



ISSN:1306-3111
e-Journal of New World Sciences Academy
2009, Volume: 4, Number: 1, Article Number: 4C0001

HUMANITIES

Received: September 2008

Accepted: January 2009

Series : 4C

ISSN : 1308-7320

© 2009 www.newwsa.com

Hamza Çakır

Kenan Güllü

Mustafa Kacur

Emel Tanyeri

University of Erciyes

hcakir@erciyes.edu.tr

Kayseri-Türkiye

OKUYUCULARIN YEREL GAZETELERİ ALGILAMALARI

ÖZET

Bu çalışmada Kayseri'deki yerel gazetelerin okuyucuları tarafından algılanmaları ve okuyucuların gazete okuma alışkanlıkları belirlenmiştir. Araştırma basit tesadüfî örneklem yoluyla yüz yüze anket yöntemi ile Kayseri il merkezindeki 1000 kişi üzerinde uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda okuyucuların yerel gazeteleri nasıl algıladıkları, demografik özellikleri açısından algılama farklılıkları ortaya konmuş, gazete okuma alışkanlıkları tespit edilmiştir. Belirlenen beş boyut (sayfa tasarımı, baskı kalitesi, sayfa sayısı, içerik, yerel sorunları yansıtmaya) kapsamında yerel gazetelerin imajları tespit edilmiştir. Araştırma, gazetelerin yayın politikalarını belirlemelerinde, dolayısıyla okuyucularına üstün hizmet sunmalarında önemli katkılar sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Medya, Okuma Alışkanlıkları, Kayseri Örneği, Gazete, Algılama

PERCEIVES OF THE LOCAL NEWSPAPERS BY THE READERS

ABSTRACT

This study explores the newspaper reading habit of the people and the local newspaper perception in the minds of the readers in Kayseri. The survey in this study is implemented on a randomly selected sample of one thousand (1000) people in Kayseri city center by face to face method. According to survey results, how the people in Kayseri see the local newspaper, the differences of the perception considering demographical characteristics and the reading habits are revealed. With selected 5 factors on mind, (page design, quality of press, number of pages, content, showing local problems) the image of the local newspaper in Kayseri is indicated. The study will contribute a lot to the determination of the local newspaper publishing policy and help offer a better service to the readers.

Keywords: Local Media, Reading Habits, The Example of Kayseri, Newspaper, Perceive



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Kitle iletişim araçları, kitle iletişimi olgusunu gerçekleştiren teknolojik araçlardır. Bu araçlar büyük sermaye gerektirir ve kullanılması uzmanlık ister (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 17). Kitle iletişim araçları, eğitimin ihtiyacı olan bilgileri kitlelere yaymakta, yöneticilerle halk arasında bağlantı kurmakta, halkın olaylarla ilgili bilgisini artırmakta, en önemlisi kalkınmanın sağlanmasında (belki de sermayeden daha önemli) bir araç olarak kullanılmaktadır (Büyükerşen, 1983:62). Aslında kitle iletişiminin belki de en önemli etkisinin, bu araçların dünyayı insanlar için düşünsel olarak düzenlemesi ve organize etmesi olduğu söylenebilir (Yüksel 2001:24). Kitle iletişim araçları içerisinde yerel medya, demokrasinin kurumsallaşıp kökleşmesi, yurttaşlık bilincinin artması, sivil toplum örgütlerinin güçlenmesi için sayısız katkılarda bulunmaktadır. Ayrıca yerel basın yöre insanını doğrudan ilgilendiren tüm olayları derinlemesine irdelemekte ve bu yönüyle yayın yaptığı yöre halkı için ulusal basından daha üstün özellik taşımaktadır. (Bodur, 1997:39-40) Habercilik açısından da ulusal haberlerden farklı olarak o yörede yaşayan insanları ilgilendiren haberlere geniş yer veren, yerel unsurları ve yerel sorunları ortaya çıkaran, yerel sorunlar karşısında halkı bilgilendiren, bilinçlendiren medyadır. Yerel medyanın bir başka özelliği ise bölgesindeki sivil toplum örgütlerinin çalışmalarını, isteklerini, programlarını, karşı duruşlarını, yandaş oluşlarını dile getirebilmesidir ve bu anlamda buldukları coğrafya içerisinde bir kamuoyu yaratılmasının doğrudan aracısı olma özelliğidir. Ayrıca yerel medyanın bir başka özelliği de kültürel mirasın ve farklılıkların korunmasını sağlayabilecek bir işleve sahip olmasıdır. Yerel medyanın belki de en önemli fonksiyonu, siyasi bir sistem olarak demokrasinin sağlıklı yürümesini engelleyen tekelleşmeye karşı alternatif bir medya olmasıdır.

Demokrasi ve çok seslilik adına geçmişten günümüze birçok işlevi yerine getirmeye çalışan yerel medyanın ne yazık ki hiçbir dönemde mesleki, ekonomik ve yasal sorunları siyasi erk tarafından gerçek anlamda çözülmemiş ve hatta 1980'den günümüze bu sorunlar artarak devam etmiştir. Burada Türk basınında gazeteciliğin diğer ülkelere kıyasla çok derin bir geçmişe sahip olmamasını da dikkate almak gerekir (Çakır 1997:35; İvrendi, Akbal ve Canitez 2005:238-241). Özellikle 1980'li yıllardan bu yana artarak yerleşen liberal ekonomik yaklaşımın gereği olarak devlet, yerel gazetelere verdiği desteği giderek azaltmaktadır. Mevcut durumda yerel medyaya verilen destek, resmi ilanlarla sınırlıdır. Bugün Türkiye'de yerel basının en büyük sorunu, sermayedir. Buna bağlı olarak çalışanlarının sayısı ve niteliğiyle ilgili olarak ciddi sorunlar da yaşamaktadır. Yerel basın çalışanlarına yönelik bir saptamaya göre 876 yerel gazetenin yüzde 78.7'sinin çalışan sayısı 5'in altındadır (Şeker, 2007: 88). Geleneksel yapıdaki küçük yerel gazetelerde, gazete sahibi ve yakınlarının hem içeriği hazırladıkları hem teknik süreç gerçekleştirdikleri, dağıtım ve satışı da kendileri yaptıkları bilinmektedir. Diğer yandan taşra gazetelerinde asgari kadro zorunluluğunun oluşturabilmesi için naylon kadroların yaratıldığı bilinen bir gerçektir. Kadrolarında yer alan fikir işçilerinin büyük bir bölümü ya gazete sahiplerinin yakınları ya da işyerlerinde çalıştırdıkları kalfalardır. Profesyonel kadro eksikliği, içerik ve baskı kalitesi anlamında kendisini hissettirmektedir. Gazeteleri basan teknisyenlerin büyük bir bölümü ve yazı kadrosunun büyük bir bölümü alaylıdır. Yerel televizyonlar ve yerel radyolarda da konusunda bilgi sahibi, teknik açıdan kendini geliştirmiş toplumu aydınlatacak kişi sayısı da oldukça azdır (Girgin, 2001: 176). Düzenli bir eğitime veya bir kursa katılmadıkları için babadan gördüklerini uygulamaktadırlar



Yerel medya çalışanlarının çalışma koşulları ve çalışanlarının nitelikleri de işgücü sorunun bir başka boyutunu oluşturmaktadır. Yerel medya mensuplarına geçimlerini dahi sağlayacak düzeyde ücretler ödenmemekte, sosyal güvence sağlanmamakta, örgütlenme ve sendika hakkı verilmemekte, iş sürekliliği ve ev güvencesi bulunmamaktadır. Dolayısıyla yerel medya tercih edilen bir meslek konumuna ulaşmamaktadır. Gazetecilik iş bulamayan gençlerin, macera için girip çıktığı bir iş haline gelmiştir. Her yıl iletişim fakültelerinden binlerce öğrenci mezun olmakta; ancak yerel medyanın kurumsal bir kimlik kazanamamasıyla alakalı olarak istihdam imkanı sağlayamamaktadır. Bu bağlamda, ya genel medyada çalışmayı tercih etmekte ya da eğitim aldıkları alanlardan uzaklaşarak, farklı iş alanlarına yönelmektedirler. Bu da ciddi bir sorun teşkil etmektedir.

Tüm bunların yanı sıra yerel medyanın belki de en büyük sorunu ilgi yetersizliğidir. Örneğin yazılı basın açısından olaya bakacak olursak okur, günümüzde 35 yeni kuruşa kadar satılan yaygın renkli gazeteyi, kendi sesi ve kulağı olan yerel gazeteğe tercih etmektedir. Sorunlarını, taleplerini dile getiren kendi şehrinin gazetesini almamaktadır. Bugün Kayseri’de günlük 22 gazete çıkmaktadır. Bu gazetelerin fiyatı 10 ila 25 yeni kuruş arasında değişirken, tirajları da ortalama 1000 ile 1250 arasında kalmaktadır. Bu tirajlar da resmi ilan almak içindir. Fiili satışları tartışılır. Aslında yerel basına ilgisizlik sadece okur düzeyinde kalmamaktadır. Örneğin Türkiye’nin önde gelen sanayi şehirlerinden bir tanesi de Kayseri’dir. Bugün yaygın yazılı ve görsel medyada okuduğumuz veya izlediğimiz reklâmların azımsanamayacak bir kısmının üretim yeri ve sahipleri Kayserili iş adamlarıdır. Onlarca ulusal çapta ve hatta bazıları uluslararası çapta pazarlarda yer edinmiş ve ihracat yapan Kayserili firmalar mevcuttur. Yaygın medyada her gün yazılı ve görsel reklâmları çıkan bu firmalar, kendi şehirlerinin gazetelerine ne ölçüde reklâm vermektedirler? Çakır’ın 3 Kasım 2006-13 Kasım 2006 tarihleri arasında farklı 6 günün gazeteleri üzerinde yapmış olduğu araştırmanın sonuçları yaygın medyaya reklam veren firmaların hiçbirinin kendi yerel gazetelerine reklam vermediklerini ortaya koymuştur (Çakır, 2007:166). Öte yanda sanayisi olmayan şehirlerdeki yerel gazetelerin için bu sonuçlar daha da dikkat çekici olduğunu düşünebiliriz. Buradan şunu söylemek istiyoruz: Yerel basını, o yörenin halkı ve iş adamları ayakta tutar ve şekilsel olarak kaliteli, içeriksel olarak zengin bir yerel gazeteyi de bu kesimler yaratır. Bu bilinci bir defa yerleştirmeliyiz. Bugün yaygın medyayı çok seslilikten uzak olmasından, tekelleşmesinden, medya patronlarının diğer işlerinin birer aracı olmasından dolayı eleştiriyor ve yerel basına da sahip çıkmıyorsak, sürekli zarar eden bir yerel basının yarın yaygın medya gibi olmayacağını söyleyebilir miyiz? Bilindiği üzere basının en önemli iki gelir kaynağı var. İlan ve reklâm gelirleri. Diğer kaynak olan satış bedeli, maliyetin çok altında kalmaktadır. Aradaki fark, ancak ilan ve reklâm gelirleriyle dengelenebilmektedir. Bir başka söylemle ilan ve reklâm gelirleri yazılı basın için yaşamsal önem taşımaktadır. Özellikle yerel basın açısından ilan ve reklâm gelirleriniz ne kadar artarsa, teknik olarak, mizanpaj olarak, içerik olarak gazetenin kalitesini yükseltmek için yatırım yaparsınız. Kaliteli bir gazete çıkardığınızda da tirajınız artacak, bu da hem ekonomik ve hem de kamuoyu ve siyasal erk üzerinde halk adına denetleme gücünüzü ortaya koyacaktır.

Burada yerel medya sahiplerinin medyaya bakışı da önem arz etmektedir. Medyayı sıradan bir ticari kuruluş olarak algılamak, ek iş olarak görmek ya da bulunduğu mahaldeki yerel yönetimlere, resmi ve ticari kuruluşlara karşı bir silah olarak kullanmaya kalkmak da oldukça yanlıştır. Bu bağlamda taraf olmak, yerel medyanın kamu adına



görevlerini yerine getirmede oldukça sakıncalıdır. Tarafsız, objektif, güncel ve doğru haber vermede yarış içerisinde olmaları kaçınılmazdır. Tüm ekonomik, yasal ve yetişmiş eleman zorluklarına rağmen en iyi gazeteyi çıkarmanın mücadelesi içerisinde olmaları gerekir.

Yapmış olduğumuz çalışmanın özelde Kayseri genelde ise tüm yerel medyayı okuyucunun nasıl algıladığını ve nasıl bir gazete istediklerini ortaya koyma açısından önemli bir araştırma olduğuna inanıyoruz. Akademik çalışmalar ve akademi dışı çalışmalar dikkate alındığında yerel gazetecilikle ilgili yayımlar, araştırmalar yeterince mevcut değildir. Bu alanda yapılmış çalışmalardan bahsederken iki kitap çalışmasına değinmekte yarar vardır. Bunlardan ilki editörlüğünü Suat Gezgin'in yaptığı ve İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi yayınları arasında çıkan "*Türkiye'de Yerel Basın*" kitabı içerisinde Aydeniz tarafından yapılan derlemedir (Aydeniz, 2007:17-23). Bir diğeri ise 2007 yılında Şeker tarafından hazırlanan ve yerel basının tekniğini, çalışan profilini, ekonomi politiğini ve sorunlarını içeren çalışmadır (Şeker, 2007:88).

Ancak bizim araştırmamızı mevcut çalışmalardan ayıran en önemli fark, yerel medyayı okuyucunun nasıl algıladığı ve nasıl bir gazete isteği üzerine kurgulanmış olmasıdır. Aynı zamanda yerel gazete okuyucularının gazete okuma alışkanlıklarının belirlenmesi de araştırmamızın amaçları arasında görülmüş, bununla yerel gazete sahiplerinin gazete okuyucularının okuma alışkanlıkları bağlamında yeni stratejiler geliştirmelerine katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Araştırma, Kayseri'deki okuyucuların Kayseri'deki yerel gazeteleri değerlendirmelerini konu almaktadır. Kayseri'deki okuyucuların yerel gazeteleri değerlendirmeleri ve bu yöndeki algılamalarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Aynı zamanda yerel gazete okuyucularının gazete okuma alışkanlıklarının belirlenmesi de araştırmamızın amaçları arasında görülmüştür.

Bu konuda yapılan çalışmaların yeterince mevcut olamaması bu araştırmamızın yapılması gereğini ortaya koymuştur. Yazılı medyaya ilişkin yapılan çalışmalar incelendiğinde yerel kapsamda ve içerik olarak yeterince doyurucu olmadığı görülmektedir. Ayrıca bu tür çalışmaların periyodik olarak yapılmaması da başka bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir.

Araştırma, okuyucuların algılamalarına dayalı olduğu için çalışmanın sonuçları, yerel gazetelerin faaliyetlerini devam ettirmelerinde ve yayın politikalarını belirlemelerinde, dolayısıyla okuyucularına üstün hizmet sunmalarında önemli bir veri teşkil edecektir. Çalışmanın sağlayacağı fayda iki yönlü olarak ifade edilebilir:

Birinci olarak, araştırma okuyucuların yerel gazeteleri değerlendirmeleri ve gazete okuma eğilimlerini ortaya koyması sebebiyle yazılı yerel medyanın mensuplarına yol gösterici olacaktır. Yerel gazeteler okuyucu gözüyle yayın faaliyetlerini görece ve değerlendirmelerini alacaklardır. Hizmet sundukları hedef kitlenin özelliklerini ve gazete okuma alışkanlıklarını bilerek faaliyetlerini belirleyebileceklerdir. Bunlar yerel gazetelerin üstün hizmet sunmalarında rehber olacaktır.

İkinci olarak bu çalışmanın en büyük fayda sağlayıcısı hizmeti alan müşteriler, yani gazete okuyucuları olacaktır. Yazılı yerel medyanın hedef kitlesinin özelliklerini ve beklentilerini dikkate alarak çalışmalarına yön vermesi okuyuculara üstün hizmet olarak yansıtacaktır. Okuyucular da gazete okuma alışkanlıklarının ve kitle özelliklerinin bilinmesi ve bunun dikkate alınarak hizmet sunulması, yayın kalitesinin artması sonucu tatmin olmuş olacaklardır. Ayrıca



değerlendirmelerinin dikkate alındığını algılamak, gazete okuyucularının yerel gazetelerde bir nevi kendilerini bulmalarına ve gazete okuma alışkanlıklarına olumlu yönde katkılarda bulunacaktır.

Öte yandan, yapılan bu çalışma daha sonra yapılacak olan bu yöndeki çalışmalara ışık tutacaktır. Araştırma burada ortaya konulan sonuçların yapılacak diğer çalışmalar için başvuru kaynağı olması, sonuçlarıyla karşılaştırmalar yapılabilmesi, belli periyodlarla tekrarlanabilmesi bakımından önemlidir.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ (THE METHODOLOGY OF THE RESEARCH)

Araştırma yüz yüze anket yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Kayseri il merkezinde bulunan okurlara anketörler aracılığı ile anket soruları sorulmuştur. Anket formunda araştırmanın temel konusuna kapsayan sorular ve okuyucuların demografik özelliklerini ortaya çıkarmaya yönelik sorular olmak üzere iki kısım soruya yer verilmiştir. Birinci kısımda, okuyucuların gazete okuma alışkanlıklarını ve okuyucusu oldukları gazeteleri değerlendirmeleri amaçlanmıştır. İkinci kısımda ise Kayseri'deki gazete okuyucularının çeşitli demografik özelliklerinin tespit edilmesi, bu yönde Kayseri'deki okuyucu profilinin çıkarılması amaçlanmıştır.

3.1. Araştırmanın Örnekleme (The Sample Of The Research)

Araştırmanın Kayseri il merkezinde yapılması planlanmıştır. Bu çerçevede Kayseri il merkezinde bir örneklem belirlenmiştir. Belirlenen örnekleme Kayseri'deki gazete okuyucularının araştırmanın amaçlarına uygun olarak doğru bir kitleyi yansıtmaları amaçlanmıştır. Bunun için öncelikle Kayseri il merkezini oluşturan mahallelerden bölgeler (15 bölge) oluşturulmuş ve bu bölgelere yoğunlukları dikkate alınarak belli sayılarda anket uygulanmıştır.

Örnek büyüklüğünün tespitinde Kayseri il merkezinin nüfusu esas alınmakla birlikte bunların içinde de insanların gazete okuyucusu olup olmadığı, her evde veya iş yerinde gazete bulunup bulunmadığı, bir gazeteyi birden fazla kişinin okuyup okumadığı vb. özellikler dikkate alınarak araştırmanın ana kütlesi ve örnekleme belirlenmiştir. Kayseri il merkezinin nüfusunun yaklaşık 500 bin kişiden oluştuğu dikkate alınarak 0.03'lük kabul derecesinde 900 kişinin ana kitleyi temsil edeceği düşünülmüştür (Kurtuluş, 1998:236; Nakip, 2006: 219-230; Gegez, 2006: 199-215). Uygulamadan kaynaklanabilecek hataları da düşünerek, ihtiyatlı bir yaklaşımla örnek büyüklüğü 1000 olarak tespit edilmiş ve 1000 adet anket uygulanmıştır.

3.2. Araştırmanın Sınırları (The Limit of The Research)

Araştırmanın coğrafi alan sınırlaması Kayseri il merkezi olarak belirlenmiştir. Kayseri il merkezinde yayın hayatını sürdüren gazetelerin faaliyetleri ve Kayseri il merkezinde ikamet eden okuyucuları değerlendirmeleri şeklinde sınırlandırılmıştır. İl merkezine bağlı ilçeler dışındaki yerleşim yerleri kapsam dışı bırakılmıştır.

Kavram olarak sınırlandırma ise yerel gazetelerin okuyucular tarafından değerlendirilmesi ve okuyucuların gazete okuma alışkanlıkları biçiminde ortaya konmuştur. Yapılan tüm değerlendirmeler Kayseri'deki yerel gazeteler kapsamında alınmıştır. Ulusal yazılı medyaya ilişkin değerlendirmeler tasnif dışı tutulmuştur.

Zaman bakımında da bir sınırlamaya gidilmiş ve çalışmanın uygulaması anketörler kullanılarak iki haftalık bir zaman diliminde tamamlanmıştır.

Tabii ki her alan çalışmasında olduğu gibi bu araştırmanın da en önemli sınırlamalarından biri de araştırmanın maliyetleri olmuştur.



Çalışmanın uygulanmasında anketör olarak Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin katkı sağlaması, bu çalışmanın yürütülmesinde mali sınırlamalar açısından önemli bir esneklik kazandırmıştır.

3.3. Verileri Toplama Yöntemi (Datas Gathering Method)

Araştırmanın amaçları doğrultusunda sonuçların elde edilebilmesi için veri toplama yönteminin doğru bir şekilde belirlenmesi ve uygulanması hayati önem taşımaktadır. Bu çalışmada veriler anket formlarının anketörler tarafından uygulanması yolu ile toplanmıştır. Bunun için öncelikle bir anket formu geliştirilmiştir. Araştırmanın amaçları doğrultusunda çeşitli soru gruplarına yer verilmiştir. Anket formunda, araştırmanın temel amaçlarına ulaşmayı sağlayacak sorular ve okuyucuların demografik özelliklerini belirleyecek sorular olmak üzere çeşitli ölçeklerde iki grup soruya yer verilmiştir. Soruların ve sorularda yer verilen değişkenleri oluşturulmasında Kayseri’de faaliyette bulunan yerel gazete yöneticilerinin de öneri ve katkıları dikkate alınmıştır. Anket formu hazırlandıktan sonra 20 kişilik bir grup üzerinde denenerek son şekli verilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi (Analysis Of Datas)

Anket formlarının belirlenen örnek büyüklüğünde Kayseri’deki gazete okuyucularına anketörler vasıtasıyla uygulanmasıyla elde edilen verilere araştırmanın amaçları doğrultusunda çeşitli istatistikî yöntemler uygulanarak sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlardan hareketle bulgular elde edilmiş ve bu bulgular neticesinde yorumlamalar yapılarak bir takım öneriler getirilmiştir. Elde edilen verilerin sıklık düzeyleri (frekansları) ve yüzdeleri bulunmuş, ortalamalar çıkarılmış, çapraz tabloları oluşturulmuş, çeşitli şekil ve tablolarla yorumlamalar yapılmıştır. Elde edilen sonuçların analiz edilmesi ve yorumlandırılmasının ardından çeşitli öneriler sunulmuştur.

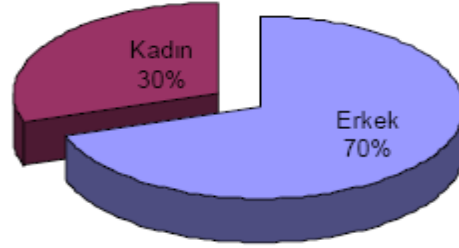
4. BULGULAR VE TARTIŞMALAR (FINDINGS AND DISCUSSIONS)

Araştırmanın bulgularından söz etmeden önce okuyucuların gazete okuma alışkanlıklarını ve profillerini ortaya koymaya yönelik tespitlere yer vermek, elde edilen bulguları değerlendirmek ve yorumlamak açısından da yararlı olacaktır. Yerel basının hedef kitle olarak seçtiği kitleyi iyi tanıması zorunludur. (Bodur 1997:40) Çünkü kültürel farklılıklar aynı iletinin farklı algılanmasına neden olabilir. Yerel gazetelerin hedef kitlelerine haberleri farklı farklı yorumlanmadan ulaştırabilmesi için hedef kitlenin algılama düzeyinin irdelenmesi ve bilmesi gerekir. Farklı kültür düzeyindeki insanlara aynı şekilde ulaşmada hangi ileti kanalının seçileceğinin tespitinde bu faktör önemli rol oynamaktadır.

4.1. Okuyucuların Demografik Özellikleri (Demographical Characteristics of the Readers)

Araştırmaya katılan örnek kütlenin demografik özellikleri şekiller ve tablolar halinde aşağıda açıklanmıştır.

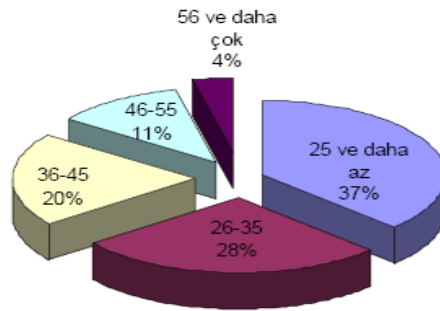
4.1.1. Okuyucuların Cinsiyet Durumları (Gender Characteristics of the Readers)



Sekil 1. Okuyucuların cinsiyetlerine göre dağılımı
(Figure 1. The gender situations of newspaper readers)

Araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Bu çalışmaya göre cevaplayıcıların %70'i erkeklerden meydana gelmektedir. Ankete cevap verenler içerisinde kadınlar %30'u teşkil etmektedir (Sekil 1).

4.1.2. Okuyucuların Yaş Dağılımları (Age Characteristics of the Readers)

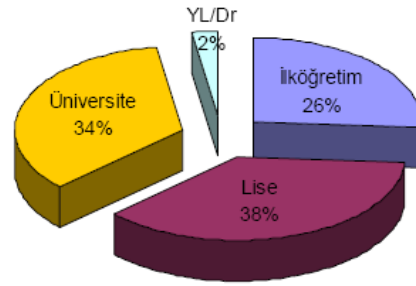


Sekil 2. Okuyucuların yaş aralıklarına göre dağılımı
(Figure 2. The ages situations of newspaper readers)

Anket formunda okuyucuların yaş özelliklerini belirlemek üzere beş aralıklı (+25 yaş, 26-35 yaş, 36-45 yaş, 46-55 yaş ve 56+ yaş) olmak üzere bir soruya yer verilmiş ve sonuçları Sekil 2'de gösterildiği gibi çıkmıştır. Buna göre ankete katılanların %37'lik kesimi 25 ve daha alt yaş grubundaki okuyuculardan oluşmaktadır. Bunu %28 ile 26-35 yaş grubu ikinci sırada takip etmektedir. Bu özellikle yaş ortalamasının genç çıkmasında örnek içerisinde üniversite öğrencilerinin de bulunmasının (Sekil 2), Kayseri'nin genç nüfus yapısının olmasının etkili olabileceği düşünülebilir ve bu sonuç Kayseri'de genç kitlenin gazete okuma alışkanlığına sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir.

4.1.3. Okuyucuların Eğitim Dağılımları (Education Situations of the Readers)

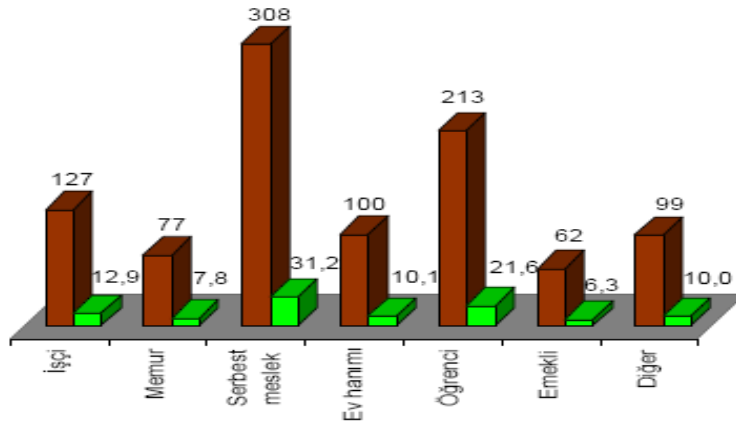
Araştırmanın örneğini oluşturan hedef kitlenin eğitim profilinin yüksek olduğu görülmektedir. En büyük grubu lise düzeyinde eğitimi olan okuyucular oluşturmaktadır (%38). Üniversite düzeyinde eğitime sahip olanların oranı ise %34'tür. Oldukça düşük bir oranda olsa da üniversite üstü eğitim düzeyinde olan bir grup da bulunmaktadır (%2). İlköğretim düzeyinde eğitime sahip olanların oranı ise %26 olarak çıkmıştır.



Sekil 3. Okuyucuların eğitim düzeylerine göre dağılımı
(Figure 3. The education situations of newspaper readers)

Eğitim düzeyleri bakımından gazete okuyucusu profilini genel bir değerlendirme yapmak gerekirse eğitim düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir, bu da eğitim düzeyi ve gazete okuma davranışı arasındaki ilişki dikkate alındığında oldukça anlamlı bulunabilir.

4.1.4. Okuyucuların Meslek Durumları (Occupation Situations of the Readers)

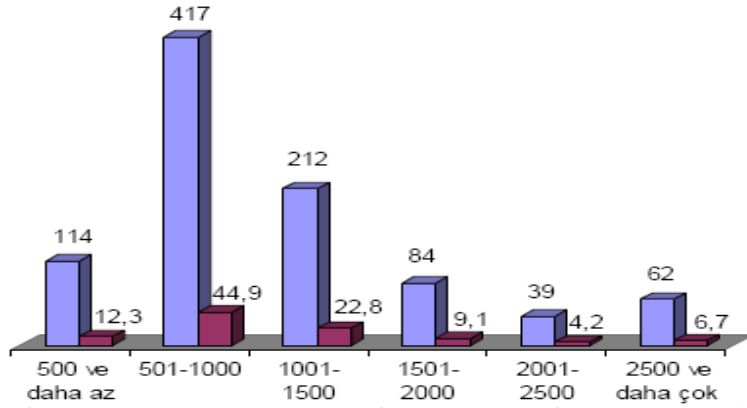


Şekil 4. Okuyucuların mesleklere göre dağılımı
(Figure 4. The occupation situations of newspaper readers)

Ankete katılanların büyük çoğunluğunu sırasıyla serbest meslek sahibi (%31), öğrenci (%22) ve işçiler (%13) oluşturmaktadır. Serbest meslek sahipleri içerisinde genellikle esnaf ve çeşitli iş yeri sahipleri yer aldığı ve bunlar da genellikle gazetelere abone oldukları veya bulundurdıkları için bu grupta oran yüksek çıkmıştır.

4.1.5. Okuyucuların Gelir Durumları (Income Situations of the Readers)

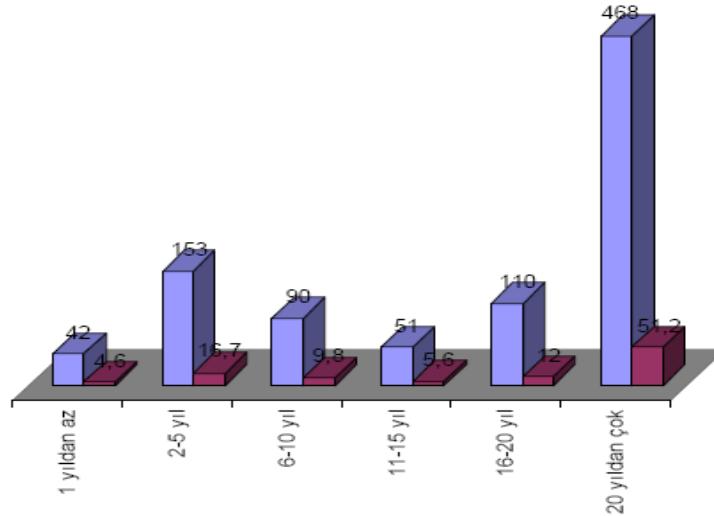
Gelir özellikleri bakımından altı aralıklı bir ölçek kullanılmıştır (Kişi sayıları ve oranları birlikte görülmektedir). Asgari ücret seviyesine yakın olmak üzere 500 YTL'ye kadar olan gelir seviyesinden başlanmıştır. Gelir grupları içerisinde en büyük payı asgari ücretten bir üst düzey olan 501-1000 YTL arası gelire sahip olanlar almaktadır. İkinci gelir grubu %45'lik bir oranla birinci sırada yer almaktadır. Gelir grupları içerisinde en büyük ikinci payı 1000-1500 YTL'lik dilimdekiler almaktadırlar (%23). Ankete katılanlara gelir özelliği bakımından bakıldığında orta gelir düzeyinde olanların büyük çoğunlukta oldukları söylenebilir (Şekil 5).



Şekil 5. Okuyucuların gelir düzeylerine göre dağılımı
(Figure 5. The income situations of newspaper readers)

4.1.6. Okuyucuların İkamet Durumları (Residence Situations of the Readers)

Okuyucuların Kayseri’de yerleşik olma durumları bakımından altı aralıklı bir ölçek kullanılmıştır (Kişi sayıları ve oranları birlikte görülmektedir). Ankete katılanların büyük çoğunluğu (%51 oranında) 20 yıldan daha uzun bir süredir Kayseri’de ikamet etmektedirler (Şekil 6). Bu sonuç ankete katılanların Kayseri’nin yerel gazeteleri hakkında belli bir fikir sahibi olduklarını, daha açık bir ifade ile Kayseri’deki yerel gazeteleri tanıyabilecek kadar bir süre ikamet etmektedirler. Bir yıla kadar ikamet edenlerin oranı ise %4 çıkmıştır.

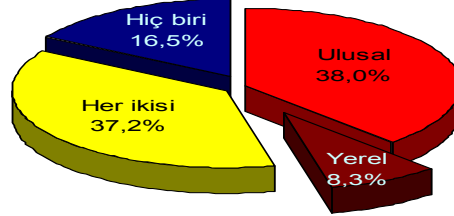


Şekil 6. Okuyucuların ikamet durumlarına göre dağılımı
(Figure 6. The Residence situations of newspaper readers)

Okuyucuların Kayseri’de yerleşik olma durumları bakımından altı aralıklı bir ölçek kullanılmıştır (Kişi sayıları ve oranları birlikte görülmektedir). Ankete katılanların büyük çoğunluğu (%51 oranında) 20 yıldan daha uzun bir süredir Kayseri’de ikamet etmektedirler (Şekil 6). Bu sonuç ankete katılanların Kayseri’nin yerel gazeteleri hakkında belli bir fikir sahibi olduklarını, daha açık bir ifade ile Kayseri’deki yerel gazeteleri tanıyabilecek kadar bir süre ikamet etmektedirler. Bir yıla kadar ikamet edenlerin oranı ise %4 çıkmıştır.

4.2. Okuyucuların Gazete Okuma Alışkanlığına İlişkin Bulgular (Findings for the Newspaper Reading Habit)

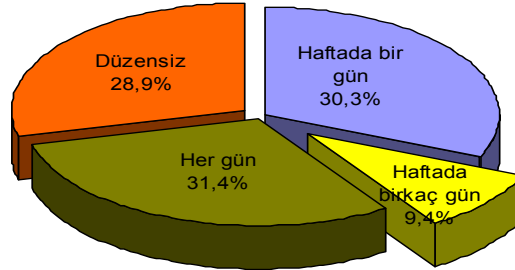
Şekil 7, ankete katılanların gazete okuma alışkanlıklarını göstermektedir. Ankete katılanların %38'i ulusal gazeteleri okumaktadır. Hem ulusal hem yerel gazeteleri takip edenlerin oranı ise %37'dir. Bu oran sadece ulusal gazete okuyan bölüme oldukça yakındır. Katılımcıların çok az bir kesimi (%8) sadece yerel gazete okumaktadır. Hiç gazete okumayanlar %16 oranındadırlar.



Şekil 7. Okuyucuların gazete okuma alışkanlığına göre dağılımı
(Figure 7. The distribution of newspaper reading habit)

Hem ulusal hem yerel gazete okuyanların oranı iki gruba (ulusal gazete okuyanlar ve yerel gazete okuyanlar) ait bir kesişimi göstermektedir. Ancak bu gruplara ait oranları göstermemektedir. Bu sebeple bu grup içerisinde yerel gazete okuyanların düşük bir oran olduğunu düşünmek yerinde olacaktır.

4.3. Yerel Gazete Okuma Sıklığına İlişkin Bulgular (Findings For Reading Frequency of Local Newspapers)



Şekil 8. Yerel gazetelerin okunma sıklığı
(Figure 8. Reading Frequency Of Local Newspapers)

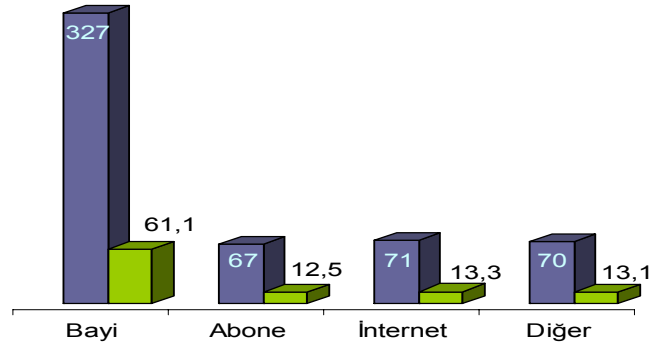
Gazete okuma sıklığının sorulduğu soruda ankete katılanlar aralıklar itibarı ile biri birine yakın oranlarda cevaplar vermişlerdir (Şekil 8). Özellikle haftada bir gazete okuyanlar ile her gün gazete okuyanların oranı birbirine yakın çıkmıştır: ankete katılanların %31'lik kısmının yerel gazeteleri her gün okumakta iken; yine aynı bu orana yakın %30'lik kısmı da ancak hafta bir gün okumaktadır. Haftada birkaç gün okuyanlar %9, düzensiz okuyanlar ise %29 oranında görülmektedir.

Bu sonuçları daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse yerel gazete okuyucularının büyük çoğunluğu her gün ve haftada bir gün gazete okuyulardan oluşmaktadır.

4.4. Yerel Gazetelere Ulaşma Yollarına İlişkin Bulgular (Findings for the Getting Methods to the Local Newspapers)

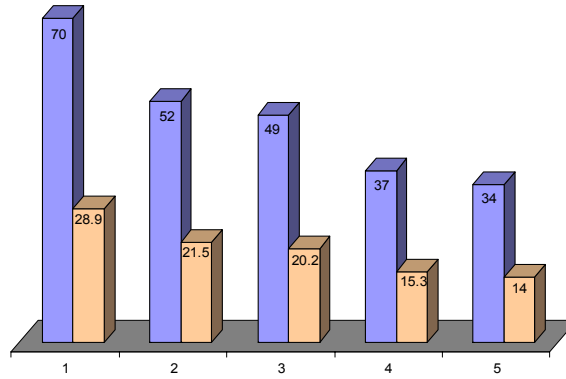
Ankete katılanların çok büyük bir bölümü (%61.1) gazeteleri günlük bayii yoluyla temin ettikleri Şekil 9'da görülmektedir (Kişi

sayıları ve oranları birlikte görülmektedir). Abonelik yoluyla gazetelere ulaşanların oranı ise yaklaşık olarak %13'tür. İnternet üzerinden gazetelere ulaşanların oranı da %13 olarak görülmektedir.



Şekil 9. Okuyucuların yerel gazetelere ulaşma yolları
(Figure 9. The getting methods to the local newspapers)

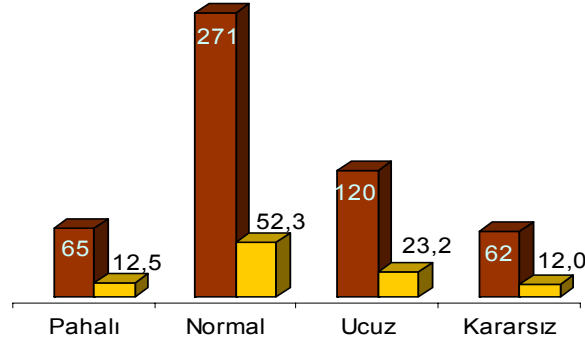
4.5. Yerel Gazetelerin Okunma Durumuna İlişkin Bulgular (Findings for the Reading Situation of the Local Newspapers)



Şekil 10. Okuyucuların en çok okuduğu yerel gazeteler
(Figure 10. The most widely-read local newspapers)

Kayseri'deki yerel gazetelerin en çok okunan beş tanesi Şekil 4'e gösterilmiştir. Kayseri'de 22 adet yerel gazete yayın hayatını sürdürmektedir. Şekilde gazete isimlerine yer verilmeyerek numaralandırılmıştır. Buradaki amaç hangi gazetenin daha çok okunduğunu ortaya koymaktan ziyade gazetelerin okunma oranlarının ve bunların ilk beş sırada yer alma şekillerinin dikkate sunulmasıdır. Şekil 10'a bakıldığında en çok okunan gazetenin (1 ile gösterilen) araştırmaya katılan okuyucuların %29'u tarafından okunduğu görülmektedir. Beşinci sırada yer alan gazete (5 ile gösterilen) ise okuyucuların %14'ü tarafından okunmaktadır. Gazetelerin okunma oranları karşılaştırıldığında aralarında çok büyük farklar (iki katı vb.) bulunmamaktadır.

4.6. Yerel Gazetelerin Fiyat Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular (Findings for the Price Evaluation of the Local Newspapers)



Şekil 11. Okuyucuların yerel gazetelerin fiyatlarını değerlendirmeleri
(Figure 11. Price evaluation of the local newspapers)

Şekil 11 okuyucuların yerel gazetelerin fiyatlarını nasıl bulduklarını göstermektedir (Kişi sayıları ve oranları birlikte görülmektedir). Yerel gazete okuyucularının yarısından fazlası (%52) yerel gazete fiyatlarını normal (makul seviyede) bulmaktadırlar. Ankete katılanlardan önemli bir kısmı da %23 gazete fiyatlarının ucuz olduğunu düşünmektedir. Okuyuculardan sadece %12'si gazete fiyatlarının pahalı olduğunu düşünmektedir.

4.7. En Çok Takip Edilen Haber Türlerine İlişkin Bulgular (Findings for the Favourite Kinds of News)

Tablo 1. Okuyucuların yerel gazetelerde en çok takip ettikleri haber türleri
(Table 1. Findings for the favourite kinds of news)

Haber Türleri (TYPES OF NEWS)	N	Ortalama (MEAN)	Std. Sapma (STANDARD DEVIATION)
Yerel yönetim haberleri	479	3,0021	1,22645
Ekonomi haberleri	466	2,7446	1,23968
Siyasi haberler	469	3,1450	1,29936
Spor haberleri	466	3,2361	1,53106
Manşetler	468	3,4551	1,25203
Köşe yazıları	449	2,5857	1,36191
İlan ve reklamlar	465	2,6430	1,43745

Tablo 1, okuyucuların yerel gazetelerde en çok takip ettikleri haber türlerini ve bunların ortalamalarını göstermektedir (1-Çok Düşük, 2-Düşük, 3-Orta, 4-Yüksek, 5-Çok Yüksek). Kayseri'deki yerel gazete okuyucuları en çok manşet haberlerini okumaktadırlar (3,4 ortalama). Daha sonra sırasıyla spor haberleri (3,2 ortalama), siyasi haberleri (3,1 ortalama) ve yerel yönetim haberlerini (3 ortalama) takip etmektedirler. Bu sorudan en düşük ortalamayı ise ilan ve reklamlar ile köşe yazıları almıştır. Daha açık bir ifade ile okuyucular bunlara karşı biraz daha ilgisiz kalmaktadırlar.



4.8. Yerel Gazete İmajı Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular (Findings for the Image Evaluation of Local Newspapers)

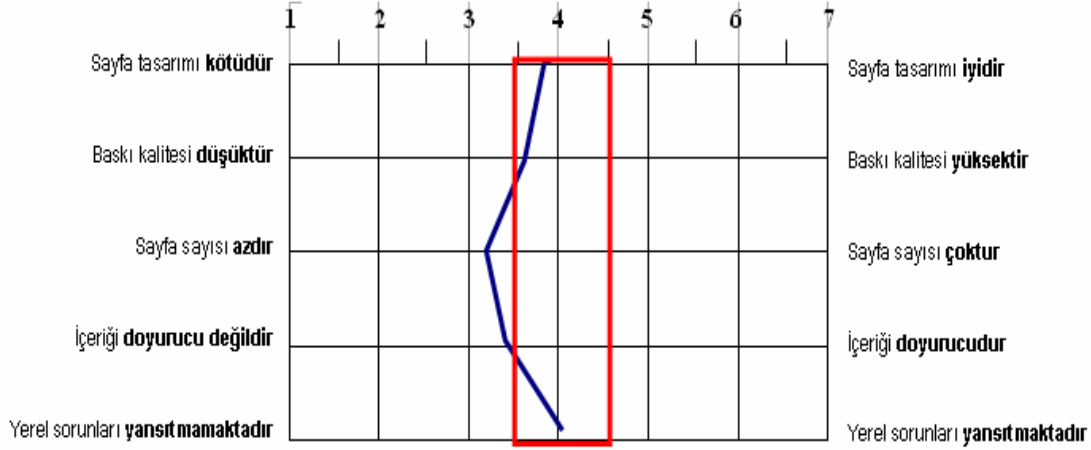
Tablo 2. Okuyucuların yerel gazete imajı değerlendirmeleri
(Table 2. Findings for the image evaluation of local newspapers)

Özellikler (CHARACTERISTICS)	N	Ortalama (MEAN)	Std. Sapma (STANDART DEVIATION)
Sayfa tasarımı	503	3.8250	1.85672
Baskı kalitesi	499	3.4990	1.86747
Sayfa sayısı	495	3.2061	1.86757
İçerik	499	3.4669	1.85639
Yerel sorunları yansıtması	495	4.0929	1.94443

Tablo 2'de okuyucuların yerel gazetelerin beş özellik bakımından gazeteleri değerlendirmeleri ve bunların ortalamaları görülmektedir (1-En olumlu, ..., 7-En olumsuz). Bu soruda her bir özellik iki zıt sıfatı ile (sayfa tasarımı çok iyi, sayfa tasarımı çok kötü gibi) Semantik Diferansiyel Ölçek kullanılarak sorulmuştur. Ankete katılanların yaptıkları değerlendirmelerin ortalaması çıkarılarak tablo oluşturulmuştur. Tablo Kayseri'deki yerel gazetelerin okuyucuları tarafından oluşturulan genel bir imajı ortaya koymaktadır. Her bir gazeteyi ayrı ayrı göstermemektedir. Tablodaki değerlerden 4'den üzeri değerlendirmeler olumlu, daha aşağı değerlendirmeler ise olumsuz imaj ortaya koymaktadır. Burada 4 değeri nötr bir algılamayı ifade etmektedir.

Genellikle mağaza imajı ölçümlerinde kullanılan Semantik Diferansiyel Ölçek, imaj araştırmalarında çeşitli amaçlarla kullanılmıştır. Bunlardan bazılarını saymak gerekirse (Zimmer and Golden 1988:267): 1) imajı tanımlamak, 2) imajı, mağaza bağımlılığı gibi diğer değişkenlerle ilişkilendirmek, 3) imaj niteliklerinin önemini belirlemek ve 4) ölçüme yönelik değişik yaklaşımları sorgulamak olarak ifade edilebilir. İdare kolaylığı, minimum seviyede okuryazarlık gerektirmesi, kodlanma ve analiz etme kolaylığı, zaman olarak verilerin analizi ve yüksek güvenilirlik gibi avantajlarından dolayı Semantik Diferansiyel Ölçek bu çalışmada kullanılmıştır.

İlk bakışta Kayseri'deki yerel gazeteler için olumlu bir imajın ortaya konmadığı görülmektedir. Çünkü birisi hariç tüm değerlendirmeler 4'den düşük çıkmıştır. Sadece gazetelerin yerel sorunları yansıtması konusunda okuyucular çok belirgin olmamakla birlikte olumlu bir imaj ortaya koymuşlardır (4,09 ortalama). Daha açık bir ifade ile Kayseri'deki yerel gazeteler Kayseri'nin yerel sorunlarını dile getirmektedirler. Gazetelerin sayfa tasarımları konusunda nötr bir değer ortaya konmuş (3,82 ortalama), yani belirgin bir imaj oluşturulamamıştır. Gazetelerin baskı kalitesi (3,49 ortalama) ve içerik (3,46 ortalama) açısından da çok belirgin olmasa da yine bir kararsızlık görülmektedir. Okuyucular baskı kalitesi ve içeriğinin doyuruculuğu bakımından belli bir imaj ortaya çıkarmamışlardır. Kayda değer en olumsuz imaj sayfa sayısında görülmektedir (3,20). Okuyucular gazetelerin sayfa sayılarının az olduğunu, yetersiz olduğunu düşünmektedirler.



Şekil 12. Okuyucuların yerel gazete imajına ilişkin algılamaları
(Figure 12. The perception of local newspapers image)

Tablo 2'deki değerlendirmeler Şekil 12'de grafik olarak ayrıca gösterilmektedir. Şekildeki taralı kırmızı bölge nötr bir değerlendirmeyi ifade etmekte olup grafiğin bu bölgeden geçmesi bir imaj oluşturulamadığını göstermektedir. Şeklin sol tarafında yer alan bölge (1, 2 ve 3 değerleri) belirtilen özellikler bakımından olumsuz bir imaj ortaya konduğuna işaret etmektedir. Şeklin sağ tarafında yer alan bölge ise belirtilen özellikler bakımından olumlu bir imaj ortaya konduğuna göstermektedir. Şekil üzerinde mavi çizgi ile gösterilen grafik ise Tablo 2'de yer verilen ortalama değerlerden meydana gelmektedir.

Şekilden kolayca görüleceği üzere grafik neredeyse bütünüyle şeklin sol bölgesinde ortaya çıkmıştır. Yani bu görünüm, okuyucuların Kayseri'deki yerel gazete imajı üzerine değerlendirmelerinin olumlu olmadığı yönünde yorumlanabilir. Literatür incelendiğinde örneğin sayfa tasarımı yapılırken benzer içerikli haberlerin aynı sayfaya konulması hem okuyucunun ilgili habere daha kolay ulaşması, haberleri daha iyi değerlendirmesi ve anlaması açısından hem de gazeteler açısından riskin minimize edilmesi, yeni tasarım geliştirilmesi ve sayfa planının daha verimli ve etkin yapılması açısından oldukça yararlı olduğu görülmektedir (Rayner, Wall and Kruger, 2004:55-57).

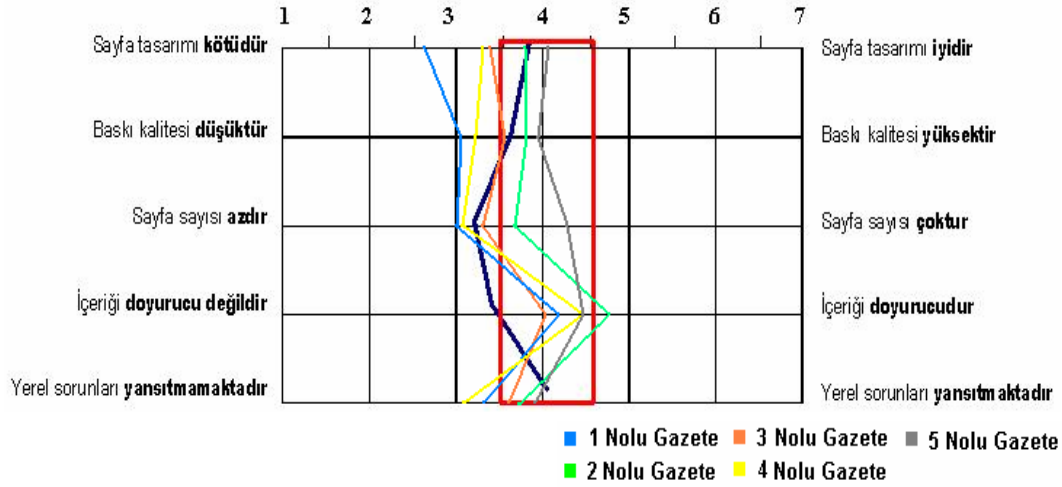
4.9. Okuyucuların Beş Yerel Gazetenin İmaj Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular (Findings for the Image Evaluation of Five Local Newspapers)

Tablo 3'de okuyucuların en çok okudukları beş yerel gazetelerin değerlendirmeleri ve bunların ortalamaları görülmektedir. Tablo 3'de belirtilen özellikler bu tabloda da söz konusudur. Tablo 2'de Kayseri'deki yerel gazetelerin bütün olarak imajı ortaya konurken, Tablo 3'de bu bütün içerisinde yer alan beş gazeteyle ilişkin imaj değerlendirmeleri yer almaktadır.

Tablo 3. Okuyucuların beş yerel gazetenin imajını değerlendirmeleri
(Table 3. The image evaluation of five local newspapers)

Özellikler (CHARACTERISTICS)	1	2	3	4	5
Sayfa tasarımı	3,80	3,43	2,67	3,38	4,14
Baskı kalitesi	3,86	3,51	3,15	3,26	3,94
Sayfa sayısı	3,76	3,31	3,00	3,10	4,25
İçerik	4,84	4,03	4,21	4,45	4,42
Yerel sorunları yansıtması	3,78	3,70	3,35	3,12	3,96

Buradaki ferdi değerlendirmelerin yukarıdaki genel değerlendirmelerden fazla farklılık göstermediği, yani genel değerlendirmeyi yansıttığını söyleyebiliriz. Bununla birlikte genel ortalamalardan olumlu yönde uzaklaşmalar da bulunmaktadır. Özellikle 5 numara ile gösterilen gazete için ortalamalar diğerlerine göre yüksek çıkmıştır. Sayfa tasarımı, Baskı kalitesi (4,14), sayfa sayısı (3,94) ve yerel sorunları yansıtması (4,25) bakımından daha yüksek ortalamalara sahiptir. Daha açık ifade etmek gerekirse 5 numara ile gösterilen gazete bu dört özellik itibariyle beş gazete içerisinde daha iyi bir imaja sahiptir. İçerik bakımından ise 1 numara ile gösterilen gazete daha yüksek ortalamaya sahiptir (4,84). Yani bu gazete içerik açısından okuyucular tarafından diğer dört gazeteyle göre daha iyi konumlandırılmıştır.



Şekil 13. Okuyucuların yerel gazete imajına ilişkin algılamaları
(Figure 13. The perception of the local newspaper image of the readers)

Şekil 13'de Tablo 3'deki değerlendirmeler grafik olarak gösterimi yer almaktadır. Şekil 12'de belirtilen özellikler bu şekilde de söz konusudur.

Şekilden kolayca görüleceği üzere grafik neredeyse bütünüyle şeklin sol bölgesinde veya taralı alanda ortaya çıkmıştır. Özellikler itibariyle bakıldığında gazete içeriğinin doyurucu olması bakımından genel olarak hepsinin de diğer özelliklere göre yüksek ortalamalar aldığı yani daha diğer dört özelliğe göre iyi bir imaja sahip oldukları görülmektedir. Yani bu görünüm, okuyucuların Kayseri'deki yerel gazete imajı üzerine değerlendirmelerinin olumlu olmadığını yorumlanabilir.



Bu değerlendirmelerin dikkat çekilmesi gereken bir yönü bulunmaktadır. Gazete imajlarının ferdi olarak görünüşü ile genel imajın birebir örtüşmemiş görünmesi Kayseri’de bulunan toplam yerel gazete sayısı ile ilgilidir. Bu yüzden söz konusu değerlere dayanarak Kayseri’de ortalamanın üstünde bir imaja sahip olan yerel gazete olmadığını söylemek doğru olmaz. Nitekim Şekil 13’de bazı gazetelerin bazı özellikler itibarı ile ortalamayı yakaladıkları hatta bazılarının ortalamayı aştıkları görülmektedir.

4.10. Okuyucuların En Çok Okudukları Yerel Gazeteyi Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular (Findings for the Evaluation of the Most-Widely Read Local Newspapers)

Okuyucuların yerel gazeteleri okumalarında etkili olduğu düşünülen 25 adet ifade geliştirilmiş ve okuyuculara bu ifadelere ne ölçüde katıldıkları ya da katılmadıkları (1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum) sorulmuştur. Elde edilen değerlerin ortalamaları çıkarılarak Tablo 4 oluşturulmuştur.

Tablo 4. Okuyucuların en çok okudukları yerel gazeteyi değerlendirme kriterleri

(Table 4. The evaluation criterions of the most-widely read local newspapers)

	Değerlendirme Kriterleri (VALUATION CRITERIONS)	N	Ortalama (MEAN)	Std. Sapma (STANDART DEVIATION)
1	Yerel gazetenin yerel sorunların çözümüne katkı sağlaması.	485	3,1732	1,15302
2	Yerel gazetenin yerel düzeyde kamuoyu oluşturması.	484	3,1921	1,10629
3	Yerel gazetenin yerel yönetimleri denetlemesi.	483	2,8965	1,17090
4	Yerel gazetenin yerel yönetimleri eleştirmesi.	477	3,0294	1,15007
5	Yerel gazetenin yerel yönetimler üzerinde etkili olması.	477	2,8700	1,16671
6	Yerel gazetenin özel sektör üzerinde etkili olması.	470	2,8872	1,11686
7	Yerel gazetenin kamu görevlerini yerine getirmesi.	470	3,0447	1,06511
8	Yerel gazetede verilen ilanların yeteri kadar etkili olması.	477	3,1447	1,09719
9	Yerel gazetede verilen reklâmların yeteri kadar etkili olması.	476	3,1071	1,11406
10	Yerel gazetede uzman gazetecilerin çalışması.	473	2,6765	1,17306
11	Yerel gazetenin güvenilir-inanılır yayıncılık yapması.	474	3,1203	1,11130

Tablo 4'ün devamı (Table 4. Continue)

	Değerlendirme Kriterleri (VALUATION CRITERIONS)	N	Ortalama (MEAN)	Std. Sapma (STANDART DEVIATION)
12	Yerel gazetenin haber yazım dilinin anlaşılır şekilde olması.	477	3,5178	1,12562
13	Yerel gazetenin rahat bir şekilde temin edilebilir olması.	476	3,8424	1,03536
14	Yerel gazetenin zamanında okuyucuya ulaşması.	474	3,7426	1,09448
15	Yerel gazetenin bölgesel kalkınmaya katkı sağlaması.	471	3,0234	1,04855
16	Yerel gazetede ki haberlerin doğru olması.	476	3,3382	,99318
17	Siyasi görüş farklılıklarının yerel gazetelerin kurulmasında önemli bir etken olması.	464	3,4267	1,19168
18	Etnik farklılıkların yerel gazetelerin kurulmasında önemli bir etken olması.	467	3,0964	1,13911
19	Kültürel farklılıkların yerel gazetelerin kurulmasında önemli bir etken olması.	470	3,2277	1,07960
20	Gazete sahiplerinin kâr beklentilerinin yerel gazetelerin kurulmasında önemli bir etken olması.	470	3,5915	1,22306
21	Yerel gazetelerin seçim dönemlerinde halkı tarafsız bir biçimde bilgilendirmeleri.	463	2,7084	1,20212
22	Yerel gazetelerde sadece yerel haberlere yer verilmesi.	477	3,1468	1,26002
23	Yerel gazetelerde hem ulusal hem de yerel haberlere yer verilmesi.	466	3,4378	1,25526

Tablodaki değerlerin yüksekliği (3'den büyük olması) ilgili değerlendirme kriterlerinin okuyucu tarafından yüksek değer düzeyi verildiğini ifade etmektedir. Yerel gazetenin rahat bir şekilde temin edilebilir olması en yüksek ortalamayı almıştır (3,84 ortalama). Okuyucular okuyucusu oldukları gazetenin temininde hiçbir zorluk çekmemektedirler. İkinci sırada okuyucuların yerel gazeteye zamanında ulaşabilmeleri değişkeni yer almıştır (3,74 ortalama). Okuyucuların yaptığı değerlendirmeler içerisinde üçüncü sırada gazetelerin kuruluş sebebi olarak kar amacı güdülmesi değişkeni yüksek ortama almıştır (3,59 ortalama). Yerel gazetenin hem yerel hem de ulusal haberlere yer verdiği düşüncesini taşımaktadırlar (3,43 ortalama).

Değerlendirmelere ilişkin olumsuz kanaatlere de bakmak gerekirse, tabloda olumsuz kanaatlerin yer almadığı ancak üzerinde fikir beyan edilemeyen değişkenlerin olduğu söylenebilir. Örneğin okuyucunun okuyucusu olduğu gazetede uzmanların çalışıp çalışmadığı konusunda ortalama düşük çıkmıştır (2,6 ortalama). Öte yandan okuyucular yerel gazetelerin seçim dönemlerinde okuyucuları taraflı olacak şekilde bilgilendirdikleri görüşüne sahiptirler (2,70 ortalama). Bunun yanında yerel gazetelerin sayfa sayılarının yeterli olmadığı görüşünü taşımaktadırlar (2,84 ortalama).

4.11. Cinsiyet Bakımından Gazete Okuma Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular (Findings for Newspaper Reading Habit in Respect to Gender)

Gazete okuma alışkanlıklarını cinsiyetlerini dikkate alarak açıklamak amacıyla Tablo 5’de verilen çapraz tablo oluşturulmuştur.

Tablo 5. Cinsiyet bakımından gazete okuma alışkanlığı
(Table 5. Newspaper reading habit in respect to gender)

Gazete okuma alışkanlığı (NEWSPAPER READING HABIT)	Cinsiyet (GENDER)		Toplam (TOTAL)
	Erkek (MALE)	Kadın (FEMALE)	
Ulusal gazete okuyanlar	259 (68.9%)	117 (31.1%)	376 (100.0%)
Sadece yerel gazete okuyanlar	55 (70.5%)	23 (29.5%)	78 (100.0%)
Her ikisini de okuyanlar	274 (74.9%)	91 (24.9%)	366 (100.0%)
Hiç gazete okumayanlar	99 (61.1%)	63 (38.9%)	162 (100.0%)
TOPLAM	687 (70.0%)	294 (29.9%)	982 (100.0%)

Ankete katılan erkeklerin büyük bir kısmı (%74) hem yerel hem ulusal gazete okurken; kadınların (%31) ise öncelikli olarak sadece ulusal gazeteleri okudukları görülmektedir. Yerel gazeteleri kadınlar erkeklere göre daha az okumaktadırlar. Hiç gazete okumayanlara bakıldığında erkeklerin kadınlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Belirtmek gerekir ki, ankete katılanlar içinde erkeklerin oranı kadınlardan oldukça fazladır ve bu da bu kısımdaki sonuçları etkileyebileceği göz ardı edilmemelidir.

4.12. Yaş Aralıkları Bakımından Gazete Okuma Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular (Findings for Newspaper Reading Habit in Respect to Age)

Gazete okuma alışkanlıklarını okuyucuların yaşlarını dikkate alarak açıklamak amacıyla Tablo 6’da verilen çapraz tablo oluşturulmuştur. Çapraz tablo incelendiğinde ulusal gazete okuyanların büyük bir bölümünün (%40) 25 yaşına kadar olan gençlerden oluştuğu görülmektedir. Sadece yerel gazete okuyanların önemli bir kısmını 26-35 yaş aralığındaki okuyucular meydana getirmektedir (%46). Hem yerel hem de ulusal gazete takip edenlerin 25 ve daha alt yaş grubundan teşkil olduğu anlaşılmaktadır (%40). 56 ve üstü yaş grubun büyük çoğunluğu sadece ulusal gazeteleri takip etmektedir (%5).

Tablo 6. Yaş aralıkları bakımından gazete okuma alışkanlığı
(Table 6. Newspaper reading habit in respect to age interval)

Gazete okuma alışkanlığı (NEWSPAPER READING HABIT)	Yaş aralıkları (AGE INTERVAL)					Toplam (TOTAL)
	+25	26-35	36-45	46-55	56+	
Ulusal gazete okuyanlar	150 (39.8%)	84 (22.3%)	85 (22.5%)	39 (10.3%)	19 (5.0%)	377 (100.0%)
Sadece yerel gazete okuyanlar	31 (39.2%)	36 (45.6%)	7 (8.9%)	5 (6.3%)	0 (.0%)	79 (100.0%)
Her ikisini de okuyanlar	145 (39.6%)	102 (27.9%)	64 (17.5%)	44 (12.0%)	11 (3.0%)	366 (100.0%)
Hiç gazete okumayanlar	42 (25.6%)	51 (31.1%)	43 (26.2%)	21 (12.8%)	7 (4.3%)	164 (100.0%)
TOPLAM	368 (37.3%)	273 (27.7%)	199 (20.2%)	109 (11.1%)	37 (3.8%)	986 (100.0%)

4.13. Meslekler Bakımından Gazete Okuma Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular (Findings for Newspaper Reading Habit in Respect to Occupations)

Gazete okuma alışkanlıklarını okuyucuların mesleklerini dikkate alarak açıklamak amacıyla Tablo 7'de verilen çapraz tablo oluşturulmuştur.

Tablo 7. Meslekler bakımından gazete okuma alışkanlığı
(Table 7. Newspaper reading habit in respect to occupations)

Meslekler	Gazete okuma alışkanlığı				TOPLAM
	Ulusal gazete	Yerel gazete	Her ikisi de	Hiçbiri	
İşçi	35 27.6%	14 11.0%	48 37.8%	30 23.6%	127 100.0%
Memur	33 42.9%	5 6.5%	25 32.5%	14 18.2%	77 100.0%
Serbest meslek	130 42.6%	20 6.6%	117 38.4%	38 12.5%	305 100.0%
Ev hanımı	41 41.0%	5 5.0%	18 18.0%	36 36.0%	100 100.0%
Öğrenci	94 44.1%	13 6.1%	87 40.8%	19 8.9%	213 100.0%
Emekli	20 32.3%	6 9.7%	21 33.9%	15 24.2%	62 100.0%
Diğer	22 22.2%	18 18.2%	47 47.5%	12 12.1%	99 100.0%
TOPLAM	375 38.1%	81 8.2%	363 36.9%	164 16.7%	983 100.0%

Meslekler bakımından gazete okuma alışkanlıklarına bakıldığında işçi, emekli ve diğer meslek gruplarından bireyler ağırlıklı olarak hem yerel hem ulusal gazete okurken; memur öğrenci ev hanımı ve serbest meslek sahibi grup sadece ulusal gazetelere ağırlık vermektedir

4.14. Eğitim Bakımından Gazete Okuma Alışkanlığına İlişkin Bulgular (Findings for Newspaper Reading Habit in Respect to Educational Statute)

Gazete okuma alışkanlıklarını okuyucuların eğitim durumlarını dikkate alarak açıklamak amacıyla Tablo 8'de verilen çapraz tablo oluşturulmuştur.

Tablo 8'den, ankete katılanların eğitim durumları bakımından üniversite mezunlarının sırasıyla sadece ulusal gazete okuyanların eğitim düzeylerinin en çok üniversite düzeyinde çıktığı (%40) görülmektedir. Sadece yerel gazete okuyanlara eğitim düzeyleri bakımından bakıldığında lise düzeyinde olanların çoğunlukta olduğu ortaya çıkmaktadır. Yani yerel gazete okuyucularının eğitim düzeyleri ulusal gazete okuyucularına göre daha düşük görülmektedir. Hem ulusal hem de yerel gazete okuyanların oranı lise ve üniversite düzeyinde birbirine çok yakın oranlarda çıkmaktadır. Öte yandan yüksek lisans ve doktora düzeyindeki bireyler büyük bir oranla sadece ulusal gazete okumaktadırlar.

Tablo 8. Eğitim bakımından gazete okuma alışkanlığı algılanmaları
(Table 8. The perception of the reading habit in respect to
educational statute)

Gazete okuma alışkanlığı	Eğitim				TOPLAM
	İlköğretim	Lise	Üniversite	YL/Dr	
Ulusal gazete okuyanlar	91 24,1%	122 32,4%	149 39,5%	15 4,0%	377 100,0%
Sadece yerel gazete okuyanlar	21 25,9%	33 40,7%	26 32,1%	1 1,2%	81 100,0%
Her ikisini de okuyanlar	72 19,7%	146 39,9%	140 38,3%	8 2,2%	366 100,0%
Hiç gazete okumayanlar	73 45,1%	62 38,3%	26 16,0%	1 ,6%	162 100,0%
TOPLAM	257 26,1%	363 36,8%	341 34,6%	25 2,5%	986 100,0%

4.15. Gelir Durumu Bakımından Gazete Fiyatlarını Algılamalarına İlişkin Bulgular (Findings for the Newspaper Price Evaluation in Respect to Level of Income)

Tablo 9. Gelir bakımından gazete fiyatlarının algılanmaları
(Table 9. The newspaper price evaluation in respect to level of
income)

Gelir (YTL) (INCOME) (YTL)	Fiyat (PRICE)				TOPLAM (TOTAL)
	Ucuz (CHEAP)	Normal (NORMAL)	Pahalı (EXPENSIVE)	Kararsız (UNDECIDED)	
+500	12 20,0%	37 61,7%	6 10,0%	5 8,3%	60 100,0%
501-1000 arası	54 26,7%	100 49,5%	28 13,9%	20 9,9%	202 100,0%
1001-1500 arası	30 25,2%	56 47,1%	15 12,6%	18 15,1%	119 100,0%
1501-2000 arası	4 8,7%	36 78,3%	2 4,3%	4 8,7%	46 100,0%
2001-2500 arası	2 14,3%	6 42,9%	4 28,6%	2 14,3%	14 100,0%
2500+	10 29,4%	16 47,1%	5 14,7%	3 8,8%	34 100,0%
TOPLAM	112 23,6%	251 52,8%	60 12,6%	52 10,9%	475 100,0%

Gazete fiyatlarını okuyucuların gelir durumlarını dikkate alarak açıklamak amacıyla Tablo 9'da verilen çapraz tablo oluşturulmuştur. Ankete katılanlar gelir dağılımı bakımından okuyucusu oldukları yerel gazete fiyatlarını algılamalarında hemen hemen tüm gelir gruplarının fiyatları normal olarak değerlendirdikleri ortaya çıkmaktadır.

4.16. Gelir Durumu Bakımından Gazete Fiyatlarını Algılamalarına İlişkin Bulgular (Findings for the Perception of the Newspaper Price in Respect to Level of Income)

Araştırmaya katılanların Kayseri'de ikamet süreleri ve gazete okuma alışkanlıkları Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. İkamet süreleri bakımından gazete okuma alışkanlığı
(Table 10. Newspaper reading habit in respect to residing)

Gazete okuma alışkanlığı (NEWSPAPER READING HABITS)	İkamet Edilen Süre (Yıl) (RESIDING) (YEAR)						Toplam (TOTAL)
	+1	2-5	6-10	11-15	16-20	20+	
Ulusal gazete okuyanlar	10 6,7%	44 29,3%	14 9,3%	10 6,7%	17 11,3%	55 36,7%	150 100,0%
Sadece yerel gazete okuyanlar	2 4,7%	8 18,6%	9 20,9%	3 7,0%	3 7,0%	18 41,9%	43 100,0%
Her ikisini de okuyanlar	8 5,2%	26 16,9%	19 12,3%	9 5,8%	22 14,3%	70 45,5%	154 100,0%
Hiç gazete okumayanlar	6 4,2%	10 7,0%	11 7,7%	9 6,3%	17 12,0%	89 62,7%	142 100,0%
Gazete okuma alışkanlığı	0,0%	0,0%	1 25,0%	0,0%	0,0%	3 75,0%	4 100,0%
TOPLAM	26 5,3%	88 17,8%	54 11,0%	31 6,3%	59 12,0%	235 47,7%	493 100,0%

Gazete okuma alışkanlığının tüm seçenekleri bakımından ikamet süresi en eski (20 yıldan daha çok) olanlarda oranlar yüksek çıkmaktadır. Bir yıl ve daha az süreden beri Kayseri'de oturanların gazete okuma oranları düşük çıkmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND SUGGESTION)

Kayseri il merkezinde anket yöntemi ile gerçekleştirilen ve Kayseri'deki yerel gazetelerin okuyucuları tarafından değerlendirilmesi ve Kayseri'deki yerel gazete okuyucularının gazete okuma alışkanlıklarının belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmanın bulguları aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

- Araştırmanın bulgularına dayalı yorumlamalara geçmeden önce Kayseri'deki gazete okuyucularının (araştırmaya katılan) demografik özelliklerini kısaca yorumlamakta yarar vardır. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Bu oran yaklaşık üçte ikisine karşılık gelmektedir. Yaş itibarıyla da okuyucuların yarısından fazlasını gençler oluşturmaktadır. Yaş ilerledikçe oran düşmektedir. Okurların eğitim seviyelerinin de yüksek olduğu görülmüştür. Lise ve üstü eğitim düzeyinde olanların oranı %70'i geçmektedir. Meslekleri bakımından incelendiğinde en çok serbest meslek sahiplerinin yer aldığı bunu sırasıyla öğrencilerin ve işçilerin takip ettiği sonucu çıkmaktadır. Serbest meslek sahipleri genellikle ulusal ve yerel gazete okuyucusu olarak düşünülürse çok da yanlış olmaz. Gelir bakımından da araştırmaya katılanlar iyi bir profil ortaya koymaktadırlar. Gazete fiyatlarına ilişkin değerlendirmeleri de bu görünümü doğrulamaktadır.
- Araştırmaya katılan kitlenin bahsedilen özelliklerinin vurgulanmasının asıl amacı şudur: Yerel gazeteler için Kayseri'de iyi (olumlu özellikler taşıyan) bir hedef kitle yani müşteri grubu bulunmaktadır. Eğitim düzeyi yüksek, gelir seviyesi iyi, genç sayılabilecek bir hedef kitleyi dikkate alarak yerel gazeteler yayın politikalarını belirlemeli ve gazete imajı oluşturmalarıdır. Daha açık ifade etmek gerekirse, gençlere yönelik yayınlara mı ağırlık verilecek, öyleyse spor haberleri vb. daha fazla ve güncel yer vermek gerekebilir, esnafa yönelik mi yayınlarını belirleyecek, öyleyse yerel



yönetimlere, kurumlara ve yerel ve ulusal ekonomiye ilişkin uygulamaları ve esasları işlemesi gerekebilir vb hedef kitlesini belirlemeye yönelik kararları almada veri olarak kullanılmalıdır.

- Kayseri'deki gazete okuma alışkanlıklarına genel olarak baktığımızda hem ulusal gazetelerin hem de yerel gazetelerin okunduğu görülmektedir. Sadece yerel gazete açısından bakıldığında oran küçük olmakla birlikte Kayseri'deki yerel gazeteler açısından böyle bir okuyucu kitlesinin varlığı olumlu bir durumdur. Gazete okuma alışkanlıkları gazete okuma sıklıkları ile birlikte değerlendirildiğinde de aynı durum söz konusudur. Düzenli olarak veya belli periyotlarla gazete okuyan önemli bir okuyucu kitlesi mevcuttur. Bu durum hem mevcut okuyucu kitlesine yerel gazetelerin bir ürün olarak sunulması hem de henüz okuyucu olmayan kitleye aynı sunumu yapabilme fırsatı sağlaması bakımından önemlidir. Kayseri'deki yerel gazeteler açısından bu sonuçlar, belirtilen özellikler doğrultusunda Kayseri'de önemli bir yerel gazete okuyucu kitlesi (pazarı) olduğu anlamına gelmektedir.
- En çok takip edilen haber türleri bakımından okuyucular genel olarak yüksek ortalamalar çıkarmışlardır. Bu değerler okuyucuların yerel gazetelerde en çok hangi konuyu (haberi) takip ettiğini verdiği için yerel gazetelerin haber konularını belirlerken dikkate almalarının faydalı olacağı sonuçlardır. Örneğin manşet haberleri yerel gazete okumak için önemli görülmektedir. Yerel gazetelerin de okuyucuların önem verdiği bu tür haberlere ilişkin düzenlemeleri önemli görmeleri gerekmektedir. Okuyucuların haber takip etmekte düşük değer verdikleri konular haber için yerel gazete tercihiinde önemli görülmemektedir. Yerel gazetelerin bu tür haberlerin düzenlenmesinde ısrarcı olmamaları veya daha az yer vermeleri, buradan doğacak boşluğa yüksek değer verilen haber konularının konulması yoluna gidilmelidir.
- Kayseri'deki yerel gazetelerin okuyucuların bakış açısıyla olumlu olmayan bir imajı olduğu araştırma sonucuna dayanarak söylenebilir. Bu imajı olumluya çevirebilmek için belirtilen özelliklerin okuyucudan gelen uyarı veya öneri olarak algılanıp yeniden düzenlenmesi gerekmektedir. Yani, gazetenin sayfa sayısı yetersiz bulunuyor, içeriği doyurucu bulunmuyorsa, baskı kalitesi iyi görülüyorsa vb. gazetenin sayfa sayısı artırılmalı, mevcut içeriği yeniden gözden geçirilerek okuyucu için doyurucu hale getirilmeli, baskı kalitesi artırılarak okuyucunun eline daha iyi görünen bir gazete verilmeye çalışılmalıdır. Burada dikkate alınması gereken kural olumsuz özelliklerin azaltılarak olumluya dönüştürülmesi, olumlu özelliklerin de artırılarak okuyucuların zihninde gazete lehinde en doğru ve uygun imajın oluşturulmasını sağlamak olmalıdır.
- Okuyucuların, okuyucusu oldukları yerel gazeteyi değerlendirme kriterlerinde genel olarak olumsuz kanaatlerin yer almadığı ancak üzerinde fikir beyan edilemeyen değişkenlerin olduğu söylenebilir. Gazeteler bu değişkenlerin neler olduğu ve okuyucular tarafından hangi düzeyde değerlendirildiğini görmeli ve bunlara uygun politikalar geliştirmeli ve uygulamalıdır. Okuyucuların bu değerlendirmeleri çok yararlı veri olarak kabul edilerek, bu doğrultuda yapılacak düzenlemeler tatbik edilmelidir.
- Bu çalışma Kayseri il merkezinde yapılmış olup sonuçları Türkiye geneline veya diğer bölgesel (yerel) ve ulusal gazetelere genellenemez. Bununla birlikte elde edilen sonuçlar ve getirilen



öneriler başka yerlerde ve daha genel kapsamda yapılacak çalışmalarda çıkacak sonuçlarla benzerlik ve farklılıklar gösterebilir. Böyle durumlarda sonuçları yerel ekseninde doğru yorumlamak gerekir.

- Araştırma gazete okuyucularının gazetelere ilişkin algılamalarını ortaya koymaktadır. Beklentilerine ilişkin bir değerlendirme söz konusu değildir. Bu çalışmanın beklentilerin tespit edilmesi amacıyla da ayrıca veya birlikte yapılmasında çok önemli yararlar vardır. Aksi halde gazeteler bu araştırmadan gazetelerinin nasıl olduğunu görecektir ancak nasıl olması gerektiğini göremeyeceklerdir.
- Bu türden çalışmaların daha sık aralıklarla yerel ve ulusal düzeyde yapılmasında yarar vardır. Bu konuda önemli bir eksikliğin varlığı görülmektedir.
- Yapılan bu araştırmanın gelecekte yapılacak olan benzer çalışmalara ışık tutacağı, sonuçlarının karşılaştırmalar yapmak, benzerlikler bulmak ve farklılıklar tespit etmek için fırsatlar sunacağı bu bakımdan gelecekte de faydalı olacağı söylenebilir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Aydeniz, H., (2007). Tarihsel ve Literal Açından Yerel Gazetecilik, Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Bodur, F., (1997). Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Büyükerşen, Y., (1983). Ekonomik Kalkınmada İletişimin Önemi, İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları Semineri, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, ss.56-62.
- Çakır, H., (2007). Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri, Demokrasi Sürecinde Yerel Medya Paneli, Kayseri, Erciyes Üniversitesi Haber Bülteni, 2007/1.
- Çakır, H., (1997). Osmanlı’da Gazete Reklamcılığı, Ankara, Elit Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Korkmaz, A., (2005). Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi, Genişletilmiş İkinci Baskı, Ankara: Erk Yayınları.
- Gegez, E., (2006). Pazarlama Araştırmaları, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- Girgin, A., (2001). Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik, İstanbul, İnkılap Yayınları.
- İvrendi, M., Akbal, İ. ve Canitez, M., (2005), Osmanlı İmparatorluğu’nun Son Yıllarında Gazete Reklamları Ve Uygulamaları, Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 13, ss.238-257.
- Kurtuluş, K., (1998). Pazarlama Araştırmaları, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Nakip, M., (2006). Pazarlama Araştırmaları, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Rayner, P., Wall, P. and Kruger, S., (2004). As Media Studies: The Essential Introduction: London and New York, Routledge, Second Edition.
- Şeker, M., (2007). Tekniği, İçeriği, Çalışan Profili, Haber Kaynakları, Ekonomi Politikası, Gücü ve Sorunlarıyla Yerel Gazeteler, Konya, Tablet Kitabevi.



- Yüksel, E., (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*, Konya, Çizgi Kitabevi.
- Zimmer, M.R. and Golden, L., (1988). *Impressions of Retail Stores: A Content Analysis of Consumer Images*, *Journal of Retailing*, Vol:64, No:3, pp:265-93.