TÜRKİYE'DE YEREL MEDYA SORUNLARININ YEREL GAZETE ÇALIŞANLARI ÜZERİNDEN İNCELENMESİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

İbrahim DELİBAŞ
201153108

DOKTORA TEZİ

Disiplinlerarası İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

İletişim Bilimleri Doktora Programı

Danışman: Prof. Dr. Yalçın KIRDAR

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Mayıs, 2023

TÜRKİYE'DE YEREL MEDYA SORUNLARININ YEREL GAZETE ÇALIŞANLARI ÜZERİNDEN İNCELENMESİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

İbrahim DELİBAŞ
201153108
ORCID: 0000-0002-9068-3903

DOKTORA TEZİ

Disiplinlerarası İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

İletişim Bilimleri Doktora Programı

Danışman: Prof. Dr. Yalçın KIRDAR

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Mayıs, 2023



JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli "Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge" ile bildirilen 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli "Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge" ile bildirilen 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın oluşum sürecinde en büyük desteği sunan, bilgi, birikim ve tecrübeleriyle süreci yönlendiren ve sabrı, hoşgörüsü ve samimiyetiyle bu süreci eşsiz kılan tez danışmanım ve değerli hocam Sayın Prof. Dr. Yalçın Kırdar'a sonsuz teşekkürlerimi arz ederim.

İbrahim DELİBAŞ

Mayıs, 2023

ÖZET

TÜRKİYE'DE YEREL MEDYA SORUNLARININ YEREL GAZETELER ÜZERİNDEN İNCELENMESİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

İbrahim Delibaş
Doktora Tezi
Disiplinlerarası İletişim bilimleri Anabilim Dalı
İletişim Bilimleri Doktora Programı
Danışman: Prof. Dr. Yalçın Kırdar
Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 2023

Bu araştırmada, Türkiye genelindeki yerel gazete çalışanları üzerinden yerel gazetelerin sorunlarının tespiti amaçlanmıştır. Bu bağlamda belirlenen kriterlere uygun olan 942 yerel gazetenin çalışanları ile çalışma yürütülüş ve bu çalışanlar içerisinden 702 kişiden elde edilen veriler araştırmanın veri kaynağını oluşturmuştur. Araştırma betimsel tarama yaklaşımı ile gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, literatürde benzer çalışmalarda kullanılan ölçekler ve yedi coğrafi bölgeden seçilen ikişer yerel gazete çalışanları ile yapılan görüşmeler neticesinde tespit edilen sorunlar araştırma ölçeğinin oluşturulmasında kullanılmıştır. Araştırmacı tarafından Dağ (2018)'in geliştirdiği ölçek referans alınarak ve bu ölçek geliştirilerek hazırlanan anket formunun yapı geçerlilik çalışması gerçekleştirildikten sonra analizlerde kullanılmıştır. Bu bağlamda ölçek için açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca ölçek güvenilirliğinin tespiti için split-half ve Cronbach's Alpha iç tutarlılık analizlerinden yararlanılmış ve elde edilen analiz sonuçları neticesinde oldukça güvenilir ve tutarlı bir ölçek yapısının oluştuğuna kanaat getirilmiştir.

Yapılan analizler, yerel medya çalışanlarının sorun alanlarının demografik özelliklere bağlı olarak farklılaştığını göstermektedir. Katılımcılar, ücret ve yan haklar, işyeri kaynaklı sorunlar, eğitim kaynaklı sorunlar, çevresel sorunlar bağlamlarında daha belirgin bir sorun algısı sergilemişlerdir.

Anahtar Sözcükler: Yerel Medya, Yerel Gazete, Basın Yayıncılık

ABSTRACT

THE EXAMINATION OF LOCAL MEDIA PROBLEMS IN TURKEY THROUGH LOCAL JOURNAL AND SUGGESTIONS FOR SOLUTIONS

İbrahim Delibaş
Doctoral Thesis
Interdisciplinary Communication Sciences Department
Communication Sciences Doctorate Programme
Thesis Advisor: Prof. Yalçın Kırdar
Maltepe University Institute of Graduate School, 2023

In this research, it is aimed to determine the problems of local newspapers through local newspaper employees throughout Turkey. In this context, the study was carried out with the employees of 942 local newspapers that comply with the determined criteria, and the data obtained from 702 people among these employees constituted the data source of the research. The research was carried out with a descriptive survey approach. In this direction, the scales used in similar studies in the literature and the problems identified as a result of interviews with two local newspaper employees selected from seven geographical regions were used in the creation of the research scale. After the construct validity study of the questionnaire, which was prepared by the researcher by taking the scale developed by Dağ (2018) as a reference and by developing this scale, it was used in the analyzes. In this context, exploratory and generating factor analyzes were used for the scale. In addition, split-half and Cronbach's Alpha internal consistency analyzes were used to determine the reliability of the scale, and it was concluded that a very reliable and consistent scale structure was formed as a result of the analysis results.

The analyzes show that the problem areas of local media workers differ depending on the demographic characteristics. Participants exhibited a more pronounced perception of problems in the context of wages and benefits, workplace-related problems, education-related problems, and environmental problems.

Keywords: Local Media, Local Newspaper, Press Publishing

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI iii
TEŞEKKÜR iv
ÖZET v
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER vii
TABLOLAR LİSTESİ xi
ŞEKİLLER LİSTESİ xii
KISALTMALAR xiii
1. GİRİŞ 1
1.1 Problem 1
1.2 Amaç 4
1.3 Önem 5
1.4 Varsayım 5
1.5 Sınırlılıklar 6
1.6 Tanımlar 6
2. ALANYAZIN 8
2.1 Medya Olgusunun Doğuşu ve Gelişimi 8
2.2 Medyanın Önemi ve Fonksiyonları 11
2.3 Ulusallık Yerellik Ayrımında Medya Olgusu 14
2.3.1 Kavramsal olarak yerel medya 15
2.3.2 Yerel medyanın önemi ve fonksiyonları 16
2.4 Türkiye'de Yerel Medyanın Tarihsel Gelişim Seyri 20
2.4.1 Osmanlı döneminde yerel yayıncılık 20

2.4.2 Milli Mücadele döneminde yerel medyanın rolü 23
2.4.3 Cumhuriyetin kuruluşu ve tek partili dönemde yerel medya 26
2.4.4 Çok partili dönemde medya ve etkileri 30
2.4.5 27 Mayıs'tan 12 Eylül'e yerel medyanın değişim seyri 33
2.4.6 12 Eylül sonrası yeniden şekillenen yerel medya 36
2.5 Yerel Radyoculuğun Değişim Seyri 40
2.6 Yerel Televizyonculuğun Değişim Seyri 45
2.7 Türkiye'de Yerel Medyanın Yapısal Özellikleri 47
2.7.1 Yerel medya kuruluşlarının yönetsel yapısı 48
2.7.2 Yerel medya kuruluşlarında habercilik ve yazı işleri 50
2.7.3 Yerel medya kuruluşlarında ilan-reklam işleri 50
2.7.4 Yerel medya ürünlerinin dağıtım işleri 51
2.7.5 Yerel medyada çalışma koşulları ve ilişkileri 51
2.7.6 Basın iş kanunu 54
2.7.7 Yerel medya işleyişinde basın ilan kurumu (BİK) 54
2.8 Türkiye'de Yerel Medya Sorun Alanları 55
2.8.1 Ekonomi ilişkili sorunlar 58
2.8.2 Teknoloji ve yatırım kaynaklı sorunlar 59
2.8.3 Reyting ve tiraj kaynaklı sorunlar 59
2.8.4 İlan-reklam düzenlemeleri ve hakları ile ilişkili sorunlar 60
2.8.5 İstihdam profili ile ilişkili sorunlar 64
2.8.6 İçerik haber özgürlüğü temelli sorunlar 66
2.8.7 Haber kaynağı temelli sorunlar 69
2.8.8 Sendikal işleyişle ilişkili sorunlar 71
2.9 Basın İlan Kurumu 74
2.9.1 Basın İlan Kurumu'nun tarihçesi 75
2.9.2 Basın İlan Kurumu'nun görevleri 77
2.9.3 Basın İlan Kurumu'nda örgütsel yapı 80
2.9.4 Basın İlan Kurumu resmi duyru ve reklam faaliyetleri 85
3. YÖNTEM 87
3.1 Araştırma Modeli 87

3.2 Evren ve Örneklem 87
3.3 Veriler ve Toplanması 89
3.4 Verilerin Çözümlenmesi ve Yorumlanması 89
3.4.1 Öntest bulguları 92
3.4.2 Güvenilirlik analizi 94
3.4.3 Açımlayıcı faktör analizi (AFA) 94
3.4.4 Doğrulayıcı faktör analizleri (DFA) 97
4. BULGULAR VE YORUMLAR 104
4.1 Bulgular 104
4.1.1 Demografik değişkenlere ilişkin bulgular 104
4.1.2 Yaşa bağlı olarak algılanan sorunlar 107
4.1.3 Cinsiyete bağlı olarak algılanan sorunlar 108
4.1.4 Medeni duruma bağlı olarak algılanan sorunlar 109
4.1.5 Eğitim durumuna bağlı olarak algılanan sorunlar 111
4.1.6 Mezuniyet alanına bağlı olarak algılanan sorunlar 113
4.1.7 Mesleki kıdeme bağlı olarak algılanan sorunlar 114
4.1.8 Çalışılan yerel gazetedeki çalışma süresine bağlı olarak algılanan sorunlar……. 116
4.1.9 Göreve bağlı olarak algılanan sorunlar 117
4.1.10 Gelir durumuna bağlı olarak algılanan sorunlar 119
4.1.11 Çalışma saatlerine bağlı olarak algılanan sorunlar 122
4.1.12 Gazetenin faaliyet alanına bağlı olarak algılanan sorunlar 123
4.1.13 Sendikal üyelik imkanının varlığına bağlı olarak algılanan sorunlar…… 126
4.1.14 Sigortalı çalışmaya bağlı olarak algılanan sorunlar 126
4.1.15 Sigortalılığın mesleki sigorta kapsamında olup olmamasına bağlı olarak algılanan sorunlar 127
4.1.16 Basın kartı sahiplik durumuna bağlı olarak algılanan sorunlar 129
4.2 Yorumlar 130
5. SONUÇ VE ÖNERİLER 136

KAYNAKLAR 139
EKLER 157
Ek 1. Maltepe Üniversitesi Etik Kurul Kararı 157
Ek 2. Demografik Değişkenler 158
Ek 2. Yerel Medya Sorunları Ölçeği 159
ÖZGEÇMİŞ 161

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Görev Alanlarına Göre Yerel Gazetelerin Vasıfları 63
Tablo 2.Öntest Demografik Değişkenler (N=66)..... 93
Tablo 3.Açımlayıcı Faktör Analiziyle Elde Edilen Ölçek Faktör Yapısı 95
Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özellikleri (N=702)..... 105
Tablo 5. Katılımcıların Yaşlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları 107
Tablo 6. Katılımcıların Cinsiyetlerine Bağlı Olarak Sorun Algıları 108
Tablo 7. Katılımcıların Medeni Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları..... 110
Tablo 8. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları 111
Tablo 9. Katılımcıların Mezuniyet Alanlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları 113
Tablo 10. Katılımcıların Mesleki Kıdemlerine Bağlı Olarak Sorun Algıları..... 115
Tablo 11. Katılımcıların Mevcut Gazetelerindeki Çalışma Sürelerine Bağlı Olarak Sorun Algıları 116
Tablo 12.Katılımcıların Görevlerine Bağlı Olarak Sorun Algıları 118
Tablo 13. Katılımcıların Gelir Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları..... 120
Tablo 14. Katılımcıların Çalışma Saatlerine Bağlı Olarak Sorun Algıları 122
Tablo 15. Katılımcıların Gazete Faaliyet Alanına Bağlı Olarak Sorun Algıları..... 124
Tablo 16. Katılımcıların Sendikal Üyelik İmkanlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları .. 126
Tablo 17. Katılımcıların Sigortalılık Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları..... 126
Tablo 18. Katılımcıların Mesleki Sigorta Kapsamında Olup Olmamalarına Bağlı Olarak Sorun Algıları 128
Tablo 19. Katılımcıların Basın Kartı Sahibi Olma Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları 129

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Basın İlan Kurumu Görev Alanında Yayınlanan Resmi İlan Adet ve Dağılımları 80
Şekil 2. Kurum Görev Alanındaki Gazetelerin Türlerine Göre Dağılımı (2022)..... 80
Şekil 3. Basın İlan Kurumu Organizasyon Şeması..... 81
Şekil 4.Ücret ve Yan Haklar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi 99
Şekil 5. Hukuki Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi 100
Şekil 6.İşyeri Kaynaklı Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi..... 100
Şekil 7.Çevresel Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi 101
Şekil 8. Mesleki Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi..... 101
Şekil 9.İstihdamla İlgili Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi..... 102
Şekil 10.Eğitimle İlgili Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi..... 102

KISALTMALAR

AFA **:** Açımlayıcı Faktör Analizi

BİK **:** Basım İlan Kurumu

DFA **:** Doğrulayıcı Faktör Analizi

1. GİRİŞ

1.1 Problem

Medya olgusu, toplumsal bağlamda bir kitle iletişimine işaret etmekle birlikte bu iletişim tek yönlü bir mahiyette gerçekleşmektedir. İletişim sürecinin kaynağı konumunda olan medya, alıcı konumundaki toplumu yakın çevrede, ülke genelinde veya dünyada cereyan eden olaylardan haberdar etmek şeklinde bir fonksiyon üstlenmiştir. Zaman içerisinde insanoğlunun bilme, öğrenme, merak etme gibi dürtüleri medyanın insan ve toplum hayatındaki yerini derinleştirmiş ve günümüz dünyasında toplumu haberdar etmenin yanı sıra yönlendirebilme gibi bir güce de sahip olmuştur. Öyle ki toplumları yönlendirmede güçlü bir enstrüman olan medya hem ona sahip olan irade bakımından hem de ona ihtiyaç duyan toplum bakımından vazgeçilemez bir yaşamsal ihtiyaca dönüşmüştür.

Bu ihtiyacın karşılanması noktasında radyo, televizyon, gazete, dergi gibi basın araçları geliştirilmiş ve teknolojinin ilerlemesine bağlı olarak bu medya araçları farklılaşmış ve yeniden şekillenmiştir. Bu araçlar, ulusal veya bölgesel bazda yayın yapabilmekte ve erişebildiği kitlelere haber ulaştırma fonksiyonunu belirli periyotlardaki yayınları ile gerçekleştirmektedir. Toplumsal hayat içerisinde bu denli önemli bir konuma sahip olan medyanın işleyişi de belirli bir sistematiğe oturtulmuş ve ülkeler bu konuda çıkardıkları yasalar ile medyanın işleyişini belirli bir düzen dairesinde şekillendirmeye çaba göstermişlerdir. Türkiye'de bu konuya ilişkin yasal düzenlemeler 09.06.2004 tarihi ve 5187 Sayılı Basın Kanunu ile hayata geçirilmiştir.

Kanun, "basılmış eserlerin basımı ve yayımına ilişkin esas ve usulleri kapsamaktadır (5187 Sk., m.1/2). Yerel ve ulusal bazda haber/bilgi üreten gazeteler, dergiler için faaliyet esaslarının ana hatları anılan Kanun ile belirlenmiş olmakla birlikte faaliyetlerin iç detayları bağlamında düzenlenmesi noktasında da yönetmelikler (Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkındaki Yönetmelik) gündeme gelmektedir.

Medya araçlarından olan gazeteler belirli bir bölge sınırlaması ile (yerel) veya ülke geneline yayın yapabilmektedirler. Bu bağlamda yerel ve ulusal ayrımı gündeme

gelmektedir. Bu ayrıma ilişkin olarak 5187 Sayılı Kanun'da tanımlamalara gidilmiş ve belirlenen kriterler dairesinde yerellik ve bölgesellik hususları tanımlanmıştır. Kanun'un 2'nci maddesinde yerel basın, yerel süreli yayın ve bölgesel süreli yayın ayrımlarında ele alınmaktadır. Kanun ifadesinde yerel süreli yayınlar "tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınlar" olarak ifade edilirken "tek bir basın yayın kuruluşu tarafından basılan ve en az üç komşu ilde veya en az bir coğrafi bölgede yayımlanan süreli yayınlar" da bölgesel süreli yayın olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, "tek bir basın yayın kuruluşu tarafından aynı isimle basılan ve her coğrafi bölgede en az bir ilde olmak üzere ülkenin en az yüzde 70'inde yayımlanan süreli yayın ile haber ajanslarının yayınları" da yaygın yani ulusal süreli yayın şeklinde ifade edilmektedir.

Yerel medya ulusal medyadan farklı olarak tek bir basın organının belirli bir yörede yani ülke geneline yayılmaksızın yapılan yayıncılığı ifade etmekte ve bu yayıncılığı yapan kuruluşlar da yerel medya organları olarak tanımlanmaktadır (Altun, 2005). Bunula birlikte yerel medyanın sınırları belirli olan bir yörede yapılan yayınlar aracılığıyla o yöre algını haberdar etmek şeklinde bir fonksiyonu olup bu fonksiyona bağlı olarak eğitmek, kamuoyu oluşturmak, bilgilendirmek gibi yayıncılık faaliyetlerini gerçekleştirmek amacı ile kurulmuşlardır. Bundan farklı olarak Yaşin (2009) yerel medya için mekânsal sınırlamanın yanı sıra kültürel bir sınırlamadan da bahsetmekte ve "… yaygın olmayan, coğrafi olarak tüm ülkeye dağıtılmayan, ulusal okuyucu kitlesine ulaşmayan mekânsal veya coğrafi kavramlara gönderme yaptığı gibi, 'taşra gazeteleri' gibi mekânsal tanımdan bir yaşam biçiminin temsili gibi kültürel aidiyet ekseninde merkez çevre bağlamında faaliyet gösteren" basın yayın organları olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamalar yerel medyanın faaliyet alanlarındaki ihtiyacı karşılama potansiyellerine işaret etmektedir. Bu durum aynı zamanda yerel anlamda habere ulaşma gereksiniminin de varlığına işaret etmekte ve bu gereksinimin karşılanması noktasında yerel medya devreye girmektedir.

Yerel gazeteler, büyük kent merkezleri dışındaki yerleşim birimlerinde günlük, haftalık veya aylık periyotlarda çıkarılabildiği gibi daha uzun sürelerle de yayın yapmaları mümkün olmaktadır. Bu yayınlarla yörenin kamu ve özel aktörleri ile yerleşik halkı arasında bir iletişim fonksiyonu da üstlenen yazılı basın organlarıdırlar (Girgin 2009).

Yerel gazetecilik, yayınlanan haberler ve ele alınan konuların yanı sıra kamu ilan ve duyurularının da yine bölge ilgililerine ulaştırma noktasında da faaliyet göstermektedirler. Bu ilanlar aynı zamanda yerel gazetelerin gelir kaynaklarının önemli bir dilimini de oluşturmaktadır. Dolayısıyla yerel gazetelerin faaliyetlerinin devamlılığında bu ilan ve reklamlar büyük öneme sahiptir.

Yerel medya, yayın bölgesi içerisinde yer alan il, ilçe ve kamuoyu adına sorunları, talepleri dile getirmek ve bölge içi iletişimde bir aracı rolü oynamakla birlikte ulusal yayınlardan farklı olarak habercilik bağlamında bölge insanını ilgilendiren haberleri de duyurma fonksiyonunu üstlenmektedir. Ayrıca, yerel sorunların duyurumunu sağlamak, halkı bilgilendirmek ve kamuoyu oluşturmak şeklinde fonksiyonları da olan bir kitle iletişim aracı konumundadır. Bir diğer yandan yerel medya, çok seslilik ve demokrasi adına yönetimleri denetleyebilme konumundadır. Yayın bölgesinde ortaya çıkan sorunları birebir inceleme ve duyurma imkanına sahip olması itibariyle bu bağlamda da toplumun bilgilendirici aynı zamanda duyurucu organı şeklinde nitelendirilebileceklerdir. Bu durum idari otorite ve millet arasındaki köprü olarak milletin sesini duyurabilme özelliğini de ortay çıkarmaktadır. Nitekim demokrasinin sağlıklı bir işlerliğe kavuşturulabilmesi için görüş ve düşüncelerin ifadesi esas olup yerel medya bu hususta tarafsız bir duyuru aracı olarak da değerlendirilebilir.

Ancak, ülkemizde basın genelinde ve yerel medya özelinde bir kısım sorunlar yerel medyanın sayılan bu fonksiyonlarını yerine getirmesinin önünde engel teşkil etmektedir. Bu sorunlar mali, hukuki, mesleki bağlamlar şeklinde ana başlıklarla ifade edilebilmektedir. Yaygın (ulusal) medya karşısında daha küçük hacimlerde ve ölçeklerde faaliyet gösteren yerel medyanın işlevlerini yerine getirmesinde bu küçük ölçekliliğin önemli engeller teşkil eden etkileri oluşmaktadır. Düşük mali hacim yüzünden yeterli personel istihdam edilememesi, yeni teknolojilerin yerle medya gelirlerini azaltması, hukuki bir kısım sınırlamalar, eğitimli işgücü azlığı gibi sorunlar bunların başlıcalarını oluşturmaktadır. Dolayısıyla fiili bağlamda gelişimini sağlamakta güçlük çeken yerel medyanın yaygın medya karşısında bir alternatif ve denetim mekanizması olabilme şansı da artamamaktadır.

Yerel medya lokal bağlamda bölgenin sesi olması ve aynı zamanda toplum-merkezi otorite ilişkisini sağlaması gibi vasıfları itibariyle oldukça önemli bir konumdadır. Bu öneminin devamlılığında ise yerel medya çalışanları önemli bir role sahip olmakla birlikte faaliyetlerin sağlıklı bir biçimde hayata geçirilmesi önemli rol oynamakta ve bu rolü yerel medya çalışanları üstlenmektedir. Ancak yerel medya çalışanlarının sektöre ilişkin karşı karşıya oldukları sorunlar, yerel medyanın konumun önemini gerçekleyebilmesinin önüne geçmekte ve fonksiyonlarını gerektiği gibi yerine getirememesine sebebiyet vermektedir. Yerel medya çalışanlarının karşı karşıya oldukları sorunların tespiti ve bunlar için çözüm önerilerinin oluşturulması gerekliliği bu araştırmanın problemi olarak belirlenmiştir.

1.2 Amaç

Yerel medyanın önemine dair yukarıda verilen izahlar doğrultusunda bu araştırmanın amacı Türkiye genelinde yerel medya çalışanlarının sorunları tespit edilerek bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri geliştirmek şeklinde belirlenmiştir.

Bu amaç doğrultusunda bu araştırmada yerle medya sorunları çalışanlar bakımından hangi bağlamlarda oluşmaktadır sorusuna yanıt aranmıştır. Ayrıca, sorunlar ekonomik, işgücü niteliği, hukuki uygulamalar kaynaklı sorunlar, erişim sorunları gibi başlıklar halinde ele alınıp bunların çalışanlar tarafından nasıl değerlendirildikleri, nasıl algılandıkları konusuna açıklık getirilmeye gayret edilmiştir. Bu bağlamda, aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

1- Yerel medya çalışanlarının ekonomik sorunlarının kaynakları nelerdir?

2- Yerel medya çalışanlarının hukuki uygulamalardan kaynaklı sorunları nelerdir?

3- Yerel medya çalışanlarının işyeri kaynaklı sorunları nelerdir?

4- Yerel medya çalışanlarının çevresel (toplum, aile, haber kaynakları) kaynaklı sorunlar nelerdir?

5- Yerel medya çalışanlarının meslek kaynaklı sorun algıları nasıldır?

6- Yerel medya çalışanlarının sektörün istihdam yapısına ilişkin sorun algıları nasıldır?

7- Yerel medya çalışanların eğitim kaynaklı sorunlara ilişkin algıları nasıldır?

Belirlenen bu araştırma soruları araştırmanın temel çerçevesini oluşturmakla birlikte süreç içerisinde tespit edilebilecek olan yeni sorun kaynakları ve hususların da çalışmaya imkanlar dairesinde eklenmesine gayret edilecektir.

1.3 Önem

Bu araştırmanın önemi, yerel medyanın önemiyle paralellik sergilemektedir. Yerel medyanın gelişimi aynı zamanda toplumda basın kalitesi, haber kalitesi ve denetim kalitesini de artıracak sonuçlar üretecektir. Dolayısıyla bu gelişim yerel medya çalışanları ile doğrudan ilişkili olup çalışanların verimliliği hem yerel medya kuruluşlarının hem de sektörün verimliliğine doğrudan etki edecektir. Araştırmada tespit edilen sorunların çözümü halinde yerel medyanın gelişimine bir katkı sağlanmış olacak ve aynı zamanda bağlı yönetici kurumlar için de yerel medyanın çalışanlar gözünden değerlendirilmesi açısında bir başvuru kaynağı oluşmuş olacaktır.

Diğer taraftan konuya ilişkin yapılan araştırmalar son derece az sayıda ve lokal (il, ilçe bazında) mahiyette yapılmış olup sorunlar genel bağlamda ele alınarak çalışan özelinde sorunlar etraflıca incelenmemiştir. Türkiye geneline ilişkin olarak yapılacak olan bu çalışma ile sorunların oluşumunda etkin olan unsurların tespit edilebilmesine olanak sağlanacağı gibi çözüm noktasında da geniş bir perspektifin oluşmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca, yerel medyaya ilişkin yönetici kurumların politika üretmeleri aşamasında ihtiyaçları olan bilgileri de sunabilecek bir kaynak niteliğine erişeceğini düşünmekteyiz.

Sayılan bu hususlar itibariyle araştırma hem literatür hem de yerle medya işletmeleri açısından önem taşımakla birlikte karar vericiler açısından da ehemmiyet arz etmektedir.

1.4 Varsayım

Araştırmada kullanılacak olan veri toplama araçlarının yansız ve amaca hizmet eder nitelikte oldukları varsayılmaktadır. Bunula birlikte yanıtlayıcıların da kendilerine

yöneltilecek soruları/ölçekleri yansız ve gerçeğe uygun olarak değerlendirip yanıtlayacakları varsayılmaktadır.

1.5 Sınırlılıklar

Araştırmada ele alınacak olan yerel gazeteler, Basın İlan Kurumu'ndan "resmi ilan alan" kriterine uygun olarak belirlenmiş olup çalışma bu yerel gazetelerin çalışanları (imtiyaz sahipleri hariç) ile sınırlı tutulmuştur. Bu gazeteler dışında resmiyette işletme olarak geçen ancak gazete, baskı gibi faaliyetler yürüten küçük çaplı işletmeler çalışma kapsamı dışında tutulmuştur.

1.6 Tanımlar

Araştırma kapsamında yoğunlukla kullanılacak kavramlar 5187 Sayılı Kanun ile tanımlanmış olan kavramlar olup bunlar aşağıdaki gibidir.

Basılmış eser: Yazı, resim ve benzeri eserlerin, haber ajansı yayınlarının her türlü basım aracı veya diğer araçlarla kamuya sunulmak amacıyla çoğaltılmasına baskı ve bunun neticesinde ortaya çıkan esere de basılmış eser denir.

Yayım: Basılmış eserin kamuya sunulmasına yayım denir.

Süreli yayın: Gazete, bülten, dergi gibi basılı eserlerle haber ajansları yayınlarının belirli aralıklarda yayınlanıp kamuya sunulması.

Yaygın süreli yayın: Süreli yayınların aynı isimle tek bir basın-yayın kuruluşunca basılıp ülkenin en az %75'inde yayınlan süreli yayınlar.

Bölgesel süreli yayın: Tek bir basın-yayın kuruluşunca basılıp dağıtımın basım yerinin en az üç sınırı olan ilde veya bir coğrafi bölgenin genelinde yayınlanması.

Yerel süreli yayın: haftalık veya daha uzun periyorlarda yayımlanan bölgesel ve yaygın yayınların yanı sıra bir yerleşim biriminde yayınlanan süreli .

Süresiz yayın: Kitap, armağan gibi belirli aralıklarla yayımlanmayan basılmış eserlere ise süresiz yayın denir.

Eser sahibi: Süreli veya süresiz yayınların yazır, resim, karikatür gibi içeriğini oluşturan kimselerle yabancı dilden çevirilen eserlerin çevrimenleri.

Yayımcı/İmtiyaz Sahibi: Gerçek veya tüzel kişi, bir eseri basılmış eser durumuna getirip yayımlayan kişi olarak yayımcı veya imtiyaz sahibi olarak adlandırılır.

Tüzel kişi temsilcisi: Eğer yayın sahibi veya yayımcı tüzel kişi ise, bu tüzel kişiliğin yetkili organı tarafından yöneticiler arasından belirlenen gerçek kişi veya kamu kurum ve kuruluşları tarafından belirlenen gerçek kişi, tüzel kişi temsilcisi olarak ifade edilir.

Yerel medya çalışanı: Yerel gazetelerde sigortalı çalışanlar kapsamında bulunan imtiyaz sahipleri dışındaki çalışanları ifade etmektedir.

2. ALANYAZIN

2.1 Medya Olgusunun Doğuşu ve Gelişimi

Medya, kitle iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte insan hayatında belirgin bir yer edinen ve toplumsal yapılar arasında iletişimi sağlayan bir unsur niteliği taşımaktadır. Johannes Gutenberg'in 15. yüzyıldaki hareketli tip matbaa icadına kadar, kitaplar özenle el yazısıyla yazılmış ve her birdi diğerinden farklı kopyalar oluşmuştur. Matbaa, basılı medyanın seri üretimini mümkün kılmış ve yazılı materyal üretmek çok daha ucuz olmanın yanı sıra daha az zamanda üretim de mümkün kılınmıştır. Bununla birlikte yeni ulaşım teknolojileri de metinlerin geniş bir kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Avrupa Rönesansı ve Protestan Reformu gibi büyük kültürel hareketlerin başlamasına yardımcı olan Gutenberg'in icadı kendisinden sonraki daha büyük kolaylıklar için bir ilham kaynağı olmuştur. 1810'da başka bir Alman matbaacı olan Friedrich Koenig, buhar motorunu bir matbaaya bağlayarak basılı medyanın sanayileşmesini sağlamış medya üretimini daha da ileri seviyelere taşımıştır. 1800'de elle çalıştırılan bir Gutenberg matbaa saatte yaklaşık 480 sayfa baskı yapabiliyorken Koenig'in makinesi bu oranı ikiye katlamış 1930'lara gelindiğinde ise gelişen sürecin bir getirisi olarak birçok matbaa saatte 3.000 sayfa baskı yapabilir hale gelmiştir. Artan bu verimlilik, günlük gazetenin yükselişini de beraberinde getirmiştir. Gazete, yerel haberlerini artık sadece dedikodu ve kulaktan kulağa aktaramayan 19. yüzyılın giderek kentleşen toplumları için mükemmel bir medyaydı. Farklı bölgelerdeki toplumlar açısından gazeteler ve diğer medya araçları, hızla değişen dünyayla müzakere etmenin bir yolu olmuştur. Sanayi Devrimi, bazı insanların daha fazla boş zamanı ve daha fazla parası olduğu anlamına geliyordu ve medya, her ikisini de nasıl harcayacakları konusunda yol gösterici bir rol üstlenmiş oldu. Medya teorisyeni Benedict Anderson, gazetelerin ülke ABD genelindeki okuyucuları birleşik bir topluluğun parçası olarak ele alarak bir ulusal kimlik duygusu oluşturmaya da yardımcı olduğunu ifade ettmekte (Anderson, 1991) ve medyanın toplumsal yönlerinden yalnızca birisine dikkat çekmektedir.

1830’larda, büyük günlük gazeteler fiyat olarak görece pahalı erişim özelliğine sahiptiler. Bunlara karşın daha ucuz, daha sansasyonel bir günlük haber kaynağı olarak hizmet veren

düşük fiyatlı geniş sayfaları olan kuruşlu gazeteler (Penny press) ortaya çıkmış ve bu daha ucuz olan gazeteler büyük gazetelerin gelişimi açısından bir tehdit unsuru olarak değerlendirilmiştir.. Günün siyasi ve yalın haberlerine karşı toplum cinayet ve macera haberlerini tercih etti. Gazeteler daha zengin, daha eğitimli bir kitleye hitap ederken, penny press (kuruş basını) ucuz fiyatlar ve eğlenceli (genellikle skandal) hikayeler aracılığıyla geniş bir okuyucu kitlesine ulaşmaya çalıştı. Penny press, günümüzün dedikoduya aç tabloidlerinin öncüsü olarak görülebilir. 20. yüzyılın ilk on yıllarında, kitle iletişim araçlarının ilk büyük basılı olmayan biçimi olan radyonun popülaritesi patladı. 1920'lerde telefonlardan daha ucuz olan ve yaygın olarak bulunan radyolar, çok sayıda insanın aynı anda aynı olayı dinlemesine izin verme konusunda benzeri görülmemiş bir yeteneğe sahipti. 1924'te ABD'de Calvin Coolidge'in seçim öncesi konuşması 20 milyondan fazla kişiye ulaştı. Radyo, artık geniş ve tutsak bir izleyici kitlesine erişimi olan reklamcılar için bir nimetti. Erken bir reklam danışmanı, radyonun ilk günlerinin "reklamcı için satış propagandasını yaymak için muhteşem bir fırsat" olduğunu iddia etti, çünkü evlerinde "sayısız bir izleyici, sempatik, zevk arayan, coşkulu, meraklı, ilgili, kendi mahremiyeti sınırları içerisinde" radyoların etkisinde idiler ve bu kitleye aynı anda ulaşma imkanı söz konusuydu (Briggs ve Burke, 2005). Bu yaklaşım medyanın toplumsal iletişim bağlamının ötesine çıkması ve ekonomik bir yapının temel dinamiklerinden birisi olması sürecini ortaya koymaktadır.

Radyonun erişimi, aynı zamanda, medyanın bölgesel farklılıkları aştığını ve Amerikan yaşam tarzının birleşik bir anlayışını teşvik ettiği anlamına geliyordu Bu yaşam tarzı giderek daha fazla yönlendirilebilen ve tüketici eğilimleriyle tanımlanan bir yaşam tarzı. Niteliğindeydi. Bu dönem ABD toplumunu medya etkisi bağlamında değerlendiren Mintz (2007), "*1920'lerde Amerikalılar, elektrikli fonograf çalmak, elektrikli elektrikli süpürge kullanmak, ticari radyo yayınlarını dinlemek ve yıl boyunca taze portakal suyu içmek için hazır, tam boyutlu giysiler giyen ilk kişilerdi"* şeklindeki ifadeleriyle medyanın ve özelde radyonun toplum üerindeki etkilerinin ne yönde geliştiğine işaret etmektedir.

Tüketimdeki bu patlama 1920'lere damgasını vurdu ve 1930'ların Büyük Buhranına da katkıda bulundu. Tüketim dürtüsü üretimi benzeri görülmemiş seviyelere çıkardı, ancak Bunalım başladığında ve tüketici talebi çarpıcı bir şekilde düştüğünde, üretim fazlası ekonomik krizin daha da derinleşmesinde büyük bir ivme sağlamış oldu. Amerika

Birleşik Devletleri'nde İkinci Dünya Savaşı sonrası döneme refah ve baştan çıkarıcı yeni bir kitle iletişim biçiminin getirilmesi damgasını vurdu. Bu dönemde yeni bir medya aracı olarak ortaya çıkan televizyon, radyonun tahtını sarsmakla kalmayıp hızlı bir biçimde toplumsa yaygınlaşmaya başladı. Öyle ki 1946'da Amerika Birleşik Devletleri'nde yaklaşık 17.000 televizyon varken takip eden 7 yıl içerisinde Amerikan hanelerinin üçte ikisi en az bir televizyona sahipti (Briggs ve Burke, 2005).

Televizyon yayını, kitle iletişim araçlarının baskın biçimiydi ve üç büyük yayıncı kuruluş, Amerikalılar tarafından izlenen haber programlarının, canlı etkinliklerin ve sitcom'ların yüzde 90'ından fazlasını kontrol ediyordu. Bazı sosyal eleştirmenler, televizyonun "normal" Amerikan yaşamının nasıl göründüğüne dair fikirleri güçlendirerek homojen, konformist bir kültürü beslediğini savundu. Ancak televizyon aynı zamanda 1960'ların karşı kültürüne de katkıda bulundu. Vietnam Savaşı, ülkenin televizyonda yayınlanan ilk askeri çatışmasıydı ve savaş görüntülerinin ve savaş protestocularının gece görüntüleri, ulusun iç çatışmalarını yoğunlaştırmaya yardımcı oldu. Radyo ve televizyon da dahil olmak üzere yayın teknolojisi, Amerikan hayal gücünü o kadar etkiledi ki, gazeteler ve diğer yazılı medya kendilerini yeni medya ortamına uyum sağlamak zorunda buldu. Basılı medya daha dayanıklıydı ve kolayca arşivlenebiliyordu ve kullanıcılara zaman açısından daha fazla esneklik sağlıyordu; bir kişi bir kez bir dergi satın aldığında, onu her zaman ve her yerde okuyabiliyordu. Yayın medyası, aksine, programları genellikle sabit bir programa göre yayınladı, bu da hem bir yakınlık hem de geçicilik duygusu sağlamasına izin verdi. 1990'ların sonlarında dijital video kaydedicilerin ortaya çıkışına kadar, canlı bir televizyon yayınını duraklatmak ve geri sarmak imkansızdı. Medya dünyası, 1980'lerde ve 1990'larda kablolu televizyonun yaygınlaşmasıyla bir kez daha köklü değişikliklerle karşı karşıya kaldı. Televizyonun ilk on yıllarında, izleyicilerin seçebilecekleri sınırlı sayıda kanal vardı. ABD'de 1975'te, üç büyük yayın ağı, tüm televizyon yayınlarının yüzde 93'ünü oluşturuyordu. Ancak 2004 yılına gelindiğinde, kablolu televizyonun yaygınlaşması sayesinde bu pay toplam izlenme oranı yüzde 28,4'e düşmüştür. Bu gelişimi diğer ülkeler de takip etmeye başladı ve dünya genelinde yayıncılığın niteliği farklılaşırken insanların medya erişim tercihleri de dijitale kaynaklara doğru kaymaya başladı (Anderson, 1991; Briggs ve Burke, 2005).

Çağdaş medya çağının kökenleri, 1837'de Samuel Morse tarafından Amerika Birleşik Devletleri'nde patenti alınan elektrikli telgrafa dayandırılmaktadır. Telgraf sayesinde, iletişim artık mesajların fiziksel olarak taşınmasıyla bağlantılı değildi; Bir mesajın kısa veya uzun mesafeler aşılarak ulaşması gerekmiyordu. Birdenbire, uzak yerlerden gelen bilgilere neredeyse yerel haberler kadar erişilebilir hale geldi, çünkü telgraf hatları dünya çapında yayılmaya başladı ve kendi World Wide Web'lerini oluşturdu. Bu şekilde telgraf, telefon, radyo, televizyon ve internet dahil olmak üzere takip eden teknolojinin çoğunun öncüsü olarak hareket etti. 1858'de ilk transatlantik kablo döşendiğinde, Amerika Birleşik Devletleri'nden Avrupa'ya neredeyse anında iletişim sağlandı, *London Times* bunu "Kolomb'un keşfinden bu yana en büyük keşif, insan faaliyeti alanına verilen büyük bir genişleme" olarak nitelendirdi. Kısa bir süre sonra, kablosuz iletişim (sonunda radyo, televizyon ve diğer yayın araçlarının gelişmesine yol açtı) telgraf teknolojisinin bir uzantısı olarak ortaya çıktı. Nikola Tesla da dahil olmak üzere birçok 19. yüzyıl mucidi erken kablosuz deneylerde yer almış olsa da, ilk pratik kablosuz radyo sisteminin geliştiricisi olarak tanınan İtalyan doğumlu Guglielmo Marconi'ydi. Birçok insan bu yeni buluştan büyülendi. Erken radyo askeri iletişim için kullanıldı, ancak kısa süre sonra teknoloji eve girdi. Radyoya olan artan ilgi, gazetelerden ve diğer haber kuruluşlarından, perakende mağazalarından, okullardan ve hatta şehirlerden yayın lisansı için yüzlerce başvuruya ilham verdi (Briggs ve Burke, 2005).

Netice itibariyle gelişen teknoloji ve yayın araçları medyanın günümüz yapısına ulaşmasında ve halkla kurumlar arasında iki yönlü bir iletişim yapısının kurulmasına önemli bir etken oldu (Demir ve Kırdar, 2005; Kırdar, 2011). Buna bağlı olarak yeni medya mecraları (sosyal medya) oluştu ve eski medyanın toplumdaki konumu sarsılmış oldu. Televizyon yayınları yerine internet televizyonları, gazeteler yerine ise sosyal medya, anlık paylaşıım platformları, internet gazeteleri gibi yeni çağ medya araçları konumlandı. Ancak, eski medya araçları fonksiyonlarını günün teknolojilerini kullanarak farklılaştırmakla birlikte basılı medya da halen bu geçiş sürecinde varlığını devam ettirmekte ve öneminin yanı sıra üstlendiği fonksiyonları gerçekleştirmektedir.

2.2 Medyanın Önemi ve Fonksiyonları

Günümüz dünyasının en önemli unsurlarından birisi halini alan bilgi, oluşumunun yanı sıra erişimi itibariyle de önem ihtiva etmektedir. Bilgiye ulaşmak, bilginin oluşması

bakımından da bir gereklilik olup teknolojinin getirdiği hızlı gelişim dünyasında güncellik olgusunu öne plana çıkarmaktadır. Öyleki günümüz iletişim araçları ve anlık gelişimleri dikkate alındığında bilgiye anlık erişim nredeyse imkansız olup bu bağlamda kısmi ilgi alanlarında erişim mümkün olabilkemtedir. Bireyler ve kuruluşlar bu gelişim seyrini yakalamayı bir ihtiyaç olarak değerlendirmekte ve bu hızlı seyire bağlı olarak önceliklerini sıralandırarak bilgiye erişimi maksimum düzeyde tutmaya çabalamaktadırlar. Öte yandan, teknoloji bilgiye her an ulaşmayı mümkün kıldığından yaşanan bu hızlı seyrin oluşturduğu bilgi geç de olsa ulaşılabilir bir zeminde bulunabilmektedir. Buna bağlı olarak çok eski dönemlere dayanan yazılı basın da teknolojinin nimetlerinden nasibini almış ve bilgiyi oluşturmanın yanı sıra depolama yeteneği de kazanarak ulaştırmada yeni bir fonksiyon üstlenmiştir (Yağbasan, 2003). Bu gelişmeler ve toplumsal değişim, medya yapısını da farklılaştırmıştır. Yazılı basının yerini günümüzde internet almaya başlamış, baskı gazeteler gün geçtikçe ortadan kalkmış veya faaliyetlerini asgari düzeylere indirmişlerdir. Ancak teknoloji her ne kadar bu alanda bir değişimi gerekli kılsa da gazetecilik mesleği özü itibariyle hangi mecrada olursa olsun varlığını devam ettirmektedir. Nitekim demokrasilerde şeffaflık, bilgilendirme, haberdar olma ilkelerinin sağlayıcıları konumunda olan gazeteler farklı görünümde de olsa aynı amaca hizmetlerini devam ettirebilmektedirler. Gazeteler, demokratik toplumlarda bir sorunun kamuoyuna bildirilmesi, gündem oluşturulması, sorunun çözümü gibi konularda en önemli medya araçlarındandırlar.

Toplumsal yaşam içerisinde etkileyicilik, yönlendiricilik ve bilgilendirme gibi fonksiyonları itibariyle önemli bir konum edinmiş olan medya aynı zamanda bu fonksiyonlarını birer misyon olarak da üstlenmiştir. Bunların yanı sıra haber yayınları, gazete, televizyon, radyo, internet yayınlarında önemli bir paya sahip olup iletişim tarihinde medyaya bakış açısının da bir referans kriteri olma özelliği taşımaktdırlar. Bu bağlamda ortaya atılan kuramsal yaklaşımlar oluşmuş; demokratik anlamda medyaya işlevler yükleyen Özgürlükçü-Liberal medya kuramı bu bağlamda ortaya çıkmıştır. Öte yandan medyanın işlevselliği bakımından oluşan kuramsal yaklaşımlar da yine bu kuram etrafında şekillenmiştir. Toplumda "dördüncü kuvvet" olarak anılan medya aynı zamanda demokratik bilgi ortamı olma özelliği de taşımaktadır. Bu özelliğinin gerçeklenebilmesi için ise otoritelerin bu alanda yapacakları düzenlemeler son derece büyük öneme sahiptirler. Günümüzde toplumsal inşaa bağlamında medyanın rolü büyüktür. Medyanın

en temel toplumsal görevi, halkı bilgilendirmektir. Gazeteciler, haberlerde, belgesellerde ve röportajlarda bilgi sağlayarak insanların daha iyi bilgilendirilmesine katkıda bulunurlar (Baker ve Dessart, 2020). Medyanın bir diğer toplumsal görevi ise kamusal alanda tartışmaları yönlendirmektir. Medya araçları, toplumun sorunlarını ele almak ve insanların farklı görüşlerini paylaşmak için bir platform sağlayarak kamuoyu oluşumuna katkıda bulunurlar (McQuail ve Deuze, 2021).

Medya araçları ayrıca eğitim görevini de üstlenmektedir. Televizyon programları, belgeseller, haberler ve diğer medya içerikleri, toplumun genel kültürünü ve bilgi seviyesini artırabilir (Croteau ve Hoynes, 2019). Medyanın bir başka görevi ise eğlendirmektir. Televizyon programları, sinema filmleri, müzik ve diğer medya içerikleri, insanların streslerini azaltmak ve hoşça vakit geçirmelerine yardımcı olmak için tasarlanmıştır (Rubin, 2020).

Bununla birlikte, medyanın toplumsal görevleri ve fonksiyonları bazen eleştirilmekte ve tartışılmaktadır. Örneğin, bazı araştırmacılar, medyanın ticari amaçlarını yerine getirirken gerçek haberleri saptırdığını veya manipüle ettiğini öne sürmektedirler (Shoemaker ve Vos, 2019). Buna ek olarak, bazı eleştirmenler, medyanın siyasi yönelimleri ve çıkarları nedeniyle tarafsızlığını yitirdiğini iddia etmektedirler (Curran ve Seaton, 2017).

Kitle iletişim araçları toıplumsal bütünlüğü oluşturmak, bilgi edindirmek, ortak kültürü yaymak ve geliştirmek, bireylerde toplumsal farkındalığı oluşturmak gibi temel işlevlere sahiptir (Ritzer, 2000). Bunlarla birilkte politik işlevlere de sahip olup; günlük olaylar ile ilgili kamu tartışmaları için bir forum oluşturarak, tartışmalar sonucu oluşan kamuoyunun iletiminde yardımcı olur. Ayrıca, yurttaşlar adına hükümetin resmi olmayan işlemlerinin denetimini yapar ve üçüncü olarak da, vatandaşları eğiterek siyasal alanda var olmaları gereken seçim, referandum gibi zamanlarda bilinçlenmelerini sağlamaktadır (Işık, 2007). Bunların dışında eğlence aracı olma özelliği de taşıyan kitle iletişim araçlarının (Yılmaz, 2009) genel bağlamda işlevlerini Aziz (2013) aşağıdaki sıralamayla özetmelmektedir:

- Bilgilendirme, haber verme, kamoyu oluşturma
- Eğitme, kültürel alanlarda geliştirme
- Eğlendirme,

– Mal ve hizmetlere ilişkin tanıtım faaliyetlerinde bulunma

– İnandırma, etkileme, yönlendirme ve harekete geçirme

Bu işlevlerden etkileme, inandırma ve harekete geçirme, genel itibariyle eğlendirme dışındaki diğer fonksiyonları da kapsamaktadır.

Ayrıca literatürde kitle iletişim araçlarının görevlerine ilişin farklı yaklaşımların varlığı da görülmekle birlikte temelde benzer hususlar dairesinde kitle iletişim araçlarına işlevler adledildiği görülebilmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki işlevler de yine kitle iletişim araçlarına yüklenmiş işlevleri ifade etmektedir.

– Haber alma işlevi: Kitle iletişim araçları, insanlara güncel haberler ve bilgiler sunarak toplumdaki kişilerin haber alma işlevini yerine getirir (McQuail, 2010).

– Eğitim işlevi: Kitle iletişim araçları, insanlara farklı konularda bilgi ve eğitim sağlayarak, öğrenme sürecine katkıda bulunur (Lazarsfeld ve Merton, 1948).

– Eğlence işlevi: Kitle iletişim araçları, insanlara farklı türde eğlence sunarak, stres azaltma ve eğlence sağlama işlevini yerine getirir (Baran ve Davis, 2015).

– Toplumsal değişim işlevi: Kitle iletişim araçları, toplumsal değişim süreçlerine etki ederek, insanların fikirlerini değiştirmelerine yardımcı olur (Katz ve Lazarsfeld, 1955).

– Kamusal tartışma işlevi: Kitle iletişim araçları, insanlara farklı konularda görüşlerini ifade etme imkanı sağlayarak, kamusal tartışma ve farkındalık yaratma işlevini yerine getirir (Habermas, 1989).

2.3 Ulusallık Yerellik Ayrımında Medya Olgusu

Medya olgusu yayın araçları, yayın biçimi, yayın alanı gibi kriterlere dayalı olarak tanımlanmakta ve bu tanımlar ilgili kriter çerçevesinde şekillendirilmektedir. Ulusalllık yerellik bağlamı medya açısından yayın alanına işaret ettiği gibi hukuki bir statü olma özelliği de taşımaktadır. Ayrıca bu ayrımda hacimsel nitelikler de belirleyici olmakla birlikte ulusallık medyanın ülke genelindeki erişim alanına işaret etmektedir. Buna karşın

yerel medya ülke sınırları içerisinde sınırlı bir bölgede yapılan medya faaliyetlerinin tanımı olarak ifade edilebilecektir.

2.3.1 Kavramsal olarak yerel medya

Yerel medya kavramına ilişkin olarak ele alınan tanımsal kriterlerden kaynaklı olarak farklı nitelendirmeler söz konusudur. Kavramsal bir yaklaşım ile tanımlamaya gidilen Türk Dil Kurumu sözlüğünde yerel kavramı, "sınırlı bir yer ile ilgili olan" şeklinde ifade edilirken yerel yayın olgusu da bu ifadeye bağlı olarak sınırlı/belli bir bölgede medya araçları aracılığı ile yapılan yayıncılık şeklinde nitelendirilmektedir (http://www.tdk.gov.tr/, 14.07.2022).

Hukuki düzenlemeler bakımından ise 5187 sayılı Basın Kanunu'nda da çeşitli tanımlara yer verilmiştir. Basın Kanunu'na göre, yayınlar üç ayrı sınıflandırmaya tabi tutulur. Yaygın süreli yayınlar, tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından ülkenin en az yüzde yetmişinde ve her coğrafi bölgede en az bir ilde yayımlanan süreli yayınlarla birlikte haber ajansları tarafından yapılan yayınları ifade etmektedir. Bölgesel süreli yayınlar, "*en az üç komşu ilde veya en az bir coğrafi bölgede yayımlanan tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından basılan süreli yayınları ifade eder. Yerel süreli yayınlar ise, tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınları*" içerir (5187 Sayılı Kanun).

Akademik alanda yerel medyaya ilişkin yapılan tanımlar da dikkate alındığında, yerel toplumların haber, bilgi ve eğlenceye erişimini sağlayan bir araçtır. Yerel medya, yerel sorunları ele alan, yerel etkinlikleri ve kişilikleri tanıtan ve yerel halkın sesine kulak veren bir platform (Almeling ve Wolling, 2014) şeklinde de nitelendirilmesinin mümkün olduğu görülmektedir.

Bir başka tanımda ise yerel medya, yerel toplulukların haber, bilgi ve eğlenceye erişimini sağlamak için bölgesel veya yerel düzeyde yayın yapan tüm medya kuruluşlarını kapsayan bir terimdir. Yerel medya, yerel toplulukların ihtiyaçlarını karşılamak için yerel olaylara odaklanır ve genellikle yerel sorunların çözümüne katkıda bulunur (Harte ve Turner, 2016) olarak ifade edilmektedir.

Kerrigan ve Cook (2017) ise yerel medyayı, yerel toplulukların haber, bilgi ve kültür ihtiyaçlarını karşılayan, yerel sorunları ele alan ve yerel halkın sesine kulak veren bir araçtır. Yerel medya, yerel toplulukları bir arada tutar ve bu toplulukların kimliğini korur şeklindeki ifadeleriyle işlevsel yönleriyle tanımlamışlardır.

Vural (2007) mekânsal yaklaşımda yerel medyanın "Anadolu Basını", "Mahalli Basın" veya "Taşra Basını" şeklindeki ifadelerle de tanımlanabildiğini ifade etmekte ve yerel medya araçları da yerellik özelliğine bağlı olarak ifade edilmektedir.

Bu tanımlardan yola çıkarak yerel medyanın nitelendirilmesinde kullanılan "Anadolu Basını", "Mahalli Basın" veya "Taşra Basını" gibi kavramlar, demokratik toplumlarda yerel medyanın mekana dayalı bir şekilde ele alındığını göstermektedir. Yerel medya, ulusal yayınlardan farklı olarak bölgedeki o yöre halkına geniş bir şekilde bölge ile ilgili haberleri aktaran, sorunların çözülmesinde aracılık eden ve bölgede kamuoyu oluşturan kitle iletişim araçları şeklinde bir değerlendirme yapmak mümkün olacaktır.

2.3.2 Yerel medyanın önemi ve fonksiyonları

Yerel medya, insanların haber alma ihtiyaçlarını karşılama konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle küçük yerel topluluklarda, insanlar kendilerini çevreleyen olaylardan haberdar olmak, gündemi takip etmek ve toplumsal sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak için yerel medyaya güvenirler (Wahl-Jorgensen, 2004). Yerel medya, yerel topluluklardaki bilgi eksikliğini gidererek, toplumun kendi kendine yönetimine katkıda bulunur ve kamuoyunu etkiler (Baines ve Patterson, 2014). Bunun yanı sıra, yerel medya, kamusal alanın oluşumuna ve korunmasına da katkıda bulunur (Fenton, 2010).

Yerel medyanın bir diğer önemli fonksiyonu, yerel kamu yönetim faaliyetleri hakkında bilgi vermek ve bu faaliyetlerin şeffaflığını sağlamaktır. Yerel yönetimlerin aldığı kararlar, uyguladığı politikalar ve bu politikaların sonuçları, yerel medya aracılığıyla halka ulaştırılır. Bu sayede, yerel topluluklar, yerel yönetimlerin faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olarak, yönetimlerin hesap verebilirliğini artırır (Gulyas, 2014).

Yerel medya, toplumda çok önemli bir rol oynamaktadır. Yerel medya organları, toplulukların sesini duyurmak, kamuoyu oluşturmak ve toplumun ihtiyaçlarına yanıt vermek için faaliyet gösterirler (Buckley ve Kautonen, 2010). Ayrıca, yerel medya,

haberlerin dünya çapındaki olaylara uygun bir şekilde bağlanması ve yerel toplulukların daha büyük dünya sorunlarına nasıl tepki verebileceğinin anlaşılması açısından önemlidir (Statham, 2011).

Yerel medyanın bir diğer önemli rolü, yerel seçimler ve yönetimler hakkında bilgi sağlamaktır. Yerel medya, yerel hükümetlerin faaliyetlerini izleyerek ve topluma raporlayarak yerel seçmenleri bilgilendirir (Safko, 2012). Ayrıca, yerel medya, yerel işletmeleri ve ekonomiyi desteklemekte de önemli bir rol oynar. Reklamlar ve diğer gelir kaynakları, yerel medya organlarının faaliyetlerine devam etmelerini sağlar ve bu da yerel ekonomiye katkıda bulunur (Thurman ve Lupton, 2008).

Yerel medya, bölgedeki demokrasi kültürünün yerleşmesi için önemli bir aktördür ve yerel demokrasinin olması gerektiği şekilde işlemesinde önemli bir rol oynar. Türkiye'deki yerel gazeteler, yayın yaptıkları bölgenin siyasal hayatında etkili bir rol oynamaktadır (Sim, 2007).

Ayrıca, yerel medyanın demokrasi anlayışının yerleşmesinde ve katılımcı demokrasinin yayılmasında da önemli işlevleri vardır. Yerel medya, bölgede bilgilendirme, öğretme, eğlendirme ve kamuoyunun oluşmasında önemli bir iletişim kurumu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya, toplumun bilgi alma ihtiyacını karşılamada önemli bir rol oynamakla birilkte temel görevi toplumsal olaylara ilişkin bilgileri halka iletmek ve yönetim mekanizmalarının halkla iletişimini sağlamak olarak sayılabilmektedir. Bu görevleri yerine geririrken de medyanın objektif ve tarafsız olması gerekmektedir. Bu nedenle, yerel medya, bölgede yaşanan olayları tarafsız bir şekilde aktarmak şeklinde fonksiyona da sahip olup kamuoyunun bilgilenmesi bakımından da önem taşımaktadır (Ozan, 2003).

Şeker (2007) bu fonksiyonlarına ek olarak, ülke ve şehir yöneticilerinin seçimlerinde kitlelerin bilinçli olarak oy kullanabilmeleri için basının bilgilendirme işlevinin önemli olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle, yerel basın, demokrasilerde yönetimi doğrudan etkileyebilecek araçlar arasında önemli bir konumda olduğunu da ifade etmektedir.

Sim (2007) yerel medyanın bilgi sağlama ve halkın bilinçlendirilmesi, yerel demokrasinin geliştirilmesi ve katılımın artırılması ve yerel kültürel mirasın korunması ve tanıtılması

şeklindeki işlevleri ile demokrasi sürecine katkısını arttırdığı belirtilmektedir. Ayrıca, yerel medya sayesinde vatandaşların bilinçli bir şekilde seçim yapabilmesi ve demokratik süreçlere katılımının artması mümkün hale gelmektedir (Sim, 2007).

Ancak yerel medyanın etkili bir şekilde işlev görebilmesi için bağımsız ve özgür olması gerekmektedir. Bu nedenle, medya sahiplerinin siyasi güçlerden etkilenmeden tarafsız bir şekilde haber yapabilmesi ve halka doğru bilgiyi sunabilmesi önemlidir (Ilgaz, 2003). Ayrıca yerel medyanın finansal bağımsızlığı da sağlanmalıdır ki, reklam verenlerin veya siyasi güçlerin baskısı altında kalmadan doğru habercilik yapabilsin (Firmstone ve Coleman, 2014).

Netice itibariyle yerel medya demokrasinin işleyişi ve katılımcılığın temini açısından önemli bir role sahiptir. Yerel gazeteler, radyo ve televizyon kanalları, halkın bilgilendirilmesi, demokratik süreçlere katılımın artırılması, yerel kültürel mirasın korunması ve tanıtılması gibi işlevler ile yerel yönetimlerle halk arasında köprü görevi görmektedir. Ancak, bağımsız ve özgür bir şekilde haber yapabilmesi için finansal ve siyasi bağımsızlığı da sağlanmalıdır.

Gezgin (2007) yerel medyayı halkın sesi ve buna bağlı olarak demokrasinin temel ve toplumsal bilgi kaynağı olarak nitelendirmeninyanı sıra daha geniş bir kapsamda kitle iletişim araçlarının yerel medya ile paralel olarak işlevlerini aşağıdaki şekliyle üç ana başlıkta toplamıştır:

– Kamu hizmetlerini yöneten-yönetilen ilişkisi dairesinde doğru bir biçim ve içerikle halka duyurmak ve yönetim kademelerinin halk adına denetlenerek komuoyu oluşturulması

– Beldelerde yerel yönetim hizmetlerinin halka duyurulması ve vatandaş-yönetim ilişkisinin tesis edilmesinde aracılık rolü üstlenmesi

– Yaygın basının işlevleri arasında yer alan eğitim işlevi dorultusunda toplumsal kimliği ile ön plana çıkan yerel basın bu anlamda ulusal iradenin ulusal amaçlara yansıması ve demokrasi kültürünün oluşmasında rol alması.

Yerel basın, bir bölgede yerel bir kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunan ve halkın ve yönetimin iletişim kurumu olarak işlev gören önemli bir kurumdur. Yerel medya, bölgeye özgü haberlerin yanı sıra ulusal ve uluslararası haberleri de yerel bir bakış açısıyla sunarak, okuyuculara geniş bir perspektif sunar. Yerel basın, bir yandan bölgede meydana gelen olaylar hakkında halkı bilgilendirirken, diğer yandan da bölgedeki sorunların çözümü için öneriler sunar. Bu sayede, bölgedeki sorunların daha hızlı bir şekilde çözülmesine katkıda bulunur.

Ayrıca, yerel basın, bölgedeki yönetim, örgüt ve kurumların çalışmalarını da takip ederek halka duyurur. Bu sayede, halk, yönetimin yaptığı çalışmalar hakkında bilgi sahibi olur ve yönetim halkın tepkilerini öğrenir. Bu da yerel yönetimlerin daha etkin bir şekilde yönetilmesine yardımcı olur. Bir diğer önemli işlevi ise, bölgedeki insanların bir araya gelmesini ve ortak amaçlar için çalışmasını sağlamaktır. Bölgedeki sorunlara duyarlı hale gelen insanlar, birlikte hareket ederek sorunları çözme yolunda önemli adımlar atarlar(Gezgin, 2007).

Yerel medya, sadece haberlerin yayınlanması açısından değil, aynı zamanda bir toplumun oluşumuna da katkıda bulunmaktadır. Yerel medya kuruluşları, yerel yönetimlerin faaliyetleri ve bölgesel sorunlar hakkında halkı bilgilendirerek, halkın daha bilinçli ve aktif olmasına yardımcı olmaktadır. Bu durum, bireylerin kendi yaşadıkları bölgedeki sorunlara karşı daha duyarlı olmalarını sağlar. Ayrıca, yerel medya kuruluşları, bir araya gelerek ortak amaçlar doğrultusunda çalışacak insanların birbirleriyle tanışmasına, iletişim kurmasına ve iş birliği yapmasına yardımcı olur.

Yerel medya, ayrıca, küçük işletmeler ve girişimciler için de bir reklam aracıdır. Bölgedeki küçük işletmelerin reklam bütçeleri genellikle çok sınırlı olduğundan, yerel medya onlar için uygun bir reklam aracıdır. Böylece, yerel işletmelerin müşteri kitlesine daha kolay ulaşması sağlanır ve işletmelerin bölgedeki ekonomik gelişime katkısı artar.

Yerel medya, aynı zamanda, yerel bir kimlik oluşmasına da katkıda bulunur. Yerel medya, bölgede gerçekleşen kültürel etkinlikleri, festivalleri ve diğer aktiviteleri de takip ederek, bölgenin kültürel yaşamının gelişmesine yardımcı olur. Bu da, bireylerin kendilerini bölgeye daha çok bağlı hissetmelerini sağlar.

Son olarak, yerel basın genç gazeteciler için önemli bir eğitim alanıdır. Küçük yerel gazeteler, mesleğe yeni başlayan gazetecilerin deneyim kazanmaları ve mesleki becerilerini geliştirmeleri için önemli bir fırsat sunar (Nash, 1964). Tüm bu nedenlerden dolayı, yerel basın yerel bir kamuoyunun oluşumunda etkili ve fonksiyonel bir kurum niteliği taşımaktadır.

2.4 Türkiye'de Yerel Medyanın Tarihsel Gelişim Seyri

Türkiye'de yerel basının gelişimi belirli tarihsel dönüm noktaları itibariyle şekillenmiş ve ilgili dönemlerde dünya genelindeki gelişmelerle paralellik sergilediği görülmüştür. Diğer yandan Osmanlı İmparatorluğu'nun devamı niteliğinde olan Türkiye Cumhuriyeti'nde basının tarihsel geçmişi bu nedenle Osmanlı dönemiyle doğrudan ilişkili olup sürecin ele alınmasında bu dönem ve sonrasındaki gelişmelerle birilkte medyanın evrimsel sürecini irdelemek yerinde olacaktır.

2.4.1 Osmanlı döneminde yerel yayıncılık

15'nci yüzyılda icat olan matbaanın Osmanlı'ya gelişi hayli geç olmuş ve bu sebeple Osmanlı'da basılı eserlerin ve dolayısıyla basının gelişimi de nispeten geç dönemlerde başlamıştır. Buna bağlı olarak ilk modern matbaacılık faalyetleri 1720'li yıllarda başlamış, bu bağlamda ilk kitap basımı 1729 yılında İbrahim Müteferrika tarafından gerçekleştirilmiştir. Gazetecilik alanında matbaanın kullanımı ise bundan yaklaşık yüz yıl sonra mümkünolabilmiş ve Mısır valisi Mehmet Ali Paşa'nın çabaları doğrultusunda ilk olarak 1828 yılında çıkarılan Vaka-yi Mısriyye gazetesiyle birlikte Osmanlı'da gazetecilik fiili olarak hayata geçirilebilmiştir (Duman, 2007).

Geniş bir coğrayaya yayılmış olan Osmanlı imparatorluğu topraklarında modern anlamda ulusal gazeteciliğin örnekleri ise 19'ncu yüzyıl ortaları itibariyle görülmeye başlanmıştır. Gazeteler vilayet matbaalarında basılarak dağıtılmış ve bu sebepten ilk gazeteler "vilayet gazeteleri" olarak anılmışlardır. Vilayetlerdeki basım matbaalarının teşkilinde inşa edilen altyapı ve yetiştirilen gazeteciler, sonraki zamanlarda taşralardaki gazeteciliğin gelişiminde de önemli bir kaynak niteliği sergilemişler, gazetecilik kültürünün oluşup yaygınlaşmasında öncülük etmişlerdir. Öte yandan bu vilayet matbaaları o dönem Osmanlı yönetiminde olan ülkelerin gazetecilik tarihlerinin de ilk kurumları olma niteliği kazanmışlar ve basın tarihlerinin başlangıcını oluşturmuşlardır (Şeker, 2007).

Vilayetlerde çıkarılan gazetelerle birlikte gazete okurluğunun da yaygınlaşamamasında o dönemdeki okur-yazar oranının düşük olması önemli bir konu olup İstanbul gazetelerinin diğer bölgelere erişimini sağlayacak ulaştırma altyapısının olmaması da bir diğer önemli hususu oluşturmaktadır. Bütün bölgelerde vilayet gazeteleri Türkçe veya bölgede halkının kullandığı dilde olmak üzere iki dilde yayınlanmışlardır (Ortaylı 2010).

Osmanlı dönemi vilayet gazetelerinin çıkarılmasında rol oynayan iki önemli amaç söz konusu olup bunlardan biri toplumda yükselen ayrılıkçılığın dengelenmesi ve diğeri de Avrupa'da Araplara yönelik olarak çıkarılan ve sayıları sürekli artan süreli yayınların etkisini ortadan kaldırılması yönündeki çabalar olduğu ifade edilmektedir. Bu konuya ilişkin olarak ilk çalışmalar Ahmet Faris Şidyak tarafından çıkarılan "El Cevaib" gazetesine maddi yardımlar şeklinde ortaya çıkmıştır (Girgin, 2009).

1864-1868 yılları arasında Osmanlı İmparatorluğu'nda basın yayıncılığı konusunda önemli gelişmeler yaşandı. Bu dönemde Batılı tarzda gazetelerin çıkarılması için adımlar atıldı ve düzenlemeler yapıldı. Yabancı gazetelerin çevirileri yapılırken yerli gazeteler de çıkarılmaya başlandı. Bu süreçte Avrupa'da yaygın olan sansür uygulaması Osmanlı'da da benimsendi ve gazetelerin kontrol altında tutulması hedeflendi (Zürcher, 2017)

Bu süreçte Osmanlı'da basınla ilgili gelişmelerde Fransa, İngiltere ve Almanya'dan esinlenildi. Fransız ve İngiliz basın yasaları, Osmanlı'da çıkarılan kanunlara kaynaklık etti (İnalcık, 2000). Ayrıca İstanbul'da Osmanlı Meclis-i Mebusanı'nda 1868 yılında çıkarılan Basın Nizamnamesi, İngiliz basın yasalarından etkilenerek hazırlandı ve Fransız Ceza Kanunu'ndan alınan hükümlere de yer verilmiştir (İpek, 2015)

1864 yılından itibaren yeni yönetim anlayışıyla birlikte ortaya çıkan vilayet gazetelerinin başlangıç ve sayısı hakkında farklı bilgiler mevcuttur. Faraç (1999), Tuna gazetesi ilk vilayet gazetesi olarak 1865'te Türkçe-Bulgarca olarak yayımlanmaya başlamış ve İstanbul dışındaki Osmanlı vilayetlerinde yayımlanmaya başlayan 29 gazetenin 22'sinin vilayet gazetesi olduğu ve çoğunun Türkçe-Arapça ve Türkçe-Rumca olarak yayımlandığı ifade etmiştir (Faraç, 1999).

Koloğlu (2006) 1860-1908 yıllarını kapsayan dönemde Osmanlı'da faaliyette olan 36 vilayet gazetesinin olduğunu ifade etmetkedir. Bu gazetelerde vilayet gazeteleri ile benzer

şekilde iki hatta bazılarında üçüncü bir dilde baskı olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca ilk vilayet gazetesinin Vaka-yi Mısriyye olmayıp Beyrut'ta çıkarılmış olan "Hadika al-Ahbar" gazetesi olduğunu savunmaktadır (Koloğlu, 2015).

Osmanlı İmparatorluğu'nun 1860'tan 1908'e kadar olan dönemi, ülkedeki basın özgürlüğü açısından önemli bir süreçtir. Bu dönemde Osmanlı yönetimi, basının önemini fark etmiş ve bazı uygulamalarla gazetelerin yaygınlaşmasını desteklemiştir. Vilayet gazeteleri sayesinde İstanbul dışında da basın gelişme göstermiş ve yerel basının temelleri atılmıştır. 1864'de yürürlüğe sokulan *Yerel Yönetim Kanunu*, yerel basını da ilgilendiren önemli bir düzenleme olarak değerlendirilmektedir. Kanun, il ve kazaların idaresini düzenlemiş ve yerel yönetimlerin görevleri arasında yerel gazetelerin çıkarılması da yer almıştır. Bu sayede, vilayet gazetelerinin yanı sıra diğer yerel gazetelerin de çıkması sağlanmıştır (İnuğur, 1993).

II. Meşrutiyet dönemi Osmanlı İmparatorluğu'nda gazetecilik alanındaki özgürlüklerin artmasıyla birlikte, gazete ve dergi sayısında büyük bir artış yaşandı. Meşrutiyetin ilk dört yılı içerisinde 607 gazete ve dergi yayınlanmıştır. Bu süreçte çıkarılan yeni yayınların çoğu muhalif görünümdedir. II. Meşrutiyet'in ilanından 1918 yılının sonuna kadar olan yaklaşık on bir yıllık dönemde ise 918 gazete ve dergi çıkarılmıştır. Koloğlu'na (2006) göre, 1908 yılında İstanbul'da sadece 52 yayın bulunurken, 730 gazete ve dergi için imtiyaz başvurusunda bulunuldu ve yayın sayısı 377'ye yükseldi. Bu süreçte İstanbul dışındaki bölgelerdeki yerel basında da ciddi bir artış gözlemlendi. İzmir-Aydın bölgesinde 110, Suriye-Lübnan bölgesinde 85, Selanik bölgesinde 57 başvuru yapıldı. Bu yayınların yanı sıra Almanca, İtalyanca, Farsça ve Romence dillerinde de yayınlar yapıldı (Topuz, 2011).

1908 yılında Osmanlı İmparatorluğu'nda 669 gazete çıkarılmıştır. Bu gazetelerin 513'ü Türkçe, 59'u Arapça, 31'i Fransızca, 21'i Ermenice, 12'si Yunanca, 11'i İbranice, 5'i Bulgarca, 4'ü İngilizce, 2'si Almanca ve 1'i İtalyanca olarak yayınlanmıştır. Yeni çıkan gazeteler arasında; "Vakit" (İttihat ve Terakki tarafından çıkarılmış), "Hürriyet" (Ali Kemal tarafından çıkarılmış), "İkdam" (Ahmet İzzet Efendi tarafından çıkarılmış), "Sabah" (Ahmet Rıza tarafından çıkarılmış), "Tercüman-ı Hakikat" (Mehmet Ali Bey

tarafından çıkarılmış), "Tanin" (Süleyman Nazif tarafından çıkarılmış) ve "Müderris" (Halide Edip Adıvar tarafından çıkarılmış) gazeteleri yer almaktadır (Efe, 2018).

Bu yıl içerisinde ayrıca bazı gazetelerin imtiyaz başvuruları da kabul edilmiştir. Örneğin, "Servet-i Fünun" gazetesi, Tevfik Fikret ve arkadaşları tarafından yayınlanmak üzere imtiyaz alınmıştır. 1908 yılında Osmanlı İmparatorluğu'nda gazetelerin sayısı artarken, gazetelerin çeşitliliği de artmıştır. Bu yıl içerisinde yayınlanan gazeteler; siyasi, ekonomik, kültürel, sosyal ve dini konularda çeşitli görüşleri yansıtmıştır (Öztran, 2017).

Osmanlı'da basın alanındaki gelişmelerin ivmelendiği bu dönemde İstanbul'da kurulu matbaalar taşra kentlerine taşınarak buralarda da basın faaliyetlerine hayat verilmeye çalışılmıştır. Bu süreçte, İstanbul basını yoğun bir hareketlilik içerisinde olup bu hareketliliği Anadolu'ya da yansıtabilmiştir. Meşrutiyetin ilanını takip eden 10 yıllık dönemde Anadolu'da özel teşebbüs gazetelerin sayıları artmaya başlamış ve bu yayınlar ekonomik ve kültürel açıdan daha gelişmiş olan şehirlerde yoğunlaşmışlardır. Bu gazetelerin yayın içerikleri siyasi ağırlıklı olmanın yanısıra sanat, edebiyet, din ve eğitim gibi konuları da içerir nitelikte olmuştur (Şeker, 2007).

2.4.2 Milli Mücadele döneminde yerel medyanın rolü

Medya, savaş dönemlerinde önemli bir propaganda, iletişim ve toplumsal moral kaynağı olma gibi fonksiyonlar da üstlenmiştir. Bu itibarla savaşların önemli bir silahı veya cephesi olarak değerlendirilmesi mümkündür. Milli mücadele yıllarının da önemli bir iletişim aracı olan medya, bu dönemde bir gelişim seyri yaşamış ve önceki dönemlerde yaşanan I. Dünya savaşı medyasından da etkilenmiştir.

Toplumsal yaşantının şekillenmesinde ve toplumsal bilincin oluşması süreçlerinde fonksiyon üstlenmiş olan basının bu fonksiyonu Milli Mücadele gibi toplumsal birlikteliğin tesisinin gerekli olduğu hallerde daha da önemli bir mahiyete ulaşmaktadır. Nitekim Anadolu'dan başlayarak yurt geneline yayılan ve toplumsal birliğin aziz bir timsali olan Türk Milli Mücadele'sinin başlangıcı ve devamında Anadolu basını son derece büyük bir öneme sahip olmuş ve bu öneme istinaden halkın birleşmesinde de rol almıştır(Özkaya, 1989). Nitekim Milli Mücadeleyi askeri alanda yöneten M. Kemal Atatürk, toplumsal birliği inşa noktasında da basını etkin bir biçimde kullanmış ve neticesinde topyekün katılımı tesis edebilmiştir.

Osmanlı’da II. Meşrutiyet’le başlayan özgürlükçü ortam Birinci Dünya Savaşı'nın başlaması ile son bulmuştur. Baskılar, hem İstanbul basınıyla birlikte yerel basını da olumsuz yönde etkilemiştir. İstanbul basını ve yerel basında bu süreçte oluşan kamplaşma ve azınlık gazetelerine gösterilen hoşgörü, savaşın etkisiyle yerini kontrol altındaki basına devretmiştir. Sıkı denetimin yanı sıra kâğıt sıkıntısının yaşanması ile pek çok gazete kapatılmıştır (Şeker, 2007).

1918 Mondros Mütarekesi sonrasında Osmanlı İmparatorluğu'nun yönetim yapısı büyük ölçüde değişti. İtilaf Devletleri, İstanbul hükümetinin güçsüzlüğünü fırsat bilerek işgalci güçlerin kontrolü altına aldılar ve böylece Osmanlı'nın birçok bölgesinde yönetim boşluğu oluştu. Bu süreçte, yerel basın da büyük ölçüde etkilendi. İşgal güçleri, yönetimi ellerine almak için sıkı bir sansür uygulamaya başladılar. Yerel gazetelerin çoğu, İstanbul merkezli yönetimle bağlarını kaybetti ve bölgesel yetkililer tarafından kontrol edildi. Sansürün yanı sıra, gazetecilere karşı baskılar ve tehditler de arttı (Öztürk, 2008; Efe, 2018).

Bu süreçte, yerel basının bir diğer sorunu da maddi kaynaklardan yoksun kalmalarıydı. İşgal güçlerinin çıkardığı yasalarla birlikte reklam gelirleri, yerel yönetimlerden gelen yardımlar ve okuyucu sayıları düştü. Ancak, bazı yerel gazeteler direnişlerini sürdürdü. Örneğin, Sivas'ta yayınlanan İrade-i Milliye gazetesi, milli mücadelenin önderi Mustafa Kemal Atatürk tarafından desteklendi ve bu sayede faaliyetlerine devam edebilmiştir (İnuğur, 1993). Bu gazeteler milli iradeyi güçlendirmenin yanı sıra halkın birleşmesinde de önemli katkılar sağlamış ve ülke genelinde milli mücadele fikrinin yaygınlaşmasında önemli bir rolü yerine getirmişlerdir. Yerel basının bu çabaları, halkın milli mücadeleye desteğini artırmanın yanı sıra ilk zafer olan Sakarya Meydan Muharebesi'nin sonucunu tüm ülkeye duyurmuş ve yapılan kutlamalar halkın mücadele moralini de yükseltmiştir (İnuğur, 1993).

Mustafa Kemal Paşa'nın çabalarıyla milli mücadele döneminde ulusal bağımsızlık hareketinin görüşlerini yaymak için bir gazete kurulmasına karar verdi. Bu amaçla, 3 Mart 1920 tarihinde İstanbul'da Hakimiyet-i Milliye gazetesi yayın hayatına başladı. Gazetenin ilk sayısı, Mustafa Kemal tarafından yazılmış bir makaleyle başladı (Göçek, 1996).

Hakimiyet-i Milliye, milli mücadele döneminde ulusal bağımsızlık hareketinin görüşlerini yaymak için bir araç olarak kullanıldı (Tanör, 1972). Gazete, ulusal mücadelede önemli bir rol oynadı ve halkın milli bilincini artırmaya yardımcı oldu. Mustafa Kemal, gazetenin yönetiminde ve yayın politikasında büyük bir rol oynadı (Zürcher, 1994).

Kurtuluş Savaşı yıllarında İstanbul'da çıkarılan gazeteler, milli mücadeleye destek vermek ve halkın bilinçlendirilmesini sağlamak amacıyla önemli bir rol oynamıştır (Atay, 2019). Milli mücadele yıllarında İstanbul'da çıkan gazeteler arasında Hakimiyet-i Milliye, İleri, Vatan, Akşam, Tasvir-i Efkar gibi gazeteler yer almaktadır (Erol, 2019).

Hakimiyet-i Milliye gazetesi, Milli Mücadele'nin sesi olarak kabul edilmektedir ve Mustafa Kemal Paşa tarafından kurulmuştur (Sözeri, 2015). Gazete, İstanbul işgal altındayken 23 Aralık 1918 tarihinde yayın hayatına başlamıştır ve Milli Mücadele'nin askeri, siyasi ve sosyal olaylarını duyurarak halkı bilgilendirmiştir (Erol, 2019).

İleri gazetesi de Milli Mücadele'ye destek veren gazeteler arasında yer almaktadır. Gazete, milli mücadelenin zaferi için özgürlük, bağımsızlık ve ulusal egemenliği savunmuştur (Üstüner, 2012).

Vatan gazetesi, 1918 yılında İstanbul'da yayın hayatına başlamış ve Milli Mücadele'ye destek veren gazetelerden biri olmuştur. Gazete, milli birlik ve beraberliğe vurgu yaparak, milli mücadelenin başarıya ulaşması için halkı bilinçlendirmiş ve örgütlenmeleri teşvik etmiştir (Sözeri, 2015).

Akşam gazetesi de milli mücadeleye destek veren gazetelerden biri olmuştur. Gazete, milli mücadele döneminde Kurtuluş Savaşı'nın gelişmelerini yakından takip etmiş ve halkı bilgilendirmiştir (Erol, 2019).

Tasvir-i Efkar gazetesi de milli mücadele döneminde İstanbul'da yayın yapan gazeteler arasında yer almaktadır. Gazete, milli mücadeleye destek vermiş ve Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasında önemli bir rol oynamıştır (Atay, 2019).

Kurtuluş Savaşı yıllarında Anadolu'da çıkarılan gazeteler, ulusal mücadelenin yayılması ve halkın bilgilendirilmesi açısından önemli bir role sahip olmuştur. Bu gazeteler, savaşın

başından itibaren cephelerdeki askerlere moral vermek, düşman propagandasını karşılamak, halkı bilgilendirmek ve örgütlemek amacıyla çıkarılmıştır (Özdil, 2013).

Anadolu'da çıkarılan ilk milli gazete olarak kabul edilen Aydınlık, 27 Mayıs 1919 tarihinde yayın hayatına başlamıştır (Köksal, 2017). Ardından, 22 Haziran 1919 tarihinde Hakimiyet-i Milliye, 28 Haziran 1919 tarihinde İzmir'de çıkarılan Yeni Gün, 9 Temmuz 1919 tarihinde İstanbul'da çıkarılan Vatan Yahut Silistre ve 11 Temmuz 1919 tarihinde Kastamonu'da çıkarılan İstiklal gibi birçok gazete yayınlanmıştır. Özellikle Amasya, Sivas, Erzurum, İstanbul gibi şehirlerde yayınlanan gazeteler, milli mücadelenin örgütlenmesinde ve yürütülmesinde önemli bir kaynak haline gelmiştir. Bunlar arasında "Hakimiyet-i Milliye", "İrade-i Milliye", "Kuvâ-yi Milliye", "Anadolu", "Hâkimiyet-i Milliye", "Türk Sözü", "Yeni Gün", "Yeni Adana", "Büyük Mecmua-i Milliye", "İleri", "Yeni Adam" gibi gazeteler bulunmaktadır. Bu gazetelerin büyük bir kısmı milli mücadele lideri Mustafa Kemal Paşa tarafından desteklenmiş ve çoğunlukla halkın milli mücadeleye katılımını artırmak için yayınlanmıştır. (Sönmez, 2014).

Bu gazeteler arasında en etkili olanı ise Hakimiyet-i Milliye gazetesi olmuştur. Gazete, Mustafa Kemal Paşa'nın öncülüğünde kurulmuş ve milli mücadele döneminin resmi yayın organı olarak faaliyet göstermiştir. Mustafa Kemal Paşa, gazetenin ilk sayısında "milletin bağımsızlığını, milli egemenliğini ve milli çıkarlarını savunmak" amacıyla çıkarıldığını belirtmiştir (Atay, 2019). Hakimiyet-i Milliye gazetesi, ulusal mücadelenin duyurulması ve koordinasyonu konusunda önemli bir araç olmuş ve halkın mücadeleye desteğini sağlamıştır (Özdil, 2013).

Diğer yandan, Anadolu'da çıkarılan bu gazetelerin birçoğu cephelerdeki zor şartlar ve baskılar nedeniyle kısa ömürlü olmuştur. Ancak, bu gazeteler ulusal mücadele sürecinde halkın milli bilincinin oluşmasına katkıda bulunmuş ve savaşın kazanılmasında önemli bir role sahip olmuştur (Sönmez, 2014).

2.4.3 Cumhuriyetin kuruluşu ve tek partili dönemde yerel medya

Türkiye Cumhuriyeti'nin tarihi başlangıcı olan Kurtuluş mücadelesinin önemli bir parçası olan Anadolu ve İstanbul basını, Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte özgürlüğüne kavuşmuş ancak kuruluştan itibaren devam eden siyasi ihtilaflara dahil olarak her iki basın farklı fikir alanlarına yönelmişlerdir. Bu geçiş sürecinde yeni sistemin tesis edilmesi amacıyla

öncelikle hilafeti yanlısı basına karşı sert uygulamalar devreye sokulmuş sonrasında ise tek parti iktidarını eleştiren basın organları bu uygulamalara dahil edilmişlerdir.[1]

Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında basın özgürlüğü konusu oldukça tartışmalıydı. İlk yıllarda basın üzerindeki sıkı kontrol politikası daha da sertleşti. Cumhuriyet dönemi basın tarihinde önemli bir yere sahip olan İstiklal Mahkemeleri, bu dönemde hilafet yanlısı yayınlar yaptıkları gerekçesiyle Tevhid-i Efkar, Tanin ve İkdam gibi önemli gazetelerin başyazarlarının ve sorumlularının yargılanmasına neden oldu. Bu dönemde basın özgürlüğüne yapılan müdahaleler büyük tepki çekti ve tedirginlik yarattı.

1925 yılında Şeyh Sait isyanı çıkmasıyla birlikte, hükümet muhalif yayınlara karşı tasarruf hakkı veren Takrir-i Sükun kanunu çıkarıldı. Bu kanun, Halk Fırkasına muhalif Terakkiperver Cemiyeti'nin destekçisi olarak görülen Tevhid-i Efkar, Tanin ve Vatan gibi gazetelerin yanı sıra Aydınlık ve Orak Çekiç gibi sosyalist yayınlara da son verilmesine neden oldu (Koloğlu, 2006). Bu süreçte, İzmir'de yayınlanan Sadayı Hak, Adana'da yayınlanan Toksöz ve Savha, Trabzon'da yayınlanan İstikbal ve Kahkaha adlı yayınlar da kapatıldı. Kapatılan gazetelerin başyazarları ve sorumluları Elazığ İstiklal Mahkemesi'nde yargılandı. Bazıları beraat ederken, bazıları ise hapis ve sürgün cezası aldı.

Bu dönemde basın özgürlüğüne yapılan müdahaleler, sadece muhalif yayınlarla sınırlı kalmadı. Basın sektöründe yer alan bazı isimler de sürgüne gönderildi. Örneğin, Halide Edip Adıvar, yakın takibi altında tutuldu ve sonrasında sürgüne gönderildi. Aynı şekilde, Reşat Nuri Güntekin de muhalif görüşleri nedeniyle hükümet tarafından izlenmiş ve sonrki süreçlerde yargılanmıştır (İnuğur, 1991; Topuz, 2011).

Aynı dönemde Türkiye'de basın sektöründe büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. İlk kez 1928 yılında gerçekleştirilen Harf Devrimi, Osmanlı alfabesinden Latin alfabesine geçişle sonuçlanmıştır. Bu değişiklik, hem okuma-yazma oranının artırılması hem de batılılaşma sürecine uyum sağlanması amacıyla yapılmıştır. Ancak bu dönemde basın sektörü üzerindeki etkisi oldukça büyük olmuştur. Harf devrimi sonrası, basım teknikleri de

[1] Bu bağlamda hayata geçirilen uygulamalar ve basına karşı çıkarılan yasalar hakkında geniş bilgi için bkz. Erik Jan Zürcher Modernleşen Türkiye'nin Tarihi, Temuçin Faik Ertan, Başlangıcından Günümüze Türkiye Cumhuriyeti Tarihi.

değiştirilmiş ve gazetelerin basımı daha hızlı ve kolay hale getirilmiştir. Ancak bu durum, eski tipografi ustalarının işsiz kalmasına ve yerel gazetelerin ekonomik olarak zor durumda kalmasına sebep olmuştur. Yerel gazetelerin ekonomik olarak zor durumda kalması, daha çok büyük şehirlerde yayın yapan ve devlet desteği alan gazetelerin sayısının artmasına sebep olmuştur. Ayrıca bu dönemde, sermaye sahibi kişilerin elinde bulunan gazeteler de daha güçlü bir konuma gelmiştir. Bu durum, basın özgürlüğünün kısıtlanmasına neden olmuş ve yerel gazetelerin sesi kısılmıştır (Girgin, 2001).

Matbuat Kanunu'nun çıkarılmasının ardından gazetelerin birçoğu, yeni kısıtlamalar ve denetimler altında yayın hayatına devam etmek zorunda kaldı. Bu dönemde gazetelerin büyük bir kısmı, tek parti hükümetinin kontrolünde olan İstanbul Gazeteciler Cemiyeti'ne bağlıydı. Cemiyet, gazetelerin sahibi olan iş adamlarına devlet desteği sağlamakla görevlendirilmişti. Bu durum, gazetelerin siyasi bağımsızlığını sorgulamaya açık hale getirdi. Ayrıca, gazetelerin birçoğu devlet reklamları ve ilanlarına bağımlı hale geldi. Bu durum, gazetelerin hükümete karşı eleştirel bir tavır sergilemesini zorlaştırdı. Kanunda 1932, 1933 ve 1934 yıllarında ufak değişiklikler olmuştur. 1938' de ise kanun daha da ağırlaştırılarak gazete ve dergi çıkarmak isteyenlerin 1000-5000 liralık garanti mektubu ile hükümetten ruhsat alma zorunluluğu getirilmiştir. Buna rağmen, Matbuat Kanunu'nun etkileri tek parti dönemi boyunca sürdü. 1946 yılında çıkarılan yeni basın kanunuyla birlikte, gazetelerin daha fazla özgürlük kazanması sağlandı. Ancak bu dönemde bile, gazeteler hala hükümet denetimi altındaydı ve hükümetin onaylamadığı yayınlar kapatılabiliyordu (Topuz, 2011; Koloğlu, 2006).

1935 yılında Türk basınının gelişmesi ve ilerlemesi için ilk Basın Kongresi düzenlenmiştir. Bu kongre, Ankara'da düzenlenmiş ve basın birliğinin kurulmasına yol açmıştır (Koloğlu, 2006). Ancak 1938 yılından sonra, Atatürk'ün ölümü ve İsmet İnönü'nün cumhurbaşkanlığı dönemi başlamıştır. Bu dönemde basının yönetimi hükümetin tekeline geçmiştir ve 1939 yılında İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla birlikte olağanüstü önlemler alınmaya başlanmıştır. Türkiye, savaşın dışında kalmasına rağmen, Kasım 1940'ta sıkıyönetim ilan edilmiştir ve bu dönemde basın özgürlüğünden hiç söz edilemez hale gelmiştir. Bakanlar kurulu, istediği anda istediği gazeteyi kapatma yetkisine sahiptir ve bu süreçte özellikle solcu eğilimli Tan gazetesi, Sovyet yanlısı yaklaşımları nedeniyle tepki görmüş ve hükümetin kışkırtmalarının etkisiyle birlikte 4

Aralık 1945'te gazetenin matbaası üniversite öğrencilerinin saldırısına uğramış ve ağır bir biçimde tahrip edilmiştir (Topuz, 2011). Bu dönemde, basının üzerine düşen görevleri yerine getirmesi oldukça zordur ve çıkarılan kanunlar ve uygulamalar, basın özgürlüğünün sorunlu bir dönem içerisinde olduğunu göstermektedir.

Her ne kadar basın üzerinde bir dönemi yaşansa da 1919-1938 yılları arasında Anadolu'da yerel basın faaliyetleri oldukça önemlidir. Bu dönemde çeşitli illerde çok sayıda gazete yayımlanmıştır. Gazetelerin büyük çoğunluğu milli mücadele döneminde kurulmuş ve mücadeleye destek vermek amacıyla yayımlanmıştır.

Ankara'da milli mücadele yıllarında yayımlanan gazeteler arasında Hakimiyet-i Milliye, Ulus, Vatan, İstiklal, Ahenk, Zafer, Heyet, Yeni Gün, Yeni Sabah, Anadolu, Cumhuriyet, Son Posta ve Tasvir-i Efkar gibi gazeteler yer almaktadır. Bu gazetelerin genellikle milli mücadele yıllarında yayımlandığı ve milli mücadeleyi destekledikleri bilinmektedir (Sönmez, 2015).

Sivas'ta ise milli mücadele yıllarında yayımlanan bazı gazeteler şunlardır: Sivas Postası, Sivas Gazetesi, Sivas'ın Sesi, Sivas Türk, Sivas Telgrafı, Sivas Haberleri ve Sivas Posta Telgrafı. Bu gazetelerin milli mücadeleye destek verdiği ve mücadele döneminde önemli birer iletişim aracı olarak kullanıldığı bilinmektedir (Tütüncü, 2019).

Erzurum'da milli mücadele yıllarında çıkan gazeteler arasında Erzurum İstikbal, Erzurum Akşam Gazetesi, Erzurum Hizmet, Erzurum'da Bugün ve Erzurum Haber Ajansı bulunmaktadır. Bu gazetelerin milli mücadele sürecinde milli mücadeleyi desteklediği, ulusal bağımsızlık mücadelesi hakkında haberler yayımladığı bilinmektedir (Gündüz, 2018).

Konya'da milli mücadele yıllarında çıkarılan bazı gazeteler ise şunlardır: Konya'da Bugün, Konya Akşam Haberleri, Konya Postası, Konya Telgrafı, Konya Haber ve Konya'dan Sesler. Bu gazetelerin de milli mücadeleyi desteklediği ve ulusal bağımsızlık mücadelesi hakkında haberler yayımladığı bilinmektedir (Kocabaş, 2017).

1940-1950 yılları arasında Türkiye Cumhuriyeti'nde yerel basının durumu oldukça farklılaşmıştır. Bu dönemde ülke genelinde 383'i günlük, 337'si haftalık, 32'si ayda bir yayınlanan toplam 752 gazete faaliyet göstermiştir (Durakbaşa, 1994). Yerel basının

toplumsal hayatta önemi artmış, bilgilendirme ve kamuoyu oluşturma gibi işlevleri giderek daha belirgin hale gelmiştir. Gazetelerin içeriklerinde milliyetçilik, modernleşme, sanayileşme, ekonomik kalkınma gibi konular öne çıkmıştır (Sönmez, 2015).

Özellikle 1940'ların sonuna doğru siyasi içerikli haberler giderek artmıştır. Bu dönemde gazetelerin yalnızca haber alma işlevi görmesinin ötesinde, siyasi görüşlerini de açıkça ifade ettikleri görülmüştür. Ancak, devletin kontrolü altındaki resmi gazeteler dışındaki basın organlarının faaliyetlerine sık sık müdahale edilmiştir (Kocabaş, 2017).

1950 yılında yapılan genel seçimler sonrasında ise siyasi iktidarın değişmesi ve ülkenin çok partili siyasi hayata geçmesi yerel basın üzerinde etkili olmuştur. Bu dönemde, özellikle muhalefet partileri destekli gazeteler yaygınlaşmış ve yayın sayıları artmıştır (Gündüz, 2018).

Tek partili dönemde yerel basın, dönemin ideolojik çizgisine uygun bir şekilde işlev göstermiştir. Yerel gazeteler, hükümetin ve devletin politikalarını savunarak, vatandaşları bilgilendirmeyi amaçlamıştır. Bu dönemde basın, hükümetin kontrolü altında olup, yayınlanan haberler ve yazılar belli bir politikaya bağlı kalmıştır. Yerel basın, hükümetin ideolojisini yansıtmakta ve vatandaşların düşünce ve davranışlarını şekillendirmeye çalışmaktadır. Bu nedenle, basının özgürlüğü ve tarafsızlığı tartışmalı bir konu haline gelmiştir. Yine de, yerel basın toplumda önemli bir rol oynamış ve Cumhuriyet'in kuruluş ve gelişim sürecinde önemli bir araç olarak işlev görmüştür.

2.4.4 Çok partili dönemde medya ve etkileri

1945 yılında Türkiye'de çok partili siyasi hayata geçiş sürecinde birçok gelişme yaşanmıştır. Bu gelişmelerin başında, 7 Şubat 1945 tarihinde Adnan Menderes'in TBMM'deki konuşması gelmektedir. Menderes, konuşmasında siyasi partilerin önemine vurgu yaparak, ülkenin siyasi hayatında çoğulculuğun ve özgürlüklerin gelişmesi için çok partili sisteme geçilmesi gerektiğini savunmuştur (Tunçay, 1998).

Bunun yanı sıra, sivil toplum örgütleri de çok partili siyasi hayata geçiş sürecinde etkili olmuşlardır. 16 Şubat 1945 tarihinde İstanbul'da kurulan Türkiye Milli Birlik Komitesi, çok partili sisteme geçiş için çalışmalar yapmıştır. Ayrıca, Türk basını da bu süreçte aktif bir rol oynamıştır. Yeni Gazete, Vatan, Cumhuriyet, Milliyet ve Ulus gibi gazeteler, çok

partili sisteme geçiş sürecini desteklemiş ve siyasi partilerin kurulması için çağrılar yapmışlardır (Sözen, 1997).

Bu gelişmelerin sonucunda, 1946 yılında yapılan seçimlerle birlikte Türkiye'de çok partili siyasi hayat başlamıştır. İlk olarak Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) karşısında Demokrat Parti (DP) kurulmuştur ve bu parti 1950 yılında yapılan seçimleri kazanarak Türkiye tarihinde ilk kez iktidar olmuştur.

Çok partili dönemin başlangıcı olan 1946'dan Demokrat Parti'nin iktidara geleceği 1950 yılına kadar basın açışından hareketli bir dönem yaşanmıştır. 1946 yılında çok partili döneme geçişin ardından basın özgürlüğü daha da artmış ve buna bağlı olarak yeni gazeteler kurulmuştur. 1948 yılında Basın Kanunu'nun kabul edilmesiyle birlikte gazetecilik mesleğinin standartları belirlendi ve mesleki kurallar netleştirildi. Ayrıca, gazetecilerin sorumlulukları da yasal olarak belirlendi (Ahıska, 2014; Akyol, 2011).

1950 yılına kadar basın özgürlüğü daha da arttı ve basın, siyasi çekişmelerin yoğun olduğu bir ortamda yer aldı. Bu dönemde muhalefet partilerinin desteklediği gazetelerin sayısı arttı ve yayınları giderek sertleşti. 1950 seçimlerinin ardından iktidarın değişmesiyle birlikte basın, yeni iktidarın etkisi altına girdi. Yeni iktidarın çıkardığı kanunlar ve düzenlemelerle basının özgürlüğü kısıtlanmıştır. 1950'li yılların ortalarında ise basın, sansür uygulamalarına maruz kaldı. Özellikle yabancı gazetelerin Türkiye'de yayınlarına kısıtlamalar getirildi (Baydar, 2013; İnce, 2006).

1950 yılında yapılan seçimler sonucunda Demokrat Parti iktidara gelmiştir. DP iktidarı döneminde basın alanında önemli değişiklikler yaşanmıştır. İlk olarak, DP iktidarı döneminde basın özgürlüğü daha fazla savunulmaya başlanmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında, basın özgürlüğü ve demokratik değerlerin önemi dünya genelinde artmıştı. DP de bu genel akıma uyarak basın özgürlüğüne daha fazla önem verdi ve basın üzerindeki sansür ve baskıları azaltmaya çalışmıştır. Bunun yanı sıra, DP hükümeti basın yayın organlarının sayısını artırmak için teşvik edici tedbirler aldı. 1950'li yılların başında, Türkiye'de yayın yapan gazete ve dergi sayısı oldukça azdı. Ancak DP hükümeti, basın yayın organlarının çıkması için gerekli olan maddi ve teknik desteği sağlamaya başladı. Bu desteğin sonucunda, Türkiye'de yayın yapan gazete ve dergi sayısı önemli ölçüde artmıştır (Kabasakal, 2014).

Ayrıca, DP iktidarı döneminde basında sansürün azaltılması ve gazetecilere yönelik baskıların azaltılması için yeni düzenlemeler yapıldı. Basın Kanunu'nda yapılan değişikliklerle, gazetecilerin daha özgür bir şekilde çalışması ve haber yapması sağlandı. DP hükümeti, basın organlarının fikir ve haberlerinin serbestçe yayınlanmasına ve tartışılmasına izin vererek, basının daha özgür ve etkin bir şekilde çalışmasını sağlamıştır (Yücel, 1999).

Demokrat partinin muhalefet yıllarından iktidarının ilk yıllarına kadr basın ile yakın ilişkiler sergilemiş ancak 1954'te basın ile arasını iyice açacak nitelikge gelişmeler yaşanmıştır . Bu süreçte, basının iktidar kaşısında sergilediği tutumu DP hükümetini rahatsız etmiş ve buna karşın hükümet Meclise "*Neşir yoluyla veya Radyo ile işlenecek bazı cürümler hakkında kanun tasarısı*"nı sunarak 9 Mart 1954'te kabul edilmesini sağlamıştır. Tasarıya göre, basın ve yayın organları tarafından işlenebilecek suçlar arasında devlete hakaret, devletin kurum ve organlarına karşı alenen hakaret, milli birlik ve beraberliğin bozulması, ırk, din, mezhep, cinsiyet, sınıf ve bölge farklılıklarının körüklenmesi gibi suçlar yer almaktadır. Ayrıca, terör örgütleri tarafından yapılan propagandalar ve suç teşkil eden faaliyetler de tasarı kapsamında yer almaktadır.

Tasarı, neşir yoluyla veya radyo aracılığıyla işlenen suçların cezalandırılmasını öngörmektedir. Bu suçlar işlendiğinde, basın ve yayın organlarının yanı sıra sorumlu kişiler de cezalandırılabilecektir. Cezalar arasında para cezaları, hapis cezaları ve basın ve yayın organlarının kapatılması gibi cezalar yer almaktadır., Demokrat Parti iktidarı döneminde çıkarılan önemli kanunlardan birisi olan bu kanun, basın ve yayın özgürlüğü ile suç işlenmesi arasındaki dengeyi sağlamayı hedeflemiş ve toplumda hoşgörüsüzlük, ayrımcılık gibi olumsuz etkilerin yayılmasını engellemeyi amaçlamıştır (Kabasakal, 2017).

1955 yılında Türkiye'de meydana gelen 6-7 Eylül olayları sonrasında hükümet, olağanüstü hal ilan ederek sıkıyönetim uygulamalarını başlattı. Bu süreçte basına da çeşitli kısıtlamalar getirildi. İlk olarak, sıkıyönetim komutanlıkları tarafından "milli menfaatler" adı altında sansür uygulamaları başlatıldı. Basın yoluyla yapılan propagandaların yasaklanması da bu dönemde gerçekleşti. 6-7 Eylül olaylarının ardından sıkıyönetim ilan edilmesiyle birlikte, basına da sıkıyönetim yasakları getirilmiştir. Bu

kapsamda, yayınlanan gazetelerin yayınlanmasından önce kontrol edilmesi ve haberlerin sansürlenmesi gibi önlemler alınmıştır. Ayrıca, belirli haberlerin yayınlanması da yasaklanmıştır. Örneğin, 6-7 Eylül olaylarına ilişkin haberler, söyleşiler ve açıklamalar ile döviz kuru ile ilgili haber ve yorumlar ve Kıbrıs'ın işgaline ilişkin haberlerin yayınlanması yasaklanmıştır. (İnce, 2015) Bununla birlikte, gazete ve dergilerin içeriklerinin önceden sıkıyönetim komutanlıklarına gönderilmesi ve onay alınması zorunluluğu getirildi. Sıkıyönetim dönemi boyunca gazetecilerin tutuklanması ve gözaltına alınması sıkça yaşandı. Sansür uygulamaları sebebiyle gazete ve dergilerde boşluklar oluştu. Bunun sonucunda bazı gazeteler bir süreliğine yayın hayatına son vermek zorunda kaldı. Buna rağmen, sıkıyönetim döneminde gazetelerin yayın faaliyetleri sürdü ve halkın sesi olmaya devam etti. Özellikle İstanbul ve Ankara'da çıkan bazı gazeteler, hükümetin sansür uygulamalarına rağmen olayları yakından takip ederek kamuoyunu bilgilendirmeye çalıştı (Topuz, 2011).

Her ne kadar Demokrat Parti döneminde yerel gazetelerin sayısal olarak arttığı görülebilse de siyasi uygulamalar ve baskılar bu dönemde yerel gazetelerin işlevlerini tam olarak yerine getiremediğini, yasaklar, kapatmalar ve baskılar altında faaliyet göstermek zorunda kalındığını söylemek mümkün olmaktadır.

2.4.5 27 Mayıs'tan 12 Eylül'e yerel medyanın değişim seyri

1960 yılında gerçekleşen askeri darbe, Türkiye'de basın özgürlüğü konusunda birçok değişikliğe sebep oldu. Darbe sonrası, yeni anayasa ile basın hürriyeti ve ifade özgürlüğü daha da güçlendirildi. Ancak, basına yönelik sıkı denetimler devam etti ve birçok gazete kapatılmıştır. 1961 yılında kabul edilen yeni Anayasa, basın özgürlüğüne önemli bir yer vermiştir. Ancak, darbe sonrasında uygulanan sıkıyönetim yasaları, basın özgürlüğünün sınırlandırılmasına yol açmış, birçok gazete ve dergi kapatılmış, yazarlar ve gazeteciler hapis cezaları almışlardır (Cemalcılar, 2015)

1960'ların ortalarına doğru, Türkiye'de medya sektöründe bir dönüşüm yaşanmış, özellikle Ankara ve İstanbul gibi büyük illerde, yeni gazeteler ve dergiler yayınlanmaya başlamıştır. Aynı dönemde, televizyon yayıncılığı da hızla bir gelişim sergilemiş ve 1968 yılında Türkiye'de ilk televizyon kanalı kurulmuştur (Akçay, 2013).

Bu dönemde, gazetelerin büyük bir kısmı siyasi görüşlerine göre yayın yapmaya başladı. Özellikle solcu ve sosyalist görüşlere sahip gazeteler önem kazandı. Ancak, sağ görüşlü gazeteler de yayınlarını sürdürdü.

Demokrat Parti'nin de son dönemleri içerisinde 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesinden sonra basının sorunlarının çözülmesi noktasında bir kısım faaliyetler hayata geçririlmeye gayret edilmiştir. Milli Birlik Komitesi'nce 12 Ekim 1960'ta çıkarılan 94 sayılı kanun ile, "*Neşir yoluyla veya Radyo ile işlenecek bazı cürümler hakkında kanun*" iptal edilmiş ve aynı zamanda "Basın Ahlak Yasası" hazırlanarak bu kanunun uygulanmasıyal görevli olan "Basın Şeref Divanı"nın teşkiline gidilmiştir.

1960'lardan sonra Türkiye'de basın özgürlüğüne ilişkin önemli adımlar atılmıştır. 1961 Anayasası ile ifade özgürlüğü güvence altına alınmış, Basın Kanunu yeniden düzenlenerek basının siyasi ve ekonomik baskılardan kurtulması amaçlanmıştır. 1960'larda yayınlanan birçok gazete ve dergi, daha önce mümkün olmayan eleştirileri ve farklı görüşleri yayınlama fırsatı bulmuştur. Milli Birlik Komitesi (MBK) tarafından 12 Ekim 1960 tarihinde çıkarılan 94 sayılı kanun, önceki dönemde yürürlükte olan "Neşir yoluyla veya Radyo ile işlenecek bazı cürümler hakkında kanunu"nun iptal edilmesini sağlamıştır. Bu kanun, basına yönelik sıkı yasaklamaları kaldırmış ve basın özgürlüğüne daha fazla alan tanımıştır. Bu dönemde yerel basın, özellikle muhalefet partileri için önemli bir propaganda aracı haline gelmiştir. Ayrıca, MBK tarafından yeni bir Anayasa hazırlama çalışmaları başlatılmış ve bu çalışmaların basına da yansımaları olmuştur. Bazı gazeteler, yeni Anayasa çalışmaları hakkında haberler yapmış ve okuyuculara bilgi vermiştir. Ancak, bu dönemde de bazı gazeteler, siyasi nedenlerle kapatılmış veya sansürlenmiştir.Diğer taraftan bu yönde yaşanan en önemli gelişmelerden birisi olarak 1962 yılında resmi ilan ve reklamların dağıtımının yapılmasında yetkili merci olan Basın İlan Kurumu kurulmuş (İnuğur, 1991), ayrıca yine bu dönemde 10 Ocak 1962 günü gazetecilerin haklarını düzenleyen 212 sayılı kanun resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe sokulmuştur (Topuz, 2011).

Kabacalı (2000), "1960 Sonrası Yerel Basın" adlı çalışmasında, 1961-1970 yılları arasında Türkiye'de yayınlanan yerel basın kuruluşlarının sayılarına ve bunların dağılımına dair detaylı bir değerlendirme yapmaktadır. Bu çalışmada, yıllara göre günlük,

haftalık ve aylık gazetelerin sayıları, illere göre dağılımları, sahip oldukları siyasi görüşler gibi konular ele alınmaktadır.

Kabacalı'ya göre, 1961 yılında Türkiye'de 822 gazete ve 751 dergi yayınlanmıştır. Bu gazetelerin 227'si İstanbul'da, 67'si Ankara'da, 36'sı İzmir'de, 21'i Adana'da, 20'si Bursa'da, 17'si Diyarbakır'da, 14'ü Antalya'da, 13'ü Trabzon'da ve 12'si de Kayseri'de yayınlanmıştır. Gazetelerin siyasi görüş dağılımına bakıldığında, 315 gazete bağımsız olarak yayınlanırken, 244 gazete Demokrat Parti, 108 gazete Cumhuriyet Halk Partisi, 45 gazete Milli Selamet Partisi ve 26 gazete de Milliyetçi İşçi Köylü Partisi'nin görüşlerini savunmuştur. 1962 yılında 836 gazete ve 817 dergi yayınlanmıştır. Bu gazetelerin 237'si İstanbul'da, 73'ü Ankara'da, 40'ı İzmir'de, 24'ü Adana'da, 23'ü Bursa'da, 17'si Diyarbakır'da, 14'ü Antalya'da, 13'ü Trabzon'da ve 13'ü de Kayseri'de yayınlanmıştır. Gazetelerin siyasi görüş dağılımı ise, 386 gazete bağımsız, 296 gazete Demokrat Parti, 88 gazete Cumhuriyet Halk Partisi, 24 gazete Milli Selamet Partisi ve 19 gazete de Milliyetçi İşçi Köylü Partisi'nin görüşlerini savunmuştur.

1963 yılında ise 861 gazete ve 861 dergi yayınlanmıştır. Bu gazetelerin 242'si İstanbul'da, 76'sı Ankara'da, 43'ü İzmir'de, 28'i Adana'da, 21'i Bursa'da, 17'si Diyarbakır'da, 16'sı Antalya'da, 14'ü Trabzon'da ve 14'ü de Kayseri'de yayınlanmıştır. Bunlarla birlikte 1964: 810 gazete, 929 dergi 1965 yılında 934 gazete, 956 dergi 1966 yılında 963 gazete, 1115 dergi, 1967 yılında1099 gazete, 1123 dergi ve 1968 yılında1181 gazete, 1169 dergi aktif olarak yayınlanmıştır.

Basın İlan Kurumu'nun kurulması, yerel basın için önemli bir dönüm noktası olmuştur (Göktürk, 2007). Böylece yerel basının yayınlarını sürdürebilmeleri için devlet desteği sağlanmış ve yerel gazetelerin ekonomik açıdan ayakta kalabilmeleri mümkün hale gelmiştir (Kılıç, 2010). Ancak Basın İlan Kurumu'nun kurulmasından sonra bile yerel basında sıkıntılar yaşanmıştır. Özellikle ilan gelirlerinin yetersiz olması, yerel gazetelerin sürdürülebilirliği açısından önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdem, 2016).

Bununla birlikte, Basın İlan Kurumu'nun kurulması, bazı bölgelerde yeni yerel gazetelerin de ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu gazetelerin kuruluş amacı, bölgesel ilan pastasından pay almak ve daha fazla ekonomik gelir elde etmek olmuştur (Yılmaz, 2011). Özellikle ilan pastasından pay almak amacıyla kurulan yerel gazetelerin sayısı oldukça

fazla olmuştur. Böylece bölgesel ilanlardan elde edilen gelir, farklı yayın organları arasında bölüşülmüştür (Uçar, 2014).

Ancak, yerel basında yayınlanan gazeteler arasındaki rekabetin artması, sektördeki birçok gazetenin kalitesinin düşmesine neden olmuştur. Çünkü bu gazeteler, okuyucuların ilgisini çekmek ve bölgesel ilan pastasından pay alabilmek için kaliteli haberler yerine, magazin haberlerine ve sansasyonel haberlere yer vermeye başlamışlardır (Karaca, 2013). Bu durum, yerel basının ciddiyetini sorgulanır hale getirmiştir.

1975-1980 dönemi, Anadolu'da birçok gazetenin yayımlandığı bir dönemdi. Ankara, İzmir, Konya, Bursa ve Adana gibi illerde yayımlanan gazeteler, resmi ilan alabilme özelliğine sahipti. Ancak, bu illerdeki gazetelerin tirajları İstanbul basınına göre oldukça düşüktü. Örneğin, Ankara'daki gazetelerin tirajları 2 bin ile 9 bin arasında değişiyordu. İzmir'de ise, Yeni Asır dışındaki gazetelerin ortalama tirajı 2 bin-3 bin civarındaydı. Adana, Bursa ve Konya gazetelerinin tirajları da 2 bin ile 9 bin arasındaydı. Bunun yanı sıra, Tokgöz'a (1981) göre, bu dönemde Türkiye'nin çeşitli kentlerinde ve kasabalarında da birçok gazete yayımlanmaktaydı, ancak bu gazetelerin tirajlarına ilişkin net bilgiler bulunmamaktadır. Ayrıca, çeşitli illerde yayımlanan gazete sayılarına ilişkin Tokgöz (1981) bilgi vermektedir.

İstanbul'da eskiyen teknolojinin Anadolu'ya aktarılmasıyla birlikte yerel basında bir hareketlenme yaşanmıştır. Ayrıca, yerel siyasetin yanı sıra, yerel tarih tefrikaları ve sanat sayfaları da yerel basının ürün çeşitliliğine katkı sağlamıştır (Fırat, 1995). Türkiye'de ulusal basın açısından bu dönemdeki en önemli gelişme, gazetelerin ofset baskıya geçmeleridir. İlk ofset baskılı günlük yayın, Hürriyet'in matbaasında basılan Yeni Gazete olmuştur. Yerel basında ise İzmir'de yayımlanan Yeni Asır gazetesi, 1968 yılında ofset baskıya geçmiştir. Bursa'da Hâkimiyet gazetesi, Adana'da Ekspres, Konya'da Yeni Meram, İzmit'te Kocaeli, Adapazarı'nda Sakarya ve Ankara'daki Ulus gazeteleri de bu yeni teknikle çıkarılmaya başlanmıştır (İnuğur, 1992).

2.4.6 12 Eylül sonrası yeniden şekillenen yerel medya

12 Eylül sonrası dönemde 1980-1983 yılları arasında Türkiye'de yerel medyada birçok kısıtlama ve sansür uygulamaları gerçekleşmiştir. 12 Eylül darbesinin ardından basın

üzerinde sıkı bir kontrol uygulanmış, pek çok gazete ve dergi kapatılmış, gazeteciler tutuklanmış ve hapsedilmiştir (Akdeniz, 2010).

1980-1983 yılları arasında yerel basının genel görünümüne bakıldığında, 1980 yılında 1025, 1981 yılında 1059, 1982 yılında 1131 ve 1983 yılında ise 1167 gazetenin yayınlandığı görülmektedir (Kabacalı, 2000). Bu dönemde, Türkiye'de çıkan yerel gazetelerin sayısı artarken, yerel gazetelerin tirajları İstanbul gazetelerinin yanı sıra ulusal gazetelerle karşılaştırıldığında oldukça düşük kalmıştır. Örneğin, Ankara'daki gazetelerin tirajları 2 bin ile 9 bin arasında değişmektedir. İzmir'deki Yeni Asır gazetesinin ortalama tirajı 50 bin iken diğer gazetelerin tirajları 2 bin-3 bin civarında seyretmektedir. Adana, Bursa ve Konya'daki gazetelerin tirajları da 2 bin ile 9 bin aralığındadır (Tokgöz, 1981).

12 Eylül sonrası dönemde Türkiye'de basına uygulanan kısıtlamaların en önemlisi, basın özgürlüğüne getirilen sınırlamalardır. Sansür uygulamaları, baskı, tehdit ve şiddet gibi yöntemlerle basının özgürce haber yapmasının engellenmesi sağlanmıştır. Bu dönemde, gazetelerin içerikleri, yayınları ve hatta reklamları bile askeri yönetim tarafından denetlenmiştir (Köker, 2005).

1980-1983 yılları arasında pek çok gazete ve dergi kapatılmıştır. Kapatılan yayın organları arasında sol görüşlü gazetelerin yanı sıra sağ görüşlü gazeteler de bulunmaktadır. Örneğin, Türkiye'de ilk defa 1978 yılında yayınlanmaya başlayan ve sol görüşlü olan Aydınlık gazetesi, 12 Eylül sonrası dönemde kapatılmıştır. Ayrıca, Cumhuriyet, Milliyet, Hürriyet gibi ulusal gazetelerin yanı sıra, yerel gazeteler de kapatılmıştır. 12 Eylül sonrası dönemde sadece İstanbul'da 14 gazete kapatılmıştır (Kabavalı, 2000)

12 Eylül darbesinin ardından yerel medya üzerindeki etkileri sadece kapatmalarla sınırlı kalmamıştır. Darbe sonrası dönemde yerel medya, yayın yapma izinleri ve yayınlanan haberler konusunda sıkı bir denetim altına alınmıştır (Dumanlı, 2009).

Yerel gazeteler, sıkıyönetim komutanları tarafından atanan yönetim kurulları tarafından yönetilmeye başlanmıştır. Bu yönetim kurulları, gazetelerin yayın politikalarını belirlemekte ve gazetelerin yönetiminde tam yetki sahibi olmaktaydı. Gazetelerin haber

kaynakları da sıkı bir denetim altına alınmıştı. Haberler önceden yetkililer tarafından kontrol edilmekte ve yayınlanması için onay alınması gerekmekteydi (Özbudun, 2018).

Darbe sonrası dönemde yerel medyada sansür uygulamaları da artmıştır. Gazetelerin yayınlanacak haberleri önceden denetlenmekte ve belli başlı konuların üzerinde yazılması yasaklanmaktaydı. Bu konular arasında, darbe öncesi siyasi olaylar, tutuklu ve hükümlülerin durumları, özgürlükler ve askeri yönetim ile ilgili eleştiriler bulunmaktaydı. Ayrıca gazetelerin yayınlanacak sayfa sayıları da sıkı bir denetim altına alınmıştı (Ergün, 2016).

12 Eylül darbesi sonrası dönemde yerel medyada kapatmalar da artmıştır. Darbe sonrası dönemde yerel medyadan 274 gazete ve dergi kapatılmıştır (Kuş, 2017). Öte yandan yerel medya üzerindeki baskılar sadece sansür, kapatmalar ve denetimlerle sınırlı kalmamıştır. Yerel medyada çalışan gazetecilerin tutuklanması da gündeme gelmiştir. Bu nedenle, 12 Eylül sonrası dönemde yerel medya, Türkiye'nin basın özgürlüğü açısından en zorlu dönemlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Türkmenoğlu, 2017).

12 Eylül darbesi döneminde yerel medya üzerinde genel olarak olumsuz etkiler görülmüş olsa da, bazı olumlu etkileri de olmuştur. Bu etkiler arasında yerel gazetelerin yayınlarında daha düzenli ve disiplinli olmaya başlaması, toplumsal olaylara daha tarafsız yaklaşmaya çalışmaları, daha özgün ve kaliteli haberler yapmaları, gazetelerin teknolojik alt yapılarının gelişmesi gibi unsurlar yer almaktadır.

Özellikle darbe sonrası dönemde devletin güçlü müdahalesiyle birlikte, yerel medya organlarının daha özenli ve titiz çalışmak zorunda kalması, daha tarafsız ve gerçekçi haberler yapma konusunda motivasyonlarının artması, yerel medyanın niteliğini ve kalitesini yükselttiği düşünülebilir (Çetin, 2009). Ayrıca yerel medya organları darbe sonrasında sıkı bir denetim altına alındığından, bazı gazetelerin yazı işleri ekiplerinde ciddi bir revizyon yapması gerektiği ortaya çıkmıştır. Bu durum da yerel gazetelerin daha profesyonel kadrolarla çalışmalarını ve daha iyi haberler yapmalarını sağlamıştır (Özbudun, 2018).

Bunun yanı sıra darbe sonrası dönemde, gazetelerin teknolojik altyapıları da gelişmiştir. Yerel gazetelerin ofset baskıya geçmesi, teknolojik alt yapılarının güncellenmesi,

gazetelerin daha hızlı ve etkili bir şekilde yayınlanmasına olanak sağlamıştır. Bu da yerel medya organlarının daha etkin bir şekilde çalışmalarına yardımcı olmuştur (Ergün, 2016).

1990'lara gelindiğinde, Türkiye'de yerel medyada büyük bir çeşitlilik oluşmuştur. Bu dönemde, gazete, dergi ve televizyon kanalları sayıca artmıştır. Yerel medyada yaşanan gelişmelerin bazıları şunlardır:

1990'larda, Türkiye'de gazete sayısı hızla artmıştır. 1990 yılında 637 olan gazete sayısı, 1999 yılında 853'e yükselmiştir (Arslan, 2017). Bunun yanı sıra 1990'larda özel televizyon kanallarının sayısı artmıştır. 1990 yılında Türkiye'de sadece TRT'nin yayını bulunurken, 1999 yılında 32 özel televizyon kanalı yayın yapmaktaydı (Eğrikavuk, 2017). 1990'ların sonlarına doğru, Türkiye'de yerel televizyon kanalları da yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu kanallar, yerel haberlerin yanı sıra, yerel kültür, sanat ve spor etkinliklerini de yayınlamıştır (Ünal, 2016).

Önemli gelişmelerden bir diğeri de internetin yaygınlaşması olmuştur 1990'ların sonlarına doğru, Türkiye'de internet kullanımı hızla artmıştır. Bu durum, yerel medyanın da internete doğru yönelmesine neden olmuştur. İnternet üzerinden yerel haber siteleri, bloglar ve çevrimiçi dergiler yayın yapmaya başlamışlardır. Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler: 1990'larda dijital teknolojilerin gelişmesi, yerel medyanın da dijitalleşmesine neden olmuştur. Bu dönemde, gazete ve dergilerin dijital yayınlarına yönelim artmıştır (Eğrikavuk, 2017).

2000 yılından sonra Türkiye'de yerel medyada önemli gelişmeler yaşandı. Yerel medya, teknolojik gelişmelerin de etkisiyle hızla değişerek dijitalleşmeye ve internet yayıncılığına geçiş başlamıştır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, yerel gazetelerin çevrimiçi sürümleri de yaygınlaştı ve çoğu yerel gazete internet üzerinden okunabilir hale gelmiştir. 2000 yılında Türkiye'de yaklaşık 6 bin 800 gazete yayınlanıyordu. Bu sayı 2003 yılında 7 bin 600'e yükseldi. 2005 yılında ise 6 bin 970 gazete yayınlandı. Bu dönemde, gazetelerin birçoğu bölgesel ve yerel konulara odaklanmışlardır (Odabaşı, 2012).

Yerel televizyon kanalları da önemli bir yere sahip oldu. Türkiye'de ilk yerel televizyon kanalı İzmir'de 1993 yılında yayın hayatına başladı. 2000 yılı itibariyle Türkiye'de 175 yerel televizyon kanalı yayın yapıyordu. 2005 yılında bu sayı 269'a yükseldi. Yerel

radyolar da yaygın bir şekilde dinlenmekteydi. Türkiye'de ilk yerel radyo, 1980'li yıllarda yayın hayatına başladı. 2000 yılında Türkiye'de 382 yerel radyo istasyonu vardı. Bu sayı 2005 yılında 491'e yükselmiştir (Kejanlıoğlu, 2008).

Yerel medyada dijitalleşme ve internet yayıncılığına geçişle birlikte, yerel gazetelerin yanı sıra yerel haber siteleri de yaygınlaşmaya başlamış ve bu sitelerde, yerel haberlerin yanı sıra ilan ve reklam gibi hizmetler de sunulur olmuştur (Şeker, 2007).

Yerel medya günümüzde nicelik bakımından gelişmiş durumdadır. Basın İlan Kurumu'nca yayınlanan faaliyet raporlarında 2018 yılında Türkiye genelinde resmi ilan ve reklam alma standartlarına hiaz gazete sayısının 612 olduğu bildirilmiştir. Bunların 341'i il merkezlerinde yayın yapan gazeteler olup, 271'i ise ilçelerde faaliyet göstermektedirler. Diğer taraftan bu gazetelerden 480'i günlük periyotta yayın yaparken 132'sinin yayın peryodu ise haftalık aylık veya daha fazla sürelerde gerçekelşemektedir. Bu gazetelerin yanı sıra 823 haftalık, aylık veya üç aylık peryotlarda çıkan yayın da bulunmaktadır (BİK, 2022).

Türkiye Cumhuriyeti tarihinde basın özgürlüğü her zaman tartışma konusu olmuştur. Özellikle 12 Eylül 1980'de gerçekleştirilen darbe sonrası basın üzerinde uygulanan baskılar medyaya büyük zararlar vermiştir. Bu dönemde ulusal basının yanı sıra yerel basın da olumsuz etkilenmiştir. 2000'li yıllardan itibaren, yerel medyanın kalitesini artırmak için çeşitli çalışmalar yapılmış olsa da, yerel yayınların kalitesi hala tartışmalıdır.

2.5 Yerel Radyoculuğun Değişim Seyri

Radyo, elektromanyetik dalgaları kullanarak yayın yapan bir iletişim aracıdır. Radyo yayıncılığı, 19. yüzyılın sonlarında geliştirilen kablosuz telgraf teknolojisinden kaynaklanmaktadır (Barnouw, 1966). Radyo yayınlarının başlangıcı, 20. yüzyılın başlarına dayanmaktadır. 1906 yılında Reginald Fessenden, ilk radyo yayınını gerçekleştirdi (Sterling ve Kitross, 2003). 1920'lerde ise radyo yayıncılığı hızla gelişmeye başladı ve dünya genelindeki birçok ülkede yayınlar yapılmaya başlanmıştır.

Radyonun popülerleşmesi, I. Dünya Savaşı sırasında askeri iletişimde kullanılması ile birlikte gerçekleşti. Savaştan sonra, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde radyonun

halka açık yayıncılıkta kullanımı arttı (Katz, 2004). Radyo, halka sesli iletişim yoluyla haber, müzik ve eğlence sunma imkanı sağlamıştır.

Radyo yayıncılığı, teknolojik gelişmelerle birlikte hızla ilerledi. 1930'lu yıllarda, FM radyo yayıncılığı geliştirildi ve daha kaliteli ses yayını sağlandı. 1940'larda ise radyonun yaygınlaşması ve teknolojik gelişmeler sayesinde, dünya genelindeki birçok ülkede yayınlar yapılmaya başlandı. 1950'lerde, televizyonun yaygınlaşması ve popülerleşmesi ile birlikte, radyonun popülaritesi de azalmaya başlamıştır (Barnouw, 1966).

Türkiye'de radyo yayıncılığı, 1927 yılında İstanbul Belediyesi'nin çabalarıyla başlamıştır. İlk radyo yayını, o dönemde Belediye Başkanı olan Şükrü Saraçoğlu'nun açılış konuşmasıyla gerçekleştirilmiştir. İlk yayınlar sadece İstanbul'da dinlenebilmekteydi ve kısa bir süre sonra Türkiye Radyoları adı altında merkezi bir yapılanmaya geçilmiştir. 1930 yılında ise Ankara'da kurulan ilk radyo istasyonu ile yayınlar genişlemiştir (Aktaş, 2011).

Türkiye'de radyo yayıncılığı, Cumhuriyet dönemiyle birlikte hızla gelişmiş ve yaygınlaşmıştır. 1930'ların sonunda ülke genelinde toplam 6 radyo istasyonu bulunurken, 1950'lerde bu sayı 35'e yükselmiştir. 1964 yılında ise Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) kurularak radyo yayıncılığı ulusal ölçekte tek bir kurum tarafından yürütülmeye başlanmıştır. TRT dönemiyle birlikte Türkiye'de radyo yayıncılığı daha da genişlemiş ve çeşitlenmiştir. TRT bünyesinde yer alan radyo kanallarının yanı sıra, özel radyo istasyonları da yayın hayatına girmiştir. İlk özel radyo istasyonu, 1992 yılında İstanbul'da yayın hayatına başlayan Best FM olmuştur. 1990'lardan itibaren özel radyo istasyonlarının sayısı hızla artmış ve günümüzde Türkiye'de birçok özel radyo kanalı bulunmaktadır (Göktürk, 2018).

Türkiye'de radyo yayıncılığı tarihinde TRT'nin yanı sıra özel radyo istasyonlarının da önemi büyüktür. Özellikle 1990'lardan itibaren özel radyo istasyonlarının sayısında yaşanan artış, radyo yayıncılığının çeşitlenmesine ve dinleyici kitlesinin genişlemesine katkı sağlamıştır. Ayrıca internet ve dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte, radyo yayıncılığı da internet ortamına taşınmış ve bu alanda da birçok farklı radyo kanalı faaliyet göstermektedir (Sancar, 2016).

Türkiye'deki ilk radyo yayınların “özel girişimci” olarak tanımlanabilecek bir yapıda başladığı söylenebilir. Ancak bu durum günümüzdeki şekliyle olduğu gibi tümden özel girişim şeklinde değildi. İlk radyo yayını yapan şirket yarı devlet destekli bir yapıda kurulmuş ve 1927’de başlayan radyo yayınları on yıl boyunca hükümet desteğinde kurulan “Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi (TTTAŞ)” tarafından gerçekleştirilmiştir (Aziz, 2013).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan sonra başlamıştır. İlk olarak, Mustafa Kemal Atatürk'ün direktifleri doğrultusunda, 6 Mart 1927 tarihinde Ankara Radyosu kurulmuştur. Ankara Radyosu'nun kuruluş amacı, halka eğitim ve kültür programları sunmak, Türk müziğini ve Türk kültürünü tanıtmak, ulusal bağımsızlık mücadelesini desteklemek ve Cumhuriyet ideolojisi doğrultusunda yayın yapmaktı. Ankara Radyosu, 1927'de sadece haftada bir gün, iki saatlik yayın yapabiliyordu. Ancak kısa sürede yayın saatleri ve program çeşitliliği arttı. 1930'larda Türkiye'de radyo yayıncılığı hızla gelişti ve Ankara Radyosu, İstanbul, İzmir ve diğer büyük şehirlerdeki radyo istasyonlarıyla birlikte Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) adı altında birleştirildi. TRT, Türkiye'nin ilk televizyon kanalı olan İTÜ TV'nin açılmasıyla 1952 yılında televizyon yayıncılığına da başladı. TRT, Türkiye'nin önde gelen yayın kuruluşlarından biri olmakla birlikte, Türk kültürünü ve tarihini koruma, tanıtma ve yayma görevini üstlenmiştir. Ayrıca, haber, müzik, eğitim, spor, belgesel ve kültürel programlar gibi çeşitli alanlarda yayınlar yaparak Türkiye'nin toplumsal ve kültürel hayatına katkı sağlamaktadır (Cankaya, 2015).

27 Mayıs 1960 askeri darbesi ve 1964 yılında kabul edilen TRT Yasası arasındaki dönemde, Türk radyo yayıncılığı oldukça değişken bir süreç yaşamıştır. Bu dönemde, radyo yayıncılığı hem siyasi hem de teknolojik olarak hızlı bir değişim süreci geçirmiştir. 27 Mayıs 1960 darbesi sonrasında, darbe liderleri, yeni yönetimin ideolojisini ve politikalarını halka duyurmak için radyo yayınlarını kullanmaya başlamışlardır. 27 Mayıs sonrasında oluşan Milli Birlik Komitesi (MBK), kısa süre içinde yeni bir radyo istasyonu kurarak yayınlarına başlamıştır. MBK'nın yeni radyo istasyonu, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) bünyesinde yer almayan ve doğrudan hükümetin kontrolü altında olan bir kurum olarak faaliyet göstermiştir (Borden, 2014).

Ancak, 27 Mayıs sonrasında yaşanan siyasi istikrarsızlık nedeniyle radyo yayıncılığı da etkilenmiştir. İktidar değişimleri, tutuklamalar ve sansür uygulamaları nedeniyle radyo yayınları zaman zaman kesintiye uğramıştır. Bu dönemde radyo istasyonlarının yayın programlarına müdahale edilerek, sansür uygulanması da sık sık yaşanmıştır. Teknolojik açıdan ise, 1960'larda Türkiye'de radyo yayıncılığı hızla gelişmiştir (Tekinalp, 2003). 1960'larda yayın yapan özel radyo istasyonları sayısı artarken, radyoların teknik alt yapısı da gelişmiştir. Radyo yayınlarının FM bandına geçmesi, radyo yayıncılığının gelişmesinde önemli bir adım olmuştur. Ayrıca, 1960'larda taşınabilir radyoların da yaygınlaşması, radyo yayınlarının kitlelere daha kolay ulaşmasını sağlamıştır. 1964 yılında çıkarılan TRT Yasası ile Türk radyo yayıncılığına yeni bir yapı getirilmiştir. Yasaya göre, TRT'nin kurumsal yapısı güçlendirilmiş ve TRT, Türkiye'deki tek yayın kuruluşu haline getirilmiştir. Bu dönemden sonra, TRT'nin yasal çerçevesi ve yönetimi belirginleşerek, Türk radyo yayıncılığı üzerinde belirleyici bir rol oynamıştır (Dursun ve Alemdar, 1999).

Radyo yayınları TRT'ye devredildikten sonra özerk bir yapıya kavuşmuştur. Ancak radyo ve televizyon yayıncılığındaki özerklik fazla uzun sürmemiş, 12 Mart 1971 muhtırası sonrasında, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) özerkliği kaldırılmıştır. Bu dönemde, TRT'nin yayın politikaları üzerinde hükümetin doğrudan kontrolü artmış ve radyoculuk sektörü de bu durumdan etkilenmiştir (Eryılmaz, 2011).

Öncelikle, TRT'nin özerkliğinin kaldırılması sonrasında, TRT'nin yayınları doğrudan hükümetin kontrolü altına girmiştir. Bu durum, TRT'nin siyasi görüşüne uygun yayınlar yapmasına neden olmuş ve radyo yayıncılığı üzerinde baskı unsuru oluşmuştur. Ayrıca, TRT'nin programları daha az çeşitlilik göstermeye başlamış ve TRT, Türkiye'de tek yayın kuruluşu haline gelmiştir. Diğer yandan, özel radyo istasyonlarının sayısı hızla artmıştır. Bu dönemde özel radyo istasyonları, TRT'nin aksine, daha özgür bir yayın politikası izleyebilmiş ve farklı müzik türlerini ve programları kitlelere sunabilmişlerdir. Bu nedenle, özel radyo istasyonları TRT'ye alternatif olarak Türk radyo yayıncılığına yeni bir soluk getirmişlerdir (Topçu, 2015).

Ancak, özel radyo istasyonları da TRT'nin aksine yasal olarak düzenlenmemişti. 1980 askeri darbesi sonrasında, radyo yayıncılığı üzerindeki yasal düzenlemeler daha da

sıkılaştırılmış ve özel radyo istasyonlarına daha fazla kısıtlama getirilmiştir. Ancak, 1990'larda radyo yayıncılığındaki teknolojik gelişmeler ve liberalleşen medya sektörü, özel radyo istasyonlarının sayısını artırmıştır. Bu dönemde, özel radyo istasyonları yayın politikaları ve program çeşitliliği ile Türk radyo yayıncılığına renk katmıştır (Dumanlı, 2012; Cankaya, 2015).

1980'lerde Türkiye'de yerel radyo yayıncılığı hareketlenmeye başlamıştır. Bu dönemde, özel radyo istasyonları sayısı hızla artmış ve Türk radyo yayıncılığı önemli bir değişim sürecine girmiştir. Yerel radyo yayıncılığının gelişmesi, radyoculuk ve özel radyolarla ilgili yasaların da değişmesine neden olmuştur.

1983 yılında kabul edilen 2937 sayılı Devlet Radyo ve Televizyon Üst Kuruluşu Kanunu, Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen temel yasalardan biridir. Bu kanun, TRT'nin görevlerini ve yönetimini belirlemiş ve özel radyo ve televizyon istasyonlarına yönelik düzenlemeleri de içermiştir. 2937 sayılı kanun, özel radyo ve televizyon istasyonlarının yayın yapabilmeleri için belli şartları sağlamalarını öngörmüş ve yayın politikalarına sınırlamalar getirmiştir (Sönmez, 2016).

Ancak, 1990'larda radyo yayıncılığındaki teknolojik gelişmeler ve liberalleşen medya sektörü, özel radyo istasyonlarının sayısını artırmıştır. Bu dönemde, özel radyo istasyonlarının sayısı hızla artarken, yasal düzenlemeler de değişmeye başlamıştır. 1994 yılında kabul edilen 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen diğer önemli yasalardan biridir (Yılmaz, 2018). Bu kanun, özel radyo ve televizyon istasyonlarına daha fazla özgürlük tanımış ve yayın politikalarına daha az müdahale edilmesine imkan sağlamıştır. Ayrıca, bu kanunla birlikte radyo ve televizyon yayınları için lisans almak da zorunlu hale gelmiştir (Tekinalp, 2003).

Özellikle 1990'ların başından itibaren, özel radyo istasyonları sayısı hızla artmıştır. Bu dönemde, radyo yayıncılığındaki teknolojik gelişmeler, özel radyo istasyonlarının yayın yapabilmesine imkan sağlamıştır. Radyo istasyonlarının FM bandına geçmesi, özel radyo istasyonlarının yayın kalitesini artırmış ve radyo yayıncılığına yeni bir soluk getirmiştir (Sönmez, 2016).

Özel radyo istasyonları, farklı müzik türlerine ve programlara yer vererek Türk radyo yayıncılığına renk katmıştır. Bu dönemde, popüler müzik, rock, caz, klasik müzik gibi farklı türlerde programlar yapılması, dinleyicilere daha geniş bir yelpazede seçenek sunmuştur (Yılmaz, 2018).

Ancak, özel radyo istasyonlarının yayın politikaları ve programlarına müdahale edilmesi de sık sık yaşanmıştır. Özellikle 1990'ların ortalarında, TRT'nin Türk pop müzikleri üzerindeki monopolünün kırılması, özel radyo istasyonlarının da bu müzik türlerine yer vermelerine neden olmuştur. Ancak, bu dönemde Türkçe pop müzik yayınlarına getirilen kısıtlamalar nedeniyle bazı özel radyo istasyonlarına yasal işlemler uygulanmıştır (Dursun ve Alemdar, 1999).

2.6 Yerel Televizyonculuğun Değişim Seyri

Türkiye'de televizyon yayıncılığı, İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) bünyesinde bulunan Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı öğrencilerine yönelik başlatılan eğitimlerle başlamıştır (Akbulut, 2017). Bu eğitimler sayesinde, televizyon yayıncılığı teknolojilerinin öğrenilmesi ve geliştirilmesi amaçlanmıştır. TRT'nin kurulmasıyla birlikte, Türkiye'deki ilk televizyon yayınları 31 Ocak 1968 tarihinde gerçekleştirilmiştir (İz, 2014). İlk televizyon yayınları, sadece İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde birkaç saatlik bir programdan ibaret olmuştur. Ancak, TRT'nin televizyon yayınları, kısa sürede tüm Türkiye'ye yayılmıştır. 1970'li yıllarda, TRT'nin televizyon yayınları renkli hale gelmiştir ve Türk televizyonculuğu birçok yeniliğe imza atmıştır. Özellikle, TRT'nin haber bültenleri ve belgeselleri, Türkiye'deki televizyonculuğun gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır (Akbulut, 2017).

1980'li yıllarda, Türkiye'de özel televizyonculuk alanında önemli gelişmeler yaşanmıştır. 1989 yılında, özel televizyon kanallarına yayın izni verilmiştir ve Star TV, 1990 yılında Türkiye'de ilk özel televizyon kanalı olarak yayın hayatına başlamıştır (Baştürk, 2008). Bu dönemde, özel televizyon kanalları hızla yaygınlaşmış ve Türk televizyonculuğu yeni bir döneme girmiştir.

1972 yılından itibaren Türkiye'de gelişimini hızla devam ettiren televizyon yayıncılığı, 1974 yılı itibariyle ülkenin yaklaşık yüzde 30'una ulaşabilmiştir. Bu yıllarda, önceleri paket yayın yapan bazı televizyonlar gelişen altyapıya bağlı olarak 5 günlük haftalık

yayın süresini 7 güne çıkarabilmişlerdir. 1977 yılında ise Türkiye'nin yüzde 85'ine televizyon yayınları ulaşır olmuştur (Yengin, 1994).

Türk televizyonculuk tarihi açısından önemli sayılacak olan gelişmeler ise, 1980'li yıllarda başlamıştır. 1982 yılında Türkiye'deki ilk renkli yayın denemeleri başlamış bundan iki yol sonrasında ise TRT yayınlarının tamamı renki yapılabilir olmuştur. Ancak bu dönemde renkli yayınlar nüfusun coğrafyanın yalnızca %10'una ulaşırken bu yayınlara erişebilen nüfus oranı ise %20 civarında olmuştur (Aziz: 2013).

Türkiye'deki televizyon yayıncılığı, TRT'nin 1968 yılında yayın hayatına başlamasıyla başlamıştır. Ancak TRT, yaklaşık 18 yıl boyunca tek kanallı yayın yapmıştır. 1985 yılında, 5. Beş Yıllık Kalkınma Planı sonucu olarak, TRT ikinci televizyon kanalını da yayına başlatmıştır. Bu adım, TRT'nin kanal sayısını arttırma stratejisinin bir parçasıdır ve daha sonraki yıllarda TRT, kanal sayısını arttırmaya devam etmiştir. 1990 yılına gelindiğinde, TRT'nin yayın yaptığı kanal sayısı 5'e ulaşmıştır (Aziz, 2013).

1990 yılı, Türk televizyon tarihi açısından önemli bir dönüm noktasıdır. Bu yıl, Türkiye'deki ilk özel televizyon kanalı olan Star 1 yayın hayatına başlamıştır. Ancak, o dönemde anayasa tarafından televizyon yayınlarının devlet kontrolünde yapılmasına müdade etmesi nedeniyle Star 1, yurtdışından yayın yapmak zorunda kalmıştır. Bu süreçte, Show TV, Teleon, Cine 5 ve Kanal D gibi özel televizyon kanalları da yayın hayatına girmiştir (Dursun ve Alemdar, 1999). Özel yayınların başlaması, Türk televizyonculuğunun gelişiminde önemli bir rol oynamış ve yerel yayıncılığın da başlamasının önünü açmıştır.

Özel televizyon kanallarının yayın hayatına geçmelerini takip eden yıllarda ve özellikle 1991-1993 arasında ulusal yayın kapasitesine sahip özel kanalların yanı sıra pek çok yerel ve bölgesel televizyon kanalı da kurulmuştur. Bu yerel ve bölgesel televizyonlar içerisinde belediyelere ait olanlar da yer almıştır. Bu anlamda İstanbul Büyükşehir Belediyesi, yerel televizyonculuk konusunda öncü bir rol üstlenmiştir. Boğaziçi Radyo Televizyonu (BRT), Kartal Maltepe Pendik (KMP) Anadolu televizyonu ve Üsküdar TV, ilk yerel televizyon kanalları arasında sayılabilir. Şanlıurfa TV (1992), Dikili Belediyesi'nde kurulmuş olan Dikili TV (1992), İzmir bölgesine yayın yapan Bakırçay

TV ve Karaman'da yayın yapan Yunus Emre TV ise ilk örnekler arasında yer almaktadır (Yengin, 1994).

Türkiye'de televizyon yayıncılığı 20'nci yüzyıl itibariyle hızlı bir şekilde gelişerek yaygınlaşmıştır (Baytimur ve Kırdar, 2021). TRT, 18 yıl boyunca tek kanallı yayın yapmıştır. 1985 yılında TRT'nin 5. Beş Yıllık Kalkınma Planı sonucu olarak ikinci kanalı yayına başlamıştır. Daha sonraki yıllarda TRT, kanal sayısını arttırmaya devam etmiştir ve 1990 yılında 5 kanala ulaşmıştır. Özel televizyon yayınları Türk televizyon tarihi açısından önemli bir dönüm noktasıdır. 1990'da Star 1 kanalı Türkiye'de ilk özel televizyon yayınını başlatmıştır. Özel televizyon yayınlarının başlaması, yerel yayıncılığın başlamasının da önünü açmıştır. Bu dönemde yerel yayıncılık isteği artmış, 1995 yılına gelindiğinde yerel televizyon yayını yapmak için RTÜK'e 62 ilde yapılan toplam başvuru sayısı 244 olmuştur. Bu dönemde yerel yayıncılık lisans başvurularının ulusal yayıncılık lisans başvurularından daha fazla olmasında yerel yönetimlerin faaliyetlerinin önemli rol oynadığı ifade edilmektedir (Dursun ve Alemdar, 1999).

TÜİK 2015 yılı verilerine göre Türkiye'de 1268 faal durumdaki radyo ve televizyon kurumu yayın yapmıştır. 2021 yılında faal yayın yapan radyo ve televizyon sayısı 1,546'ya ulaşmıştır. Bu yayın kurumlarının yüzde 59.5'i karasal yayın yaparken, %40.5'i uydu, kablo veya internet üzerinden yayınlarını gerçekleştirmişlerdir. Karasal yayın yapanların yüzde 84.2'si radyo yayıncılığı yaparken, 9.9'u televizyon, yüzde 5.9'u da hem radyo hem de televizyon yayını gerçekleştirmişlerdir. Bunların yanı sıra karasal yayın yapan televizyonların 65.2'inin yerel kanallar olduğu ifade edilmektedir (https://data.tuik.gov.tr/).

2.7 Türkiye'de Yerel Medyanın Yapısal Özellikleri

Medya işletmelerinin organizasyon yapısı, diğer işletmelere benzer şekilde genellikle bir yönetim kurulu, genel müdür, müdür yardımcıları ve çalışanlarından oluşmaktadır. Ancak, medya sektöründe yer alan işletmelerin özellikle haber yayıncılığı yapan kısımlarında gazetecilik mesleği gereği belirli bir özerklik bulunmaktadır. Bu nedenle, haber ve yayın yöneticileri genellikle gazetecilik alanında uzman kişilerden seçilmektedir. Medya işletmelerinin organizasyon yapısı ayrıca, işletmenin büyüklüğüne, faaliyet alanına, yayın türüne ve sahip oldukları teknolojik altyapıya göre değişiklik

göstermektedir. Örneğin, ulusal yayın yapan bir televizyon kanalı ile yerel bir gazete arasında organizasyon yapısı açısından farklılıklar olması muhtemeldir. Günümüzde, medya işletmelerinin organizasyon yapısı dijitalleşmenin etkisiyle de değişmektedir. İnternet üzerinden yayın yapan haber siteleri ve sosyal medya platformları gibi yeni medya işletmeleri, daha esnek ve dinamik organizasyon yapılarına sahip olmaktadır. Sonuç olarak, medya işletmelerinin kar amacı güden ticari işletmeler olmalarının yanı sıra kamuoyu oluşturma, haberdar etme ve denetleme gibi kamu hizmeti sağlayan fonksiyonları da bulunmaktadır. Bu nedenle, medya işletmelerinin organizasyon yapıları özel sektör işletmelerinden farklılık göstermektedir.

2.7.1 Yerel medya kuruluşlarının yönetsel yapısı

Yerel medya kuruluşları diğer ticari işletmeler gibi kar amacı güden kuruluşlar statüsünde olup yöntesel faaliyetleri de belirli genel yapılara ek olarak faaliyetlerinin gerektirdiği biçimde diğerlerinden ayrılan departmanlara da sahiptirler. Yönetsel yapı medya faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi üzerine kurulmuş olmanın yanı sıra işletme olmaları itibariyle de işletme yönetimine ilişkin yönetim birimleri de bulunmaktadır (Atılgan, 1999). Bağlamda genel bir tanımlama ile aşağıdaki yönetsel yapıların medya kuruluşlarının omurgasını teşkil ettirdikleri söylenebilecektir (Çavuş, 2016; Kılıç, 2014)

Haber departmanı, haberlerin araştırılması, kaynakların takibi, haber metinlerinin yazılması ve sunulması gibi işlevleri yerine getirir. Haber departmanının genel yöneticisi Genel Yayın Yönetmenidir. Haber departmanı içindeki diğer önemli pozisyonlar ise Haber Koordinatörü, Haber Editörü ve muhabirlerdir.

Yayın planlama departmanı, programların planlanması, oluşturulması ve yayın akışının yönetimiyle ilgilenir. Departmanın yöneticisi Yayın Planlama Müdürüdür. Yayın Planlama Departmanı içindeki diğer pozisyonlar arasında Program Koordinatörü, Yayın Editörü ve Prodüksiyon Sorumlusu yer alır.

Teknik departman, teknik alt yapının kurulması, programların kaydedilmesi, düzenlenmesi ve yayınlanması gibi teknik işlemlerle ilgilenir. Bu departmanın yöneticisi Teknik Direktördür. Teknik departmanda yer alan diğer pozisyonlar arasında Kamera Operatörü, Kurgu Uzmanı ve Ses Mühendisi yer alır.

Reklam departmanı, reklam satışı ve reklam ajanslarıyla çalışma gibi işlevleri yerine getirir. Departmanın yöneticisi Reklam Satış Müdürüdür. Reklam departmanı içindeki diğer pozisyonlar arasında Satış Temsilcisi, Reklam Koordinatörü ve Reklam Tasarımcısı yer alır.

Finans departmanı, bütçe yönetimi, mali işler ve muhasebe kayıtlarının tutulmasıyla ilgilenir. Departmanın yöneticisi Mali İşler Müdürüdür. Finans departmanı içindeki diğer pozisyonlar arasında Muhasebe Uzmanı, Finansal Analist ve Faturalama Uzmanı yer alır.

Medya kuruluşlarının yönetim yapısı, kuruluşun büyüklüğüne ve faaliyet alanına göre de değişiklik göstermektedir. Örneğin, bir gazete kuruluşu için yayın yönetimi, haber merkezi, reklam departmanı, dağıtım departmanı, mali işler departmanı, insan kaynakları departmanı gibi farklı departmanlar oluşturulabilir. Televizyon kanalları için de benzer şekilde yayın yönetimi, haber merkezi, prodüksiyon departmanı, reklam departmanı, teknik ekip departmanı, mali işler departmanı, insan kaynakları departmanı gibi farklı departmanlar kurulabilir. Yerel medya kuruluşları da kendi faaliyet alanlarına göre farklı departmanlar oluşturabilirler. Bu nedenle, medya kuruluşlarının yönetim departmanlarının düzenlenmesi, kuruluşun büyüklüğü ve faaliyet alanına göre farklılık gösterebilir. (Atılgan, 1999).

Medya işletmeleri, yönetim faaliyetlerinde sorumlu olan kişileri genellikle yönetim kurulu başkanı, başkan yardımcısı, genel sekreter ve finansal işlerden sorumlu kişilerden oluşur. Ancak, kuruluşların büyüklüğüne ve faaliyet alanına göre yönetim yapısı ve departmanları da farklılık gösterir. Bazı basın işletmelerinde genel yayın müdürü gibi yazı işleri kadrosundan birinin de yönetim kurulu başkanlığı görevini üstlenmesi mümkün olabilmektedir. Başkan yardımcılığı görevi de ortaklardan biri ya da yazı işleri kadrosundan seçilecek bir kişi tarafından yürütülebilir. Örneğin, haber kanalları yönetim yapısı genellikle haber direktörü, program müdürü, planlama müdürü, prodüksiyon müdürü ve teknik müdür gibi departmanlardan oluşurken, yayın evleri yönetim yapısı genellikle yayın müdürü, yapımcı, senarist, yönetmen ve oyunculardan oluşur. Bu nedenle, medya işletmelerinde yönetim yapısı ve departmanları, faaliyetlerine bağlı olarak düzenlenebilir. (Öztürk, 2007).

2.7.2 Yerel medya kuruluşlarında habercilik ve yazı işleri

Yerel medya kuruluşları, haber ve yazı işleri departmanlarını genellikle ayrı olarak oluştururlar. Haber departmanları, güncel olayları takip ederek haberleştiren, araştıran ve doğru bir şekilde sunan birimlerdir. Yazı işleri departmanları ise bu haberleri gazete veya dergi formatında sunmak üzere editöryal görevleri yürüten birimlerdir. Haber departmanları genellikle muhabirler, editörler ve haber spikerlerinden oluşur. Muhabirler, haber kaynaklarından bilgi toplarlar, olayları yerinde takip ederler ve haberlerin doğru bir şekilde hazırlanması için çaba gösterirler. Editörler, muhabirler tarafından toplanan bilgileri işleyerek haber metinlerini hazırlarlar ve haberlerin doğruluğunu kontrol ederler. Haber spikerleri ise, hazırlanan haberleri okuyarak televizyon veya radyo kanallarında yayınlanmasını sağlarlar (Berberoğlu, 1988).

Yazı işleri departmanları ise genellikle editörler, yazarlar, fotoğrafçılar ve grafikerlerden oluşur. Editörler, gazete veya derginin içeriğini planlarlar ve yazıların düzenlenmesi için gerekli çalışmaları yürütürler. Yazarlar, özellikle köşe yazarları, yorum yazarları ve haber analistleri, gazete veya dergi için makaleler ve yorumlar yazarak içeriğin zenginleştirilmesine katkıda bulunurlar. Fotoğrafçılar, olayları görsel bir şekilde belgelemek için fotoğraf çekerler ve grafikerler, gazete veya derginin tasarımını yaparak görsel bir çekicilik oluştururlar. Haber ve yazı işleri departmanları birbirleriyle sıkı bir şekilde ilişkilidirler. Haber departmanları, yazı işleri departmanlarının içeriğinin doğru bir şekilde sunulması için haberleri hazırlarlar. Yazı işleri departmanları ise, haberlerin düzenlenmesi ve gazete veya derginin içeriğinin hazırlanması için haber departmanlarından destek alırlar (Öztürk, 2013).

2.7.3 Yerel medya kuruluşlarında ilan-reklam işleri

Yerel medya kuruluşlarında ilan ve reklam işleri departmanları, kuruluşların finansal kaynaklarının en önemli bileşenlerinden birini oluşturmaktadır. Bu departmanların görevleri arasında, ilan ve reklam verenlerle iletişim kurmak, ilan ve reklam gelirlerini artırmak, reklam ve ilanların yerleştirildiği alanların tasarımını yapmak ve reklam kampanyaları oluşturmak bulunmaktadır (Atılgan, 1999).

Haber ve yazı işleri departmanlarıyla ilişkileri ise, reklam ve ilanların yayınlanacağı alanları belirleme konusunda işbirliği yapmaktır. Reklamların yerleştirileceği alanların

belirlenmesi konusunda haber ve yazı işleri departmanlarının görüşleri önemli bir rol oynamaktadır. Bu departmanlar, reklamların yerleştirildiği alanların habercilik prensiplerine uygunluğunu ve okuyucuların güvenini etkileyebilecek unsurları da değerlendirmektedirler (Girit, 2010).

2.7.4 Yerel medya ürünlerinin dağıtım işleri

Yerel medya kuruluşlarında, dağıtım departmanı yayınların hedef kitlesine ulaştırılması için önemli bir rol oynamaktadır. Dağıtım departmanının görevleri arasında, yayınların zamanında ve eksiksiz bir şekilde dağıtımını sağlamak, hedef kitlenin bulunduğu alanlarda yayınların ulaşılabilirliğini artırmak, dağıtım için gerekli araç ve gereçleri temin etmek yer almaktadır (Çetinkaya, 2010).

Dağıtım departmanı genellikle kuryeler, şoförler, dağıtım sorumluları ve yöneticilerden oluşan bir personel yapısına sahiptir. Bu personelin görevleri arasında, yayınların hedef kitlesine güvenli bir şekilde ulaştırılması, teslimatlar için gerekli olan kayıt ve belgelerin hazırlanması, yayınların bulunduğu alanlarda dağıtımı artırmak için hedef kitle araştırmalarının yapılması yer almaktadır (Göçmen ve Ünal, 2014).

Dağıtım departmanı, diğer departmanlarla da yakın bir ilişki içerisindedir. Özellikle, haber ve yazı işleri departmanlarıyla sıkı bir koordinasyon içinde çalışarak, yayınların dağıtımı sırasında herhangi bir sorun yaşanmamasını sağlarlar. İlan ve reklam departmanı ile de yakın bir işbirliği içinde çalışarak, reklam ve ilanların hedef kitlenin bulunduğu alanlarda doğru bir şekilde yayınlanmasını sağlarlar (Göçmen ve Ünal, 2014).

2.7.5 Yerel medyada çalışma koşulları ve ilişkileri

Türkiye'deki gazetecilerin çalışma ilişkileri, farklı yasalardaki düzenlemelerle belirlenmiştir. Gazetecilerin işverenleriyle olan hak ve sorumluluklarına dair iki önemli yasa, Türkiye'de gazetecilik alanında özel olarak düzenlemeler yapmıştır. İlk olarak 1938 yılında çıkarılan 3511 sayılı Basın Birliği Kanunu, Türk Basın Birliği'nin kurulmasına zemin hazırlamıştır. İkinci olarak ise 1952 yılında çıkarılan ve zaman içerisinde çeşitli değişiklikler geçiren 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasında Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanunu (Basın İş Kanunu) gazetecilerin işverenleriyle ilişkilerini düzenlemektedir.

Türk Basın Birliği'nin kuruluş süreci, Birinci Basın Kongresi'nde tartışılmaya başlanmıştır. Basın Genel Direktörlüğü, Türk basını ile ilgili işlerin düzenlenmesi amacıyla 25 Mayıs 1935 tarihinde üç gün süren bir kongre düzenlemiştir. Kongrenin bir amacı da "Gazetecilik mesleğinin ve gazetecilerin ilerleme ve yükselme yollarını araştırmak ve Basın Birliği'ni kurmak" olarak belirlenmiştir (Uzun, 2010).

Türkiye'deki gazetecilerin çalışma ilişkileri konusunda ilk girişim, 1938 yılında çıkarılan 3511 sayılı Basın Birliği Kanunu'dur. Gazetecilik mesleğinin kurumsallaşması amacıyla hazırlanan İş Kanunu'nun 1936 yılında çıkarılmasına rağmen, gazeteciler "fikir işçisi" statüsünde oldukları için bu kanuna dahil edilmemişlerdir. Gazetecilerin çalışma koşullarını ele alan düzenlemeler, 1937 yılında TBMM'ye sunulan Basın Birliği kanun tasarısında ve Dahiliye Encümeni tarafından da görmezden gelinmiştir. Ancak, Adliye Encümeni'nin 1938 yılında Basın Birliği Kanunu'na eklediği altı madde, "Gazete ve Mecmua Sahipleriyle Bunlarda Çalışan Birlik Mensupları Arasındaki Karşılıklı Münasebetler" adı altında gazetecilerin ve işverenlerin hak ve görevlerini düzenlemiş ve 1939 yılında kurulan Türk Basın Birliği'ne uygulama görevi verilmiştir (Üstün, 2013)

Basın Birliği Kanunu ile gazetecilere, mesleklerinin gerektirdiği özlük haklarının yanı sıra, iş güvencesi, tatil, izin, sigorta, emeklilik, asgari ücret, meslekî ve sosyal haklar gibi konularda da bir takım düzenlemeler getirilmiştir. Bunun yanı sıra, kanun kapsamında basın kartı dağıtımı gibi konularda da düzenlemeler yapılmıştır. Kanun'un beşinci maddesinde kanunun amacı aşağıdaki şekliyle ifade edilmiştir:

> Birliğe dâhil Türk basın mensuplarının maddi, manevi, ferdi ve müşterek menfaatlerini müdafaa ve temin etmek, mesleğin şeref ve vekarını korumak, meslekte inzibat ve intizamı idame etmek, tesanüd duygularını kuvvetlendirmek, gazetecilik mektepleri veya meslek kursları açmak, beynelmilel meslek temasları yapmak, Türk basınını temsil etmek, matbuatı milli maksatlar uğrunda uyanık ve toplu bir halde bulundurmak, Cumhuriyetin menfaatlerine hadim kılmaktır (Resmi Gazete, Sayı: 3959).

Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasında Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun (Basın İş Kanunu) ise gazetecilerin çalışma koşullarına ilişkin daha detaylı bir düzenleme getirmiştir. Bu kanun ile birlikte gazetecilerin çalışma süreleri, fazla çalışma

ve mesai ücretleri, izinler, ücretlendirme, işe alım ve çıkarma gibi konular daha ayrıntılı bir şekilde düzenlenmiştir.

Bu iki kanun, Türkiye'de gazetecilerin çalışma hayatı açısından önemli bir yere sahiptir ve gazetecilik mesleğinin kurumsallaşması, mesleki hakların korunması ve gazetecilik faaliyetlerinin kamu yararına uygun bir şekilde yürütülmesi açısından önemli bir adım olmuştur.

Türkiye'de gazeteciler ve işverenleri arasındaki hak ve sorumlulukların düzenlendiği Basın Birliği Kanunu, yazılı sözleşme zorunluluğu getirerek çalışma koşullarının belirlenmesine yardımcı olmuştur (md. 26). Kanun, süresi belirtilmemiş sözleşmeler için fesih ihbar sürelerini de düzenlemiştir. Feshedilen gazetecilere tazminat ödenmesi kararlaştırılmıştır, ancak tazminatın toplamı bir yıllık kazancı aşamaz (md. 27). Kanunun deneme süreli hizmet sözleşmeleri için üç aylık bir kısıtlama getirdiği ve çalışanların hizmet süresine göre ücretli izin hakkı elde edebildiği de belirtilmiştir (md. 28-29). Yine de, Kanun'un 30. Maddesi, çalışma koşullarını düzenleyen hükümlerin ihlal edilmesinin yasaklandığını vurgulayarak, kanunun emredici bir nitelik taşıdığını açıkça belirtmektedir (Şakar, 2002).

Türkiye'de gazetecilerin çalışma koşulları ve hakları üzerine getirilen yasal düzenlemelerden biri olan 3511 sayılı Basın Birliği Kanunu, gazeteci işveren arasında yazılı sözleşme yapılması zorunluluğu, fesih ihbar süresi, tazminat ödemesi, yıllık izin hakkı gibi hükümler içermektedir. Ayrıca, yazı, fotoğraf, haber ve tahsis alanlarında çalışanların Türk Basın Birliği'ne üye olmadan gazetecilik mesleğini yapamayacaklarına dair cezai yaptırım da getirilmiştir. Ancak, TBB'nin faaliyetleri uygulama noktasında sıkıntılar yaşamış ve tam anlamıyla üzerine atfedilen görevleri yerine getirememiştir. Örneğin, TBB'nin ilk iki yılında üyelerine yazılı mukavele dahi yaptıramadığı bilinmektedir. Yine de, TBB'nin gazetecilik mesleğinde çalışma hayatını kurumlaştırmak adına Mümessiller Komisyonu kurması ve "Basın Birliği Kanunu Tatbik Hükümleri" metnini ortaya çıkarması önemlidir. Ancak, TBB tek partili yaşamın yumuşamaya başladığı 1945 yılında eleştirilmeye başlanmış ve 1946'da kaldırılmıştır. TBB'nin faaliyetleri zamanın şartlarına göre yetersiz kalmış olsa da, Basın Birliği Kanunu'nun

birçok hükmü günümüzde de Basın İş Kanunu'nda yer almaktadır. (Erinç, 1993; Üstün 2013),

2.7.6 Basın iş kanunu

Yürürlükten 1946 yılında kaldırılan 3511 sayılı Kanun'un ardından gazetecilerin çalışma ilişkileri Borçlar Hukuku'na göre düzenlenmeye başladı (Şakar, 2002). Ancak, 1952 yılında Demokrat Parti tarafından özel bir kanun çıkarıldı ve 20 Haziran 1952 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girdi. 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasında Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun, gazetecilere sosyal sigortalardan faydalanma ve sendika oluşturma gibi yeni haklar sağladı (Üstün, 2013).

Basın İş Kanunu'nda ilk değişiklik 1954 yılında gerçekleştirildi, ancak kanundaki asıl değişiklik 1961 yılında yapıldı. 212 sayılı kanunla yapılan değişiklikler, Basın İş Kanunu'nu adeta yeniden yapılandırdı. Gazeteciler, kanunun yürürlüğe girdiği 10 Ocak günü "Çalışan Gazeteciler Bayramı" olarak kutlamışlardır (Şakar, 2002). Basın İş Kanunu, gazetecilerin çalışma ilişkilerini düzenleyen ilk yasa örneği olan Basın Birliği Kanunu'ndan daha kapsamlı hale geldi. Kanunun her maddesi, gazeteciler açısından oldukça önemlidir.

Kanunun 26, 27, 28, 29 ve 30. maddelerinde, gazetecilerin ücret, tazminat ve izin haklarının yerine teslim edilmemesi halinde işverene para cezası öngörülmektedir. Hem Basın Birliği Kanunu hem de Basın İş Kanunu, Türkiye'de gazetecilerin mesleki ve sosyal hakları konusunda önemli katkılar sağlamıştır. İlk basın birliği kanunu hükümleri yerine getirilemese de Türkiye'de gazetecilik mesleğinin kurumlaşması açısından önemlidir. Ancak, hala tartışma konusu olan yasanın hükümlerinin yerine getirilip getirilmediği mevcuttur.

2.7.7 Yerel medya işleyişinde basın ilan kurumu (BİK)

Basın İlan Kurumu'nun yerel medya üzerindeki etkisi oldukça önemlidir (Aydoğan ve Eğinlioğlu, 2018). Yerel gazeteler, genellikle gelirlerinin büyük bir kısmını resmi ilanlar üzerinden sağladıklarından, Basın İlan Kurumu'nun yerel medyadaki fonksiyonları oldukça belirleyicidir (Özdemir, 2015). Kurumun yetkileri arasında, ilan yayın haklarına ilişkin yönetmelikler hazırlamak, ilan ücretlerini belirlemek, ilanların yayınlanması,

ödemesi ve takibi ile ilgili işlemleri gerçekleştirmek gibi birçok önemli görev bulunmaktadır (Sürücü, 2013). Bu nedenle, yerel gazetelerin ekonomik açıdan sürdürülebilirliği için Basın İlan Kurumu'nun uygulamaları önemlidir (Gökçe, 2016).

Ayrıca, Basın İlan Kurumu yerel medya sektörünün gelişimine yönelik çeşitli destekler de sağlamaktadır. Bunlar arasında, yerel gazetelerin dijital dönüşümüne yönelik projeler, gazetecilik eğitimi ve sertifika programları, yerel medya organlarının internet üzerinden yayınlanması için altyapı desteği gibi uygulamalar yer almaktadır (Ertürk, 2021). Ancak, kurumun sorumlulukları arasında, resmi ilanlar üzerinden sağlanan gelirlerin adil bir şekilde dağıtımı konusunda da çeşitli tartışmalar bulunmaktadır (Özgenç, 2020). Bu nedenle, Basın İlan Kurumu'nun yerel medya üzerindeki fonksiyonları ve sorumlulukları konusunda dengeli bir politika izlemesi gerekmektedir.

Yerel medyanın işleyişi ve finansmanı hakkında bilgi sahibi olmak, Basın İlan Kurumu'nun (BIK) rolünü anlamak için önemlidir (Cankaya ve Kavaklioglu, 2019). BIK, Türkiye'de resmi ilanların yer aldığı gazete ve dergilerin yayınlanmasına yardımcı olan bir kamu kurumudur (BIK, n.d.). Bu kurum, resmi ilanların yayınlanması için gerekli olan gelirlerin toplanmasından sorumludur (Cankaya ve Kavaklioglu, 2019).

Yerel gazeteler, BIK'nin resmi ilanların yayınlanması için gerekli olan önemli bir kaynak olduğundan, BIK'nin yerel gazetelere karşı bazı sorumlulukları vardır. BIK, yerel gazetelerin resmi ilanların yayınlanması için gereken şartları karşılamalarına yardımcı olmalıdır (Cankaya ve Kavaklioglu, 2019). Ayrıca, BIK, yerel gazetelerin ekonomik olarak sürdürülebilir olmalarını sağlamak için çaba göstermelidir (Sahin, 2019).

Ancak, BIK'nin yerel gazeteler üzerindeki sorumluluklarının yeterli olup olmadığı tartışmalıdır. Bazı araştırmacılar, BIK'nin yerel gazetelerin gelişimine daha fazla destek sağlaması gerektiğini savunurken (Kilic, 2020), diğerleri BIK'nin bu konuda yetersiz kaldığını iddia etmektedirler (Cankaya ve Kavaklioglu, 2019).

2.8 Türkiye’de Yerel Medya Sorun Alanları

Yerel medya, özellikle son yıllarda hızla değişen medya ortamında faaliyetlerini sürdürmek için birçok sorunla karşı karşıyadır. Bu sorunların başında finansal sıkıntılar gelmektedir (Wahl-Jorgensen, 2019). Yerel medya kuruluşları, reklam gelirlerindeki

azalma ve online medya araçlarının artan rekabeti nedeniyle mali sorunlar yaşamaktadır (Barnhurst ve Wartella, 2021).

Yerel medya kuruluşları, ayrıca personel eksikliği ile mücadele etmek zorundadır. Yerel gazeteler, yeterli sayıda personel bulmakta zorluk çekmektedir ve bu nedenle yetersiz haber kapsamı ve kalitesi sorunu yaşanmaktadır (Thurman ve Fletcher, 2016).

Yerel medya kuruluşları, kamuoyu bilgilendirme görevlerini yerine getirirken ayrıca hukuki risklerle de karşı karşıya kalabilirler. Özellikle haberlerde doğru bilgi vermenin önemi ve iftira davalarının artması, yerel medya kuruluşlarının hukuki risklerini artırmaktadır (Eberwein ve Porlezza, 2020).

Ayrıca, dijital çağın hızla gelişmesi, yerel medya kuruluşlarının teknolojiyi takip etme ve dijital platformlarda var olma ihtiyacını doğurmuştur (Tandoc ve Takahashi, 2017). Bu da yerel medya kuruluşlarının dijital platformlar için yeterli bütçeye ve kaynaklara sahip olmadıkları zamanlarda sorunlar yaşamalarına neden olabilmektedir.

Türkiye'de yerel medya, çeşitli sorunlarla karşı karşıyadır. Bunların başında finansal sorunlar gelmektedir. Özellikle son yıllarda artan ekonomik sıkıntılar nedeniyle yerel medya kuruluşları reklam gelirlerinde önemli düşüşler yaşamaktadır. Bu durum, yerel medyanın yayın hayatını sürdürmesini zorlaştırmaktadır (Arslan, 2020).

Diğer bir sorun ise teknolojik gelişmelerdir. İnternet ve dijitalleşme, yerel medyanın okuyucu sayısında düşüşe neden olmuştur. Bu nedenle yerel medya kuruluşları, internet üzerinden yayın yapmak zorunda kalmıştır. Ancak bu durum, gelirlerini azaltan bir diğer etken olmuştur (Koçak, 2020).

Yerel medyanın bir diğer sorunu ise siyasi baskılar ve sansürdür. Özellikle seçim dönemlerinde yerel medya kuruluşları, siyasi partiler ve adaylar tarafından baskıya maruz kalmaktadır. Ayrıca, yerel medyanın yayınları üzerinde yapılan sansür uygulamaları da yaygın bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Büyükberber, 2019).

Yerel medyanın bir diğer sorun alanı ise meslektaşlarının güvenliği ve özgürlüğüdür. Gazetecilerin saldırıya uğraması, tehdit edilmesi ve hapse atılması gibi olaylar Türkiye'de yerel medyanın karşılaştığı önemli sorunlardan biridir (Arslan, 2020).

Son olarak, yerel medya kuruluşlarının yayınlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan yasal düzenlemelerin yetersizliği de bir diğer sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle gazetecilerin korunması ve sansürün önlenmesi konusunda yeterli yasal düzenlemelerin olmaması, yerel medya kuruluşlarının güçsüz kalmasına neden olmaktadır (Büyükberber, 2019).

Yerel medya çalışanları, mesleklerini icra ederken birçok sorunla karşılaşmaktadır (Çoban ve Duran, 2018; Gürsakal, 2018; Toprak, 2019). Bu sorunların en başında, düşük ücretler gelmektedir (Çoban ve Duran, 2018; Toprak, 2019). Yapılan bir araştırmaya göre, yerel medya çalışanlarının yüzde 57'si aylık 2.000 TL'nin altında bir ücretle çalıştığını belirtmiştir (Gürsakal, 2018). Ayrıca, sigorta gibi sosyal haklardan yeterince yararlanamama, uzun çalışma saatleri ve mesai ücretlerinin düşük olması gibi sorunlar da yerel medya çalışanlarının karşılaştığı diğer zorluklardır (Çoban ve Duran, 2018; Toprak, 2019).

Yerel medya çalışanları, gazetelerin küçük boyutları ve düşük tirajlarından kaynaklı sınırlı kaynaklarla çalışmak zorunda kalmaktadır (Çoban ve Duran, 2018). Bu durumda, çalışanların birden fazla görevi yerine getirmesi gerekmekte ve mesleklerini icra ederken yeterli zamanı ayıramamaktadırlar (Toprak, 2019). Yerel medya çalışanlarının bu sorunları çözmek için kendilerini sürekli olarak geliştirmesi gerekmekte ve bu durum da zaman ve maddi kaynak açısından zorluklar yaratmaktadır (Çoban ve Duran, 2018).

Yerel medya çalışanları, mesleklerini icra ederken siyasi baskılar ve tehditlerle de karşılaşmaktadır (Çoban ve Duran, 2018; Gürsakal, 2018). Bu durum, özellikle yerel gazetecilerin, yerel yönetimler ve yerel iş insanları tarafından yapılan reklam harcamalarının gazetelerin yayın politikasını etkilemesine karşı çıkması durumunda ortaya çıkmaktadır (Çoban ve Duran, 2018). Ayrıca, yerel medya çalışanlarının güvenliklerinin de tehdit altında olduğu durumlar yaşanmaktadır (Gürsakal, 2018). Bu sebeplerden dolayı, yerel medya çalışanlarına yönelik eğitimlerin ve koruma mekanizmalarının oluşturulması önem taşımaktadır (Toprak, 2019).

2.8.1 Ekonomi ilişkili sorunlar

Yerel medya kuruluşları, ekonomik gelir kaynakları açısından genellikle reklamlar, abonelik ücretleri ve ilan gelirleri gibi faktörlere dayanmaktadır (Deuze, 2005). Ancak son yıllarda, internet ve dijital medyanın yükselişi nedeniyle, yerel medya kuruluşları geleneksel ekonomik gelir kaynaklarının dışında, dijital reklam ve sponsorluk gelirlerini de kullanmaktadır (Gade, 2017).

Yerel medya kuruluşlarının ekonomik sorunları ise genellikle yüksek kuruluş maliyetleri, personel giderleri, baskı ve yayın maliyetleri, demirbaşlar ve ekipmanlar gibi faktörlere dayanmaktadır (Ezpeleta ve Rodríguez, 2014). Ayrıca yerel medya kuruluşlarının kırsal bölgelerde yayın yapması ve küçük bir okuyucu kitlesine hitap etmesi de ekonomik sorunları artırmaktadır (Deuze, 2005).

Yerel medya kuruluşlarındaki faaliyet maliyetleri, gazete baskıları, çalışanların maaşları ve işletme maliyetleri gibi birçok faktöre bağlıdır (Birinci, 2016). Personel giderleri, yerel medya kuruluşlarının en büyük maliyet kalemlerinden biridir ve gazetecilerin maaşları, sosyal güvenlik primleri ve vergileri gibi faktörler, bu maliyetlerin artmasına neden olmaktadır (Tolbert, 2016). Ayrıca, yerel medya kuruluşlarının demirbaşları ve ekipmanları, baskı makineleri, ofis malzemeleri, bilgisayarlar ve yazılımlar gibi maliyetleri de yüksek olabilmektedir (Ezpeleta ve Rodríguez, 2014).

Ulusal medya ile karşılaştırıldığında, yerel medyanın ekonomik olarak daha sınırlı kaynaklara sahip olduğu ve buna bağlı olarak daha fazla ekonomik sıkıntı yaşadığı görülmektedir. Yerel medyanın daha küçük bir okuyucu/izleyici kitlesine hitap ettiği ve bölgesel ölçekte faaliyet gösterdiği için reklam ve abonelik gibi gelir kaynakları da daha sınırlıdır.

Öte yandan, yerel medyanın bölgesel konulara daha fazla odaklandığı ve yerel toplumun ilgi alanlarına daha uygun içerikler sunabildiği bir avantaj olarak görülebilir. Ayrıca, yerel medya kuruluşlarının işletme maliyetleri, personel giderleri ve diğer masrafları ulusal medya kuruluşlarına göre daha düşük olabilir. Buna karşın, yerel medya kuruluşlarının demirbaşları ve ekipmanları güncellemek için yeterli bütçeleri olmayabilir.

2.8.2 Teknoloji ve yatırım kaynaklı sorunlar

Yerel medya kuruluşları teknolojik gelişmeleri yakından takip etmek ve bu gelişmeleri kendi bünyelerinde kullanmak zorundadırlar. Ancak, teknolojik yatırımların yüksek maliyetleri yerel medya kuruluşlarını olumsuz etkileyebilir. Özellikle küçük ölçekli yerel medya kuruluşları, teknolojik yatırımları finanse etmek için yeterli kaynağa sahip olmayabilirler (Tandoc, 2014).

Yerel medya kuruluşları, teknolojik gelişmeleri takip etmelerine rağmen, ulusal medya kuruluşlarına kıyasla teknoloji konusunda geride kalabilmektedirler. Bunun bir nedeni, yeterli kaynağa sahip olamama ve teknolojik yatırımların yüksek maliyetleridir. Ayrıca, yerel medya kuruluşları teknolojik gelişmelere uyum sağlama konusunda sınırlı insan kaynaklarına sahiptirler (Küçükarslan, 2014).

Yerel medya kuruluşlarının teknoloji ve yatırım kaynaklı sorunları, özellikle dijitalleşmenin hızlandığı günümüzde daha da önem kazanmaktadır. Bu sorunlar, yerel medya kuruluşlarının işleyişini olumsuz etkileyebilir ve rekabet güçlerini azaltabilir. Bu nedenle, yerel medya kuruluşlarının teknoloji ve yatırım kaynaklı sorunlarını çözmek için yeni iş modelleri ve finansman yöntemleri araştırmaları gerekmektedir (Tandoc, 2014).

2.8.3 Reyting ve tiraj kaynaklı sorunlar

Yerel medya kuruluşları, reyting ve tiraj kaynaklı sorunlarla sık sık karşılaşmaktadır. Bu sorunlar birçok perspektiften değerlendirilebilir.

Yerel medya kuruluşlarının reklam gelirlerindeki azalma, aynı zamanda tirajlarının düşmesiyle de doğrudan ilişkilidir. Bu sebeple reklam verenlerin genellikle ulusal medya kuruluşlarına yöneldiği düşünülmektedir. Bu nedenle, yerel medya kuruluşları reklam gelirlerinde büyük bir düşüş yaşamaktadır (Şahin, 2017).

Dijital teknolojideki hızlı gelişmelerin yerel medya kuruluşlarını etkilemesi de bir diğer tiraj kaynaklı sorun alanını oluşturmaktadır. Dijital platformların yaygınlaşmasıyla birlikte, yerel medya kuruluşları çevrimiçi varlıklarını güçlendirmek zorunda kalmıştır. Bununla birlikte, dijital teknolojinin gelişmesi, geleneksel basılı yayıncılığa olan talebi de azaltmıştır (Ozkan ve Koc, 2019).

Yerel medya kuruluşlarının reyting ve tiraj kaynaklı sorunlarının haber değerlendirme süreçlerine olan etkisi de bir başka sorun alanı olarak kendini göstermektedir. Yerel medya kuruluşları, daha fazla okuyucu veya izleyici çekmek için daha çok eğlence ve magazin haberleri yapmaya başlamıştır. Bu durum, gerçek haberlerin dikkate alınmamasına ve haberin değerinin düşürülmesine neden olabilmektedir (Gundogdu, 2018).

Bunlarla birlikte yerel medya kuruluşlarının sınırlı kaynakları da tiraj ve reytinge etki ettiği gibi bu etkinin ters yönlü olarak gerçekleşmesi de söz konusudur. Yerel medya kuruluşları, sınırlı bir bütçe ile çalışmak zorundadır. Bu nedenle, yayıncılık faaliyetlerini finanse etmek için sınırlı kaynakları etkin bir şekilde kullanmak zorundadır. Bu sınırlı kaynaklar, yerel medya kuruluşlarının reyting ve tiraj kaynaklı sorunlarını daha da kötüleştirebilmektedir (Göktas ve Koç, 2019).

2.8.4 İlan-reklam düzenlemeleri ve hakları ile ilişkili sorunlar

Gazetelerin gelir kaynakları konusunda, Basın İlan Kurumu'nun "Temel Kavramlar ve Tarihçe" adlı yayınında ilan ve resmi ilan söyle tanımlanmaktadır (Basın İlan Kurumu, 2022). Gazetelerin iki ana gelir kaynağı bulunmaktadır: satıştan elde edilen gelirler ve ilan-reklam gelirleri (Ceyhun, 1985).

> İlan, herhangi bir şeyin tanıtılması veya vasıflarını açıklamak için türlü vâsıtalarla başkalarına ulaştırılması ve tanıtma usulüdür. Resmi İlan ise, Basın İlan Kurumu mevzuatına göre kanun, tüzük ve yönetmeliklerle yayınlanması mecburi olan (Özel dernekler hariç) veya genel ve katma bütçeli dairelerle il özel idareleri, belediyeler, köyler ve iktisadi devlet teşekkülleri ve sermayesinin yarısından fazlası, kamu hukuku tüzel kişilerine ait bulunan teşekküllerin verdikleri, reklâm mahiyetini taşımayan ilânlardır (s.67).

Resmi ilanların ortaya çıkışı, medya kuruluşlarına ekonomik açıdan destek olma düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Cumhuriyet tarihinde devlet tarafından verilen resmi ilanlar 1931 yılı itibariyle başlamış olup bu dönemde resmi ilanların yayın imtiyazı Türk Maarif Cemiyeti'ne verilmiştir. 1943 yılında ise Türk Basın Birliği'ne (TBB) verilmiştir (Basın İlan Kurumu, 2022). 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesi sonrasında hususi ilan ve reklamların yayın işi Milli Birlik Komitesi tarafından serbest bırakılmış ve aynı dönemde

basın özgürlüğüne katkı sağlaması düşüncesiyle resmi ilan ve reklamların yayını da bağımsız hareket edebilecek bir kurum olan Basın İlan Kurumu'na devredilmiştir (Basın İlan Kurumu, 2022).

Gazete satışından elde edilen gelirin yetersiz olduğu durumlarda, ilan-reklam gelirleri gazetelerin varlığını sürdürmesi için önem taşımaktadır. Bir gazetenin yüksek tiraj hedeflemesi sadece satıştan elde edilen gelirlerin artırılması amacıyla değil, aynı zamanda ilan-reklam kazancının da artırılması içindir (Ceyhun, 1985). Ancak, yerel gazetelerin ulusal basına oranla ilan-reklam geliri bakımından zorlu bir konumda olduğu söylenebilir. Yerel gazeteler, özel ilan-reklam açısından sıkıntı yaşarken, gazete satışından istedikleri geliri elde edememektedirler (Öztürk, 2013). Bu nedenle, yerel gazetelerin resmi ilanlara bağımlı kalmaları kaçınılmazdır (Ceyhun, 1985).

Gazetelerin satış gelirlerinin yetersizliği yerel medyanın ekonomik sorunlarından biridir. Ulusal gazetelerin satış sonrası önemli bir gelir kaynağı elde ettiği göz önüne alındığında, yerel medyanın bu noktada zorlandığı söylenebilir. Yerel medyanın varlığını sürdürebilmesi için resmi ilan gelirleri önemli bir kaynak olarak kabul edilir. Ancak sadece resmi ilan geliri için kurulan gazetelerin varlığı da söz konusudur. Bu durum, yerel medyanın niteliğini ve işleyişini olumsuz etkilemektedir (Alkan, 1998).

Öte yandan, Türkiye'de resmi ilan ve reklamların ülke çapındaki reklam payı içerisindeki yeri sadece yüzde 2-3'tür (Özdemir, 2000). Resmi ilanların yerel medya için önemli olmasına rağmen, asıl problem uygulamanın amacından sapmış olmasıdır. Küçük gazeteler, Basın İlan Kurumu'nun resmi ilandan pay alabilmek için istenen şartları asgari seviyede sağlayabilmekte veya sağlıyormuş gibi görünmektedirler. Bu da, resmi ilanların özü itibariyle bir destek mekanizması olarak kullanılması amacından sağmaya neden olmaktadır (Şeker, 2007).

Bununla birlikte, resmi ilan vermek için gerekli şartların yerine getirilmesi konusunda sıkıntılar yaşanmaktadır. Özellikle Basın İlan Kurumu şubesi olmayan kentlerde denetimin gerçek anlamda yapılamadığı, askeri şartları taşımasa bile resmi ilan verilmesinin mümkün olduğu ifade edilmektedir. Bu durum, bahsedilen illerde gazetecilik mesleğini yapmak isteyen gazeteleri de olumsuz etkilemektedir (Şeker, 2007).

Son yıllarda, Basın İlan Kurumu'nun görev alanı genişletilerek, şube bulunmayan illerdeki gazetelerin de denetiminin kurum yetki alanına alınması sağlanmıştır. Ancak, kurumun taşradaki faaliyetlerine merkezi yapının yeter düzeyde dahil olması mevcut şartlarda zorluklar içermektedir (Tablo 1). Bu durum, yerel medyanın ekonomik sorunlarını çözme konusunda yetersiz kalabileceği anlamına gelmektedir (Özdemir, 2000).

Resmi ilanın, gelişmiş illerde de yerel gazetelerin gelişmesini önleyen ve onların özel reklam gelilerinin azalmasına neden olan bir ekişinin varlığından bahsetmek mümkündür (Şeker, 2007). Bu soruna ilişkin olarak BİK görev alanının genişletilmesi suretiyle şube bulunmayan illerdeki gazetelerin de denetiminin kurum yetki alanına alınması sağlanmıştır. Diğer taraftan, kurumun taşradaki faaliyetlerine merkezi yapının yeter düzeyde dahil olması mevcut şartlarda zorluklar içerdiğinden bazı bölgelerde buna geçici olarak valilikler aracılığı ile çözüm getirilmiş ve BİK'nun görev alanı Türkiye geneli olarak Şubat 2020 tarihli genel kurul kararı ile düzenlenmiştir. Bu düzenlemede geçicilik arz eden görev alanları taksimi Tablo 1 ile verilmiştir. Tablo açıklamaları ve taplo dipnotları yapılan bu düzenlemenin kapsamını ve kapsamdaki yerel gazetelerin taşıması gereken özellikleri ifade etmektedir.

Tablo 1. Görev Alanlarına Göre Yerel Gazetelerin Vasıfları

ASGARİ	KURUM GÖREV ALANI GAZETELERİ				
	İSTANBUL (25 Bin tiraj Altı)[2]	**ANKARA VE İZMİR**	**DİĞER MERKEZ[3]**	**İLÇE VASIFLI**	**İLÇE ALT VASIFLI[4]**
Kadro (*)[5]	11	11	6	4	3
Yüz ölçüm (**)[6]	1,50	1,50	1,12	0,90	0,60
Fiili Satış (**)[7]	4.000	2.400	400	80	80
Bayi Satış[8]	2.000 (%50)	960 (%40)	120 (%30)	16 (%20)	16 (%20)
İade Oranı (%5)[9]	(en az) 100	48	6	0	0
Bekleme Süresi[10]	36 Ay	36 Ay	36 Ay	24 Ay	18 Ay

ASGARİ	VALİLİK GÖREV ALANI GAZETELERİ[11]				
		İL MERKEZİ		İLÇE	
		VASIFLI[12]	**ALT VASIFLI[13]**	**VASIFLI**	**ALT VASIFLI**
Kadro		4	3	4	3

[2] Resmi ilan yönetmeliği 73'ncü maddesinde 25 bin tiraj üstünün detayları mevcut.
[3] Şube müdürlüklerinin bulunduğu il merkezlerini ifade etmektedir. Bu bağlamda şube müdürlüğü açılmış ve kapanmış olması da bu kapsamda değerlendirilir.
[4] Gazetenin yayınlanmadığı ilçelerde alt vasıf olarak yayınlanabilir ve bunlar da da haftada en az birkez gazetenin yayınlanması lazım.
[5] İletişim fakültesi mezunu, sarı basın kartı sahibi veya 18 ay gazetecilik mesleğini icra etmiş olması. Engellilerde bu kıdem şartları aranmadığı gibi işkur işbaşı istihdamı durumunda da kıdem şartı aranmaz. Bu durumda da işkur işbaşı sözleşmesinde "muhabir" olarak ilgili meslek kodu ile sözleşme yapılmış olma şartı aranır.
[6] Gazetenin bir sayfasının en X boy X sayfa sayısı olarak hesaplanan bir katsayı olarak ifade edilmektedir.
[7] Yönetmeliğe uygun olarka her yayın gününde gerçekleşmesi gereken satış miktarını ifade etmektedir.
[8] Bayi satışı zorunlu ve alt limiti var. Fiili satışın bayi satışta verilen oranı için zorunludur. Bunun dışında kalan fiili satış açığını da aboneliklerle kalan satış açığını VUK a göre belgelendirerek yapabilir.
[9] İade zorunluluğu var. Bu da mevcut satıştan fazlasının satılması için daha fazla gazete gönderilmesi amacına hizmet etmektedir.
[10] Basın ilan kurumundan resmi ilan alma hakkı kazanabilmek için bu sürelerde yükümlülükleri sağlamalı ve yılda en az bir kez denetlenmesi gerekmektedir.
[11] Kurum görev alanına dahil edildiler ancak 2022 sonu itibariyle bu ayrım kalkacak.
[12]Vasıflı gazete: Haftada en az altı gün yayınlanması gerekir. Alt vasıflı: Haftada en az bir gün yayınlanmalı.
[13] Vasıflı gazete varsa alt vasıflı gazetede resmi ilan yayınlanamaz.

Yüzölçüm (**)		0,90	0,60	0,90	0,60
Fiili Satış (**)		200	200	80	80
Bayi Satış		40 (%20)	40 (%20)	16 (%20)	16 (%20)
İade Oranı (%5)		0	0	0	0
Bekleme Süresi		24 Ay	18 Ay	24 Ay	18 Ay

NOTLAR:
(*) 16 Eylül 2018 tarihli Resmi Gazetede yapılan değişikle İstanbul, Ankara ve İzmir in asgari kadro sayısı 12'den 11'e; Merkez gazeteleri 7'den 6'ya düşürüldü. (64/1-3 Md.)
(**)
28 Eylül 2018 tarihli Resmi Gazetede yapılan değişiklikle gazetelerin:
Asgari yüzçölçümleri;
a) İstanbul, Ankara ve İzmir 2,25'den 1,50'ye (63/2 Md.)
b) Merkez gazeteleri 1,50'den 1,12'ye (63/1 Md.)
c) Vasıflı gazeteler 1,12'den 0.90'a (76/1 Md.)
d) Alt vasıflı gazeteler 0,75'den 0,60'a düşürüldü. (84/2 Md.)
Asgari Satışları;
a) İstanbul gazeteleri 5.000'den 4.000'e (66/1-a Md.)
b) Ankara ve İzmir 3.000'den 2.400'e (66/1-b Md.)
b) Merkez gazeteleri 500'den 400'e (66/1-c Md.)
c) Vasıflı gazeteler 250'den 200'e (79/1 Md.)
d) Alt vasıflı gazeteler 100'den 80'e düşürüldü. (79/1 Md.)

2.8.5 İstihdam profili ile ilişkili sorunlar

Yerel medyada nitelikli personel oluşturmak, başarı için en önemli faktörlerden biridir. Kadronun kalitesi, medya kurumunun niteliğini belirleyen önemli bir etkendir (Vural, 1999). Ancak, yerel medyada çalışan gazetecilerin kazançları, sosyal güvenceleri ve iş devamlılığı yeterli seviyelerde olmadığı için nitelikli personel oluşturma konusunda ciddi zorluklar yaşanmaktadır. Kahraman (1997) bu durumu "çalışanların kazançları ile geçinmeleri mümkün değil" şeklinde ifade etmektedir. Bu nedenle, yerel medyada çalışan gazetecilerin çoğu gençlerdir ve bu işi geçici bir iş olarak görmektedirler. Bu da yerel medyada nitelikli personel oluşmasını engellemektedir. Ayrıca, yerel medyada çalışanların sosyal güvenceleri ve iş garantisi de olmadığından, işlerini kaybetme riski de yüksektir (Güneş, 1999).

İnsan kaynağı sıkıntısı, yerel medyada önemli bir sorundur. Bu sorun, işe alım konusunda devletin etkisinin büyük olmasıyla da bağlantılıdır. Resmi ilanların yayınlanabilmesi için, gazetelerin Basın İlan Kurumu'nun belirlediği sayıda gazeteci istihdam etmesi gerekmektedir (Tablo 1). Bu nedenle, yerel medyada istihdam edilen gazetecilerin niteliği, çoğu zaman ilanların yayınlanması için gereken asgari şartları sağlamakla sınırlı kalmaktadır. Bu durum, yerel medyanın niteliğini olumsuz yönde etkilemektedir (Girgin, 2009).

Yerel medyada insan kaynağı sıkıntısının bir diğer yansıması da istikrarsızlık sorunudur. Birçok yerel medya kuruluşu, personel kaynaklı sorunlar nedeniyle yayın hayatlarına ara vermek veya kapatmak zorunda kalmaktadır. Yerel medya kuruluşlarının özellikle küçük işletmeler olması, ekonomik sorunlarla birleşince, bu durum istikrarlı bir yayın hayatını zorlaştırmaktadır (Kerimoğlu, 2010).

Bu nedenle yerel medyada istihdamın sınırlı olması ve istihdamın kalitesiz olması gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, yerel medya çalışanlarının iş güvencesi de bulunmamaktadır. Yerel medyada çalışan gazetecilerin büyük çoğunluğu güvencesiz bir şekilde çalışmakta ve düşük ücretler almaktadır. Bu da kalifiye elemanların yerel medyaya yönelmesini engellemektedir. Bu sorunlar nedeniyle yerel medyada işgücü dengesizliği yaşanmakta, nitelikli çalışan bulmak zorlaşmakta ve bu durum yerel medyanın kalitesini olumsuz etkilemektedir (Üstündağ, 2007).

Özetle, yerel medya kuruluşları ekonomik, teknolojik, reyting-tiraj, insan kaynakları ve istihdam gibi birçok sorunla karşı karşıyadır. Yerel medyada sınırlı bir gelir kaynağı ve yüksek maliyetler bulunması, teknolojik gelişmelerin gerisinde kalınması, reyting ve tiraj kaynaklı sorunlar, nitelikli çalışan bulunamaması, düşük ücretler ve iş güvencesi olmaması gibi sorunlar, yerel medyanın kalitesini olumsuz etkilemektedir. Bu sorunlar çözüme kavuşturulmadığı sürece yerel medyanın varlığı ve kalitesi için endişeler devam edecektir.

Sektör çalışanlarının niteliği bağlamında son olarak 2017 yılında Basın İlan Kurumu'nun (BİK) açıkladığı verilere göre resmi ilan yayınlama hakkına sahip 1122 gazete bulunurken yapılan denetimler ve faaliyetlerini devam ettirmeme kararı alan işletmeler sonrasında 2022 rakamları ile 982 yerel gazete bulunmaktadır. (http://www.bik.gov.tr,

14.07.2022). Son yıllarda ülkemizde vakıf üniversiteleride açılan iletişim fakülteleri de dikkate alındığında önemli bir mesleki eleman artışından bahsetmek mmkündür. Ancak, genel itibariyle sektörde istihdam edilen kimselerin alan dışı oranının yüksek olması da sektörde istihdam bakımından bir sorunsalı teşkil ettirmektedir.

2.8.6 İçerik haber özgürlüğü temelli sorunlar

Elbette, yerel medyadaki içerik sorunu, sektörün en temel sorunlarından biridir. Yerel medya çalışanlarının niteliği, teknik sınırlılıklar, belirli bir yönetim ve organizasyon yapısının olmayışı, çalışma şartlarının çalışanları memnun edememesi, ilke ve politikaların sağlıklı bir temelde oluşturulmamış olması gibi faktörler içerik açısından nitelikli yerel basının oluşumunu engellemektedir (Vural, 1999).

Yerel medyadaki içerik sıkıntısı geçmişten beri süregelmektedir. 1975'te gerçekleştirilmiş olan 2. Türk Basın Kurultayı raporunda bu konu ele alınmış; Anadolu gazetelerinin içerik bakımından çok kaliteli olmadığı, yazı işlerinde çalışan personelin bu anlamda yetersiz olduğu ve buna bağlı olarak gazetelerin bölgesel haberler açısından eksik bir mahiyette yaynlandığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte raporda yerel basının gelişmiş teknolojileri kullanmayışlarının bir neticesi olarak içeriğin niteliksiz olmasında bu eksikliğin etkisi de dile getirilmiştir (2. Türk Basın Kurultayı, 1976).

Kayseri'de yapılan bir yerel medya eğitim seminerinde konuşan Sözen (2004) de, yerel basının içeriğinde Kayseri şehrinin özel sorunlarıyla ilgili haberlerin olmamasını eleştirmekte, yerel medyanın temel görevinin kentte yaşanan sorunlardan hem kent genelini hem de yerel otoriteleri haberdar etmek olduğu ancak bunun gazeteler tarafından gerçekleştirilmediği yönündeki şikyaetini dile getirmiştir. Bu şikayetinin yanı sıra yerel medyanın yayın bölgesindeki kitleleri toplumsal sorunlara katılım noktasında yönlendirebilecek bir yapı olarak nitelendirmiş ve bunun gerçekleşebilmesi için katılımı kolaylaştıracak bir mekanizmanın geliştirilmesinin yanı sıra demokratik toplumun inşasında da yerel gazetelerin fonksiyon üstlenmelerini önermiştir.

Benzer şekilde içerik sorununa yönelik olarka Mutlu (1998)'da yerel medyanın kuruluş amacına uygun olarak ulusal konulara değil yerel konulara odaklanması gerektiğini ifade etmekte ve bununla birlikte yerel medyanın haber üretiminde ulusal medyadan büyük

ölçüde etkilendiğini dile getirmektedir. Bunlara ek olarak toplumsal katılımın gerçekleşmesi için bir sistemin oluşturulması gerekliliğini de savunmaktadır.

Bunun yanı sıra yerel medyanın içerik sorununun bir diğer nedeni de mali kaynakların yetersizliği ve reklam gelirlerindeki azalmadır. Bu durum, yerel medya kuruluşlarının kaliteli içerik üretmek için gerekli kaynakları sağlayamamasına ve hatta çalışanlarını düzenli bir şekilde ödeyememesine neden olmaktadır. Bu nedenle yerel medya kuruluşları, içeriklerini oluştururken genellikle sınırlı kaynaklarını verimli bir şekilde kullanmak zorundadırlar.

Sonuç olarak, yerel medya sektöründe birçok sorun ve zorlukla karşı karşıyadır. Ancak yerel medya, toplumun haber alma ihtiyacını karşılamak için önemli bir rol oynamaktadır. Yerel medya kuruluşlarının, kaliteli içerik üretmek için gerekli kaynakları sağlamaları ve teknolojik altyapılarını güçlendirmeleri gerekmektedir. Ayrıca, sektördeki istihdam sorunu ve çalışma koşullarının düzeltilmesi de önemlidir. Yerel medya kuruluşlarının, doğru politikalar ve ilke ve yönetim yapısıyla işlerini yürütmeleri, toplumun katılımını artırarak daha demokratik bir ortam yaratmaları mümkündür.

Yerel medyadaki içerik problemi yerelde yaşanan teknolojik imkansızlıklar, sermaye darlığı, nitelikli eleman sorunu gibi hususlarla yakından ilişkilidir. Bu eksiklikler içerik yoksunluğunu etkilediği gibi yayın kalitesini de düşümektedir. Bunların çözümüyle birlikte yerel medya daha fonksiyonel bir yapıya erişebilecek ve amaçları doğrultusunda yayın yapabileceği gibi toplumsal katıkısı da daha üst seviyerele ulaşabilecektir.

Gazetecinin özgürlüğü meselesi uzun süredir tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de yayın özgürlüğü özellikle 1980'lerin başları itibariyle daralmış, kamusal bir görev olan gazetecilik mesleğinin icracıları olan gazeteciler mesleğin gerekliliklerini de tam anlamıyla yerine getiremez olmuşlardır. Bu anlamda medya patronlarının büyük etkisi olmasının yanı sıra medya-siyaset ilişkisi de bu anlamda oldukça etkili bir husus olarak kendini göstermektedir.

Türkiye'de özellikle 1950'lerden itibaren medyanın sahiplik yapısındaki değişimle birlikte, gazeteci aileler 1980'lerden sonra holding patronlarına yerlerini devretmiştir. Medyaya yapılan yatırımın boyutu arttıkça, 70'li yıllarda tekelleşme oluşmuştur (Tokgöz,

2010). 1980'lerin sonunda yeni patronların medyaya yatırım yapmasıyla birlikte, medyanın sahiplik yapısındaki değişimler düzensizleşmiştir. İş çevrelerinin medyaya yatırım yaparak, diğer sektörlerde daha etkin olmayı amaçladığı görülmüştür (Özsever, 2004). 1990'lar itibariyle ise Türkiye'de medya işletmleri patron işletmeleri haline dönüşmüş ve bir endüstri haline gelmiştir. Holdinglere dönüşen medya şirketleri, farklı sektörleri barındırmalarının yanı sıra, gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi farklı kitle iletişim araçlarına da sahip olmuştur (Tokgöz, 2010:37-41). Bu yeni oluşumla birlikte 1990'ların sonunda, medya ve siyaset arasındaki ilişki yoğunlaşmış, radyo, gazete ve televizyonların şirket sahipleri konumundaki medya partronları ellerindeki bu gücü siyasi bir silah olarak kullanmışlardır. Farklı siyasi oluşumlar ve iktidarla işbirliğinde bulunarak, mali olanaklarını geliştirmişlerdir. Bu nedenle, Türk basınında reklam paylarından en büyük dilimi kapma yarışı başlamış ve bu yarışta siyaset önemli bir belirleyici halini almıştır (Özsever, 2004).

Türkiye'de medya sahipliği yapısı, özellikle son yıllarda ciddi bir değişim geçirmiştir. Gazetecinin haber üretim sürecinde özgür olduğunu söylemek pek mümkün görünmemektedir. Ekonomi ve siyaset ile ilişki içinde olan medya kurumlarının yayın politikasını etkilemesi kaçınılmazdır. Bu durum, yayın politikasının siyasal erkin çıkarlarına hizmet edeceği anlamına gelmektedir. Gazeteciler genellikle kurumun yayın politikasını içselleştirmekte ve haber yaparken oto sansür uygulamaktadır. Özellikle siyasi yaklaşımlar arasında farklılıklar olduğunda gazetecilerin boyun eğdiği görülmektedir. Ulusal medyada görülen ekonomi-politik yapılanma, yerel medyada da benzer şekilde görülmektedir. Yerel medyanın sahipleri arasında yerel siyasetçiler, milletvekilleri ve siyasi parti il temsilcilikleri gibi oluşumlar bulunmaktadır. Bu durum, yerel medyada da tekelleşmenin, belli bir siyasi düşünceye yakınlığın oluşmasına neden olmaktadır. Medya kurumlarının bağımsızlığı ve gazetecilerin özgürlüğü, Türkiye'deki medya sahipliği yapısındaki değişimlerin ve ekonomi-politik yapılanmanın sonucu olarak tehlikeye girmiştir. (Tılıç, 1998).

Ulusal medyada görülen ekonomi-politik yapılanmanın benzer biçimi yerel medyada da kendini göstermiştir. Yerel medya patronları, yerel siyasetçilerden, bölge milletvekillerinden, çeşitli görüş gruplarından, siyasi parti temsilciliklerinden aldıkları desteklere karşın bu unsurların menfaatleri doğrultusunda yayınlar yapmaya da

başlamışlardır. Bu unsurlar, hem yerel siyasette hem de ekonomik alanlarda etkin olmaları itibariyle medyanın bu etkinlikten bir çıkar sağlama çabası medya faaliyetlerine yön vermiştir. Bu oluşumlar yerel gazetelerle birlikte yerel televizyon ve radyolarda da istekleri doğrultusunda yayın yaptırabilir olmuşlar ve böylelikle bir medya tekeli oluşmuştur (Şeker, 2007).

Türkiye'de gazetecilerin özgürlük alanlarıyla ilgili yaşadıkları sıkıntılar hem ulusal da hem de yerel anlamda benzer mahiyette olup özellikle politika-medya ilişkisi bu durumun belirleyicisi konumuna yerleşmiştir. Yaşanan bu gelişmeler ise yerel medya çalışanlarını doğrudan etkilediği gibi haber özgürlüğü ilkesini de önemli ölçüde baltalamıştır. Bu da gazetecilik mesleğinin kamusal sorumluluklarını yerine getirebilmesinin önünde büyük bir engel olarak varlığını devam ettirmiştir.

2.8.7 Haber kaynağı temelli sorunlar

Haber kaynakları ile gazeteciler arasındaki ilişkiler, gazetecilik mesleğinin temel taşlarından biridir. Ancak, ekonomik ve politik durumun yarattığı sorunlar nedeniyle bu ilişkiler, tartışmaların odağı haline gelmiştir. Özellikle yerel medyada, ekonomi ve siyasetle olan bağlantılar nedeniyle haber kaynakları açısından çeşitli sıkıntılar yaşanmaktadır. Belediye, valilik, adliye, il özel idaresi ve parti il başkanlıkları gibi resmi kurumlar, yerel medyanın haber kaynakları arasında yer almaktadır. Ayrıca, ticaret, sanayi ve esnaf odaları gibi meslek örgütleri de bu kurumlar arasında yer almaktadır. Bu kurumlar genellikle güç sahibi olanlar arasından seçildiği için, gazetecilerin denetim görevini yerine getirmesi zorlaşmaktadır.

Bu sorunlar, yerel medyada çalışan gazetecilerin işini daha da zorlaştırmaktadır. Kolaylı (1998), yerelde gazetecilik yapmanın zorluğuna dikkat çekerek, taşrada gazeteci-politikacı, gazeteci-işadamı ve gazeteci-bürokrat ilişkilerinin çok üst seviyede olduğunu ifade etmektedir. Bu ilişkiler, patron çevreleri ve politikayla olan ilişkilerin medya kuruluşlarının yayın politikasını etkilediği sonucunu doğurabilir. Yereldeki gazeteciler, bu durumdan uzak durarak, habercilik ilkelerine bağlı kalmalı ve haberlerini tarafsız bir şekilde sunmalıdır (Şeker, 2007).

Yerel medyada gazetecilerin en büyük sorunlarından biri, devlet kurumlarından bilgi almanın zorluğudur. Memurlar, devlet memurluğu yasasını öne sürerek bilgi vermekten

kaçınmaktadır. Bu durum, gazetecilerin habercilik görevlerini yerine getirmelerini engelleyebilir ve haberlerin doğruluğunu etkileyebilir.

Diğer bir sorun ise, yerel medyada haber ajanslarına olan aboneliklerdir. Yerel gazetelerde sınırlı sayıda eleman bulunmasından ötürü bölgedeki olayların takibi de güçleşmekte, bu güçlüğü aşmak adına yeter sayıda personel istihdamı ise azalan gelirler nedeniyle mümkün olamamaktadır. Yerel gazetelerin ajans aboneliği konusunda sürekli teşvik edilmesine rağmen, gelenekselliğini muhafaza edebilmiş bazı yerel gazeteler halen ajans aboneliğine olumsuz yaklaşmaktadırlar. Bu durum, içeriğin diğer gazeteler veya internetten elde edilen haberlerle doldurulmasını da beraberinde getirmiştir. Görece gelişmiş illerdeki gazetelerde ise abonelik düzeyi daha yüksek olup bu illerdeki gazeteler özellikle ajansların sağladıkları haberlerle içerik oluşturmakta ve bu konuda sıkıntı yaşamadıkları gibi haberlerin sorgulanma ihtimali de ortadan kalkmaktadır Bu durum yerel basında ajans haberlerinin gazete içeriklerinin önemli bir kısmını kaplamasına ve yerel gazeteciliğin asıl amacı olan yerel haberlerin bu gazete içeriklerind eyer almamasına neden olmaktdır. Bu da yerel medyanın çeşitliliğinin azalmasına ve okuyucu, izleyici, dinleyici ve kullanıcılarının yerel medyaya karşı duyarsızlaşmasına yol açabilmektedir.

Netice itibariyle yerel medyadaki haber kaynakları ile olan ilişkiler, gazetecilik mesleğinin temel ilkelerinden biri olan tarafsızlık ilkesini zorlamaktadır. Yerel medyada çalışan gazeteciler, tarafsız bir şekilde haber yapabilmek için siyasal erki, güç sahiplerini ve diğer kaynakları denetleyebilme gücüne sahip olmalıdır. Bu nedenle, gazeteciler, yereldeki kurumların yanı sıra diğer kaynaklardan da haber alarak, tarafsız bir şekilde haber sunmalıdır. Ayrıca, yerel medyanın çeşitliliğinin korunması, yerel medyanın öneminin artırılması ve okuyucu, izleyici, dinleyici ve kullanıcıların yerel medyaya karşı ilgisinin artırılması için gereklidir.

Haber kaynakları sorunu, sadece yerel medya için değil, ulusal medya için de büyük bir problem oluşturmaktadır. BİA'nın eğitim çalışmalarında ABD'de ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği, yerel medyanın haber kaynakları sorununu çözmek için bir çözüm olarak sunulmaktadır. Yurttaş gazeteciliği, medyanın egemen güçlerin sözcüsü olma konumundan kurtulma sürecinde önemli bir araçtır. Bu gazetecilik anlayışında, haber kaynakları arttıkça kamunun bakış açısına yaklaşılabileceği öngörülmektedir. Bu

yaklaşımın en önemli ilkeleri arasında, olayın taraflarından her birinin görüşünün alınması, sadece resmi kaynaklara dayalı haberlerin yapılmaması bulunmaktadır. Bu ilkelerin yerine getirilmesiyle, okurun gazetelere olan dikkatinin artacağı, sorunların çözümü için eyleme geçileceği belirtilmektedir.

Yerel medyada haber kaynakları sorunu, gazeteciler açısından güçlükle aşılabilecek sorunlar arasında yer almaktadır. Yerel medya, ulusal medyaya göre daha küçük bir kitleye hitap etmektedir. Bu nedenle yerel medyada çalışan gazeteciler, haber kaynaklarıyla daha sık karşılaşma ihtimali bulunmaktadır. Ancak bu durum, gazetecilerin haber kaynaklarıyla yakın bir ilişki kurması nedeniyle de sıkıntılara yol açabilmektedir. Yerel medyada haber kaynakları sorunu, haber kaynağının seçiminden de ortaya çıkabilmektedir. Yerel medya kuruluşları, ekonomik destekçileri olan olan kentin sanayicilerini, ileri gelenlerini ve yerel siyasetçilerini ilk haber kaynağı olarak seçebilmekte ve buna bağlı olarak da medya da haber çeşitliliği azaldığı gibi diğer gelişmelerden haberdar olma düzeyi de düşmektedir. Bu durum, yerel medyanın çeşitliliğinin azalmasına ve okuyucu, izleyici, dinleyici ve kullanıcıların yerel medyaya karşı ilgisinin azalmasına yol açabilmektedir.

Yerel medya eğitim seminerleri, gazetecilerin bu sorunu aşmalarına yardımcı olabilir. Bu seminerlerde, gazetecilerin doğru haber kaynaklarını seçme, tarafsız ve doğru haber yapma konusunda eğitim almaları sağlanabilir. Ayrıca yerel medyanın çeşitliliğinin korunması için, farklı kesimlerden ve kaynaklardan haberlerin yayınlanması teşvik edilmelidir.

Sonuç olarak, yerel medyadaki haber kaynakları sorunu, gazetecilik mesleği açısından büyük bir sorundur. Ancak doğru eğitim ve bilinçlendirme ile bu sorunun aşılması mümkündür. Yurttaş gazeteciliği gibi alternatif yaklaşımların da kullanılması, haber kaynaklarına olan bağımlılığı azaltabilir ve yerel medyanın çeşitliliğini koruyabilir.

2.8.8 Sendikal işleyişle ilişkili sorunlar

Meslek örgütleri, bir mesleğin profesyonellik seviyesini belirleyen önemli faktörlerden biridir. Meslek örgütleri, çalışanların eğitimiyle ilgilenir, toplumsal bir konum sağlar, terfi işlerini ayarlar, meslek grubunu bütünleştirir ve meslek dalında çalışanları farklı meslek gruplarına karşı özerkleştirir. Ayrıca, yapılan işin kalitesini kapsayarak meslek

"erbabını" kontrol eder (Altun, 1995). Bu nedenle, gazeteciliğin bir meslek olarak ele alınması ve gazetecilerin profesyonellik seviyesinin belirlenmesi için meslek örgütlerinin varlığı önemlidir. Türkiye'de de gazetecilerin mesleki örgütlenmesi, medyadaki sıkıntıların çözüme kavuşması için bir çaba olarak ortaya çıkmıştır (Altun, 1995). Gazetecilik mesleği, özü itibariyle bireysel rekabetçiliği de beraberide getirdiği için kolektif bir faaliyet biçimi veya örgütlenme pek mümkün olamamaktadır. Bu nedenle sendikalaşma konusu, gazetecilerin işsiz kalmasına neden olabilecek durumlara yol açabilmektedir. Ancak meslekteki bu zorluklar göz önünde bulundurularak, gazetecilerin yasal korumaya öncelik verilmesi önemli bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Özsever, 2004). Ülkenin sosyolojik ve siyasal yapısı, ideolojik yaklaşımlar, demokrasi seviyesi ve medyadaki sahiplik yapısı gibi faktörler de gazetecilerin örgütlenmesini etkileyebilmektedir. Ancak gazetecilerin örgütlenme çabalarının, mesleklerindeki sorunların çözülmesi için önemli bir adım olduğu ve mesleki standartların korunması açısından da önemli olduğu unutulmamalıdır (Özsever, 2004).

Meslek örgütleri, meslek alanındaki çalışmaları düzenleyen ve çalışanların eğitimiyle ilgilenen, toplumsal bir konum sağlayan, terfi işlerini ayarlayan, meslek grubunu bütünleştiren, farklı meslek gruplarına karşı özerkleştiren ve meslek erbabını kontrol eden kurumlardır (Altun, 1995). Bu örgütlerin varlığı, mesleki profesyonellik seviyesini belirlemekte önemli bir rol oynamaktadır. Gazetecilik mesleğinde de meslek örgütlerinin varlığı, editoryal bağımsızlığın sağlanması, çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve hakların elde edilmesi gibi işlevleriyle önemlidir (Özsever, 2004). Ancak Türkiye'de gazetecilerin sendikal haklarından yararlanamadığı ve sendikasızlaşmaya sürüklendiği konusunda endişeler bulunmaktadır (Şakar, 2002). Bu durum, 1980'li yıllardan itibaren medya sektöründe taşeron kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte gazetecilerin sendikal dayanışmasının zayıflaması, işverenlerin gazetecileri sendikasızlaştırma yönündeki baskıları ve tekelleşen medyanın gazetecileri sendikasızlaştırmaya itmesi gibi nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Gazetecilerin sendikal haklarının yasalarla güvence altına alınması, medya özgürlüğü ve demokrasinin gelişmesi için de önemlidir. Güçlü gazeteci sendikalarının varlığı, basın özgürlüğü ve sendikal hakların yasalarla güvence altına alınmasıyla birlikte demokrasinin gelişmesine katkıda bulunabilmektedir (Atılgan, 2001). Ancak Türkiye'deki sosyolojik ve siyasal yapı, ideolojik yaklaşım, medyadaki sahiplik

yapısı gibi faktörler de sendikalaşma girişimlerini etkilemektedir. Bu nedenle yasal korumanın önemli bir yaklaşım olduğu düşünülmektedir (Özsever, 2004).

Türkiye'deki basın, yayın ve gazetecilik sektöründe sendikal hakların kullanılmaması, çalışanların hakları konusunda güçsüz kalmasına neden olmaktadır. Sendikal haklarının kullanılmaması, çalışanların özlük haklarına sahip olamaması, iş koşullarının kötüleşmesine ve çalışanların emek sömürüsüne uğramasına yol açmaktadır. Ayrıca, medya patronlarına karşı da güçsüz kalmaları, editoryal bağımsızlığı tehlikeye atabilmektedir. Bu nedenle, basın ve yayın çalışanlarının sendikal haklarını kullanmaları, hem kendi haklarını korumaları hem de gazetecilik mesleğinin bağımsızlığının korunması açısından son derece önemlidir.

Türkiye'deki düşük sendikal üyelik oranları, özellikle medya patronları tarafından işçilerin sendikalaşmasını engellemek için yapılan baskıların sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Çalışanlar, işlerini kaybetmekten korktukları için sendikal haklarını kullanamamaktadırlar. Bunun yanı sıra, bazı medya kuruluşları da çalışanların sendikal haklarını kullanmasına izin vermemektedir. Bu durum, çalışanların iş koşullarının kötüleşmesine neden olmakta ve mesleklerini icra ederken zorluklarla karşılaşmalarına neden olmaktadır.

Türkiye'deki düşük sendikal üyelik oranları, gazetecilik mesleğinin de kalitesini düşürmektedir. Sendikal haklarını kullanarak toplu sözleşme yapma imkanı olmayan çalışanlar, ücretlerinin düşük kalmasına ve kötü çalışma koşullarına mahkum edilmektedirler. Bu da çalışanların mesleklerini yaparken motivasyonlarını düşürmekte ve gazetecilik mesleğinin kalitesinin düşmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla, gazetecilik mesleğinin gelişebilmesi ve kalitesinin artırılabilmesi için, çalışanların sendikal haklarını kullanmaları son derece önemlidir.

Türkiye'de Basın İş Sendikası'na kayıtlı 2.221, Medya-İş Sendikası'na kayıtlı 2.451 ve Türkiye Gazeteciler Sendikası'na kayıtlı 1.020 basın çalışanı bulunmaktadır. (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020)

2019 yılında Türkiye'de medya sektöründe çalışan yaklaşık 80 bin kişi bulunmaktaydı ve bunların sadece %6.7'si sendika üyesiydi. (Habertürk, 2020)

Türkiye'de 2018 yılında Basın-İş Sendikası'na kayıtlı basın çalışanlarının %54.1'i, Medya-İş Sendikası'na kayıtlı basın çalışanlarının %50.8'i, Türkiye Gazeteciler Sendikası'na kayıtlı basın çalışanlarının %19.6'sı erkek, %5.2'si kadındı. (Türkiye İstatistik Kurumu, 2018)

Türkiye'de medya sektöründe çalışanların %85'i iş sözleşmesi ile çalışmaktadır ve bunların %9.2'si sendikalıdır. (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020)

Bu istatistiki veriler, Türkiye'deki basın çalışanlarının sendikalı olma durumu hakkında fikir vermektedir. Ancak, sendikasız çalışanların sayısı ve nedenleri hakkında da ayrıntılı bir analiz yapılması gerekmektedir.

2.9 Basın İlan Kurumu

Temel kuruluş amacı, kamu kurum ve kuruluşları tarafından verilen ilanların fikir ve içerisk farkı gözetmeksizin, yerel ve ulusal gazetelere adil bir biçimde dağıtılarak yayınlanmasını kontrol olan Basın İlan Kurumu 1961 yılında, 195 sayılı Kanun ile kurularak kamu tüzel kişiliği kazandırılmış bir idare niteliği taşımaktadır. Kurumun teşkilat yapısı, "Basın", "Hükümet" ve "Tarafsızlar" olmak üzere üç grupta toplam 42 üyesi bulunan Genel Kurul; her gruptan eşit temsille oluşan Denetçiler ve Yönetim Kurulu ile Genel Müdürlük ve Şubelerden oluşmaktadır. Genel Müdür, Yönetim Kurulu'nun doğal üyesidir. Kuruluşu itibariyle başlangıçta İstanbul, Ankara ve İzmir şubeleri aracılığı ile ilanların gazetelere dağıtımını gerçekleştiren kurum, kuruluşundan bu yana geçen zaman içerisinde Türkiye'nin tüm illerinde şubeler oluşturmuş ve resmi ilan ve reklamların yayınlanmasına bu şubeler vasıtası ile aracılık görevini devam ettirir hale gelmiştir.

Günümüzde, Türkiye genelinde resmi ilan ve reklam yayınlama hakkına haiz olan 995 gazeteye bu ilan ve reklamların yayınlanması noktasında bir anlamda dağıtım merkezi olarak faaliyet göstermenin yanı sıra bu gazetelerin düzenli ve sürekli denetimi de yine kurumun sorumluluk alanında yer almaktadır. Özellikle yerel gazetelerin varlıklarını devam etirmeleri hususunda büyük öneme sahip olan bu resmi ilan ve reklamların gazetecilik alanına ekonomik katkısı 2021 rakamları ile 613 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca gelişen teknolojilerle birlikte dijital gazeteceliğin de gittikçe yaygınlaşmasına bağlı olarak bu mecrada da denetim yeteneğini sistemsel olarak

oluşturmuş ve bunun neticesinde Türkiye'nin en büyük dijital gazete arşivini de oluşturabilmiştir.

2.9.1 Basın İlan Kurumu'nun tarihçesi

Başlangıçta 1928 yılında kurulan Türkiye İlan Reklamcılık T.A.Ş., 1950 yılında Basın İlan Kurumu (BİK) adını alarak devletin ilan ve reklam işlerini yöneten tek kurumu haline geldi (Meral, 2011). BİK, Basın Kanunu'nun 15. maddesinde belirtilen kamu ilanlarının yayınlanmasına ilişkin işleri yürütmek üzere oluşturulmuştur. 1980 darbesi sonrası BİK, devletin bir yan kuruluşu olarak güçlendirildi ve Türkiye genelinde tüm resmi ilanların yayınlanmasına yönelik yetki ve sorumlulukları genişletildi (Tosun, 2002).

Basın tarihinin en önemli olaylarından biri, ilk resmi gazetenin kurulmasıdır. 1831'de Takvim-i Vekayi, basın tarihinde önemli bir kilometre taşı olarak yayın hayatına başladı. İlanların yayınlanmasıyla ilgili olarak, 1840'ta Ceride-i Havadis gazetesi, "ilanat" başlığını taşıyan sayfaları (https://www.bik.gov.tr) yayınladı. İlk başlarda ölüm haberleri içeren bu sayfalar, zamanla diğer gazetelerin içeriğinde de yer almaya başladı.

Bu gelişmelerin ardından, sayfaların içeriği genişledi ve satılık yatırım araçları, yeni çıkan yazılı ürünler ve çeşitli duyurular yer aldı. Ayrıca, dönemin gazeteleri, hükümetin taleplerine bağlı olarak resmi duyuru niteliğindeki yazıları da sayfalarında yayınlamaya başladılar. İlan kavramına yönelik yazınsal metinler, 1864 yılında Tercüman-ı Ahval gazetesinin sayfalarında yer aldı. Örneğin, İngiliz menşeli Loton Ciznel şirketinin zirai aletleri ve madeni eşyaları resimli olarak ilan edildi ve İstanbul Yeni Camii'de satış yapan mağazanın Ramazan ayı münasebetiyle ithal ettiği tabak, çanak gibi ürünlerin ilanı bu dönemde yayınlandı.

Daha sonra ilanların içeriği genişletildi ve çeşitli makineler, meslek sahipleri ve ihtiyaç duyulan ürünlerin ilanlarına da yer verildi (https://www.bik.gov.tr). Ancak ilanların yayınlanması o dönemde kolay bir iş değildi. Gazeteler, o dönemin koşullarına göre oldukça pahalıydı ve okuyuculara 3 ila 3,5 kuruş arasında satılırken, ilanların gazete sayfalarında yer alan satırlarının ücreti 10 kuruşa kadar çıkabiliyordu (https://www.bik.gov.tr).

Bu durumlar sonucunda, resmi duyuruların (ilanların) yayınlanması için ilk yasal düzenleme, 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi ile gerçekleşti. Matbuat Nizamnamesi, resmi duyuruların ücret karşılığı olmadan yayınlanmasına olanak sağlasa da, 1909'da çıkarılan Matbuat Kanunu ile bu uygulama sona erdirildi ve resmi ilanların tekrar ücret karşılığında yayınlanması zorunlu hale getirildi.

Matbuat Kanunu'nun kabul edilmesiyle birlikte, resmi ilanların yayınlanması tekrar ücretli hale geldi. Ayrıca, resmi ilanların gazetelere dağıtım görevi de o dönemlerde kurulan Matbuat Müdürlüğü'ne verildi. Bu sayede, resmi ilanların daha etkin bir şekilde yayınlanması ve dağıtımı sağlandı.

Matbuat Müdürlüğü, herhangi bir kısıtlama veya kural olmaksızın, resmi ilanları istediği gazetede yayınlayabilme hakkına sahipti. Ancak bu durum, 1931 yılında Maarif Cemiyeti'nin gelirlerini artırmak için İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde yayımlatılacak resmi ilanların "aracılık hakkı"nı almasıyla son buldu (https://www.bik.gov.tr).

Basın İlan Kurumu'nun kuruluşu ile birlikte, resmi ilanların yayımı konusunda yapılan ihalelerin düzenlenmesi, ihalelere katılacak olan gazete ve dergilerin belirlenmesi, ilanların fiyatlandırılması ve tahsilat işlemlerinin gerçekleştirilmesi bu kurumun görevleri arasında yer almaktadır. Ayrıca Basın İlan Kurumu'nun kuruluşu ile birlikte, resmi ilanların yalnızca resmi gazetelerde yayımlanması zorunluluğu da getirilmiştir (Atçeken, 2018).

Bugün, Basın İlan Kurumu, resmi ilanların yayımı konusunda tek yetkili kurum olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Basın İlan Kurumu'nun internet sitesi üzerinden, resmi ilanların yayımına ilişkin tüm işlemler gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca, Basın İlan Kurumu, yayınladığı bültenler ile her ayın en çok ilan yayınlayan gazetelerini açıklamakta ve bu gazetelere ödül vermektedir. Basın İlan Kurumu'nun çalışmaları, Türkiye'de resmi ilanların yayımının düzenli ve etkin bir şekilde yapılmasına katkı sağlamaktadı

Basın İlan Kurumu'nun kuruluşu ile birlikte, resmi ilanların yayımı konusunda yapılan ihalelerin düzenlenmesi, ihalelere katılacak olan gazete ve dergilerin belirlenmesi, ilanların fiyatlandırılması ve tahsilat işlemlerinin gerçekleştirilmesi bu kurumun görevleri

arasında yer almaktadır. Ayrıca Basın İlan Kurumu'nun kuruluşu ile birlikte, resmi ilanların yalnızca resmi gazetelerde yayımlanması zorunluluğu da getirilmiştir (Atçeken, 2018).

Bugün, Basın İlan Kurumu, resmi ilanların yayımı konusunda tek yetkili kurum olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Basın İlan Kurumu'nun internet sitesi üzerinden, resmi ilanların yayımına ilişkin tüm işlemler gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca, Basın İlan Kurumu, yayınladığı bültenler ile her ayın en çok ilan yayınlayan gazetelerini açıklamakta ve bu gazetelere ödül vermektedir. Basın İlan Kurumu'nun çalışmaları, Türkiye'de resmi ilanların yayımının düzenli ve etkin bir şekilde yapılmasına katkı sağlamaktadır.

2.9.2 Basın İlan Kurumu'nun görevleri

1961 yılında kabul edilen "Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun" ile Türkiye'de Basın İlan Kurumu kurulmuştur. Kurumun görevleri, ikinci madde de belirtildiği üzere, resmi ilanların basında yayınlanması ve dağıtımı, bu ilanların ücretlerinin tahsili ve ilgili kaynakların kontrolü olarak sıralanmıştır (www.mevzuat.gov.tr). Zaman içinde kurumun görevleri, değişen koşullara uygun olarak Genel Kurul kararlarıyla güncellenmiştir.

Basın İlan Kurumu'nun en önemli işlevi, resmi ilanların yayınlanması ve dağıtımıdır. Bu ilanlar, ihale ilanları, kamu kurumları tarafından yapılan duyurular, ilan yoluyla satışa sunulan taşınmazlar gibi birçok farklı konuyu kapsamaktadır. Bu ilanların gazetelerde yayınlanması, Basın İlan Kurumu tarafından belirlenmiş tarifeler doğrultusunda ücretlendirilir. İlanlar, ücretlerini ödemek şartıyla herhangi bir gazetede yayınlanabilir.

Kurum, ayrıca resmi ilanların yayınlanması için belirli bir gazete dağıtım ağı oluşturmuştur. Bu dağıtım ağı, tüm Türkiye genelinde birçok gazeteyi kapsamaktadır. Kurum, ayrıca resmi ilanların yayınlanması için belirli bir format oluşturmuştur. Bu format, ilanların standart bir şekilde hazırlanması ve yayınlanmasını sağlamaktadır.

Basın İlan Kurumu'nun görevleri zaman içinde değişim göstermiştir. Kurum, bugün sadece resmi ilanların yayınlanması ve dağıtımından sorumlu değildir. Ayrıca, kamu kurumları ve özel sektör firmaları için reklam hizmetleri de sunmaktadır. Kurum, ayrıca

Türk Basın İlan Kurumu Vakfı tarafından verilen öğrenim ve araştırma bursları gibi sosyal hizmetler de sunmaktadır.

Kurumun görevleri zaman içerisinde değişen şartlara bağlı olarak Genel Kurul kararları ile güncellenmiştir. Son olarak 2022 yılı Aralık ayında güncellenen kurumun görevleri aşağıdaki şekliyle sayılabilecektir:

– Basın Ahlak Esasları kapsamında şikâyete bağlı ve/veya resen inceleme yaparak, ihlalin sabit olduğu hallerde resmi ilan kesilmesi yoluyla gazetelere yaptırım uygulamak,

– Mevzuat düzenlemeleri ile gazetelerin kendilerine ait internet haber sitelerini de bu kapsamda inceleyip gerekli hallerde müeyyide uygulamak,

– Evrensel etik ve hukuk kuralları çerçevesinde çok sayıda kişi, kurum ve kuruluşun mağduriyetini giderecek faaliyetlerin yanı sıra haklarında suçlamalarda bulunulan gazete ve gazetecilerin haklılıklarını ortaya koymalarını veya şikayetlerin gerçek olması halinde ilgili hukuki sürecin işlemesini sağlamak,

– Gazete işletmelerine kredi, basın derneklerine nakdi yardım ve basın mesleğinde fikren veya bedenen çalışanlara faizsiz borç imkanı sağlamak,

– Basın mesleğinde fikren veya bedenen en az on yıl çalışmış olup da, halen çalışamaz ve yardıma muhtaç durumda olanlara muhtaçlık yardımı, bu basın mensuplarından hayatını kaybedenlerin muhtaç durumdaki ailelerine ise ölüm yardımı gibi sosyal destek mekanizması olarak da faaliyetlerde bulunmak,

– Lozan Barış Antlaşması gereği ülkemizde azınlık statüsünde sayılan Rum, Ermeni ve Yahudi cemaatlerince çıkarılan gazetelere de maddi destek sunmak,

– Resmi ilanların daha fazla kişiye ulaşması için ilan portalı ilan.gov.tr internet sitesi üzerinden gerekli duyuruları yapmak[14],

[14] Resmi ilan ve reklamlar ile özel ilanların Türkiye'nin ilan portalı ilan.gov.tr internet sitesinde yayınına ilişkin usul ve esasları kapsayan "Basın İlan Kurumu İlan Portalı Yönetmeliği" 12 Aralık 2020 tarihinde

– Gazetelerde yayınlanan resmi ilanların bu gazetelerin kendi internet haber sitelerinde de yayınlanmasını zorunlu kılarak, ilanların mümkün olduğunca geniş kitlelere ulaşmasını temin etmek.[15]

Kurumun diğer önemli görevlerinden biri, ilanların dağıtım işlemlerinin yönetimi ve koordinasyonunu sağlamaktır. Bu kapsamda kurum, ilan ve reklam yayınları için gerekli olan her türlü altyapıyı oluşturmakta ve işletmektedir. Bunun yanı sıra, kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektör arasındaki işbirliğini de sağlayarak, ilan ve reklam yayınlarına ilişkin standartların belirlenmesinde etkin rol oynamaktadır.

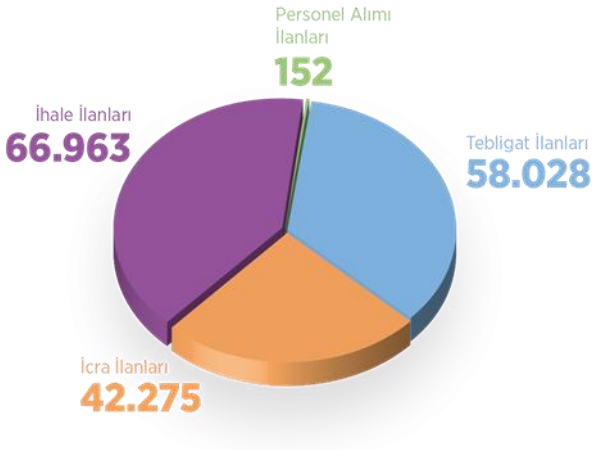
Kurum, basın ilanlarına ilişkin teknolojik gelişmeleri yakından takip etmekte ve bu doğrultuda yenilikçi çözümler üretmektedir. Örneğin, kurumun internet sitesinde yer alan e-İlan Sistemi, ilan verenlerin ve yayınlayanların işlerini kolaylaştırmakta ve ilanların daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Kurum ayrıca, yayınların internet ortamında dağıtımına ilişkin gerekli altyapıyı oluşturarak, internet gazeteciliğinin gelişimine de katkı sağlamaktadır.

Bu görevleri dairesinde kurum 2021 yılında toplam 167.418 ilanın yayınlanmasına aracılık etmiştir. Bu ilanların kapsamlarına göre dağılımı incelendiğinde ise 66.963 ihale ilanı, 58.028 tebligat içerikli ilanlar, 42.275 icra ilanı ve 152 adet personel alım ilanı şeklinde bir dağılımın varlığı görülmektedir (Şekil 1)

Yine kurumun 2021 yılı istatistiklerine göre gazetecilik sektöründe çalışan fikir işçisi sayısının toplamda 6.687 kişi olduğu ve bunların 4.319'unun erkek 2.368'inin de kadın çalışanlardan oluştuğu görülmektedir. Bu çalışanlar içerisinde basın kartı edinmeye hak kazanmış ve kart sahibi olan fikir işçisi sayısı da 2.898 olarak tespit edilmiştir. Diğer taraftan İŞKUR işbaşı eğitim programı üzerinden sektörde çalışan fikir işçisi sayısı da yalnızca 53 olarak kalmıştır.

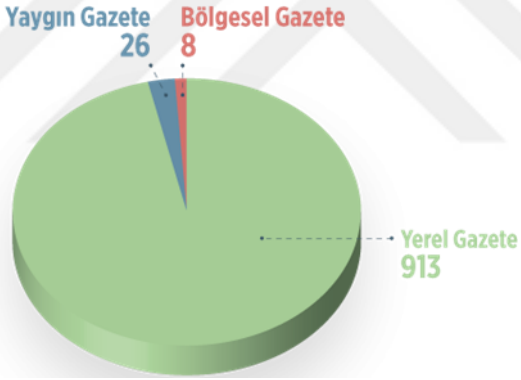
Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Yürürlüğe giren Yönetmelikle Kurumun ilan portalı, resmi ilan yayınlama hakkı bulunan gazetelerle birlikte resmi ilanların yayın mecrası haline gelmiştir.

[15] Mevcut uygulamayı daha etkin ve verimli kılmanın yanı sıra ilgili gazeteleri teşvik etmek amacıyla Resmi İlan ve Reklamlar ile Bunları Yayınlayacak Süreli Yayınlar Yönetmeliğinin ek gösterge şartları başlıklı 73'üncü maddesinin birinci fıkrasının (g) ve (ğ) bentlerindeki düzenlemelerle gazetelerin çevrimiçi yayınlarına yönelik bazı kriterler getirilerek bu kriterleri yerine getiren gazetelere daha fazla resmi ilandan yararlanma hakkı verilmiştir.



Şekil 1. Basın İlan Kurumu Görev Alanında Yayınlanan Resmi İlan Adet ve Dağılımları

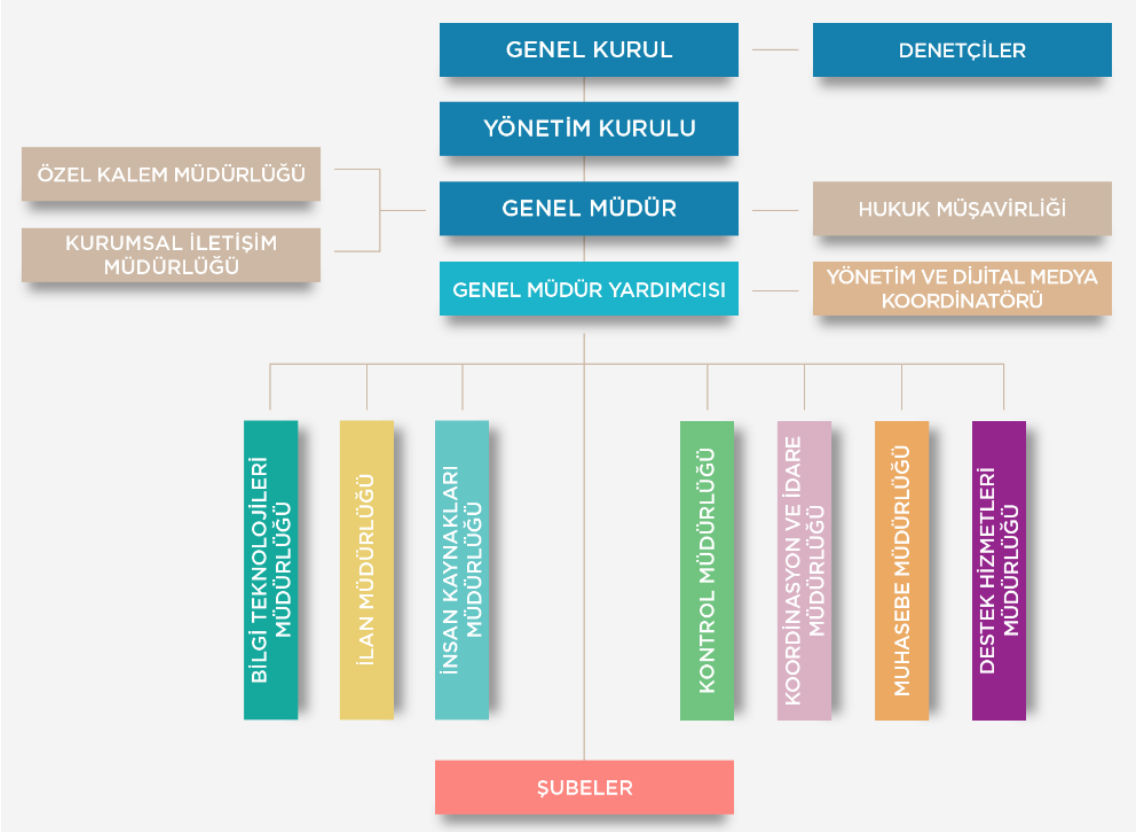
Kurum görev alanında yer alan gazetelerin türlerine göre dağılımı incelendiğinde ise toplam 947 gazetenin varlığı ve bunların 26'sının yaygın gazete, 8'inin bölgesel gazete ve 913'ünün de yerel gazete olduğu görülmektedir (Şekil 2).



Şekil 2. Kurum Görev Alanındaki Gazetelerin Türlerine Göre Dağılımı (2022)

2.9.3 Basın İlan Kurumu'nda örgütsel yapı

1961 yılında yürürlüğe giren 195 sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun ile kurulan Basın İlan Kurumu kamu tüzel kişiliğe sahip olmanın yanı sıra örgütsel yapısını oluşturan birimler; Genel Kurul, Denetçiler, Yönetim Kurulu, Genel Müdürlük ve Şubeler şeklindedir. Kurumun teşkilat yapısı Şekil 3 ile verilmiştir.



Şekil 3. Basın İlan Kurumu Organizasyon Şeması (www.bik.gov.tr).

Genel Kurulun görevleri arasında kurumun amaçları doğrultusunda kararlar almak, bütçeyi kabul etmek, kurum organlarının seçimlerini yapmak, Yönetim Kurulu raporunu incelemek, faaliyet raporunu kabul etmek, kurumun hesap ve işlemlerini denetlemek gibi önemli görevler yer almaktadır.

– Yönetim Kurulu Basın İlan Kurumu teşkilat yapısında Yönetim Kurulu, Genel Kurula karşı sorumluluğu olan ve kurumun icra organıdır. Yönetim Kurulu; başkan, başkanvekili ve 7 üyeden oluşmaktadır. Başkan ve başkanvekili, Başbakan tarafından 3 yıllığına atanmaktadır. Üyeler ise Genel Kurul tarafından belirlenmektedir (www.bik.gov.tr).

Yönetim Kurulunun görevleri arasında kurumun faaliyetlerini yürütmek, bütçeyi hazırlamak, hesapları ve işlemleri denetlemek, çalışma esaslarını belirlemek gibi önemli sorumluluklar yer almaktadır.

Genel Kurul: Kurumun idaresine katılmayı kabul eden gazete ve dergi sahipleri arasından kendi içlerinde seçilecek olan; 100 bin üzerinde satışı olanlardan 1, 99.999-50 bin arasında satışı olanlardan 1, 49.999-10 bin arasında satışı olanlardan 1, 10 binin altında satışı olanlardan 1; resmî ilan yayın hakkına sahip olup bu ilanları yayınlayan internet haber sitelerinin sahipleri arasından yine kendilerinin seçtikleri 2; İstanbul, Ankara, İzmir dışındaki resmî ilan yayınlayan Anadolu gazetelerinin sahiplerinden 3; en fazla üyeye sahip gazeteciler sendikasının 2; İstanbul, Ankara ve İzmir'de faaliyet gösteren ve en fazla basın kart sahibi üyeye sahip olan gazeteci derneklerinden l'er olmak üzere toplam olarak 14 temsilci,

İstanbul, Ankara ve Dokuz Eylül Üniversiteleri Hukuk Fakülteleri ile Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinden 1'er, İstanbul, Ankara ve Ege Üniversitelerinden Basın Yayınla ilgili eğitim yapan yüksekokul ya da enstitülerden 1'er öğretim üyesi, ticaret siciline kayıtlı ilan prodüktörlerinden 1, Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliğinden 1, Türkiye Barolar Birliğinden 1, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğünden (TRT) 1, Anadolu Ajansı T.A.O.'dan 1, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumundan 1, Radyo ve Televizyon Üst Kurulundan 1 olmak üzere toplam olarak 14 temsilci olacak şekilde toplamda 42 üyeden oluşmaktadır.

Basın İlan Kurumu'nun en yetkili organı olan Genel Kurul, 195 sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun'un 4. maddesi uyarınca oluşturulmaktadır. Genel Kurul, üç farklı gruptan toplam 42 üyeden oluşmaktadır. Bu gruplar; basın grubu, hükümet grubu ve tarafsızlar grubu olarak adlandırılmaktadır. Genel Kurul üyelerinin seçimi her iki yılda bir yapılmaktadır. Süresi dolan üye yeniden seçilebilmektedir. Boşalma halinde ise yerine boşalan üyenin süresini tamamlamak üzere yeni atama ve seçim yapılabilir.

Genel Kurul üyelerinin seçimi hakkındaki esaslar, Basın İlan Kurumu Teşkilat Yönetmeliği'nin 9. maddesi ile belirlenmiştir. Buna göre, basın grubu üyeleri, Türkiye Gazeteciler Sendikası tarafından belirlenir. Hükümet grubu üyeleri ise, Başbakanlık tarafından belirlenir. Tarafsızlar grubu üyeleri ise, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Genel Kurulu tarafından seçilir.

Genel Kurul'un görevleri ise Basın İlan Kurumu Teşkilat Yönetmeliği'nin 10. maddesinde belirtilmiştir. Buna göre, Genel Kurul'un en önemli görevi, Basın İlan Kurumu'nun

yönetim ve denetimini yapmaktır. Ayrıca, kurumun yıllık faaliyet raporu ile hesap ve bilançosunu onaylamak, resmi duyuru verilebilecek süreli yayınların özelliklerini tespit etmek, gerektiğinde şube açmak gibi çeşitli kararlar almak da Genel Kurul'un görevleri arasındadır (Küçükömer, 1961).

Yönetim Kurulu: 195 sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun'un 4. maddesi ile Basın İlan Kurumu'nun yönetim kurulu oluşturulmuştur (www.mevzuat.gov.tr). Yönetim Kurulu, genel kurul tarafından seçilen 9 üyeden oluşmaktadır. Yönetim Kurulu başkanı, genel kurul üyeleri arasından seçilir ve görevi, iki yıllık süre ile belirlenir. Yönetim Kurulu, görev süresi bitmeden görevlerinden istifa edebilir veya görevden alınabilir (Basın İlan Kurumu, 2019). Yönetim Kurulu, Başkan ve 8 üyeden oluşur. Yönetim Kurulunun görevi; resmi ilanların yayınlanmasına dair esasların belirlenmesi, matbuat ve ilan teşkilatının denetimi ve düzenlenmesi, teşkilatın yıllık bütçesinin hazırlanması ve uygulanması Basın İlan Kurumu'nun mali yönetimi, yatırım, kredi ve borçlanma işlemlerinin yönetimi, teşkilatın çalışmalarını ve hizmetlerini değerlendirme ve kontrol etme, faaliyet raporunun hazırlanması ve genel kurulun onayına sunulması, teşkilatın hukuki durumunu takip etme, yeni teşkilat ve birimlerin kurulması veya kaldırılmasına dair kararlar almak şeklinde sıralanabilir (Basın İlan Kurumu, 2019; Yakışır, 2016).

Basın İlan Kurumu'nun yönetim kurulu seçimleri, Genel Kurul'da yer alan üç grup tarafından yapılır. Bu gruplar; basın grubu, hükümet grubu ve tarafsızlar grubudur.

Yönetim Kurulu, Genel Kurul'da seçilen ve görev süresi iki yıl olan altı üyeden oluşur. Yönetim Kurulu'nun görevleri arasında, Genel Kurul kararlarını uygulamak, Basın İlan Kurumu'nun faaliyetlerini yönetmek, yönetim politikalarını belirlemek, yönetim planlarını hazırlamak ve uygulamak, Basın İlan Kurumu personelini seçmek, tayin etmek ve atamak, hesaplarını hazırlamak ve Denetleme Kurulu'na sunmak yer alır (Basın İlan Kurumu Kanunu, Madde 7). Yönetim Kurulu, toplantılarını, yılda en az dört defa yapmak zorundadır. Kararlar, üye tam sayısının salt çoğunluğu ile alınır.

Yönetim Kurulu, Genel Kurul tarafından seçilen 7 asıl üye ve 7 yedek üyeden oluşur. Yönetim Kurulu üyeleri, Genel Kurulda belirtilen seçim esaslarına göre seçilir ve 2 yıl için görev yaparlar. Görev süresi sona eren üyeler yeniden seçilebilirler (Basın İlan Kurumu, 2021).

Yönetim Kurulu, Kanun ve Kurumun tüzükleri gereğince toplanır. Yönetim Kurulu toplantılarına, Başkan veya Başkan Yardımcısı başkanlık eder. Yönetim Kurulu, kanun, tüzük ve yönetmeliklerde belirtilen usul ve esaslar doğrultusunda karar alır (Basın İlan Kurumu, 2021).

Yönetim Kurulu'nun toplantı konuları arasında, Kurumun amaçları doğrultusunda, Kanun ve tüzüklerin öngördüğü görevlerin yerine getirilmesi, Kurumun faaliyet raporunun görüşülmesi ve Yönetim Kurulu'na sunulması, yıllık bütçe ve kesin hesapların görüşülmesi ve onaylanması, Kurumun teşkilat yapısını oluşturmak ve görevlilerini atamak, kurum içi düzenlemelerin yapılması ve düzenlemelerin uygulanması gibi konular yer alır (Basın İlan Kurumu, 2021).

Basın İlan Kurumu Yönetim Kurulu Başkanı, yönetim kurulunun kendi üyeleri arasından yapacağı seçimle belirlenir. Yönetim kurulu başkanı, kurumun tüm işlerini ve faaliyetlerini yönetir ve kurumu temsil eder. Ayrıca, yönetim kurulu başkanı, kurumun faaliyetleriyle ilgili tüm kararları alır, ilan bedellerinin belirlenmesine ilişkin taslakları hazırlar ve bütçeyi onaylar. Başkan, yönetim kurulu toplantılarına başkanlık eder ve toplantı gündemini belirler. Yönetim kurulu başkanı, kurumun temsilcisi olarak yurt içi ve yurt dışı seyahatlerine katılabilir ve yetkisindeki konularda her türlü inceleme, araştırma ve raporlama yapabilir.

Genel Müdürlük: Basın İlan Kurumu'nun yürütme organı olan Genel Müdürlük, yönetim kurulu tarafından atanmaktadır. Genel Müdürlük, Basın İlan Kurumu'nun faaliyetlerinin yürütülmesinden sorumludur. Genel Müdürlük birimi, Basın İlan Kurumu'nun birimlerinden biridir ve kurumun faaliyetlerini yürütmek için kurulmuştur.

Genel Müdürlük birimi, Basın İlan Kurumu'nun amaçlarını gerçekleştirmek için çeşitli görevler üstlenir. Bu görevler arasında resmi ilanların yayınlanması, ilan bedellerinin tahsil edilmesi, ilanların dağıtımı, ilan verenlerin bilgilendirilmesi, ilan verme hizmetlerinin sunulması, gazetelerin ve dergilerin kayıtlarının tutulması, ödeme işlemlerinin yapılması gibi işlemler yer alır.

Genel Müdürlük birimi, aynı zamanda Basın İlan Kurumu'nun diğer birimleri ile de koordinasyon içinde çalışır. Örneğin, yönetim kurulunun aldığı kararları uygular,

raporlama ve veri analizi yapar, kurumun bütçesini hazırlar ve takip eder, personel işlemleri gibi konularda da hizmet verir.

Genel Müdürlük birimi, Basın İlan Kurumu'nun etkin ve verimli çalışmasını sağlamak için gerekli tüm önlemleri alır. Ayrıca, kurumun amaçlarına uygun şekilde hareket edilmesi ve hizmetlerin kalitesinin yüksek tutulması konusunda da çalışmalar yürütür.

Şubeler: Basın İlan Kurumu, faaliyet alanı olan tüm illerde şubeler açarak hizmetlerini daha geniş bir alanda sunmaktadır. Şube açılması, Genel Kurul tarafından kararlaştırılan bir konudur.

Şubelerin görevleri, Basın İlan Kurumu'nun faaliyetlerini yerel düzeyde yürütmek, ilan alma işlemlerini gerçekleştirmek ve bölgesel ilan dağıtımını sağlamaktır. Şubeler ayrıca, yerel gazete ve dergilerin faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olmak ve bu gazete ve dergilere yönelik denetimleri gerçekleştirmekle de sorumludur.

Şubelerin açılabilmesi için belirli kriterler mevcuttur. Bu kriterler arasında, faaliyet göstereceği ilde bir Basın İlan Kurumu müdürlüğünün olması, ilan talebinin yeterli düzeyde olması, personel, ofis, donanım ve diğer teknik altyapı gereksinimlerinin sağlanmış olması gibi hususlar yer almaktadır.

Şubeler, kurumun merkezi ile birlikte koordineli bir şekilde çalışmakta ve kurumun amaç ve hedefleri doğrultusunda faaliyetlerini yürütmektedirler.

Basın İlan Kurumu'nun şube sayısı zaman içinde artış göstermiştir. 1961 yılında kurulan kurumda ilk etapta sadece İstanbul, Ankara ve İzmir'de şubeler açılmıştır. 1963 yılına gelindiğinde şube sayısı 10'a, 1967 yılında 14'e, 1970 yılında 21'e, 1975 yılında 28'e ve 1980 yılında 30'a ulaşmıştır. Günümüzde ise 81 ilde şubesi bulunmaktadır.

2.9.4 Basın İlan Kurumu resmi duyru ve reklam faaliyetleri

Basın İlan Kurumu, resmi duyuru ve reklam yayınlanması noktasında 195 sayılı Basın İlan Kurumu Teşkili ve 5187 sayılı Basın Kanunu'na bağlı olarak hareket etmektedir. İlgili kanunlarda reklam faaliyetlerinde yer alan taraflar ve görevleri tanımlanmış, bu görevlerin mahiyeti ile birlikte sorumlulukları da yine sayılan bu kanunlarda düzenlenmiştir (BİK Faaliyet Raporu, 2018);

Basın İlan Kurumu (BİK), Türkiye'de yayınlanan gazetelerin ve dergilerin resmi ilan ve reklamlarının yayınlanması işlemlerini yürütmektedir. BİK'nın görev alanı, Büyükşehir özelliğine sahip yerler haricindeki merkez belediyelerine ek olarak 5216 sayılı Kanun ve 6360 sayılı Kanun kapsamları dışında kalan büyükşehir belediye alanları içerisinde yayın yapan gazeteleri kapsar ve bu gazeteler "il merkezindeki gazeteler" olarak tanımlanır. Ayrıca, büyükşehir statüsüne sahip olmayan illerin ilçelerinde bulunan gazeteler de BİK'nın görev alanı içerisine alınmıştır (BİK Faaliyet Raporu, 2018).

BİK, reklam verme işlemlerinde belirli kriterleri dikkate almaktadır. Bu kriterler arasında yayınlanacak ilanın resmi bir ilan olması, yayınlanacak gazetenin BİK'nın görev alanı içerisinde yer alması, yayınlanacak ilanın yasalara uygun olması, yayınlanacak ilanın ilan bedelinin ödenmesi, yayınlanacak ilanın belirli bir süre öncesinden BİK'ya bildirilmesi gibi hususlar yer almaktadır (BİK Faaliyet Raporu, 2018).

Basın İlan Kurumu (BİK), halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında iletişim olgusunu önemli bir unsuru olarak ele almaktadır. Özellikle görsel ve işitsel etkiye sahip olan reklam ve duyurular, istatistiki veriler de gösterdiği gibi, hedef kitleyle doğru etkin, etkili ve verimli bir iletişim kurma açısından son derece önemlidir. BİK, kurum ve kuruluşların süreli yayınlar aracılığıyla hedef kitleye ulaşmasını sağlayarak, denetim ve yaptırım gibi icra işlemlerine aracılık etmektedir.

Kurum, hem kendisi açısından hem de diğer örgüt organizasyonları açısından halkla ilişkiler faaliyetlerini yoğun şekilde yürütmektedir. Reklamlar, ilanlar ve duyurular, örgütün tanıtımını, imajını ve kültürünü yansıtan unsurlar olduğu için hedef kitle üzerinde etkili bir etki bırakmaktadır. BİK, örgüt organizasyonlarının hedef kitleye ulaşmasında köprü vazifesi görevi üstlenerek, iletişim faaliyetlerini adil, etkin, hızlı ve kaliteli bir şekilde gerçekleştirmektedir.

BİK'nin halkla ilişkiler faaliyetleri, aracılık görevinin adil ve etkin bir şekilde yerine getirilmesiyle kurumun kendi imajını da olumlu yönde etkilemektedir. Bu durum, kurumun ilişki içerisinde olduğu hedef kitle tarafından pozitif bir algı oluşturmasına katkı sağlamaktadır

3. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırma modeli, evren ve örneklem, veriler ve toplanması, verilerin çözümlenmesi ve yorumlanması bilgilerine yer verilmiştir

3.1 Araştırma Modeli

Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli bir olaya veya olguya ilişkin durumsal tespitin geçmiş ve şimdi için gerçekleştirilmesi maksadıyla kullanılan araştırma modellerindendir. Taramada geniş bir kitle üzerinden araştırmacının belirlediği hususlara ilişkin olarak veriler toplanmak suretiyle bu hususların mevcut durumu analiz edilmeye çalışılır (Fraenkel ve Wallen, 2006).

Bu doğrultuda, Türkiye genelinde araştırma kriterlerine uygun olarak faaliyet gösteren yerel gazetelerde görev alan çalışanların sorunlarına ilişkin bir tarama gerçekleştirilmiştir.

3.2 Evren ve Örneklem

Sosyal bilimlerde evren, bir araştırmaya konu olan olgunun kapsadığı en geniş bireyler topluluğu şeklinde ifade edilmektedir. Örneklem ise belirli kurallar dairesinde bu en geniş topluluk içerisinden seçilen ve evreni temsil etme kabiliyeti olduğu düşünülen bir alt kümedir. Araştırmalar çoğunlukla örneklemler üzerinden yapılır ve evrene genellenmeye çalışılır. Bu kaideler, örneklem seçiminin de şeklini belirlemektedir. Araştırma yapılırken öncelikle evrenin sınırları belirlenir ve araştırma amacı/amaçları doğrultusunda örnekleme yapılır (Karasar, 2017).

Örneklemin belirlenmesi noktasında ise evreni temsil edeceği düşünülen ve oransal olarak her bölgeden aynı oranda seçilen yerel gazetelerin araştırmaya dahil edilmesi düşünülmektedir. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde temsil sorunu söz konusu olabilmektedir (Balcı, 2005). Bu durum örneklemin yeterliliğiyle ilgili olup örneklemin yeterliliği de güvenilir sonuçlar sağlayabilme kapasitesiyle ilgilidir (Young, 1968).

Küçük örneklemlerde araştırma sonuçlarının evren için genellenmesi güçleşirken betimsel çalışmalarda minimum evrenin %10'u araştırma kriterlerine göre seçilir.

Evrenin küçük olması halinde ise evrenin en az %20'sinin örnekleme dahil edilmesi önerilmektedir. Korelasyon ilişkileri içeren çalışmalarda her bir grup için en az 30 örnek ve nedensellik kullanılacak çalışmalarda ise grupların minimum 15'er kişiden olması önerilmektedir (Arlı ve Nazik, 2001).

Bu araştırmanın evrenini Türkiye genelinde faaliyet gösteren yerel gazete çalışanları oluşturmaktadır. Ancak bu evren, araştırma sınırlılıklarında ifade edilen özelliklere uygun olan yerel gazetelerde çalışanları kapsamaktadır. Buna bağlı olarak Basın İlan Kurumun'dan alınan veriler doğrultusunda 500'ü il merkezlerinde ve 482'si ilçelerde faaliyet gösteren toplam 982 yerel gazetenin çalışanları bu araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma örneklemi, araştırmanın sınırlılıklarına uygun kriterlere sahip olan gazete çalışanlarından oluşturulmuştur. Bu kriterlere uygun olan yerel gazete çalışanlarının toplam sayısı yaklaşık olarak (uygulama dönemi için ve imtiyaz sahipleri hariç tutularak) yaklaşık 6.000 kişi olarak tespit edilmiş ve bu kişilere bölgeler bazında oranlama yapılarak 1.000 anket ulaştırılmıştır.

Anket sürecinde özellikle katılımcıların geri dönüşleri ile ilgili akademik çalışmalardaki sıkıntılar, geç dönme veya ankete yanıt vermeme ya da anketin okunmadan doldurulması gibi hususlarla genellenebilecektir. Bu hususlara bağlı olarak, elde edilen verilerin sağlıklı olması adına anket içerisine kontrol sorusu yerleştirilmiş ve bu soruya yalnızca 2 yanıtının verilmesi istenmiştir. Geri dönüşlerde yapılan kontrollerde bir kısım anketin bu sorusu için verilen yanıtların 2 den farklı olduğu görülerek sağlıklı veri toplamak adına gazetelerle iletişime geçilmiş ve tekrardan anketlerin okunarak doldurulması konusunda talepte bulunulmuştur. Bu süreçten sonra geri dönüşlerin daha sağlıklı olduğu tespit edilmiş ve Türkiye genelindeki 947 gazeteden toplamda kriterlere uygun 986 yanıt alınmış bunlar içerisinden sağlık olmadığına (anketin tümünde aynı yanıtın verilmiş olması, yanıtların %30'undan fazlasının boş bırakılmış olması ve kontrol sorusuna istenilen yanıtın verilmemiş olması) kanaat getirilen anketler ayrıldıktan sonra 702 sağlıklı veri ile çalışmanın analizlerinin gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Araştırmanın örneklemini de bu 702 kişi oluşturmaktadır.

3.3 Veriler ve Toplanması

Araştırma kapsamında kullanılacak olan veriler belirlenen örneklemden toplanması noktasında Dağ (2018) tarafından geliştirilen ve "Türkiye'de Yerel Medyanın Sorun Alanlarının Çalışma İlişkilerine Etkisi: Antalya Örneği" başlıklı tez çalışmasında geçerlilik çalışmasını yapmış olduğu ölçek kullanılacaktır.

Ölçek araştırmacı tarafından 49 soru olarak hazırlanmış ve güvenilirlik analizi neticesinde Cronbach's Alpha katsayısı α= ,722 olarak bildirilmiştir. Ölçek üç bölümden oluşmaktadır. Bunlardan ilki 26 sorudan oluşan 5'li likert yapıdaki tutum ölçeğidir. Ölçek, maaş, çalışma koşulları, yönetim ilişkileri konularına ilişkin olarak çalışanlara odaklanmış olup 10 ifadeden oluşan ikinci kısım ise sorunlara odaklı olup belirlenen sorunlara ilişkin puanlama usulüyle yine 5'li likert yapıda oluşturulmuştur. Üçüncü bölüm ise sosyo demografik özellikleri ihtiva etmektedir.

Bu araştırmada Dağ (2018) tarafından hazırlanan ölçek geliştirilerek araştırmaya uygun hale getirilmek suretiyle kullanılmıştır. Bu bağlamda, öncelikle belirli sayıda yerel gazete ile yapılan ön görüşmeler neticesinde elde edilen bilgiler ışığında ölçek ifadeleri değerlendirilmiş ve eksik kalan hususlara ilişkin yeni ifadeler oluşturulmuştur. Ölçeğin nihai yapısı oluşturulduktan sonra uzman görüşü alınıp eksiklikler giderilmiş ve ön test yapılmak suretiyle geçerliliği ve güvenilirliği değerlendirilmiştir. Yapılan ön analizler ve son analizlerle ölçek geçerliliği doğrulanmıştır. Bu süreci oluşturan adımlar ve sonuçlarına bir sonraki başlıkta yer verilmiştir.

3.4 Verilerin Çözümlenmesi ve Yorumlanması

Verilerin çözümlenmesi noktasında öncelikle oluşturulan ölçek ile elde edilen veriler üzerinden oluşturulan boyutların doğrulanmasına çaba gösterilecektir. Bu boyutlar aynı zamanda araştırmanın değişkenlerini ifade etmektedir. Araştırmada sorun kaynaklarının her biri değişken olarak oluşturulup bu değişkenleri etkileyen durumların tespiti suretiyle araştırma amacına ulaşılmaya gayret edilmiştir.

Bu doğrultuda öncelikle ölçek alt boyutlarının tespiti için faktör analizine başvurulmalıdır. Faktör analizi, sosyal bilimlerde gerçekleştirilen araştırmalarda ölçüm kalitesi ve geçerliliğinin ortaya konulabilmesi için önem arz eden analizlerdendir. Bu

bağlamda kullanılacak olan faktör analizinin seçimi de değişkenlerin oluşumu veya onaylanması (confirmation) noktasında önem arz etmektedir. Bu önem araştırmada kurulacak olan model için yapısal geçerliliğin sağlanması bakımından öne çıkmaktadır. Faktör analizinin temel amacı boyutlara indirgeme olup (dimension reduction), bunun sağlanması ile birlikte açıklanmak istenen olgu daha kolay ve farklı boyutlar itibariyle ele alınabilmektedir. Bu doğrultuda keşfedici/açımlayıcı faktör (Exploratory Facltor Analysis-EFA/AFA) analizi kullanılmaktadır. Öte yandan kullanılan faktör yapısının uygunluğunun belirlenmesi adına da doğrulayıcı faktör analizi (Confirmatory Factor Analysis-CFA/DFA) uygulanmaktadır (Suhr, 2006).

Veri setinin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için bir kısım ön koşulların varlığı aranmaktadır. Bunlar (Hair vd., 2010; Kalaycı, 2006);

– Örneklem sayısının değişken sayısından büyük olması

– En az 50 birim örnekten oluşan örneklem ile çalışmanın gerçekleştirilmesi

– Ölçekte yer alan her bir ifade başına düşen gözlem sayısının yüksek tutulması. Bu noktada ideal oran olan ifade başına 5 gözlem kriteri faktör analizinin sağlıklı biçimde yürütülmesine de katkı sağlayacaktır. İfade başına düşen gözlem sayısı yüksek tutulmaya çalışılmalıdır. İdeal oran 1'e 5'tir.

Diğer taraftan önemli kriterlerden bir diğeri olan madde yük değeri bu araştırma için 0,30'dan büyük olarak belirlenmiştir. Öte yandan değişkenler arası kısmı korelasyonun olup olmadığı değerlendirilerek ksmi korelasyonların varlığı halinde en düşük korelasyon şartı gerçeklenmeye çalışılmıştır. Nitekim yüksek kısmi korelasyon faktörlenmenin oluşmadığına işaret etmektedir ki bu durum dikkate alınmak suretiyle hareket edilmelidir (Özkan ve Alkan, 2004).

Bir diğer uygunluk kriteri olan KMO katsayısı ve Bartlett's Küresellik Testi (p<,05 koşulu aranır) de faktör analizinde dikkate alınması gereken hususlardandır. KMO değerinin 1'e yaklaşması faktör yapsının sağlıklılığına işaret sayılmakla birlikte KMO<,50 durumunun gerçeklenmesi halinde de faktör analizine devam edilemeyecektir. KMO değerinin 0,80 üzerinde oluştuğu durumda mükemmel uyumdan bahsedilebilmektedir (Büyüköztürk, 2002). Böylesi bir durumda KMO seviyesini

düşüren maddeler analizden çıkarılarak ve yeniden test yapılarak uygun sonuca ulaşılmaya gayret edilir.

Bu doğrultuda elde edilen faktör yapısı araştırmanın değişkenlerini oluşturmakla birlikte bu değişkenler sorun kaynaklarını ifade etmektedir. Bunlara bağlı olarak demografik değişkenler olarak tanımlanan katılımcıların özelliklerden hareketle sorunların hangi durumlar için daha belirgin veya etkili olarak ortaya çıktığı sorusuna yanıt aranmıştır. Bu noktada değişken gruplarına bağlı olarak parametrik testlerden yararlanılacaktır. Parametrik testlerin kullanılabilmesi için değişkenler için dağılımın normalliğinin tespiti yeter koşul olarak ele alınmaktadır. Bunun için dağılımın normalliği testleri (Kolomogrow-Smirnow ve Shapiro Wilk) ile elde edilen sonuçlar da dikkate alınmak suretiyle kullanılacak olan analiz yöntemine kesinlik kazandırılmıştır.

Akabinde demokgrafik değişkenlere bağlı olarak sorunların ne düzeyde farklılaştığının tespiti noktasında ikili gruplar için t-testi ve ikiden fazla grup içeren değişkenler için ANOVA testi kullanılmak suretiyle araştırma amacına ulaşılmaya çalışılmıştır.

T testi, iki grup arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını belirlemek için kullanılan bir hipotez testidir. T testi tablosunda genellikle iki ana bölüm vardır: örneklem istatistikleri ve hipotez testi sonuçları.

Örneklem istatistikleri bölümünde, örneklem büyüklüğü, örneklem ortalaması, standart sapma ve standart hata gibi istatistiksel değerler gösterilir. Hipotez testi sonuçları bölümünde ise, t değeri, serbestlik derecesi, p değeri ve anlamlılık düzeyi gibi önemli istatistiksel değerler yer alır. T değeri, gruplar arasındaki farkın büyüklüğünü ve anlamlılığını gösterirken, p değeri, elde edilen t değerinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek için kullanılır. Anlamlılık düzeyi ise, p değerinin hangi seviyede olduğunu belirtir ve genellikle %5 olarak kabul edilir. T testi verileri incelenirken, p değerine bakılarak hipotezin reddedilip edilmeyeceği belirlenir. Eğer p değeri, anlamlılık düzeyinden küçükse (genellikle 0.05 olarak kabul edilir), hipotez reddedilir ve gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu kabul edilir. Ancak, p değeri anlamlılık düzeyinden büyükse, hipotez reddedilemez ve gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı kabul edilir (Field, 2009; Hinkle, Wiersma, ve Jurs, 2003).

ANOVA (Varyans Analizi), farklı gruplar arasındaki ortalamaların istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklı olup olmadığını belirlemek için kullanılan bir hipotez testidir.

ANOVA testi sonucu elde edilen tabloda genellikle iki ana bölüm vardır: değişkenler arası etki ve hipotez testi sonuçları.

Değişkenler arası etki bölümünde, grup ortalamaları, toplam varyans, grup içi varyans ve gruplar arası varyans gibi istatistiksel değerler gösterilir. Grup ortalamaları, farklı grupların ortalamalarını gösterirken, toplam varyans, tüm veri setinin genel varyansını ifade eder. Grup içi varyans, her bir gruptaki verilerin varyanslarının toplamını ifade ederken, gruplar arası varyans, gruplar arasındaki farkın varyansını ifade eder.

Hipotez testi sonuçları bölümünde ise, F değeri, serbestlik derecesi, p değeri ve anlamlılık düzeyi gibi önemli istatistiksel değerler yer alır. F değeri, gruplar arasındaki farkın büyüklüğünü ve anlamlılığını gösterirken, p değeri, elde edilen F değerinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek için kullanılır. Anlamlılık düzeyi ise, p değerinin hangi seviyede olduğunu belirtir ve genellikle %5 olarak kabul edilir (Everitt, ve Hothorn, 2011).

Bu doğrultuda yapılan analizler iki aşamda gerçekleştirilmiş ve ölçeğin kullanılabilirliğini ortaya koymak adına 66 kişilik bir örneklem grubu ile öntest gerçekleştirilmiştir.

3.4.1 Öntest bulguları

Önteste dahil edilen bu grubun özellikleri aşağıda Tablo 2 ile verilmiştir. Yapılan bu çalışmanın amacı, ölçeğin iç tutarlılığının tespit edilerek bunu olumsuz yönde etkileyecek maddelerin tespit edilmesi ve katılımcıların ölçek ifadelerini doğru biçimde anlayıp anlamadıklarının belirlenmesidir. Bu bağlamda yapılan test çalışması ve çalışma grubuna ilişkin detaylar aşağıda verilmiştir.

Tablo 2.Öntest Demografik Değişkenler (N=66)

Değişkenler		**n**	**%**
Yaş	18-24	2	3,0
	25-30	11	16,7
	31-35	11	16,7
	36-40	8	12,1
	41-45	20	30,3
	46+	14	21,2
Cinsiyet	Erkek	47	71,2
	Kadın	19	28,8
Medeni Durum	Bekar	21	31,8
	Evli	45	68,2
Eğitim Durumu	Lise	34	51,5
	Ön Lisan	16	24,2
	Lisans	14	21,2
	Lisans Üstü	2	3,0

Ölçeğin geçerliliğine ilişkin olarak Türkiye'nin yedi bölgesinden 66 yerel gazete çalışanı ile öntest çalışması yapılmıştır. Bu aşamada ölçeğin iç tutarlılığı incelenmiş ve bununla birlikte ölçeğin çoklu değişken yapısına sahip olup olmadığı (Hottelling's t Squre testi, p>,05) incelenmiştir. Yapılan analizler neticesinde iç tutarlılığa ilişkin olarak Cronbach's Alpha (α) katsayısının α=,618 olduğu tespit edilmiştir. Bu değer, kabul edilebilir aralığın alt sınırına çok yakın olduğundan ölçeğin madde ifadeleri yeniden gözden geçirilerek madde varyansları incelenmiş ve madde ifadelerinin değiştirilerek yeniden uygulanmasına karar verilmiştir.

Yapılan inceleme neticesinde 2, 9, 13, 16, 18, 21 ve 37 nolu madde ifadeleri incelenerek yeniden düzenlenmiştir. Bu süreçte akademik uzmanlığa sahip 3 farklı kişiden görüş alınarak madde ifadelerindeki ters olma ihtimali ortadan kaldırılmış ve bu yeni maddeler ile 32 kişi üzerinden tekrar test yapılarak elde edilen veriler güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan ikinci testte elde edilen Cronbach's Alpha (α) katsayısı α=,792 olarak tespit edilmiş ve elde edilen bu yeni değer ölçeğin iç tutarlığının uygunluğu

yönünde değerlendirilerek yeni ifadelerle Türkiye genelindeki yerel gazete çalışanlarına ulaştırılmıştır.

3.4.2 Güvenilirlik analizi

Ölçek ve alt boyutlarına ilişkin yapılan güvenilirlik analizi neticesinde ölçek bütününe ait Cronbach's Alfa katsayısının α=,802 olduğu saptanmıştır.

Cronbach Alfa, ölçeklerin iç tutarlılığını ölçmek için sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Bland ve Altman, 1996). Bunula birlikte split-half yöntemi de iç tutarlılığı ölçmek için kullanılan bir diğer yöntemdir ve ölçeklerin farklı maddelerinin aynı şeyi ölçtüğünü ve ölçeğin tamamının güvenilir bir ölçüm aracı olup olmadığını tespit etmek için kullanılmaktadır (Thompson, 2004). Split-half yönteminde, ölçek rastgele iki parçaya bölünüre bu parçalar arasındaki korelasyon hesaplanarak ölçeğin iç tutarlılığı tahmin edilir. Buna bağlı olarak ölçeğin iki yarımı arasındaki korelasyon katsayısının ,70'in üzerinde olması beklenir. Bu yöntem, ölçeklerin iç tutarlılığına ilişkin geçerli bir tahmin sağlamaktadır (Tavşancıl, 2018). Ancak, split-half yönteminin doğruluğu, ölçeğin özelliklerine ve uzunluğuna bağlıdır ve ölçeğin belirli bir bölümünde hata oluşması durumunda ölçeğin güvenirliği tahminini etkileyebilir (Thompson, 2004). Yapılan split-half güvenilirlik testi neticesinde ölçek yarımları arasındaki korelasyonun ,706 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Spearman-Brown katsayısı eşit uzunluklar için ,798 ve eşit olmayan uzunluklar için ,796 şeklinde tespit edilmiş, Guttman split-half katsayısı ise ,791 olduğu görülmüştür. Elde edilen bu değerler, ölçek güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğuna işaret etmektedir. Diğer taraftan ölçek bütünü için yapılan Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısı (α=,802) diğer katsayılarla birlikte değerlendirildiğinde ölçek güvenilirliğinin yüksek olduğuna kanaat getirilmiştir.

3.4.3 Açımlayıcı faktör analizi (AFA)

Araştırmada kullanılan ölçeğin oluşturulmasına ilişkin hususlara veriler ve toplanması başlığı altında yer verilmiştir. Farklı araştırmalarda kullanılan ölçeklerden yararlanmanın yanı sıra bu araştırmanın odağına hizmet eden ifadeler de ölçeğe eklenere genişletilmiş ve böylelikle yeni bir yapı oluşmuştur. Dolayısıyla, elde edilen bu yeni ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik çalışmasının yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi neticesinde ortaya çıkan faktör yapısı ve faktörler altında

toplanan maddeler ve madde yükleri ile faktör güvenilirlik katsayıları Tablo 3 ile verilmiştir.

Tablo 3.Açımlayıcı Faktör Analiziyle Elde Edilen Ölçek Faktör Yapısı

Faktör	İfadeler	Faktörler							Cronbach's
		1	2	3	4	5	6	7	α
Ücret ve Yan Haklar	Bu meslekten aldığım ücret beni tatmin ediyor.	,481							,726
	Maaşımı zamanında ve tam olarak alırım	,604							
	İş güvenceme yönelik (iş sözleşmesi, sendika, sigorta) uygulamalar mevcuttur.	,689							
	Çalıştığım gazetede performansa bağlı olarak adil ücretlendirme politikaları gözetilir.	,690							
	Mesai ve tatil haklarım tam olarak verilmektedir.	,729							
	Üyesi bulunduğum meslek örgütü benim haklarımı savunur	,501							
Hukuki Sorunlar	Yapılan haberlerin yayınlanmasında hukuki engeller söz konusudur.		,769						,679
	Siyasi içerikli haberler sürekli hukuki engellerle karşılaşmaktadır.		,704						
	Tazminata ilişkin hukuki uygulamalar gazetecilerin gerçek haber yapma imkanlarını kısıtlamaktadır		,462						
	Yerel basın hukuken korunmakta ve adil muameleye tabi tutulmaktadır.		,704						
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Yerel medya kurumlarında çalışanlar arasındaki çekişme ve mücadele iş yapmaya engel olmaz			,443					,729
	Çalıştığım kurumun maddi destekleri mesleğimi verimli şekilde yapmama yeterlidir			,465					
	Çalıştığım kurumda düşüncelerimi rahatlıkla ifade edebiliyorum			,779					
	Çalıştığım kurumda çalışanlar arasında dayanışma ve yardımlaşmaya imkan veren bir çalışma ortamımız vardır.			,805					
	Çalıştığım kurumdan maddi yetersizliklerinden dolayı habere giderken yeterli ulaşım desteği alırım.			,751					
Çevresel Sorunlar	Bölge halkının yerel medya mensuplarına bakışını olumlu buluyorum.				,436				,749
	Mesleğimin toplumsal saygınlığına inanıyorum				,626				
	Bölgemde yerel medya çalışanlarının kurumlarda habere erişiminde haksızlıklar bulunmaktadır.				,755				
	Bulunduğumuz toplumda yerel gazetelere ilgi/itibar son derece azdır.				,708				
Mesleki Sorunlar	Haber yaparken zaman zaman yanlı davranmak zorunda bırakılmaktayız.					,564			,646
	Haberlerim bazen medya yöneticileri tarafından değişikliğe uğrar					,633			
	Yapılan haberlerin olduğu gibi yayınlanmasına engel durumlar söz konusudur					,628			
	Alan dışı çalışanlar, uzman gazetecilerin gelişmesinde ve alanda söz sahibi olmasında engel teşkil etmektedirler.					,483			

İstihdamla İlişkili Sorunlar	Gazetede yeterli sayıda çalışan istihdam edilmektedir.	,586		
	Çalışanlar içerisinde gazetecilik alan uzmanı olanların sayısı fazladır.	,600		
	İş bulamadığından gazeteci olanların varlığı iş yerinde çalışma yükümüzü artırmaktadır.	,691		,661
	Başkalarının yönlendirmesi ile gazetecilik yapanların varlığı gerçek gazetecilerin yükünü artırmaktadır	,691		
Eğitimsel Sorunlar	İletişim fakültesi mezunlarının yerel medyada işe alınma süreçlerinde sorunlar vardır.		,665	
	Medya çalışanı olarak medya eğitim faaliyetlerine katılırım		,707	,618
	Yerel medya mensuplarının profesyonel anlamda mesleki eğitime ihtiyacı vardır.		,524	

Tablo 3 ile verilen faktör yapıları incelendiğinde birinci faktör olan, ücret ve yan haklar olarak ifade edilen faktör yerel gazete çalışanlarının çalışmaları karşılığında aldıkları ücretler ve sigorta, yol masrafları, yemek ve benzer sosyal çalışan haklarının ne derece tatmin edici olduğunu belirlemektedir. Ölçek ifadeleri bu hususa bağlı olarak çalışanların ücret ve yan haklara olan erişimlerini değerlendirme içerikli olup düşük puan yüksek sorun algısı olarak değerlendirilmektedir.

Hukuki sorunlar olarak tanımlanan faktör ise yerel gazete çalışanlarının hukuk sistemine yönelik algılarını ifade etmektedir. Bu faktör, çalışanların gazetecilik mesleğinin gereklerini yerine getirirken kanunların ne derece onları desteklediği, koruduğu ve haberciliği güvence altına aldığı hususunu ölçmekle birlikte bu faktörden alınan puan ile algılanan sorun ters orantılıdır. Yani düşük puana karşılık çalışanların yüksek sorun algısı söz konusudur.

İşyeri kaynaklı sorunlar ise çalışanların bağlı oldukları yerel gazetenin çalışma şartları, örgütsel yapısı ve ast-üst ilişkileri gibi hususları ifade etmektedir. Bununla birlikte işyerinin çalışanlara işlerini yapma sürecinde sunduğu imkanlar, çalışma süreleri ve mesleki rollerine bağlı çalışma olanağı bulmaları gibi hususlar işyeri koşullarını oluşturmakta ve bunlara bağlı olarak ortaya çıkan sorunlar ise işyeri kaynaklı sorunları ifade etmektedir.

Çevresel sorunlar, yerel gazeteciliğin toplumdan aldığı tepki veya bulduğu karşılığın çalışanlar tarafından yorumlanma biçimini ifade etmektedir. Toplumun yerel gazetelere gösterdiği ilgi veya tepkiler, yerel gazete çalışanlarının bir anlamda hem haber kaynakları

hem de hedef kitleleri olan toplumun tavrına bağlı olarak şekillenecektir. Dolayısıyla olumsuz toplumsal tepkiler, yerel gazete çalışanlarının motivasyonlarının yanı sıra haber üretebilme olanaklarını da tayin edebilecek, buna bağlı olarak da gazete çalışanlarının sorun algıları ortaya çıkabilecektir.

Mesleki sorunlar, gazetecilik mesleğinin doğası gereği ihtiva ettiği zorluklar kaynaklı sorunları ifade etmektedir. Bunun yanı sıra medyanın temel amacı olan doğru haber üretme noktasında yerel gazete çalışanları bazı siyasi, ekonomik veya başkaca nedenlerden kısıtlanabilmekte ve bu durum çalışanlar açısından olduğu gibi yerel medya açısından da önemli sorun alanlarından birisini teşkil etmektedir.

İstihdama ilişkin sorunlar, yerel gazetelerdeki istihdamın niteliğiyle ilgili sorunları ifade etmektedir. Özellikle yerel gazetelerde alan dışı istihdamın söz konusu olmasının yanı sıra nitelikli istihdamın da önemli bir sorun olduğu yapılan ön görüşmelerde değerlendirilmiş ve buna bağlı olarak araştırmada istihdam sorunları da dikkate alınmıştır. Bu faktör, yerel medya çalışanlarının genel istihdam yapısının yanı sıra özelde kendi gazetelerindeki istihdam yapısını değerlendirmeleriyle ilgili olup alan dışı veya niteliksiz istihdamın nasıl bir sorun algısı oluşturduğunu ölçmektedir.

Eğitimsel sorunlar, yerel gazetecilik alanındaki çalışanların iletişim fakültelerinde eğitim almış kişiler olmaması, çalışanların gazetecilik eğitiminin yanı sıra kurum içi ve ya mesleki eğitim düzeylerinin düşük olması gibi mevcut durumlar karşısında yerel gazete çalışanlarının algılarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu boyuttan alınan düşük puan eğitimsel sorunların düşüklüğünü ifade ettiği gibi yüksek puan da sorun algısının yüksekliğine işaret etmektedir. Yapılan bu faktör analizi neticesinde 7 faktörün birlikte ölçek varyansının %63'ünü karşıladığı görülmüştür.

3.4.4 Doğrulayıcı faktör analizleri (DFA)

Açımlayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen faktörlerin yapısal geçerliliğinin tespiti için doğrulayıcı faktör analizine başvurulmuştur. Doğrulayıcı faktör analizi teorik bir yapıyı ölçmek amacıyla kullanılan birçok değişkenli istatistiksel teknik olup gözlem verilerinin kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Bu sayede, ölçülen değişkenlerin teorik faktör yapısına uygunluğunu doğrulayarak faktör yapısının doğrulanmasını mümkün kılmaktadır. DFA faktörün maddelerle uygunluğunu kontrol etmek için uyum indeksleri

gibi ölçümler kullanılır. Bu indeksler faktör yapısının uygunluk düzeyini belirlemek için kulanılmaktadır. DFA ile elde edilen analiz sonuçları, faktör uygunluğuna, madde yüklerine, maddeler arasındaki kovaryanslara ve hata terimlerine dayanır (Kline, 2015).

Doğrulayıcı faktör analizinde kullanılan uyum indeksleri arasında en yaygın olanları şunlardır (Kline, 2015; Hu ve Bentler, 1999; Byrne, 2010):

Doğrulayıcı faktör analizinde kullanılan uyum indekslerinden biri olan CMIN, modelin veriye uygunluğunu ölçmek için kullanılan bir parametredir. CMIN (Minimum Kare Ortalaması) değeri, gözlemlenen veriler ile modelin öngördüğü değerler arasındaki farkın karelerinin toplamının minimum değeridir.

CMIN/df (Minimum Kare Ortalaması/Bağımsızlık Derecesi) oranı ise modelin basitliği ve uygunluğunu değerlendirmek için kullanılır. Bağımsızlık derecesi, veri setindeki değişken sayısı ve serbestlik derecesi arasındaki farktır. Serbestlik derecesi, veri setindeki gözlemlenen veri sayısından modelde tahmin edilen parametre sayısı çıkarılarak hesaplanır.

CMIN/df oranı, modelin uygunluğunu değerlendirirken CMIN değerinin modelin karmaşıklığına göre düzeltilmiş halidir. Bu nedenle, CMIN/df oranının 2'nin altında olması arzu edilir. Daha düşük CMIN/df değerleri, modelin daha iyi uyduğunu gösterir.

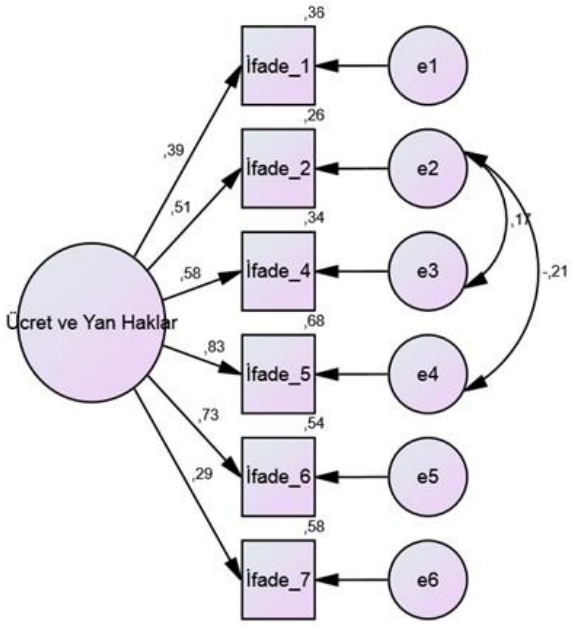
İyi Uyum İndeksi (GFI): Modelin verilere ne kadar iyi uyduğunu ölçen bir uyum indeksidir. GFI değerinin 0 ile 1 arasında olması arzu edilir. 1'e yakın değerler, modelin verilere iyi uyduğunu gösterir.

Ayarlanmış İyi Uyum İndeksi (AGFI): GFI gibi bir uyum indeksi olup, veri setinin karmaşıklığına göre düzeltilmiştir. AGFI değeri de 0 ile 1 arasında olmalıdır ve 1'e yakın değerler, modelin verilere iyi uyduğunu gösterir.

Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI): Modelin verilere ne kadar iyi uyduğunu ölçen bir uyum indeksidir. CFI değeri de 0 ile 1 arasında olmalıdır ve 1'e yakın değerler, modelin verilere iyi uyduğunu gösterir.

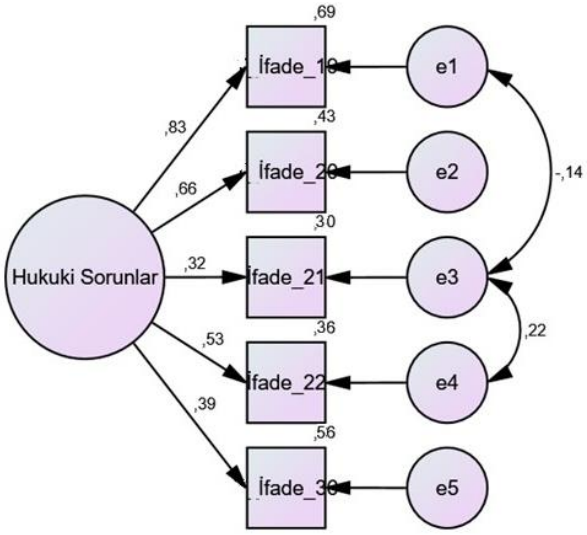
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA): Modelin verilere ne kadar iyi uyduğunu ölçen bir uyum indeksidir. RMSEA değeri, 0 ile 1 arasında olmalıdır ve 0.05'ten küçük değerler, modelin verilere iyi uyduğunu gösterir.

Uyum indekslerinin değerlendirilmesinde, farklı kuramsal yapıların karmaşıklığına ve veri setinin boyutuna bağlı olarak değişkenlik gösterebilir. Genel olarak, uygun bir DFA modeli için, CMIN değerinin 5'ten küçük olması, GFI, AGFI ve CFI değerlerinin 0.90'dan büyük ve RMSEA değerinin 0.05'ten küçük olması arzu edilir.



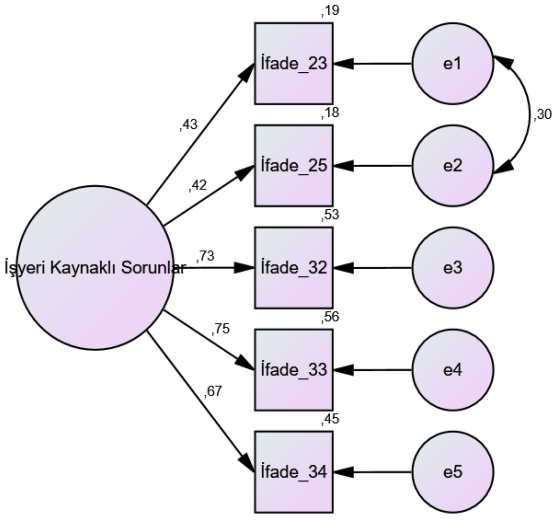
Şekil 4.Ücret ve Yan Haklar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi

Ücret ve yan haklar değişkeni için Birinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanarak gözlenen değişkenlere bğalı olarak faktör yapısının hangi düzeyde açıklanabilirliği tespit edilmiş ve bununla birlikte faktör geçerliliğinin ve güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla faktörün açıkladığı varyansı ve standardize olan ve olmayan değerleri analiz edimliştir. Diğer taraftan ücret ve yan haklar altında yer alan ifadeler doğrultusunda faktör yapısı uyum indekslerine bağlı olarak değerlendirildiğinde (CMIN=2,682; DF=3; p<0,46; CMIN/DF=0,894; RMSEA=0,036; CFI=0,984; GFI=0,994) indeks değerlerinin gerekli değer aralıklarında olduğu ve ücret ve yan haklar faktörünün güvenilir bir yapı sergilediği söylenebilmektedir.



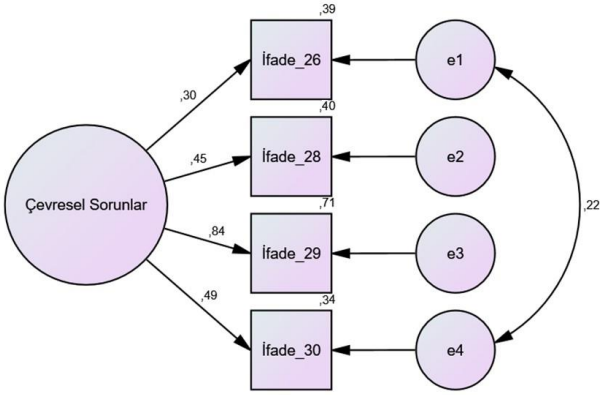
Şekil 5. Hukuki Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi

Hukuki sorunlar faktörü için elde edilen uyum iyiliği indeks değerleri (CMIN=3,956; DF=3; p<0,32; CMIN/DF=1,319; RMSEA=0,036; CFI=0,989; GFI=0,996) dikkate alındığında faktör yapısının oldukça güçlü ve güvenilir olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.



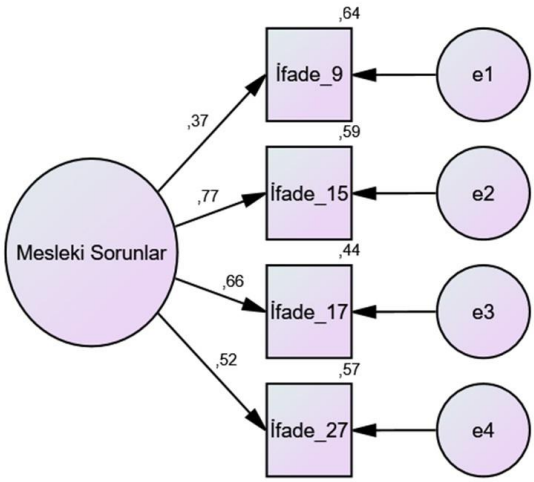
Şekil 6.İşyeri Kaynaklı Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi

İşyeri kaynaklı sorunlar faktörü için elde edilen uyum iyiliği indeks değerleri (CMIN=2,331; DF=4; p<0,03; CMIN/DF=0,583; RMSEA=0,012; CFI=0,986; GFI=0,986) dikkate alındığında faktör yapısının oldukça güçlü ve güvenilir olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.



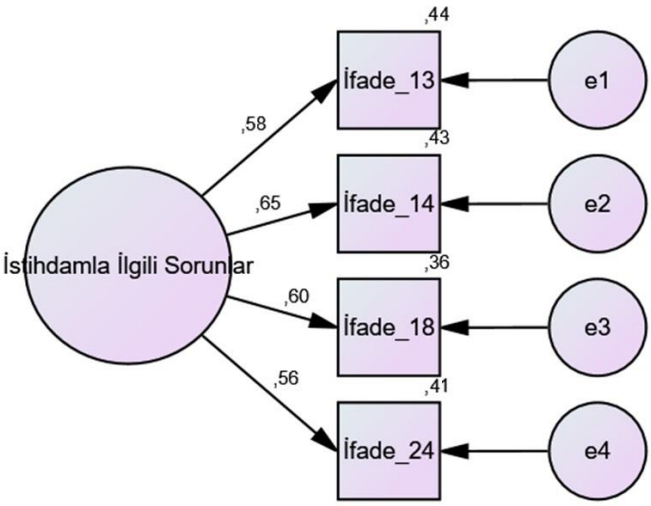
Şekil 7.Çevresel Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi

Çevresel sorunlar faktörü için elde edilen uyum iyiliği indeks değerleri (CMIN=1,541; DF=2; p<0,03; CMIN/DF=0,771; RMSEA=0,427; CFI=0,901; GFI=0,963) dikkate alındığında faktör yapısının oldukça güçlü ve güvenilir olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.



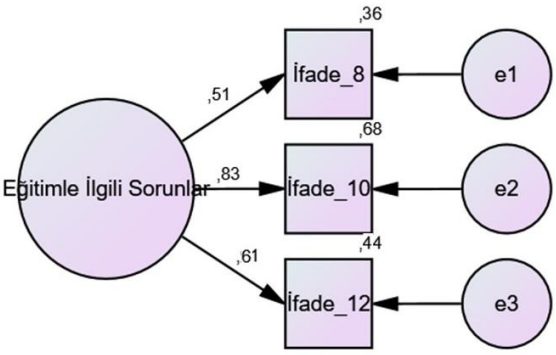
Şekil 8. Mesleki Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi

Mesleki sorunlar faktörü için elde edilen uyum iyiliği indeks değerleri (CMIN=2,092; DF=3; p<0,21; CMIN/DF=0,697; RMSEA=0,012; CFI=0,986; GFI=0,979) dikkate alındığında faktör yapısının oldukça güçlü ve güvenilir olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.



Şekil 9.İstihdamla İlgili Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi

İstihdamla ilgili sorunlar faktörü için elde edilen uyum iyiliği indeks değerleri (CMIN=3,754; DF=3; p<0,36; CMIN/DF=1,251; RMSEA=0,026; CFI=0,911; GFI=0,907) dikkate alındığında faktör yapısının oldukça güçlü ve güvenilir olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.



Şekil 10.Eğitimle İlgili Sorunlar Faktörü Doğrulayıcı Faktör Analizi

Eğitimle ilgili sorunlar faktörü için elde edilen uyum iyiliği indeks değerleri (CMIN=2,657; DF=2; p<0,36; CMIN/DF=1,329; RMSEA=0,011; CFI=0,943; GFI=0,902) dikkate alındığında faktör yapısının oldukça güçlü ve güvenilir olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.

Yapılan faktör analizleri neticesinde araştırmada kullanılması planlanan değişkenlerin tamamı için yapısal geçerliliğin sağlandığı görülmüş ve elde edilen faktörlere bağlı olarak betimsel analizler yapılıp elde edilen bulgulara çalışmanın dördüncü bölümünde yer verilmiştir.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

4.1 Bulgular

4.1.1 Demografik değişkenlere ilişkin bulgular

Araştırma örneklemini oluşturan katılımcıları demografik özelliklerine ilişkin dağılım Tablo 4 ile verilmiştir. Tablo verileri incelendiğinde anket uygulamasının bölgelere göre yerel gazete sayısı dikkate alınarak bir ağırlıklandırma yapıldığı görülebilecektir. Buna göre katılımcıların çalıştıkları yerel gazetelerin %20,7'si Marmara Bölgesinde, %13,5'i Ege Bölgesi'nde, %15,5'i Akdeniz Bölgesi'nde, %15,1'i İç Anadolu Bölgesi'nde, %13,1'i Karadeniz Bölgesi'nde, %12,3'ü Doğu Anadolu Bölgesi'nde ve %9,8'i de Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde faaliyet göstermektedirler.

Katılımcıların yaş dağılımları ise 18 yaş ile 46 yaş arasında gruplandırılmıştır. 46 yaş üzeri katılımcılar ise tek bir grup olarak değerlendirilmiştir. Buna göre katılımcıların %5,7'si 18-24 yaş aralığında, %15,8'i 25-30 yaş aralığında, %17,2'si 31-35 yaş aralığında, %15,2'si 36-40 yaş aralığında, %20,5'i 41-45 yaş aralığında ve %25,5'i de 46 yaş ve üzeri yaşlarda olan çalışanlardan oluşutuğu görülmektedir.

Çalışanların cinsiyet dağılımı dikkate alındığında ise yerel gazetelerde çalışanların ağırlıklı olarak erkek çalışanlardan oluştuğu görülmektedir. Elde edilen analiz sonuçlarına göre katılımcıların %30,3'ü kadınlardan ve %69,7'si de erkeklerden oluşmaktadır.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımları ise %45'i lise mezunu, %16,2'si ön lisans, %33,8', lisans ve %5'i de lisansüstü mezuniyete sahip olarak tespit edilmişlerdir. Bu oranlardan hareketle sektörde istihdamın eğitim bağlamında ağırlığının lise mezunlarından yana olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.

Lisans eğitimi alan %33,8'lik lisans mezunlarının mezuniyet alanları incelendiğinde ise bunların %28,3'ünün iletişim fakültelerinden mezun oldukları ve %71,7'sinin de diğer fakülte mezunları çalışanlar oldukları görülmektedir. Eğitim durumu ve mezuniyet alanı değişkenleri birlikte değerlendirildiğinde Türkiye genelinde yerel gazetelerde çalışanların

çok azının alan eğitimi almış eğitimli gazetecilerden oluştuğunu söylemek mümkün olmaktadır. Mesleki kıdeme bağlı olarak ise katılımcıların dağılımı 1-4 Yıl arası %17,5, 5-9 Yıl arası %16,7, 10-14 Yıl arası %18,1 15 Yıl ve üzeri %47,7 şeklindedir.

Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özellikleri (N=702)

Değişkenler	Gruplar	n	%
Bölge	Marmara Bölgesi	145	20,7
	Ege Bölgesi	95	13,5
	Akdeniz Bölgesi	109	15,5
	İç Anadolu Bölgesi	106	15,1
	Karadeniz Bölgesi	92	13,1
	Doğu Anadolu Bölgesi	86	12,3
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	69	9,8
Yaş	18-24 Yaş arası	40	5,7
	25-30 Yaş arası	111	15,8
	31-35 Yaş arası	121	17,2
	36-40 Yaş arası	107	15,2
	41-45 Yaş arası	144	20,5
	46 Yaş ve üzeri	179	25,5
Cinsiyet	Kadın	213	30,3
	Erkek	489	69,7
Medeni Durum	Evli	479	68,2
	Bekar	223	31,8
Eğitim Durumu	Lise	316	45,0
	Ön Lisans	114	16,2
	Lisans	237	33,8
	Lisans üstü	35	5,0
Mezuniyet Alanı	İletişim Alan Mezunu	199	28,3
	Diğer Alanlardan Mezun	503	71,7
Mesleki Kıdem	1-4 Yıl arası	123	17,5
	5-9 Yıl arası	117	16,7
	10-14 Yıl arası	127	18,1
	15 Yıl ve üzeri	335	47,7
Şimdiki Gazetede Çalışma Süresi	1-4 Yıl arası	258	36,8
	5-9 Yıl arası	174	24,8
	10-14 Yıl arası	109	15,5
	15 Yıl ve üzeri	161	22,9
Görev Birimi	Yazı İşleri Müdürü	254	36,2
	Editör	70	10,0
	Muhabir	246	35,0
	Sayfa Sekreteri	40	5,7
	Web Yönetmeni/Sorumlusu	24	3,4
	Diğer Hizmetler	68	9,7
Gelir Düzeyi	0-5.500 TL Arası	220	31,3
	5.501-8.000 TL Arası	382	54,4
	8.001-12.000 TL Arası	73	10,4
	12.000 TL üzeri	27	3,8

Günlük Çalışma Süresi	8 saatten az (Part-time)	34	4,8
	8 Saat	404	57,5
	8 Saatten fazla	264	37,6
Kurum Faaliyet Alanı	Yerel Gazete	386	55,0
	İnternet Gazetesi	11	1,6
	Her İkiside	305	43,4
Sendikal Üyelik	Var	135	19,2
	Yok	567	80,8
Sigortalılık	Var	661	94,2
	Yok	41	5,8
Meslek Sigortası (212)	Var	611	87,0
	Yok	91	13,0
Basın Kartı	Var	428	61,0
	Yok	274	39,0

4.1.2 Yaşa bağlı olarak algılanan sorunlar

Katılımcıların yaşlarına bağı olarak yerel medya çalışanlarının sorun algıları değerlendirilmiş ve elde edilen bulgulara Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Yaşlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları

		n	$\overline{X}$	SS	F	p	İlişkili Gruplar
Ücret ve Yan Haklar	18-24 Yaş arası	40	3,7188	,77042	3,516	,012	2>4
	25-30 Yaş arası	111	3,8018	,77907			
	31-35 Yaş arası	121	3,7273	,72815			
	36-40 Yaş arası	107	3,7850	,61184			
	41-45 Yaş arası	144	3,7066	,77456			
	46 Yaş ve üzeri	179	3,4788	,78845			
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	18-24 Yaş arası	40	3,0917	,75480	,596	,703	-
	25-30 Yaş arası	111	3,0931	,99308			
	31-35 Yaş arası	121	3,1543	,86714			
	36-40 Yaş arası	107	3,0436	,86279			
	41-45 Yaş arası	144	2,9838	,90008			
	46 Yaş ve üzeri	179	3,1136	,87774			
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	18-24 Yaş arası	40	3,1400	,77021	,406	,845	
	25-30 Yaş arası	111	3,0991	,79721			
	31-35 Yaş arası	121	3,0959	,75060			
	36-40 Yaş arası	107	3,0243	,66600			
	41-45 Yaş arası	144	3,1611	,77090			
	46 Yaş ve üzeri	179	3,0927	,84780			
Hukuki Sorunlar	18-24 Yaş arası	40	3,0917	,75480	,596	,703	
	25-30 Yaş arası	111	3,0931	,99308			
	31-35 Yaş arası	121	3,1543	,86714			
	36-40 Yaş arası	107	3,0436	,86279			
	41-45 Yaş arası	144	2,9838	,90008			
	46 Yaş ve üzeri	179	3,1136	,87774			
Çevresel Sorunlar	18-24 Yaş arası	40	2,9563	,91267	1,256	,281	
	25-30 Yaş arası	111	3,0315	,81959			
	31-35 Yaş arası	121	3,1963	,74527			
	36-40 Yaş arası	107	3,0164	,81501			
	41-45 Yaş arası	144	2,9809	,75034			
	46 Yaş ve üzeri	179	3,0251	,75703			
Mesleki Sorunlar	18-24 Yaş arası	40	3,7188	,77042	,518	,763	
	25-30 Yaş arası	111	3,8018	,77907			
	31-35 Yaş arası	121	3,7273	,72815			
	36-40 Yaş arası	107	3,7850	,61184			
	41-45 Yaş arası	144	3,7066	,77456			
	46 Yaş ve üzeri	179	3,6788	,78845			
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	18-24 Yaş arası	40	3,1438	,85088	,104	,991	
	25-30 Yaş arası	111	3,1396	,88529			
	31-35 Yaş arası	121	3,1240	,83611			
	36-40 Yaş arası	107	3,1939	,76734			
	41-45 Yaş arası	144	3,1701	,80463			
	46 Yaş ve üzeri	179	3,1676	,85409			

Tablo 5 verileri incelendiğinde katılımcıların yaşa bağlı olarak yalnızca ücret ve yan haklar boyutu için farklı görüş sergiledikleri ifade edilebilmektedir. Bu farklılık 25-30 yaş arası ile 36-40 yaş arası gruplar için söz konusu olup 25-30 yaş arası katılımcıların ücret ve yan haklara ilişkin sorun algıları daha yüksektir.

4.1.3 Cinsiyete bağlı olarak algılanan sorunlar

Katılımcıların cinsiyetlerine bağlı olarak sorun algıları değerlendirilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 6 ile verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Cinsiyetlerine Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Cinsiyet	**n**	$\bar{X}$	**SS**	**t**	**p**
Ücret ve Yan Haklar	Kadın	213	3,7347	,74531	,093	,926
	Erkek	489	3,7290	,74842		
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Kadın	213	3,1189	,91713	,788	,431
	Erkek	489	3,0613	,87822		
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	Kadın	213	3,1089	,79679	,612	,851
	Erkek	489	3,0969	,76716		
Çevresel Sorunlar	Kadın	213	3,0035	,74783	,844	,399
	Erkek	489	3,0578	,79806		
Mesleki Sorunlar	Kadın	213	3,7347	,74531	,193	,891
	Erkek	489	3,7290	,74842		
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	Kadın	213	3,1408	,82137	-,378	,705
	Erkek	489	3,1667	,83521		
Hukuki Sorunlar	Kadın	213	3,1189	,91713	,788	,431
	Erkek	489	3,0613	,87822		

Tablo 6 verilerinden hareketle aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

"Ücret ve Yan Haklar" t-testi sonuçlarına göre, (p = 0,926>,05) ücret ve yan haklar kaynaklı sorunları algısında kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. Bu, kadınlar ve erkekler arasında ücret ve yan haklar açısından bir fark olmadığı anlamına gelir.

"İşyeri Kaynaklı Sorunlar" t-testi sonuçları incelendiğinde, (p=0,431>,05) gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Bu, kadınlar ve erkekler arasında işyeri kaynaklı sorunlar açısından bir fark olmadığı anlamına gelir.

"Eğitim Kaynaklı Sorunlar" t-testi sonuçları incelendiğinde, (p=0,851>,05), gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadıı görülmektedir. Bu, kadınlar ve

erkekler arasında eğitim kaynaklı sorunlar açısından bir fark olmadığına işaret etmektedir.

“Çevresel Sorunlar” t-testi sonuçları, (p=0,399>,05) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir. Bu sonuç, kadınlar ve erkekler arasında çevresel sorunların algılanması açısından bir farklılık olmadığı anlamına gelir.

“Mesleki Sorunlar” t-testi sonuçları, (p=0,891>,05) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığına işaret etmektedir. Bu, kadınlar ve erkekler arasında mesleki sorunlar açısından bir fark olmadığı anlamına gelir.

“Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar” t-testi sonuçlarına bakıldığında, (p=0,705) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Bu, kadınlar ve erkekler arasında çalışan profili kaynaklı sorunlar açısından bir fark olmadığı anlamına gelir.

“Hukuki Sorunlar” t-testi sonuçları, (p=0,431>,05) gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığına işaret etmektedir. Bu, kadınlar ve erkekler arasında hukuki sorunlar açısından bir fark olmadığı anlamına gelir.

Yukarıdaki sonuçlara göre, örneklemden elde edilen verilere bağlı olarak cinsiyet değişkeni doğrultusunda kadınlar ve erkekler arasında yerel gazetelerin sorunları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir algı farkı bulunmamaktadır.

4.1.4 Medeni duruma bağlı olarak algılanan sorunlar

Katılımcıların medeni durumlarına bağlı olarak yerel medya çalışanlarının sorunları değerlendirilmiş, yapılan analizler neticesinde elde edilen bulgulara Tablo 7’de yer verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Medeni Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Medeni Durum	**n**	$\bar{X}$	**SS**	**t**	**p**
Ücret ve Yan Haklar	Evli	479	3,7474	,74167	,864	,388
	Bekar	223	3,6951	,75863		
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Evli	479	3,0654	,88947	-,585	,559
	Bekar	223	3,1076	,89229		
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	Evli	479	3,0831	,77278	-,875	,382
	Bekar	223	3,1381	,78243		
Çevresel Sorunlar	Evli	479	3,0292	,78986	-,599	,549
	Bekar	223	3,0673	,76925		
Mesleki Sorunlar	Evli	479	3,7474	,74167	,872	,328
	Bekar	223	3,6951	,75863		
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	Evli	479	3,1649	,81992	,285	,776
	Bekar	223	3,1457	,85461		
Hukuki Sorunlar	Evli	479	3,0654	,88947	-,675	,417
	Bekar	223	3,1076	,89229		

“Ücret ve Yan Haklar” t-testi sonuçlarına göre, (p = 0,388>,05) ücret ve yan haklar kaynaklı sorunları algısında evli ve bekarlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. Bu, evliler ve bekarlar arasında ücret ve yan haklar açısından bir fark olmadığı anlamına gelir.

“İşyeri Kaynaklı Sorunlar” t-testi sonuçları incelendiğinde, (p=0,559>,05) gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Bu, evliler ve bekarlar arasında işyeri kaynaklı sorunlar açısından bir fark olmadığı anlamına gelir.

“Eğitim Kaynaklı Sorunlar” t-testi sonuçları incelendiğinde, (p=0,382>,05), gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadıı görülmektedir. Bu, evliler ve bekarlar arasında eğitim kaynaklı sorunlar açısından bir fark olmadığına işaret etmektedir.

“Çevresel Sorunlar” t-testi sonuçları, (p=0,549>,05) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir. Bu sonuç, evliler ve bekarlar arasında çevresel sorunların algılanması açısından bir farklılık olmadığı anlamına gelir.

“Mesleki Sorunlar” t-testi sonuçları, (p=0,328>,05) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığına işaret etmektedir. Bu, evliler ve bekarlar arasında mesleki sorunlar açısından bir fark olmadığı anlamına gelir.

"Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar" t-testi sonuçlarına bakıldığında, (p=0,776>,05) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Bu, evliler ve bekarlar arasında çalışan profili kaynaklı sorunlar açısından bir fark olmadığı anlamına gelir.

"Hukuki Sorunlar" t-testi sonuçları, (p=0,417>,05) gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığına işaret etmektedir. Bu, evliler ve bekarlar arasında hukuki sorunlar açısından bir fark olmadığı anlamına gelmektedir.

4.1.5 Eğitim durumuna bağlı olarak algılanan sorunlar

Katılımcıların eğitim durumları ile sorun algıları arasındaki ilişkiye yönelik yapılan analizlerden elde edilen bulgular Tablo 8 ile verilmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları

		n	$\bar{X}$	SS	F	p	İlişkili Gruplar
Ücret ve Yan Haklar	Lise	316	3,7595	,74928	,535	,658	-
	Ön Lisans	114	3,6820	,64944			
	Lisans	237	3,7046	,77692			
	Lisansüstü	35	3,8071	,82713			
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Lise	316	3,0854	,89368	4,800	,003	2>1
	Ön Lisans	114	3,2339	,84599			
	Lisans	237	3,0000	,85646			
	Lisansüstü	35	3,0476	1,15510			
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	Lise	316	3,0101	,78260	3,672	,012	3>1
	Ön Lisans	114	3,0702	,76932			
	Lisans	237	3,2253	,76493			
	Lisans üstü	35	3,1714	,71479			
Çevresel Sorunlar	Lise	316	2,9699	,75926	3,039	,028	4>1,2
	Ön Lisans	114	3,0307	,72727			
	Lisans	237	3,0970	,81956			
	Lisans üstü	35	3,3429	,84689			
Mesleki Sorunlar	Lise	316	3,7595	,74928	,535	,658	-
	Ön Lisans	114	3,6820	,64944			
	Lisans	237	3,7046	,77692			
	Lisans üstü	35	3,8071	,82713			
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	Lise	316	3,2239	,83042	1,212	,305	-
	Ön Lisans	114	3,1250	,82296			
	Lisans	237	3,0949	,82785			
	Lisans üstü	35	3,1143	,86675			
	Lise	316	3,0854	,89368	1,800	,146	-

Hukuki Sorunlar	Ön Lisans	114	3,2339	,84599
	Lisans	237	3,0000	,85646
	Lisans üstü	35	3,0476	1,15510

Ücret ve Yan Haklar konusunda, eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($F(3, 700) = 0.535$, $p = 0.658$). İlişkili gruplar bölümünde herhangi bir grup arasında farklılık olmadığı görülmektedir.

İşyeri Kaynaklı Sorunlar konusunda ise, eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F(3, 700) = 4.800$, $p = 0.003$). İlişkili gruplar bölümünde, 2. grup (Ön Lisans) ile 1. gruptan (Lise) anlamlı bir farklılık olduğu belirtilmektedir. Bu farklılık için grup ortalamaları incelendiğinde, ön lisans mezunlarının sorun işyeri kaynaklı sorun algılarının lise mezunlarına nazaran daha yüksek odluğu görülmektedir.

ANOVA sonuçları, eğitim kaynaklı sorunlar, çevresel sorunlar ve mesleki sorunlar için istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir ($p <0,05$). Bu sonuçlara göre, eğitim kaynaklı sorunlar açısından lisansüstü çalışanlar ($\bar{X}=3.1714$) en az, lise mezunları ise ($\bar{X}=3.0101$) en çok sorun yaşayan grup olarak ortaya çıkmıştır. Çevresel sorunlar açısından da lisans üstü çalışanların ($\bar{X}=3.3429$) diğer gruplara göre daha fazla sorun yaşadığı görülmektedir. Mesleki sorunlar açısından ise gruplar arasında anlamlı bir fark yoktur ($p>0,05$).

Ayrıca, LSD (en küçük anlamlı fark) testi sonuçları, lise mezunlarının eğitim kaynaklı sorunlarda en çok, çevresel sorunlarda ise en az sorun yaşayan grup olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, eğitim seviyesinin bu iki sorunla ilgili algı farklılıklarında etkili olduğunu göstermektedir.

Çalışan profili kaynaklı sorunlar ve hukuki sorunlar açısından, gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Hukuki Sorunlar kategorisindeki farklı eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir fark yoktur ($F=1.800$, $p=0.146$). Bu sonuç, hukuki sorunların farklı eğitim seviyelerindeki çalışanlar arasında benzer şekilde algılandığını gösterir.

4.1.6 Mezuniyet alanına bağlı olarak algılanan sorunlar

Yerel gazetelerde çalışanların önemli sorunlarından birisi olarak karşımıza çıkan alan dışı çalışanlar hususu da araştırmada ele alınmıştır. Buna bağlı olarak alan ve alan dışı mezunların sorunları algılama biçimleri karşılaştırılmış ve elde edilen bulgular Tablo 9 ile verilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Mezuniyet Alanlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Mezuniyet Alanı	**n**	$\bar{X}$	**SS**	**t**	**p**
Ücret ve Yan Haklar	İletişim Alan Mezunu	199	3,6746	,72385	-1,253	,211
	Diğer Alanlardan Mezun	503	3,7530	,75545		
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	İletişim Alan Mezunu	199	2,9548	,92458	-2,330	,020
	Diğer Alanlardan Mezun	503	3,1279	,87194		
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	İletişim Alan Mezunu	199	3,2915	,75148	4,148	,000
	Diğer Alanlardan Mezun	503	3,0250	,77290		
Çevresel Sorunlar	İletişim Alan Mezunu	199	3,2085	,79882	3,589	,000
	Diğer Alanlardan Mezun	503	2,9751	,76748		
Mesleki Sorunlar	İletişim Alan Mezunu	199	3,6746	,72385	-1,253	,211
	Diğer Alanlardan Mezun	503	3,7530	,75545		
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	İletişim Alan Mezunu	199	3,1231	,82261	-,716	,474
	Diğer Alanlardan Mezun	503	3,1730	,83404		
Hukuki Sorunlar	İletişim Alan Mezunu	199	2,9548	,92458	-2,330	,020
	Diğer Alanlardan Mezun	503	3,1279	,87194		

Tablo 9 verileri incelendiğinde aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Ücret ve Yan Haklar konusunda, İletişim alan mezunlarının ortalaması $\bar{X}$ =3.6746, diğer mezunların ortalaması ise $\bar{X}$ =3.7530. T-testi sonucuna göre, bu iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur (t=-1.253, p=0.211).

İşyeri Kaynaklı Sorunlar konusunda, İletişim alan mezunlarının ortalaması $\bar{X}$ =2.9548, diğer mezunların ortalaması ise $\bar{X}$ =3.1279'dur. T-testi sonucuna göre, İletişim alan mezunları diğer mezunlara göre işyeri kaynaklı sorunlar yaşama olasılıkları daha yüksektir ve bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır (t=-2.330, p=0.020).

Eğitim Kaynaklı Sorunlar konusunda, İletişim alan mezunlarının ortalaması $\bar{X}$ =3.2915, diğer mezunların ortalaması ise $\bar{X}$ =3.0250'dur. T-testi sonucuna göre, İletişim alan mezunları diğer mezunlara göre eğitim kaynaklı sorunlar yaşama olasılıkları daha düşüktür ve bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır (t=4.148, p=0.000).

Çevresel Sorunlar konusunda, İletişim alan mezunlarının ortalaması $\bar{X}$ =3.2085, diğer mezunların ortalaması ise $\bar{X}$ =2.9751'dir. T-testi sonucuna göre, İletişim alan mezunları diğer mezunlara göre çevresel sorunlar yaşama olasılıkları daha düşüktür ve bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır (t=3.589, p=0.000).

Mesleki Sorunlar konusunda, İletişim alan mezunlarının ortalaması $\bar{X}$ =3.6746, diğer mezunların ortalaması ise $\bar{X}$ =3.7530. T-testi sonucuna göre, bu iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur (t=-1.253, p=0.211).

Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar konusunda, İletişim alan mezunlarının ortalaması $\bar{X}$ =3.1231, diğer mezunların ortalaması ise $\bar{X}$ =3.1730'dur. T-testi sonucuna göre, bu iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur (t=-0.716, p=0.474).

Tablodaki t-testi sonuçlarına göre, iletişim alan mezunlarının hukuki sorunlar yaşama puan ortalaması ($\bar{X}$= 2,9548) diğer alan mezunlarına göre ($\bar{X}$= 3,1279) anlamlı düzeyde daha düşüktür (t= -2,330, p= 0,020). Bu sonuçlar, hukuki sorunlar açısından İletişim alan mezunlarının diğer mezunlara göre daha az sorun yaşadığını göstermektedir. Ancak, p değeri 0,05'ten küçük olmakla birlikte, aradaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu kabul edilir.

4.1.7 Mesleki kıdeme bağlı olarak algılanan sorunlar

Mesleki kıdeme bağlı olarak çalışanların sorun algıları analiz edilmiş ve elde edilen bulgulara Tablo 10'da yer verilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Mesleki Kıdemlerine Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Mesleki Kıdem	n	$\bar{X}$	SS	F	p	İlişkili Gruplar(LSD)
Ücret ve Yan Haklar	1-4 Yıl arası	123	3,8435	,71029	1,488	,217	
	5-9 Yıl arası	117	3,6709	,79982			
	10-14 Yıl arası	127	3,7638	,64650			
	15 Yıl ve üzeri	335	3,6978	,77423			
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	1-4 Yıl arası	123	3,1409	,85038	,979	,402	
	5-9 Yıl arası	117	3,0826	,88073			
	10-14 Yıl arası	127	3,1601	,91514			
	15 Yıl ve üzeri	335	3,0239	,89767			
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	1-4 Yıl arası	123	3,1545	,75783	1,146	,330	
	5-9 Yıl arası	117	3,1470	,79455			
	10-14 Yıl arası	127	2,9937	,74746			
	15 Yıl ve üzeri	335	3,1051	,78546			
Çevresel Sorunlar	1-4 Yıl arası	123	2,9817	,81430	1,600	,188	
	5-9 Yıl arası	117	3,1731	,84935			
	10-14 Yıl arası	127	3,0669	,71993			
	15 Yıl ve üzeri	335	3,0075	,76796			
Mesleki Sorunlar	1-4 Yıl arası	123	3,8435	,71029	1,488	,217	
	5-9 Yıl arası	117	3,6709	,79982			
	10-14 Yıl arası	127	3,7638	,64650			
	15 Yıl ve üzeri	335	3,6978	,77423			
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	1-4 Yıl arası	123	3,2866	,86287	4,512	,004	2<1,3,4
	5-9 Yıl arası	117	2,9188	,87397			
	10-14 Yıl arası	127	3,1594	,76485			
	15 Yıl ve üzeri	335	3,1955	,81379			
Hukuki Sorunlar	1-4 Yıl arası	123	3,1409	,85038	,979	,402	
	5-9 Yıl arası	117	3,0826	,88073			
	10-14 Yıl arası	127	3,1601	,91514			
	15 Yıl ve üzeri	335	3,0239	,89767			

Tablo 10 verileri incelendiğinde, "Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar" faktörü için F istatistiğinin 4.512 olduğunu ve p değerinin 0.004 olduğunu görüyoruz. Bu sonuç, "Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar" faktöründe en az bir grup arasında anlamlı bir fark olduğunu gösterir. Ayrıca, LSD testi sonuçlarına bakarak, 5-9 yıl arası kıdeme sahip olanlar ile diğer 1-4 yıl arası, 10-14 yıl arası ve 15 yıl ve üzeri mesleki kıdemlere sahip olanlar arasında anlamlı bir fark bulunmakla birlikte bu farklılıkta "Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar"a ilişkin algının 5-9 yıl arası kıdeme sahip olanlar lehine düşük olduğu görülmektedir.

Diğer alt boyutlar için mesleki kıdeme bağlı olarak gruplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın bulunmadığı görülmektedir.

4.1.8 Çalışılan yerel gazetedeki çalışma süresine bağlı olarak algılanan sorunlar

Katılımcıların hali hazırda çalışmaya devam ettikleri yerel gazetelerdeki çalışma sürelerine bağlı olarak sorun algıları değerlendirilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 11 ile verilmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların Mevcut Gazetelerindeki Çalışma Sürelerine Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Çalışma Süreleri	n	$\bar{X}$	SS	F	p	İlişkili Gruplar
Ücret ve Yan Haklar	1-4 Yıl arası	258	3,6734	,84251	1,124	,339	
	5-9 Yıl arası	174	3,7227	,72400			
	10-14 Yıl arası	109	3,8073	,58198			
	15 Yıl ve üzeri	161	3,7795	,70510			
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	1-4 Yıl arası	258	3,0129	,91384	,996	,394	
	5-9 Yıl arası	174	3,0900	,88021			
	10-14 Yıl arası	109	3,0887	,88616			
	15 Yıl ve üzeri	161	3,1656	,86372			
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	1-4 Yıl arası	258	3,2163	,79583	3,611	,013	1>3,4
	5-9 Yıl arası	174	3,0920	,78412			
	10-14 Yıl arası	109	2,9982	,73308			
	15 Yıl ve üzeri	161	2,9938	,74244			
Çevresel Sorunlar	1-4 Yıl arası	258	3,0736	,80966	2,776	,040	2>3,4
	5-9 Yıl arası	174	3,1494	,79327			
	10-14 Yıl arası	109	2,9541	,67629			
	15 Yıl ve üzeri	161	2,9317	,78262			
Mesleki Sorunlar	1-4 Yıl arası	258	3,6734	,84251	1,124	,339	
	5-9 Yıl arası	174	3,7227	,72400			
	10-14 Yıl arası	109	3,8073	,58198			
	15 Yıl ve üzeri	161	3,7795	,70510			
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	1-4 Yıl arası	258	3,2200	,84171	3,014	,029	2<1,3,4
	5-9 Yıl arası	174	2,9957	,83954			
	10-14 Yıl arası	109	3,2064	,77268			
	15 Yıl ve üzeri	161	3,2050	,82485			
Hukuki Sorunlar	1-4 Yıl arası	258	3,0129	,91384	,996	,394	
	5-9 Yıl arası	174	3,0900	,88021			
	10-14 Yıl arası	109	3,0887	,88616			
	15 Yıl ve üzeri	161	3,1656	,86372			

Tablo 11 verileri incelendiğinde, Ücret ve Yan Haklara ilişkin sorunlara yönelik algının çalışma süresine bağlı olarak anlamlı bir farklılık sergilemediği ($p > 0.05$) görülmektedir. Benzer şekilde İşyeri Kaynaklı Sorunların algılanış biçimine ilişkin ortalamaların çalışma sürelerine bağlı olarak anlamlı bir farklılık sergilemediği ($p > 0.05$) görülmektedir.

Eğitim Kaynaklı Sorunlara ilişkin çalışan algı ortalamaları ile çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark olduğu ($p < 0.05$) ve 1-4 yıl arası çalışanların bu sorunlardan daha fazla etkilendiği görülmektedir. Ayrıca, bu alt faktörün çalışan profili kaynaklı sorunlar ve çevresel sorunlar alt faktörleriyle anlamlı bir ilişkisi olduğu da söylenebilmektedir ($p < 0.05$).

Çevresel Sorunlar alt boyutu ile farklı çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark olduğu ($p < 0.05$) ve 1-4 yıl arası çalışanların bu sorunlardan daha fazla etkilendiği görülmekle birlikte Mesleki Sorunlar alt boyut ile çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark olmadığı ($p > 0.05$) söylenebilmektedir.

Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar alt faktörü: Bu alt faktörün farklı çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark olduğu ($p < 0.05$) ve 5-9 yıl arası çalışanların bu sorunlardan daha fazla etkilendiği görülmektedir. Bunun yanı sıra Hukuki Sorunlar alt boyutuna ilişkin ortalamalar çalışma sürelerine bağlı olarak istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık sergilememektedir.

4.1.9 Göreve bağlı olarak algılanan sorunlar

Katılımcıların çalıştıkları yerel gazetelerdeki görevlerine bağlı olarak sorun algıları değerlendirilmiş ve elde edilen analiz sonuçlarına Tablo 12'de yer verilmiştir.

Tablo 12. Katılımcıların Görevlerine Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Görev	n	$\bar{X}$	SS	F	p	İlişkili Gruplar
Ücret ve Yan Haklar	Yazı İşleri Müdürü	254	3,8760	,71328	7,117	,000	1>2,3,4,5,6
	Editör	70	3,6821	,68223			
	Muhabir	246	3,7439	,69028			
	Sayfa Sekreteri	40	3,3438	1,04189			
	Web Yönetmeni/Sorumlusu	24	3,2188	,88254			
	Diğer Hizmetler	68	3,5993	,71516			
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Yazı İşleri Müdürü	254	3,2388	,83500	4,212	,001	1>2,3,4,6
	Editör	70	2,9619	,84278			
	Muhabir	246	3,0041	,86372			
	Sayfa Sekreteri	40	3,2500	1,10619			
	Web Yönetmeni/Sorumlusu	24	3,0694	,98775			
	Diğer Hizmetler	68	2,7745	,95059			
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	Yazı İşleri Müdürü	254	3,0268	,75144	,860	,508	-
	Editör	70	3,1771	,76256			
	Muhabir	246	3,1252	,79031			
	Sayfa Sekreteri	40	3,1850	,84050			
	Web Yönetmeni/Sorumlusu	24	3,0667	,76594			
	Diğer Hizmetler	68	3,1706	,79345			
Çevresel Sorunlar	Yazı İşleri Müdürü	254	2,9872	,76068	1,164	,326	-
	Editör	70	3,2321	,73760			
	Muhabir	246	3,0600	,78941			
	Sayfa Sekreteri	40	3,0125	,68862			
	Web Yönetmeni/Sorumlusu	24	2,9688	,86387			
	Diğer Hizmetler	68	3,0221	,89748			
Mesleki Sorunlar	Yazı İşleri Müdürü	254	3,8760	,71328	6,122	,000	1>2,3,4,5,6
	Editör	70	3,6821	,68223			
	Muhabir	246	3,7439	,69028			
	Sayfa Sekreteri	40	3,3438	1,04189			
	Web Yönetmeni/Sorumlusu	24	3,2188	,88254			
	Diğer Hizmetler	68	3,5993	,71516			
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	Yazı İşleri Müdürü	254	3,1752	,84103	,296	,915	
	Editör	70	3,1821	,86175			
	Muhabir	246	3,1646	,82828			
	Sayfa Sekreteri	40	3,1625	,83695			
	Web Yönetmeni/Sorumlusu	24	2,9792	,91163			
	Diğer Hizmetler	68	3,1140	,75116			
Hukuki Sorunlar	Yazı İşleri Müdürü	254	3,2388	,83500	4,105	,001	1>2,3,6
	Editör	70	2,9619	,84278			
	Muhabir	246	3,0041	,86372			
	Sayfa Sekreteri	40	3,2500	1,10619			
	Web Yönetmeni/Sorumlusu	24	3,0694	,98775			
	Diğer Hizmetler	68	2,7745	,95059			

"Ücret ve Yan Haklar" kategorisindeki ortalama puanlar farklı gruplar arasında değişirken, Yazı İşleri Müdürü grubu en yüksek ortalamaya sahiptir ($\bar{X}$ =3.8760) ve bu grup diğer gruplar arasında anlamlı bir fark oluşturmuştur (F=7.117, p<0.001).

"İşyeri Kaynaklı Sorunlar" kategorisindeki ortalama puanlar farklı gruplar arasında değişirken, Yazı İşleri Müdürü grubu en yüksek ortalamaya sahiptir ($\bar{X}$ =3.2388) ve bu grup diğer gruplar arasında anlamlı bir fark oluşturmuştur (F=4.212, p=0.001).

"Eğitim Kaynaklı Sorunlar" kategorisindeki ortalama puanlar farklı gruplar arasında değişirken, gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır (F=0.860, p=0.508).

"Çevresel Sorunlar" kategorisindeki ortalama puanlar farklı gruplar arasında değişirken, gruplar arasında anlamlı bir fark yoktur (F=1.164, p=0.326).

"Mesleki Sorunlar" kategorisindeki ortalama puanlar farklı gruplar arasında değişirken, Yazı İşleri Müdürleri ile Editör, Muhabir, Diğer Hizmetler grubu ve Web Yönetmeni/Sorumlusu grupları arasında anlamlı bir fark oluşturmuştur (F=6.122, p<0.001). Bu anlamlı farklılık, grup ortalamalarına bağlı olarak incelendiğinde yazı işleri müdürlerinin diğer gruplara nazaran mesleki sorunlar algı düzeyi daha yüksektir.

"Hukuki Sorunlar" kategorisindeki ortalama puanlar farklı gruplar arasında değişirken, Yazı İşleri Müdürü grubu en yüksek ortalamaya sahiptir ($\bar{X}$ =3.2388) ve bu grup ile Editör, Muhabir ve Diğer Hizmetler gruplarında yer alan katılımcılara nazaran anlamlı biçimde daha yüksektir. Diğer bir ifadeyle yazı işleri müdürlerinin hukuki sorunlara ilişkin daha fazla sorun olduğuna dair algıları sayılan gruplara nazaran daha yüksek seviyededir (F=4.105, p=0.001).

4.1.10 Gelir durumuna bağlı olarak algılanan sorunlar

Katılımcıların gelir durumlarına bağlı olarak sorun algıları analiz edilimş ve elde edilen bulgulara Tablo 13'te yer verilmiştir.

Tablo 13. Katılımcıların Gelir Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları

		n	$\overline{X}$	SS	F	p	İlişkili Gruplar
Ücret ve Yan Haklar	0-5.500 TL Arası	220	3,4511	,79858	3,944	,000	1<2,3,4
	5.501-8.000 TL Arası	382	3,7415	,73470			
	8.001-12.000 TL Arası	73	3,8664	,62093			
	12.000 TL üzeri	27	3,8611	,75426			
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	0-5.500 TL Arası	220	3,0424	,91452	1,364	,253	-
	5.501-8.000 TL Arası	382	3,0803	,85622			
	8.001-12.000 TL Arası	73	3,0594	1,00821			
	12.000 TL üzeri	27	3,4074	,79169			
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	0-5.500 TL Arası	220	3,1182	,81102	,969	,407	-
	5.501-8.000 TL Arası	382	3,0665	,74797			
	8.001-12.000 TL Arası	73	3,1534	,80382			
	12.000 TL üzeri	27	3,2963	,79299			
Çevresel Sorunlar	0-5.500 TL Arası	220	3,0386	,87369	,915	,433	-
	5.501-8.000 TL Arası	382	3,0340	,74030			
	8.001-12.000 TL Arası	73	3,1507	,76460			
	12.000 TL üzeri	27	2,8704	,62161			
Mesleki Sorunlar	0-5.500 TL Arası	220	3,6511	,79858	1,944	,121	-
	5.501-8.000 TL Arası	382	3,7415	,73470			
	8.001-12.000 TL Arası	73	3,8664	,62093			
	12.000 TL üzeri	27	3,8611	,75426			
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	0-5.500 TL Arası	220	3,0750	,91571	1,619	,184	-
	5.501-8.000 TL Arası	382	3,1728	,79156			
	8.001-12.000 TL Arası	73	3,2877	,75997			
	12.000 TL üzeri	27	3,2963	,79068			
Hukuki Sorunlar	0-5.500 TL Arası	220	3,0424	,91452	1,364	,253	-
	5.501-8.000 TL Arası	382	3,0803	,85622			
	8.001-12.000 TL Arası	73	3,0594	1,00821			
	12.000 TL üzeri	27	3,4074	,79169			

Ücret ve yan haklar analizine baktığımızda, farklı ücret aralıkları arasındaki ortalama puan farklarına bakıyoruz. Burada, 0-5.500 TL arası ücret alan çalışanlar ile diğer ücret aralıklarındaki çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (F=3.944, p=0.000). Bu, 0-5.500 TL arası ücret alan çalışanların ücret ve yan haklarından daha az

memnun olduğunu göstermektedir. Diğer ücret aralıklarında ise istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemektedir ($p>0.05$).

İşyeri kaynaklı sorunlar analizine bakıldığında ise, farklı ücret aralıkları arasındaki ortalama puan farklarına bakılıyor ve herhangi bir istatistiksel olarak anlamlı fark gözlenmemektedir ($p>0.05$).

Eğitim Kaynaklı Sorunlar: Farklı ücret aralıklarındaki çalışanların eğitim kaynaklı sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, farklı ücret aralıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir ($p>0.05$). Bu nedenle, çalışanların eğitim kaynaklı sorunlar konusunda ücret aralığından bağımsız olarak benzer düzeylerde memnuniyet gösterdikleri söylenebilir.

Çevresel Sorunlar: Farklı ücret aralıklarındaki çalışanların çevresel sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, farklı ücret aralıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir ($p>0.05$). Bu da çalışanların çevresel sorunlar konusunda ücret aralığından bağımsız olarak benzer düzeylerde memnuniyete sahip olduklarını göstermektedir.

Mesleki Sorunlar: Farklı ücret aralıklarındaki çalışanların mesleki sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, farklı ücret aralıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir ($p>0.05$). Bu nedenle, çalışanların mesleki sorunlar konusunda ücret aralığından bağımsız olarak benzer düzeylerde memnuniyet gösterdikleri söylenebilir.

Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar: Farklı ücret aralıklarındaki çalışanların çalışan profili kaynaklı sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, farklı ücret aralıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir ($p>0.05$). Bu da çalışanların çalışan profili kaynaklı sorunlar konusunda ücret aralığından bağımsız olarak benzer düzeylerde memnuniyet gösterdiklerini gösterir.

Hukuki Sorunlar: Farklı ücret aralıklarındaki çalışanların hukuki sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, farklı ücret aralıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir ($p>0.05$). Bu da çalışanların hukuki sorunlar konusunda ücret aralığından bağımsız olarak benzer düzeylerde memnuniyet gösterdiklerini gösterir.

4.1.11 Çalışma saatlerine bağlı olarak algılanan sorunlar

Katılımcıların çalışma saatlerine bağlı olarak sorun algıları değerlendirilmiş ve elde edilen bulgulara Tablo 14'te yer verilmiştir.

Tablo 14. Katılımcıların Çalışma Saatlerine Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Günlük çalışma saati	n	$\bar{X}$	SS	F	p	İlişkili Gruplar
Ücret ve Yan Haklar	8 saatten az (Part-time)	34	3,6765	,67288	10,336	,000	2>3
	8 Saat	404	3,8379	,68029			
	8 Saatten fazla	264	3,5739	,82369			
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	8 saatten az (Part-time)	34	3,0686	,82788	1,854	,157	
	8 Saat	404	3,1328	,87373			
	8 Saatten fazla	264	2,9975	,91875			
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	8 saatten az (Part-time)	34	3,2176	,83755	5,031	,007	2<3
	8 Saat	404	3,0213	,76813			
	8 Saatten fazla	264	3,2068	,76747			
Çevresel Sorunlar	8 saatten az (Part-time)	34	3,2426	,69763	11,421	,000	2<1,3
	8 Saat	404	2,9220	,79631			
	8 Saatten fazla	264	3,1979	,74148			
Mesleki Sorunlar	8 saatten az (Part-time)	34	3,6765	,67288	10,336	,000	2>3
	8 Saat	404	3,8379	,68029			
	8 Saatten fazla	264	3,5739	,82369			
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	8 saatten az (Part-time)	34	3,2794	,69567	2,498	,083	
	8 Saat	404	3,2061	,84541			
	8 Saatten fazla	264	3,0710	,81829			
Hukuki Sorunlar	8 saatten az (Part-time)	34	3,0686	,82788	1,854	,157	
	8 Saat	404	3,1328	,87373			
	8 Saatten fazla	264	2,9975	,91875			

Ücret ve Yan Haklar: Farklı günlük çalışma saatleri arasındaki çalışanların ücret ve yan haklar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, 8 saatten az (part-time) ve 8 saatten fazla çalışanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu

görülmektedir (F=10.336, p=0.000). 8 saatten az çalışanlar daha düşük ücret ve yan hakları nedeniyle daha az memnun olma eğiliminde olabilirler.

İşyeri Kaynaklı Sorunlar: Farklı günlük çalışma saatleri arasındaki çalışanların işyeri kaynaklı sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemektedir (p>0.05).

Eğitim Kaynaklı Sorunlar: Farklı günlük çalışma saatleri arasındaki çalışanların eğitim kaynaklı sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, 8 saatten az (part-time) ve 8 saatten fazla çalışanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir (F=5.031, p=0.007). 8 saatten az çalışanlar, eğitim kaynaklı sorunlar konusunda daha fazla memnuniyetsizlik gösterebilirler.

Çevresel Sorunlar: Farklı günlük çalışma saatleri arasındaki çalışanların çevresel sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, 8 saatten az (part-time) ve 8 saatten fazla çalışanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir (F=11.421, p=0.000). 8 saatten az çalışanlar, çevresel sorunlar konusunda daha fazla memnuniyetsizlik gösterebilirler.

Mesleki Sorunlar: Farklı günlük çalışma saatleri arasındaki çalışanların mesleki sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, 8 saatten az (part-time) ve 8 saatten fazla çalışanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir (F=10.336, p=0.000). 8 saatten az çalışanlar, mesleki sorunlar konusunda daha fazla memnuniyetsizlik gösterebilirler.

Farklı günlük çalışma saatleri arasındaki çalışanların hukuki sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmüyor (p>0.05). Bu sonuç, çalışanların hukuki sorunlar konusunda günlük çalışma saatlerinden bağımsız olarak benzer düzeylerde memnuniyet gösterdiklerine işaret etmektedir.

4.1.12 Gazetenin faaliyet alanına bağlı olarak algılanan sorunlar

Yerel gazetelerin faaliyet alanları yalnızca gazete, yalnızca internet gazetesi ve her ikisi olarak gruplandırılmıştır. Çalışanların bu gruplandırma bağlamında sorun algılarının

farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiş ve elde edilen bulgulara Tablo 15'te yer verilmiştir.

Tablo 15. Katılımcıların Gazete Faaliyet Alanına Bağlı Olarak Sorun Algıları

		n	$\bar{X}$	SS	F	p	İlişkili Gruplar
Ücret ve Yan Haklar	Yerel Gazete	386	3,6924	,75941	4,688	,000	2<1,3
	İnternet Gazetesi	11	3,5455	,67840			
	Her İkiside	305	3,7861	,73135			
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Yerel Gazete	386	3,0432	,89467	1,648	,193	
	İnternet Gazetesi	11	2,7576	,88306			
	Her İkiside	305	3,1355	,88225			
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	Yerel Gazete	386	3,0580	,76410	3,715	,011	1<2,3
	İnternet Gazetesi	11	3,3636	,76139			
	Her İkiside	305	3,1449	,77738			
Çevresel Sorunlar	Yerel Gazete	386	3,0168	,76958	1,214	,298	
	İnternet Gazetesi	11	3,3636	,76944			
	Her İkiside	305	3,0607	,79963			
Mesleki Sorunlar	Yerel Gazete	386	3,6924	,75941	1,688	,186	
	İnternet Gazetesi	11	3,5455	,67840			
	Her İkiside	305	3,7861	,73135			
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	Yerel Gazete	386	3,1250	,86907	,725	,485	
	İnternet Gazetesi	11	3,1591	,90328			
	Her İkiside	305	3,2016	,77714			
Hukuki Sorunlar	Yerel Gazete	386	3,0432	,89467	1,648	,193	
	İnternet Gazetesi	11	2,7576	,88306			
	Her İkiside	305	3,1355	,88225			

Tablo 15 verileri incelendiğinde; Ücret ve Yan Haklar farklı alanlardaki yerel medya çalışanlarının ücret ve yan haklar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, yerel gazete ve her ikisinde çalışanların istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde sadece internet gazeteciliği yapan medya çalışanlarına nazaran daha yüksek bir sorun algısına sahip oldukları görülmektedir (F=4.688, p=0.000).

İşyeri Kaynaklı Sorunlar: Farklı gazete türlerinin çalışanların işyeri kaynaklı sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmüyor ($p>0.05$).

Eğitim Kaynaklı Sorunlar: Farklı gazete türlerinin çalışanların eğitim kaynaklı sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, yerel gazete çalışanlarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde diğer medya gruplarında çalışanlara nazarandaha yüksek sorun algısına sahip oldukları görülmektedir ($F=3.715$, $p=0.011$).

Çevresel Sorunlar: Farklı gazete türlerinin çalışanların çevresel sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmüyor ($p>0.05$).

Mesleki Sorunlar: Farklı gazete türlerinin çalışanların mesleki sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmüyor ($p>0.05$).

Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar: Farklı gazete türlerinin çalışanların çalışan profili kaynaklı sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmüyor ($p>0.05$).

Hukuki Sorunlar: Farklı gazete türlerinin çalışanların hukuki sorunlar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmüyor ($p>0.05$).

4.1.13 Sendikal üyelik imkanının varlığına bağlı olarak algılanan sorunlar

Tablo 16. Katılımcıların Sendikal Üylelik İmkanlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Sendikal Üyelik	**n**	**$\bar{X}$**	**SS**	**t**	**P**
Ücret ve Yan Haklar	Var	135	3,7370	,69063	,108	914
	Yok	567	3,7293	,76032		
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Var	135	3,0247	,83321	-,786	,432
	Yok	567	3,0917	,90315		
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	Var	135	3,1526	,77468	,867	,386
	Yok	567	3,0882	,77614		
Çevresel Sorunlar	Var	135	3,0981	,76910	,938	,348
	Yok	567	3,0278	,78637		
Mesleki Sorunlar	Var	135	3,7370	,69063	,108	,914
	Yok	567	3,7293	,76032		
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	Var	135	3,0426	,75776	-1,812	,070
	Yok	567	3,1865	,84521		
Hukuki Sorunlar	Var	135	3,0247	,83321	-,786	,432
	Yok	567	3,0917	,90315		

Tablo 16 verileri incelendiğinde, katılımcıların sengikal üyeliklerinin olup olmamasına bağlı olarak sorunlara ilişkin ortalamalarının istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık sergilemedikleri görülmektedir.

4.1.14 Sigortalı çalışmaya bağlı olarak algılanan sorunlar

Tablo 17. Katılımcıların Sigortalılık Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Sigortalılık	**n**	**$\bar{X}$**	**SS**	**t**	**P**
Ücret ve Yan Haklar	Var	661	3,4398	,73764	4,385	,000
	Yok	41	3,7854	,77142		
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Var	661	3,0676	,88390	3,345	,005
	Yok	41	3,3602	,97614		
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	Var	661	3,0965	,77385	-,555	,579
	Yok	41	3,1659	,81228		
Çevresel Sorunlar	Var	661	3,0378	,79086	-,474	,636
	Yok	41	3,0976	,64923		
Mesleki Sorunlar	Var	661	3,7398	,73764	1,285	,199
	Yok	41	3,5854	,88142		
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	Var	661	3,1558	,83571	-,385	,700
	Yok	41	3,2073	,74980		
Hukuki Sorunlar	Var	661	3,0676	,88390	-1,345	,179
	Yok	41	3,2602	,97614		

Çalışanların sigortalarının olup olmamasına bağlı olarak Ücret ve Yan Haklar faktörü için, sigortalı olan çalışanların ortalama puanları, sigortasız olanlara göre anlamlı derecede düşüktür (t= -4.385, p< 0.001). Diğer bir ifadeyle sigortasız çalışanların Ücret ve Yan Haklara ilişkin sorun algıları daha yüksektir.

İşyeri Kaynaklı Sorunlar faktöründe, sigortalı çalışanların ortalama puanları, sigortasız çalışanlara göre anlamlı derecede düşüktür (t= -3.345, p=0.005). Bu durum, sigortasız çalışanların işyeri kaynaklı sorunları sigortalılara nazaran daha yüksek düeyde algıladıklarını göstermektedir.

Eğitim Kaynaklı Sorunlar ve Çevresel Sorunlar faktörlerinde, sigortalılık durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur (t= -0.555, p=0.579 ve t= -0.474, p=0.636).

Mesleki Sorunlar faktöründe, sigortalı ve sigortasız çalışanların ortalama puanları arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır (t= 1.285, p=0.199).

Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar ve Hukuki Sorunlar faktörlerinde de, sigortalılık durumu arasında anlamlı bir farklılık yoktur (t= -0.385, p=0.700 ve t= -1.345, p=0.179).

4.1.15 Sigortalılığın mesleki sigorta kapsamında olup olmamasına bağlı olarak algılanan sorunlar

Katılımcıların, mesleki sigorta kapsamında sigortalı olup olmamalarının sorun algısında bir fark unsuru olup olmadığı analiz edilimiş ve elde edilen analiz sonuçlarına Tablo 18'de yer verilmiştir.

Tablo 18. Katılımcıların Mesleki Sigorta Kapsamında Olup Olmamalarına Bağlı Olarak Sorun Algıları

Faktörler	212 Kapsamında Sigortalılık	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Ücret ve Yan Haklar	Var	611	3,7385	,74704	5,714	,475
	Yok	91	3,6786	,74841		
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Var	611	3,0529	,87898	-2,003	,046
	Yok	91	3,2527	,94717		
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	Var	611	3,0979	,77632	-,239	,812
	Yok	91	3,1187	,77573		
Çevresel Sorunlar	Var	611	3,0589	,77882	1,545	123
	Yok	91	2,9231	,80510		
Mesleki Sorunlar	Var	611	3,7385	,74704	,714	,475
	Yok	91	3,6786	,74841		
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	Var	611	3,1616	,83185	,230	,818
	Yok	91	3,1401	,82597		
Hukuki Sorunlar	Var	611	3,0529	,87898	-2,003	,046
	Yok	91	3,2527	,94717		

Mesleki sigortalı olup olmamaya bağlı olarak ulaşılan analiz sonuçları aşağıdaki şekliyle sıralnmaktadır.

“Ücret ve Yan Haklar” faktörü için, sigortalı ve sigortasız çalışanların ücret ve yan haklar konusunda benzer düşüncelere sahip oldukları görülmektedir. Her iki grubun da ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark yoktur (t=0,714, p=0,475).

“İşyeri Kaynaklı Sorunlar” faktörü için, sigortalı çalışanların işyerindeki sorunlar konusunda sigortasız çalışanlara göre daha düşük bir ortalama değere sahip olduğu görülmektedir. İki grup arasındaki fark anlamlıdır (t=-2,003, p=0,046).

“Eğitim Kaynaklı Sorunlar” faktörü için, sigortalı ve sigortasız çalışanların eğitim kaynaklı sorunlar konusunda benzer düşüncelere sahip oldukları görülmektedir. Her iki grubun da ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark yoktur (t=-0,239, p=0,812).

“Çevresel Sorunlar” faktörü için, sigortalı çalışanların çevresel sorunlar konusunda sigortasız çalışanlara göre daha yüksek bir ortalama değere sahip olduğu görülmektedir. Ancak, iki grup arasındaki fark anlamlı değildir (t=1,545, p=0,123).

“Mesleki Sorunlar” faktörü için, sigortalı ve sigortasız çalışanların mesleki sorunlar konusunda benzer düşüncelere sahip oldukları görülmektedir. Her iki grubun da ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark yoktur (t=0,714, p=0,475).

“Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar” faktörü için, sigortalı ve sigortasız çalışanların çalışan profili kaynaklı sorunlar konusunda benzer düşüncelere sahip oldukları görülmektedir. Her iki grubun da ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark yoktur (t=0,230, p=0,818).

“Hukuki Sorunlar” faktörü için, sigortalı çalışanların hukuki sorunlar konusunda sigortasız çalışanlara göre daha düşük bir ortalama değere sahip olduğu görülmektedir. Ancak, iki grup arasındaki fark anlamlı değildir (t=-2,003, p=0,046).

4.1.16 Basın kartı sahiplik durumuna bağlı olarak algılanan sorunlar

Tablo 19. Katılımcıların Basın Kartı Sahibi Olma Durumlarına Bağlı Olarak Sorun Algıları

	Basın Kartı	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Ücret ve Yan Haklar	Var	428	3,7529	,74215	,982	,326
	Yok	274	3,6962	,75446		
İşyeri Kaynaklı Sorunlar	Var	428	3,0841	,90891	,197	,844
	Yok	274	3,0706	,86107		
Eğitim Kaynaklı Sorunlar	Var	428	3,1182	,78639	,753	,451
	Yok	274	3,0730	,75936		
Çevresel Sorunlar	Var	428	3,0491	,77425	,328	,743
	Yok	274	3,0292	,79781		
Mesleki Sorunlar	Var	428	3,7529	,74215	,982	,326
	Yok	274	3,6962	,75446		
Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar	Var	428	3,1548	,79490	-,157	,872
	Yok	274	3,1651	,88478		
Hukuki Sorunlar	Var	428	3,0841	,90891	,199	,844
	Yok	274	3,0706	,86107		

Tablo 19 verileri incelendiğinde;

Ücret ve Yan Haklar faktörü için Basın Kartı sahibi olanlar ile olmayanlar arasında anlamlı bir fark yoktur (t=0.982, p=0.326).

İşyeri Kaynaklı Sorunlar faktörü için ise Basın Kartı sahibi olanlar ile olmayanlar arasında da anlamlı bir fark yoktur (t=0.197, p=0.844).

Eğitim Kaynaklı Sorunlar faktörü için de Basın Kartı sahibi olanlar ile olmayanlar arasında anlamlı bir fark yoktur (t=0.753, p=0.451).

Çevresel Sorunlar faktörü için de Basın Kartı sahibi olanlar ile olmayanlar arasında anlamlı bir fark yoktur (t=0.328, p=0.743).

Mesleki Sorunlar faktörü için de Basın Kartı sahibi olanlar ile olmayanlar arasında anlamlı bir fark yoktur (t=0.982, p=0.326).

Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar faktörü için de Basın Kartı sahibi olanlar ile olmayanlar arasında anlamlı bir fark yoktur (t=-0.157, p=0.872).

Hukuki Sorunlar faktörü için de Basın Kartı sahibi olanlar ile olmayanlar arasında anlamlı bir fark yoktur (t=0.199, p=0.844).

4.2 Yorumlar

Yerel medya, dünya genelinde birçok ülkede sorunlarla karşı karşıyadır. Türkiye'de yerel medyanın sorunlarına dair birçok çalışma yapılmıştır. Bu kapsamda ele alınan bu çalışma kapsamında yer alan bulgular bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine yer verilmektedir. Katılımcıların demografik özellikleri arasında ön plana çıkan kriterlerden biri olan çalışanların cinsiyet dağılımına bakıldığında, yerel gazetelerde çalışan kişilerin % 69,7'sinin erkek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgudan hareketle, kadın-erkek eşitliği bağlamında, yerel medyada daha fazla kadın gazetecinin istihdam edilmesine yönelik çalışmaların yapılabileceği görülmektedir. Kadınların erkekler kadar istihdam edilmemesinin sebeplerine yönelik araştırmalar yapılabileceği gibi, mesleki zorluklar ve kısıtlar varsa bunların aşılması hususunda basın kuruluşları, basın meslek örgütleri ve diğer ilgili kuruluşlar tarafından araştırma ve çalışmalar yürütülebilir.

Diğer bir demografik değişken olan katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında ise, sektörde çalışan kişilerin % 45'inin lise mezunu olduğu görülmektedir. Ülkemizde birçok üniversitede medyada istihdam edilecek kişilerin lisans eğitimlerini tamamladığı İletişim Fakültesi bulunmasına rağmen lise mezunlarının sektördeki istihdam oranının bu denli yüksek olması da araştırılması gereken konular arasında sayılabilir. Bu kapsamda, ülkemizde resmi ilan ve reklamların gazete, dergi ve internet haber sitelerinde yayımına aracılık eden Basın İlan Kurumu'nun mevzuatında İletişim Fakültesi mezunlarının sektörde istihdam edilmesini önceleyen ve teşvik eden hükümler yer almasına rağmen lise mezunlarının oranının yüksek olması bu konuda başka çalışmaların ve düzenlemelerin yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. İletişim Fakültesi mezunlarının sektörde tercih edilip edilmediği, gördükleri eğitimin niteliği, aldıkları ücret, sosyal hakları ve diğer konular, esas problemin bulunarak çözülmesi konusunda anahtar rol oynayabilir.

Yaşa bağlı olarak algılanan sorunlar; ücret ve yan haklar, işyeri kaynaklı sorunlar, eğitim kaynaklı sorunlar, hukuki sorunlar, çevresel sorunlar, mesleki sorunlar ve çalışan profili kaynaklı sorunlar olmak üzere farklı başlıklar altında değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler kapsamında yaşa bağlı olarak yalnızca ücret ve yan haklar boyutlarında katılımcıların farklı görüş sergiledikleri gözlenmiştir. Bu farklılık 25-30 yaş arası ile 36-40 yaş arası gruplar için söz konusu olup 25-30 yaş arası katılımcıların ücret ve yan haklara ilişkin sorun algıları daha yüksektir. Bu veriden de anlaşıldığı üzere, yerel medyada gazeteci olarak çalışan kişilerin ücretlerinin yaşlarına göre belirlendiği sonucuna varılmaktadır. Bu kapsamda, gazetecilerin aldıkları ücretin belirlenmesinde "yaş" ve "deneyim" faktörlerinin birbiriyle bağlantılı olup olmadığı araştırılarak, gençlerin gazetecilik alanına yönelmelerini engelleyecek bir durumun oluşup oluşmadığı ortaya konulabilir.

Eğitim duruma bağlı olarak algılanan sorunlar; ücret ve yan haklar, işyeri kaynaklı sorunlar, eğitim kaynaklı sorunlar, hukuki sorunlar, çevresel sorunlar, mesleki sorunlar ve çalışan profili kaynaklı sorunlar olmak üzere farklı başlıklar altında değerlendirilmiştir. İşyeri kaynaklı sorunlar konusunda ise eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık için grup ortalamaları incelendiğinde, ön lisans mezunlarının işyeri kaynaklı sorun algılarının lise mezunlarına nazaran daha

yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca eğitim kaynaklı sorunlara bakıldığında da lisansüstü çalışanların en az, lise mezunları çalışanların ise en çok sorun yaşayan grup olduğu ortaya çıkmıştır. Çevresel sorunlar açısından da lisansüstü çalışanların diğer gruplara göre daha fazla sorun yaşadığı görülmektedir. Bu verilerden yola çıkarak lise mezunlarının eğitim kaynaklı sorunlarda en çok, çevresel sorunlarda ise en az sorun yaşayan grup olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, eğitim seviyesinin bu iki sorunla ilgili algı farklılıklarında etkili olduğunu göstermektedir.

Mezuniyet alanına bağlı olarak algılanan sorunlar, ücret ve yan haklar, işyeri kaynaklı sorunlar, eğitim kaynaklı sorunlar, hukuki sorunlar, çevresel sorunlar, mesleki sorunlar ve çalışan profili kaynaklı sorunlar olmak üzere farklı başlıklar altında değerlendirilmiştir. İşyeri kaynaklı sorunlar konusunda, iletişim alan mezunlarının diğer mezunlara göre iş yeri kaynaklı sorunlar yaşama olasılıkları daha yüksek iken eğitim kaynaklı sorunlar ve çevresel sorunlar konusunda, iletişim alan mezunları diğer mezunlara göre eğitim kaynaklı sorunlar yaşama olasılıkları daha düşüktür. Bu sonuçlar, hukuki sorunlar açısından İletişim alan mezunlarının diğer mezunlara göre daha az sorun yaşadığını göstermektedir.

Mesleki kıdeme bağlı olarak algılanan sorunlar arasında en dikkat çeken sorun "çalışan profili kaynaklı sorunlar"dır. Bu sorun kapsamında katılımcıların meslekte çalışma yılları dikkate alınarak cevaplanmış ve 5-9 yıl arası kıdeme sahip olan çalışanların diğer yıllara çalışanlara oranla daha az sorunla karşılaştığı ön plana çıkmıştır. Mesleğe yeni başlayanlar ile deneyimli gazetecilerin çalışan profili kaynakları sorunlarının daha fazla olmasının nedenleri araştırılarak, yıla göre mesleki deformasyonun artıp artmadığı ve çözüm yolları bulunabilir.

Çalışılan Yerel Gazetedeki Çalışma Süresine Bağlı Olarak Algılanan Sorunlar arasında Eğitim Kaynaklı ve Çevresel Sorunlara ilişkin olarak çalışan algı ortalamaları ile çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark olduğu ve 1-4 yıl arası çalışanların bu sorunlardan daha fazla etkilendiği görülmüştür. Ayrıca, bu alt faktörün çalışan profili kaynaklı sorunlar ve çevresel sorunlar alt faktörleriyle anlamlı bir ilişkisi olduğu da söylenebilmektedir. Çalışan Profili Kaynaklı Sorunlar alt faktörü kapsamında ise farklı çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark olduğu ve 5-9 yıl arası çalışanların bu sorunlardan daha fazla

etkilendiği görülmektedir. Bu veriler ışığında, mesleğe yeni başlayanların eğitim konusunda desteklenmesi gerektiği ve mesleki deneyim kazanmaları için yardım alabilecekleri sonucuna varılabilir. Çevresel faktörlerin olumsuz etkilerini azaltmak için de gerekli çalışmalar yapılabilir.

Göreve Bağlı Olarak Algılanan Sorunlar arasında yer alan "Ücret ve Yan Haklar" ve "İşyeri Kaynaklı Sorunlar" kategorilerinde ortalama puanlar farklı gruplar arasında değişirken, Yazı İşleri Müdürü grubu en yüksek ortalamaya sahip olarak ön plana çıkmaktadır. Ayrıca "Mesleki Sorunlar" ve "Hukuki Sorunlar" kategorilerinde de ortalama puanlar farklı gruplar arasında değişirken, Yazı İşleri Müdürleri ile Editör, Muhabir, Diğer Hizmetler grubu ve Web Yönetmeni/Sorumlusu grupları arasında anlamlı bir fark oluşmuştur. Bu farklılık, grup ortalamalarına bağlı olarak incelendiğinde, yazı işleri müdürlerinin diğer gruplara nazaran mesleki ve hukuki sorunlarının daha yüksek seviyede olduğu görülmüştür. "Ücret ve Yan Haklar" ile "İşyeri Kaynaklı Sorunlar"ın meslek içi gruplar arasında neden farklılaştığı da yerel basının sorunlarının çözümü noktasında önemli bir yer teşkil etmektedir. Sorumluluklar, çalışma saatleri, iş yükü vb. konularda gazeteciler arasında gerekli araştırmalar yapılırsa, basın çalışanlarının mesleki memnuniyetlerinin artırılmasına ve sosyal haklarının güvence altına alınmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilebilir.

Gelir Durumuna Bağlı Olarak Algılanan Sorunlar kapsamında ücret ve yan haklar analizine baktığımızda, farklı ücret aralıkları arasındaki ortalama puan farklarının olduğu görülmektedir. Bu kapsamda 0-5.500 TL arası ücret alarak çalışanlar ile diğer ücret aralıklarında çalışan kişiler arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. 0-5.500 TL arası ücret alan çalışanların ücret ve yan haklarından daha az memnun olduğu görülmüştür. Bu araştırma sonucu, gazeteciler arasındaki gelir farklılıklarının giderilmesi hususunda düzenleme yapılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çalışma Saatlerine Bağlı Olarak Algılanan Sorunlar kapsamında Ücret ve Yan Haklar kategorisinde farklı günlük çalışma saatleri arasındaki çalışanların ücret ve yan haklar konusundaki ortalama puan farklarına bakıldığında, 8 saatten az çalışanların daha düşük ücret almaları ve yan hakları nedeniyle daha az memnun olma eğiliminde olduğu görülmektedir. Eğitim, Çevresel ve Mesleki Kaynaklı Sorunlar kategorilerinde 8 saatten

az çalışanların eğitim kaynaklı sorunlar konusunda daha fazla memnuniyetsizlik gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda çalışma saatleri ve buna bağlı olarak oluşan ücretlendirme, yan haklar ve eğitim konularında basın çalışanlarının lehine düzenlemelerin yapılmasının yerinde olacağı anlaşılmaktadır.

Gazetenin Faaliyet Alanına Bağlı Olarak Algılanan Sorunlar kapsamında yer alan Ücret ve Yan Haklar kategorisinde, yerel gazetede ve internet haber sitesinde çalışanların istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde sadece internet gazeteciliği yapan medya çalışanlarına nazaran daha yüksek bir sorun algısına sahip oldukları görülmektedir. Eğitim Kaynaklı Sorunlar kapsamında bakıldığında ise, yerel gazete çalışanlarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde diğer medya gruplarında çalışanlara nazaran daha yüksek sorun algısına sahip oldukları görülmektedir. Bu verilere göre, yerel gazete çalışanlarının internet haber sitesi çalışanların göre daha yüksek sorun algısına sahip olmalarının nedenleri incelenmelidir.

Sigortalı Çalışmaya Bağlı Olarak Algılanan Sorunlar kapsamında yer alan alt kategorilerden biri olan Ücret ve Yan Haklar kapsamında sigortasız çalışanların Ücret ve Yan Haklara ilişkin sorun algıları daha yüksek olduğu bulgusuna varılmıştır. İşyeri Kaynaklı Sorunlar faktöründe ise sigortalı çalışanların ortalama puanları, sigortasız çalışanlara göre anlamlı derecede düşüktür. Bu durum, sigortasız çalışanların işyeri kaynaklı sorunları sigortalılara nazaran daha yüksek düzeyde algıladıklarını göstermektedir.

Sigortalılığın Mesleki Sigorta Kapsamında Olup Olmamasına Bağlı Olarak Algılanan Sorunlar kapsamında yer alan "İşyeri Kaynaklı Sorunlar" ve "Hukuki Sorunlar" faktörleri için, sigortalı çalışanların işyerindeki sorunlar konusunda sigortasız çalışanlara göre daha düşük bir ortalama değere sahip olduğu görülmekteyken "Çevresel Sorunlar" faktörü için, sigortalı çalışanların çevresel sorunlar konusunda sigortasız çalışanlara göre daha yüksek bir ortalama değere sahip olduğu görülmektedir.

Cinsiyete, Medeni duruma, Sendikal Üyelik ve Katılımcıların basın kartı sahibi olmasına bağlı olarak algılanan sorunlar, arasında ücret ve yan haklar, işyeri kaynaklı sorunlar, eğitim kaynaklı sorunlar, hukuki sorunlar, çevresel sorunlar, mesleki sorunlar ve çalışan profili kaynaklı sorunlar olmak üzere farklı başlıklar altında değerlendirilmiştir. Bu

değerlendirmeler kapsamında örneklemden elde edilen verilere bağlı olarak bu değişkenler doğrultusunda yerel gazetelerin sorunları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir algı farkı bulunmamaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada yerel medya çalışanlarının sorunları Türkiye genelinde çalış üzerinden araştırılmıştır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak yerel medya çalışanlarının yaşlarına bağlı olarak ücret ve yan haklar konusunda tatmin yaşamadıklarını söylemek mümkündür. Bu durum meslekte geçirilen uzun süreler neticesinde oluşan beklentilerle açıklanabilecektir.

Ayrıca, sektörün istihdam yapısı kendi içerisinde de çatışmalar ortaya çıkarabilmektedir. Gazetecilik mesleğine yönelik eğitim alan iletişm fakültelerinden mezun çalışanlar bu konuda alan dışı çalışanların varlığını bir sorun olarak değerlendirebilmektedirler. Alan mezunu çalışanlar, sorun alanları olarak işyeri kaynaklı sorunlar, eğitim temelli sorunlar ve çevresel sorunlar noktasında diğer alanlardan mezun olanlara nazaran daha belirgin bir algıya sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. Bunun yanı sıra hukuki uygulamaları da diğer alanlardan mezun çalışanlara nazaran daha olumlu değerlendirmektedirler.

Mesleki kıdeme bağlı olarak, meslekte daha uzun yıllar hizmet vermiş olan çalışanlar ve mesleğe yeni başlamış olan çalışanlar çalışan profilini daha olumsuz değerlendirmektedirler. Bu durum, eskilerin tecrübeleri ve yeni çalışanların da idealist beklentileri ile açıklanabilecektir.

Eğitim durumuna bağlı olarak yerel medya çalışanları işyeri kaynaklı sorunları, eğitim temelli sorunları ve çevresel sorunları gruplar içerisinde farklı değerlendirmişlerdir. Bu farklılık eğitim düzeyi arttıkça sorunun daha belirgin bir biçimde algılandığı şeklinde kendini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, yüksek eğitim düzeyine sahip olan çalışanlar yerel medya sorunları konusunda daha belirgin tavır sergilemektedirler.

Genel anlamda, mesleki kıdemde olduğu gibi çalışılan gazetede geçen süreye bağlı olarak da sorun algılarının farklılaştığı boyutlar söz konusudur. Çalıştığı gazetede daha uzun sürelerde hizmet veren katılımcılar daha yeni katılımcılara nazaran işyeri sorunları, çevresel sorunlar ve eğitim sorunlarını daha yüksek düzeyde algılamaktadırlar.

Öte yandan çalışanlar bulundukları pozisyonlara göre de sorun boyutlarının bazılarında farklı görüşlere sahiptirler. Ücret ve yan haklar boyutu için yazı işleri müdürü konumundaki çalışanlar diğer tüm gruplardan daha yüksek düzeyde bir tatminsizlik dile getirmişlerdir. Bununla benzer biçimde yine iş yeri kayknaklı sorunların daha yüksek olduğu yönünde kanaat sergileyen yazı işleri müdürleri, bir yönetici olarak işyerlerinde düzensizliği veya benzer sorunların varlığını daha belirgin biçimde dile getirmektedirler.

Araştırma neticesinde elde edilen bulgulara bağlı olarak akademik çevreler için bu araştırmadaki her bir sorun boyutunu daha mikro ölçekte bölgesel çalışmalarda ele almaları önerilmektedir. Böylelikle sorunun daha temel dinamiklerinin tespiti ve buna bağlı olarak çözüm yollarının belirlenmesi mümkün olabilecektir. Ayrıca, her bir sorun boyutuna bağlı olarak yapılacak olan çalışmalar ile genele yansıyabilecek çözüm önerilerinin geliştirilmesi de mümkün olacaktır.

Çalışmada elde edilen bulgular neticesinde, basın sektöründe istihdam edilen kişilerden iletişim Fakültesi mezunu olanların sayısının az olduğu görülmektedir. Bu noktadan hareketle, yeni iletişim Fakültelerinin açılmasının basının personel ihtiyacının giderilmesine katkı sağlayacağı ve yerel basında çalışan personelin niteliğinin artmasını destekleyeceği öngörülmektedir. Ayrıca, nitelikli personelin yetiştirilmesi için iletişim fakültelerinde teorik bilgilerin yanında pratik bilgilere de ağırlık verilmesi önemlidir.

Bir diğer bulgu olarak, erkek çalışanların kadın çalışanlara oranla sektörde daha fazla yer edindiği görülmektedir. Bu kapsamda kadınların erkekler kadar istihdam edilmemesinin sebeplerine yönelik araştırmalar yapılabileceği gibi, mesleki zorluklar ve kısıtlar varsa bunların aşılması hususunda basın kuruluşları, basın meslek örgütleri ve diğer ilgili kuruluşlar tarafından araştırma ve çalışmalar yürütülebilir.

Gazeteciler istihdam edilirken “eğitim” ve “liyakat” odaklı bir çerçevenin esas alınması, İletişim Fakültesi mezunlarına öncelik verilmesi, haber sitelerinde ve dijital medya kuruluşlarında basın, yayın ve halkla ilişkiler departmanlarında çalıştırılan personelin İş Kanunu yerine Basın Kanununa göre çalıştırılmasının önemi de çalışmada ortaya çıkan diğer başlıklardır. Bu kapsamda, ülkemizde resmi ilan ve reklamların gazete, dergi ve internet haber sitelerinde yayımına aracılık eden Basın İlan Kurumu’nun mevzuatında İletişim Fakültesi mezunlarının sektörde istihdam edilmesini önceleyen ve teşvik eden

hükümler yer almasına rağmen lise mezunlarının oranının yüksek olması bu konuda başka çalışmaların ve düzenlemelerin yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. İletişim Fakültesi mezunlarının sektörde tercih edilip edilmediği, gördükleri eğitimin niteliği, aldıkları ücret, sosyal hakları ve diğer konular, esas problemin bulunarak çözülmesi konusunda anahtar rol oynayabilir.

Meslek yaşamında daha fazla kıdeme sahip olan gazetecilerin deneyimi az olan gazetecilere oranla mesleki sorunlarının daha fazla olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda meslek deneyimi fazla olan insanların mesleki deformasyon yaşamasının nedenleri ve çözüm yolları araştırılabilir.

Göreve bağlı algılanan sorumluluklar, çalışma saatleri, iş yükü vb. konularda gazeteciler arasında gerekli araştırmalar yapılırsa, basın çalışanlarının mesleki memnuniyetlerinin artırılmasına ve sosyal haklarının güvence altına alınmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilebilir.

Araştırma neticesinde elde edilen bulgulara bağlı olarak akademik çevreler için bu araştırmadaki her bir sorun boyutunu daha mikro ölçekte bölgesel çalışmalarda ele almaları önerilmektedir. Böylelikle sorunun daha temel dinamiklerinin tespiti ve buna bağlı olarak çözüm yollarının belirlenmesi mümkün olabilecektir. Ayrıca, her bir sorun boyutuna bağlı olarak yapılacak olan çalışmalar ile genele yansıyabilecek çözüm önerilerinin geliştirilmesi de mümkün olacaktır.

Yerel medya kurumlarının yöneticilerine ve imtiyaz sahiplerine ise elde edilen bulgulardan hareketle, kurumsallaşma ve istihdamda alan mezunlarına öncelik tanımaları önerilmektedir. Böylelikle hem işletme olarak daha kaliteli hizmet sunma imkanına kavuşmuş olacaklar hem de yerel basının gelişmesine katkı sağlayabileceklerdir.

KAYNAKLAR

Ahıska, M. (2014). Demokrasi tarihimizde seçimle gelenler, darbelerle gidenler: 1946-1950 dönemi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 273-292.

Akbulut, E. (2017). Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(56), 59-75.

Akçay, B. (2013). *Türkiye'de basın tarihi: 1908-2008*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Akgül, M. (2015). Yerel Medyada Çalışan Gazetecilerin Mesleki Sorunları: Ankara İli Örneği. *Selçuk İletişim*, 9(1), 69-82.

Akşit, B. (2011). Anadolu Ajansı (AA) ve Basın İlan Kurumu (BİK) Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 7-32.

Aktaş, İ. (2006). *İletişim Araçları ve Toplumsal İlişkileri*. İstanbul: Der Yayınları.

Aktaş, S. (2011). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(2), 165-182.

Akyol, A. (2011). *İktidarın ayak izleri*. İstanbul: Doğan Kitap.

Alav, O. (2001). *Kitle İletişim ve Medya (İsparta Örneği).* , İsparta: Fakülte Kitapevi.

Aldridge, M. (2007), *Understanding the Local Media*, New York: McGraw Hill.

Alkan, A.T. (1998). "Şehirlerin Ruhu ve Mahalli Gazeteler". *Yerel Gazetecilik, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 8,* İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.

Almeling, M., ve Wolling, J. (2014). Local media and civic engagement: The influence of media coverage and journalistic practices on political participation. *Journalism*, 15(7), 836-855.

Altun, A. (1995). *Türkiye'de Gazetecilik ve Gazeteciler.* Ankara: Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları

Altun, F., veAşıcı, A. (2014). Yerel Gazetelerde Çalışan Gazetecilerin Mesleki Değerleri ve Gazetecilik Etik İlkelerine Bakışları. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 26, 323-342.

Arlı, M. ve Nazik, H. (2001), *Bilimsel Araştırmaya Giriş***.** Ankara: Gazi Kitabevi, 2001.

Arslan, E. (2017). Yerel medya Türkiye'de nasıl gelişti? İnternet Haber, 23 Mart 2017. https://www.internethaber.com/yerel-medya-turkiyede-nasil-gelisti-1745143h.htm adresinden alındı.

Arslan, G. (2020). Yerel Medya ve Sorunları. *Yeni Medya Çalışmaları Dergisi,* 11(1), 29-39.

Atalay, İ. (2015). *Medya Yönetimi ve Planlaması*. Bursa: Ekin Basın Yayın.

Atasoy, B. (2014). *Medya ve Toplum*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

Atay, H. (2019). *İstanbul'da Basın (1918-1922),* (Yayın no 608913). [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü], İstanbul.

Atılgan, S. (1999). *Basın İşletmeciliği*, İstanbul: Beta Yayınları.

Atılgan, S. (2001). *Türk Basın Sendikacılığında Gazetecilerin Yasal Hakları*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti.

Atılgan, S. (1998). *"Modernleşme, Yabancılaşma ve Yerel Basının İşlevleri". III. Yerel Medya Eğitim Semineri.* Ankara: Ümit Yayıncılık.

Aybay, R. (1999). *Basında Sansür ve Özgürlük*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Aydoğan, E. ve Eğinlioğlu, G. (2018). Yerel Gazetelerin Yaşam Döngüleri: *Kocaeli'de Bir Araştırma. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* 1(1), 105-121.

Aziz, A. (1975). *Televizyonun Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi.* , Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.

Aziz, A. (2013). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı Giriş.* İstanbul: Hiperlink Yayınları

Baines, D., ve Patterson, A. (2014). "Public journalism" and the "democratic deficit": A study of local press reporting of UK local government. *Journalism,* 15(2), 197-215.

Balcı, A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma.* Ankara: PegemA.

Balcıoğlu, N. (1999). *"Yerel Basında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri". Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 15.* Erdini Basım ve Yayınevi, İstanbul.

Balta, E. (2007). *Türkiye'de basın tarihi ve gazeteler (1831-1992).* Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Barnhurst, K. G., ve Wartella, E. (2021). The Changing Ecology of Local News: A Tale of Two Communities. *Communication Research,* 48(1), 3–29.

Barnouw, E. (1966). *A history of broadcasting in the United States.* Oxford University Press.

Basın İlan Kurumu. (2019). Basın İlan Kurumu Yönetim Kurulu. https://www.bik.gov.tr/tr-TR/Statu-Ve-Te%C5%9Fkilat-22/basin-ilan-kurumu-yonetim-kurulu-59 Yakışır, Ş. (2016). Basın İlan Kurumu' nun Yönetim Kurulu İçin Başvuru Süreci ve Çalışmaları. Journal of Yasar University, 11(43), 3320-3341. Erişim Tarihi: 20 Nisan 2023. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/293585 adresinden alındı.

Baş, M. (2013). Yerel Basın ve Toplumsal Değişim. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 10(25), 63-78.

Baştürk, A. (2008). Türkiye'de Özel Televizyon Kanallarının Yaygınlaşması. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi,* 63(3), 99-114.

Batungbakal, J. A. (2018). Local media coverage of climate change in the Philippines: A content analysis of two local newspapers. *Journal of Science Communication,* 17(1), 1-17.

Baydar, N. (2013). The Turkish media: from censorship to self-censorship. *Journal of Contemporary European Studies,* 21(1), 38-49.

Baytimur, T. ve Kırdar, Y. (2021). *Orta yaş bireylerin reklama bakış açısı ve reklam okuryazarlığı düzeyleri: Ankara ili örneği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

BİK (Basın İlan Kurumu). (2021). Basın İlan Kurumu Tarihi. Erişim Tarihi. 30 Nisan 2023. https://www.bik.gov.tr/tr/basin-ilan-kurumu-tarihi adresinden alındı.

BİK (Basın İlan Kurumu). (2021). Basın İstatistikleri. Erişim tarihi: 30 Nisan 2023, http://www.bik.gov.tr/basin-istatistikleri/ adresinden alındı.

Birinci, H. (2016). Türkiye'de yerel gazetelerin içerik ve mali yapılarının belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 21(2), 107-125.

Bland, J. M., ve Altman, D. G. (1996). Statistics notes: Cronbach's alpha. *BMJ,* 313(7056), 1-2.

Boczkowski, P. J., ve Mitchelstein, E. (2013). The news gap: When the information preferences of the media and the public diverge. *MIT Press.*

Borden, M. (2014). *Radio and Politics in Turkey: From Village to Nation-State.* Indiana University Press.

Buckley, N., ve Kautonen, T. (2010). Yerel medyanın yeniden keşfi: Temel sorunlar ve yenilikler. *Journalism Practice,* 4(1), 10-18.

Büyükberber, A. (2019). Türkiye'de Yerel Medyanın Sorunları: Bir Alan Araştırması. *Yeni Medya Çalışmaları Dergisi*, 10(1), 1-15.

Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). New York: Routledge.

Cangöz, İ.(2003).”Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın” (Der. A. Sevda). *Gazetecilikve Habercilik,* , İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları

Cankaya, Ö. (2015). *TRT Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi.* Ankara: İmge Kitapevi Yayınları,

Cemalcılar, M. (2015). Türkiye'de Yerel Basının Tarihsel Gelişimi ve Sorunları. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 7(13), 109-125.

Ceyhun, D. (1985). *Babıali 'nin Şu Son Kırk Yılı.* İstanbul: Milliyet Yayınları

Cho, J., ve Kim, J. (2017). Social media as a news platform: Examining the use of Facebook and Twitter in local TV news. *Journalism & Mass Communication Quarterly,* 94(2), 469-490.

Çavuş, S. (2016). Yerel Medya Kuruluşlarında Yönetim ve Organizasyon Yapısı. *İşletme Araştırmaları Dergisi,* 8(1), 200-218.

Çelik, M. (2018). Türkiye'de Basın İlan Kurumu'nun (BİK) Medya Sektörüne Etkisi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 1(2), 153-174.

Çetin, F. (2015). The current status of local press in Turkey. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 3(19), 466-476.

Çetin, N. (2009). *12 Eylül Sonrası Yerel Basın.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Çetinkaya, S. (2010). *Medya Yönetimi.* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Dağ, H. (2018), *Türkiye'de Yerel medyanın Sorun Alanlarının Çalışma İlişkilerine Etkisi: Antalya Örneği,* (Yayın no 524220). [Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Antalya.

Demircioğlu, G. (2015). *Medya ve İletişim Sosyolojisi.* Ankara: Anı Yayıncılık.

Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism,* 6(4), 442-464.

Dijital Dönüşüm Ofisi. (2021). Türkiye'de İnternet Kullanımı İstatistikleri 2021. Erişim tarihi: 30 Nisan 2023, https://www.ddo.com.tr/turkiyede-internet-kullanimi-istatistikleri-2021/ adresinden alındı.

Dumanlı, A. M. (2012). 12 Mart Muhtırası Sonrası Türk Radyo Yayıncılığı. *İletişim Araştırmaları Dergisi,* 1(1), 41-58.

Dumanlı, E. (2009). *Basın Tarihi.* İstanbul: Epos Yayınları.

Duncan, B. (2015). An analysis of the use of Twitter by local television news**.** *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* 59(1), 24-39.

Durakbaşa, A. (1994). *Türkiye'de Basın*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Eberwein, T., ve Porlezza, C. (2020). Legal risks for journalism in the digital age: A comparative study of six Western democracies. *Journalism,* 21(5), 643–659.

Efe, A. (2018). Osmanlı Basınında Bir Dönüm Noktası: 1908 İkinci Meşrutiyet ve İzmir İttihat ve Terakki Cemiyeti. içinde T. Artan, S. Akşit, ve S. Narter (Eds.), *Osmanlı'dan Günümüze İletişim Araştırmaları* (ss. 229-240). Konya: Çizgi Kitabevi.

Eğrikavuk, İ. (2017). 90'lı yıllarda Türkiye televizyon tarihi. TRT Haber, 12 Eylül 2017. Erişim Erişim: 20 Nisan 2023. https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/90li-yillarda-turkiye-televizyon-tarihi-303153.html adresinden alındı.

Erbay, S., ve Demir, A. (2015). Yerel Medya Çalışanlarının İş Doyumu ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 31-44.

Ergün, H. (2016). *12 Eylül Dönemi ve Yerel Basın*. Turan-Sam, 8(30), 183-204. 15 Nisan 2023 https://www.academia.edu/41749565/TURAN_SAM adresinden alındı.

Erinç, O. (1993). "Gazetecilerin Çalışma Koşulları ile İş Güvencelerinin İlk Belirlenişine İlişkin Notlar*". İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.* İstanbul. 197-204.

Erol, B. (2019). Kurtuluş savaşında İstanbul'da yayınlanan gazeteler. *Uluslararası Bilimsel ve Sanatsal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 121-128.

Ertürk, S. (2021). Basın İlan Kurumu'nun Yerel Medya ve Gazetecilere Verdiği Dijital Dönüşüm Desteği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 31-44.

Eryılmaz, M. (2011). *Tarihsel Süreçte Türkiye Radyoculuğu.* T.C. İletişim Başkanlığı. 20 Nisan 2023 https://www.iletisim.gov.tr/turkce/yayinlarimiz adresinden alındı.

Everitt, B. S., ve Hothorn, T. (2011). *An introduction to applied multivariate analysis with R. Springer.*

Ezpeleta, J. ve Rodríguez, J. A. (2014). Business models in the media industry: Towards a new theoretical framework. *Journal of Media Business Studies*, 11(4), 51-67.

Faraç, M. (1999). "Türkiye'deki Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi". *Türkiye ve Almanya'da Yerel Gazetecilik.* , Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları 22-30.

Fenton, N. (2010). *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age. London:* SAGE Publications Ltd.

Fırat, O. (1995). "Türkiye'de Yerel Basının Gelişmesi Üzerine Notlar", *Kebikeç Dergisi.* 1(2): 161-164.

Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS.* London: Sage Publications.

Firmstone, J. ve Coleman, S. (2014). Citizen journalism and the local press: A case study of the UK hyperlocal news website. *Journalism Practice*, 8(5), 542-551.

Firmstone, J. ve Coleman, S. (2014). " The Changing Role of the Local News Media in Enabling Citizens to Engage in Local Democracies" *Journalism Practice*, 8(5): 596606

Firmstone, J., ve Coleman, S. (2014). Local news, journalism and democracy: Accountability and transparency in a UK local context. *Journalism Practice*, 8(1), 9-26.

Fraenkel, J. R., ve Wallen, N. E. (2006), *How to design and evaluate research in education* (6th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.

Franklin B. (ed.) (1998), *Making the Local News,* London: Routledge.

Franklin B. (ed.) (2006), *Local Journalism and Local Media,* London: Routledge.

Franklin B.ve Murphy D. (1991), *What News? The Market, Politics and the Local Press,* London: Routledge.

Gade, P. J. (2017). The digital future of local journalism. *Journalism Studies,* 18(6), 704-716.

García-Avilés, J. A. (2016). From local to global: The challenges facing local news organizations in the digital age. *Journalism,* 17(8), 941-943.

Gezgin, S. (2007). *Türkiye'de Yerel Basın.* , İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Girgin, A. (2001). *Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik.* , İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Girit, Ö.A. (2010). Basın İşletmelerinde ISO 9001-2008 Kalite Yönetim Sisteminin Uygulanması, Yayımlanmamış Doktora Tezi. (Yayın no 273562). [Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü], İstanbul.

Goktas, A. ve Koc, M. (2019). A Qualitative Study on the Problems of Local Press in Turkey. *Communication Faculty Journal,* 41(1), 93-112.

Göçek, F. M. (1996). *Rise of the bourgeoisie, demise of empire: Ottoman Westernization and social change.* Oxford University Press.

Göçmen, İ., ve Ünal, Ö. F. (2014). *Medya İletişiminde Yönetim.* Ankara: Anı Yayıncılık.

Gökçe, İ. (2016). Basın İlan Kurumu'nun Yerel Gazetelere Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi,* 3(2), 124-138.

Göktürk, S. (2018). *Türkiye'de Radyo Yayıncılığı ve TRT Tarihi*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.

Gulyas A. ve Baines D. (ed), (2020), *The Routledge Companion To Local Media And Journalism,* London: Routledge.

Gulyas, A. (2014). Local media and local democracy: The role of the local press in scrutinizing local government. *Journalism Studies,* 15(1), 45-57.

Gundogdu, B. (2018). The Problems Faced by Local Press in Turkey: A Critical Review. *Journal of Media Critiques,* 4(15), 174-184.

Güçlü, N. (2017). Yerel Medyada Çalışan Gazetecilerin Mesleki Sorunları. *Journal of Yaşar University,* 12(48), 218-231.

Gündüz, U. (2007). "Kurtuluş Savaşında Yerel Basının Rolü". S, Gezgin. (Ed.). *Türkiye'de Yerel Basın.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları (91).

Gündüz, U. (2018). *Osmanlı'dan Günümüze Basın ve Modernleşme.* İstanbul: İmge Yayınları.

Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis,* Seventh Edition Prentice Hall.

Harte, D., ve Turner, G. (2016). *Understanding local media.* Routledge.

Heider, D. (2000), *White News : Why Local News Programs Don't Cover People of Color,* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Hinkle, D. E., Wiersma, W., ve Jurs, S. G. (2003). *Applied statistics for the behavioral sciences*. Houghton Mifflin.

Hu, L. T., ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal,* 6(1), 1-55.

Ilgaz, C. (2003). "Türkiye'de Yerel Gazetecilik". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.* (16): 177-184.

Ilgaz, G. (2003). Local media in Turkey: The case of the provincial press. *European Journal of Communication,* 18(3), 335-352.

Işık, M. (2007). *Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemler,* , Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.

İnce, B. (2006). *Türk Basınında Sansür ve Özgürlük.* İstanbul: Doğan Kitap.

İnuğur, M. N. (1993). *Basın Yayın Tarihi.* İstanbul: Der Yayınları.

İşman, A. (2017). Basın İlan Kurumu (BİK)'nun Amaçları ve Faaliyetleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 37, 39-57.

Kabacalı, A. (2000). *Başlangıcından Günümüze Türkiye 'de Matbaa, Basın ve Yayın.* İstanbul: Literatür Yayıncılık,

Kabadayı, M. E. (2012). Basın İlan Kurumu'nun Medya Sektörüne Etkileri ve Önemi. *Erciyes İletişim Dergisi,* 2(1), 113-129.

Kabasakal, M. E. (2017). Türkiye'de basın özgürlüğü ve düzenlemeleri. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi,* 12(1), 77-84.

Kalayci, Ş. (2006). *Faktör analizi. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri,* Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Karaduman, A. (2017). The role of local media in the development of local culture: The case of İzmir. *Journal of Culture and Tourism Research,* 1(2), 1-13.

Karaduman, M. (2017). "Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim Düzeyleri ve Mesleki Yeterlilikleri: Antalya Örneği", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* (28), 284-301.

Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler.* 32.basım. Ankara: Nobel.

Katz, H. (2004). *The encyclopedia of media and communication.* Wiley-Blackwell.

Kayhan, E., ve Köksal, E. (2017). The presentation of public relations and advertising activities in local newspapers. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies,* 4(2), 90-104.

Kejanlıoğlu B. (2008)."Yerel Medya", *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 14(1), ss. 37-57.

Kerrigan, F., ve Cook, K. S. (2017). The public sphere and local media: A new approach. *Journalism Studies,* 18(4), 387-402.

Kılıç, İ. (2014). Medya Yönetimi ve Organizasyon Yapısı. *Medya ve İletişim Yönetimi*, 6(2), 111-131.

Kırdar, Y. (2005). Dış Pazarlara Yönelme Nedenleri ve Stratejileri: Coca –Cola Örneği. Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 7 (13), s. 233-245.

Kırdar, Y. ve Demir, F. O. (2005). The world wide web as media for public relations: a case study of organizations' use of the internet in Turkey. *Review Of Social, Economic and Business Studies*. 7(8), s. 135-150.

Kırdar, Y. (2011), *Dünden Bugüne Halkla İlişkiler, Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler, Kurumsal İtibar Yönetimi*, Konya: Eğitim Yayın Evi.

Kırdar, Y. ve Demir-Otay, F. (2007). Kriz iletişimi olarak internet: Kuş gribi krizi örneği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 29, 93-106.

Kılıçarslan, S. K. (2018). The reflections of the AKP's media policies on the local press. *Anadolu University Journal of Social Sciences,* 18(1), 89-100.

Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling.* Guilford Press.

Kocabaş, İ. (2017). *Türkiye'de Basın Tarihi: Tanzimat'tan Günümüze.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Koçak, A. (2020). Yerel Medyanın Geleceği ve Sorunları. *Global Media Journal TR Edition*, 11(21), 33-46.

Kolaylı, N. (1998). “Bursa Basını ve Medyaya Genel Bakış**”.** *III. YerelMedya Eğitim Semineri. Ankara:* Ümit Yayıncılık,

Köksal, M. (2016). Yerel Gazetelerde Çalışan Gazetecilerin Mesleki Sorunları: Bir Alan Araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi,* 5(1), 36-51.

Kurtuluş, K., ve Gökdere, M. (2018). Yerel Gazetelerde Çalışan Gazetecilerin İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Algıları: *Tekirdağ İli Örneği. Journal of Management and Economics Research,* 16, 23-42.

Kuş, M. (2017). 12 Eylül Sonrası Türk Basınında Darbe Sonrası Dönem. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* 72-88.

Külahlıoğlu, M. K. (2019). The state of local news and the perception of local news workers in Turkey. *Turkish Studies,* 20(3), 373-398.

McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory. *London: Sage Publications.*

Moyo, D., ve Sibanda, L. (2013). Challenges faced by community media in Zimbabwe. *Africa Media Review,* 21(1), 45-56.

Nash R. W. (1964). *How Newspaper Work.* Pergamon Press, Edinburgh.

Nielsen R. K. (ed.) (2015), *Local Journalism: The Decline of Newspapers and The Rise of Digital Media,* London: I.B. Tauris.

Odabaşı, H.F. (2012). *"Türkiye'de Yerel Medya", Medya ve İletişim Sözlüğü*, İstanbul İmge Kitabevi.

Oral, B. (2010). *Türkiye'de Yerel Televizyonların Tarihsel Gelişimi*. Journal of Yasar University, 19(5), 3265-3276.

Ortaylı, İ. (2010). *İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı*, İstanbul: Timaş Yayınları

Ozan, R. (2003). "Yerel Televizyon Derken". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. Cilt 16. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları

Ozkan, M. ve Koc, M. (2019). The Role of Digital Journalism in the Future of Local Press. *Journal of Media Critiques*, 5(19), 9-21.

Özbudun, E. (2018). 12 Eylül Dönemi Basını ve Basın Özgürlüğü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* (40), 133-147.

Özcan, H., ve Gürel, E. (2014). Yerel Gazetelerde Çalışan Gazetecilerin Mesleki Sorunları ve Mesleklerine Bakışları. *Turkish Studies*, 9(8), 105-120.

Özer, M. (2013). *Medya Yönetimi.* İstanbul: Beta Yayıncılık.

Özhan, İ. (2016). Yerel medya ve siyasi ekonomi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,* 42, 189-202.

Özkan, B. (2019). *Basın İlan Kurumu'nun Anayasal Güvencesi: Basın İlan Kurumu'nun İşlevleri ve Türkiye'deki Yeri.* İletişim ve Diplomasi, 7(14), 35-53.

Özkan, I. (1989). *Basın ve Basın İşletmeciliği.* İzmir: Bilgehan Basımevi.

Özsever. A. (2004). *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci.* Ankara İmge Kitapevi.

Özturan, G. (2011). Yerel Gazetelerin Okur Profili ve Etkinlikleri: Muğla İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 16(3), 347-362.

Öztürk, A. (2013). *Yerel Medya Yönetimi.* İstanbul: Beta Yayınları.

Öztürk, M. (2008). *Cumhuriyet Dönemi Basın Tarihi.* Ankara: Anı Yayıncılık.

Öztürk, N. (2007). Türk Basın İşletmelerinde Avrupa Birliği Kriterlerine Uygun İnsan Kaynakları Yönetimi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. (Yayın no 208894). [Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü], İstanbul.

Picard, R. G. (2014). Yerel medyanın yarınları. *İletişim Araştırmaları Dergisi,* 37, 7-25.

Safko, R. (2012). Yerel gazetelerin önemi: Yerel hükümetlerin izlenmesi ve yerel seçmenlerin bilgilendirilmesi. *The Journal of Media Studies,* 8(2), 74-86.

Sahin, O. (2017). The Crisis of Local Press in Turkey: A Field Study on Journalism. *Journal of Media Critiques,* 3(10), 61

Sancar, M. (2016). *Türkiye'de Radyo Yayıncılığı Tarihi.* İstanbul: Dora Yayıncılık.

Saunders, C., ve Barson, B. (2019). Basics of Media Writing. New York: Routledge.

Sharma, M. (2017). Local television news and elections: Testing the impact of local news exposure on voter turnout in India. *Mass Communication and Society,* 20(5), 703-722.

Sim, Ş. (2007). "Yerel Medya Olgusu ve Batman Yerel Medyasına Bakış". S. Gezgin. (Ed.). *Türkiye'de Yerel Basın.* İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul. 397-419.

Sönmez, M. (2015). Yerel gazetelerin dönüşümü ve niteliksel araştırma yöntemleriyle bir değerlendirme: Ordu yerel basını örneği. *Amme İdaresi Dergisi,* 48(1), 159-187.

Sönmez, M. (2016). Türkiye'de Radyo Yayıncılığı ve Radyoculuk. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 7(1), 61-80.

Sözen, Y. (1997). Basının Demokrasi Mücadelesindeki Rolü. *Türk Yurdu Dergisi,* 4(4), 399-408.

Sözeri, N. (2015). *Türk basın tarihi.* İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Statham, P. (2011). Küreselleşme ve yerel medya: Yerel medya, küresel olaylar ve kamuoyu oluşturma arasındaki ilişki. *Westminster Papers in Communication and Culture,* 8(3), 36-51.

Sterling, C. H., ve Kitross, J. (2003). Stay tuned: A concise history of American broadcasting. Wadsworth.

Suhr, D. D. (2006). *Exploratory or confirmatory factor analysis? (*pp. 1-17). In.Cary: SAS Institute.

Sullivan M. (2020), *Ghosting the News: Local Journalism and the Crisis of American Democracy,* USA: Columbia Global Reports

Şakar, M. (2002). *Basın İş Hukuku Gazetecilerin Çalışma İlişkileri.* İstanbul: Beta.

Şeker, B. (2007). Alternatif medya olarak yerel basın: İzmir'de Yeni Asır gazetesi örneği. *İletişim Araştırmaları Dergisi,* 11, 7-28.

Şeker, M. (2007). *Tekniği, İçeriği, Çalışan Profili, Haber Kaynakları, Ekonomi Politiği, Gücü ve Sorunlarıyla Yerel Gazeteler.* Konya: Tablet Yayınları.

Şimşek, Ş., ve Gürbüz, S. (2019). How local is the local press? Examining the coverage of local news in Turkey. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 21(2), 222-239.

Tandoc, E. C., ve Takahashi, B. (2017). The Dynamics of Medium Specificity and Platform Affordances: Repurposing Content Across Platforms. *Social Media + Society*, 3(1),

Tanör, B. (1972). *The Ottoman Empire and the world economy.* Cambridge University Press.

Tavşancıl, E. (2018). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Tekinalp, Ş. (2003). *Camera Obscura'dan Synopicon'a Radyo ve Televizyon.* İstanbul: Der Yayınları.

Temel, M., Korkmaz, A., Somuncu, B. ve Şilen, K. (2012). "Yerel Medya Çalışanlarının Sosyo- Demografik Özellikleri ve Sektör Sorunlarına Bakışı: Kayseri ve Nevşehir Yerel Medyasına Yönelik Alan Araştırması". *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 9: 125-157.

Thompson, B. (2004). *Exploratory and confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications.* American Psychological Association.

Thurman, N., ve Lupton, B. (2008). Medya krizinde yerel gazeteler: Birçok doların değeri. *İletişim Araştırmaları Dergisi,* 35(4), 465-482.

Tılıç, D. (1998). *Utanıyorum Ama Gazeteciyim, Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik.* İstanbul: İletişim Yayınları,

Tokgöz, B. (2010). *Medya İşletmeleri ve Yönetimi.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Tokgöz,O.(1981).”Türkiye'de Yerel Gazetetilik Olgusu: Rolü ve Önemi” *.A.Ü. SBF Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1979-1980*. Ankara.

Tolbert, C. J. (2016). Wages in local newspapers: Analyzing how newspaper size and unionization affect salaries of newspaper journalists. *Journal of Media Economics,* 29(2), 65-79.

Tolunay, H. (2009). *Basın İlan Kurumu'nun Basın ve Yayın Sektörü Üzerindeki Etkileri.* Selçuk İletişim, 6(3), 80-88.

Topçu, M. (2015). Radyo Yayıncılığı ve Yapısal Dönüşüm: Türkiye'de Özel Radyolar. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 41, 59-82.

Topuz, H. (2011). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi.* Remzi Kitabevi, İstanbul.

Tunçay, M. (1998). C*umhuriyet Türkiye'sinde Siyasi Partiler ve Seçimler (1923-1995).* Ankara: Siyasal Kitabevi.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2022). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2021. Erişim tarihi: 30 Nisan 2023, https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-39168&dil=tr adresinden alındı.

Türkmenoğlu, F. (2017). 12 Eylül Sonrası Türkiye'de Basın Özgürlüğüne Dönük Baskıların İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* 28-45.

Tütüncü, F. (2019). Yerel Basın: Türkiye'de Yerel Basın Yayıncılığı ve Sorunları. *Journal of Awareness,* 4(1), 96-116.

Uzun, R. (2010). "Basın Etiği Açısından Kurumlaşma Çabaları: Basın Birliği". (Der. N, Güngör), *Cumhuriyet Döneminde İletişim.* Siyasal Kitapevi, Ankara. 129-150.

Üstün, H. (2013). "Türk Basın Birliği'nin 1939-1946 Arasında Gazetecilerin Çalışma İlişkilerini Kurumlaştırma Girişimleri ve Günümüze Bıraktığı Miras". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.* 45: 149-170.

Üstüner, M. (2012). *Düşman işgalinden Kurtuluş Savaşı'na İstanbul'da basın (1918-1922).* İstanbul: İletişim Yayınları.

Vural, A.M. (1999). *Yerel Basın ve Kamuoyu.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

Vural, A.M. (2007). *"İşlev, Önem ve Misyonlarıyla Yerel Basın ve Eskişehir Örnekleminden Elde Edilen Bulgular". S.* Gezgin. (Ed.). Türkiye'de Yerel Basın. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları 337-357.

Wahl-Jorgensen, K. (2004). *Citizens or Consumers? What the Media Tell Us about Political Participation.* Maidenhead: Open University Press.

Yağbasan, M. (2003). "Yerel Medyanın Etkinliği: Elazığ İli Örneği". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 13: 291-308.

Yalçın, A. (2019). Yerel Medya Çalışanlarının İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyetleri: Konya İli Örneği. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(2), 670-683.

Yavalar, D.E. (2009). *Yerel Medya Bağlamında Kocaeli Medyası ve Sorunları,* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. (Yayın no 240793). [Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü], Kayseri.

Yavuz A. (2017), *"Yerel Medyanın Özellikleri ve Sorunları: Afyonkarahisar Örneği"* (Yayın no 476996). [Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Uşak.

Yaylagül, L. (2016). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar.* Ankara: Dipnot Yayınları.

Yengin, D. (2012). "Yeni Medyaya Eleştirel Bir Bakış". D. Yengin (Ed.) *Yeni Medya ve ...,* İstanbul: Anahtar Yayınları, 123-133.

Yetişkin Aladağ, D.G. (2013). *Yerel Medya İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi-Bursa Bağlamında Bir Uygulama Çalışması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. (Yayın no 337390). [Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü], İstanbul.

Yılmaz, B. (2018). Radyoculuğun Türkiye'deki Gelişimi ve Özel Radyolar. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 1092-1107.

Yılmaz, S. H. (2009). *Her Yönüyle Gazetecilik.* İstanbul: Literatürk Yayınları

Young, P. V.(1968). *Bilimsel Sosyal İncelemeler ve Araştırma* (Çev. G. Bingöl ve N. İşçil), Ankara: Ege Matbaası.

Yücel, S.(1999). "Yerel Basın". (Der. A. Korkmaz). *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. , İstanbul: Afa Yayınları.

Zürcher, E. J. (1994). The Young Turks: Children of the borderlands? (No. 45). Brill.

EKLER

Ek 1. Maltepe Üniversitesi Etik Kurul Kararı

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli "Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge" ile bildirilen 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

Ek 2. Demografik Değişkenler

1- Gazetedeki konumunuz

( ) İmtiyaz Sahibi ( ) Çalışan

2- Personel sayısı …….

3- Tiraj…… gün/hafta/ay (seçiniz)

4- Yaş……..

5- Cinsiyet

( ) Kadın ( ) Erkek

6- Mesleki Kıdem Süresi

7- Mesleki Eğitim (mezuniyet) durumu

8- Yerel medya faaliyet alanı

9- ( )Yerel Gazete ( ) İnternet Gazeteciliği ( ) Her ikisi

10- Çalışanın görev yaptığı birim……

11- Çalışanın gelir düzeyi

( ) 0-4.500 TL ( ) 4.501-8.000 aralığı ( ) 8.001-12.000 aralığı

( ) 12.001 ve üzeri

12- Günlük çalışma süresi ……saat

13- Sendikal üyelik olup olmadığı

( ) Var ( ) Yok

Ek 2. Yerel Medya Sorunları Ölçeği

	Sayın Basın Mensubu, Aşağıdaki ifadeleri 1-5 aralığında puanlama şeklinde yalnızca bir seçenek olarak yanıtlayınız.	**Kesinlikle katılmıyorum (1)**	**Katılmıyorum (2)**	**Emin değilim (3)**	**Katılıyorum (4)**	**Kesinlikle katılıyorum (5)**
1.	Yeniden bir meslek seçmem gerekse yine aynı mesleği seçerim.					
2.	Yerel halkın yerel gazeteciliğe bakışını olumlu görüyorum.					
3.	Yaptığım yerel gazetecilik karar verici organları etkilemede işlevseldir.					
4.	Bu meslekten aldığım ücret beni tatmin ediyor.					
5.	İletişim fakültesi mezunlarının yerel medyada işe alınma süreçlerinde sorunlar vardır.					
6.	Yerel medyada habercilik yapabilmek için (akademik) eğitim gereklidir.					
7.	Medya çalışanı olarak medya eğitim faaliyetlerine katılırım.					
8.	Bence yerel medya mensuplarının profesyonel anlamda mesleki eğitime ihtiyacı var.					
9.	Mesleğimle ilgili profesyonel eğitim almalıyım.					
10.	Medya sektörünü tesadüfen seçtim.					
11.	Medya sektörünü seçmemde ailemin ve çevremin yönlendirmesi oldu.					
12.	Medya sektörünü seçmemde mesleğin saygınlığı etkili oldu.					
13.	Medya sektöründeki heyecan ve hareket bu mesleği seçmemde etkili oldu.					
14.	İş güvenceme yönelik (iş sözleşmesi, sendika, sigorta) uygulamalar mevcuttur.					
15.	Gazetecilik mesleğimin dışında gelir getiren ek iş yapıyorum.					
16.	İlimiz/ilçemizde medya-siyaset-sermaye ilişkisi rahatsız edicidir.					
17.	İlimiz/ilçemiz halkının yerel medya mensuplarına bakışını olumlu buluyorum.					
18.	Mesleğimin toplumsal saygınlığına inanıyorum.					

19.	İşimi yaparken karşılaştığım en önemli sorunlardan biri kurum içi mücadele ve engellemelerdir.					
20.	İşimi yaparken karşılaştığım en önemli sorunlardan biri kurumumun maddi yetersizlikleridir.					
21.	İşimi yaparken genelde zorluklar yaşarım.					
22.	Haber kaynaklarına ulaşmakta ve bilgi almakta zaman zaman sorun yaşıyorum.					
23.	Haberlerim bazen medya yöneticileri tarafından değişikliğe uğrar.					
24.	İşimde mesai ve tatil sorunu vardır.					
25.	Üyesi bulunduğum meslek örgütü benim haklarımı savunuyor.					
26.	İlimiz/ilçemizde yerel medyasında çalışanlar arasında rekabet vardır.					
27.	Çalıştığım kurumda düşüncelerimi rahatlıkla ifa edebiliyorum.					
28.	İlimiz/ilçemizde yerel medyasında reklam sıkıntısı vardır.					
29.	İlimiz/ilçemizde yerel medyasının devletten aldığı maddi destek yeterlidir					
30.	İlimiz/ilçemizde bulunan siyasi partiler iş yerime baskı yapıyor.					
31.	Yerel medyayı etkileyen teknolojik gelişmeleri olumlu buluyorum.					
32.	İlimiz/ilçemizde yerel medyasında hep aynı kişiler habere konu oluyor.					
33.	İlimiz/ilçemizde yerel medyasında yer alan haberler bir birinin aynısıdır.					
34.	İlimiz/ilçemizde yerel medyasında özel haber sıkıntısı vardır.					
35.	İlimiz/ilçemizde yerel medyası tehdit, iftira ve şantaja karşıdır.					

ÖZGEÇMİŞ

İbrahim DELİBAŞ

Eğitim

Derece	*Yıl*	*Üniversite, Enstitü, Anabilim/Anasanat Dalı*
Y.Ls.	2003	Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı,Uluslararası Kalite Yönetimi
Lisans	1999	İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme
Lise	1992	İstanbul Kocasinan Lisesi, Matematik

İş/İstihdam

Yıl	*Görev*
2010 - 2022	Kontrol Hizmetleri Müdürü, Basın İlan Kurumu
2003- 2010	İstanbul Şube Müdürlüğü, Bası İlan Kurumu
2000 - 2003	İnceleme Uzmanı, TSE Hizmet Belgelendirme Müdürlüğü

Mesleki Birlik/Dernek Üyelikleri

Yıl	*Kurum*
2016 -	Yönetim Kurulu Üyesi: Tüm Bürokratlar ve İş İnsanları Derneği
2011 - 2015	Genel Başkan Vekili: Avrasya Türk Dernekleri Federasyonu
2015 - 2017	Yönetim Kurulu Üyesi: Türkiye Kızılay Derneği

Yayınlar ve Diğer Bilimsel/Sanatsal Faaliyetler

"Dijitalleşmenin Yerel Medyanın Dönüşümündeki Etki Ve Sonuçları" *Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergis*i