

Haberlerin Kurumsal İmaja Etkisi ve Türkiye'deki Hastaneler Hakkında Medyada Yer Alan Haberlerin Metin Madenciliği ile Analizi

Analysis of the Impact of News Stories on the Organizational Image and a Text Mining Analysis on
the News Stories about Hospitals in Turkey

Suat Atan, Dr., E-posta: suatatan@gmail.com

Anahtar Kelimeler:

İçerik Analizi, Metin
madenciliği, Veri
madenciliği, Yönetim
Bilişim Sistemleri.

Öz

Medya ile ilgili teorilerinden biri olan gündem belirleme teorisine göre medya bir toplumda politik, ekonomik ve kültürel olguların nasıl algılanacağına karar vermektedir. Türkiye'de sıkça haberlere konu edilen kurumlardan biri olan hastanelere dair algının oluşumunda yayınlanan haberlerin içeriğinin analizi, söz konusu algıların gelişimine dair öngörüler sağlayabilir. Bu çalışmada haberlerin içeriğinde çeşitli konulara dönük bir yönelim ve bu konularla ilgili tekrarların olup olmadığı araştırılmaktadır. Bu amaçla ulusal bir gazetenin sitesinde 2013-2017 yılları arasında hastanelerle ilgili yayınlanmış 19.391 adet haberden filtrelenen 3.117 adet haber metninin içeriği metin madenciliği olarak bilinen yöntemlerle analiz edilmiştir. Bu analizle hastanelerin kurumsal imajlarını etkileyen faktörlerden biri olan haberlerin duygu yönü, haberlerde ele alınan konularla ilgili belirli odaklanmaların mevcut olup olmadığı incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre haberlerin olumlu veya olumsuz haberlerden ziyade nötr olarak nitelendirilen bilgilendirici haberlerden oluştuğu ortaya çıkmıştır. En sık tekrar edilen konuların başında hastane inşaatları ve hastane yangınlarının olduğu tespit edilmiştir.

Keywords:

Content Analysis,
Text mining, Data
mining, Management
Information
Systems.

Abstract

Agenda-setting theory holds the view that the media determine the perception of phenomena in a community. The keyword of 'hospital' is one of the most frequently reported topics in the Turkey news sources. Analyzing this news can provide insights into the organizational image of the hospitals. This paper explores special patterns in the news. The material of analysis is 19.391 news story -3.117 of it is relevant- in Turkish news stories in the period of 2013-2017. Moreover, sentiment analysis is also part of the methodology. The sentiment analysis provides positive and negative sentiment of the news stories. The results provide that the news stories are consist of informative news also known as neutral. The news stories about the construction of the hospitals and the fire cases in the hospitals are the most frequent recurring issues.

Giriş

Ülkemizde kamuoyunun hastanelere yaklaşımı ile ilgili Türkçe literatürde yapılan çalışmalar genellikle hastane hizmetini alan kimselerle gerçekleştirilen anket çalışmalarına dayanmaktadır (Arcak ve Kasımoğlu, 2006: 25; Önsüz ve diğerleri, 2008: 36; Tükel, Acuner, Önder ve Üzgül, 2004: 210; Yağcı ve Duman, 2006: 218). Bu çalışmalar hastaların gerek aldıkları hastane hizmeti gerekse kendilerine etki eden diğer faktörlerin sonucunda ortaya çıkan algıyı ölçmektedir. Bu çalışmada ise bu algının oluşumundan önce, hastane hizmetinin alınması öncesi veya sonrasında karşılaşılabilecek hastane haberleri analiz edilmiştir. Bu analizde amaç kamuoyunu etkileme gücüne sahip olan medyanın hastanelerle ilgili gündemde ağırlıklı olarak ele aldığı konuları ortaya çıkarmak ve bunun yanında haberlerin olumlu, olumsuz veya tarafsız içerik tonlarından hangisine yakın olduğunu anlamaya çalışmaktır.

Türkçe ve başka dillerde hastane haberleri ile ilgili olarak içerik analizi çalışmasıyla karşılaşılmaştır. Öte yandan farklı alanlarda haber içerikleri ile ilgili analizlerde haber metinlerinin araştırmacı tarafından manuel şekilde tasnif edilerek analizlerin yapıldığı görülmektedir (Akbaba Altun, Güneri Yerim ve Erdur Beker, 2006: 13; Göker ve Keskin, 2016: 1; Pandır, Efe ve Paksoy, 2015: 2; Yüksel, 2002 : 93). İçerik analizi çalışmalarında her bir haber, araştırmacı tarafından açık ve örtük anlamları ile değerlendirilmekte ve sınıflandırılmaktadır. Bu boyutu ile içerik analizi medyanın konumlandırılmasında önemli bir işleve sahiptir. Diğer yandan, içerik analizinde incelenen haberlerin nasıl örnekleneceği bir sorun olarak varlığını korumaktadır (Koçak ve Özgür, 2006: 24).

Bayın ve Önder'in Ankara'da faaliyet gösteren hastanelerden sağlık hizmeti alan hastalar üzerinde yapmış oldukları anket çalışmasında en düşük ortalama ilgili hastane ile ilgili olumlu haberlere dairdir (Bayın ve Önder, 2014: 3). Oysa çalışmaya göre medyada hastaneler ile ilgili çıkan yeni tanı ve tedavi yöntemleri, kullanılan yeni tıbbi ekipmanlar, sağlık personellerinin başarı haberleri; hastaların hastaneye olan kurum imajı düzeylerini artırmaktadır.

Hastanelerle ilgili haberlerin içerik analizine dönük bu boşluğun doldurulması adına bu çalışmada metin madenciliği yöntemleri kullanılarak haberler analiz edilecektir. Metin madenciliği yöntemleri haberlerin manuel olarak okunması yerine, araştırmacı tarafından önceden bilgisayarın programlanarak haberlerin veya başka içeriklerin çeşitli amaçlarla analizine olanak veren bir metottur (Feldman ve Sanger, 2007: 25). Böylece çok sayıda metni hızlıca işlemesi mümkün olmakta, araştırmacının ana kütesinin çoğunlukla tamamını kapsayarak örneklem alınmasına ihtiyaç bırakmamaktadır. Ayrıca analiz bilgisayar tarafından gerçekleştirildiğinden öznellik sorunu bulunmamaktadır.

Bu çalışmada medyaya konu edilen haberlerin içerikleri niceliksel olarak analiz edilerek bu haberlerin herhangi bir odak ve yönün mevcudiyeti araştırılmaktadır. Bu kapsamda analiz edilen haberler yaygın medya kuruluşlarından edinildiğinden doğru kabul edilmiştir. Haberlerin doğruluklarından bağımsız olarak yöneldiği odağın, bilinçli veya bilinçsiz olarak gündem dışı bırakılan konuların kamuoyunda tartışma dışı kalacağı açıktır. Bu nedenle yayınlanan haberlerin odağının tespiti, zımni veya açıkça belirli bir gündem belirlemenin söz konusu olup olmadığını ortaya koyacaktır.

Çalışmanın ilk bölümünde kurumsal imaj olgusu kuramsal yönleri ile ele alınmıştır. Bu bölümde ayrıca kurumların imajlarını oluşturan faktörlere değinilmiştir. Takip eden kurumsal imaj başlığı altında, medyanın kurumsal imajı da kapsayacak şekilde gündem belirleme özelliği ile ilgili literatür tartışılmıştır. Metin madenciliği başlıklı bölümde çalışmanın metodolojisini teşkil eden metin madenciliği ve literatürü ele alınmıştır. Yöntem bölümünde çalışma kapsamında gerçekleştirilen metin madenciliği çalışması aşamaları ifade edilmiştir.

Çalışma bulguları ışığında Türkiye'de hastanelerle ilgili yayınlanan haberlerin olumlu veya olumsuz haberlerden ziyade yansız (nötr) olarak nitelendirilen bilgilendirici haberlerden oluştuğu ortaya çıkmıştır. Bu haberler herhangi bir olgu hakkında genel bilgilendirme yapan, olumlu veya olumsuz bir imaya sahip olmayan haberlerdir. Bu haberler içerisinde ise en sık tekrar edilen konuların başında hastane inşaatları ve hastane yangılarının olduğu tespit edilmiştir.

Kurumsal İmaj

Bir dizi bilgilendirme sürecinin sonunda ulaşılan algısal sonuç imaj olarak tanımlanmaktadır (Gartner, 1994: 191). Kurumlar için kimliğin ve dolayısıyla imajın oluşturulmasında kurumun iletişimi ve o kurumun üyelerinin davranışı önemli etkenlerdendir. Günümüzde kurumların iletişimi kendileri tarafından gerçekleştirilen halkla ilişkiler çalışmaları kadar, bundan bağımsız olarak bu kurumlar hakkında çıkan haberler üzerinden de gerçekleşmektedir. Yayınlanan haberler ise toplamda kurumların imajının oluşumuna etki etmektedir. Oluşan bu kurumsal imaj da bu kurum hakkında tüketicilerin zihninde oluşan resmi teşkil etmektedir (Gray ve Balmer, 1998: 695). Hastaneler özelinde ise bir hastane için yaratılacak pozitif imaj hastaneye yönelik hasta bağlılığının yanında anılan hizmete karşı duyulan tatmini de arttırmaktadır (Wu, 2011: 171).

Çalışmamızda kurumsal imajın oluşumunda haber metinlerini bir bilgi kaynağı olarak ele alma gerekçemiz ise medyanın kurumsal imajın hizmeti tüketen bireylerin zihninde somutlaşması sürecinde kişisel deneyimler dışındaki en güçlü etkenlerden biri olmasıdır. Kurumsal imaj kavramını gerçekleştirmiş olaylara bağlı olarak gelişmektedir (Alvesson ve Berg, 1992: 15). Günümüzde ise olaylar ve eylemlerle ilgili olarak kamuoyunun yegâne bilgi kaynağı da medya olmaktadır.

Medyada, okuyucu nezdinde saygın olarak kabul edilen kaynaklarda karşılaşılan herhangi bir haber genel olarak o okuyucu tarafından kabul edilmektedir. Bu haberler de kurumsal imajı yaratmaya katkıda bulunmaktadır. Bu kabul ile okuyucu kendi deneyimleri içerisinde karşılaşamayacağı birçok olguya dair görüş oluşturmada, bu görüş ise gelen haberlere dayalı olarak kuvvetlenmektedir. Burada tüm haberlerin doğru olması durumunda bile önem arz eden nokta haberlerin içerdiği konu ve vurgulardır. Haber üreticileri açısından dengeli olmayan bir biçimde belirli bir alanda belirli durumlara odaklanmak, ilgili alanda öznel bir değerlendirme için gerekli olan objektif diğer bilgilerin elde edilememesine neden olmaktadır. Örneğin, sağlık sektöründe sadece hastanelerde yaşanan tıbbi hatalara odaklanan haberler gerek hastanelerdeki olumlu gelişmeleri göz ardı etmesi, gerekse kamuoyu nezdinde istatistiksel yanılsamalara neden olacaktır.

Bu da kurumsal imaja zarar verebilme potansiyeline sahiptir. Haberlerin okuyucuların algılarını istatistiksel olarak gerçekten saptırabilme özelliği bilinmektedir. Örneğin, emniyet bakımından hava yollarının karayollarına göre açıkça üstünlüğü olduğu halde 11 Eylül sonrasında havayollarına dair oluşan algı Amerika’da toplumu karayollarını kullanmaya teşvik etmiş ve karayollarında bu süreçte ortaya çıkan can kayıpları 11 Eylül saldırılarında ortaya çıkan can kayıplarından daha fazla olmuştur (Gigerenzer, 2014: 120).

11 Eylül sonrası karayollarına yönelim örneğinde kamuoyunda gelişen algı yani karayollarının daha güvenli olduğu sezgisi medya tarafından bilinçli olarak gerçekleştirilmiş bir olgu değildir. Gerek bilinçli olarak gerçekleşmesi halinde gerekse haber kaynaklarının haber konusunda belirli odaklanmaları sonucu kendiliğinden oluşması halinde her durumda tekrar eden haberler, haberin konusu olan olgu, kişi veya kurumlarla ilgili istatistiksel veriye dayalı rasyonel tercihler yerine rasyonel olmayan tepkiler ortaya çıkarmaktadır. Bu tepkiler ise uzun zaman boyunca gelişen kurumsal imajı bozabilme gücüne sahiptir.

Gündem Belirleme Teorisi

İlk kez Gutenberg’in 1440’da geliştirdiği baskı makinesi ile o güne kadar sözlü aktarımla varlığını koruyan bilgi olgusu artık saklanabilir ve indekslenebilir hale gelmiştir. Günümüzde ise gündelik hayata dair algıların çoğunu ortaya çıkaran medyada ortaya çıkan içeriklerin tamamını izlemek ve analiz etmek mümkün değildir. Bunun yanı sıra medya toplumun olgular hakkında ne düşüneceğini değil, ne hakkında düşüneceğini belirleyen bir güç olarak ele alınmaktadır (Cohen, 1963: 55). Buna göre medyanın belirli bir olgu hakkında belirli bir yönde kanaat uyandırmaktan ziyade nelerin gündem haline geleceğinin belirlenmesine dair bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Toplum medyada ortaya atılan her fikre katılmayabilir. Ancak ortaya atılan gündemlerin etkisi medya tarafından ele alınmayan gündemleri gölgede bırakarak konuların toplum için önem sırasıdağıştırebilmektedir.

McCombs ve Shaw(1972 : 176) tarafından geliştirilen gündem belirleme (agenda setting theory) teorisine göre medya bir toplumda politik, ekonomik ve kültürel olguların nasıl algılanacağına karar vermektedir. Medyanın bu özelliği dikkate alındığında olguların gerçekliği ile medyadaki yansımaları arasındaki farklar tartışılır hale gelmiştir (Takeshita, 1997: 15). Bu farklarmedya kuruluşlarının genel yayın politikaları kadar haber içeriklerini oluşturan gazetecilerin konuları seçme ve ele alma özellikleri ile de ilgilidir. Shoemaker ve Reese,haber üretilirken ortaya çıkan çeşitli faktörleri ele almıştır. Bu faktörler habercinin sahip olduğu sosyal normlar, değerler, haberin oluşturulması için verilen süreler ve eldeki imkânlar gibi kurumsal sınırlılıklar ve daha da genel olarak dış aktörlerden (devlet, sivil toplum vs.) kaynaklanan baskılardır (Shoemaker ve Reese, 1996: 25).

Gündem belirleme teorisi çerçevesinde çeşitli çalışmalar mevcuttur. Habel ve Stryker, HPV aşısı üzerinde 250 adet haber üzerinde içerik analizi gerçekleştirmiş ve bu çalışma kapsamında medyada bu aşıya karşı tutumlar analiz edilmiştir.Patterson ve diğerleri tarafından yapılan çalışmada İngiltere’de alkol tüketimi ile ilgili olarak BBC’de yayınlanan 308 haber analiz edilmiş, “içki partisi” anahtar terimiyle ilgili haberlere konu gruplarda cinsiyet bakımından fazla vurgu yapıldığı ortaya çıkarılmıştır. Bununlar

birlikte haber sayıları arttıkça, bu haberleri analiz etmek için bilgisayar destekli içerik analizi yöntemlerinin öne çıktığı görülmektedir. Antweiler ve Frank tarafından yapılan çalışmada 1973 ila 2001 yılları arasında Wall-Street Journal gazetesinden yayınlanan 245.429 finansal haber analiz edilmiş ve finansal haberlerle toplumun tepkileri arasındaki ilişkiler incelenmiştir(Antweiler ve Frank, 2006 : 3). Çalışmada haberlerin sınıflandırılması araştırmacıların bizzat kendileri tarafından değil programlanan yapay zekâ algoritmalarından NaiveBayes kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Collier ve diğerleri tarafından yapılan çalışmada BioCaster adlı ontoloji bazlı metin madenciliği sistemi ile medyada yer alan toplum sağlığı ile ilgili haberler 1700 farklı RSS kaynağından sürekli olarak takip edilerek analiz edilmektedir(Collier ve diğerleri, 2008 : 2940).

Metin Madenciliği

Bilgisayarlara dayalı analitik olanakların sınırlı olduğu dönemlerde haberlerin niceliksel olarak analizi genellikle haberlerin araştırmacılar tarafından okunarak sınıflandırılması ve değerlendirilmeye tutulması şeklinde gerçekleşmiştir. Daha sonra gelişen teknoloji yardımıyla bu analizlerin araştırmacı tarafından bizzat okunmasına ihtiyaç kalmadan daha önce belirlenmiş analiz deseni çerçevesinde geliştirilen algoritma yardımı ile sağlanması mümkün hale gelmiştir. Bu sayede daha önce araştırmacının zaman ve emek kapasitesinden kaynaklanan sınır ortadan kalkmıştır. Bu durum okuyarak analizi imkânsız olan yüzbinlerce haberin hızlıca analiz edilerek yorumlanabilmesine olanak sağlamıştır. Bunu sağlayan yöntemlerden biri olan Metin madenciliği, veri madenciliği ifadesine de benzer olarak birer veri kaynağı olarak metinler içerisinden, çeşitli kalıplara dayanarak kullanışlı bilgiler çıkarmaya yarayan bir süreçtir(Feldman ve Sanger, 2007: 120).

İçerik analizinin uygulanış şekli farklı bilimsel çevrelerde farklı şekillerde gerçekleştirilse de hepsinin ortak özelliği metni sistematik olarak değerlendirmek suretiyle metinleri kodlamaktır(Hodder, 1994: 171). Burada kodlama ile ifade edilen olgu ise metin koleksiyonundaki her bir öğeyi kategorize etmek için kullanılan etiketlerdir. İçerik analizinde söz edilen kodlama süreci araştırmacı tarafından yapılmaktadır.Bu nedenle zaman ve emek sınırlılıkları barındırmakla birlikte öznellik riski de taşımaktadır. Hangi metnin hangi kod altında ele alınabileceğinin değerlendirilmesi söz konusu olduğunda farklı araştırmacıların aynı metin üzerinde farklı kategorileştirme gerçekleştirmesi olasıdır.İçerik analizinde bilgisayar destekli analiz ile manuel olarak gerçekleştirilen analizin mukayesesi Tablo 1’de ele alınmıştır.

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Hastanelerin kurumsal imajlarını etkileyen faktörlerden biri olan haberlerin duygu yönünün ve haberlerde ele alınan konularla ilgili belirli odaklanmaların mevcut olup olmadığının tespiti bu çalışmanın amacını teşkil etmektedir. Bu doğrultuda metin madenciliği yöntemleri kullanılmıştır. Metin madenciliğinin haber sayılarının çok fazla olduğu durumlardaki üstünlüğünden ötürü bu yöntem tercih edilmiştir. Metin madenciliği

yöntemleri ile insan değerlendirmesine dayanan yöntemler arasında çeşitli faktörler bakımından avantaj ve dezavantajlar bulunmaktadır (Tablo 1). Çalışmamızda özellikler haber sayısının çok olmasından ötürü, metin madenciliği yöntemi tercih edilmiştir.

Problem Cümleleri

Araştırma, amacı dâhilinde analize tabi tutulan haberlerle ilgili olarak aşağıdaki soruları cevaplandırmaya çalışmaktadır:

- Yıllar içerisinde çıkan haberlerin sayısında artış var mıdır?
- Çıkan haberler genel olarak olumsuz haberler midir?
- Haberlerin olumluluk ve olumsuzluğunun yıllar içindeki yönü nedir?
- Çıkan haberlerde sıkça karşılaşılan kelimeler ve kelime öbekleri nelerdir, buna bakılarak haberlerin genel olarak içerdiği konular nelerdir?

Varsayımlar

- Haberlerin yayınlandığı gazetenin haberlerinin objektif olduğu, gerçek bilgiye dayanmayan haber üretilmediği varsayılmaktadır.
- Haber içeriklerinde birden fazla konu işlendiği, haber başlıklarında ise haberin esas konusu işlendiği kabul edilmektedir.
- Haber kaynağının web sayfasında ilgili anahtar terim yazıldığında ilgili terimle ilgili olarak veri tabanında kayıtlı tüm haberleri listelediği kabul edilmektedir.

Tablo 1: İçerik Analizinin Aktörlerine Göre Değerlendirilmesi

Özellik	İnsan Değerlendirmesi	Üstünlük	Metin Madenciliği Yöntemleri
Öznellik	İnsan değerlendirmesinde öznel yorumlar olasıdır.	<	Tanımlanmış algoritma dışına çıkmak imkânsız olduğundan olası değildir.
Yorum gücü	Yorumlama kabiliyeti kelime frekanslarından bağımsız olarak çok güçlüdür.	<	Yorumlama söz konusu değildir. Daha ziyade analiz söz konusudur.
İronileri anlama	İronik ifadeler anlaşılır.	<	İronik ifadeler anlaşılabilir.
Hız	Değerlendirmeyi yapacak kişinin okuma hızı ile sınırlıdır.	>	Okuma değil matrisleştirme ve matematiksel işlem söz konusudur. Bu nedenle çok hızlıdır.
İstatistik	Kelime frekansı vb. istatistiklerin elle tutulması çok zor bazen de imkânsızdır.	>	Matrisleştirme söz konusu olduğundan istatistik çok kolaydır.
Süreklilik	Her metnin okunmasını gerektirir.	>	Algoritma bir kez kurgulandıktan sonra sürekli çalışarak yeni haberleri de okuyabilir.
Haber Sayısı	Az sayıda haber için avantajlıdır.	<	Çok sayıda haber analiz edilebilir.

Sınırlılıklar

Haberler de dâhil olmak üzere metinsel içeriklerin olumlu veya olumsuz olduğunu insan müdahalesi olmaksızın işaretleyen metinsel sınıflandırma algoritmaları ister duygu analizinde olduğu üzere olumlu ve olumsuz kelime sözlüklere dayalı olarak, ister makine öğrenme algoritmalarına dayalı olarak çalışsın, insanlara tarafından olumlu ve olumsuz içerikleri işaretlerken belirli oranda yanılmaktadırlar. Bu yanılma makine öğrenme algoritmalarında elde bulunan büyük test verileri ile ölçülebilmekte ve genel bir fikir oluşturabilmektedir. Duygu analizinde ise algoritmanın eğitilmesi ve test edilmesi söz konusu olmamaktadır.

Çalışma kapsamındaki haberler olumlu ve olumsuz ifadelerle bu ifadelerin gücünün sayısal olarak verildiği duygu analizi sözlüklerine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle algoritmanın tahmin gücü ile ilgili olarak çalışma doğal bir sınırlılıkla karşı karşıyadır. Bu sınırlılık araştırmanın 2. ve 3. problem cümlesi ile ilgilidir.

Öte yandan 1 ve 4. problem cümlesi olumluluk ve olumsuzluk içeren kavramlar yerine haberlerin doğal halleri ve içeriklerinin analizleri ile ilgili olduğundan herhangi bir sınırlılık barındırmamaktadır.

Ana Kütle ve Örneklem

İçerik analizinde Newbold vd. veri seçiminde öncelikle hangi kaynağın (TV,gazete vs.) analize tabi tutulacağı, daha sonra bu kaynaktan hangi tarih aralığı dikkate alınacağı ve son olarak bu tarih aralığı içinde örneklem yapılmasını önermektedir(Macnamara, 2006: 1). Bu çalışma gazeteler içinden 2000 ve 2017 yılları arasında yayınlanan haberleri ele almaktadır. Son adımda ilgili tarih aralığındaki haberler arasından örneklem yapılması önerilmektedir ancak çalışma kapsamında örneklem yerine tüm veri seti alınmıştır.

Ana kütle yerine örneklemin seçimi ana kütleyle erişimin çok zor olduğu durumlardan kaynaklanmaktadır. Örneğin Türkiye çapında yapılan bir araştırmada ülkede yaşayan herkesle görüşmek mümkün olmadığından tüm Türkiye'yi temsil edeceği varsayılan bir örneklem seçimi ile analiz yapılır ve sonuçlar genelleştirilir. Ancak örneklemin bütünü temsil gücüne dair risk her zaman mevcuttur. İçerik analizinde de Newboldve Bulck tarafından(Newbold, Boydt-Barrett ve Van den Bulck, 2002: 15) tarafından önerilen adımların üçüncüsü de örtük olarak ana kütleyle erişim sınırlılığından kaynaklanmaktadır. Web kazıma ve metin madenciliği yöntemlerinin bir arada kullanımı ile ana kütlelerin tamamı veya tamamına yakını elde edilerek örneklem riskinden de kaçınma avantajı bulunmaktadır. Böylece örneklemin ana kütleyle temsil etmesini sağlamak için gereken metotlara (tesadüfi örnekleme, kartopu örnekleme gibi) ihtiyaç kalmamaktadır.Bu araştırma kapsamında analize tabi tutulacak haberlerin tüm ana kütleli elde edilmiştir.

Veri Toplama Yöntemi

Web kazıma (web scraping) internette toplu halde sunulmayan ancak dağınık halde mevcut bulunan verileri daha sonra çeşitli amaçlarla kullanmak üzere bir araya toplama sürecini ifade eder. Örneğin URL adresleri bilinen bir dizi şirketin sayfalarında yayınlanan finansal tabloları elle değil de mevcut veya bu amaçla kodlanmış yazılımlarla toplayarak

bir araya getirmek bir web kazıma işlemidir. Aynı şekilde toplu listesi olmayan ancak farklı URL adreslerinde bulunan haberleri toplamak da web kazıma işlemidir.

Çalışma kapsamında web kazıma yöntemi kullanılarak ilgili haber kaynağındaki tüm haberler toplanmıştır.

Verilerin Analizi

Kullanılan, web kazıma işlemi genellikle her web sayfasının farklı yapıda olması, içeriklerin sayfanın farklı yerlerinde ve reklamlar, ilgili haberler gibi hedef içerik dışındaki bir dizi ilgisiz içeriğe gömülü olması nedeniyle belirli bir düzeyde zorluğa sahiptir ve edilebilir verilerin temizlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Web kazıma işlemi için Python dili, veri temizliği için regex¹ kütüphanesi, verilerin kelime köklerine inmek için NLTK² kütüphanesi, metinde geçen kavramların duygu skorlarının analizi ve ögelere ayrıştırma için Pattern³ kütüphanesi, kelimelerin İngilizceye çevrimi için Yandex Translate API⁴ kullanılmıştır.

Metin madenciliğinde metinlerin sayısal olarak yorumlanabilmesini sağlayan en temel işlemlerden biri metinlerin matrisleştirilmesidir. Matrisleştirme sonrasında “doküman terim matrisi” elde edilir. Bu matris Tablo 2’de görüldüğü üzere her bir dokümanda bulunan her bir kelimenin mevcut olduğu bir matristir. $D_n \cdot T_n$ büyüklüğünde olan bu matris elde bulunan toplam doküman ve bu dokümanlardaki toplam kelime sayısı arttıkça büyür.

Tablo 2: Doküman Terim Matrisi

Doküman (Haber metni)	Terim-1 (Haberde geçen benzersiz kelime)	Terim-2 (Haberde geçen benzersiz kelime)	..	Terim N
D_1	İlgili dokümandaki Tekrar adedi	“	“	“
D_2	“	“	“	“
..	“	“	“	“
D_n	“	“	“	“

Çalışma kapsamında doküman terim matrisinin oluşturulmasına kadarki süreçte şu adımlar gerçekleştirilmiştir:

- Öncelikle tasarımı itibarıyla web kazıma için uygun olanak vermesi nedeniyle Hürriyet gazetesi web sayfasında “hastane” yazıldığında çıkan 19.391 adet haber

1 <https://docs.microsoft.com/en-us/dotnet/standard/base-types/regular-expression-language-quick-reference>

2 <http://www.nltk.org/>

3 <https://www.clips.uantwerpen.be/pattern>

4 <https://tech.yandex.com/translate/>

elde edilmiştir. Bu haberler yapısal olarak başlık, tarih ve haber metninden oluşmaktadır. Sitedeki arama motoru haber metninin herhangi bir yerinde 'hastane' ifadesi geçtiğinde sonuç listesinde haberi sunmaktadır. Bu istenen bir durum değildir çünkü özellikle "hastaneye kaldırılma" olgusu içeren adli vakalara dair haberler de bu sayede haberler arasına girmektedir. Bu nedenle sadece başlık kısmında "hastane" ifadesi geçen haberlerin seçimine karar verilmiştir.

- Elde edilen 19.391 adet haberden başlığında "hastane" ifadesi açıkça geçen 3.117 haber filtrelenmiştir.
- Filtrelenen haberlerdeki noktalama işaretleri ve alfanümerik olmayan karakterler temizlenmiştir.
- Temizlenmiş haberler doküman terim matrisine dönüştürülmüştür.

Haberlerin olumlu veya olumsuz olduğunun tespitini sağlamak için duygu analizi gerçekleştirilmiştir. Duygu analizi insanlar tarafından yazılan içeriklerin içerisindeki öznelliği ve duygusal yönü ortaya koymak için yapılan sayısal analizdir (Pang ve Lee, 2008: 1).

Doküman terim matrisi elde edildikten sonra bu matris duygu analizine hazır hale getirilmek üzere her bir kelime bazında İngilizceye çevrilmiştir. Bu çeviri doğal dil işlemeye dönük olarak bu çalışma kapsamında kullanılan Python NLTK yazılım kütüphanesinde İngilizce dışındaki diller için doğal dil işleme imkânları kısıtlı ve yaygın değildir.⁵Bu nedenle Türkçe ifadeler İngilizceye makine yardımıyla topluca çevrilmiştir. Duygu analizi için ise şu adımlar atılmıştır:

- Daha önceden tanımlanmış skorlu duygu sözlükleri yardımıyla haberin olumlu veya olumsuz olduğuna dair doküman terim matrisi üzerinden her bir haberin içerdiği duygu skoru hesaplanmıştır. Bu skor 0 ise haber nötr olmakta yani olumlu veya olumsuz bir ifade içermeyen bilgilendirici habere tekabül etmektedir, skor negatif değere sahipse haber bu değer büyüklüğüne olumsuzluk içermektedir. Pozitif skorlar ise aynı şekilde haberin olumlu olduğunu ve olumluluk düzeyini ortaya koymaktadır. Bu skorlar tüm haberler için çıkarılmış ve eldeki tüm haberlerin olumluluğu hesaplanmıştır.
- Haberlerin yıllara göre gruplaması yapılarak, olumluluğun yıllar içindeki yönü grafiğe dönüştürülmüştür. Bu yapılırken elde edilen skorlar haber sayılarına oranlanmak suretiyle görece skorlar da hesaplanmıştır.
- Doküman terim matrisi ve duygu skorları üzerinden olumlu ve olumsuz haberlerde en çok geçen terimler filtrelenmiştir. Bu terimlerle ilgili örnek haber başlıkları da sunulmuştur.
- Cümle ögesi etiketleme (Part-of-Speech Tagging⁶) yöntemi ile tüm haberlerdeki fiiller ve fiillerin geçmiş ve şimdiki zaman formlarında en çok karşılaşılan ifadeler süzülerek haberlerdeki eylemsel kavramlar elde edilmiştir.

⁵ <http://www.nltk.org/book/ch02.html#sec-further-reading-corpora>

⁶ <https://nlp.stanford.edu/software/tagger.shtml>

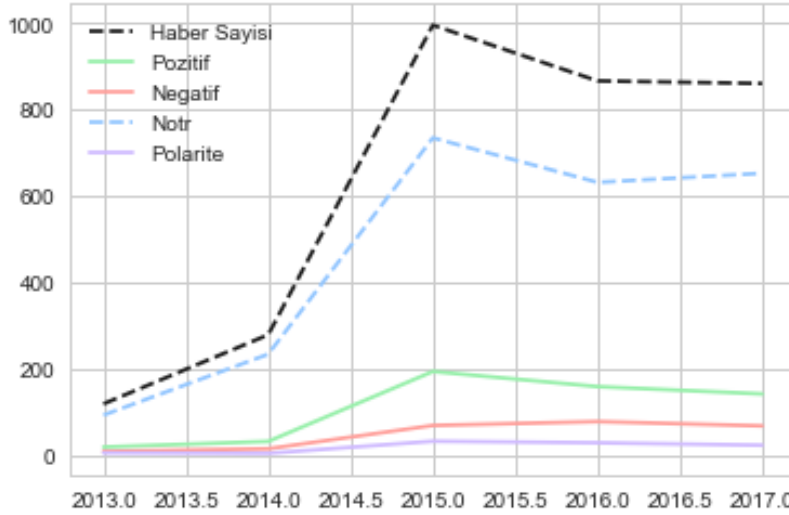
Bulgular

Hastane Kavramının Haberlerde Ele Alınış Şekli

Web kazıma yöntemi ile elde edilen 19.391 adet haberin içeriğinin herhangi bir cümlesinde hastane ifadesi geçmiştir. Ancak haber başlığında hastane ifadesi yer alan 3.117 haber mevcuttur. Bu miktar eldeki haberlerin %16.67'sına tekabül etmektedir. Buna göre hastane ifadesi haberlerde ağırlıklı olarak ikincil konumdadır. Şekil 2'de görülen kavramsal ilişkiler diyagramında en sık karşılaşılan “kaldırıldı” ve “ziyaret” etti terimlerinden de görüleceği üzere, herhangi bir habere konu olaydan sonra gerçekleşen “hastaneye kaldırılma” veya tanınmış şahsiyetlerin hastane ziyaretleri hastane haberlerinin çoğunu teşkil etmektedir. Bu haberlerde hastane kavramı ile ilgili olarak olumluluk veya olumsuzluk söz konusu olmadığından bu haberlerin tamamı elenerek sadece başlığında hastane ifadesi yer alan haberler analiz edilmiştir. Bundan sonraki kısımda “hastane haberleri” ifadesi başlığında “hastane” ifadesi geçen bu haberleri ifadelere gönderme yapmaktadır.

Yıllara göre yayınlanan haber sayıları

Şekil 1'deki diyagramda ilgili yıllar arasında yayınlanan haberlerin sayısı en üstteki kesikli çizgilerle gösterilmektedir. Buna göre hastane haberleri 2014 yılı içerisinde önceki yıla göre 4 kattan fazla artmıştır. Daha sonra 2015 yılı içinde azalmış, 2015 ve 2016 yılında ise hemen hemen aynı seviyede kalmıştır.



Şekil 1: Yıllara göre haber sayıları ve polarite

Nötr Haberler

Duygu analizinde nötr haberler haber metninde olumlu veya olumsuz ifadeleri barındırmayan bilgilendirici haberleri ifade etmektedir. Haberlerin çoğu (%73) bu türde olduğundan nötr haberlerin seyri de haber sayılarını takip etmektedir (Şekil 2 en üstten itibaren 2. Eğri). Algoritma tarafından başarılı olarak nötr haberler olarak işaretlenen haberler aşağıdaki gibidir:

- El konulan hastane, devlet hastanesi olarak açıldı
- Yenilenen İzzet Baysal Devlet Hastanesi törenle açıldı
- Gemerek Devlet Hastanesi 7 Bin Hastaya Hizmet Verdi
- Kaymakam Cinbir Silifke Devlet Hastanesi'ni Ziyaret Etti
- Ulukışla Devlet Hastanesi İnşaatı Sona Yaklaşıyor

Olumlu ve Olumsuz Haberler

Olumlu haberler içeriğinin tamamı olumluluk ifade eden kelimelerden oluşan ya da olumlu ifadeleri olumsuz ifadelerden daha fazla ve daha güçlü olan haberlerdir. Olumsuz haberler ise bu haberlerin tersidir. Şekil 1'de en üstten itibaren 3. eğri olumlu haberlerin seyrini, 4. eğri ise olumsuz haberlerin seyrini göstermektedir. Bu haberlerin sayıları ise Tablo 3'te sunulmaktadır. Şekil 1'de en alttaki eğri ise 3. ve 4. eğrilerin farkı olup genel toplam olumluluk durumunu ifade etmektedir. Haberlerin sayıları da arttığından olumlu ve olumsuz haberlerin sayısındaki artış yanıltıcı olabilir. Bu amaçla haberlerdeki toplam olumluluk (polarite) değerleri haber sayılarına bölünerek normalize edilmiştir. Bu değerleri gösteren Şekil 5'te sunulmuştur.

Bu değerler incelendiğinde haber sayısındaki artış ve azalışlardan bağımsız olarak 2014 yılında önceki yıla göre olumlu haberlerin azaldığı görülmektedir. 2014 yılında haber sayılarının artmasına rağmen toplam olumluluğun azalması dikkat çekicidir. 2014 yılında yayınlanan ve algoritma tarafından olumsuz olarak etiketlenen 14 adet haber (Tablo 3) incelendiğinde bu haberlerin bazılarının (örneğin yurt dışındaki haberlerin) aslında nötr işaretlenmesi gerekirken olumsuz olarak işaretlenmiş olduğu görülmüştür. Bu haberlerden gerçekten olumsuz olanları koyu punto ile işaretlenmiştir. Ancak olumsuzluk skoru yüksek olan bu kelimeler 2014 yılında 2013 yılına göre neredeyse aynı sayıda haber olmasına rağmen toplam skorun düşük çıkmasına neden olmuştur. Ayrıca 2013 ve 2014 yıllarında yayınlanan haberlerin sayısı az olduğundan bu haberlerin olumluluğu ve olumsuzluğu ile ilgili bir genelleme yapmak mümkün değildir.

2014 yılında karşılaşılan düşüş dışında hastane haberlerinin genelinin toplam polaritesinin % 1.4 düzeyinde olduğu (Tablo 4) görülmektedir. Bu durum ise yayınlanan haberlerin çoğunun çok az bir olumluluk içeren ancak genel olarak bilgilendirici mahiyette haberler olduğunu ortaya koymaktadır.

Haberlerde Sıkça Karşılaşılan Kelimeler

Haberlerde sıkça karşılaşılan kelimelerin değerlendirilmesi, içerik hakkında genel bir fikir sağlama imkânına sahiptir. Şekil 2'de kelimelerin sıklığına göre puntolar büyütülerek haberler için kelime bulutu elde edilmiştir. Şekilden görüleceği üzere haberlerde özel hastanelerden çok devlet hastaneleri konu edilmiştir.

Yukarıda analiz edilen nötr haberler de dâhil olmak üzere haberlerin tamamında yer alan kelimeler haricinde sadece olumlu ve sadece olumsuz haberlerde geçen kelime sıklıkları da hesaplanmıştır (Tablo 5). Olumsuz haberlerde yer alan "ölüm", "askeri", "saldırı" gibi haberlerin geçtiği haberlerdeki olumsuz haberler algoritma tarafından isabetli şekilde negatif olarak değerlendirilmiştir (çok fazla haber kelimesi kullanılmış). Bu haberler incelendiğinde, "saldırı" ifadesi içeren haberlerdekonunun genellikle hastanelere yönelik terör saldırıları olduğu görülmektedir. Algoritma tarafından pozitif olarak değerlendirilen haberler ele alındığında ise "modern", "bina", "ilk" ifadeleri dikkat

çekicidir. Bu ifadeler analiz döneminde yeni inşa edilen ve modernize edilen hastanelerle ilgili haberlerin medyada sıklıkla vurgulandığını ortaya koymaktadır.

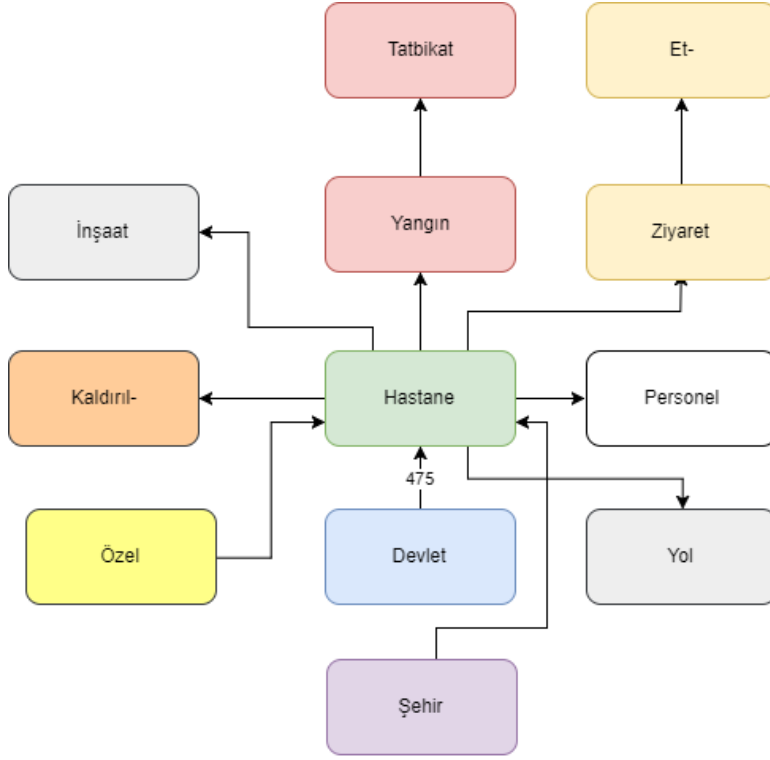
Tablo 3: 2014 Yılında Algoritmanın Olumsuz Bulduğu Haberler (Koyu puntolar gerçekten olumsuz haberlerdir)

ID	Olumsuz Haber
2938	Hastane yakınında ölü bulundu
1681	Çin’de askerî hastane yurduna bıçaklı saldırı: 8 ölü
1745	Öğretim üyesi hastanedeki odasında ölü bulundu
2518	Doktor hastanedeki odasında ölü bulundu
1580	İğneden korkan adam hastaneyi inletti
1523	'Tuncay Gürel öldü' haberi hastanelik etti
200	7 aylık bebeğin ölüsüyle hastane hastane gezdi
3087	Babası hastalanınca kıramadı nikâhı hastanede kıydı
2549	Hapishaneden akıl hastanesine
155	Hasta çocuklara 'Hastane Okulu'
322	Suriye Dışişleri Bakanı Muallim hastaneye kaldırıldı
417	Hastane tabelası görünömlü baz istasyonuna tepki
2419	Hastanelerde on binlerce insan yanlış tedavi görüyor
1001	İstanbul'daki bu hastane adamı hasta eder



Şekil 2: Hastane haberleri için kelime bulutu

Şekil 2: Hastane haberleri için kelime bulutu



Şekil 3: N-gramlara dayalı kavramsal ilişkiler

Haberlerde Sıkça Karşılaşılan Kelime Öbekleri (N-Gramlar)

Metinler içinde kelime frekansları yanında n-gram değerleri de kullanılarak bir arada tekrar eden kelime ikilileri (bigram) veya kelime üçlülere (trigram) şeklindeki öbekler de derlenebilir (Henderson, 2003: 122). N-gram çeşitli şekillerde tekrar eden kelimelere göre daha fazla bilgi barındırırlar. Çalışma kapsamında haberlerde n-gram'lar da derlenmiştir (Tablo 6). N-gram'larda kelime köklerine inilmiş olduğundan kelime ikilileri de bu şekilde gözükmemektedir. Bu ilişkiler Şekil 3'te gösterilmektedir.

N-gram düzeyinde de devlet hastaneleri özel hastanelerden daha fazla habere konu edilmiştir. N-gram'larda ortaya çıkan bir diğer konu ise hastane yangınlarıdır. Yangın haberleri ile ilgili başlıklar Ek-1'de sunulmuştur.

Tablo 4: Haber sayıları ve polarite değerleri

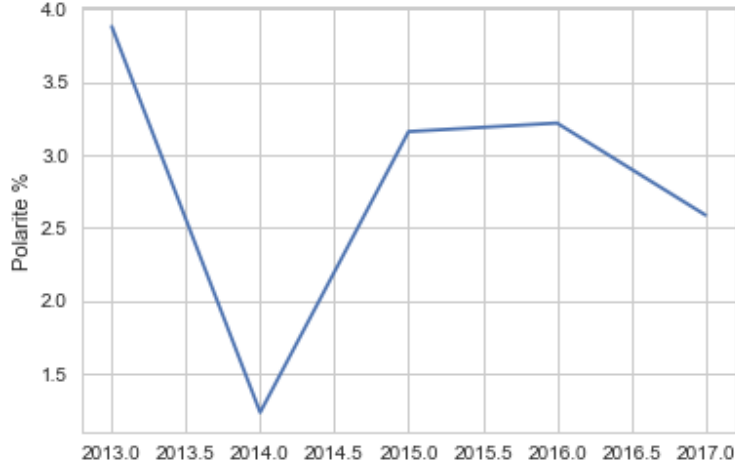
Yıl	Haber Sayısı	Polarite	Normalize Polarite	Pozitif Haber Sayısı	Negatif Haber Sayısı	Nötr Haber Sayısı	Nötr Haberlerin Tüm Haberlere Oranı	Nötr Olmayan Haberlerin Tüm Haberlere Oranı
2013	118	4,58	0,039	18	8	92	0,78	0,22
2014	278	3,42	0,012	31	14	233	0,84	0,16
2015	995	31,45	0,032	193	68	734	0,74	0,26

2016	866	27,88	0,032	158	77	631	0,73	0,27
2017	860	22,25	0,026	141	67	652	0,76	0,24
Toplam	3117	89,59	0,141	541	234	2342	0,77	0,23

Tablo 5: Olumlu ve olumsuz haberlerde sıkça geçen kelimeler (Yazım hataları korunmuştur)

Kelime	Kelime Tekrar Adedi	Örnek Haber (Olumlu)
Hastane	543	Hastanede iletişim becerileri eğitimi
Modern	133	Samsat'a Modern Bir Hastane Yapılacak
Devlet	98	Yenilenen İzzet Baysal Devlet Hastanesi törenle açıldı
İlk	59	Trakya'nın ilk Ağız ve Diş Sağlığı Hastanesi
Eski	31	En eski hastane artık yepyeni
Bina	26	Döşemealtı Hastanesi'nde inşaat bitiyor
Açıldı	24	Tekirdağ Devlet Hastanesinde Uyku Laboratuvarı Açıldı
Özel	22	Özel Hastanede Yangın Tatbikatı
Kutlandı	20	Diş Hekimleri Günü, Diş Hastanesinde Kutlandı
Sağlık	20	Kuşadası Devlet Hastanesinde Yabancı Dilde Sağlık Hizmeti

Kelime	Kelime Tekrar Adedi	Ören Haber (Olumsuz)
Hastane	232	Hastanede öldüresiye dayak
Öldü	33	Cezaevinde Hastalanan Mahkum Hastanede Öldü
Askeri	24	Teröristler Askeri Hastanesi'ye saldırdı
Akıllı	15	Van'a depreme dayanaklı akıllı hastane
Öldürül-	13	Hastanede öldürülen doktor törenle uğurlandı
Sağlık	11	Hastanede sağlık skandalı: Lağım suyuna çarşaf seti
Doktor	11	Doktor matkap sesine kızdı hastaneyi terk etti
Bulundu	10	Öğretim üyesi hastanedeki odasında ölü bulundu
Saldırı	10	Elazığ'da Devlet Hastanesinde silahlı saldırı
Merkez	10	Didim Devlet Hastanesinde Palyatif Bakım Merkezi Hizmette



Şekil 5: Normalize edilmiş polarite değerleri

Tablo 6: Haber n-gram'ları

N-Gram	Tekrar	N-Gram	Tekrar
devlet hastane	475	hastane yangın tatbikat	41
hastane ziyaret	88	özel hastane	41
hastane yangın	83	eğitimve araştırma	38
hastane kaldırıl-	66	hastane yol	36
hastane bahçe	63	hastane inşaat	34
hastane ön	60	ziyaret et-	34
yangın tatbikat	49	şehir hastane	32
hastane personel	43		

Fiil ve Fiil Çekim Zamanı Düzeyinde İnceleme

Haber başlıklarında sık geçen sözcüklerden fiil formunda olanlar ayrıştırılarak haberlerdeki eylemselliğin irdelenmesi mümkündür. Cümle öbekleri etiketleme metodu (Part-of-speech tagging) ile yapılan analizde en sık karşılaşılan fiiller Tablo 7'de gösterilmektedir. Bu fiillerden “başlamak”, “inşa etmek”, “kavuşmak (yeni hastaneye kavuşuyor kalıbı)”, yükseliyor (“... hastanesi yükseliyor kalıbı”) fiilleri yine inşa edilen/edilecek hastanelerle ilgili haberlerde geçmektedir. “bitti” fiili ise daha çok “sonu hastanede bitti” kalıbıyla yazılan ve genellikle adli vakalarla ilgili haberlerde geçmektedir.

Tablo 7: Fiil ve fiil çekim zamanı düzeyinde inceleme

Tekrar	Kelime(VBD)	Tekrar	Kelime(VBG)
38	Öldü	26	başlıyor
23	Bitti	15	bekliyor
36	Açıldı	12	inşa ediliyor

27	ziyaret etti	11	kavuşuyor
18	Geldi	6	yükseliyor
17	Gitti	5	gidiyor
14	Yaralandı	5	eğitim veriliyor

Sonuç ve Değerlendirmeler

Hastane kavramı ile ilgili metin madenciliğine dayalı içerik analizinin yapıldığı bu çalışmada, hastaneler hakkında çıkan haberlerin genellikle hastanelerin bizihi kurumsal kimliklerinden ziyade bir takım olgu ve fiillere dayalı kalıplara sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durum gündem belirleme teorisinde vurgulanan, medyanın nelerin konu edileceğine dair belirleme gücüne sahip olduğu fikrini güçlendirmektedir. Örneğin hastanelerle ilgili yangınlar haber üreticilerinin bilinçli veya bilinçsiz tercihlerinin sonucu olarak gündemdedir. Bu probleme karşılık gelen yangın tatbikatları ise genel anlamda yegâne çözüm yolu gibi işlenmektedir. Haber metinlerinde hastane yangınlarına karşı alınması gereken yasal ve uygulamaya dair pratikler yer almamaktadır. Öte yandan hastanelerde karşılaşılan ciddi problemlere dair haberlere ise az rastlanmaktadır. Örneğin “skandal” terimi içeren sadece 22 haber mevcuttur. Olumsuz haberlerin çoğu ise bizzat hastanelerle ilgili değil, hastanelerin tali olarak ele alındığı haberlerdeki olumsuzluklardan kaynaklanmaktadır.

Olumlu haberler kategorisinde hastanelerin başarılarına dair haberlerden ziyade yeni yapılacak ya da inşaatı devam eden hastaneler ya da yeni hizmet vermeye başlayan servisler ele alınmaktadır. Özünde hastane inşaatları ile ilgili haberler hastanelerin münferit kararlarından ziyade politika kararlarının sonuçlarını yansıtmaktadır. Türkiye Kamu Hastaneler Kurumu istatistiklerine ⁷göre 2013 ila 2015 yılları arasında 30 yeni hastane inşa edilmiş, toplamda yatak kapasitesi 3761 adet artmıştır. Yeni hastane inşaatı, modernizasyonu ve kapasite yükseltilmesine dair ve ile ilgili haberlerin medyada sıkça yer ettiği görülmektedir.

Hastaneler sağlık hizmetleri hakkında reklam yapma ile ilgili birçok yasal sınırlama içerisinde olmalarına rağmen çeşitli şekillerde örtülü olarak reklam yapmaktadırlar(Ekior ve Tengilimoğlu, 2014: 12). Yasalara rağmen örtük reklam yapma olanaklarına rağmen hastanelerle ilgili olumlu haberler de ortaya çıkmamaktadır. Bunun nedeni hastanelerin haberler yolu ile örtük reklam yapmayı tercih etmemeleri ya da medya kuruluşlarının bu konudaki yayın politikasındaki sınırlamalar olabilir.Hastanelerin kendi edimleri ile ilgili başarılı uygulamaları ele alan haberler ise çok azdır. Bu ise bu tür başarıların azlığından ya da mevcutsa bile medyada yer bulmamasından kaynaklanabilmektedir. Diğer taraftan yine Kamu Hastaneler Kurumu istatistiklerine göre hasta memnuniyetleri çalışmaya esas yıllar içinde artıyor gözükmektedir. Bu noktada, hastanelerde karşılaşılan olumlu ve olumsuz olayların gerçek boyutları ancak ilgili kurumların yayınladıkları istatistikler ve yapılan araştırmalardan elde edilebilir. Bu noktada resmi veya özel bir veri tabanının olmadığı durumda medya kamuoyunun bilincinde bir nevi veri tabanı yaratmaktadır. Çalışmayla ilgili incelenen haberlerin “kısıtlı ilgisi” nedeniyle olgular hakkında sınırlı bilgi edinilebilmektedir.

⁷ <http://rapor.saglik.gov.tr/istatistik/rapor/index.php>

Haber sayıları bakımından özel hastanelerin devlet hastanelerine göre çok daha az sayıda habere konu olması ve özel hastanelerle ilgili haberlerde de analizde karşılaşılan genel haber yazım alışkanlıklarının görülmesi, özel hastanelerin medyadaki görünürlüğü konusunda zayıf olduklarını ortaya koymaktadır. Bu durumun ülkenin sosyal güvenlik politikası gereği kamu hastanelerinin daha fazla ilgi çekmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Oysa Hastaların, hastane deneyimleri ve algıları sunulan hizmetlerin kalitesiyle ilişki içerisindedir (Boscarino, 2015 : 13; Isaac, Zaslavsky, Cleary ve Landon, 2010 : 1024; Stein, Day, Karia, Hutzler ve Bosco, 2015 : 382). Bu deneyimler ve algılar doğrudan karşılaşılan olaylar kadar medyanın haberleri ele alış biçimiyle de şekillenmektedir. Bu nedenle hastanelerle ilgili yapılacak kurumsal imajı ve hasta deneyimini inceleyen çalışmalarında medya etkisinin değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Nispeten az sayılabilecek miktarda yayınlanmış haber sayılarının 2014 yılındaki ani artışının nedeni anlaşılammıştır. Bu durum ilgili gazetenin haber sitesinde genel olarak daha sık sayıda haber yapma, hastane kavramı ile ilgili özel bir nedenden ötürü editörler tarafından bu alana yönelme veya başka bir nedenden kaynaklanabilmektedir. Bu artışın editöryal nedenler dışındaki nedenlerden ötürü oluşup oluşmadığı ve esas nedeni incelenmelidir.

Yangınlarla ilgili haberler dışında ayrıca yangın tatbikatı haberleri de mevcuttur. Yangın tatbikatı haberleri yangınlarla ilgili farkındalıktan kaynaklandığı düşünülebilir ancak tatbikatların zaten yılda bir yapılması zorunludur. Hastane yangınları ile ilgili Türkiye'deki hastaneler üzerinde yaptığı yangın güvenliği çalışmasında İnce bu hususta şöyle demektedir: “Binaların Yangından Korunması Hakkında Yönetmelik ise 2002 yılından beri binalarda senede en az bir kez tahliye tatbikatı yapılmasını istemektedir. Tahliyenin ne olduğu ve nasıl yapılacağı ise tarif edilmemiştir”(İnce, 2016). Aynı çalışmada ülkemizde hastanelerin yangın mevzuatının çok yetersiz olduğu ifade edilmektedir.

Hastane haberleri ile ilgili N-gram çalışmasında ortaya çıkan yangın tatbikatlarına rağmen yangın haberlerin devam etmesi, hastanelerde gerçekleşen yangınların detaylı incelenmesi ve sebeplerinin analizi ile ilgili araştırmalara ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Bu kapsamda İnce'ye ait çalışma dışında herhangi bir çalışmayla karşılaşılmamıştır. Ayrıca akademik çalışmalar dışında politika önerisi olarak hastane yangınları ile ilgili ulusal veri tabanının oluşturulması belirtilmelidir. ABD'de Ulusal Yangın Olayları Raporlama Sistemi (National Fire Incident Reporting System: NFIRS) çok eskiden beri hastanelerinkiler de dâhil olmak üzere yangınların her kategoride ayrıntılı bir şekilde yangın vakalarını kayıt altına almaktadır(İnce, 2016: 66). Ülkemizde ise böyle bir veri tabanı bulunmamaktadır.

Kaynaklar

Altun S.A., Yerin Güneri, O. Erdur Baker, Ö., (2006). “Basındaki Yansımaları ile Okulda Şiddet.”, Eurasian Journal of Educational Reserarch, (24), s. 12-21.

Alvesson, M. ve Berg, P., (1992). Corporate culture and organizational symbolism: An overview (C. 34). Walter de Gruyter.

Antweiler, W. ve Frank, M.Z., (2006). “Do US Stock Markets Typically Overreact to Corporate News Stories?”, SSRN Electronic Journal.

Arcak, R. ve Kasımoğlu, E., (2006). “Diyarbakır Merkezdeki Hastane Ve Sağlık Ocaklarında Çalışan Hemşirelerin Sağlık Hizmetlerindeki Rolü Ve İş Memnuniyetleri”, Dicle Tıp Dergisi, 33(1), s. 23-30.

Bayın, G. ve Önder, Ö.R., (2014). “Sağlık Kurumlarında İmaj Çalışması: Ankara’da Bir Üniversite Ve Bir Eğitim Ve Araştırma Hastanesi Örneği”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(27), s. 141–158.

Boscarino, Joseph, (2015). “Patients’ Perceptions of Care Are Associated with Quality of Hospital Care: A Survey of 4605 Hospitals”, American Journal of Medical Quality: The Official Journal of the American College Of Medical Quality, 30(4), s. 382-388.

Cohen, Bernard Cecil, (1963). The Press and Foreign Policy. New York: Harcourt.

Collier, N., Doan, S., Kawazoe, A., Goodwin, R. M., Conway, M., Tateno, Y., Taniguchi, K., (2008). “BioCaster: Detecting Public Health Rumors with A Web-Based Text Mining System”, Bioinformatics, 24(24), s. 2940–2941.

Ekiyor, A. ve Tengilimoğlu, D., (2014). “Sağlıklı Reklam Serbest Olmalı Mı? Tüketici Görüşleri”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(2), s. 1-20.

Feldman, R. ve Sanger, J., (2007). The Text Mining Handbook: Advanced Approaches in Analyzing Unstructured Data, Cambridge University Press.

Gartner, William, (1994). “Image Formation Process”, Journal Of Travel & Tourism Marketing, 2(2), s. 191-216.

Gigerenzer, Gerd, (2014). Risk Savvy: How to Make Good Decisions. Penguin.

Göker, G. ve Keskin, S, (2016). “Haber Medyası ve Mülteciler: Suriyeli Mültecilerin Türk Yazılı Basınındaki Temsili”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (41), s. 1-28.

Gray, E.R. ve Balmer, J.M., (1998). “Managing Corporate Image and Corporate Reputation”, Long Range Planning, 31(5), s. 695–702.

Henderson, Harry, (2003). Encyclopedia of Computer Science and Technology, Facts on File Science Library.

Hodder, Ian, (1994). “The Interpretation of Documents and Material Culture”, J. Goodwin (der), SAGE Biographical Research, London: Sage Publications, s. 171–186.

İnce, Abdurrahman, (2016). Hastanelerde Yangın Güvenliği ve Tahliye Gereklere Üzerine bir İrdeleme (Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi

Isaac, T., Zaslavsky, A.M., Cleary, P.D ve Landon, B.E, (2010). “The Relationship Between Patients’ Perception of Care and Measures of Hospital Quality and Safety”, Health services research, 45(4), s. 1024-40.

Koçak, A. ve Özgür, A., (2006). “İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 4(3), s. 21-28

Macnamara, Jim, (2006). “Media Content Analysis: Its Uses; Benefits and Best Practice Methodology”, Asia Pacific Public Relations Journal, 6(1), s. 1-34.

McCombs, M.E. ve Shaw, D.L., (1972). “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, Public Opinion Quarterly, 36(2), s. 176-188.

Newbold, C., Boyd-Barrett, O. ve Van den Bulck, H., (2002). The Media Book, Blomsbury

Önsüz, M.F., Topuzoğlu, A., Cöbek, U.C., Ertürk, S., Yılmaz, F. ve Birol, S., (2008). “İstanbul’da Bir Tıp Fakültesi Hastanesinde Yatan Hastaların Memnuniyet Düzeyi”, Marmara Medical Journal, 21(1), s. 033-049.

Pandır, M., Efe, İ., ve Paksoy, A.F., (2015). “Türk Basınında Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi”, (24), s. 1-26.

Pang, B. ve Lee, L., (2008). “Opinion Mining and Sentiment Analysis”, Foundations and Trends® in Information Retrieval, 2(1-2), s. 1-135.

Shoemaker, P. J ve Reese, S.D., (1996). Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content, s. 1-10.

Stein, S.M., Day, M., Karia, R., Hutzler, L. ve Bosco, J.A., (2015). “Patients’ Perceptions of Care Are Associated with Quality of Hospital Care”, American Journal of Medical Quality, 30(4), s. 382-388.

Takeshita, T., (1997). “Exploring the Media’s Roles in Defining Reality: From Issue-Agenda Setting to Attribute-Agenda Setting”, Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda, s. 17-27

Tükel, B., Acuner, A. M., Önder, Ö.R. ve Üzgül, A., (2004). “Ankara Üniversitesi İbn-İ Sina Hastanesi’nde Yatan Hasta Memnuniyeti (Genel Cerrahi Anabilim Dalı Örneği)”, Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası, 57(04), s. 205-214

Wu, Chao-Chan, (2011). “The Impact of Hospital Brand Image On Service Quality, Patient Satisfaction and Loyalty”, African Journal of Business Management, 5(12), s. 4873-4882.

Yağcı, M.İ. ve Duman, T., (2006). “Hizmet Kalitesi-Müşteri Memnuniyeti İlişkisinin Hastane Türlerine Göre Karşılaştırılması: Devlet, Özel Ve Üniversite Hastaneleri Uygulaması”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 7(2), s. 218-238.

Yüksel, E., (2002). “Basında Poaş Özelleştirmesi Haberleri: Basın Meslek İlkeleri, Haberde Nesnellik İlkeleri Ve Haber İçeriklerini Etkileyen Unsurlar Bağlamında İçerik Analizi’ne Dayalı Bir Değerlendirme””, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2(2), s. 93-106.