

Başvuru Tarihi: 16.05.2016 **Received Date:** 16.05.2016

Yayına Kabul Tarihi: 13.01.2017 **Accepted Date:** 13.01.2017

Yayınlanma Tarihi: 30.01.2017 **Published Date:** 30.01.2017



akademia

İLETİŞİM ALANINDA İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİ KULLANILARAK YAPILAN YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA TEZLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Öz

Bu araştırmada Türkiye’de iletişim alanında içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan tezler incelenecektir. Araştırmanın amacı, sosyal bilimler alanında nicel bir yöntem olan içerik analizi yönteminin iletişim alanında yapılan tezlerde kullanımına ilişkin veriler elde etmektir. İletişim alanındaki araştırmalarda daha sık kullanılmaya başlayan içerik analizi yönteminin nasıl, hangi alanlarda tercih edildiğini ortaya koymaktır. Bu çalışma ile birlikte iletişim çalışmaları alanına katkı sağlanması hedeflenmiştir. Araştırma materyali olarak, Yüksek Öğretim Kurumu’nun tez merkezinde erişime açık /izinli tezler kullanılmıştır. Bu araştırma için 33 yüksek lisans ve 31 doktora tezi olmak üzere toplam 64 tez taranmıştır. Araştırmada, çalışma materyali olan tezlerden elde edilen veriler nicel bir araştırma yöntemi olan içerik analizi yöntemi ile irdelenmiştir. Bu veriler elde edilirken tarih aralığı olarak 1996-2015 yılları baz alınmıştır. Bunun nedeni, 1996 yılından önceki ve 2014 yılından sonraki tezlere izin kısıtlaması veya yüklenme hatası nedenlerinden dolayı ulaşılamamış olmasıdır.

Anahtar Kelimeler: İletişim Alanı, İçerik Analizi, Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri.

A STUDY ON POSTGRADUATE AND DOCTORATE DISSERTATIONS PREPARED BY USING CONTENT ANALYSIS METHOD IN COMMUNICATION FIELD

Abstract

In this study, dissertations prepared by using content analysis method in communication field of Turkey will be examined. The aim of the study is to obtain data regarding the usage of content analysis method, which is a quantitative method in social sciences field, on dissertations prepared in communication field. It is to put forward the preference way and fields of content analysis method that is being more commonly used in researches conducted in communication field. With this study, the target is to provide contribution to communication studies field. Dissertations open to access / with permission on the thesis center of the Council of Higher Education were used as research materials. Total of 64 dissertations were examined, 33 of them being postgraduate and 31 of them being doctorate, for this study. The data obtained from dissertations as study materials is examined with content analysis method, which is a quantitative research method. The range was between 1996 and 2014 while obtaining this data. The reason for that is the inability to access to dissertations before 1996 or after 2014 due to limitations or uploading errors.

Keywords: Communication Field, Content Analysis, Postgraduate and Doctorate Dissertations.

Giriş

Bu çalışmada, iletişim alanında içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan yüksek lisans ve doktora tezleri üzerine bir araştırma yapılmıştır. Çalışmanın iletişim alanında, içerik analizi yönteminin araştırmacılar tarafından hangi konularda, nasıl kullandığı hakkında bir bakış açısı kazandırması hedeflenmiştir. Elde edilen bulgular Yüksek Öğretim Kurumu'nun Ulusal Tez Merkezi'nde bulunan ve erişime açık olan tezler üzerinden taranmıştır. İzin konusu özellikle son yıllarda yapılan tezleri incelemek konusunda bir sınırlama getirmektedir. Tezlere ulaşılırken bazı tezlere erişime açık olmadığı ya da yüklenme hataları karşılaşılan sınırlılıklardır. İncelenen tezler sayesinde Türkiye'de iletişim alanında içerik analizi yöntemi ile yapılan çalışmaların yönelimi konusunda bir fikir sahibi olmanın mümkün olacağı düşünülmektedir. İletişim alanında yapılan tezlerin incelenmesinin sebebi, Türkiye'de gelişen bir saha olan iletişim alanında yöntem konusunda bir fikir edinmek ve içerik analizinin kullanımına dair bilgi sahibi olmaktır.

Türkiye'de iletişim alanında yapılan çalışmalara bakıldığında niteliksel ve niceliksel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı görülmektedir. İletişim alanının disiplinler arası bir yapıda olmasından dolayı sosyal bilimler araştırma yöntemlerinin birçoğu bu alandaki çalışmalarda kullanılır. İletişim alanında yapılan çalışmalarda içerik analizi yönteminin kullanımı, çağdaş anlamda 20. yüzyılın başlarında ABD'de gazetecilik öğrencileri tarafından gazeteler üzerine yapılan çalışmalarla başlamıştır. 1940'lardan sonra propaganda alanında yapılan çalışmalarda içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İletişim alanında niceliksel olarak yapılan araştırmalarda verilere ulaşabilmesi ve bu verileri değerlendirebilmesi açısından içerik analizi yöntem olarak pozitif veriler sunulmasını sağlar. İçerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla yapılan niceliksel ve elde bulunan kayıtlı metinlerin çözümlenmesine yönelik bir yöntemdir. Bu yöntem, mesajın kapsamına ve aktardığı enformasyona dayanır (Yıldırım, 2015, 105). İçerik analizi yönteminin kullanılmasının en önemli nedenlerinden biri, diğer araştırma yöntemlerine göre verileri daha bilimsel olarak ortaya koymasındadır. Bu çalışmada, Türkiye'de Yüksek Öğretim Kurumu'nun tabanında yer alan ve erişime açık iletişim alanında yapılan yüksek lisans ve doktora tezlerinde içerik analizi yönteminin kullanımı incelenmiştir.

Araştırmanın amacı, bilimsel verilerin analiz aşamasında kullanılan bir yöntem olan içerik analizi yöntemi ile ilgili iletişim alanında yapılmış yüksek lisans ve doktora tezlerini incelemek ve bu tezlerde içerik analiz yönteminin hangi konularda ve nasıl kullanıldığını tespit etmektir. Araştırma ile ilgili materyaller Yüksek Öğretim Kurumu'nun veri tabanında ulaşılmıştır. Bu materyaller, erişime açık olan, yüksek lisans ve doktora tezleri olarak belirlenmiştir. Araştırma örneklemini olarak, 06 Mayıs 2015 tarihi itibarıyla, 1996-2015 yılları arasında iletişim alanında yazılmış, YÖK'ün Ulusal Tez Merkezi'nde bulunan, içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan ve erişime açık olan 64 tane yüksek lisans ve doktora tezi taranmıştır. Tarih aralığı olarak 1996-2015 yıllarının baz alınmasının nedeni, 1996 yılından önceki ve 2014 yılından sonraki tezlere izin kısıtlaması veya yüklenme hatası nedenlerinden dolayı ulaşılamamış olmasıdır.

1. İçerik Analizi Nedir?

İçerik analizi kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte akademik araştırmalarda en çok tercih edilen araştırma yöntemleri arasındadır. İçerik analizi, toplumbilimlerinin neredeyse her alanında kullanılır. İçerik analizinin ilk uygulamaları 16. yüzyılda gazeteler üzerinde yapılmıştır. Bu dönemdeki araştırmalar, gazetelerdeki dinsel ve ilahi mesajların ne ölçüde olduğu yönündeydi. Çağdaş anlamda içerik analizine yönelik asıl çalışmalar ise 20. yüzyıl başlarında ABD'de gazetecilik öğrencileri tarafından gazeteler üzerine gerçekleştirilen analizlerdir. Bu analizlerdeki konular politika, iş, suç işleme, boşanma, spor gibi başlıklara göre saptanmıştır. Daha sonra ilgi, edebiyat ve dil gibi konulara kaymıştır (Aziz, 1990, 105). İçerik analizi yönteminin metodolojik anlamda disiplinler arası kullanımının nedeni, bu yöntemin esnek yapısıdır. Bu esneklik, içerik analizi yönteminin en güçlü özelliğidir. Bu yüzden içerik analizi, bilimsel bir yöntem olarak sosyal bilimler alanında kendine önemli bir yer edinir (Yıldırım, 2015, 115).

1940'lerden sonra politika, propaganda alanında yapılan çalışmalarda içerik analizi yöntemi kullanılmaya başlanmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında radyonun propaganda amacıyla özellikle Hitler tarafından kullanılması, içerik çözümlemesi yönteminin, propaganda mesajlarının çözümlemesinde kullanılmasına olanak sağlamıştır. Lasswell ve arkadaşları, Hitler'in Propaganda Bakanı Goebbels'in radyo ve gazetelerde yaptığı propagandaları çözümlenmişlerdir. Özellikle ulaşım, ölüm ilanları, haberleri gibi konularla askeri harekât arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışmışlardır. Savaş sırasında yapılan içerik analizleri sadece bilimsel nedenlerle yapılmamıştır. Özellikle ABD Savaş Dairesi Kitle İletişim bölümünce pek çoğu Lasswell'in yönetiminde olmak üzere yazılı basın ve radyoyla ilgili içerik analizleri yapılmıştır (Aziz, 1990, 106).

İçerik analizine yönelik ilk sistematik yapıt, Bernard Berelson, Lazarsfeld'le 1948'de birlikte hazırladıkları, *İletişim Araştırmalarında İçerik Analizi* (1952) adlı çalışmadır (Gökçe, 2006). Bu çalışmada da içerik analizinin kural ve koşullarına yer vermişlerdir. İçerik çözümlemesi, araştırılmak istenen içeriğin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir olmasıyla anlam kazanır. Araştırmada önemli olan ise, araştırmacının incelemek istediği konu hakkında ölçütlerin net olması ve istatistiksel olarak çözümleme yöntemi açısından geçerli olmasıdır (Fiske, 2014, 248). İçerik analizi yöntemi, istatistiki veriler kullanılarak elde edilen veriler üzerinden yorum imkanı sağlar. İstatistiki verilerin kullanımı, araştırmacının sistematik ve objektif bir yorum yapabilmesini sağlar (Koçak ve Arun, 2006, 24). İçerik analizi yöntemi niceliksel verilere ulaşmayı hedefleyen bir yöntemdir. Bu yöntemde izlenilmesi gereken safhalar vardır.

1.1. Araştırma Problemini Tanımlama

İçerik çözümlemesinin ilk adımını oluşturan araştırma soruları, amaçsız uygulamaların önüne geçebilmek için önem taşır. Bundan dolayı, analizin yapılma amacı açık bir şekilde belirtilmelidir. Bunun için de temel düzeyde literatür taramasının yapılması gerekir (Balcı ve Bekiroğlu, 2012, 277). Literatür taraması sayesinde daha önce yapılan araştırmalar incelenerek, araştırma probleminin belirlenmesi kolaylaşır. Ayrıca bu yolla araştırma sorusu-belirlenir. Araştırmacı, araştırmasında neyin araştırılmaya değer olduğuna ve bu bağlamda hangi soruların daha ilginç ve anlamlı olduğuna bizzat kendisi karar verir. Önemli olan, araştırmacının varsayımlarını dayandırdığı kuramsal düşüncelerini açık bir dille ifade etmesidir. Bu durum, araştırmacının nesnelliği açısından da önemlidir (Gökçe, 2006, 88). Bu çalışmanın araştırma soruları aşağıda belirtilen şekilde belirlenmiştir.

1. İçerik analizi yönteminin iletişim alanında yapılan tez çalışmalarında kullanımı ne orandadır?
2. İletişim alanında hangi alt bölümlerde içerik analizi yönteminin kullanımı diğer alanlara göre daha fazladır?
3. İletişim alanında içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan tezlerde hangi konulara ağırlık verilmiştir?
4. İletişim alanında yapılan tez çalışmalarında içerik analizi yönteminin yanında başka araştırma yöntemleri kullanılmış mı, kullanıldıysa bunlar hangi araştırma yöntemleridir?
5. Yapılan çalışmalarda elde edilen verilerin çözümlenmesinde istatistik programlar kullanılmış mıdır, kullanıldıysa bu programlar hangileridir?

1.2. Araştırma Örneklemin Belirlenmesi

İçerik analizinde örneklem oluştururken diğer sosyal bilim alanlarında olduğu gibi en önemli koşul, örneklemin araştırma evrenini temsil yeteneğidir. İçerik analizinin örneklemini, incelenecek konulara bağlı olarak sınırlı sayıda gazete, dergi, film, reklam gibi iletişim araçları ve türlerinden oluşabilir (Bilgin, Aktaran: Akdenizli, 2012, 137). İçerik analizinde örneklem, birçok açıdan saha çalışmalarındaki örneklemden farklı değildir.

Örnekleme belirlemek araştırmacının, genel evrene ilişkin verileri onu temsil edecek küçük birimler şeklinde incelemesini sağlar. Araştırmada geniş bir alanı onu temsil edecek şekilde sınırlamak kaçınılmazdır. İçerik analizi yönteminde evren dört şekilde sınırlandırılabilir; nerede, ne zaman, hangi aracıyla, hangi konuda (Koçak ve Arun, 2006, 24).

Bu araştırmanın örnekleme iletişimi alanında içerik analiz yöntemi kullanılarak yapılan yüksek lisans ve doktora tezleri olarak belirlenmiştir. İçerik analizi yöntemini sınırlamada kullanılan dört temel yaklaşım ise şu şekilde belirlenmiştir; Türkiye (nerede), 1996-2004 (ne zaman), Türkiye’de iletişim alanında yapılan tez çalışmaları (hangi aracıyla), İçerik analizi yöntemi (hangi konuda). Örnekleme olarak belirlenen Yüksek Öğretim Kurumu’nda bulunan yüksek lisans ve doktora tezleri 1996- 2014 tarih aralığı içerisinde incelenmiştir. Bu sınırlılığın nedeni ise, ulaşılmak istenen tezlerin erişime kapalı olması veya yüklenme hatası gibi sorunlardır. Bu sınırlılıklardan dolayı, 33 yüksek lisans ve 31 doktora tezi taranmıştır.

1.3. Araştırma Kategorilerinin Oluşturulması

Bu aşamada önemli olan, araştırma sorusuna uygun kategorilerin oluşturulması ve tanımlanmasıdır. Araştırma sorusu sayesinde kategoriler daha bütünsel olarak oluşturulabilir. İçerik analizi yönteminde kategori oluşturmanın en önemli safhası sınıflandırmanın araştırmayı doğru yansıtmak şeklinde yapılmasıdır. Kategorilerin oluşturulması araştırmacıya zaman ve veri konusunda kolaylık sağlar. İçerik analizinde kategorilerin işlevleri ise şöyledir:

- Kategori sistemi bir ölçek sunmaktadır. Sunulan bu ölçek, araştırma sorusu için önemli olan bilgilerin metinden seçimini belirlemede ve yönlendirmektedir.
- Kategori sistemiyle sosyal gerçek tanımlanmakta ve yapılandırılmaktadır.
- Kategori sistemi, sosyal gerçeğin unsurlarını belli kriterlere göre birbirinden farklılaştırarak gruplandırmaktadır. Bu süreçte, araştırma konusu için önemli görülmeyen anlam farklılıkları analiz dışı bırakılmaktadır (Gökçe, 2006, 58)

İçerik analizi, her araştırmaya uygun olarak geliştirilmiş ve standartlaştırılmış kategori sistemi bulunmadığı, bu nedenle her araştırmanın kategori sistemini kendi analiz malzemesinden oluşturması gerekliliğinden yola çıkar. İçerik analizi, anlam bazında üzerinde anlaşılacak bilgileri kategoriye dahil eder. Üzerinde uzlaşılacak bilgiler ise kategoriye dahil edilmez (Gökçe, 2006, 58-59). Kategorilerin saptanmasında dikkat edilmesi gereken noktalar şöyle sıralanmaktadır:

- Kategorilerin amaca uygun ve anlamlı olmaları.
- Kategorilerin homojen olmaları: Kategorilerin birbirlerinden bağımsız olmaları ve bir kategoriye dahil edilen birimin diğer birimleri etkilenmemesinin gerekliliği.
- Kategorilerin bütünsellik/eksiksizlik taşımaları: Her çözümleme biriminin girebileceği bir kategori olmasıdır.
- Kategorilerin ayırt edici olmaları: Bir çözümleme birimi yalnız ve yalnız o kategoriye yerleştirilebilmelidir.
- Kategorilerin objektif olmaları: Farklı kodlayıcılar aynı öğeleri aynı kategorilere yerleştirebilmelidirler. Bu içerik çözümlemesinde kodlayıcılar arası güvenilirlik olarak da anılır (Akdenizli, 2012, 139).

Araştırmada kategoriler yüksek lisans ve doktora tezleri olarak belirlenmiştir. Bu kategorilerin yüksek lisans ve doktora tezleri olarak belirlenmesinin nedeni, araştırmada iletişim alanında tez kategorisinde değerlendirebilecek bu iki parametrenin olması ve içerik analizi yöntemi ile yapılan tezlerin her iki kategoride bulunmasıdır. Kategoriler belirlenirken amaca uygun olması, birbirlerini tamamlayan ve karşılaştırılabilir özelliklerde olmalarına dikkat edilmiştir.

1.4. Kodlama Cetvelini Oluşturma

İçerik çözümlemesinin en çok zaman harcanan kısmı kodlama bölümüdür. Her bir kodlayıcıya (kodlamayı yapan kişiye) kategorilerin ve kodlama kurallarının yer aldığı birer kodlama kılavuzu verilir (Wimmer ve Dominick, Aktaran: Akdenizli, 2012, 139). İçerik analizinde araştırmacılar kodlamayı, değişkenlere ve kategorilere göre yapar. Araştırmayla ilgili değerlendirmelerini ise bu kodlamalar neticesinde ortaya çıkarılır. Kodlama yapılırken başvuru kategoriler ise, hem araştırmacının kendisi tarafından hem de başka araştırmacılar tarafından daha önce geliştirilmiş olanlardan seçilebilir. Araştırmacı kodlama aşamasında, elde ettiği bilgileri inceleyerek, anlamlı bölümlere ayırmaya ve her bölümün kavramsal olarak ne anlama geldiğini bulmaya çalışır. Böylece araştırma verileri kendi içinde anlamlı bir bütün oluşturan bu bölümlere ayrılır, yani araştırmacı tarafından kodlanır. Verilerin kodlama sürecinde araştırmacı, verilerin anlamlı bütünler halinde nasıl bölümlere ayrılacağını, ayrılan bu bölümlere nasıl bir kod verileceğini ve bu farklı bölümlerde yer alan verilerin benzer kodlarla düzenlenip düzenlenmeyeceğini dikkate almak zorundadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008, 228).

Araştırmanın kodlama cetveli oluşturulurken, kodlama cetvelinde bulunan kod birimleri araştırmanın amacına uygun ve anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde meydana getirilmiştir. Kodlama aşamasında elde edilen veriler, kodlama cetvelindeki kategorilere göre sınıflandırılmıştır.

1.5. Kodlama Cetvelini Sınama ve Güvenilirliği Ölçme

Araştırmanın güvenilirliği, aynı şeyin aynı şartlar altında benzer sonuçlar vermesi anlamına gelir. Böylece araştırmanın nesnelliği sağlanmış olur. İçerik analizi çok sayıda birimden gelen bilgileri içerir. Bu yüzden farklı kodlayıcıların aynı verileri araştırmaları araştırmanın tutarlılığının kontrol edilmesi açısından önemlidir. Bu amaçla farklı kodlayıcılar birbirinden bağımsız olarak aynı metni kodlayarak tutarlılığı kontrol etmiş olur (Neuman, 2007, 473). İçerik çözümlemesinin güvenilirliği, kodlama işlemine bağlıdır. Bu yüzden kodlayıcılara bu konuda eğitim verilmesi, kodlayıcılar arasında güvenilirlik testlerinin yapılması önemlidir. Ayrıca güvenilirliğin dışında araştırmadaki ölçme aracının ölçtüğü konu ile ilgili olması ve hatasız ölçmesi de araştırmanın geçerliliği artırır (Akdenizli, 2012, 140-141).

İçerik analizinin güvenilirliği için kodlayıcıların arasındaki konuyla ilgili yargılardaki uyuma fonksiyonuna “ bireysel güvenilirlik” denir. Bireysel güvenilirliğin sağlanması için araştırmacının kodlayıcıları belirlerken seçici olması ve onları eğitmesi gerekebilir. Araştırmanın kategorilerinin belirlenmesi, kayıt birimlerinin hangi kategorilere gireceği, kayıt birimlerinin sınırlarının belirlenmesine “kategori güvenilirliği” denir. Kategori güvenilirliği sayesinde kodlayıcılar arasında görüş birliği sağlanabilir (Holsti Aktaran: Öğülmüş, 227).

1.6. Verilerin Çözümlemesi

Ayrıntılı bir biçimde tanımlanan ve sunulan verilerin araştırmacı tarafından yorumlanması ve bazı sonuçların çıkarılması, içerik analizinde son aşamadır. Nitel araştırmada araştırmacı, incelenen olguya yakın olduğu ve gerekirse o olguya yönelik ilk elden deneyimler edindiğinden, yapacağı yorumlar değerlidir. Araştırmacı, nitel araştırmada bilgi toplama sürecinin doğal bir parçasıdır ve konuyla ilgili düşünceleri büyük önem taşımaktadır. Ancak, araştırmacının düşünceleri verilerin tanımıyla tutarlılık göstermelidir. Yani, ilk elden toplanmış verilerle desteklenmeyen görüşlerin bir araştırmada sunulması uygun değildir (Yıldırım ve Şimşek, 2008, 238). Sonuçların yorumlanması, hem bulguların açıklanmasını hem yapılan araştırmadan geleceğe yönelik çıkarımların yapılmasını ve eleştirilerin formüle edilmesi işlemlerini kapsar. Her şeyden önce yorum, varsayım testinin sonuçlarını ve bu konudaki başka araştırmalara oranla bu araştırmadan ne gibi çıkarımlar yapılabileceğini açık bir şekilde ortaya koymaktadır (Gökçe, 2006, 110). İçerik analizi yönteminde çözümleme, kodlama kâğıdıyla yapılmaktadır. Elde edilen veriler daha sonra bilgisayar aracılığıyla belirli istatistik programları uygulayarak bulgular olarak elde edilir (Aziz, 1990, 118).

İçerik analizinin bir diğer aşaması olan verilerin analizi aşamasında çözümlenmeye uygun betimleyici istatistikler ya da çıkarımsal istatistikler kullanılabilir (Balcı ve Bekiroğlu, 2012, 278). İçerik analizlerinde genellikle yüzde, ortalama, tepe değeri ve ortanca gibi tanımlayıcı istatistiklerin kullanıldığı görülmektedir.

İçerik analizinin son aşaması olan verilerin çözümlenmesi araştırmanın da son aşamasıdır. Bu aşamada elde edilen veriler araştırmanın sonucunu ortaya koymasından önemlidir. Bu araştırmada kodlama cetveli ile elde edilen veriler, SPSS programıyla tablolar haline getirilmiştir.

2. Bulgular

Tablo 1: Tez Türü

Tez türü	Frequency	Percent
Yüksek Lisans	33	%51,6
Doktora	31	%48,4
Total	64	%100

İletişim alanında içerik analizi ile ilgili yapılan tez çalışmaları incelendiğinde, Yüksek Öğretim Kurulu'na ait web sitesinde yer alan 64 tane izinli teze ulaşılabilmektedir. Yüksek lisans tezleri 33 tane olup incelenen tezler arasındaki oranı %51,6'dır. Doktora tezleri ise 31 tane olup, toplam içerisindeki oranı %48,4'dir.

Tablo 2: Tezin Yapıldığı Ana Bilim Dalı

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Frek.	Oran (%)	Frek.	Oran (%)
Gazetecilik	9	%27,3	14	45,2
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	11	%33,2	11	35,5
İletişim Bilimleri	5	%15,2	2	6,5
Radyo Tv ve Sinema	6	%18,2	2	6,5
Reklamcılık	2	%6,1	1	3,2
Basın Yayın	-	-	1	3,2
Total	33	%100	31	100,0

Tablo 2'de iletişim alanında içerik analizi yöntemi ile ilgili yapılan tezlerin hangi ana bilim dalında yapıldığı incelenmiştir. Elde edilen verilere göre yüksek lisans tezlerinde içerik analizi yöntemiyle en fazla halkla ilişkiler ve tanıtım alanında tez çalışması yapılmıştır. Halka ilişkiler ve tanıtım ana bilim dalında 11 tez çalışması yüksek lisans tezleri içerisinde %33,2lik orana sahipken, gazetecilik alanında 9, radyo tv ve Sinema ana bilim dalında 6, iletişim bilimleri ana bilim dalında 5 ve reklamcılık ana bilim dalında ise 2 tez yapılmıştır. Bu tezler sırasıyla %27,3, 18,2, 15,2 ve 6,1 oranlarına sahiptirler. Doktora tezlerinde ise içerik analiz yöntemini, en çok kullanan anabilim dalı gazetecilik ana bilim dalıdır. Bu ana bilim dalında 14 doktora tezi çalışması yapılmış, oranı ise %45,2'dir. İletişim alanında içerik analizi doktora tezlerinde en az kullanan; 1'er tez çalışması ve %3,2 oranıyla, reklamcılık ve basın yayın anabilim dallarıdır. Halka ilişkiler ve tanıtım ana bilim dalında ise 11 doktora tez çalışması yapılmıştır. Bu tezler, genel toplam içerisinde %35,5 oranındadır. Ayrıca iletişim bilimleri ve reklamcılık ana bilim dalında da 2'şer doktora tezi yapılmıştır. Bu tezlerin oranı ise %6,5'dir. Tezlerin geneline bakıldığında gazetecilik ve halkla ilişkiler ve tanıtım ana bilim dallarında içerik analizinin daha yoğun kullanıldığını görülür. Gazetecilik ana bilim dalında yapılan tezler incelendiğinde içerik analizi yönteminin gazetede taramalarında, bir konu hakkında gazetelerden bilgi edinilmek istendiğinde kullanılmıştır. Halkla ilişkiler ve tanıtım ana bilim dalında ise, halkla ilişkiler olaylarına katılan insanların sayısı, konuyla ilgili yapılan anket çalışmalarının sonuçlarının çözümlenmesi, tutum ve davranış örüntülerinin istatistiki dökümü için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 3: Tezin Yayınlandığı Yıl Aralığı

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)
1996-2000	2	%6,1	1	3,2
2001-2005	3	%9,1	2	6,5
2006-2010	16	%48,5	17	54,8
2011-2015	12	%36,4	11	35,5
Total	33	%100,0	31	100,0

Tezlerin yayınlandığı yıl aralığı olarak araştırmada 4 ayrı yıl aralığı olarak belirlenmiştir. Genel toplama bakıldığında, 2006- 2010 yıl aralığında hem yüksek lisans hem de doktora tezlerinde içerik analizi yönteminin yoğun şekilde kullanıldığı görülmektedir. 2006- 2010 yıl aralığında toplam 33 tezde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu tezlerin 17 tanesi doktora tezi olup, genel tezler içerisindeki oranı %54,8'dir. Yine aynı yıl aralığında da 16 yüksek lisans tezi yayınlanmıştır. Bu tezlerin yüksek lisans tezi genelindeki oranı %48, 5'dir. İçerik analizin en az kullanıldığı yıl aralığı olan 1996- 2000 yıl aralığında 1 doktora tezi, 2 yüksek lisans tezi yayınlanmıştır. Bu tezlerin oranları ise sırasıyla %3,2 ve %6,1'dir. 2001- 2005 aralığında 3 tane ve %9,1 oranıyla yüksek lisans tezi ve %6,5 oranıyla 2 tane doktora tezi yayınlanmıştır. 2011- 2015 yıl aralığında ise, 12 tane yüksek lisans ve 11 doktora tezi yayınlanmıştır. Bu tezlerin oranları ise, %36,4 ve %35,5'dür. İçerik analizinin son yıllarda iletişim alanında sıkça kullanıldığı tespit edilmiştir. Son aralık olan 2011-2015 yıllarında sayının az olmasının nedeni, tezlerin izin durumlarının en az 2 yıl olması ve bazı tezlerin erişime açık olmamasıdır.

Tablo 4: Tezin Dili

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)
Türkçe	32	%97,0	31	%100,0
İngilizce	1	%3,0	-	-
Total	33	%100,0	31	%100,0

Tablo 4'te iletişim alanında içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan tezlerin yayınlandığı diller incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, yüksek lisans tezlerinin 32, doktora tezlerinin 32 tanesi Türkçedir. Yüksek lisans tezlerinden sadece 1 tanesi İngilizcedir. Doktora tezlerinin analizi yapılan 32 tezin hepsinin dili Türkçedir.

Tablo 5: Tezin Yayınlandığı Üniversite

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)
Ankara Üniv.	3	%9,1	1	%3,2
Anadolu Üniv.	9	%27,3	2	%6,5
Akdeniz Üniv.	1	%3,0	-	-
Bahçeşehir Üniv.	1	%3,0	-	-
Ege Üniv.	1	%3,0	7	%22,6
Erciyes Üniv.	2	%6,1	1	%3,2
Hacettepe Üniv.	1	%3,0	-	-
Kocaeli Üniv.	1	%3,0	-	-
Gazi Üniv.	3	%9,1	1	%3,2
İstanbul Üniv.	2	%6,1	6	%19,4
İzmir Ekonomi Üniv.	1	%3,0	-	-
Selçuk Üniv.	5	%15,2	7	%22,6
Marmara Üniv.	3	%9,1	6	%19,4
Total	33	%100,0	31	%100,0

İletişim alanında içerik analizi yöntemiyle yapılan yüksek lisans tezlerinde en fazla bu yöntemle tez çalışması yapılan üniversite, 9 tez ve % 27,3'lük oranla Anadolu Üniversitesi'dir. Yüksek lisans tezlerinde içerik analizi yöntemini iletişim alanındaki çalışmaları en az olan üniversiteler ise, 1'er tez ve %3'lük oranla, Akdeniz, Bahçeşehir, Ege, Hacettepe, Kocaeli ve İzmir Ekonomi Üniversiteleridir. Doktora tezlerinde ise en fazla sayıya sahip Ege ve Selçuk Üniversiteleridir. Bu üniversitelerde 7'şer doktora tez çalışması yapılmış, bu tezlerin doktora tezleri içerisindeki oranı ise, % 22,6'dır. Birer tez çalışması ve % 3,2'lik oranla en az doktora tezine sahip üniversiteleri ise, Ankara, Erciyes ve Gazi Üniversiteleridir. Akdeniz, Bahçeşehir, Hacettepe, Kocaeli ve İzmir Ekonomi Üniversitelerinde ise iletişim alanında içerik analizi yöntemini kullanan doktora tezine ulaşılamamıştır.

Tablo 6: Tezin Üzerinde Durduğu Ana Konu

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Çocuk	1	%3,0	-	-
Siyaset	5	%15,2	3	%9,7
Sinema	1	%3,0	-	-
Televizyon	2	%6,1	2	%6,5
Gazete	4	%12,1	1	%3,2
Seçim	3	%9,1	-	-
Reklam	1	%3,0	7	%22,6
Yeni Medya	4	%12,1	6	%19,4
Ekonomi	1	%3,0	1	%3,2
Hukuk	1	%3,0	-	-
Spor	2	%6,1	-	-
Sağlık	3	%9,1	1	%3,2
Temsil	2	%6,1	4	%12,9
Halkla İlişkiler	1	%3,0	2	%6,5
Etik	1	%3,0	1	3,2
Savaş	1	%3,0	-	-
Eğitim	-	-	1	%3,2
Tüketim	-	-	1	%3,2
İnsan Hakları	-	-	1	%3,2
Total	33	%100,0	31	%100,0

Tablo 6'da iletişim alanında yapılan ve içerik analizi yöntemi kullanılan yüksek lisans ve doktora tezlerinde hangi konuların ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Bu tabloya göre, yüksek lisans tezlerinde 5 kez siyaset konusu çalışılmış bu konunun oranı ise % 15,2'dir. Yüksek lisans tezlerinde 1 kez ve %3 oranında çalışılan konular; Çocuk, sinema, reklam, ekonomi, hukuk, halkla ilişkiler, etik ve savaş konularıdır. Ayrıca bu tablonun kategorilerinden olan, eğitim, tüketim ve insan hakları konularında yüksek lisans alanında çalışma yapılmamıştır. Doktora tezlerinde ise en çok reklam konusu işlenmiştir. Bu konuda 7 tez olup yüzdeleri oranı ise % 22,6'dır. En az doktora tezi yapılan konular ise 1'er kez ve %3,2 oranında olmak üzere gazete, ekonomi, sağlık, temsil, halkla ilişkiler, eğitim, tüketim ve insan hakları konularıdır. Tabloda kategori olarak bulunan çocuk, sinema, seçim, hukuk, spor, etik ve savaş konularında doktora aşamasında tez çalışması belirlenmemiştir.

Tablo 7: Tezde Varsa Kullanılan Başka Araştırma Yöntemleri

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Söylem Analizi	2	% 6,1	1	%3,2
Literatür Taraması	5	%15,2	4	%12,9
Mülakat	3	%9,1	2	%6,5
Anket	1	%3,0	2	%6,5
Göstergebilim	-	-	1	%3,2
Saha Araştırması	-	-	4	%12,9
Örnek Olay	-	-	1	%3,2
Total	11	%33,3	15	%48,4
Missing System	22	%66,7	16	%51,6
Total	33	%100,0	31	%100,0

İncelenen bazı tezlerde içerik analizinin yanı sıra diğer araştırma yöntemlerinin de kullanıldığı belirlenmiştir. 5 yüksek lisans tezinde literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırma yönteminin oranı %15,2'dir. Yüksek lisans tezlerinde kullanılan yöntemler; 3 tezde mülakat yöntemi, 2 tezde söylem analizi ve 1 tezde de anket yöntemleri kullanılmıştır. Bu yöntemlerin oranları sırasıyla; %9,1, %6,1 ve % 3'tür. Ayrıca 22 yüksek lisans tezinde içerik analizi yöntemi dışında başka bir araştırma yöntemi kullanılmamıştır. Doktora tezlerinde ise literatür taraması ve saha araştırması yöntemleri 4'er kez kullanılmıştır. Bu yöntemlerin oranları %12,9'dur. 2 kez ve %6,5 oranında kullanılan mülakat ve anket yöntemleridir. En az kullanılan yöntemler ise 1'er tez ve %3,2 oranı olmak üzere, söylem, gösterge bilimi ve örnek olay yöntemleridir. Ayrıca 16 doktora tezinde içerik analizi dışında başka bir araştırma yöntemi kullanılmamıştır.

Tablo 8: Kodlama Cetveli Kullanılmış Mı?

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Evet	31	%93,9	28	%90,3
Hayır	2	%6,1	3	%9,7
Total	33	%100,0	31	%100,0

İçerik analizi yönteminde verilerin sağlanması açısından önemli bir yere sahip olan kodlama cetveli ile ilgili olan tablo 8'e göre; yüksek lisans tezlerinin 31'inde, doktora tezlerinin ise 28'inde kodlama cetveli kullanılmıştır. Bu sayıların yüzdeler oranları ise sırasıyla %93,9 ve % 90,3'dür. Yüksek lisans tezlerinin 2'sinde ve doktora tezlerinin ise 3'ünde kodlama cetveli kullanılmamış ya da tezin içinde bu konu hakkında bilgi verilmemiştir. Yüksek lisans tezlerinde bu oran %6,1 iken doktora tezlerinde bu oran %9,7'tür.

Tablo 9: Güvenilirlik Testi Yapılmış Mı?

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Evet	14	%42,4	11	%35,5
Hayır	19	%57,6	20	%64,5
Total	33	%100	31	%100,0

İçerik analizi yapan araştırmacının ulaştığı bulguların güvenilirliğinin sağlanması için başka bir araştırmacı tarafından yapılan güvenilirlik testi, 14 yüksek lisans tezlerinde ve 11 doktora tezinde yapıldığı belirtilmiştir. Güvenilirlik testi yapılan tezlerin oranları ise sırasıyla %42,4 ve % 35,5'tir. 19 yüksek lisans ve 20 doktora tezinde güvenilirlik testi yapıldığına dair bilgiye ulaşılamamıştır. Bu analizin oranları ise yüksek lisans tezlerinde %57,6 iken doktora tezlerinde %64,5'tir.

Tablo 10: Niceliksel (Kantitatif) Analiz Gerçekleştirilmiş Mi?

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)
Evet	27	%81,8	22	%71,0
Hayır	6	%18,2	9	%29,0
Total	33	%100,0	31	%100,0

Tablo 10’da yüksek lisans ve doktora tezlerinde önceden hazırlanmış bir soru formuna bağlı kalınarak, araştırılan konuya ilişkin, evreni temsil edecek örneklemden sayısal sonuçlar elde edilen Niceliksel (kantitatif) analiz nosyonu incelenmiştir. Yapılan incelemeye göre, yüksek lisans tezlerinin 27 tanesinde niceliksel (kantitatif) analiz yapılmıştır. Bu oran yüksek lisans tezlerinin genelinde %81,2 oranına sahiptir. 22 Doktora tezinde bu analiz kullanılırken, genel oranı ise, 71,0’dır. 9 doktora tezinde niceliksel (kantitatif) analiz yöntemi kullanılmamıştır. Bu tezlerin oranı ise %29,0’dur.

Tablo 11: İşlevsel Tanımlama Yapılmış Mı?

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)
Evet	20	%62,5	20	%64,5
Hayır	11	%34,4	11	%35,5
Total	33	%100	31	%100,0

Tablo 11’de tezlerde bulunan kodlama cetvelindeki parametrelerin tanımlanmasının yapıp yapılmadığı yer almaktadır. 20 yüksek lisans ve 20 doktora tezinde işlevsel tanımlama yapılmıştır. Bu tezlerin oranları ise %64,5’dir. Her iki tez türünde de 11 tezde işlevsel tanımlama yapılmamıştır. İşlevsel tanımlama yapılmayan tezlerin her iki tez türündeki oranı, yüksek lisans tezlerinde, %34,4 ve doktora tezlerinde ise, %35,5’tir.

Tablo 12: Çeşitli İstatistik Programlardan Yararlanılmış mı?

	Yüksek Lisans Tezi		Doktora Tezi	
	Adet	Oran (%)	Adet	Oran (%)
Evet	13	%39,4	14	%45,2
Hayır	20	%60,6	17	%54,8
Total	33	%100	31	%100,0

İçerik analizi yönteminde toplanan verilerin bazı istatistik programlardan yararlanarak açıklanabilir. Genellikle SPSS programı kullanılarak bu veriler, sayısal olarak ifade edilebilir. İletişim alanında yapılan içerik analizi ile tezler incelendiğinde bazı tezlerde istatistik program kullanıldığına dair bir bilgi verilmemiştir. Bu durumda o tezlerin bir istatistik programı kullanmadığı varsayılmıştır. Yüksek lisans tezlerinde 13 tez istatistik program kullanılırken 20 tezde istatistik bir program kullanılmamış veya belirtilmemiştir. Bu tezlerin oranı ise, % 60,6’dır. Doktora tezlerinde ise 14 tezde ve %45, 2 oranında istatistik programlar kullanılmış ve bu oran % 43,8’dir. 17 tezde ise bir istatistik program kullanılmamış veya belirtilmemiştir. Bu tezlerin oranı ise, %54,8’dir.

Sonuç ve Değerlendirme

Araştırmanın amacı, Türkiye’de iletişim alanında içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan tezleri inceleyerek, içerik analizi yönteminin tezlerde kullanımına ilişkin bilgi edinmektir. Bu araştırmanın sonucunda elde edilen veriler ışığında iletişim çalışmaları alanına katkı sağlanması hedeflenmiştir. Yüksek Öğretim Kurumu’nun tez merkezinde erişime açık / izinli 33 yüksek lisans ve 31 doktora tezi olmak üzere toplam 64 tez taranmıştır. Bu tezlerden hazırlanan kodlama cetveli aracılığı ile elde edilen veriler nicel bir araştırma yöntemi olan içerik analizi yöntemi ile irdelenmiştir. Araştırmanın içine aldığı tarih aralığı olarak 1996- 2015 yılları arası belirlenmiştir. Araştırmanın soruları ele alındığında aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir;

1. İletişim alanında içerik analizi kullanılarak yapılan tez çalışmalarının %51,6'sı yüksek lisans, % 48,4'ü ise doktora tezlerinden oluşmaktadır. Bu oranlamalar birbirine yakın olmakla birlikte, ülkemizde yüksek lisans tezi hazırlama oranı doktora tezi hazırlama oranından fazladır. Bunun nedeni yüksek lisans tezi hazırlamanın doktora aşamasına geçmek için bir basamak olarak görülmesi olabilir.
2. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında yüksek lisans tezlerinde içerik analiz yöntemi kullanımı fazla iken doktora alanında yapılan tez çalışmalarında bu yöntem ağırlıklı olarak gazetecilik alanındadır. Gazetecik alanında yapılan çalışmaların ana materyali gazete taramalarıdır. Özellikle doktora seviyesinde araştırma yapan araştırmacılar, istatistiki verilerle objektif bir bilimsellik elde etmek için içerik analizi yöntemini tercih edebilirler. Gazete taramalarında metin içerisinde yapılan kelime sayısı, sütun yeri belirleme gibi işlemler içerik analizi yöntemi sayesinde daha istatistiki veriler ortaya çıkarılabilir. Radyo tv ve sinema alanında yapılan tez çalışmalarında içerik analizi yönteminin az kullanılmasının nedeni, bu alanın görsel materyali kullanımının ön planda olması ve bu malzemelerin daha çok göstergebilim yöntemi ile çözümlenmesinin tercih edilmesi olabilir.
3. Araştırmada taranan yüksek lisans tezlerinden beş tanesi siyaset konusunu ele almıştır. Yeni medya, gazete konuları ise diğer konulardan fazla çalışılmıştır. Doktora tezlerinde ise en fazla reklam, sonrasında ise yeni medya ve temsil konuları ön plana çıkmaktadır. Yüksek lisans alanında en az çalışılan konular; çocuk, sinema, ekonomi, etik ve savaş konuları iken eğitim, tüketim ve insan konularıdır. Doktora tezlerinde ise savaş, spor, sinema konuları hiç ele alınmamıştır. İçerik analizi yöntemi kullanılan Yüksek lisans tezlerinde siyaset konusunun yoğun kullanımının nedeni; söylemlerin, haberlerin çözümlenmesinde yanlış bir tutumu ortadan kaldırmak için nicel bir yöntem kullanılmasının tercih edilmesi olarak düşünülebilir. Doktora tezlerinde ise reklam kampanyalarının insanların tutum ve satın alma davranışları üzerine yapılan araştırmalarda istatistiki verilerin içerik analizi yöntemi kullanılarak elde edilmesi bu yöntemi avantajlı bir hale getirebilir. İletişim alanında içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan tez çalışmalarının her iki türünde elde edilen verilere göre, yeni medya konusu toplamda 10 tez de çalışılmıştır. Bunun nedeni internet ve sosyal medya kullanımının günümüzde öneminin ve kapsamının artması olarak düşünülebilir.
4. Yapılan araştırmaya göre, her iki tez araştırması türünde literatür taraması, içerik analizi dışında en çok tercih edilen araştırma yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatür taraması, bir çalışmanın kaynaklarını, daha önce ilgili konu ile ilgili yapılan çalışmaları görmek ve bir fikir sahibi olmak konusunda araştırmacıya yardımcı olabilecek önemli bir yöntemdir. Taranan tezlerin birçoğunda literatür taraması yapılmış olsa da yöntem kısmında belirtilmediği için araştırmada göz önüne alınmamıştır. Yüksek lisans tez çalışmalarında 22, doktora tezlerin de ise 16 çalışmada içerik analiz yöntemi dışında başka bir yöntem kullanılmamıştır. Bu oran taranan yüksek lisans tezlerinde %59,4'unu oluşturur. Bu veriye göre incelenen tezlerin yarısından fazlasında sadece içerik analizi ile çözümlenme yapılmıştır.
5. Taranan tezlerde istatistiki program olarak SPSS programı kullanılmıştır. Yüksek lisans tezlerinde 13, doktora tezlerinde ise 14 tezde SPSS programı ile çözümlenme yapılmıştır. 37 tez çalışmasında ise herhangi bir istatistik programı kullanılmamıştır. Bu sayı taranan tezlerin %57,8 oranındadır.

Tez çalışmalarına bakıldığında, iletişim alanındaki çalışmalarda, 2006 yılından sonra tez çalışmalarında içerik analizi kullanımının arttığı gözlenmiştir. Bu durum da iletişim alanında nicel bir yöntem olan içerik analizi kullanımının arttığı bilgisini ortaya koyar. İçerik analizi yönteminin istatistiki verileri temel alarak, yeni yorumlar getirebilmesi araştırmanın objektifliğini

artırır. Günümüzde araştırmaların kesinliğinin ve güvenilirliğinin artırılması yönünde daha ciddi eğilimler ortaya çıkmıştır. Sosyal bilimler içerisinde disiplinler arası bir özellik taşıyan iletişim alanı konu ve yöntem konusunda gelişmekte olan bir niteliğe sahiptir.

Tez çalışmalarının yıllara göre dağılımında ise, özellikle son 10 yılda iletişim alanında yapılan araştırmalarda içerik analizinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak nicel bir araştırma yöntemi olan içerik analizinin tarafsız, sistematik ve genel bir yapıya sahip olmasıdır. İçerik analizi yönteminde, elde edilen verilerin geçerli ve güvenilir olması için bir çok parametre kullanılır. Ayrıca içerik analizi yöntemi ile elde edilen veriler, diğer araştırma yöntemleri için materyal olarak kullanılabilir. İçerik analizi yöntemi ile ortaya çıkan sonuçlar diğer araştırma yöntemlerinin yorumlanma ve analiz etme aşamaları için önemli bilgi kaynağı olabilir. İletişim alanında yapılan tez çalışmalarında yöntem olarak içerik analizinin kullanımında bir artış olmasının nedenlerinden biri de, bu yöntemin yönteminin, sosyal bilimler alanında tartışılan bilimsellik konusunda önemli bir adım olarak karşımıza çıkmasıdır. Verilerin daha sağlıklı elde edilmesi için kullanılan kodlama cetveli çalışmanın iskeletini oluşturan ve yöneme sistematiklik kazandıran en önemli öğelerden biridir. Çalışmaların genelinde kodlama cetveli kullanılmıştır. Kodlama cetvelinde yer alan parametrelerin tanımlanması işlemi tezlerin çoğunda yapılmıştır. Bu araştırmaların çoğunda güvenilirlik testi uygulanmamıştır.

KAYNAKÇA

- Akdenizli, B. (2012). Gazete Haberciliğinde İçerik Çözümleme Yöntem ve Tekniği: Sunum ve Temsil Üzerine Bir Uygulama ve Değerlendirme. Ö. Güllüoğlu (Der.). *İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri Yazılı Metin Çözümleme* (s. 133-162), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Aziz, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim*. Ankara: A.Ü Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi.
- Balcı, Ş. ve Bekiroğlu, O. (2012). İçerikten Anlama Giden Bir Tünel Olarak İçerik Çözümlemesi: 2011 Genel Seçimleri'nde AK Parti TV Reklamları Üzerine Bir Araştırma. Ö. Güllüoğlu (Der.). *İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri Görsel Metin Çözümleme* içinde (s. 268-323), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Fiske, J. (2014). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). "İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu". *Selçuk İletişim Dergisi*, Sayı 4, Cilt 3, 21-28.
- Neuman, L. (2007). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri*, 2. Cilt. (S. Özge, Çev.). İstanbul: Yayıncı.
- Öğülmüş, S. "İçerik Çözümlemesi" www.dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/506/6144.pdf. E.T.18.04.2016
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, B. (2015). İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları. B. Yıldırım (Der.). *İletişim Araştırmalarında Yöntemler: Uygulama ve Örneklerle* (s. 105-155), Konya: Literatürk Akademia.
- <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>