

## MEDYA, DİL VE İDEOLOJİ

Şengül ÖZERKAN\*

### *Abstract*

News discourse should not only be characterized in terms of its various structures, it must also be considered as part of complex communication processes.

The claim that language determine thought is arguing in academic circle but now we know that that it's difficult to think without thinking any longer.

Language is not objective; first of all, a lot of words have connotative meaning. Now, the language and the ideologies surrounded the men. Medya playing an active role in this process.

.....

Geleneksel iletişim modelinde temel öğeler, kaynak, mesaj ve alıcıdır. Farklı disiplinlerden pek çok teorisyen (örneğin Hymes, Mc Quail) bu sistemi, iki kişilik tek yönlü iletişim olarak değerlendirir. Herhangi bir iletişimde, gönderici alıcı arasında gerçekte ne olduğunun derinlemesine incelemesinde daha alt ayrımlar gereklidir(1). Westley ve Mac Lean'a göre, iletişim geri

---

\*Doç.Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

beslemeyi (feedback) kapsar ve bu, çizgisel bir süreçten çok, dairesel bir yapı içerir(2). Gazetecinin bir mesaj gönderici olarak, kendi haberine, içinde yaşadığı toplumun bir üyesi olarak katılması, inançları, kültürel özellikleri, anlama süreçleri, grup etkileri gibi sosyal etkenlerin hepsi, medya metinleri üzerinde, bazen açık bazen de örtük olarak yer alır.

Haberin üretim süreçleri, gazeteci tarafından yazılmış olan haber metninin altında uzanan yapısal plana da bağlıdır. Haber söylemişse, sadece yapıların çeşitliliğinin terimlendirilmesiyle karakterize edilemez. Bu, aynı zamanda karmaşık bir iletişim sürecinin parçası olarak ele alınmalıdır. Benzer şekilde, yazma, anlama ve inanç formasyonu süreci, okuyucu tarafından haber metninin değerlendirilme yapısına ve kullanımına da bağlıdır(3). Haber metinlerinin analizi, hem haberin dil ve içerik boyutunu, hem de iletişim sürecini içine almalıdır.

### **Dilin İdeolojik Boyutu**

Haberin dil boyutuna bakıldığında, her şeyden önce, sözcük dağarcığı açısından ilk seçimi dilin kendisinin yaptığını görürüz. Geis, İngilizcede politik olayları tanımlamada kullanılabilecek olan ve alt anlam taşımayan yapılar bulmanın imkansız gibi görüldüğünü(4) belirtirken, bunu, politik gazeteciliğin eğilimsiz olmasının kaçınılmazlığının başta gelen kanıtlarından biri olarak gösterir. Üstelik bu yaklaşım, içinde, alıcıların algı ve değerlendirme boyutunu farklarını içermemektedir.

Van Dijk, yazılı basın haberinde, yeni bir disiplinler arası teori sunduğu kitabında(5), haberi “kamusal söylem” olarak ele almıştır. Bu, gazetecinin haber üretme sürecine ve okurun haberi

anlama/kavramasına dikkat eden bir yaklaşımdır. Böylece haber yapıları, sosyal pratiklere, ideolojilere ve haber yapma pratiklerine açık olarak bağlantılandırılır. Bu yüzden medya- dil ve ideoloji konularındaki araştırma ve irdelemeler, genellikle haber metinleri üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Konuyla ilgili pek çok çalışmada, dilin siyasal düşünce üzerinde bir etkisinin olduğu ve bu etkinin bağımsız ve bilinç dışı olduğu yönünde genel bir kabul vardır. Ancak bu görüşün ılımlı ve keskin yanları vardır. Keskin yanı, dilin siyasi düşünceyi, bir yolunu bularak etkilediği yolundadır. Saphir-Whorf tezine göre bu, dile bağlıdır. Saphir, pek çok kişinin, "*dil olmadan düşünme eylemi gerçekleştirilebilir mi*" sorusuna cevap olarak: "*bu yapılabilir; ancak benim için kolay değil*" yanıtını verir. Dil, giysi gibidir; düşünceye, bir yol açar(6). Havelack, dil-düşünce ilişkisi hakkındaki görüşünü retoriksel bir ifadeyle şöyle özetlemiştir. "*Dil hakkında düşünmenin en zor yanı, düşünmek için dili kullanmak zorunda olmanızdır*"(7).

Dilsiz insan, ilkel insanlarda olduğu gibi, iletişimin bazı aşamalarını gerçekleştirebilecektir. Örneğin, bazı uyarı ve saldırma/saldırmama biçimlerini yerine getirebilir. Ancak siyasal söylemler, dilsiz olmaz. Siyasal inanç modelleri, dilin bazı özel görünümüne bağlı olarak tutunurlar(8). Ellis de (1993), görsel modellerin sözlü olarak kodlanmasının, her şeyden önce anlama ve akılda tutmayı kolaylaştırdığı sonucuna dikkat çekmektedir. Dil ve teknolojinin gelişmesi de birbiriyle bağlantılıdır. Bu belki de, bilginin depolanmasıyla ilgilidir(9). Dolayısıyla, en yapısalcı yaklaşımda bile, dil-düşünce ilişkisinde, dilin işlevinin çok güçlü olduğu görülmektedir. Her türlü görüşün canlı kalabilmesi ve iletilmesi için bile, kuşkusuz önce dile ihtiyaç vardır.

Kress, dil ve düşüncenin, sınırları ayrılmış alanlar olmadığını, düşüncenin dille ifade edildiğini iddia etmektedir. Geis, bu görüşü fazlaca savurgan bulmakla birlikte, haber metinlerinin gerisinde uzanan ideolojilerin, dil analiziyle çözümleneceği görüşüne katılır(10). Gazetecilik uygulamaları sorunsallarında, geniş çaplı çalışmalar yapan Cirino, bu alana, "**sözcüklerde tarafsızlık**" ve "**haber imajında tarafsızlık**"(11) terimlerini kazandırmıştır.

Kültürel öğeler içinde en başta gelen "dil" konusunda, hâlâ tartışmalı olan bu yaklaşımlar içinde, güçlenmekte olan ve artık eskisi kadar fazla muhalefetle karşılaşmayan görüş, dillerin sanıldığı kadar objektif olmadıklarıdır. Her şeyden önce, dildeki pek çok sözcük, sözlük anlamları (denotative) yanında, çağrışım anlamları da (connotative) içermektedir. Çağrışım anlamı içermeyen sözcükler bulmak, her geçen gün daha da zorlaşmaktadır.

Dil, insanı doğumundan itibaren -hatta belki de öncesinden başlayarak çevreleyen, düşünce oluşumuyla birlikte beynimize yerleşen bir sistemdir. Dil ve düşünce, iç içe geçmiş bir örüntü içinde bizi, değerlerimizi, önyargılarımızı, dünyayı algılama ve anlama çerçevemizi oluşturmaktadır.

### **Dil, ideoloji ve medya iç içeliği**

İletişim sürecinin temel öğelerinden kaynak/göndericinin yaptığı seçimler, bu yolda atılmış ilk adımlardır. Konu, haber ya da genel olarak medya mesajları olduğunda, sadece gazetecilerin kaynak olarak gösterilmesi, diğer sosyal etkenlerin göz ardı edilmesi anlamına gelir. Bizim örneğimizde kaynak/gönderici en dar anlamıyla, gazeteci, haber odası, editör ve kurumun yayın

politikasından oluşan bir bütündür. Haber yazımına başlamadan önce, elde bulunan ajans metinleri ve görüşme-toplantı notları gibi kaynaklardan derlenen enformasyon, haber biçimine getirilirken bazı değişimlere uğrar. Haber söylemi, en önemli enformasyon etrafında inşa edilir; diğerleri çıkarılır ya da geriye itilir. Bu arada bazı eklentiler de olur. Habere ayrılan yer ya da zaman, dilin vurgu sistemi, kullanılan cümlelerin yapısı, seçilen yüklem, zarflara ayrılan yerler, bunların hepsi birer ideolojik seçimdir.

Dijk, medya metinlerinde, cümle yapılarının, ideolojik pozisyonun örtüsü altında da açıklanabileceğini kanıtlamak için "özne kullanımına" dikkat çeker. Örneğin, elit ya da güçlü grupların, olumsuz eylemlerinde, tipik özne pozisyonunun, **öznenin silinmesi ve pasif yapı kullanımı** olduğunu belirtir(12).

Haber metinlerinde, sıfatların kullanılmaması ya da en azından dengeli olarak dağıtılması; farklı görüşlere yer verilirken, taraflar arasında belli bir dengenin gözetilmesi ve metin içindeki çeşitli iddialara simetrik olarak yer verilmesi önerilir. Medyada "dil simetri esasına göre kullanım" ilkesi sık sık ihlal edilmektedir. Medyada yer alan bir sözün, gerçeğe uygun olması yeterli değildir. Daha zor gibi görünen "*gerçeğe uygun anlatım*" çabası, göreceli olarak daha kolaydır. Haberde "denge" unsurunun tutturulması çok daha güçtür. Kaldı ki, Bennet'in dediği gibi, "*iki tarafı*" "*her iki tarafla*" ya da "*tüm taraflarla*" karıştırmamak lazımdır(13).

Medya genellikle, gözle görünen bir taraflılık yanlısı değildir. Taraflılığı açıkça belli olan ya da resmi olarak ilan edilen yayın organları (örneğin parti ya da belediye televizyonu vb. örnekler) ancak, destek fonlarıyla ayakta kalabilmekte ya da yayın ömürleri kısa olmaktadır. Medyada "muhalefetin" rating yükseltici

etkisinin bilinmesi, göreceli bir muhalif tavrı sağ tutmaktadır. Bunun da, medyanın "pekiştirici unsur olma"işlevine pek zarar vermediği kuşkusuzdur. Örneğin, medya konusunda derinlemesine araştırmalarıyla ünlü olan Glasgow Media Group, Batı demokrasilerinin merkezileştirme eğilimi olduğunu ve kitle iletişimi araçlarının da, siyasi gazetecilikte bunu izlediği görüşünde olduğunu belirtmiştir(14).

Medya içeriği, toplumdaki iktidar ilişkilerinin kabataslak bir haritasını oluşturur. Güçlüler haberlerde daha düzenli olarak yer alırlar. Daha az güçlü olanlar, haberde yer alabilmek için protestolar, grevler ya da cinayet gibi "sapkın" eylemlere girişmek zorundadırlar(15). Televizyonda, herkese eşit konuşma hakkı verdiğini iddia eden bazı tartışma programlarında, çeşitli kesimlerden davet edilmiş olan konuşmacıların, gerek salona oturtuluş biçimi, gerekse kendilerine ayrılan konuşma zamanları "önemli" konuklardan çoğunlukla farklı olmaktadır. Örneğin halktan kişilerin görüşlerinin izlenebilmesi için, gecenin en ileri saatlerine hatta bazen sabaha dek kadar beklemek gerekmektedir. Bir süre sonra kimin ne dediğinin bile anlaşılamadığı bu programların sonunda, keskin görüşlerin çatışmasından doğan aksiyon, programın ratingini arttırıcı biçimde yönlendirilmektedir. Ertesi gün, aynı kanalın ana haber bülteninde, dün gecedeki en keskin, en mizahi, en çarpıcı görünen sahneler kırılarak, konu, sabaha kadar TV başında oturmamış olan diğer izleyicilere bu biçimiyle aktarılmaktadır.

Sözde tartışma programlarında, başörtüsü, din, laiklik gibi konularda zaman zaman başı açık, modern görümlü, Atatürkçü, laik görüşleriyle tanınan kişilerin karşısına, ülkedeki alt ve orta

sınıftan başı örtülü kadınları temsilen siyah çarşaflar giyinmiş, bir kadın yazar getirilebilmektedir. Bu tür programlarda türban değil, sıradan bir başörtüsü takan ve bu kitleyi temsil eden kadınlar genellikle davet edilmemektedirler. Programdan asıl beklenen şey, görüşlerin kutuplaşması ve horoz dövüşünün çekişmeli geçmesidir. Bu tür programlar rating hedeflemesi yaparken, "her kesimden insana yer veriyor" görünümü altında, belli bir sınıftan, elit, ünlü, güçlü ya da uzman grupların temsilcilerinin görüşlerinin tekrarlanması ve pekiştirilmesinde aracılık yapmaktadırlar.

Kellner, gerek medya metin analizlerinde, gerekse izleyici çalışmalarında, sadece sınıf kavramına dayanan bir analiz yerine, cinsiyet, yaş, etniklik, ırk, seksüel yönelim gibi özneyi kuran, farklı söylemsel konumlanmaların da dikkat alınmaları gerektiğini belirtmektedir. Erkeğin kadın üzerindeki, çoğunluğun azınlıklar üzerindeki, tıp otoritelerinin hasta üzerindeki, öğretmenin öğrenci üzerindeki iktidarından söz edebileceğimizi ve bu iktidar ilişkilerinin nasıl yeniden kurulduğunu düşünmeye başladığımızda, günlük yaşam pratikleri öne çıksa da, bu söylemlerin dolayımlandığı bir yer olan medyanın, inceleme konusu olarak önemini koruduğuna dikkat çekmektedir (16).

### **Haberin Yeniden İnşa edilmesi:**

Haber söylemi, çok iddiacı olmayan bir dille yazılsa da, dolaylı olarak, ikna edici boyut taşıyabilir. Herhangi bir görüşü savunmuyor gibi olsa da, gazeteci, yazdığı metinde her şeyden önce "inandırmak" ister ve "gerçeği ilettiğini" duyumsatmayı amaçlar. Bu da, kendi içinde bir ikna girişimidir.

Haber içeriği, her düzeyde okurun tüketebileceği uygun bir malzeme haline getirilme aşamasında, eklemeler ve açıklamalarla yüklenmektedir. Gerçeğin haber şeklinde yeniden inşa edilmesi, ideolojik bir girişimdir. Bu, aslında, yalnızca haber bütünlüklerinde değil, bütün medya metinlerinde, -daha seyreltik de olsa- bulunmaktadır. Hangi konular, nasıl ve ne kadar sunulacak; hangi bölümler vurgulanacak, hangileri daha geriye çekilecek hatta hiç yer almayacak... bunların hepsi birer ideolojik seçimdir.

Gazeteciler, çevrelerindeki olayları nasıl algırlar, neyin haber değeri taşıdığına nasıl karar verirler? Bu seçme ve yorumlama süreci sonunda, mevcut olay ya da durum nasıl bir haber metni haline gelir? Gazeteciler, metinlerinde, her şeyden önce temsil ettiği toplumunun ön yargılarını da bize iletirler. Medyanın ideolojik doğasına bir örnek olarak, cinayet saldırı gibi olayların, etnik azınlık grupları üyelerine, çingenelere, siyahlara, Uzakdoğululara, (yakın bir zamana dek İtalyanlara) vb. toplulukların mensuplarına yüklenmesi eğilimi, bunlardan sadece bir tanesidir.

Dijk, gazetecinin, haber söyleminin, kişisel görüşler ve duygularıyla bağlantılılığına örnek olarak, işgal, gösteri gibi olayları verir. Bu tür haberlerin metinlerinde, eylemcilerle ilgili olarak, güvenlik güçlerinden daha fazla detay sunulabileceğini ya da farklı sınıflamalar kullanılmış olabileceğine dikkat çeker. Deneyime dayalı kanıtlar, olay, grup şemasıyla birlikte işlendiğinde, kişilerin ve grupların eylemlerine daha fazla yer verildiğini göstermektedir(17). Dijk, polisler holiganlara saldırdığında, genellikle, yasadışı bir iş yapmış olarak görülmemelerini, insanlarda suçu kontrol etme beklentisine bağlamaktadır.



Bir diğer eğilim modeli de, kişisel eylem ve değerlendirmelerin araya sıkıştırılmasıdır. Bu görüşler, genel eğilimlerden kaynaklanmaktadır. Örneğin, "camların parçalanması" gibi eylemler her zaman tepki çekmektedir(18). Gerek basın fotoğraflarında, gerekse TV görüntülerinde, en çok rastlanan ve tekrarlanan görüntülerin başında da, bu tür sahneler yer almaktadır.

Leicester grubu (Halloran, Elliot& Murdoch) tarafından yapılan etkileyici bir çalışma da, Vietnam'da Birleşik Devletlerin varlığına karşı, Londra'da geniş çaplı gösterilerin, medyadaki yansımalarının incelenmesidir. Grup, TV ve gazetelerin gözleendiği içerik analizinde, barış gösterilerinin temelde, şiddet olarak yeniden tanımlandığı sonucuna ulaşmıştır. Cohen tarafından (1980), Mods ve Rockers eylemleri olarak bilinen olayda, haber medyalarına ağırlık verilmiştir. Çalışmanın ana teması, popüler ve tabloit basında, çeşitli genç grupların "halk şeytani" olarak tanımlanmasıydı. Medyanın kontrol yapısıyla, çarpıklığı büyütme modeli birlikte çalışmaktadır.

Medya, olay ve durumlara genel yaklaşımında, toplum açısından, neyin "olağan" neyin "olağandışı" olduğuna karar vermektedir. Politikacıların eylemleri de, zaman zaman "kamu yararı"(?! ) gözetilerek değerlendirilmekte ve yorumlanmaktadır.

Siyasi habercilik, eğilimlerden arındırılabilir mi? Bu, her şeyden önce algılamanın nesnelliğine, dilin eylemleri ve görüşleri aktarmada şeffaf olarak kullanımına bağlıdır. Bu da, medya metinlerinde objektiflik analizlerinin bilişsel ve dilsel olmak üzere iki yanı olduğunu gösterir. Bu süreçte, ideolojilerin de bizi dil gibi sarmaladığını; hayatı ve kendimizi değerlendirme, anlamlandırma

yolunda bize ön şemalar çizdiğini göz önünde tutmak gerekmektedir(19). Medyanın mesaj aktarımında yansız olması, yalnızca bir araç konumunda olması, imkansız gibi görünmektedir. Medya, dili stratejik olarak kullanarak, ideolojilerin yeniden biçimlendirilmesinde önemli rol oynayan etkenlerin başında gelmektedir.

Medya çalışmalarında, mesajların saydam olmaması, önemli bir unsur olarak durmaktadır. Medya mesajlarının analizindeki en büyük güçlük, karmaşık dilsel ve ideolojik yapıya sahip olmasıdır(20). Bu yüzden pek çok çalışma, haberlerin sosyal-ekonomik içeriğine yoğunlaşmıştır. Metin yapısı ve bilişsel süreçle ilgili ayrıntılı inceleme olmadan, haberlerin gerçekte ne yaptığını, neden özel karakteristik yapıları olduğunu ya da okurun gazeteden edindiği enformasyonla ne yaptığını açıklayamayız(21).

### Özet

Medya dil ve ideoloji ilişkisini irdelerken, dil konusunda özellikle son dönemde yapılan araştırmaların konuya çok önemli katkıları olduğunu belirtmek gereklidir. Medya metinlerinde mesajlar dil ve ideoloji açısından kompleks bir yapıya sahiptir. Dildeki pek çok sözcüğün, yaşam süresi boyunca, sözlük anlamları (denotative) yanında, çağrışım anlamları da (connotative) üstlenmesi, medya metinlerinde de pür bir dile ulaşmayı güçleştirmektedir.

Gazetecilerin objektiflik açısından bu konuya özen göstereceklerini varsaysak da, "çok iddiacı olmayan" tarzda kaleme alınmış olan bir medya metninin de, aslında dolaylı olarak, ikna edici boyut taşıması mümkündür. Herhangi bir görüşü açıkça savunmuyor olsa da, gazeteci, alıcıyı, her şeyden önce

"inandırmayı" ve ona "gerçeği iletildiğini" duyumsatmayı amaçlamaktadır. Bu da, kendi içinde bir ikna girişimidir.

Haber söyleminin, en önemli enformasyon etrafında inşa edilmesi; habere, yüklemeleri niteleyen zarflara ve özneleri niteleyen sıfatlara ayrılan yer ya da zamanın belirlenmesi yanında, dilin vurgu sistemi, kullanılan cümlelerin ve yüklemelerin yapısı, yine birer ikna girişimi olarak sistemli seçimlerdir. Gerçeğin haber şeklinde yeniden inşa edilmesi, ideolojik bir girişimdir. Bu yaklaşım yalnızca haber bültenlerinde değil, bütün medya metinlerinde çeşitli düzeylerde yer almaktadır.

Medya, kontrol yapısıyla, çarpıklığı büyütme, olay ve durumları duygusallaştırma, dramaya dönüştürme; konuyu kutuplaştırarak sunma, çarpışmayı artırma ve var olanı pekiştirme yolunda da ideolojik katkılarda bulunmaktadır. Medya, her şeyden önce, "toplum için yararlı olan" ve "yararlı olmayan" ın ayrımını yapmaya kendinde hak görmektedir. Medya mesajları, karmaşık dilsel ve ideolojik yapılarıyla bizi sarmalamakta; olay ve durumları anlamlandırma yolunda bize ön şemalar oluşturmaktadır.

#### Dipnotlar:

- 1- Erving Goffman, Forms of Talk. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. 1981.
- 2- Allan Bell, The Language of News Media, Basil Blackwell, Oxford, 1991, s. 34.
- 3- Teun A. Van Dijk, News as Discourse, IEA Publication, New Jersey, 1988, s. 96.
- 4- Michael Geis, The Language of Politics, Ohio State University, Columbia, 1987, s.176.

- 5- Dijk, a.g.e.
- 6- Geis, a.g.e., s. 4.
- 7- Eric A Havelock, The Muse Learns to Write-Reflection on Orality and Literacy from Antiquity to the Present, Yale Univ. Press, New Haven and London, 1989, s. 34.
- 8- Geis,a.g.e., s.3.
- 9- Edward T. Hall, The Silent Language, Anchor Books, Doubleday London, 1990, s. 58.
- 10- Geis, a.g.e., s.60.
- 11- R. Cirino, Don't Blame the People, Random House, 1971, s. 134-179.
- 12- Dijk, a.g.e., s. 177.
- 13- W.Lance Bennett, , Politik İllüzyon ve Medya, Çev. Seyfi Say, Nehir Yay., İstanbul, 2000 s. 64
- 14- Geis, a.g.e., önsöz.
- 15- Reese Shoemaker, Pamela ve Stephen D. Reese, "İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi", *Medya Kültür ve Siyaset*, Süleyman İrvan (Der.) içinde, Ark, Ankara 1997, s.102,105.
- 16- Ayşe İnal, "Medya , Dil ve İktidar Sorunu", *İletişim*, Gazi Üniv. İletişim Fak. Yaz- 1999, (3), ss. 13-36.
- 17- Rohbaart, Evans ve Fulero: 1979; Taylor: 1981'den aktaran : Dijk, a.g.e.
- 18- Dijk, a.g.e., s. 112.
- 19- Şengül A. Özerkan, Medya, Dil ve İletişim, Martı Yay., İstanbul, 2001, s.33-49.
- 20- I. Connell, "Television News and Social Contract", *Culture, Media, Language* , S. Hall, D. Lowe&P.Willis vd., (der.) (içinde), Hutchinson, London, 1980, ss.139-156.

21- Dijk, a.g.e., s.176.

**Kaynakça :**

- Allan, The Language of News Media, Basil Blackwell, Oxford, 1991.
- Bennett, W.Lance ,Politik İllüzyon ve Medya, Çev. Seyfi Say, Nehir Yayınları, İstanbul, 2000.
- Cirino, R, Don't Blame the People, Random House, 1971.
- Cohen, S., Folk Devils and Moral Panics, 2. Baskı, Rpbertson, Oxford, 1980.
- Connell, I.,"Television News and Social Contract", *Culture, Media, Language* , S. Hall, D. Lowe&P.Willis vd., (der.) (içinde), Hutchinson, London, 1980, ss.139-156.
- Dijk Teun A.Van, News as Discourse, IEA Publication, New Jersey, 1988.
- Ellis C. Henry, R.Reed Hunt, Fundamentals of Cognitive Psychology, 5. Baskı, Mc Graw Hill, New York, 1993.
- Geis, Michael, The Language of Politics, Ohio State University, Columbia, 1987.
- Goffman, Erving, Forms of Talk, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1981.
- Hall, Edward T., The Silent Language, Anchor Books, Doubleday London, 1990.
- Havelock, Eric A, The Muse Learns to Write-Reflection on Orality and Literacy from Antiquity to the Present, Yale Univ. Press, New Haven and London, 1989.
- İnal, Ayşe, "Medya , Dil ve İktidar Sorunu", *İletişim*, Gazi Üniv. İletişim Fak. Yaz- 1999, (3),ss. 13-36.

-Özerkan, Şengül A., Medya, Dil ve İletişim, Martı Yay., İstanbul, 2001.

-Shoemaker, Pamela ve Stephen D. Reese, "İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi", *Medya Kültür ve Siyaset*, Süleyman İvan (Der.) içinde, Ark, Ankara 1997.