ÖNSÖZ / **VII**
TEŞEKKÜR / **IX**
TABLOLAR LİSTESİ / **XI**
EKLER LİSTESİ / **XV**

bölüm 1
KAVRAMSAL ÇERÇEVE / 1
1. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI: YAŞAMIN HER ANINDA VE ALANINDA / **3**
2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ İŞLEVLERİ / **4**
3. KİA, YAYGIN VE ETKİN AMA KİTLE OLMASA... / **6**
4. İZLEYİCİ ARAŞTIRMALARI / **13**
4.1. İzleyici Araştırması Türleri / **13**
4.2. İzleyici Araştırmalarının Kısa Tarihçesi / **17**
5. KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI / **24**
5.1. Gereksinim / **32**
5.2. Aktif İzleyici / **39**
5.3. Eleştiriler / **43**

bölüm 2
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ / 47
1. SAHA UYGULAMASI ve ÖRNEKLEM / 49
2. ANKET FORMUNUN ÖZELLİKLERİ / 50
2.1. Yaygın Basın Okuma Alışkanlığı / 51
2.2. Yerel Basın Okuma Alışkanlığı / 51
2.3. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri / 52
3. ARAŞTIRMADA KULLANILAN İSTATİSTİK TEKNİKLERİ / 52

3.1. Ki-kare Testi / 53
3.2. Tek-Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) / 53
3.3. T-Test / 53
3.4. Faktör Analizi / 54

bölüm 3
SAHA ARAŞTIRMA BULGULARI / 61

1. KATILIMCILARIN SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ / **63**
2. GÜNCEL GELİŞMELERDEN HABERDAR OLMA VE GAZETE OKUMA ALIŞKANLIĞI / **66**
3. YAYGIN BASIN OKUMA TERCİHLERİ VE GÜVEN DÜZEYİ / **87**
   3.1. Yaygın Basını Tercih Etme Nedenleri / **92**
   3.2. Yaygın Basına Duyulan Güven Düzeyi / **100**
4. YEREL GELİŞMELERDEN HABERDAR OLMA VE YEREL GAZETE OKUMA ALIŞKANLIĞI / **105**
   4.1. Yerel Gazetelerle İlgili Değerlendirmeler / **131**
   4.2. Yerel Basına Duyulan Güven Düzeyi / **139**
   4.3. Yerel Gazete Satın Almama Nedenleri / **143**
5. YEREL GAZETE OKUMA MOTİVASYONLARI / **151**
6. YEREL GAZETELERDEN BEKLENTİLER / **157**

SONUÇ VE GENEL BİR DEĞERLENDİRME / **165**
KAYNAKÇA / **179**
EKLER / **187**