
  geom_node_text(aes(label = name), vjust = 1, hjust = 1) +
  theme_void()
```

Findings

The dataset was defined in RStudio, reduced to word format, and divided into groups. Findings were obtained after the raw data had been prepared for processing and subjected to sentiment analysis, word clustering, and relationship mapping of the clustered words. Examining the relationships among word groups enabled more accurate interpretations of the thematic density of the news-headline content. It also made it possible to identify principal themes and obtain results that could be interpreted politically. The sentiment-analysis results are important for understanding the positive-negative direction of the total content and the emotional tone of political news content. Accordingly, a preliminary test was first conducted within the framework of relational mapping among word groups, and the data produced by this test indicated that the subsequent analyses could be conducted reliably.

Figure 1. RStudio Data Processing Workflow

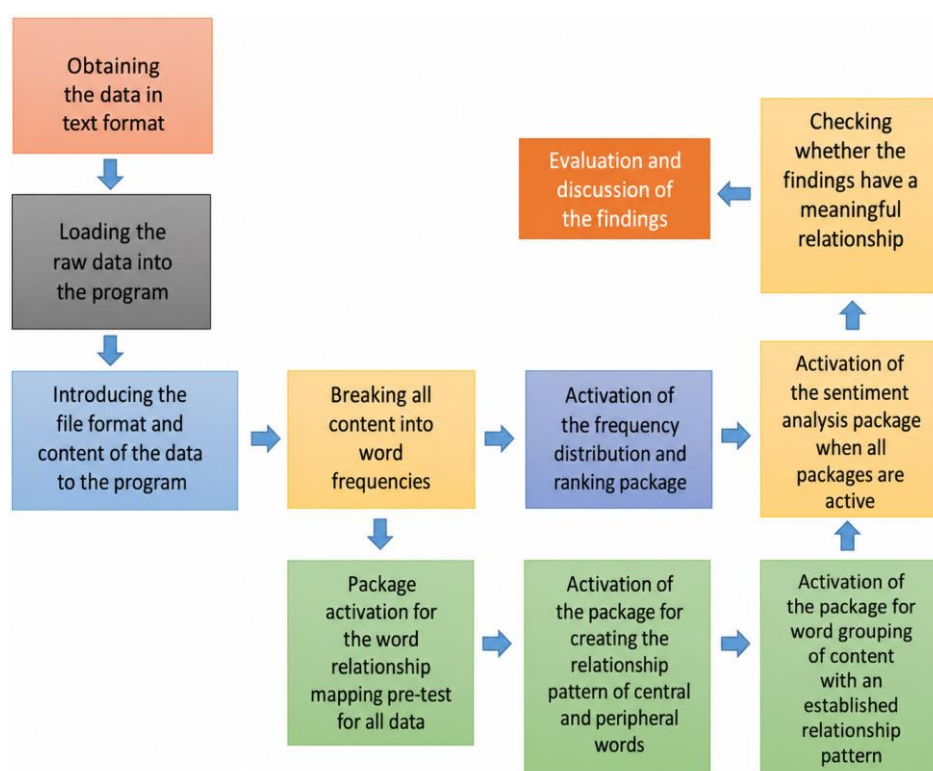
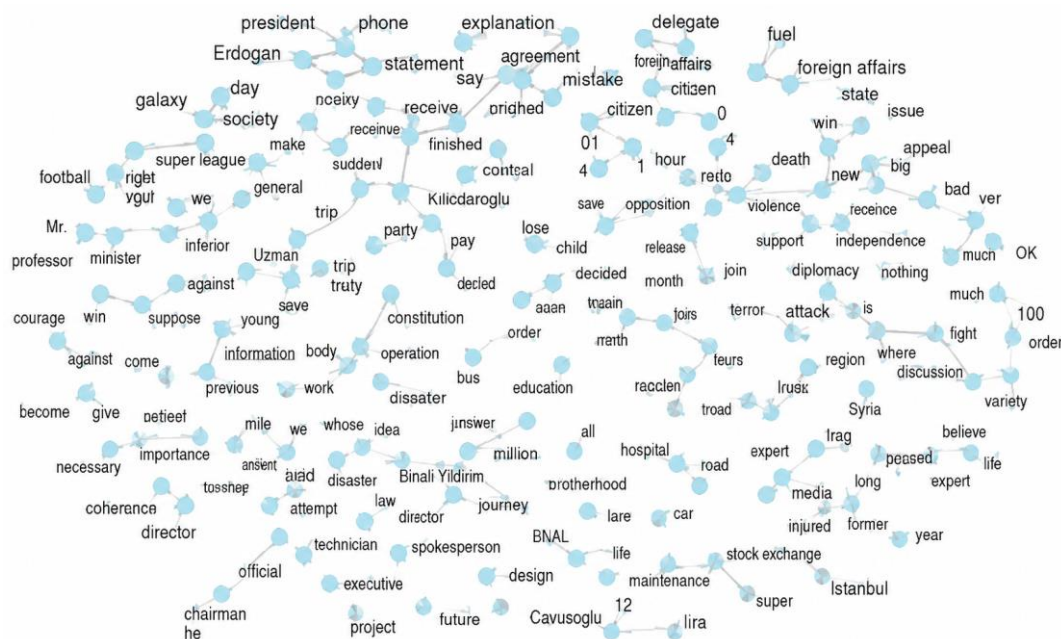


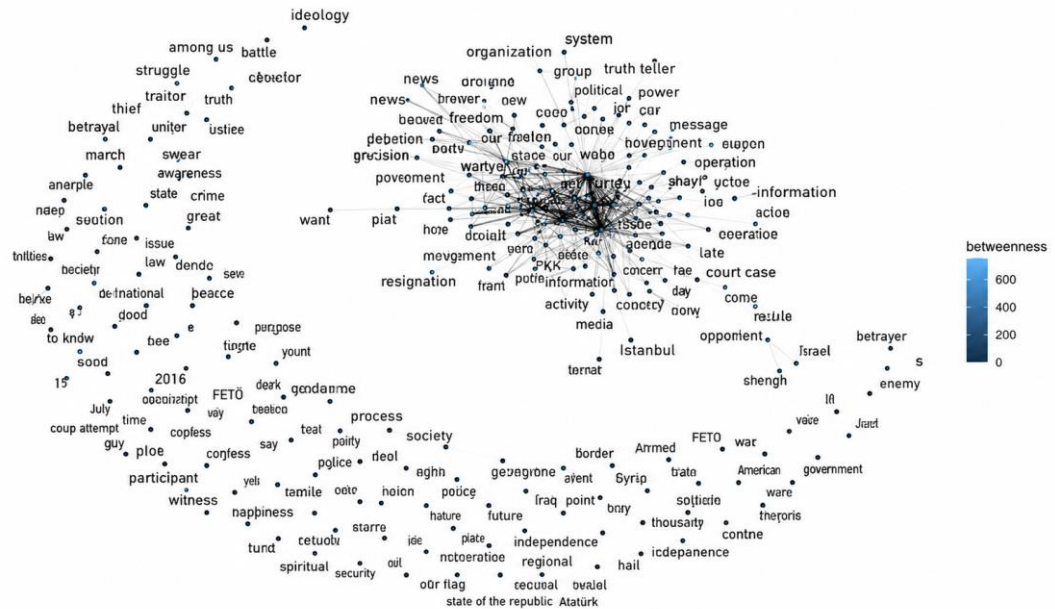
Figure 1 shows the process through which news headlines listed under a political-news column in an Excel file were processed in RStudio. The program first requires the file type to be defined before it can process unrecognized text. An Excel-format file was therefore defined and its contents were directed to the program's reading command. After the file had been read and introduced into the program, the content was divided into word frequencies. At this stage, the program recognized the entire content as individual words and the code for subsequent procedures could be entered. Word-mapping and patterning codes became applicable at this point, and the relational distribution of the entire content was obtained without phenomenological reduction. A preliminary test was conducted to determine whether the software recognized the text correctly for

mapping and to ensure that the remainder of the analysis could be performed reliably. After this operation succeeded, a more comprehensive mapping procedure was carried out and the first word map was obtained. The resulting relational map was highly important for word clustering. Meaningful clusters cannot be constructed unless high-frequency overlaps among words can be identified. Similarly, the algorithm must be able to construct a relationship network among words for sentiment analysis to produce reliable results. The mutual support among these analyses is therefore an important condition for obtaining scientific output in the study, and the findings indicate that this condition was met. Phenomenological reduction was applied when the word-frequency table was prepared in order to exclude words outside the research scope and obtain accurate focus codes. Ultimately, the purpose of obtaining all these data was to create a multidimensional content-analysis dataset containing the text's overall sentiment level, the most frequently used words, word-relationship patterns, and the word groups within those patterns.

Figure 2. Concept Mapping Pre-Test



According to Figure 2, testing the clustering codes constituted the first step in the conceptual relationship-mapping and word-clustering phase. The pre-test results demonstrate the applicability of the clustering procedures used in subsequent stages. Although phenomenological reduction was not applied in the first stage, a strong relationship was identified with the word groups obtained in the second stage, indicating that the codes clustered the words correctly and produced consistent results.

Figure 3. Conceptual Relationship Density Mapping

According to Figure 3, the second stage of word clustering and conceptual relationship mapping identified the principal themes and the words that were indirectly proximate to them. More words were included in the analysis than in the first stage, making the resulting principal theme more visible. The distribution of word relationships by density consequently became clearer. The concepts located at the center of relationship density were parallel to the ranking of the fifty most frequent words presented in the following chart. The central and peripheral concepts of the overall textual content were also identified, clarifying the focus codes associated with the central concepts.

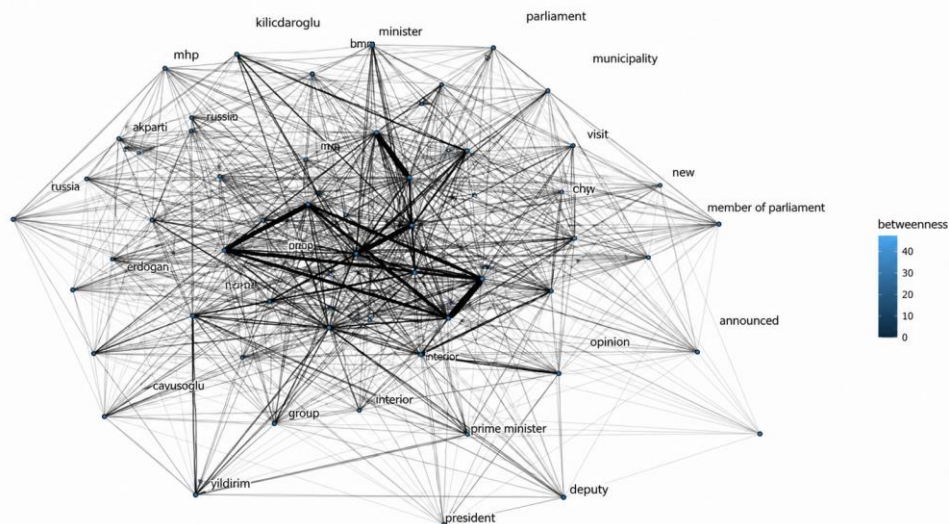
Figure 4. Results of Word Relationship Density

Figure 4 presents the distribution of peripheral and central words in the word-relationship-density map. The relationship-density visualization contains two variables: word frequencies and the degree of proximity among those words within sentence sequences. In terms of effect, however, the density and level of within-sentence proximity are more influential than frequency alone. More precisely, a higher frequency increases matching and proximity within the framework of relationship density. The distribution shows that the codes “President Recep Tayyip Erdoğan,” “Türkiye,” “USA,” “foreign affairs,” “Russia,” “party,” and “state” occupy prominent positions in the overall scenario of the content. A large proportion of the political news content can therefore be associated with the president, the state, foreign relations, the United States, and Russia. This pattern also constructs the content scenario of the general news material on the basis of word relationships. The next stage of the relationship pattern is the word clustering produced by related words.

Chart 1. Top Fifty Words with the Highest Frequencies

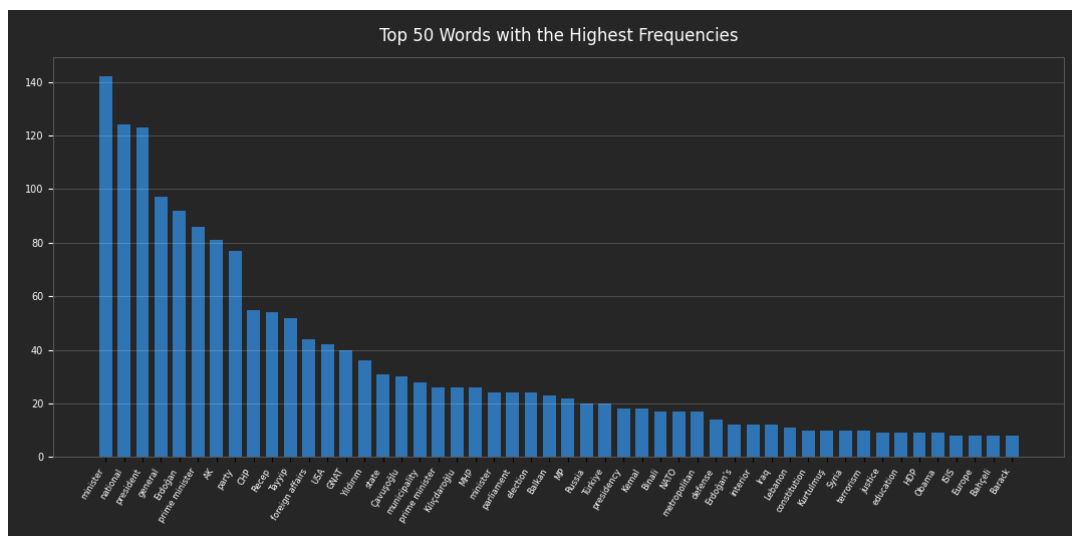


Chart 1 presents the fifty words with the highest frequencies. It was constructed after reducing words such as “and,” “like,” “was done,” and “a,” as well as other words outside the scope of direct political content. The codes that emerged in the word pattern presented in the preceding visualization are consistent with the words in the word-frequency table. The first fifty words are ranked because subsequent frequency values are relatively low and low-frequency words close to the topic offer limited opportunities for meaningful association. The frequency table presents the words that occur most often in political news headlines and are relevant to the study’s scope. Words such as “president,” “national,” “President,” “Erdoğan,” and “AK” have high frequencies. On the basis of frequency scores alone, it is possible to observe that President of the Republic of Türkiye Recep Tayyip Erdoğan appears as the principal leader, the AK Party as the political party, the CHP as the main opposition party, and “national” as an important adjective in the headlines.

Figure 5. Focus Coding of the Frequency Table

Figure 5 presents the focus codes derived from the frequency table. The principal themes of the fifty highest-frequency words are the codes “leadership,” “government,” “foreign policy,” “opposition,” “national security,” “parliament,” and “reform.” In terms of frequency density, leadership, foreign policy, national security, and then opposition are prominent in political headlines. In foreign policy, the United States, Russia, and NATO are prominent, while the remaining agenda concerns Iraq, Syria, Lebanon, and the European Union. The European Union’s position as the foreign-policy actor with the lowest frequency score in political headlines is particularly noteworthy. Headlines concerning the country’s legislative branch were produced in connection with the Grand National Assembly of Türkiye, members of parliament, and elections, but did not occupy a substantial place in headline content. Legislative news content can therefore be said to have remained behind other agendas and forms of content. As in the frequency table and the word-relationship network, the “leadership” focus is concentrated directly on President Recep Tayyip Erdoğan. In proportion to the same relationship network and frequency values, the opposition focus consists, in order of density, of the CHP, MHP, and the party then known as the HDP. Kemal Kılıçdaroğlu, Numan Kurtulmuş, and Devlet Bahçeli were also among the opposition leaders prominent in the headlines during the period. The code concerning political government consists of the words AK Party, ministries, and Ministry of the Interior. The political figures prominent in this context are Binali Yıldırım and Mevlüt Çavuşoğlu.

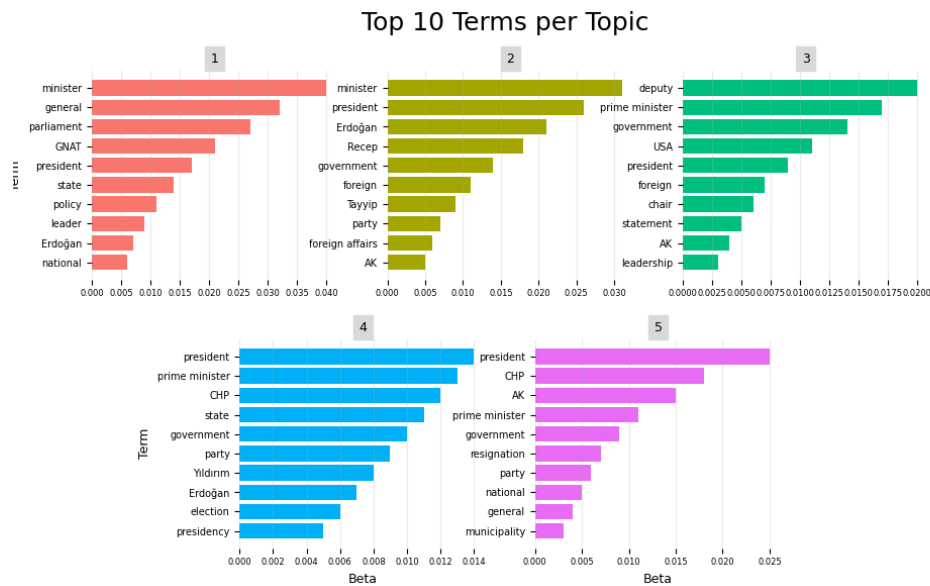
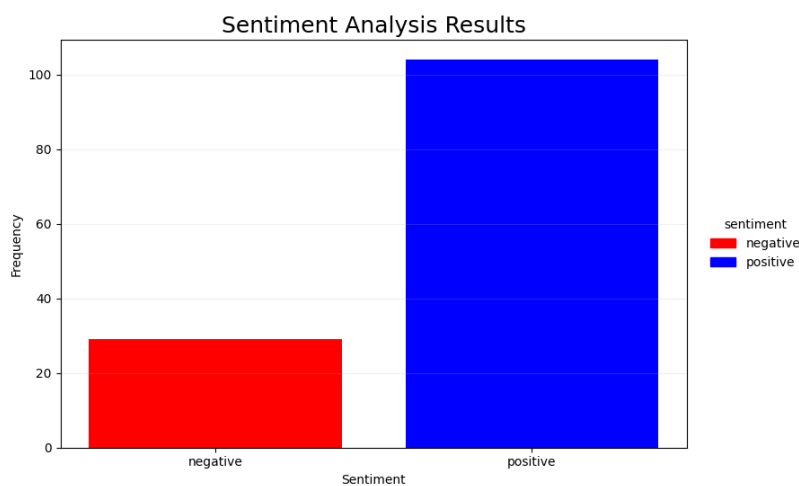
Table 1. Results of Word-Based Topic Clustering

Table 1 presents five different clusters constructed while preserving word relationships. Three of the clusters concern political-party and political-leadership relationships, while two concern foreign policy. Cluster 5 has a negative sentiment orientation, whereas the other four have a positive orientation. Cluster 1 contains a predominantly parliamentary agenda; Cluster 2 is dominated by the relationship between Recep Tayyip Erdoğan and foreign policy; Cluster 3 by relations with the United States and foreign policy; Cluster 4 by the relationship between the governing and opposition parties; and Cluster 5 by the governing party, opposition parties, and local governments. The words “national,” “President,” “prime minister,” “Erdoğan,” “Tayyip,” “AK,” “Recep,” “CHP,” and “party,” which have high scores in the word-frequency table, appear in the word clusters. The word “national,” despite its high score, does not appear in these clusters. Its absence may indicate that the five clusters are not directly related to the word “national.”

Chart 2. Sentiment Analysis Results for Political News

The word-based sentiment-analysis results were evaluated through two sentiment categories, “positive” and “negative.” Reduction to two categories was preferred because sentiments between the positive and negative categories make it difficult to express the general sentiment distinction clearly. The results show that positive judgments in political headlines are three times more frequent than negative judgments. The initial implication is that the general sentiment level of political news headlines during the period was positive. In this respect, the political news headlines used as data may generally have been intended by the press to construct a positive agenda. The detailed results of the positive sentiment analysis are evaluated in the discussion section by also considering the findings concerning high-frequency words and conceptual relationships.

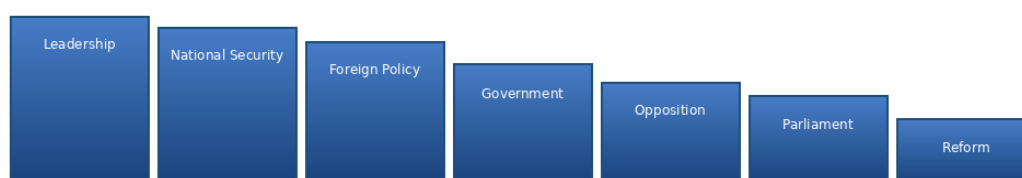
Discussion

According to the research findings, positive news-headline content examined in the study is four times more frequent than negative content. Türkiye’s news agenda during the relevant years can be said to have transmitted more positive messages and to have displayed a tendency to construct the political agenda in this direction. Moy et al. (2004) concluded that negative evaluations in the press could contribute to the revitalization of democracy. The predominance of positive evaluations in the sentiment-analysis results may therefore be considered unfavorable for democracy. Nevertheless, because different countries, cultures, events, and phenomena are being assessed, it is not possible to define the relationship among positive and negative news and democracy clearly on the basis of a single study. According to the Democracy Index data of the Economist Intelligence Unit (2020), Türkiye’s score declined from 5.69 in 2008 to 4.09 in 2018. It rose to 4.48 in 2020, but because the study’s data cover 2008-2017, the decline in the democracy score during the relevant period is clearly visible.

Seib (1996) states that the public may be influenced by foreign-policy news and that even foreign leaders may be affected by this interaction. The study reveals that foreign policy and foreign-policy actors possess high-frequency codes. It is therefore difficult to claim that foreign-policy news has no influence on mass audiences. The frequent appearance in headlines of global actors such as the “United States,” “Russia,” “Obama,” and “Putin” is not without significance. Keeping these actors prominent in public awareness may result from the importance assigned during the period to Türkiye’s foreign policy and to the governing party’s foreign-policy agenda. The fact that the European Union remains behind the United States and Russia among foreign-policy actors provides important evidence concerning the press’s foreign-policy priorities.

The codes obtained from the fifty highest-frequency words after phenomenological reduction constitute another noteworthy finding. The seven focus codes indicate the headings under which the general content was weighted. The following figure therefore presents a ranking representing the frequency strength of the focus codes.

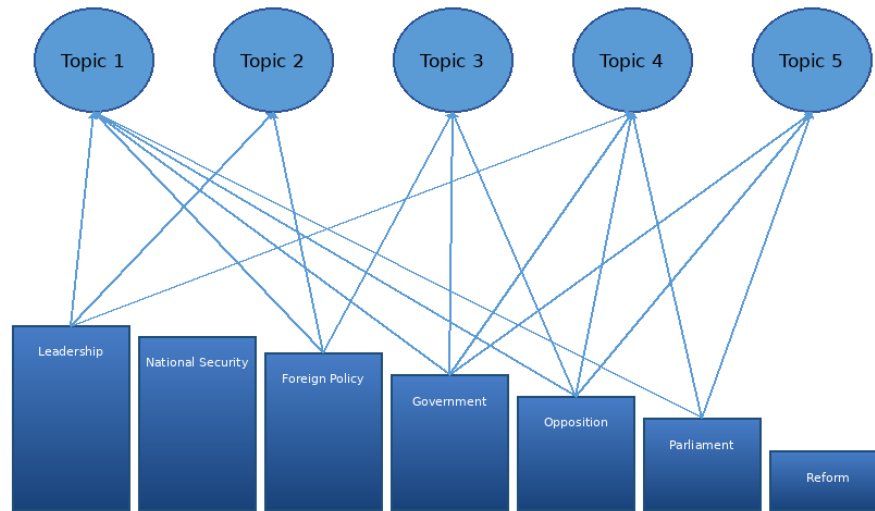
Figure 6. Ranking of Focus Codes by Frequency Strength



In terms of agenda density in newspaper headlines, “leadership” is the strongest code, whereas “reform” is the weakest. The most general assessment derived from this ranking is that

political leadership in Türkiye during the specified period was closely associated with national-security and foreign-policy agendas; relationships established by the governing and opposition parties within the parliamentary framework appeared in political headlines with limited density; and statutory amendments, education, and the economy received very little attention in the political agenda. Considering these findings in a single dimension makes it possible to reach a conclusion. However, the mapping based on word relationships also facilitates an examination of how the focus codes relate to one another. The following visualization was therefore prepared on the basis of the frequency table, the ranking of focus codes, and the results of the word-relationship map.

Figure 7. Relationship Between Focus Codes and Topic Groups



In light of the data in Table 1 and Figure 6, Figure 7 shows that the relationships between focus codes and topic groups are dense except for the national-security and reform codes. The clearly weak density of the reform code in the overall content may explain why no relationship was obtained, but the absence of a connection for the national-security code is noteworthy. This may be because national security was communicated as a state policy outside the political relationship pattern during the relevant period. Sussex et al.'s (2017, p. 476) definition of national security as the state's security object may partly explain the concept's distinctive position in the political headline pattern. As a characteristic of the period in which the headlines were presented to the public, framing content through the adjective "national" may therefore not have been considered necessary for the political agenda. It is ultimately more likely that concepts such as national interest, national benefit, and national policy were associated directly with the state rather than with politics.

On the basis of the relationships identified among the research topics, it is possible to state that the media represented political leadership in the country through the person of Recep Tayyip Erdoğan. Rodgers-Healey (2013) argues that perceptions of political leaders are subject to limitations and that the media's manner of portraying leaders, leadership, and issues important to a nation is decisive. It would therefore not be inaccurate to suggest that the word-based pattern constructed by the media in headlines resembles the study's own method of representing the message intended for transmission. According to Isotalus and Almonkari (2014, p. 299), political leaders depend on the media but have not adapted to it as much as is commonly assumed. In the pattern constructed from headlines in Türkiye, however, Recep Tayyip Erdoğan's influence across agenda-defining topics

such as government, opposition, and foreign policy points less to dependence than to a situation to which the media must adapt. Although Mughan (2000) argues that leaders begin to exert a stronger influence on voters' party preferences as they become more prominent in the media, it would be inappropriate to generalize without evaluating the many parameters that affect voter preferences. The clearest interpretation is that political leadership has strong relational ties with government, foreign policy, parliament, and opposition in the context of news headlines. More detailed research that accounts for each country's dynamics is nevertheless required to develop broader and clearer statements about the nature of the relationship between media and leaders. Given the existence and popularity of political leadership within the governing party, the strength of the relationship between topic headings and focus codes is foreseeable. Heffernan's (2006) observation that the news media may simultaneously constitute an obstacle and a resource, a permanent critic and at times a friend, is acceptable in the context of the topic groups and focus codes. The research data reveal no finding concerning political government that could be described as excessively positive, excessively negative, or anomalous in content. The most notable issue is the absence of a relationship network for the reform code both in the five principal topic groups and in terms of frequency strength. This may be interpreted as either a decline in the governing party's reform orientation during the relevant period or the media's failure to carry it into headlines. Gölcü (2009, p. 15) states that proximity to or distance from political power has a significant effect on news discourse. Because the headlines were compiled without distinguishing among media organizations, the findings cannot be generalized; however, given the frequency strength of the leadership and government codes, the relative weakness of the opposition code may be said partially to support this perspective on media communication. The opposition code nevertheless appears in headlines through party politics and through interactions with the president, the governing party, and local governments. The foreign-policy code is related to two principal topic clusters: one concerns President Recep Tayyip Erdoğan's relationship with foreign policy, and the other concerns relations with the United States. Foreign-policy content in news headlines can therefore be said to concentrate on the leader and the United States. When positive and negative approaches to the United States are considered within the sentiment-analysis framework, the media may have interpreted events from a realist perspective on the left and an ideological perspective on the right (Çakır, 2006).

Eilders (1997) states that the media may legitimately seek to influence the agendas and decisions of the political system. The available data, however, do not make it possible to determine the strength or extent of the reciprocal influence between the political system and the media. The only conclusion that can be drawn at this point is that the media possess the capacity to influence their target audience. When the findings concerning the word-relationship pattern, frequency table, and focus-code table derived from that frequency table are considered together, they confirm the relationships among the actors and institutions of contemporary Turkish political life. This is because both the word groups identified in the relationship pattern and the algorithmic clustering of words under topic headings are largely consistent. When all findings are considered together, the political relationship between the AK Party under the leadership of Recep Tayyip Erdoğan and the CHP and Kemal Kılıçdaroğlu as the principal opposition actors in domestic politics was accurately identified according to their relative weight on the media agenda. According to Jacobi (2016, p. 105), applying automated content analysis to news content is not inherently inappropriate, but it should be deepened through conventional research methods. The findings of the present study nevertheless offer highly refined and explanatory results for political communication, media, and mass communication. Provided that newspaper headlines are consistent with the news content, they supply meaningful data concerning the media's general position. In broad terms, the findings are sufficient to reveal clearly the focus concepts of a nine-year political-communication process. The potential contribution of different datasets is not denied. Factors such as the purpose, scope, and sample of the research become relevant at this point and affect the general context of the study. Different methods and

datasets may therefore be used depending entirely on different research questions and problem situations.

Conclusion

After the findings were obtained and discussed, conclusions were reached concerning the content of written-media news headlines. The headlines contain three times more positive expressions than negative expressions. Opposition-oriented news headlines may therefore be more concentrated among the negative expressions. According to the headline content, activities concerning the constitution or legislation in Türkiye were represented by the reform code, and the overall evidence indicates that the intensity of reform-related news in the written press was very low. The scope concerning national security was represented by the national-security code. Although national security consisted of codes with strong frequency values, it did not produce a meaningful match with political actors and institutions in the headline content in either the topic table or the word-relationship-distribution visualization. The media may consequently have developed a state-centered approach to national-security issues in the context of the headlines and the period from which they were collected. Foreign-policy issues were more prominent than the government and opposition codes and occupied a strong position in news headlines. Foreign policy was covered extensively by the media, with the United States and then Russia occupying important places on the agenda. The European Union's lower level of coverage is also noteworthy. The media can be said to have prioritized foreign-policy concepts over political parties associated with the parliamentary system, without distinguishing between government and opposition. The government and opposition codes were nevertheless distributed at relational and frequency levels that were not extremely distant from one another and appeared in media headlines. The AK Party and the CHP were the two most important political parties in news headlines, as they were in Turkish political life, but political leadership in the person of President Recep Tayyip Erdoğan was the dominant actor on the political agenda.

It is very difficult to interpret bias and intensity in news production within the relationship between media headlines and government on the basis of the available findings. Such an assessment would require examining news-headline content in different countries and comparing it with the findings obtained for Türkiye. A broader study is therefore needed, particularly to investigate the relationship among media, government, and democracy. The weak level of media interest in legal processes may constitute another subject for research. A comparative study could be conducted using both historical and contemporary data. The most general conclusion specific to the present study is that political leadership and foreign policy were the dominant elements in the headline content, and that Recep Tayyip Erdoğan maintained strong relationships with subcodes under foreign policy, government, and opposition. The CHP and Kemal Kılıçdaroğlu occupied a secondary position in the headlines and were also strongly related to parliament and political leadership. The treatment of security and national issues within the conceptual domain of the state constitutes a noteworthy finding, at least in written-media content, concerning the way the concepts of state and politics are addressed in Türkiye. The replacement of parliament by the presidency from the perspective of political power may also be considered a *de facto* situation reflected in political news headlines. Ultimately, all conclusions were reached by evaluating cross-sectional data obtained from politically oriented news headlines. Each focus code, word group, and topic distribution was derived from relatively limited data. More detailed analyses of each dataset, together with comparative assessments of economic headings and political content, may therefore guide future research. Comparisons between Türkiye and other developing countries would make an important contribution to the international literature. The media's extremely limited headline content concerning statutory-constitutional regulations and reforms cannot be explained solely by the intensity of the agenda. The media and political actors should therefore prioritize constructive reform processes in terms of their contribution to the country's democracy.

www.turkishstudies.net/economy**Turkish Studies - Economics, Finance, Politics**

eISSN: 2667-5625

**ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY**

Türkiye Merkezli Gazetelerin X Platformunda Paylaştıkları Siyasi Manşetler: 2008-2017 Dönemi Kod Tabanlı Analiz

Giriş

Siyasi haber manşetlerinin, toplum üzerinde önemli bir etkisi vardır; çünkü genellikle bir haberin ilk okunan ve bu nedenle de bir haberin içeriğine dair ilk izlenimleri oluşturan bölümüdür. Bu nedenle, siyasi haber manşetlerinin, kamuoyunu biçimlendirme ve siyasi görüşleri etkileme gücü vardır (Iyengar ve Kinder, 1987, s. 70; McCombs ve Shaw, 1972, s. 182). Manşetlerin, hikâyenin çerçevesini belirleme yeteneği, aynı zamanda izleyicinin hikâyeye dair algısını ve anlayışını da belirler (Scheufele ve Tewksbury, 2007, s. 12). Bu çerçeveleme işlevi, manşetlerin bir hikâyenin tonunu, odak noktasını ve anlamlarını belirlemesi şeklinde ortaya çıkar (Entman, 1993, s. 51). Siyasi haber manşetlerinin çerçeveleme etkisi, seçmenlerin politikalar ve politikacılar hakkındaki görüşlerini, algılarını ve tutumlarını belirleme potansiyeline sahip olduğu için önemlidir (Druckman ve Nelson, 2003, s. 730). Ayrıca, manşetler üzerindeki belirli kelime seçimleri ve ifade biçimleri, belirli bir siyasi görüş veya ideolojiyi destekleyebilir veya eleştirebilir, bu da seçmenlerin siyasi tercihlerini etkileyebilir (Pan ve Kosicki, 1993, s. 60).

Bu çalışma, 2008-2017 yılları arasında X' te yayınlanan Türkiye'deki siyasi haber manşetlerini ele almaktadır. Verilerin belirtilen yıllar olmasının nedeni X Api üzerinden ulaşılabilirlik kısıtlarıdır. Bu süre zarfında sosyal medyada paylaşılan siyasi haber manşetlerinin incelenmesi, bu dönemdeki politik eğilimler ve algılar hakkında değerli bilgiler sağlayabilir. Araştırmada, RStudio programı kullanılarak fenomenolojik azaltma, kelime frekans dağılımı, kelime gruplandırma ve duygu analizi teknikleri uygulanmaktadır. Fenomenolojik azaltma, haber manşetlerindeki belirli olayları, temaları ve kavramları belirlemek için kullanılır (Moustakas, 1994, s. 180). Bu teknik, manşetlerin altında yatan anlamları ve temaları ortaya çıkarmak için bir çerçeve sağlar. Kelime gruplandırma, metin verilerindeki belirli kelimeleri ve ifadeleri belirlemek ve gruplandırmak için kullanılır (Blei vd., 2003, s. 12). Bu teknik, hangi kelimelerin ve ifadelerin belirli manşetlerde sıklıkla birlikte kullanıldığını belirleyerek, manşetlerin genel tonunu ve içeriğini anlamak için kullanılabilir. Duygu analizi ise, metin verilerindeki duygusal ifadeleri ve tonları belirlemek için kullanılır (Liu ve Zhang, 2012, s. 420). Bu teknik, siyasi haber manşetlerinin duygusal tonunu ve bu tonun seçmenlerin siyasi görüşlerini ve tutumlarını nasıl etkileyebileceğini anlamak için kullanılabilir.

Bu araştırma, bu tekniklerin birleşimini kullanarak, X' te paylaşılan Türkiye'deki siyasi haber manşetlerinin çerçeveleme etkisini ve bu etkinin seçmenlerin siyasi görüşlerini ve tutumlarını hangi ana başlıklar altında etkileyebileceğini anlamayı amaçlamaktadır. Araştırma, temel aldığı zaman aralığı, içeriği ve araştırma yöntemi bakımından siyasi haber içerikleri ile ilgili literatüre önemli bir katkı sunacaktır. Özellikle araştırmanın Türkiye'de siyasi haber içeriklerini ele alması, Türk siyasal hayatı çalışmalarına da doğrudan veri sunma potansiyeline sahiptir. Son olarak böyle bir

araştırmının, ileride X ya da daha farklı kaynaklardan veri toplamak isteyen araştırmacılara ilham kaynağı olacak ve veri madenciliği gibi alanlara yönelik motivasyonu güçlendirecektir.

Araştırmada elde edilen bulgular ve ulaşılan sonuç ışığında basın etiği, iktidar, muhalefet ve basın ilişkisi konuları hem gelecek çalışmalar açısından hem de hukuki düzenlemeler bağlamında ele alınmalıdır. Özellikle araştırma sonucunda medyanın yasal-anayasal düzenlemeler ve reform içerikleri ile ilgili çok sınırlı manşet içeriği oluşturması sadece gündem yoğunluğu ile izah edilemez düzeydedir. Bu nedenle medyanın ve siyasetin ülke demokrasisine katkısı bakımından yapıcı reform süreçlerine öncelik vermesi önerilmektedir.

Siyasal İletişimde Gazeteler

Bazıları araştırmacılar, siyasi süreç ile iletişim süreci arasında doğrudan bir ilişki olduğunu iddia etmektedir. Kamuoyunu etkileyen iletişim teknolojilerinin kullanımıyla siyasi ve ekonomik sistemler sürdürülmektedir (Yıldız, 2002, s. 77). Kitle iletişim araçları halkın en önemli temsilcisidir. Medya, politikacıların seçmenleri etkilemek için kullandıkları en önemli araçlardan biridir (Güz, 2005, s. 45). Haber, röportaj, yorum, inceleme ve araştırma gibi çeşitli medya araçlarıyla, kitle iletişim araçları siyasal örgütlerden vatandaşlara siyasal mesajlar iletmektedir. Vatandaşların tepkileri ise mektup gibi yöntemler ve tekniklerle yine bu araçlar vasıtasıyla siyasal örgütlere iletilmektedir (Aziz, 2007, s. 102).

Gazetecilik sistemi, politik aktörlerin genel halkla etkileşimde bulunabileceği en önemli ve etkili iletişim aracıdır. Gazetecilik sisteminin çift yönlü bilgi akışı işlevi, bazen politik aktörlerle gazeteciler arasında işbirliğine yol açarken, bazen de güç dengesizliklerine neden olabilir. Bazı durumlarda gazeteciler, politikacılarla çalışmanın ötesine geçerek gerçekten politika yapmaktadırlar (Alver, 2007, s. 174). Olayları tartışmalı bir şekilde sunan kitle iletişim araçları, toplumun siyasi katılımı ve siyasi değişikliklerden haberdar olması açısından büyük önem taşımaktadır.

Gazetelerin temel sorumluluğu haber raporlamasıdır (Bülbül, 2001, s. 22). Dursun (2001, s. 289) ise bunu gerçek dünyada bir yerlerde meydana gelen olaylar, kişiler ya da şeyler ile ilgili en son ve en yeni bilgi olarak ifade etmiştir. Gazeteciler, birkaç olayı seçip haber haline getirmek için çaba sarf ederler. İnsanlar doğal olarak olayları altında yatan bilgilere dayanarak anlamaya çalışır. Bu nedenle haberler tutarlı bir şekilde sunulmayabilir (Poyraz, 2002, s. 67). Haberlerin unsurlarını oluştururken, birkaç önemli özellik dikkate alınır. Aslan (2002)'a göre, doğruluk, gerçeklik, tarafsızlık ve anlamlılık gazeteciliğin temel taşlarıdır. Haberler değerlendirilirken tarafsızlık ve anlamlılık konusunda tartışmalar vardır. Nesnellikte, öznellik, önyargı, duygusal değerlendirme ve değer yargılarının etkisi olabilir. Anlamlılıkta ise açıklık, basitlik, anlaşılabilirlik, kesinlik, hız, tutarlılık ve inandırıcılık gibi unsurlar dikkate alınmalıdır (Aslan, 2002, s. 63). Haberde tarafsızlık hala toplumda tartışmalı bir konudur. Ancak, basın etik kurallarının hepsi tarafsızlığı temel bir ilke olarak içerir (Girgin, 2002, s. 45). Özellikle politik içerikli haberleri okurken tarafsız bir bakış açısına sahip olmak önemlidir. Gazetecilikte başlık, içerikten daha önemlidir. Başlığın temel işlevi haberleri özetlemek, ilgi uyandırmak ve okuyucuyu tüm makaleyi okumaya teşvik etmektir (İspirli, 2000, s. 30). Haber olaylarının nasıl yansıtıldığını görmek için başlıklara bakmak mümkündür. Örneğin, yazılı haberlerde kullanılan başlıklar, sütun sayısı ve punto büyüklüğü haberlerin sunumunda önyargıyı gösterebilir (Girgin, 2002, s. 45). Bir gazetenin ön sayfasındaki en büyük puntoyla yazılan başlığa "manşet" denir. Manşet, gazetenin adı ve logosunun hemen altında, büyük puntoyla oluşturulan başlıkla birlikte yer alan haberdur (Bülbül, 2001, s. 22). Bundan dolayı manşetler, okuyucunun dikkatini çekmeyi amaçlar. Etkili bir manşet oluşturmak için ise özel bilgi ve beceri gerekmektedir (Yağbasan, 2008, s. 110). Okuyucunun dikkatini çekebilmek için manşetler diğer haber başlıklarından daha belirgin bir şekilde sunulmaktadır. Böylece, kitle iletişim araçları, manşet haberler aracılığıyla hangi politik olayların daha önemli olduğuna ve hangi konuların tartışılması gerektiğine karar verebilir. Bu durumda, manşetler gazetelerin olayları nasıl raporladığı konusunda çıkarımlar yapmamıza yardımcı olabilir. Çifci (2011, s. 933) de Türk basınındaki haber cümlelerinde

5N+1K yapısı ve haber kaynağının açıkça belirtilmesiyle ilgili eksikliklere sıklıkla rastlandığını; bazı siyasi haberlerde ise öznellik, abartı ve süslü ifadelerin belirginleştiğini ortaya koymuştur. Sargın (2014, ss. 1240–1243) ayrıca, dolaysız ve dolaylı aktarım tercihlerinin nesnellik ile gazeteci yorumu arasındaki dengeyi etkilediğini, dolaylı aktarımın gazeteciye aktarılan ifadeleri yeniden biçimlendirmek için daha geniş bir alan sağladığını göstermiştir².

Literatür

Bu literatür taraması, ağırlıkla X üzerinde kelime analizi ile ilgili çeşitli uygulamalar ve teknikler hakkında bir genel bakış sağlamaktadır. X üzerinde kelime analizi, politika, sağlık ve duygu analizi gibi bir dizi farklı alanda kullanılmıştır. Bu tür analizler, X' ten toplanan verileri anlamak ve bu verilerden anlamlı bilgiler çıkarmak için etkili bir araçtır. Bu araştırmalar, X üzerinde kelime analizi ile ilgili çeşitli teknikler ve uygulamaları göstermektedir. Bu teknikler, topluluk duygularını, politik eğilimleri, sağlık trendlerini ve daha fazlasını anlamak için büyük miktarda X verisini analiz etmek için kullanılabilir. Literatürde metin analizi ile ilgili çalışmaların metin-kelime gruplandırma ve duygu analizi üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Örneğin Blei vd. (2003) tarafından geliştirilen Latent Dirichlet Allocation (LDA) birçok çalışmada metin gruplandırma için kullanılmıştır. Ancak, LDA'nın semantik bilgileri yakalama konusundaki sınırlamaları nedeniyle, Word2Vec ve GloVe gibi semantik modeller son yıllarda popülerlik kazanmıştır. Örneğin, Mikolov vd. (2013) Word2Vec'in metinleri daha etkili bir şekilde gruplandırmak için nasıl kullanılabileceğini göstermiştir. Liu ve Zhang (2012) duygu analizi üzerine geniş bir literatür taraması yapmış ve bu alandaki çeşitli yaklaşımları ele almıştır. Duygu analizi konusunda daha sonraki çalışmalarda derin öğrenme teknikleri öne çıkmıştır. Zhang vd. (2018) duygu analizi için derin öğrenme tekniklerini inceleyen kapsamlı bir literatür taraması sunmuştur. Güncel bir örnek olarak, Kim vd. (2015), sosyal medya verilerini analiz etmek için duygu analizini ve metin gruplandırmasını birleştiren bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada, yazarlar öncelikle metinlerin duygusal tonunu belirlemek için duygu analizi kullanmış ve ardından metinleri belirli konulara göre gruplandırmışlardır. Bu, sosyal medya verilerinden anlamlı ve kullanışlı bilgiler çıkarılmasına yardımcı olmuştur. Bu araştırmalar, metin gruplandırma ve duygu analizi alanındaki önemli araştırmaları ve teknikleri özetlemektedir. Ayrıca araştırmalar hem tarihsel hem de en son çalışmaları içerir ve bu tekniklerin metin analizinde nasıl kullanılabileceğini gösterir. Hem duygu analizi hem de metin gruplandırma, büyük metin veri setlerinden anlamlı bilgiler çıkarmanın önemli yollarıdır ve bu teknikler, birçok farklı veri bilimi ve doğal dil işleme uygulamasında kullanılmaktadır. Bu alandaki ilerlemeler ve mevcut araştırmanın ulaştığı bulgular, metin analizinin gelecekteki potansiyelini genişletmeye devam edecektir.

X ve diğer sosyal medya platformları, metin analizi ve doğal dil işleme (NLP) araştırmaları için büyük miktarda veri sağlar. Bu veri setleri, kullanıcıların duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını anlamak için değerli bir kaynaktır. X üzerinde kelime analizi ile ilgili birçok akademik çalışma bulunmaktadır. Örneğin, Tumasjan vd. (2010) X üzerinde kelime frekanslarının politik eğilimleri tahmin etmek için nasıl kullanılabileceğini incelemiştir. Bu çalışmada, yazarlar X mesajlarını (tweetler) analiz ederek Almanya'da 2009 genel seçimlerindeki parti tercihlerini tahmin etmeye çalışmışlardır. Bunun yanı sıra, Wang vd. (2011), X verilerini kullanarak duygu analizi ve kelime gruplandırma tekniklerini birleştiren bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada, yazarlar X üzerindeki duygusal ifadeleri anlamak için kelime gruplandırma ve duygu analizini birleştirmiştir. X üzerinde kelime analizi, sağlık araştırmalarında da kullanılmaktadır. Örneğin, Paul ve Dredze (2011) X' ten toplanan verileri kullanarak grip salgınlarını izlemek için bir yöntem geliştirmiştir. Bu

² Gazeteciliğin tarihsel gelişimi, edebiyat ve siyasal muhalefetle ilişkisi, basın özgürlüğü, meslek etiği, gazetecilik eğitimi ve istihdamı, haber okuryazarlığı ve seçici maruz kalma, savaş haberlerinin sunumu, yavaş gazetecilik ve anlatı gazeteciliği, sosyal medya kullanımı, basın işletmelerinin mali yapısı, dijital dönüşüm ve sürdürülebilir rekabet stratejileri ile yapay zekâ yorgunluğu ve teknostres üzerine yapılan çalışmalar için ayrıca bk. Arduç Kara, 2026; Budak, 2012; Çetin, 2023; Demircioğlu & Onar, 2025; Dirik & Çambay, 2019; Dünder, 2018; Ertekin, 2019; Kanaat et al., 2019; Korkmaz, 2011; Okumuş & Karaman, 2025; Onar & Uçurum, 2022; Yazıcı, 2023; Yeşil, 2014; Yıldız, 2013.

çalışmada, yazarlar belirli kelimelerin ve ifadelerin frekanslarını analiz ederek grip vakalarının meydana geldiği yerleri ve zamanları tahmin etmişlerdir. Son yıllarda, Zhou vd. (2015) X' teki paylaşımların popülerliklerini tahmin etmek için bir kelime analizi yöntemi kullanmıştır. Bu çalışmada, yazarlar X mesajlarındaki kelimelerin frekansını analiz ederek hangi tweetlerin viral hale geleceğini tahmin etmeye çalışmışlardır. Bunun yanı sıra, Gönen (2021), X üzerinde kelime frekans analizini kullanarak Covid-19 pandemisi hakkında kamuoyunun duygusal yanıtını incelemiştir. Bu çalışma, kelime frekans analizinin bir toplulukta belirli bir konuya karşı genel duygusal eğilimleri anlamak için ne kadar etkili olduğunu göstermektedir. Son olarak, Kouloumpis vd. (2011) X üzerinde duygu analizi için bir kelime tabanlı yöntem geliştirmiştir. Bu çalışmada, yazarlar duygu analizi için bir kelime listesi kullanmış ve bu listeyi X verileri üzerinde test etmişlerdir. Eser (2013, ss. 1887–1888) de siyasal bilgilere çevrimiçi erişim ile siyasal yeterlilik, siyasal ilgi ve siyasal katılım arasında pozitif ilişkiler tespit etmiş; böylece dijital platformlarda dolaşıma giren siyasal içeriklerin demokratik önemini ortaya koymuştur.

Siyasi içerikli haber manşetleri ile ilgili birçok araştırmacı, siyasal gazete manşetlerinin siyasal iletişim için kritik olduğunu öne sürmektedir. Eilders (1997), gazetelerdeki başyazıların siyasal gündemi etkileyebileceğini söylüyor. Bunlar, siyasal olayları editöryal duruşlarına göre çerçeveleyerek ve yorumlayarak yapılır. Sajid vd. (2019), basılı medya, istenen ideolojiyi yaymak için aynı olayı farklı şekillerde temsil etmek için çeşitli söylemsel teknikler kullanmıştır. Megrabova ve Pinchukova (2019), Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'deki en önemli gazete ve dergilerin manşetlerinin Avrupa hakkında olumsuz bir imaj yaratmaya çalıştığını ortaya koymuştur. Andrew (2007), haber başlıklarını siyaset hakkında basit bilgi vermek için medya tarafından kullanılan kısa cümleler olarak tanımlamıştır. Ayrıca, başlıkların tam metin öykülerden konu ve vurgu açısından önemli ölçüde farklı olabileceğini göstermektedir. Guzikova ve Nesterova (2021), gazete manşetlerinin yazarın konumunu ve niyetini anlamak için çok önemli olduğunu ifade etmiştir. Bu makaleler, siyasal gazete manşetlerinin hem kamuoyunu hem de siyasal söylemi etkilediğini öne sürmektedir. Mevcut araştırma ise kamuoyu ve siyaseti etkileyen başlıkları ortaya çıkarma amacını taşıdığından etkileme olgusu yerine etkinin ne olduğunu anlama çabasıdır. Bu çaba doğrultusundan araştırma, yoğunlukla kullanılan kelime frekanslarının derlenmesi, kelime gruplandırma ve duygu analizini bir arada ele almakta, ayrıca Türkiye'de 2008-2017 yılları arasında yayınlanan siyasal haber manşetlerini değerlendirmektedir. Bu açıdan araştırmanın uygulanan teknikler ve kullanılan veri bağlamında literatürde mevcut olan boşluğu doldurma ve özgün sonuçlar sunması beklenmektedir. Çünkü siyasal haber manşetlerinin farklı teknikler kullanılarak çözümlenme girişimleri özellikle Türkiye bağlamında yapılan çalışmalarda henüz çok kısıtlı görünmektedir. Bundan dolayı çalışma hem kullanılan veri hem de teknikler açısından Türk basını hakkında derin bir kesit değerlendirmesi sunmuş olacak. Bu da benzer araştırma girişimleri için literatüre faydalı girdi sağlama anlamına gelmektedir. Türkiye bağlamında Soy ve Sandıkcı (2020, ss. 2584–2585), Andrew Brunson krizi sırasında siyasal iktidarın söyleminde meydana gelen değişimlerin Sabah internet gazetesinin haber başlıklarına, sözcük tercihlerine ve sunum biçimlerine paralel olarak yansıdığını belirlemiş; bu bulgu medya söyleminin siyasal iktidarla ilişkili biçimde incelenmesinin önemini göstermiştir.

Yöntem

Araştırmanın verilerini 2008 ve 2017 yılları arasında X' ta paylaşılan siyasal içerikli haber manşetleri oluşturmaktadır. Toplamda metin olarak 600 başlığa ulaşılabilmektedir. Elde edilen ham veriler, fenomenolojik azaltma, kelime gruplandırma, kelime frekanslarına göre sıralama ve duygu analizi yapılarak anlamlı bulgulara dönüştürülmüştür. Frekans dağılımı yapıldıktan sonra fenomenolojik azaltmaya gidilmiş ve en yüksek frekansa sahip ilk elli kelime grafikte sunulmuştur. Ayrıca ilk elli kelimenin odak kod tablosu hazırlanmış ve araştırma bulguları çerçevesinde değerlendirilmiştir. Tüm verilerin işlenmesinde yapılan analizler için Rstudio programı

kullanılmıştır. Yapılan her bir analiz için ilgili başlık altında kullanılan kodların bazı kesitler sunulmuştur.

Fenomenolojik azaltma, fenomenolojinin temel prensiplerinden biridir ve bir deneyimin özünü anlamak için kullanılır. Edmund Husserl tarafından önerildiği gibi, bu süreç, bir fenomeni olabildiğince tarafsız ve önyargısız bir şekilde incelemeyi amaçlar (Husserl, 1970, s. 151). Fenomenolojik azaltma, ön bilgileri ve önyargıları bir kenara bırakmayı, böylece fenomenin kendisiyle doğrudan karşılaşmayı içerir (Moustakas, 1994, s. 122). Bu "bracketing" veya "epoché" olarak bilinir ve araştırmacının deneyimin özüne odaklanmasına olanak sağlar. Bunun için öncelikle, mevcut görüşmelerin, söylemlerin ya da fikirlerin transkribe edilmesi gerekmektedir (Creswell, 2013, s. 193). Ardından, fenomenolojik azaltmayı kullanarak, bu görüşmeleri analiz edilmesi ve deneyimin özünün belirlenmesine çalışılır (Giorgi, 2009, s. 122).

Fenomenolojik azaltma süreci sırasında, araştırmacının ayrıntılı ve tekrarlanan okumalarla metinleri analiz etmesi ve metinde belirgin olan temaları belirlemesi gerekmektedir (Van Manen, 1990, s. 184). Bu temalar, deneyimin özünün anlaşılmasına yardımcı olur ve araştırmacının fenomeni daha geniş bir bağlamda anlamasına olanak sağlar. Bu süreç, deneyimlerin tarafsız ve ayrıntılı bir şekilde incelenmesini sağlayacak ve bu deneyimlerin daha geniş bir bağlamda anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Araştırmada fenomenolojik azaltma, Türkiye’de siyasal bir fenomen ya da fenomen ile ilişkili olmayan kelimelere uygulanmıştır. Fenomenolojik azaltma için kullanılan bazı örnek kodlar bir PDF dosyasındaki içerikler için aşağıdaki gibidir:

```
- data <- read_pdf("örnek dosya yolu.pdf")
- names(data)[names(data) == 'ilgili dosya adı'] <- 'text' data <- data %>%
- unnest_tokens(word, text)
- custom_stop_words <- c("kelime1", "kelime2", "kelime3", "kelime4", ....)
- stop_words <- bind_rows(tibble(word = stop_words$word, lexicon = "default"),
- tibble(word = custom_stop_words, lexicon = "custom"))
- data_clean <- data %>%
- anti_join(stop_words, by = "word")
```

Duygu (Sentiment) analizi, doğal dil işleme (NLP), bilgisayar bilimleri ve makine öğrenmesi (ML) tekniklerinin birleştirilmesi sonucunda ortaya çıkan, metinlerdeki duygusal tonları belirlemek için kullanılan bir yöntemdir (Liu ve Zhang, 2012, s. 420). Bu alanın teorik çerçevesini anlamak için, birkaç anahtar kavram ve teknolojiye bakmak önemlidir. İlk olarak, sentiment analizi, genellikle metin tabanlı verilere uygulanan bir NLP uygulamasıdır. NLP, doğal insan dilini anlamak ve işlemek için kullanılan bir AI alt dalıdır (Jurafsky ve Martin, 2019). Duygu analizinde kullanılan teknikler genellikle iki ana kategoriye ayrılır: denetimli ve denetimsiz öğrenme. Denetimli öğrenme teknikleri, duygusal tonları belirlemek için önceden etiketlenmiş veri setleri kullanır (Sebastiani, 2002, s. 30). Öte yandan, denetimsiz öğrenme teknikleri, genellikle önceden belirlenmiş bir duygu sözlüğü kullanarak metindeki duygusal tonları belirler (Pang ve Lee, 2008, s. 9).

Son yıllarda, daha gelişmiş duygu analizi teknikleri kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle, derin öğrenme ve sinir ağları gibi teknikler, metinlerdeki duygusal tonları belirlemek için kullanılmaktadır (Zhang vd., 2018). Bu teknikler, metindeki duygusal tonların daha karmaşık ve nüanslı anlamlarını yakalamak için kullanılır. Duygu analizi ayrıca genellikle belirli bir konu veya yön üzerindeki duygusal tonları belirlemeye yönelik “aspect-based sentiment analysis” (ABSA) gibi daha detaylı tekniklerle de uygulanır (Pontiki vd., 2014, s. 29). Bu tür bir analiz, bir ürün veya hizmet hakkındaki belirli özellikler veya yönler üzerindeki duygusal tonları belirlemek için özellikle yararlıdır. Sonuç olarak, duygu analizi, birçok farklı teknik ve yaklaşımı içeren karmaşık ve çok

disiplinli bir alandır. Bu alandaki gelecek çalışmalar, duygusal tonların daha doğru ve nüanslı bir şekilde belirlenmesine yardımcı olacak yeni teknikler ve yaklaşımların geliştirilmesini içerecektir. Bu araştırmada “Duygu Kategorilerine Dayalı Duygu Analizi” yapılmıştır. Duygu analizinde metin verilerini hızlı ve nispeten kolay bir şekilde analiz edebilmek için kelime tabanlı metin analizi yöntemi kullanılmıştır (Cambria vd., 2013, s. 17). Ayrıca Rstudio programında kullanılan kod değerlendirme paketi, NRC (National Research Council Canada) sözlüğüne dayalı olarak duyguları analiz etmektedir. Ayrıca duygu analizi paketlerinden “bing” paketi de sıkça kullanılan kod içeriklerine sahip ve en yoğun kullanılan paketlerden biridir. Bu paketler kullanılan dil İngilizce olduğu için Türkçe ifadeleri değerlendiremez. Bu nedenle Türkçe içeriklerin öncelikle İngilizce çevirisinin yapılması gerekmektedir. Duygu analizi için kullanılan örnek kodların bazıları, kelime gruplandırma ve fenomenolojik azaltma yapıldıktan sonra aşağıdaki gibidir:

```
- install.packages("syuzhet")
- library(syuzhet)
- data$sentiment <- get_sentiment(data$text, method="bing")
- print(data$sentiment)
```

Bu kodlar, metin analizinde doğrudan kullanıldığında sonuç vermeyebilir. Bunun nedeni metnin analiz edilmesinde programın metni tanıma, kelimelere ayırma gibi ön işlemler gerekmesidir.

Metin analizinde kelime frekansları, bir metinde belirli kelimelerin veya ifadelerin ne kadar sıklıkla görüldüğünü ölçmekte temel bir tekniktir. Bu yaklaşım genellikle "bag-of-words" modeli olarak adlandırılır ve metinden özellik çıkarmanın en basit ve en yaygın yoludur (Harris, 1954, s. 150). Bag-of-words modeli, metindeki her bir kelimenin frekansını hesaplar ve bu frekansları bir vektör haline getirir. Bu model, metnin semantik yapısını dikkate almaz; yani kelimelerin sırasını veya dil bilgisini göz ardı eder. Bununla birlikte, genellikle büyük metin setlerinde genel eğilimleri ve kalıpları belirlemek için yeterli bilgi sağlar (Manning ve Schütze, 1999).

Kelime frekans analizi, genellikle belirli bir belge setinde en yaygın kelimeleri veya ifadeleri belirlemek için kullanılır. Bu, belgelerin genel konularını ve temalarını anlamak için yararlı olabilir (Manning vd., 2008). Ancak, bu tür bir analiz, çok sık kullanılan ve genellikle belgenin konusuyla ilgili olmayan kelimeleri (örneğin, "ve", "bir", "is") içerebilir. Bu tür kelimeler genellikle "stop words" olarak adlandırılır ve analizden çıkarılır (Willett, 2006, s. 6). Son yıllarda, Term Frequency-Inverse Document Frequency (TF-IDF) gibi daha gelişmiş teknikler, metin analizinde kelime frekanslarının kullanımını daha da rafine etmiştir (Salton ve McGill, 1986, s. 210). TF-IDF, bir kelimenin belirli bir belgedeki frekansını ve tüm belge setindeki frekansının tersini çarparak bir kelimenin önemini ölçer. Bu, belgenin içeriğini daha iyi anlamak için belirli bir belgeye özgü kelimeleri belirlemeyi sağlar. Metnin kelimeleri frekanslarına göre ayırmak için kullanılan kod seti sırasıyla aşağıdaki gibidir:

```
- install.packages("pdftools")
- install.packages("tidytext")
- install.packages("dplyr")
- library(pdftools)
- library(tidytext)
- library(dplyr)
- pdf_text_data <- pdf_text("dosya_yolu/örnek_dosya.pdf")
tidy_data <- tibble(text = pdf_text_data) %>%
```

```
- unnest_tokens(word, text) %>%
- anti_join(stop_words, by = "word") %>%
- count(word, sort = TRUE)
- print(tidy_data)
```

Kelime gruplandırma, metin analizinde yaygın olarak kullanılan bir tekniktir ve genellikle belge veya metin kümesindeki benzer konuları veya fikirleri belirlemek için kullanılır. Bu teknik, genellikle makine öğrenmesi ve doğal dil işleme (NLP) teknikleri ile birlikte kullanılır (Manning ve Schütze, 1999). Kelime gruplandırma genellikle unsupervised learning, yani denetimsiz öğrenme tekniklerine dayanır. Bu teknikler, genellikle k-means gibi algoritmaları kullanarak, belirli bir önceden belirlenmiş sayıda gruba (veya “küme”) ayrılmış olan benzer veri noktalarını belirlemeye çalışır (MacQueen, 1967, s. 288). Bu süreç genellikle "clustering" (kümeleme) olarak adlandırılır.

Metin analizinde, kelime gruplandırma genellikle belirli bir belge setindeki temaları veya konuları belirlemek için kullanılır. Bu, belgelerin içeriklerini anlamak ve belgeler arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları belirlemek için yararlıdır (Blei vd., 2003, s. 10). Bu tür bir analiz, genellikle Latent Dirichlet Allocation (LDA) gibi topic modeling tekniklerini kullanır. Yine de kelime gruplandırma tekniği, metinlerin içerdiği semantik ve sentaksal bilgilerin çoğunu yok sayar (Mikolov vd., 2013, s. 6). Bu nedenle, Word2Vec ve GloVe gibi dağıtımsal semantik modelleri gibi daha gelişmiş teknikler, kelime gruplandırmanın bu sınırlamalarını aşmak için kullanılır. Bu modeller, kelime benzerliklerini daha doğru bir şekilde yakalamak ve belgeler arasında daha karmaşık ilişkileri belirlemek için kullanılır.

Araştırmada kelime gruplandırma, fenomenolojik azaltmadan önce sonra olmak üzere iki şekilde yapılmıştır. Bunun nedeni kelimeler arasındaki ilişki ağının cümle içindeki edat, bağlaç ve kapsam dışı kelimeler ile birlikte bir bütün oluşturmasıdır. Doğrudan konu başlıklarına göre gruplandırma yapılırken belirli kelime ve kelime grupları filtrelenmiş böylece daha net gruplar oluşturulabilmiştir. Ayrıca duygu analizi yapılırken de fenomenolojik azaltma yapılmamıştır. Kelime gruplandırma ve kelime ağları oluşturmak için kullanılan bazı örnek kodlar aşağıdaki gibidir:

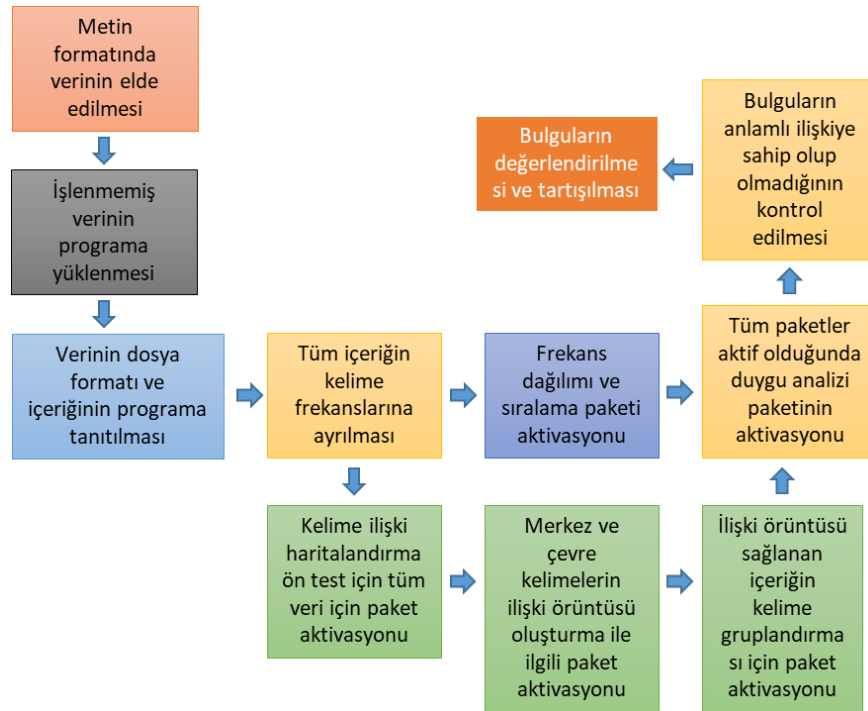
```
- install.packages(c("tidytext", "igraph", "ggraph", "tidyverse"))
- library(tidytext)
- library(igraph)
- library(ggraph)
- library(tidyverse)
- data <- read_pdf("dosya_yolu.pdf")
- unnest_tokens(bigram, text, token = "ngrams", n = 2)
- bigrams_separated <- tokens %>%
  separate(bigram, c("word1", "word2"), sep = " ")
- bigram_counts <- bigrams_separated %>%
  count(word1, word2, sort = TRUE)
- bigram_graph <- bigram_counts %>%
  filter(n > 5) %>%
  graph_from_data_frame()
- ggraph(bigram_graph, layout = "fr") +
  geom_edge_link(aes(edge_alpha = n), show.legend = FALSE) +
```

```
- geom_node_point(color = "lightblue", size = 5) +
- geom_node_text(aes(label = name), vjust = 1, hjust = 1) +
theme_void()
```

Bulgular

Araştırmada kullanılan veri seti, Rstudio’da tanımlanmış, kelime formatına indirgenmiş ve gruplara ayrılmıştır. İşlenmeye hazır hale getirilen ham veri, duygu analizi, kelime gruplandırma ve gruplandırılan kelimelerin ilişki haritalandırılması yapıldıktan sonra bulgular elde edilmiştir. Kelime gruplarının birbirleri ile olan ilişkisi, haber manşet içeriklerinin konu yoğunluğunun tespit edilmesi açısından doğru yorumların yapılabilmesini sağlamaktadır. Ayrıca ana temaların belirlenebilmesi ve siyasal açıdan yorumlanabilir sonuçların elde edilebilmesi sağlanabilmiştir. Duygu analizinin sonucu ise toplam içeriğin olumlu-olumsuz yönünü ve siyasal haber içeriklerinin duygusal tonunu anlayabilmek bakımından önemlidir. Bu doğrultuda öncelikle kelime gruplarının ilişkisel haritalandırması bağlamında bir test yapılmış ve bu testin ortaya koyduğu veri sayesinde analizlerin sağlıklı yapılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

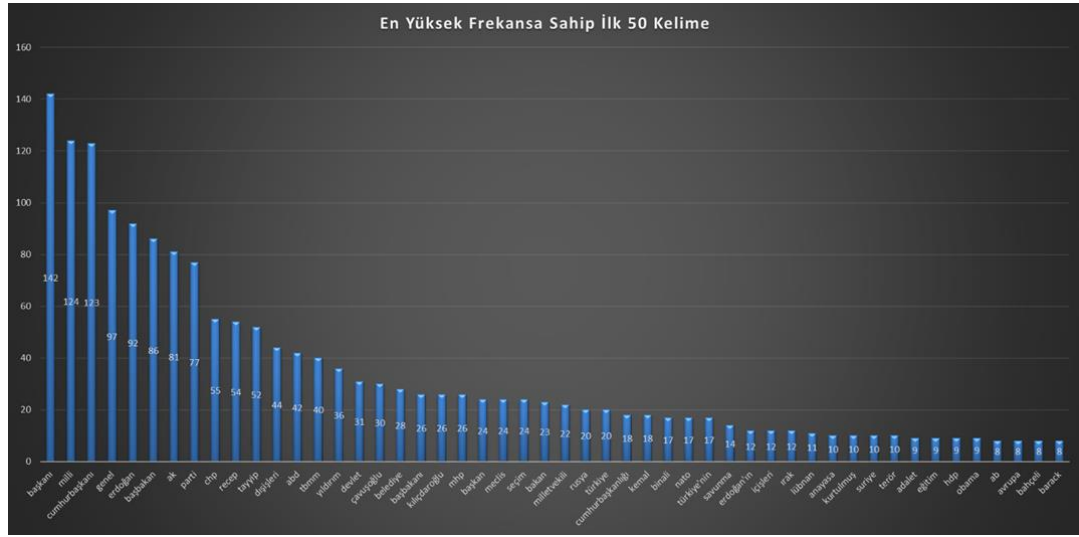
Şekil 1. Rstudio Veri İşleme Süreç Şeması



Şekil-1, bir excel dosyasında siyasi haber sütunu altında listelenmiş haber manşetlerinin Rstudio’da işleme sürecini göstermektedir. Program tanımlanmamış metinleri işleme alabilmek için öncelikle dosya tipi tanımlamasına ihtiyaç duymaktadır. Bundan dolayı öncelikle excel uzantılı dosya tanımı yapılmış ve tanımlanan dosya içeriği programın okuma komutuna yönlendirilmiştir. Okuma ve içeriğin programa tanıtılmasından sonra kelime frekanslarına ayırma işlemi yapılmıştır. Bu noktada artık program tüm içeriği kelimelerine ayrılmış şekilde tanımaktadır ve artık diğer

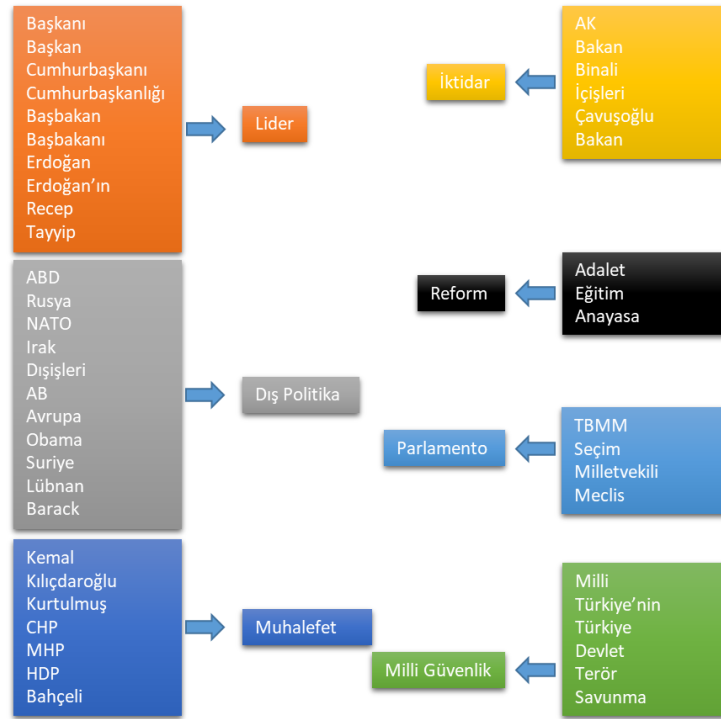
Kelimelerin ilişki yoğunluğu haritasına bakıldığında Şekil-4'te çevre ve merkez kelimelerin dağılımı görülmektedir. İlişki yoğunluğu görselinin iki farklı değişkeni bulunmaktadır. Bunlardan ilk kelime frekansları ikincisi ise bu kelimelerin cümle sıralarında birbirlerine yakınlık dereceleridir. Ancak etki değeri bakımından cümle içi yakınlık yoğunluğu ve düzeyi frekans sayısından daha etkilidir. Daha doğrusu frekans sayısının fazla olması ilişki yoğunluğu bağlamında eşleşme ve yakınlık oranını artırıcı bir faktördür. Bu dağılıma göre kelimeler arası ilişki örüntüsünün merkezinde “Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan”, “Türkiye”, “ABD”, “dışişleri”, “Rusya”, “parti” ve “devlet” kodlarının içeriğin genel senaryosunda ön planda olduğu görülmektedir. Buna göre siyasal haber içeriklerinin büyük bir çoğunluğunun Cumhurbaşkanı, devlet, dış ilişkiler, ABD ve Rusya ile ilişkilendirildiği söylenebilir. Bu örüntü aynı zamanda genel haber içeriklerinin kelime ilişkisi bazlı içerik senaryosunu oluşturmaktadır. Bu ilişki örüntüsünün bir sonraki adımı ilişkili kelimelerin oluşturduğu kelime gruplandırmasıdır.

Grafik 1. En Yüksek Frekansa Sahip İlk Elli Kelime

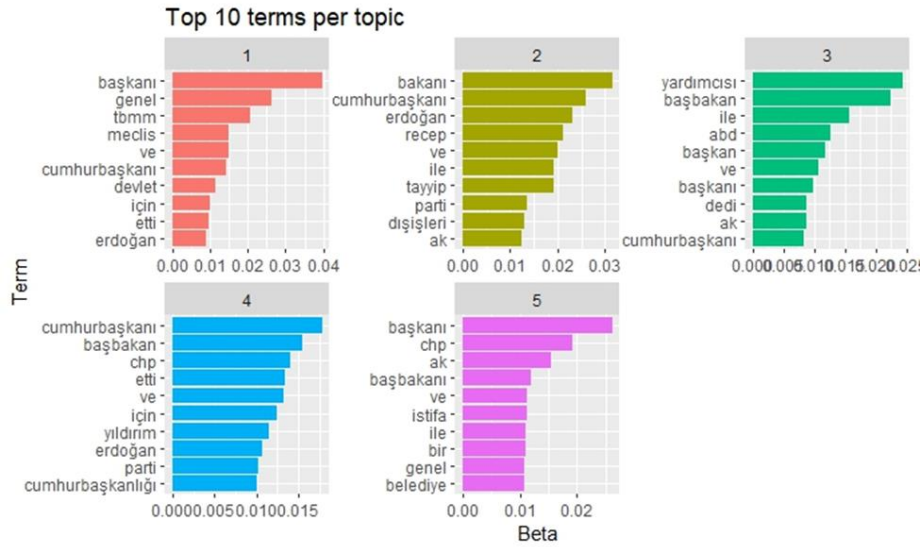


Grafik-1’de en yüksek frekansa sahip ilk elli kelime verilmiştir. Bu grafiğin içeriği “ve”, “gibi”, “yapıldı”, “bir” gibi ya da kapsam dışı doğrudan siyasal içerikle ilgili olmayan kelimeler azaltıldıktan sonra oluşturulmuştur. Bir önceki görselde sunulmuş olan kelime örüntüsünde ortaya çıkan kodların kelime frekans tablosundaki kelimeler ile uyumlu olduğu söylenebilir. Bu grafikte ilk elli kelimenin sıralanmasının nedeni, sonraki kelime frekans sayılarının görece düşük olması, konu bağlamına yakın kelimelerin düşük frekanslarda ilişkilendirme olanağının zayıf olması şeklinde ifade edilebilir. Frekans tablosu, siyasi haber manşetlerinde en sık geçen konu ve kapsama uygun kelimeleri göstermektedir. Tabloda “başkan”, “milli”, “cumhurbaşkanı”, “Erdoğan”, “ak” gibi kelimelerin yüksek frekansa sahip olduğu görülmektedir. Sadece frekans skorlarına bakarak siyasi haber manşetlerinde Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın lider olarak, AK Parti’nin siyasi parti olarak, CHP’nin ana muhalefet partisi olarak “milli” ifadesinin de manşetlerde kullanılan önemli bir sıfat olarak yer aldığını görmek mümkündür.

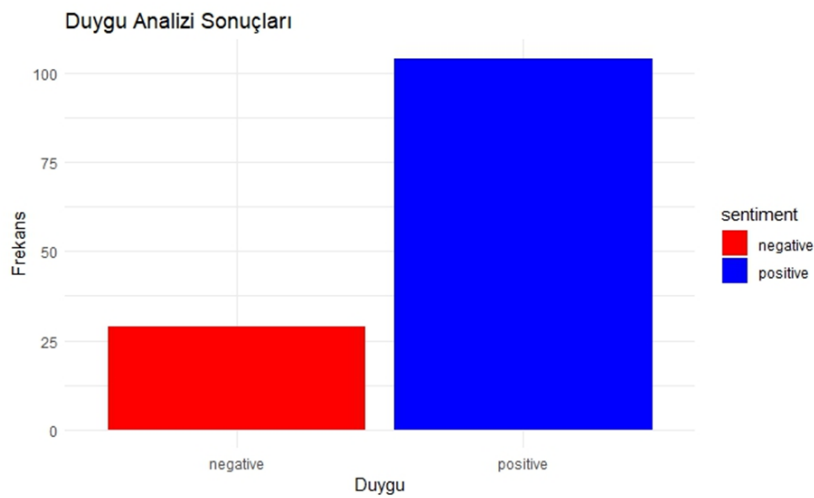
Şekil 5. Frekans Tablosu Odak Kodlama



Şekil-5'te frekans tablosunun odak kodları verilmiştir. Buna göre en yoğun frekansa sahip ilk elli kelimenin ana temalarını “lider”, “iktidar”, “dış politika”, “muhalefet”, “milli güvenlik”, “parlamento” ve “reform” kodları oluşturmaktadır. Frekans yoğunluğu bakımından siyasal manşetlerde lider, dış politika, milli güvenlik ve ardından muhalefet kodlarının ön planda olduğu söylenebilir. Dış politikada ABD, Rusya ve NATO'nun manşetlerde ön planda olduğu, geri kalan gündemin Irak, Suriye, Lübnan ve Avrupa Birliği ile ilgili olduğu söylenebilir. Özellikle Avrupa Birliği'nin siyasal manşetlerde en az frekans skoruna sahip dış politika aktörü olması dikkat çekici denilebilir. Ülkenin yasama erki ile ilgili haber manşetlerinin Türkiye Büyük Millet Meclisi, Milletvekilleri ve seçim bağlamında üretildiği ve çok yüksek ölçüde haber manşeti içeriklerinde yer almadığı görülmektedir. Bu açıdan yasama ile ilgili haber içeriklerinin diğer gündem ve içeriklerin gerisinde kaldığı söylenebilir. Frekans tablosu ve kelime ilişki ağı görselinde olduğu gibi “lider” odağının doğrudan Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan şahsında yoğunlaştığını söylemek mümkündür. Yine aynı ilişki ağı ve frekans değerleri ile orantılı ölçüde muhalefet odağının içeriğini siyasi parti olarak yoğunluk sırasına göre CHP, MHP ve ilgili dönemde kullanılan ismi ile HDP oluşturmaktadır. Ayrıca yine dönem itibarıyla Kemal Kılıçdaroğlu, Numan Kurtulmuş ve Devlet Bahçeli'nin manşetlerde öne çıkan muhalefet liderleri olduğunu söylemek mümkündür. Siyasal iktidar ile ilgili kodun AK Parti, bakanlıklar ve içişleri bakanlığı kelimelerinden oluştuğu görülmektedir. Bu kapsamda öne çıkan siyasi figürler ise Binali Yıldırım ve Mevlüt Çavuşoğlu'dur.

Tablo 1. Kelime Bazlı Konu Gruplandırma Sonuçları

Tablo-1’de kelime ilişkileri korunarak hazırlanmış beş farklı gruplandırma görülmektedir. Bu gruplandırmaların üçünün siyasi parti ve siyasi liderlik ilişkileri ile ikisinin ise dış politika ile ilgili olduğu söylenebilir. 5. Grubun olumsuz diğer dört grubun olumlu duygu ağırlığına sahip olduğu söylenebilir. Buna göre 1. Grupta parlamento ile ilgili ağırlıklı gündem yoğunluğu, 2. Grupta Recep Tayyip Erdoğan ve dış politika ilişkisinin ağırlıklı gündem yoğunluğu, 3. Grupta ABD ile ilişkiler ve dış politika ağırlıklı gündem yoğunluğu, 4. Grupta iktidar ve muhalefet partisi ilişkisi ağırlıklı gündem yoğunluğu, 5. Grupta ise iktidar, muhalefet partiler ve yerel yönetimler ağırlıklı gündem yoğunluğu olduğu görülmektedir. Bu noktada kelime frekans tablosunda yüksek skorlara sahip olan “milli”, “cumhurbaşkanı”, “başbakan”, “Erdoğan”, “Tayyip”, “Ak”, “Recep”, “CHP”, “parti” kelimelerinin kelime gruplarında bulunduğu ancak yine yüksek skora sahip “milli” kelimesinin bu gruplarda yer almadığı görülmektedir. Bu kelimenin gruplarda yer almaması mevcut beş grubun “milli” kelimesi ile doğrudan ilişkili olmadığı sonucunu verebilir.

Grafik 2. Siyasal İçerikli Haberlerin Duygu Analizi Sonuçları

Kelime tabanlı duygu analizinde elde edilen sonuçlar “olumlu” ve “olumsuz” olarak iki farklı duyguyu ifade edecek şekilde değerlendirilmiştir. Kategorik açıdan olumlu ve olumsuz duyguların arasındaki duygular genel duygu ayrımını net bir şekilde ifade edebilmeyi zorlaştırdığı için iki farklı duygu kategorisine indirgeme tercih edilmiştir. Bu sonuca göre siyasal manşetlerin genel duygu düzeyi bakımından olumlu yargıların olumsuz yargılardan üç kat daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonucun ilk çıktısına göre ilgili dönemde siyasal haber manşetlerinin genel duygu düzeyinin olumlu olduğu söylenebilir. Bu bakımdan veri olarak kullanılan siyasal haber manşetlerinin basın tarafından genellikle yapıcı bir gündem oluşturma amacı taşıdığı söylenebilir. Ancak araştırmanın tartışma kısmında frekans yoğunluğu olan kelimeler ve kavram ilişkisine yönelik bulgular da göz önünde bulundurularak olumlu duygu analizinin detaylı sonuçları değerlendirilecektir.

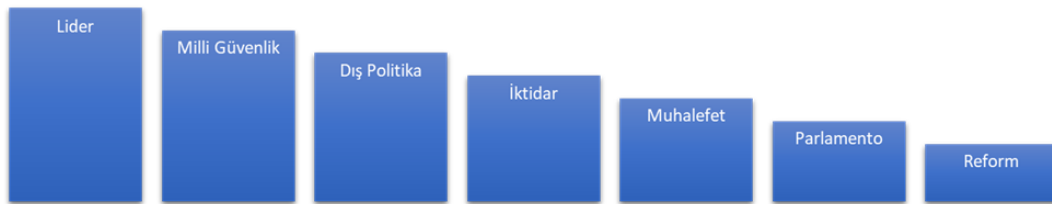
Tartışma

Araştırma bulgularına göre araştırma kapsamında ele alınan olumlu haber manşet içeriklerinin olumsuz içeriklerden dört kat fazla olduğu görülmektedir. Türkiye’nin haber gündeminin söz konusu yıllarda daha çok olumlu iletiler gönderdiği ve siyasal gündemin bu yönde oluşturulma eğiliminin olduğu söylenebilir. Moy vd. (2004), basında çıkan olumsuz değerlendirmelerinin demokrasinin canlandırılmasına katkı sunacağı sonucuna varmıştır. Araştırmanın duygu analizi sonuçlarına göre olumlu değerlendirmelerin çoğunlukta olması demokrasi açısından olumsuz olarak değerlendirilebilir ancak farklı ülke, kültür, olay ve olguların değerlendirilmesinden ötürü bir araştırmanın sonucuna göre olumlu-olumsuz haberler ve demokrasi bağlamını net şekilde ifade etmek mümkün değildir. Bununla birlikte The Economist Intelligence Unit (2020) demokrasi indeks verilerine göre Türkiye’nin demokrasi indeks skoru 2008 yılında 5.69 iken 2018 yılında 4.09’a düşmüştür. Aynı indekse göre 2020 yılında bu skor 4.48’e yükselmiştir ancak araştırmanın verileri 2008-2017 yıllarını kapsadığı için ilgili zaman kesiti bağlamında demokrasi skorunun düştüğü açıkça görülebilmektedir.

Seib (1996), halkın dış politika ile ilgili haberlerden etkilenebileceğini hatta yabancı liderlerin de bu etkileşimden etkilenebileceğini ifade etmiştir. Araştırma, dış politika ve dış politika aktörlerinin yüksek frekanslı kodlara sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre dış politika ile ilgili haberlerin kitleler üzerinde etkisiz olduğunu söylemek güçtür. Özellikle “ABD”, “Rusya”, “Obama”, “Putin” gibi küresel kişi ve aktörlerin medya tarafından sıklıkla manşetlere taşınması anlamsız değildir. Kamuoyu nezdinde bu aktörlerin güncel tutulması, Türkiye’nin dış politikası ve siyasal iktidarın dış politika gündeminin dönem itibarıyla en önem verilen konu başlıkları arasında olmasından kaynaklanabilir. Dış politika aktörleri arasında Avrupa Birliği’nin ABD ve Rusya’nın gerisinde kalması basının dış politika öncelikleri hakkında önemli bir veri sunmaktadır.

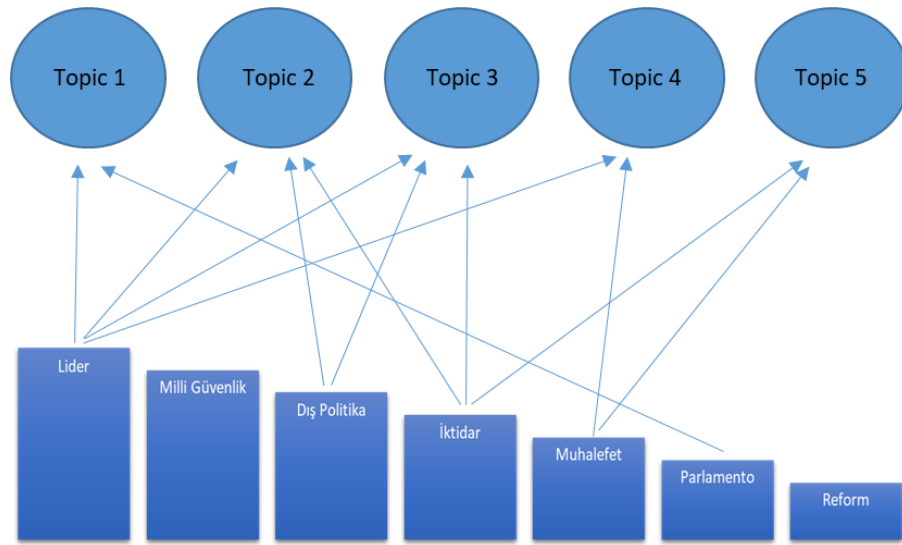
Fenomenolojik azaltma yapıldıktan sonra elde edilen en yüksek frekansa sahip ilk elli kelimededen elde edilen kodlar, araştırmanın bir başka bulgusu olarak dikkat çekmektedir. Buna göre elde edilen yedi farklı odak kod genel içeriğin hangi başlıklar altında ağırlıklandırıldığını da göstermektedir. Aşağıdaki şekilde odak kodların sahip oldukları frekans gücünü temsil eden sıralama da bu nedenle sunulmuştur.

Şekil 6. Odak Kodların Frekans Gücüne Göre Etki Sıralaması



Gazete manşetlerinde gündem yoğunluğu bakımından en güçlü kod “lider” olarak görülmektedir. Manşetlerdeki en zayıf kod ise “reform” kodudur. Bu sıralama sonucunda yapılabilecek en genel değerlendirme, Türkiye’de belirlenen zaman dilimi içerisinde siyasal liderliğin daha çok milli güvenlik ve dış politika gündemleri ile yoğun ilişkisi olduğu, iktidar partisi ve muhalefet partilerinin parlamento çerçevesinde kurdukları ilişkilerin siyasal manşetlerde yoğun olmayan şekilde haber içeriklerine dâhil edildiği, son olarak yasal değişiklikler, eğitim ve ekonomi gibi konularda siyasal gündemin çok düşük yoğunlukta siyasal gündeme konu olduğu söylenebilir. Bu bulguların tek boyutlu ele alınması elbette bir sonuca varılmasına olanak sunmaktadır. Ancak araştırmada kelime ilişkisi bağlamında elde edilen haritalandırma da odak kodların birbirleri ile nasıl ilişki içinde olduklarını ortaya koymayı kolaylaştırmaktadır. Bu bakımdan aşağıda frekans tablosu, odak kod sıralaması ve kelime ilişki haritası sonuçlarına göre hazırlanmış olan görsel sunulmaktadır.

Şekil 7. Odak Kodların Ve Konu Grupları Arasındaki İlişki



Tablo-1 ve Şekil-6’daki veriler ışığında Şekil-7’de odak kodlar ve konu grupları arasındaki ilişkinin milli güvenlik ve reform kodları dışında yoğun olduğu söylenebilir. Reform kodunun genel içerikte açıkça zayıf olan yoğunlukta olması ilişkinin elde edilememesinde açıklayıcı olabilir ancak milli güvenlik kodunun çerçevede bir bağlantı oluşturamaması dikkate değer görülmektedir. Bunun nedeni milli güvenliğin ilgili dönemde siyasal ilişki örüntüsünün dışında bir devlet politikası bağlamında aktarılması olabilir. Sussex vd.’nin (2017, s. 476) ulusal güvenliği devletin güvenlik nesnesi olarak tanımlaması bir ölçüde bu kavramı siyasal manşet örüntüsünde farklı bir konumda olmasını açıklayabilir. Bundan dolayı manşetlerin kitlelere sunulduğu dönemin bir özelliği olarak içeriklerin milli nitelemesi ile ele alınması siyasal gündem açısından gerekli görülmemiş olabilir. Sonuç olarak ülkenin milli çıkar, milli menfaat, milli politika gibi kavramlar bakımından doğrudan siyaset ile değil de devlet kavramının eşleştirilmesi daha yüksek bir ihtimaldir.

Medyanın ülkedeki siyasal liderliği Recep Tayyip Erdoğan şahsında manşetlere taşıdığını, araştırmadaki konu başlıkları ile olan ilişkisine dayanarak söylemek mümkündür. Bununla birlikte Rodgers-Healey (2013) siyasal liderlere ilişkin algılarda sınırlamalar olduğunu ve medyanın liderleri, liderliği ve bir ulus için önemli olan konuları yansıtmaya biçimlerinin belirleyici olduğunu ifade etmiştir. Bu noktada medyanın manşetlerde oluşturduğu kelime bazlı örüntüsünün, aktarılmak isteneni araştırmanın ilişkilendirme yöntemine benzediğini söylemek çok yanlış olmayacaktır. Isotalus ve Almonkari’ye (2014, s. 299) göre siyasal liderler medyaya bağımlıdır ancak düşünüldüğü

kadar medyaya adapte olmamışlardır ancak Türkiye'deki manşetler bağlamında kurulan örüntüde Recep Tayyip Erdoğan'ın iktidar, muhalefet, dış politika gibi ana gündem oluşturacak başlıklar altında oluşturduğu etki bir bağımlılıktan ziyade medyanın adapte olması gereken duruma işaret etmektedir. Her ne kadar Mughan (2000), medyada liderler daha belirgin hale geldikçe, seçmenler parti tercihlerine daha güçlü bir etki yapmaya başlar dese de seçmen tercihlerini etkileyen çok sayıda parametre değerlendirilmeden genelleme yapmak doğru değildir. Bu noktada yapılabilecek en net yorum, siyasi liderliğin siyasal iktidar, dış politika, parlamento ve muhalefet ile haber manşetleri bağlamında güçlü ilişkisel bağlara sahip olduğudur. Ancak medya ve lider ilişkisinin doğası hakkında daha genel ve net ifadeler geliştirebilmek için her ülkenin dinamikleri dikkate alınarak detaylı araştırmalar yapmak gerekmektedir. Siyasal iktidar açısından siyasi liderliğin varlığı ve popülerliği göz önünde alındığında konu başlıkları ve odak kod ilişkisinin gücü öngörülebilir düzeydedir. Bu noktada haber medyasının her zaman bir engel olduğu kadar bir kaynak, daimî eleştirmen olduğu kadar zaman zaman bir dost olabileceği Heffernan (2006) görüşü konu grupları ve odak kodlar bağlamında kabul edilebilir düzeydedir. Çünkü araştırma verileri ışığında siyasal iktidar ile ilgili aşırı olumlu-olumsuz ya da içerik açısından aykırı denebilecek bir bulguya ulaşılmamıştır. Bu noktada sunulabilecek en dikkat çekici konu, reform kodu ile ilgili hem beş ana konu grubunda hem de frekans gücü bağlamında ilişki ağı kurulamamasıdır. Bu da siyasal iktidarın ilgili dönemde reform eğiliminin azalması ya da medyanın bunu manşetlere taşınamaması olarak yorumlanabilir. Gölcü (2009, s. 15), siyasal iktidara yakın veya uzak olmanın, haber söylemleri üzerinde önemli etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir. Araştırma kapsamında manşet haberler derlenirken bir medya kuruluşu ayrımı yapılmadığı için sonuçları genellemek mümkün değildir ancak lider ve iktidar kodlarının frekans gücü dikkate alındığında muhalefet kodunun görece zayıf kalması bu çerçevede medya iletişimi ile ilgili yaklaşımı kısmen doğrular nitelikte denilebilir. Bununla birlikte muhalefet kodunun parti siyaseti, cumhurbaşkanı, iktidar partisi ve yerel yönetimler ile iletişimleri bağlamında manşetlerde yer aldığını söylemek mümkündür. Dış politika kodu, ana konu içeriklerinden ikisiyle ilişkilidir. Bunlardan biri Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın dış politikayla olan ilişkisi, ikincisinin ise ABD ile olan ilişki ile bağlantılıdır. Bu noktada haber manşetlerinin dış politika içeriklerinin lider ve ABD özelinde yoğunlaştığı söylenebilir. ABD ile ilgili duygu analizi bağlamında olumlu ve olumsuz yaklaşımlar dikkate alındığında, medyanın olayları sol kesimde realist sağ kesimde ideolojik açıdan yorumlamış olabileceği söylenebilir (Çakır, 2006).

Eilders (1997), medyanın siyasal sistemin gündemlerini ve kararlarını meşru bir şekilde etkilemeye çalışabileceğini ifade etmiştir. Ancak eldeki veriler doğrultusunda siyasal sistem ve medyanın karşılıklı etki gücünü ve ölçüsünü belirlemek mümkün değildir. Bu noktada söylenebilecek tek şey medyanın hedef kitle üzerinde etki oluşturabilme gücünü onaylamaktır. Bu araştırmanın kelime ilişki örüntüsü, frekans tablosu ve frekans tablosundan elde edilen odak kod tablosu ile ilgili bulgular beraber ele alındığında güncel Türk siyasal hayatının aktörleri ve kurumlarının arasındaki ilişkinin doğrulandığı görülmektedir. Bunun nedeni, hem ilişki örüntüsünde tespit edilen kelime gruplarının hem de algoritmanın yaptığı konu başlıkları altında kelime gruplandırmasının büyük oranda tutarlı olmasıdır. Bu açıdan tüm bulgular birlikte ele alındığında Recep Tayyip Erdoğan liderliğindeki Ak Parti'nin iç siyasette ana muhalefet partisi konumundaki CHP ve Kemal Kılıçdaroğlu ile siyasal düzlemdeki ilişkisi, medyada gündem olma ağırlıklarına göre doğru bir şekilde tespit edilmiştir. Jacobi'ye (2016, s. 105) göre haber içerikleri üzerinde otomatik içerik analizi yapılması yanlış değildir ancak bunun klasik araştırma yöntemleri ile daha derinleştirilmesi gerekmektedir. Ancak bu çalışmanın sonuçları, siyasal iletişim açısından medya ve kitle iletişimi açısından oldukça rafine ve açıklayıcı sonuçlar sunmaktadır. Bu nedenle gazete manşetleri eğer içerikle uyumsuz değil ise medyanın genel tutumunu yansıtmaması bakımından anlamlı veriler sunmaktadır. Nitekim genel hatlarıyla bu araştırmanın bulguları 9 yıllık bir siyasal iletişim sürecinin odak kavramlarını açıkça ortaya koymaya yeterlidir. Bununla birlikte farklı veri setlerinin araştırmaya katkı sunma potansiyeli de reddedilmemektedir. Bu noktada ise araştırmanın amacı, kapsamı, örnekleme gibi diğer faktörler devreye girmekte ve amaca yönelik genel bağlamı

etkilemektedir. Dolayısıyla farklı yöntem ve veri setlerinin kullanımı tamamen farklı araştırma soruları ve problem durumlarına bağlı olarak kullanılabilir.

Sonuç

Araştırmanın bulguları elde edildikten ve bulguların tartışması yapıldıktan sonra yazılı medyanın haber manşetlerinin içeriklerine yönelik sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre manşetler, olumsuz ifadelerle nazaran üç kat daha fazla olumlu ifade içermektedir. Bu noktada muhalif haber manşetlerinin olumsuz ifadelerde daha yoğun olduğu sonucuna varılabilir. Haber manşet içeriklerine göre Türkiye’de anayasa ya da yasama ile ilgili faaliyetler reform kodu ile ifade edilmiş ve tüm veriler ışığında yazılı basında reform ile ilgili haber yoğunluğu oldukça düşük çıkmıştır. Ülkenin güvenliği ile ilgili kapsam milli güvenlik kodu ile ifade edilmiş ve milli güvenlik olgusu güçlü frekans değerlerine sahip kodlardan oluşsa da konu başlıkları tablosu ve kelime ilişki dağılım görseli bağlamında manşet içeriklerinde siyasal aktörler ve kurumlar ile anlamlı bir eşleşme sunmamıştır. Bu noktada medyanın milli güvenlik ile ilgili konularda manşetler ve manşetlerin alındığı zaman kesiti bağlamında devlet temelli bir yaklaşım geliştirdiği söylenebilir. Dış politika ile ilgili konuların iktidar ve muhalefet kodlarından daha ön planda olduğu ve haber manşetlerinde güçlü şekilde yer aldığı görülmektedir. Dış politikanın medya tarafından güçlü şekilde ele alındığı ve özellikle ABD ve sonrasında Rusya’nın dış politika gündeminde önemli yer edindiği söylenebilir. Bununla birlikte Avrupa Birliği’nin daha düşük yoğunlukta ele alınmış olması da dikkate değer görünmektedir. Medyanın, parlamenter sisteme bağlı siyasi partileri iktidar ve muhalefet ayrımı yapmadan dış politika ile ilgili kavramları daha ön planda tuttuğu söylenebilir. Bununla birlikte iktidar ve muhalefet kodlarının ilişkisel düzeyde ve frekans değerleri bakımından çok uç olmayan değerlerde dağıldığı ve medya manşetlerinde yer aldığı görülmektedir. Türk siyasal hayatında Ak Parti ve CHP’nin sahada olduğu gibi haber manşetlerinde de en önemli iki siyasi parti olduğu ancak siyasi liderliğin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan şahsında siyasal gündemin başat aktörü olduğu söylenebilir.

Medya manşetleri ve iktidar ilişkileri bakımından haber üretme yanlılığı ve yoğunluğu ile ilgili eldeki bulgular bağlamında yorum yapmak oldukça zordur. Bunu yapabilmek için farklı ülkelerde haber manşeti içeriklerini ele almak ve Türkiye’de elde edilen bulgularla karşılaştırmak gerekmektedir. Bu nedenle özellikle medya, iktidar ve demokrasi ilişkisini araştırmak için daha geniş kapsamlı bir çalışma yapma ihtiyacı vardır. Yasal süreçler ile ilgili medya ilgisinin zayıf kalması da bir başka çalışma konusu olabilir. Bunun için geçmiş veriler ve günümüz verileri kullanılarak karşılaştırmalı bir çalışma yapılabilir. Araştırma özelinde söylenebilecek en genel sonuç, araştırmanın kapsamında ele alınan haber manşetleri içeriğinde siyasal lider ve dış politikanın en baskın unsurlar olduğu ve Recep Tayyip Erdoğan’ın siyasi haber manşetlerinde dış politika, iktidar ve muhalefet başlıkları altında alt kodlarla yüksek ilişkiye sahip olduğudur. Ayrıca Cumhuriyet Halk Partisi ve Kemal Kılıçdaroğlu’nun haber manşetlerinde ikincil derecede yer aldığı, parlamento ve siyasi liderlikle de güçlü ilişki içinde olduğu bir başka sonuç olarak söylenebilir. Güvenlik ve milli konular ile ilgili içeriklerin devletin kavramsal potası içinde ele alınması, Türkiye’de devlet ve siyaset kavramlarının ele alınış biçimi ile ilgili en azından yazılı medya içerikleri bağlamında dikkate değer bir sonuç ortaya koymaktadır. Siyasal iktidar açısından meclisin yerini cumhurbaşkanlığı makamına bırakması da siyasal haber manşetlerinde fiili bir durum olarak ele alınabilir. Son tahlilde elde edilen tüm sonuçlara siyasi içerikli haber manşetlerinden elde edilmiş kesit verilerin değerlendirilmesiyle ulaşılmıştır. Her bir odak kod, kelime grubu, konu başlıklı dağılım görece kısıtlı veriden elde edilmiştir. Dolayısıyla her bir veri seti için daha detaylı analizlerin yapılması ayrıca ekonomi başlıkları ve siyasal içeriklerin karşılaştırmalı değerlendirmesine yönelik ihtiyaç, gelecekte yapılacak araştırmalar için yol gösterici olabilir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin Türkiye ile karşılaştırmasının yapılması uluslararası literatüre de büyük katkı sunacaktır. Araştırma sonucunda medyanın yasal-anayasal düzenlemeler ve reform içerikleri ile ilgili çok sınırlı manşet içeriği oluşturması sadece gündem yoğunluğu ile izah edilemez düzeydedir. Bu nedenle medyanın ve

siyasetin ÷lke demokrasisine katkısı bakımından yapıcı reform süreçlerine öncelik vermesi önerilmektedir.

References

- Alver, F. (2007). *Gazeteciliğin kuramsal temelleri*. Beta Kitap.
- Andrew, B. C. (2007). Media-generated shortcuts: Do newspaper headlines present another roadblock for low-information rationality? *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12(2), 24–43.
- Arduç Kara, E. (2026). Yapay zekâ yorgunluğu, teknostres ve gazetecilik: Kavramsal bir literatür taraması. *Turkish Studies*, 21(1), 199–235. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87954>
- Aslan, K. (2002). *Haberin yol haritası* (1. baskı). Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Aziz, A. (2007). *Siyasal iletişim* (2. baskı). Nobel Yayın Dağıtım.
- Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent Dirichlet allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3, 993–1022.
- Budak, A. (2012). Fransız Devrimi'nin Osmanlı'ya armağanı: Gazete Türk basınının doğuşu. *Turkish Studies*, 7(3), 663–681. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.2676>
- Bülbül, A. R. (2001). *Haberin anatomisi ve temel yaklaşımlar*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Cambria, E., Schuller, B., Xia, Y., & Havasi, C. (2013). New avenues in opinion mining and sentiment analysis. *IEEE Intelligent Systems*, 28(2), 15–21.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage.
- Çakır, H. (2006). Tezkere dönemi ve sonrası Türk-ABD ilişkilerinin medyada temsili. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 153–172. <https://dergipark.org.tr/en/pub/erusosbilder/issue/23754/253091>
- Çetin, B. (2023). Yavaş gazetecilik bağlamında anlatı gazeteciliği ve bir değerlendirme. *Turkish Studies*, 18(3), 867–892. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.69673>
- Çifci, S. (2011). Yazılı basında haber cümlelerinin analizi. *Turkish Studies*, 6(1), 925–938. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.2018>
- Demircioğlu, E. A., & Onar, S. (2025). Endüstri 4.0 kapsamında dijital gazete işletmelerinin sürdürülebilir rekabet stratejileri. *Turkish Studies*, 20(Ö1), 249–277. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.80318>
- Dirik, Ç., & Çambay, S. (2019). Yeni nesil gazetecilik eğitiminin gazetecilik bölümü öğrencilerinin iş bulma avantajı bağlamında değerlendirilmesi. *Turkish Studies*, 14(1), 227–243. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14787>
- Druckman, J. N., & Nelson, K. R. (2003). Framing and deliberation: How citizens' conversations limit elite influence. *American Journal of Political Science*, 47(4), 729–745.
- Dursun, Ç. (2001). *TV haberlerinde ideoloji*. İmge Kitabevi.
- Dündar, L. (2018). Kurumsal hesaplar bireysel hesaplara karşı: Sosyal medya kılavuzları ve gazetecilik. *Turkish Studies*, 13(23), 77–88. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14267>
- Eilders, C. (1997). *The impact of editorial content on the political agenda in Germany: Theoretical assumptions and open questions regarding a neglected subject in mass communication research* (WZB Discussion Paper No. FS III 97-102). WZB.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.

- Ertekin, İ. (2019). Halkla ilişkiler ve gazetecilik bağlamında likitide analizi: Bir gazete örneği. *Turkish Studies*, 14(1), 333–346. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14994>
- Eser, H. B. (2013). Siyasal bilgi edinme amacı ile internetin kullanımı, siyasal yeterlilik, ilgi ve katılım ilişkisi üzerine bir araştırma. *Turkish Studies*, 8(8), 1873–1893. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.5271>
- Giorgi, A. (2009). *The descriptive phenomenological method in psychology: A modified Husserlian approach*. Duquesne University Press.
- Girgin, A. (2002). *Haber yazmak* (1. baskı). Der Yayınları.
- Gölcü, A. (2009). Haber söyleminde medya-siyaset ilişkisi: 29 Mart 2009 yerel seçimleri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 29, 81–101.
- Gönen, M. (2021). A sentiment analysis on Twitter: The case of COVID-19 pandemic. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 7(1), 1–15.
- Guzikova, V. V., & Nesterova, V. E. (2021). Newspaper headlines as a tool for linguistic modeling of police image. *Linguistics & Polyglot Studies*, 7(2), 25–37. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2021-2-26-25-37>
- Güz, N. (2005). *Haberde yönlendirme ve kamuoyu araştırmaları*. Nobel Yayınevi.
- Harris, Z. S. (1954). Distributional structure. *Word*, 10(2–3), 146–162.
- Heffernan, R. (2006). The prime minister and the news media: Political communication as a leadership resource. *Parliamentary Affairs*, 59(4), 582–598. <https://doi.org/10.1093/pa/gsl019>
- Husserl, E. (1970). *The crisis of European sciences and transcendental phenomenology: An introduction to phenomenological philosophy*. Northwestern University Press.
- Isotalus, P., & Almonkari, M. (2014). Mediatization and political leadership: Perspectives of the Finnish newspapers and party leaders. *Journalism Studies*, 15(3), 289–303. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.7656363>
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that matters: Television and American opinion*. University of Chicago Press.
- İspirli, M. (2000). *Medya gerçeği ve haberciler* (1. baskı). Akçağ Yayınları.
- Jacobi, C. (2016). *The quality of political news in a changing media environment* [Doctoral dissertation, Universiteit van Amsterdam].
- Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2019). *Speech and language processing*. Prentice Hall.
- Kanaat, E. E., Ilgaz Büyükbaykal, C., & Büyükbaykal, G. (2019). Dijital dönüşüm ve yazılı basın üzerindeki etkileri. *Turkish Studies*, 14(7), 3799–3817. <https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.39666>
- Kim, E. H. J., Jeong, Y. K., Kim, Y., Kang, K. Y., & Song, M. (2015). Topic-based content and sentiment analysis of Ebola virus on Twitter and in the news. *Journal of Information Science*, 42(6), 763–781. <https://doi.org/10.1177/0165551515608733>
- Korkmaz, F. (2011). Bir gazetecinin romanı: Esrâr-ı Cinâyât. *Turkish Studies*, 6(3), 1049–1063. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.2424>

- Kouloumpis, E., Wilson, T., & Moore, J. (2011). Twitter sentiment analysis: The good, the bad, and the OMG! In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 5, No. 1, pp. 538–541).
- Liu, B., & Zhang, L. (2012). A survey of opinion mining and sentiment analysis. In C. C. Aggarwal & C. Zhai (Eds.), *Mining text data* (pp. 415–463). Springer.
- MacQueen, J. (1967). Some methods for classification and analysis of multivariate observations. In *Proceedings of the Fifth Berkeley Symposium on Mathematical Statistics and Probability* (Vol. 1, pp. 281–297). University of California Press.
- Manning, C. D., & Schütze, H. (1999). *Foundations of statistical natural language processing*. MIT Press.
- Manning, C. D., Raghavan, P., & Schütze, H. (2008). *Introduction to information retrieval*. Cambridge University Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Megrabova, E., & Pinchukova, N. (2019). The importance of headlines in image-building of Europe in mass media discourse of the USA and Great Britain. *Theoretical and Applied Linguistics*, 5(1), 45–55.
- Mikolov, T., Sutskever, I., Chen, K., Corrado, G. S., & Dean, J. (2013). Distributed representations of words and phrases and their compositionality. In *Advances in Neural Information Processing Systems* (pp. 3111–3119).
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage.
- Moy, P., McCluskey, M., McCoy, K., & Spratt, M. (2004). Political correlates of local news media use. *Journal of Communication*, 54(3), 532–546. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02649.x>
- Mughan, A. (2000). *Media and the presidentialization of parliamentary elections*. Palgrave Macmillan.
- Okumuş, M. H., & Karaman, M. K. (2025). İletişim fakültesi öğrencilerinin haber okuryazarlığı düzeyleri ile seçici maruz kalma durumları arasındaki ilişki. *Turkish Studies*, 20(4), 2565–2583. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87497>
- Onar, S., & Uçurum, B. (2022). Ukrayna Savaşı'nın günlük haber sitelerindeki yansıması – Türk basınından Yeni Akit ve Sözcü gazeteleri örnekleminde bir analiz –. *Turkish Studies*, 17(6), 1277–1296. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.63969>
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundations and Trends in Information Retrieval*, 2(1–2), 1–135. <https://doi.org/10.1561/15000000011>
- Paul, M. J., & Dredze, M. (2011). You are what you tweet: Analyzing Twitter for public health. In *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media* (pp. 265–272).
- Pontiki, M., Galanis, D., Papageorgiou, H., Androutsopoulos, I., Manandhar, S., Al-Smadi, M., Al-Ayyoub, M., Zhao, Y., Qin, B., De Clercq, O., Hoste, V., Apidianaki, M., Tannier, X., Loukachevitch, N., Kotelnikov, E., Bel, N., Jiménez-Zafra, S. M., & Eryiğit, G. (2014).

- SemEval-2014 task 4: Aspect based sentiment analysis. In *Proceedings of the 8th International Workshop on Semantic Evaluation (SemEval 2014)* (pp. 27–35).
- Poyraz, B. (2002). *Haber ve haber programlarında ideoloji ve gerçeklik*. Ütopya Yayınları.
- Rodgers-Healey, D. (2013). Political leaders and the media: A relationship that impacts on the nation's consciousness. *Advancing Women in Leadership Journal*, 33, 87–95. <https://doi.org/10.21423/awlj-v33.a104>
- Sajid, M. A., Anwar, B., & Ashraf, M. (2019). Politics, ideology and print media: A CDA of newspapers' headlines. *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, 22(3), 44–57. <https://doi.org/10.5782/2223-2621.2019.22.3.44>
- Salton, G., & McGill, M. J. (1986). *Introduction to modern information retrieval*. McGraw-Hill.
- Sargın, M. (2014). Reflection of subjectivity and objectivity in Turkish newspaper reportage. *Turkish Studies*, 9(3), 1235–1244. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.6151>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9–20. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x>
- Sebastiani, F. (2002). Machine learning in automated text categorization. *ACM Computing Surveys*, 34(1), 1–47. <https://doi.org/10.1145/505282.505283>
- Seib, P. (1996). *Headline diplomacy: How news coverage affects foreign policy*. Praeger.
- Soy, S., & Sandıkcı, Y. T. (2020). Basında hegemonik söylem: Andrew Craig Brunson krizi örneği (Siyasi iktidar ile Sabah internet gazetesinin Andrew Craig Brunson'un tutuklanması ve salıverilmesi süreçlerinde geliştirdiği söylemlerin karşılaştırılması). *Turkish Studies*, 15(5), 2563–2587. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.44255>
- Sussex, M., Clarke, M., & Medcalf, R. (2017). National security: Between theory and practice. *Australian Journal of International Affairs*, 71(5), 474–478. <https://doi.org/10.1080/10357718.2017.1327081>
- The Economist Intelligence Unit. (2020). *Democracy index 2020: In sickness and in health?* <https://www.eiu.com/n/campaigns/democracy-index-2020/>
- Tumasjan, A., Sprenger, T. O., Sandner, P. G., & Welpe, I. M. (2010). Predicting elections with Twitter: What 140 characters reveal about political sentiment. In *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media* (pp. 178–185).
- Van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*. State University of New York Press.
- Wang, X., Wei, F., Liu, X., Zhou, M., & Zhang, M. (2011). Topic sentiment analysis in Twitter: A graph-based hashtag sentiment classification approach. In *Proceedings of the 20th ACM International Conference on Information and Knowledge Management* (pp. 1031–1040). <https://doi.org/10.1145/2063576.2063696>
- Willett, P. (2006). The Porter stemming algorithm: Then and now. *Program: Electronic Library and Information Systems*, 40(3), 219–223. <https://doi.org/10.1108/00330330610681286>
- Yağbasan, M. (2008). Basın dili ve gazete manşetlerinin dilbilimsel analizi. *Humanities Sciences*, 3(1), 114–127.

- Yazıcı, T. (2023). İletişim öğrencilerinin bilgi, teknoloji ve iletişim özelliklerinin 21. yüzyıl becerileri bağlamında incelenmesi. *Turkish Studies*, 18(4), 1743–1759. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.70640>
- Yeşil, M. M. (2014). Gazetecilerin etik algılaması – Nitel bir araştırma. *Turkish Studies*, 9(2), 1665–1684. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.6146>
- Yıldız, A. (2013). Erken Cumhuriyet döneminde siyasal muhalefet ve eleştirinin sınırları: Yarın'ı okumak. *Turkish Studies*, 8(7), 783–795. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.5235>
- Yıldız, M. (2002). Bir kamu politikası aracı olarak internet kafeler. *Amme İdaresi Dergisi*, 35(2), 1–20.
- Zhang, L., Wang, S., & Liu, B. (2018). Deep learning for sentiment analysis: A survey. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 8(4), e1253. <https://doi.org/10.1002/widm.1253>
- Zhou, X., Bandari, R., Kong, J., Qian, H., & Roychowdhury, V. (2015). Information resonance on Twitter: Watching Iran. *Social Network Analysis and Mining*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.1007/s13278-015-0279-2>

ETHICAL DECLARATIONS

Research and Publication Ethics

The author(s) declare that this manuscript is an original work prepared in accordance with the principles of scientific research and publication ethics. The manuscript has not been previously published and is not currently under consideration for publication elsewhere. All sources used in the preparation of this study have been properly cited and referenced. The author(s) confirm that the work contains no plagiarism, fabrication, falsification, or manipulation of data. The research findings are presented honestly and transparently in accordance with the principles of academic integrity.

Author Contributions

All authors have significantly contributed to the conception, design, analysis, and preparation of the manuscript. All authors have read and approved the final version of the manuscript and agree to its submission and publication.

Conflict of Interest

The author(s) declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this manuscript.

Funding

This research did not receive any specific grant, financial support, or funding from any public, commercial, or non-profit funding agencies.

Artificial Intelligence (AI) Usage Disclosure

During the preparation of this manuscript, artificial intelligence tools may have been used solely for limited purposes such as language editing, translation assistance, and stylistic improvement. Any AI-assisted translations or language corrections were carefully reviewed and verified by the author(s). Artificial intelligence tools were not used to generate the core scientific content, research design, analysis, or scholarly conclusions. All academic responsibility for the content of the manuscript rests entirely with the author(s).

Copyright and Permissions

The author(s) confirm that all necessary permissions for copyrighted materials have been obtained where required and that the manuscript does not violate any intellectual property rights.

Author Approval

All authors confirm that they have read and approved the final version of the manuscript and consent to its submission and publication.

ETİK BEYANLAR

Araştırma ve Yayın Etiği

Yazar(lar), bu makalenin özgün bir çalışma olduğunu ve bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hazırlandığını beyan eder. Makale daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış olup başka bir dergide değerlendirme sürecinde değildir.

Çalışmada kullanılan tüm kaynaklar akademik kurallara uygun biçimde atıflanmıştır. Yazar(lar), çalışmanın intihal, veri uydurma, veri tahrifi veya manipülasyon içermediğini; araştırma bulgularının bilimsel dürüstlük ilkelerine uygun şekilde sunulduğunu beyan eder.

Yazar Katkısı

Tüm yazarlar çalışmanın tasarlanması, yürütülmesi, analizi ve makalenin hazırlanmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuyup onaylamış ve yayımlanmasını kabul etmiştir.

Çıkar Çatışması

Yazar(lar), bu makalenin yayımlanmasına ilişkin herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Finansal Destek

Bu araştırma herhangi bir kamu kurumu, ticari kuruluş veya kâr amacı gütmeyen kuruluş tarafından finansal olarak desteklenmemiştir.

Yapay Zekâ Kullanım Beyanı

Makalenin hazırlanması sürecinde yapay zekâ araçlarından yalnızca dil düzenleme, çeviri desteği ve anlatım iyileştirmesi amacıyla sınırlı ölçüde yararlanılmış olabilir. Yapay zekâ araçları tarafından yapılan çeviri ve dil düzenlemeleri yazar(lar) tarafından dikkatle kontrol edilmiştir. Yapay zekâ araçları çalışmanın bilimsel içeriğinin, araştırma tasarımının, analizlerinin veya akademik sonuçlarının oluşturulmasında kullanılmamıştır. Makalenin içeriğine ilişkin tüm akademik sorumluluk yazar(lar)a aittir.

Telif Hakları ve İzinler

Yazar(lar), telif hakkı gerektiren materyaller kullanılmışsa gerekli izinlerin alındığını ve çalışmanın herhangi bir fikrî mülkiyet hakkını ihlal etmediğini beyan eder.

Yazar Onayı

Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuduklarını, onayladıklarını ve yayımlanmasını kabul ettiklerini beyan eder.