

BİR OKUR PROFİLİ ÇALIŞMASI: ÖRNEK GAZETE "CUMHURİYET"

Yrd. Doç. Dr. Semra ATILGAN
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
İletişim Fakültesi

Bir basın işletmesi, okur sadakatinin devamı ve yeni okuyucu kitlesi yaratabilmek için, etkin bir piyasa araştırması yapmalı ve yayın politikasını o doğrultuda sürdürmelidir. Ancak basın sektörü, okurlarına yönelik pazar araştırması yapmakta birtakım güçlüklerle karşılaşır. Bu araştırmada, okuyucuların gelir, cinsiyet, mesleki ilgi alanları, hobileri, araştırılarak hitap edilen pazarın profilini çizmek gerekir. Okuyucular bu tür sorulara her zaman doğru cevap vermeyebilirler. Bu noktada şüphesiz basın işletmesinin de birtakım sorumlulukları vardır.

Bu çalışmaların iki ana noktası, gazetelerin hedef okur kitlesinin talep ve ihtiyaçlarını saptamak, başkalarının duygularını anlamak ve dürüstlük ilkesine dayanır. Okuyuculara, gazeteyi onun aradığı şey olarak sunmak gerekir. Olguları en dürüst biçimde sunmak, saptırma ve yanlış beyanda bulunmamak gerekir.

Diğer bir nokta da, bu konudaki faaliyetlerin gazetenin kendi personeli tarafından yapılmamasıdır. Özel bir amaç için ya da yeni bir görüş elde etmek amacıyla gazetenin kendi kadrosu dışına çıkması daha uygundur.

Önemli diğer bir nokta da, gazetenin satış müdürünün, pazarlama planını yürütmek için, mutlaka "yöneticiler ekibiyle" birlikte çalışması gerekir. Gazetenin temel hedeflerinden habersiz olarak, sırf satışı artırmak amacıyla çalışan bir satış müdürü gazetenin imajına ters düşen çalışmalarda bulunabilir. Pazarlama faaliyetinde piyasa araştırması, aktif hatta teşvik edici bir etki ve pazarlama amacından daha çok geriye dönük incelemelerde kullanılır. Gazetelerin yürüttüğü klasik piyasa araştırmalarından biri de reklam piyasası için yapılan anketlerdir. Gazetenin reklamını yapan reklamcılara, gazeteyi

alan okurlar tanıtılır. Bu bilgiler ışığında reklam hazırlamaları istenirken aynı zamanda, reklamcılara gazetelerinin bir reklamcılık aracı olarak da önemi gösterilir.

Seyrek olarak yapılan bir kısım araştırmalar da, okurların haber bölümüne ilişkin görüşlerini ve bu bölüme ait ilgi ve beklentilerini oluşturur. Bu tip bir araştırma, bir gazetenin diğer gazetelerle olan rekabetinde, oldukça önemlidir.

Gazetelerin hedef aldıkları okur kitlesinin talep ve ihtiyaçlarının saptanmasında geleneksel olarak yöneticilerin bireysel gözlem ve sezgilerine bağlı kalınmıştır. Yöneticilerin gözlem ve sezgilerinin bu konuda tayin edici önem taşımaya devam edeceğine kuşku yoktur. Ancak, gazete dışındaki kitle iletişim araçlarının giderek yaygınlaşması ile, toplam gazete satışlarının düşme eğilimine girmesi karşısında gazetelerin pazarlama faaliyetleri, okurların talep ve ihtiyaçlarına yönelik araştırmalarla desteklenmeye başlamıştır. 1970'lerden bu yana gazetelerin, tümü, belirli bölümleri, belirli köşeleri ile ilgili okur görüş ve değerlendirmelerini belirlemek, özellikle rakip gazetelerle karşılaştırmak ve okurlarının profilini çıkarmak amacıyla yaptıkları okur tarama araştırmaları giderek yaygınlaşmıştır. Tarama araştırmalarıyla elde edilen sonuçlar, gerek kısa vadede alınması gereken önlemler, gerekse "yarınki" gazetenin hazırlanması konusunda yöneticilere çok yararlı bilgiler verebilmektedir. Ancak, araştırmalarla elde edilen bilgilerin yöneticiler için yalnızca bir "yardımcı kaynak" olduğu da vurgulanmalıdır.

Piyasa araştırmalarının sonucu gazeteler;

1-Dağıtım ve reklam piyasası kadar, ürün siyaseti ve dağıtım piyasası da birbirlerine bağlarlar ve koordine ederler.

2-Güçlü bir imaj yarattıkları sürece, tiraj düşse bile okuyucular ve reklamcılar arasındaki medya rekabetinde güçlü bir pozisyona sahip olmayı sürdürürler.

3-Reklam açısından etkinliğini ve ekonomik başarısını artırır.

4-Okur anketleri, belli grupları etkilemeye ve hedef gruplar kazanmaya, piyasa konularında bilgiler sunmaya yardımcı olabilir.

5-Okur anketleri, editör ve muhabirlerin okurun tutumundan daha

fazla haberdar olmasına yardımcı olup, onların belli bazı önyargılardan sıyrılmalarını sağladılar.

Bir gazete için; çağın gereklerine uygun biçimde haber yayınlamak, çağdaş akımlara ayak uydurmak özellikle diğer gazetelerle rekabetinde çok önemli bir faktördür. Ancak bütün bunları yaparken okurunun alıştığı profili de korumak zorundadır.

Türkiye'nin en köklü fikir gazetesi olan Cumhuriyet gazetesinin 1960'ların sonlarında günde ortalama tirajı 130.000'dir. 1980'den sonra hızla düşen tiraj 1982'den sonra yeniden toparlandı, 1992'den sonra da yeniden düşmeye başladı. 1982'den sonraki toparlanmayı da çok kayda değer göremeyiz zira; 1960'daki nüfus 1980'den sonraki nüfusa oranlandığında, tirajın gerçekte artmadığını, düştüğünü söylemek mümkündür. Cumhuriyet gazetesinde, ilk anket çalışması gazetenin kendi olanaklarıyla 1976 yılında yapılmış ve şu sonuçlar elde edilmiştir.

Eğitim	%	Yaş	%
İlk	9.13	25'in altında	34.83
Orta	11.60	25-35	30.91
Lise	35.60	35-50	21.72
Yüksek	43.67	50'den fazla	12.54
Yabancı Dil	%	Cinsiyet	%
Biliyor	47.35	Kadın	24.88
Bilmiyor	52.65	Erkek	75.15
Meslek	%	Medeni Durum	%
Öğrenci	22.67	Evli	54.35
Memur	34.57	Bekar	45.65
Serbes	9.16		
İşçi	8.		
Yüksek ihtisas	17.39		
Diğerleri	8.21		
Ortalama Gelir	%		
1.500 TL den az		20.10	
1.500-2.500		30.85	
2.500-3.500		20.08	
3.500-5000		17.60	

5000 TL den fazla 11.37

Yerleşim	%
İstanbul, Ankara, İzmir	56.55
Diğer il merkezleri	23.90
Kasaba	14.04
Köy	5.51

Son iki seçimde oy verilen partiler

	1973	1975
CHP	98.50	99.31
AP	0.53	0.25
MSP	0.06	0.02
Dp	0.05	0.02
CGP	0.13	0.01
Diğer	0.73	0.39

Cumhuriyeti nasıl izliyorsunuz %

Hergün	91.18
Haftada bir gün	0.30
Haftada bir kaç gün	7.24
Arasına	1.28

Cumhuriyet okunmak üzere evinizde veya işyerinizde ne kadar kalıyor ? %

Yalnız sabahları	3.50
Bütün gün	40.03
Bir günden fazla	56.47

Kaç yıldır Cumhuriyet Okuyorsunuz ? %

20 yıldan fazla	17.94
15-20 yıl	9.18
10-15 yıl	12.09

5-10 yıl	21.32
1-5 yıl	33.79
1 yıldan az	5.68

**Cumhuriyet'ten başka
alınan gazeteler**

%

Milliyet	41.21
Hürriyet	10.04
Günaydın	16.74
Politika	25.81
Yeni Ortam	22.93
Tercüman	1.46

**Cumhuriyet'in diğer
gazetelere göre
beğenilen özellikleri**

%

Tutumu	74.88
Güvenilir Oluşu	77.09
Haberciliği	55.76
Yazarları	85.72
Görünümü	26.95

Haberleri Nasıl bir Sıra ile Okursunuz ?

	1. (%)	2. (%)
İç Haberler	91.21	7.45
Dış Haberler	5.47	59.33
Şehir Haberleri	2.11	28.28
Spor	1.21	4.94

Özel Sayfalara İlgili

%

Ekonomi	69.
Dış Politika	79.84
TV	55.
Sanat-Edebiyat	67.01
Ankara-Ankara	81.

Cumhuriyet'in haberciliği

%

Yeterli	66.14
Yetersiz	33.86

Cumhuriyet'in toplumsal sorunlara duyarlılığı

	%
Yeterli	69.66
Yetersiz	30.34

TV'ye ayrılan süre

	%
1 saat	23.59
1-3 saat	46.07
3 saatten fazla	12.54
Hiç	17.80

TV reklam programlarına ilgi

	%
Büyük ölçüde	8.34
Arasıra	91.66

Görüldüğü gibi bu dönemde Cumhuriyet okurları % 65.75 ile 35 yaşın altında olanlardan oluşmaktadır. Cumhuriyet okurlarının büyük çoğunluğu (% 43.67) ile yüksek öğrenim sahibidir ve % 47.35 'i yabancı dil bilmektedir. Okuyucuların çoğu orta gelir grubuna mensuptur. Okurların büyük çoğunluğu kentlerde oturmaktadır. Cumhuriyet okuyucusu gazetesine sadık ve dikkatli bir okuyucudur. Okuyucuların % 77.09'u, gazetelerinin güvenilir olmasını baş özellik olarak göstermişlerdir.

1968 - 1982 arasında Altı Büyük Gazete ve Cumhuriyet'in Satış Miktarları ve Cumhuriyet'in Toplam Satışlarındaki Payı şöyledir.

Yıl	Altı büyük gazetenin toplam satışı	Cumhuriyet'in Satışı	Cumhuriyet'in Payı
1968		138	
1969		116	
1970		104	
1971		91	
1972	1.358	57	4.3
1973	1.368	67	4.9
1974	1.601	78	4.9

1975	1.495	101	6.8
1976	1.588	114	7.2
1977	1.846	109	5.9
1978	2.006	100	5.0
1979	1.931	104	5.4
1980	1.674	77	4.6
1981	2.054	91	4.4
1982(10 ay)	2.200	93	4.2

1980'den sonra görülen tiraj artışına karşın Cumhuriyetin toplam satışlarındaki payı düşmüştür.

Cumhuriyet gazetesi ilk kez **1982** yılında hedef kitleye yönelik bir araştırma yapmıştır. **PIAR** tarafından gerçekleştirilen bu araştırmada üç büyük kentte oturan yüksek öğrenimli meslek grupları arasında (1090 kişi) gerçekleştirilmiş ve şu bulgular tesbit edilmiştir.

1-Araştırmaya katılanların % 77'si erkek, % 23'ü kadındır.

2-Görüşülenlerin % 39'u sürekli Cumhuriyet, % 36' sı Milliyet, :21 Güneş, % 16'sı Günaydın, % 7'si Tercüman, % 8' de diğer gazeteleri okumaktadır.

Yukarıdaki bulgular, üç büyük kentteki yüksek öğrenimliler arasında en yaygın olarak okunan gazetelerin Cumhuriyet ve Milliyet olduğunu göstermektedir.

3-Cumhuriyeti arasına alanların oranı % 65 dir.

4-Gazete okumaya günde 1 saat zaman ayıranların oranı % 46 'dır. Bir saatin üstünde vakit ayıranlar ise % 68 dir.

5-Görüşülenlerin % 68 'i çeşitli dergileri izlemektedirler ve bunların % 8'i yabancı dergilerdir.

6-%10 luk bir bölüm Cumhuriyeti bir yıldır okumaktadır. %80 dola yındaki okur ise 5 yıldır izlemektedir.

7-% 45'i gazetesinin eve bırakıldığını, % 40 ise bayi / bakkaldan almaktadır.

8-% 32'si TV reklamlarından etkilenerek gazete aldıklarını söylemiş

lerdir.Yeni bir yazı dizisi, haber, röportaj vb. durumlarda gazete alma oranı % 66'dır.

9-Sürekli aynı yazarları okuma oranı % 62 dir.

10-Gazetenizde devamlı okuduğunuz bir yazar başka bir gazeteye geçerse ne yaparsınız ? sorusuna; Eski gazeteme devam ederim yanıtını verenlerin oranı % 72 dir. Her iki gazeteyi alırım diyenlerin oranı % 22, Eskisini bırakıp yenisini alırım diyenler ise % 6 dir.

11- 1982 yılı içinde gazete piyasasında ki dalgalanmalar nedeniyle so rulan “ Son birkaç ay içinde hergün aldığınız gazetelerde bir değişik lik yaptınız mı ? sorusuna olumlu yanıt verenler % 7 'dir.

12- Gazete bölümlerinin önem sıralaması şöyledir.

Bölümler	Ağırlık Puanı
1-İç haberler	204
2-Dış Haberler	129
3-Başlıklar	127
4-İnceleme /Röportajlar	117
5-Ekonomi Haberleri	108
6-Köşe Yazıları	101
7-Spor Haberleri	71
8-Karikatür ve çizgi romanlar	41
9-Fotoğraflar	35
10-Sanat Haberleri	28
11-TV program ve haberleri	15
12-İlanlar	12
13-Roman/öykü	4

Mayıs 1989 tarihinde yapılan Okur Anketinin sonuçları ise şöyledir.

1-Cumhuriyet okurları toplumun seçkin kesimini oluşturmaktadır. Yüksek öğrenimini tamamlamış olanların oranı 1985 'de % 48 'den 1989'da % 54' e yükselmiştir. Her on Cumhuriyet okurundan biri doktora ya da master derecesine sahiptir. Orta okul ve altındaki grup sadece %14 dür. Mesleki dağılıma bakıldığında; % 19 öğretmen, % 13 mühendis-mimar, % 10 idareci- işletmeci, % 6 teknisyen, % 6 doktor, % 4 subay-astsubay, % 4 avukat-yargıç, % 3 bankacı- sigortacı olduğu görülür.

2-Cumhuriyet okurlarının ekonomik durumları incelendiğinde yu karı gelir grubunun hakim olduğu görülmüştür.Cumhuriyet okurlarının ortalama aylık hanehalkı harcamaları 1987’de 210.000 liradan, 1989’da 600.000 liraya çıkmıştır. Bu enflasyonun biraz üstünde bir gelir artışıdır. Cumhuriyet okurlarının konut sahibi olanlarının oranı 1985’de % 43 iken 1989’da % 47’ ye çıkmıştır. 1985 ve 1989 anket bulguları karşılaştırıldığında bazı dayanıklı tüketim malları sahipliğinde de artışlar gözlenmiştir. Örneğin renkli TV (% 44-80), Müzik seti (%16-36), Video (%10-25), Otomatik çamaşır makinesi (%14-37), Bulaşık makinesi (%4-12) oranında artış göstermiştir. % 35 gibi bir kesim tasarruf yapabilmekte ve % 59’u yılda 2-3 hafta süreyle tati le gidebilmektedir.

3-Cumhuriyet okurlarının seçkin özelliklerinden biri de, toplum dış dünyaya açık bir kesimini oluşturmalarıdır. En az bir yabancı dili konuşabilecek kadar iyi bilenler, 1985’de % 41 den, 1989’da % 49’a yükselmiştir. % 10’luk bir bölümü yabancı dergileri, % 5 lik bir bölü mü de yabancı gazeteleri izlemektedirler.

4-Cumhuriyet okurlarının her gün TV izlemeye ayırdıkları zaman 88 dakika ya da birbuçuk saattir. Okurların % 94’ü TV 1 de ana haber bül tenini izlemektedirler. Cumhuriyet okurlarının televizyonun gazete okuma alışkanlıkları üzerinde fazla olumsuz etkisi olmadığını; “ Te levizyonun haber program ve bültenleri gazetelere olan ilginizi artı yor mu, yoksa azaltıyor mu? şeklindeki soruya % 71’i “etkilemiyor”, % 27’ si “artırıyor” şeklinde verilen yanıtlardan anlıyoruz.

5-Anket sonucu kadınların oranının arttığını görüyoruz. 1985’de % 14. olan oran, 1987’de % 16, 1989’da % 19’a yükselmiştir.

6-Okurların % 92’si Cumhuriyet’in doğru ve güvenilir haber verdiği ne inanyor. Cumhuriyet’ in haber dilini başarılı bulanların oranı % 85 , kullanılan başlıkların haberlerin içeriği hakkında doğru fikir vermesi açısından cumhuriyeti başarılı bulanların oranı % 84 ‘dür.

7-Cumhuriyet’i “ tarafsız ve yorumsuz haber verme” açısından başa rılı bulanlar % 67 dir. Okurların % 29’u bu konuda Cumhuriyet’e “or ta” not verirken, % 4’lük bir kesim de “başarısız” bulmaktadır. Bu du rum okurların, 1/3 ‘inin haberlere zaman zaman yorum karıştığı ya da zaman zaman yanlış haberlerin yer aldığı kanısında oldukları anlaşılıyor.

8-Cumhuriyet'i "önemli konularda farklı görüşleri dengeli bir biçim de yansıtmaya" açısından başarılı bulanlar % 58 dir.Ancak bu oran 1985'de % 68, 1987'de % 60 dır. Bu bulgular, Cumhuriyet okurlarının oldukça önemli bir bölümünün farklı ve aykırı görüşlere daha geniş yer ayrılmasını istemektedir.

9-Cumhuriyet'i "bol ve zengin haber verme" açısından başarılı bulanlar % 43' dür. Büyük kesim % 57, Cumhuriyeti bu konuda başarısız ve orta derecede başarılı bulmaktadır.

10-Cumhuriyet okurları içinde en az 10 yıldan bu yana gazeteyi okuyanların oranı % 54 gibi yüksek bir orandır. Cumhuriyet'i okumaya başlayan kişilerin gazeteyi terketme eğilimlerinin zayıf olduğu görülmelidir.

11-Cumhuriyet okurlarının yaklaşık 3/4 lük bir bölümü yalnızca Cumhuriyet okumaktadır. Cumhuriyet okurlarının okudukları ikinci gazete Milliyet ve Hürriyettir.

12-"Cumhuriyet'i bulamadığınızda hangi gazeteyi satın alırsınız?" şeklindeki soruya okurların % 34' ü başka gazete almadığı yanıtı vermesi bu okur kitlesinin "çekirdek okur" kitlesini oluşturduğunu söyleyebiliriz. Cumhuriyet bulamadıklarında Milliyet alanların oranı % 51'dir.Hürriyet alırım diyenlerin oranı % 9, Sabah alırım diyenler ise % 3 tür. Bu veriler çerçevesinde Cumhuriyet'in en yakın rakibi Milliyet gazetesidir.

13-Cumhuriyet okurlarının % 80'ni gazeteyi bayiden bizzat almaktadır.Gazetenin evlerine bırakılanlar % 14, başkasının gazetesini okuyanlar ise % 4 dolayındadır.

Cumhuriyet gazetesinin 1987'de günde ortalama 122.000 olan net satışının, Ocak 1989'da 117.000'ne düşmesinin nedenleri arasında şunlar sayılabilir. Okurların yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde, 24 ve daha genç yaşta okurlarının oranının 1985'te % 23'ten, 1987'de %26'ya yükseldikten sonra, 1989'da % 21'e inmiştir. Cumhuriyet okurları arasında öğrencilerin oranının 1987'de % 17 'den, 1989'da % 13 inmiştir. Meslek gruplarına göre dağılım incelendiğinde 1985'de 23'ten, 1989'da % 19'a, işçilerin oranı 1985'de % 10' dan 1989'da % 6' ya, memurların oranının 1985'te % 11'den, 1989'da % 5'e inmiştir. Bu bulgular Cumhuriyet'in son yıllarda üniversite öğrencisi gençler, öğretmenler, işçiler ve memurlar arasında okur

kaybettiğinin işaretidir.Söz konusu gruplar, ülkede artmakta olan enflasyondan en fazla etkilenen kesim olduğu görüşünden hareket edilirse, okur kayıplarının büyük ölçüde enflasyondan ve gazetenin fiyat artışlarından kaynaklanmaktadır.Gazetenin okurları arasında hergün Cumhuriyet okuyanların oranının 1985’de % 82’den, 1989’da % 74’e inmesi satılan her Cumhuriyet başına düşen okur sayısının 1985 ve1987 de 3.6 dan 1989’da 3.9’a çıkması da aynı nedenlere bağlanabilir.

1987 yılında PİAR tarafından Sabah gazetesi için yapılan bir araştırmada; okunup bırakılan gazeteler arasında oranlar şöyledir. Hürriyet % 11, milliyet % 9.3, Günaydın % 8.3, Güneş % 8.1 Bulvar ve Tan % 7, Tercüman % 6.8, Cumhuriyet % 5.6, Türkiye % 4.3, Sabah % 2.3 şeklindedir.

Aynı araştırmaya göre en güvenilir gazete; Sabah % 28.3, Hürriyet % 27.7 ve Cumhuriyet % 23.6 dir.

1991 yılında ZET-MEDYA a.ş tarafından Hürriyet için hazırlanan Kıyaslamalı Okur Analizi ve Okur Profili araştırmasında; Cumhuriyet gazetesinin toplam tiraj içinde piyasa payı % 3.8 dir.

1-**1994** yılında Cumhuriyet gazetesinin yapmış olduğu araştırmaya göre, Cumhuriyet okurlarının yaş ortalaması 29’dur. Bu araştırmaya Cumhuriyet gazetesinin her beş okurunun dördü gençtir. 19-34 yaş grubu arasında Cumhuriyet okurunun oranı % 78’dir.

Bu araştırmaya göre; 20-24 yaş arası okurların oranı, 1985 (%23), 1987 (%26), 1989 (%21) göre artmış gözükmektedir.

2-Kadın okurların oranlarında da bir artış sözkonusudur. 1985 ‘de % 14, 1987’de % 16, 1989 da % 19 olan kadın okur 1994de % 44 ‘e yük selmiştir. Erkek okurların oranı ise % 56 dir.

3-Cumhuriyet okurlarının, % 45’ i üniversite mezunudur. Bu oranda bir düşüş söz konusudur. 1985 ‘de % 48, 1989’ da % 54’dür. Lise mezunlarının oranı ise 1994’de % 59.5 dir.

4-Cumhuriyeti okuyanların % 35’i öğrenci, % 20 ‘si yönetici ve memurlar, % 15’i ticaretle uğraşanlar, % 10’u da uzman meslek sahiple rinden oluşmaktadır.

5-Cumhuriyet okurunun aylık aile geliri ortalama 7 milyon kadardır.

6-Cumhuriyet okurunun, en çok dinlediği müzik klasik batı müziği dir. Türk sanat müziği ve rock da çok dinlenen müzik türleridir.

7-Cumhuriyet okurlarının tüketim eğilimleri yüksektir. %69.77 sinin kışlık evi, % 35'nin evi vardır ve % 87'si düzenli tatil yapmaktadır.

8-Cumhuriyet okurunun % 36 'sı yüksek gelir grubuna mensuptur.

9-Cumhuriyet okurunun % 69.5'i bekar, % 30.5 evlidir.

10-Cumhuriyet okurunun % 88'i gazetesinin dünyaya açık olmasını ve dünyaca ünlü yayın organlarından alınan yazıların yer almasına önem veriyor.

11-Cumhuriyet okurunun % 71'i gazetenin sürekli okurudur.

Son araştırmada, gazete okuma alışkanlığının erken yaşta edinildiği göz önüne alınırsa Cumhuriyet'in bu noktaya ne derece önem verdiği daha iyi anlaşılmaktadır. Yapılan son araştırmada Cumhuriyet gazetesi genç okur kitlesini koruyabilmiştir. Bu göz önüne alındığında Cumhuriyet'in genç okur grubuna hitap eden bir gazete olmayı sürdürmeye çalıştığını anlamak mümkündür. Cumhuriyet'in kadın okurlarının 1982'den itibaren hızla yükseldiğini 1994'te % 44' e ulaştığını görmekteyiz. Cumhuriyet gazetesi okurları arasında, tüm anketlerde yüksek öğrenimli olanların oranı hep yüksektir. Cumhuriyet okuru yapılan son çalışmada da görüldüğü gibi "yüksek toplumsal düzeydeki okurlardan " oluşmuştur.

Cumhuriyet gazetesi, kendi düzenlediği anketlerde de; araştırma şirketlerine yaptırdığı çalışmalarda da " sadık okuyucu kitlesini " korumak kadar, " düzensiz alıcıları " da sadık okuyucu yapma çabası içindedir. Tüm bu araştırmaların, son derece tarafsız ve objektif hazırlandığını söylemek zordur ve % 5' lik yanılma payını da unutmamak gerekir.

KAYNAKLAR

Cumhuriyet gazetesi için hazırlanan 1982 tarihli PIAR/GALLUP Araştırma Raporu.

Okur anketleri taraması-Cumhuriyet gazetesi arşivi-.

Sabah gazetesi için hazırlanan 1987 tarihli PIAR/GALLUP Araştırma Raporu.
Zet-Medya a.ş Araştırma Raporu 1991.
1994 yılında, Cumhuriyet gazetesi için hazırlanan “Cumhuriyet 70 Yaşında”
(Ege Ajans, Strateji-Mori Araştırma Planlama Şti., Kamar Kamuoyu
ve Medya Araştırmaları, PİAR/ GALLUP).