

T.C.
ARTVİN ÇORUH ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**YEREL MEDYA İŞLETMELERİNİN KARŞILAŞTIĞI
SORUNLARIN VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİNİN BELİRLENMESİ:
ARTVİN İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Aleyna SARIGÜL MERT

Danışman
Doç. Dr. Ahmet AYTEKİN

ARALIK, 2025

BİLİMSEL ETİK BEYANNAMESİ

Artvin Çoruh Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Yerel Medya İşletmelerinin Karşılaştığı Sorunların ve Çözüm Önerilerinin Belirlenmesi: Artvin İli Örneği” başlıklı bu çalışmayı;

☒ Baştan sona kadar danışmanım Doç. Dr. Ahmet AYTEKİN'nin sorumluluğunda tamamladığımı, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metin içerisinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallara uygun olarak davrandığımı taahhüt ederim.

☒ Turnitin benzerlik programından alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranının % 7 olduğunu beyan ederim.

Aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

☒ Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezim sadece Artvin Çoruh Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

☐ Tezimin ... ay süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

...../...../20.....

Aleyna SARIGÜL MERT
ORCID NO: 0009-0003-9855-3462
İmza

T.C.
ARTVİN ÇORUH ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YEREL MEDYA İŞLETMELERİNİN KARŞILAŞTIĞI SORUNLARIN VE ÇÖZÜM
ÖNERİLERİNİN BELİRLENMESİ: ARTVİN İLİ ÖRNEĞİ

Aleyna SARIGÜL MERT
ORCID NO: 0009-0003-9855-3462

Başkan : Prof. Dr. Selçuk KORUCUK

Jüri Üyesi : Doç.Dr. Ahmet AYTEKİN

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Hilal ÖZTÜRK KÜÇÜK

ONAY:

Bu Yüksek Lisans tezi, Artvin Çoruh Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından 18/12/2025 tarihinde oybirliği/oyçokluğu ile uygun görülmüş ve kabul edilmiştir.

.../.../.....

Prof. Dr. Kerem ÇOŞKUN

Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

“Yerel Medya İşletmelerinin Karşılaştığı Sorunların ve Çözüm Önerilerinin Belirlenmesi: Artvin İli Örneği” konusunda yapılan bu çalışma; Artvin Çoruh Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında yüksek lisans tezi olarak hazırlanmıştır.

Bu çalışmanın, yerel medya işletmelerine yönelik mevcut sorunların daha iyi anlaşılmasına katkı sağlaması ve alana yönelik yapılacak gelecekteki akademik çalışmalara ışık tutması en büyük temennimdir.

Yüksek lisans tezimin hazırlanması ve yürütülmesinde desteğini hiçbir zaman esirgemeyen saygıdeğer danışman hocam Doç. Dr. Ahmet AYTEKİN’e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bu süreçte manevi desteğiyle daima yanımda olan değerli eşim Alperen MERT’e en içten teşekkürlerimi sunarım.

Aleyna SARIGÜL MERT

Artvin – 2025

İÇİNDEKİLER

KISALTMA DİZİNİ	VII
ŞEKİL LİSTESİ	VIII
TABLO LİSTESİ.....	IX
ÖZET	X
ABSTRACT	XII
1 GİRİŞ.....	1
1.1 Yerel Medya İşletmeciliği ve Yerel Medyacılık	4
1.1.1 Yerel Medya Tanımı	5
1.1.2 Yerel Medya İşletmelerinin İşlevleri ve Faaliyet Alanları	7
1.1.3 Uluslararası Medya ve Ulusal Medyanın, Yerel Medyayla Arasındaki İlişki.....	9
1.1.3.1 Uluslararası Medya.....	9
1.1.3.2 Ulusal Medya	10
1.1.3.3 Medya Türleri.....	11
1.1.3.4 Sosyal Medya Haberciliği	12
1.2 Osmanlı İmparatorluğu’ndan Günümüze Türkiye’de Yerel Medyacılık	13
1.3 Artvin İlinde Yerel Medya Hizmetleri	17
1.3.1 Artvin ve Artvin Yerel Medyası.....	17
1.3.2 Günümüzde Basın İlan Kurumu’na Bağlı Artvin İlindeki Yerel Medya İşletmeleri	18
1.3.3 Artvin İlindeki Sosyal Medya Haberciliği	19
2 LİTERATÜR İNCELEMESİ.....	21
2.1 Literatür İncelemesi Sonucunda Ortaya Çıkan Sekiz Ana Sorun Alanı	21
2.1.1 Ekonomik Sorunlar	22
2.1.2 Teknoloji ve Dijital Altyapı Sorunları	23
2.1.3 İçerik Üretimi ve Habercilik Kalitesi	23
2.1.4 Medya- Siyaset İlişkisi ve Etik Sorunlar.....	24
2.1.5 Yapısal ve Kurumsal Sorunlar	26
2.1.6 İstihdam ve Nitelikli Personel Eksikliği.....	26
2.1.7 Dağıtım ve Erişim Sorunları	27

2.1.8	Hukuki ve İdari Engeller	27
2.2	Literatür İncelemesi Sonucunda Ortaya Çıkan Çözüm Önerileri ve Stratejileri	27
3	ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	31
3.1	Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıkları	31
3.2	Araştırmanın Önemi	32
3.3	Araştırma Soruları ve Verileri Toplama Süreci	33
3.4	Araştırma Modeli	34
3.4.1	Aralık Değerli Küresel Bulanık Kümeler	34
3.4.2	Aralık Değerli Küresel Bulanık SWARA-CRADIS	36
4	BULGULAR VE TARTIŞMA	41
4.1	Uzmanların Belirlenmesi	41
4.2	Kriterlerin ve Seçeneklerin Belirlenmesi	43
4.3	Kriterlerin Ağırlık Katsayılarının Belirlenmesi	46
4.4	Seçeneklerin Sıralamalarının Belirlenmesi	49
4.5	Tartışma	52
5	SONUÇ VE ÖNERİLER	63
	KAYNAKLAR	69
	EKLER	72
	EK-1: Uzmanların Seçeneklere İlişkin Dilsel Değerlendirmeleri	72
	EK-2: Bütünleştirilmiş AD-KB Karar Matrisi	74
	İNTİHAL RAPORU İLK SAYFASI	78
	ETİK KURUL İZİN YAZISI	79

KISALTMA DİZİNİ

AD-KB	Aralık Değerli Küresel Bulanık
AD-KB-CRADIS	Aralık Değerli Küresel Bulanık
AD-KB-SWARA	Aralık Değerli Küresel Bulanık
AD-KBK	Aralık Değerli Küresel Bulanık Küme
AD-KBS	Aralık Değerli Küresel Bulanık
AHP	Analitik Hiyerarşi Süreci
BİK	Basın İlan Kurumu
CRADIS	Compromise Ranking of Alternatives from Distance to Ideal Solution
ÇÇD	Çok Çok Düşük
ÇD	Çok Düşük
ÇÇY	Çok Çok Yüksek
ÇY	Çok Yüksek
D	Düşük
KBK	Küresel Bulanık Küme
km ²	Kilometrekare
O	Orta
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
SWARA	Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis (Adım Adım Ağırlık Değerlendirme Oran Analizi)
TDK	Türk Dil Kurumu
vb.	ve benzeri
vd.	ve diğerleri
Y	Yüksek

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Şekil 4.1 Yerel medyanın sorunlarının uzmanlar tarafından dile getirilme sıklıkları	44
Şekil 4.2 Yerel medyanın sorunlarına yönelik çözüm önerilerinin uzmanlar tarafından dile getirilme sıklıkları	45



TABLO LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 3.1 Kriterlerin ve Seçeneklerin Değerlendirilmesine İlişkin Dilsel İfadeler.....	37
Tablo 4.1 Uzmanlar ve Nitelikleri	42
Tablo 4.2 Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri	43
Tablo 4.3 Kriterlerin Önem Düzeylerine İlişkin Uzman Değerlendirmeleri.....	46
Tablo 4.4 Uzmanların Değerlendirmelerinin Önceliklendirilmesi.....	46
Tablo 4.5 AD-KB Kriter Önem Değerleri.....	47
Tablo 4.6 AD-KB-SWARA Sonuçları	47
Tablo 4.7 AD-KB-CRADIS Sonuçları.....	49
Tablo 4.8 Artvin Yerel Medyasındaki Sorun ve Çözüm Önerilerinin Tematik Sınıflandırılması.....	52

Yerel Medya İşletmelerinin Karşılaştığı Sorunların ve Çözüm Önerilerinin Belirlenmesi: Artvin İli Örneği

Aleyna SARIGÜL MERT

Bu araştırma, yerel medya işletmelerinin karşılaştığı başlıca sorunları, bu sorunların önem düzeylerini ve bu sorunlara yönelik çözüm stratejilerini incelemektedir. Yapılan literatür taraması, yerel medya işletmelerinin yıllardır çeşitli sorunlarla mücadele ettiğini ve bu sorunların kendi içlerinde giderek yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Geliştirilen çözüm stratejilerinin çoğu, amacına tam anlamıyla ulaşamamıştır. Literatür taraması sonucundaki araştırma, sekiz ana başlık altında toplanan sorunlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu sorunlar; ekonomik sorunlar, teknolojik ve dijital altyapı sorunları, istihdam ve nitelikli personel eksikliği, yapısal ve kurumsal sorunlar, hukuki ve idari engeller, içerik üretimi ve habercilik kalitesi, dağıtım ve erişim sorunları, medya-siyaset ilişkisi ve etik sorunlar şeklindedir.

Araştırma, iki aşamalı bir veri toplama süreci ile gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada uzman görüşleriyle belirlenen temel sorunlar ve çözüm önerileri analiz edilmiştir. İkinci aşamada ise bu sorunlar, uzmanlar tarafından yapılan değerlendirmelere göre derecelendirilmiştir. Araştırma bulguları, Artvin ilindeki yerel medya işletmeleri üzerinde odaklanmış olup, yerel medya işletmelerinin karşılaştığı zorlukların temel nedenlerini ve bunların önem sıralamalarını ortaya koymuştur. Çalışma, yerel medya işletmelerinin sürdürülebilirliğini artırmaya yönelik çözüm stratejileri sunmayı amaçlamaktadır.

Sonuç olarak, yerel medya işletmeleri, sınırlı ekonomik kaynaklarının yanı sıra, ağırlıklı olarak çalışma saatlerinin zorluğu, izin günlerinin azlığı, iş yükü fazlalığı ve nitelikli personelin göç isteği gibi sorunlarla karşı karşıyadır. Bu sorunlara yönelik çözüm önerileri olarak, hukuki ve düzenleyici destek, yerel topluluğa odaklanma ve erişilebilirlik

ile çeşitliliği artırma yerel medya işletmelerinin karşılaştığı engelleri aşmak için temel stratejiler olarak sunulmaktadır. Araştırma, yerel medyanın sürdürülebilirliğini artırmak için sektöre yönelik daha kapsamlı çözüm önerilerinin geliştirilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aralık Değerli Küresel Bulanık Kümeler, Artvin Yerel Medyası, CRADIS, Yerel Medya İşletmeleri, Yerel Medya Sorunları.



Identifying the Problems Faced by Local Media Businesses and Proposing Solutions: The Case of Artvin Province

Aleyna SARIGÜL MERT

This research examines the main challenges faced by local media businesses, the significance of these challenges, and the solution strategies proposed to address them. The literature review reveals that local media businesses have been struggling with various problems for years, and these challenges have increasingly intensified over time. However, most of the proposed solution strategies have not fully achieved their intended goals. The research, based on the findings from the literature review, focuses on problems categorized under eight main headings: economic issues, technological and digital infrastructure problems, employment and skilled personnel shortages, structural and institutional problems, legal and administrative barriers, content production and journalism quality, distribution and accessibility issues, media-politics relations and ethical issues.

The research follows a two-stage data collection process. In the first stage, the primary issues and proposed solutions identified through expert opinions were analyzed. In the second stage, these issues were ranked in order of importance based on assessments made by experts. The findings of the research focus on local media businesses in Artvin province, highlighting the root causes of the challenges they face and the priority order of these issues. The study aims to provide solution strategies to enhance the sustainability of local media businesses.

In conclusion, local media enterprises report facing challenges not only due to limited economic resources but also because of issues such as difficult working hours, insufficient days off, excessive workload, and the desire for skilled personnel to migrate.

Proposed solutions to these challenges include legal and regulatory support, focusing on the local community, and increasing accessibility and diversity, which are presented as key strategies to overcome the problems faced by local media enterprises. The research advocates for the development of more comprehensive solution proposals for the sector to enhance the sustainability of local media.

Keywords: Artvin Local Media, CRADIS, Interval Valued Spherical Fuzzy Sets, Local Media Businesses, Problems of Local Media.



1

GİRİŞ

Yerel medya işletmeleri ve mensupları, ulusal medyaya kıyasla daha sınırlı imkanlarla faaliyet göstermektedir. Öte yandan, günümüz toplumlarında medya yalnızca bilgi iletimini sağlayan bir araç olarak değil, aynı zamanda toplumsal yapının şekillenmesinde etkili bir güç olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada, yerel medya bulunduğu bölgenin toplumsal, kültürel ve ekonomik dinamikleriyle doğrudan ilişki kurarak yerel kamusal alanın oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte, söz konusu katkının sürdürülebilirliği, yerel medya işletmelerinin karşı karşıya olduğu çeşitli yapısal ve sektörel sorunların aşılmasıyla doğrudan ilişkilidir.

Medya ile ilgili birçok kavramdan bahsetmek mümkündür. Bu kavramlara ilişkin tanımların çalışmanın bu evresinde sunulmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Söz konusu kavramlardan medya, iletişim ya da haberleşme, insanların duygu, düşünce ve bilgileri herhangi bir araçla başkalarına aktarmasıdır (TDK Sözlük, 2025). İletişim günümüzde, telefon, internet, televizyon, radyo gibi çeşitli teknolojik araçlarla hızlı ve etkin biçimde yürütülebilmektedir. Basın, düzenli biçimde radyo, gazete, dergi, televizyon, internet gibi çeşitli araçlarla veya mecralarla yayıncılık faaliyetleridir. Medya, basın faaliyetlerine ek olarak eğlenceyi de içermektedir. Bu noktada, her basın faaliyeti bir medyanın kapsamına girerken, her medya faaliyeti basın kapsamında değerlendirilememektedir. Bu çalışmada, daha kapsayıcı ve geniş içeriği nedeniyle medya kavramı, anlatımda akıcılık sağlamak amacıyla basın kavramı yerine kullanılacaktır.

Medyacılık, yalnızca haber değil, aynı zamanda eğlence, kültür ve reklam gibi içerikleri de kapsayan daha geniş bir iletişim alanıdır. Bu alan, dijitalleşmeyle birlikte çeşitlenmiş ve geleneksel sınırların ötesine geçmiştir. Gazetecilik ise haberin toplanması, işlenmesi ve kamuya sunulmasını içeren profesyonel bir faaliyettir. Bir gazeteci aynı zamanda medya üreticisi olabilir, bir medya kuruluşu hem haber hem eğlence içeriği sunabilir.

Ortak noktaları ise topluma bilgi aktarma işlevinde birleşmeleridir. Bu yönüyle hepsi, modern iletişim yapısının birbirini tamamlayan parçalarıdır.

Haberleşme, basın, medyacılık ve gazetecilik; farklı odaklara sahip olsalar da topluma bilgi aktarma işlevinde birleşen, birbiriyle iç içe geçmiş ve tamamlayıcı nitelikte alanlardır. Aralarındaki geçişkenlik, bu kavramların birbirinden bağımsız değil, bütünsel bir iletişim sisteminin parçaları olduğunu göstermektedir. Bu faaliyetlerin özünde insan ve toplum bulunmaktadır.

İnsan doğası gereği çevresiyle iletişim kurma, çevresinde olup bitenleri öğrenme ve merak ettiği konular hakkında bilgi edinme ihtiyacı duyar (Arslan, 2022: 108). İnsanlık tarihinin ilk dönemlerinden itibaren geçerli olan haberleşme, ilk dönemlerde yaşamı sürdürebilmek amacıyla doğayla ve diğer insanlarla ilişki kurmak biçiminde cereyan etmiştir. Daha sonra uygarlığın gelişimine paralel olarak değişim gösteren haberleşme, çağdaş basını oluşturmuştur (İlgaz, 2003: 177-178). Gelişen teknoloji ile birlikte, basın medya sektörü içinde konumlanmıştır. Medya sektörü ise teknolojik gelişmelere hızlı cevap vermekte ve kapsamını genişletmektedir. Özellikle son dönemde, sosyal medya faaliyetleri medyacılık içinde ağırlığını artırmaktadır. Sosyal medyanın bilginin yayılmasında önemli rolü bulunmaktadır.

Sosyal medya özellikle katılım ve etkileşim imkânı sayesinde demokratik bir medya ortamı sunduğu düşüncesiyle olumlu karşılanmıştır. Geleneksel medyanın ideolojik ve ekonomik çıkarlarla şekillenmesi nedeniyle herkese eşit şekilde ses veremediği ve temel işlevi olan “haberdar etme” görevini yerine getiremediği eleştirileri yapılırken, sosyal medya katılımcı ve demokratik bir medya yapısı olarak öne çıkarılmaktadır. Herkese özgürlük sunan yeni medya, bazı sorunları da doğurmuştur. Özellikle anonimliğe izin veren yapısı ve bilgilerin çok hızlı yayılması, zaman zaman dezenformasyona yol açabilmektedir (Sine ve Sarı, 2018: 366).

Medya sektörü, küresel ölçekte toplumsal bilgilendirme ve kamuoyu oluşturma açısından hayati bir rol üstlenmektedir. Gazetecilik mesleğinin doğuşundan bu yana, medya mensupları kamuoyunu ilgilendiren olay, gelişme ve sorunları çeşitli iletişim araçları aracılığıyla toplumla paylaşmışlardır. Zaman içerisinde yaşanan teknolojik ilerlemeler ve küreselleşme süreci, medya sektörünün yapısal dönüşümünü beraberinde getirmiştir. Bu değişim hem ulusal hem de yerel medya kuruluşlarında farklı şekillerde kendini göstermiştir.

Yerel medya, kendine özgü koşullar ve dinamikler içerisinde faaliyet gösteren, toplumsal hafızanın korunması, yerel kimliğin inşası ve toplumsal katılımın sağlanmasında önemli işlevler üstlenen bir aktör konumundadır. Yerel medya işletmeleri, büyük şehir merkezlerindeki medya kuruluşlarına kıyasla daha sınırlı kaynaklara sahip olmaları nedeniyle çeşitli yapısal, ekonomik ve teknik sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Özellikle, küçük ölçekli illerde bu sorunlar daha belirgin hale gelmekte, yerel medya kuruluşlarının varlığını sürdürmesini ve etkili biçimde faaliyet göstermesini güçleştirmektedir. Yerel medyanın karşı karşıya olduğu ve resmi istatistiklerde tam olarak yer bulmayan ekonomik-politik baskılar, teknik donanım eksiklikleri, bilgiye erişim zorlukları, nitelikli personel yetersizliği ve gazetecilik kültürüne dair sorunlar, akademik anlamda daha fazla araştırma ve ilgi gerektiren konular arasındadır (Şeker, 2005:114).

Bu çalışma ile yerel medya işletmelerinin karşılaştığı temel sorunların daha açık biçimde ortaya konulması, bu sorunlara yönelik stratejik çözüm önerilerinin geliştirilmesi ve ilgili paydaşların dikkatine sunulması hedeflenmektedir. Yerel medyanın geçmişten günümüze kadar uzanan sorunlar zinciri içinde nasıl bir dönüşüm geçirdiği, mevcut yapısal engellerle nasıl mücadele ettiği ve bu süreçle ilişkin çözüm yollarının nasıl şekillenebileceği bu bağlamda ele alınacaktır.

Çalışma kapsamında, yerel medya kavramı ile yerel medya işletmelerinin yapısal özellikleri ve karşılaştıkları sorunlar ele alınacaktır. Artvin ili özelinde yerel medyaya ilişkin mevcut durumun analiz edilmesi amacıyla uzman görüşlerine dayalı veriler elde edilecektir. Araştırma sürecinde kullanılacak yöntem, elde edilecek bulgular ve bu bulgular ışığında ulaşılan sonuçlar ayrı bölümler altında sunulacaktır.

Araştırma, Artvin ili örneği üzerinden yerel medya işletmelerinin karşılaştığı mevcut sorunları tespit etmeyi, bu sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirmeyi ve çözüm yollarını önceliklendirmeyi amaçlamaktadır. Artvin'in tercih edilme nedeni, yerel medya dinamiklerinin her kentte farklılık göstermesi ve kentin sahip olduğu sosyo-kültürel ve ekonomik yapının araştırmaya özgün katkılar sunabilecek nitelikte olmasıdır. Bu durum, çalışmanın aynı zamanda sınırlarını da belirlemektedir.

Uzman görüşlerine dayalı araştırma süreci iki aşamada kurgulanmıştır. İlk aşamada, Artvin'de yerel medya sektöründe görev yapmış ya da hâlen görev yapmakta olan yedi uzmanla gerçekleştirilen görüşmeler aracılığıyla temel sorun alanları ve bu alanlara

yönelik çözüm önerileri ortaya konulacaktır. İkinci aşamada ise ilk aşama sonucunda üretilen değerlendirme formu aracılığıyla, uzmanların bu sorunlar ve çözüm önerilerine yönelik öncelik değerlendirmeleri alınacaktır. Bu doğrultuda elde edilen bulgular, yerel medya işletmelerinin karşılaştığı sorunların daha derinlemesine anlaşılmasına ve bu sorunlara yönelik uygulanabilir çözüm yollarının geliştirilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

1.1 Yerel Medya İşletmeciliği ve Yerel Medyacılık

Bu bölümde, yerel medya olgusuna dair kuramsal bir çerçeve sunulmaktadır. Öncelikle "yerel medya" kavramı tanımlanmakta, ardından yerel medya işletmelerinin temel işlevleri ve faaliyet alanları ele alınmaktadır. Uluslararası ve ulusal medya ile yerel medya arasındaki ilişki incelenerek, bu yapılar arasındaki etkileşim ve farklar ortaya konulmaktadır. Medya türlerine genel bir bakış sunulmakta ve günümüzün önemli iletişim araçlarından biri haline gelen sosyal medya haberciliği değerlendirilmektedir.

Çalışmada, Türkiye’de yerel medyanın tarihsel gelişimi Osmanlı döneminden günümüze kadar olan süreçte ele alınacaktır. Artvin ili özelinde ise yerel medya hizmetlerinin geçmişine, ilde faaliyet gösteren medya işletmelerine ve sosyal medya haberciliğine ilişkin güncel değerlendirmelere yer verilerek bölgesel düzeyde bir analiz yapılacaktır. Bu kuramsal ve tarihsel altyapı, araştırmanın sonraki bölümlerinde sunulacak analizlerin daha sağlam bir temele oturtulmasını amaçlamaktadır.

Medya işletmeleri, somut mal üretmek yerine haber ve düşünce temelli içerikler sunmaları nedeniyle insan emeği ve entelektüel sermayeye büyük ölçüde bağımlıdır. Yüksek üretim maliyetleri ve sınırlı reklam gelirleriyle faaliyet gösteren bu işletmelerde insan kaynağı, rekabet gücü ve kârlılık açısından temel unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle medya işletmeleri, nitelikli çalışanlara duyulan ihtiyacı diğer sektörlerle kıyasla daha yoğun biçimde hissetmektedir. Yerel medya işletmeleri, belirli bir coğrafi alanda faaliyet gösteren ve ağırlıklı olarak o bölgeye ilişkin haber ve konulara odaklanan basın kuruluşlarıdır. Bu bağlamda yerel medya işletmeleri, yerel sorunların görünür kılınması, yerel kamuoyunun oluşması ve yerel yönetimlerin denetlenmesi açısından önemli bir kamusal işlev üstlenmektedir (Kara ve Aladağ, 2014: 197-198).

İşletmelerin sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri, strateji oluşturma ve bu stratejileri hayata geçirme kapasitelerinin, sahip oldukları içsel ve dışsal kaynaklarla uyumuna bağlıdır. Güncel koşullara uyum sağlama gerekliliği, işletmelerin hem kendi

yapıları hem de çevresel faktörlerle bütünleşik hareket etmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda medya işletmeciliği alanında yaşanan dönüşümlerin en belirgin ve kapsamlı olanının, dijital teknolojilerdeki gelişmelerle birlikte ortaya çıktığı ifade edilmektedir (Gürcan ve Kumcuoğlu, 2017:158).

Dijitalleşme süreci, yerel medya işletmeleri açısından hem fırsatlar hem de çeşitli sorunları beraberinde getirmiştir. Bu süreçte üretim ve dağıtım maliyetlerinin düşmesi, daha geniş ve etkileşimli kitlelere ulaşılabilmesi gibi unsurlar olumlu etkiler arasında yer alırken; gelirlerin azalması, okuyucu sayısındaki düşüş ve dijital haber platformlarıyla artan rekabet ise olumsuz yönler olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda yerel medya işletmelerinin varlıklarını sürdürebilmeleri, internet temelli imkânlardan yararlanmalarına ve geleneksel yayın pratiklerini yeni iletişim teknolojileriyle uyumlu hâle getirmelerine bağlı görülmektedir (Delibaş, 2023: 101).

Yerel medyanın, toplumsal yapının sağlıklı işleyişine katkı sunma yönünde çeşitli sorumluluk ve işlevlere sahip olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte, yerel medya işletmelerinin kendi çalışanlarına karşı adil ve eşitlikçi bir yaklaşım sergilemeleri de beklenmektedir. Ancak yaygın medya da karşılaşılan cinsiyete dayalı ayrımcılık sorununun, yerel medya alanında da varlığını sürdürdüğü görülmektedir (Kurt vd., 2022: 4).

Etik ilkeler, farklı disiplinlerde olduğu gibi medya alanında da yoğun biçimde tartışılan konular arasında yer almaktadır. Medya, demokratik sistemin işleyişinde önemli bir role sahip olup, toplumsal yapı üzerinde etkili olabilen bir güç konumundadır. Bu nedenle medya işletmelerinin faaliyetlerini etik ilkelere uygun, tutarlı ve sorumluluk bilinciyle yürütmelerinin gerekli olduğu vurgulanmaktadır (Yılmaz, 2009: 132).

1.1.1 Yerel Medya Tanımı

Belirli bir bölgeye, kente ya da topluluğa ait olan, o bölgeyle sınırlı kalan anlamına gelen “yerel” kelimesi, bölgeye özgü durumları, olayları, kültürü ya da yönetimi ifade etmek için kullanılmaktadır. Medya, bilgi, haber, düşünce ya da eğlence gibi içeriklerin geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlayan araçların genel adıdır. Medya, televizyon, radyo, gazete, dergi, internet gibi iletişim kanallarını kapsayıp, insanların bilgi almasını ve iletişim kurmasını sağlayan sistem olarak da ifade edilmektedir (Altun, 2005; Temel vd., 2012; Karaduman, 2017).

“Yerel” ve “Medya” kelimelerin birleşimi ile ortaya çıkmış olan “Yerel Medya” kavramı, belirli bir bölgeye ya da topluluğa yönelik yayın yapan medya kuruluşlarını ifade etmektedir. Bölgenin haberlerini, etkinliklerini ve sorunlarını konu alır. Yerel gazeteler, yerel radyolar, televizyon kanalları ve internet siteleri buna örnek verilebilir. Bölgedeki insanları bilgilendirmeyi ve toplumsal bağları güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Yerel medya ile iletişime geçmek kolaydır, bu sayede geribildirim alınabilir (Altun, 2005; Temel vd., 2012; Karaduman, 2017).

Günümüzde medya; yerel, bölgesel ve yaygın olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Yerel medya, yalnızca belirli bir bölgede yayın yapan ve genellikle o bölgedeki halkı ilgilendiren yerel haber ve konulara odaklanan medya türüdür. Ulusal içerikten ziyade, kasaba ya da kent düzeyinde bireyleri ilgilendiren konulara yer verir. Diğer medya türlerinden farklı olarak, yerel medya bireylerin sorunlarının çözümüne yardımcı olma, toplumsal ilişkileri olumlu yönde geliştirme, yerel kamuoyu oluşumuna katkıda bulunma ve yerel yönetimleri denetleme gibi işlevleri yerine getirmeyi amaçlar (Temel vd., 2012: 126).

Yerel medya kuruluşları ve mensupları, bulundukları bölgedeki halkın taleplerini ve ihtiyaçlarını yöneticilere duyurarak demokratik işleyişin sürdürülmesine katkı sağlamakta, aynı zamanda bölge halkının sesi olma işlevini üstlenmektedir (Köseoğlu, 2022, 5). Yöre halkı ile yerel yönetimler arasında köprü görevi gören, halkı yerel konularda bilgilendiren, yerel kamuoyu oluşturan, yerel unsurları ve sorunları ortaya çıkaran, ele aldığı haber konularıyla sorunlara yerel yöneticilerin dikkatini çeken, kitle iletişim araçlarıdır (Kurtbaş vd., 2011:22). Bölgede yaşayan vatandaşlar gelişmeleri yerel yaygın organlarından takip eder.

Yerel gazete, televizyon ve radyo gibi medya organları, yaşadıkları bölgeye özgü konuları ele aldıkları için yerel halk açısından önemli bir bilgi kaynağıdır. Bu tür haberler, dışarıdaki bireylerin dikkatini çekmese dahi, yerelde yaşayanlar için büyük önem taşıyabilir. Bununla birlikte, kaliteli haber içerikleriyle, haberlerini gündemden oluşturarak ve ilgi çekici özel haberler yaparak sadece yerel medyada değil, ulusal medyada da yer edinebilirler (Köseoğlu, 2022: 16).

Yerel medya, yaptığı haber içerikleriyle ülke basınına katkı vermektedir. Yerel medya, yerel çevre ile ilgili olarak bölge haberlerini iş veya toplumsal yaşamı ilgilendiren konuları, yenilikleri ve değişiklikleri işler. Sosyal yaşamda önemli bir rol üstlenen,

toplumda yaşayan insanların sesi olan yerel medya kuruluşları, yayınladıkları bölgenin önemli bir parçasıdır (İlgaz, 2003: 179-180).

İnsanlar yerel medya organları aracılığıyla aldıkları bilgiler sayesinde yaşadıkları çevreyle daha güçlü bir bağ kurmaktadır. Farklı şehirlerden göç eden bireyler, yerel medya aracılığıyla bulundukları kente dair ekonomik, siyasi ve kültürel konularda çeşitli bilgilere ulaşabilmektedir. Yerel medya kuruluşları ve içerik üreticileri, gündelik yaşamı etkileyen konularda verdikleri haberlerle toplumun düzenine katkı sağlamakta; bölgeye dair gelişmeleri doğru, tarafsız ve objektif biçimde aktaran bu yayın organları, bulundukları bölgenin kalkınmasına da destek sunmaktadır (Köseoğlu, 2022:21).

Belirli bir alana hitap eden yayın organı olan yerel medya, hitap ettiği bölgenin ihtiyaçlarına, sorunlarına, ilgi alanlarına yönelik içerikler üretir. Bölge vatandaşlarının ilgisini çekebileceği ve takip edebileceği haberleri ve konu alarak haber çalışmaları yapılır. Gelişmiş ülkelerde yerel medyacılığa büyük önem verilmektedir (Büyükbaykal, 2012: 84).

Yerel medyanın işlevleri arasında kamuoyu oluşturma, iktidar denetimi, bölgedeki gelişmeler konusunda halkı bilgilendirme, olayların halk tarafından nasıl değerlendirildiğinin aktarımı yer almaktadır. Diğer taraftan, yerel medya işletmecilerinin sahiplik yapısı ve ekonomik konumu değerlendirildiğinde işlevini tamamen yerine getirip getirmediği tartışılabilir (Çavuş, 2017: 26).

Bir toplumdaki gelişmişlik düzeyi, sosyallik seviyesi ve demokratikleşme yerel medyanın ölçütü olarak görülmektedir. Buna bağlı olarak, belirleyici rol oynayan yerel medyanın önemi artmıştır (Özdemir, 2022: 949).

Türkiye’de yerel medya, ulusal basına kıyasla demokrasinin yerleşmesine katkı sağlama açısından daha geri planda kalmaktadır. Bunun temel nedenlerinden biri, yerel gazetelerin, televizyonların ve dergilerin ciddi maddi sıkıntılar yaşamasıdır. Bu nedenle yerel medya kuruluşları ve içerik üreticileri siyasi iktidarlar ya da egemen sınıflarla çatışma riskini göze alamamaktadır (Köseoğlu, 2022, 27-28).

1.1.2 Yerel Medya İşletmelerinin İşlevleri ve Faaliyet Alanları

Günümüzde çeşitli sorunlarla mücadele eden yerel medyanın kendilerine yüklenen rolleri ne ölçüde yerine getirdiği tartışmalı olsa da üstlendiği önemli işlevler göz ardı edilemez. Yerel medya; bulunduğu bölgede bir denetim mekanizması işlevi görmekte, yerel değerleri korumakta ve halka haber sunarak onları bilgilendirmektedir. Aynı zamanda

kamuoyunun oluşmasına katkı sağlamakta; bilgilendirme sürecine ek olarak eğitme, eğlendirme, motive etme, toplumsallaştırma ve toplumu bütünleştirme gibi görevleri de üstlenmektedir. Yerel medyanın önemli işlevlerinden bir diğeri de tekelleşme karşısında bir güç olarak var olmasıdır. (Aksoy, 2010:58)

Köseoğlu'na (2022: 11) göre, basın kavramı dar anlamda yalnızca gazete ve dergileri kapsarken, geniş anlamda topluma ulaşabilen her türlü bilgi, fikir ve haberi içeren, belirli dönemlerle yayınlanan ve hedef kitleye ulaşmayı amaçlayan iletişim mecralarını ifade etmektedir. Basın, özgürlüklerin sağlandığı ortamlarda nesnel biçimde faaliyet göstermeyi hedeflerken; ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde sınıflandırılmakta ve içerik türüne göre yazılı, görsel ya da işitsel biçimlerde de ayrışmaktadır.

Yerel medya işletmeleri, bölgedeki güncel olayları, kullandıkları platformlara göre yerel haber yayını yaparak halkı bilgilendirir. Bu platformlar gazete, televizyon, radyo ve dijital medya olabilir. Aran'a (2013:2) göre, toplumsal yaşam açısından büyük önem taşıyan medyanın, kendisinden beklenen işlevleri sağlıklı bir biçimde yerine getirebilmesi için ilk olarak karşı karşıya olduğu sorunların doğru şekilde belirlenmesi ve bu sorunlara çözüm üretilmesi gerekmektedir.

Köseoğlu'na (2022: 19) göre, iletişim alanının sınırlarının genişlemesiyle birlikte bireyler, yaşadıkları çevreye karşı daha duyarlı ve ilgili hale gelmiştir. Bu bağlamda yerel medya, toplumu bilgilendirme ve eğlendirme gibi işlevler üstlenirken, sunduğu görsel içerikler ve dijital mecralar aracılığıyla bireylere hem bilgiye ulaşabilecekleri hem de zaman geçirebilecekleri bir platform sunmaktadır.

Yerel medya, toplumu bilgilendirirken yerel ekonomiyi de destekler; yerel reklamcılık faaliyetleriyle ekonomiye katkı sağlar. Kültürel ve sanatsal programlarla farkındalık yaratırken, spor yayıncılığı yaparak içeriklerini genişletir. Kamu hizmeti vererek belediye duyuruları ve acil durumlar hakkında halkla bilgi akışını sağlayabilir. Haberi tamamladıktan sonra servis etme aşaması önemlidir çünkü bu aşamada profesyonel olunmalı, hızlı ve kaliteli bir dağıtım ağı oluşturulmalıdır (Ayhan ve Demirsoy, 2005: 135).

Aran'a (2013: 3) göre, kitle iletişim araçlarının merkezinde muhabirler bulunsa da haberin üretilmesinden okuyucuya ya da izleyiciye ulaşmasına kadar geçen süreçte, medya sektöründeki diğeri çalışanlar da önemli roller üstlenmektedir. Gazetelerdeki grafik tasarımcılardan editörlere, televizyonlardaki kameramanlardan spikerlere, radyolardaki

sorumlu yöneticilere kadar birçok farklı görevde çalışan kişiler yerel medyanın bir parçasıdır. Bu çalışanların yerel medya sorunlarına yaklaşımları dikkate alınmalı, çünkü medyanın toplumsal işlevlerini sağlıklı biçimde yerine getirmesinde en temel unsurlardan biri bizzat bu sektörde görev alan bireylerdir.

Yerel medyanın sınırlı bir hedef kitleye hitap ettiği algısı her zaman için geçerli değildir. Kimi zaman küçük yerel bir alanda meydana gelen bir gelişme, olay, tüm ülkenin hatta dünyanın gündeminde yer alabilecek önemli bir konu olabilir. Benzeri durumda ulusal basın konuyu haberleştirmek için geç kalabilecekken, yerel medya bu noktada görevini gerçekleştirerek kamuoyuna paylaşabilir (Köseoğlu, 2022: 17).

1.1.3 Uluslararası Medya ve Ulusal Medyanın, Yerel Medyayla Arasındaki İlişki

Medya, kapsama alanı ve hedef kitleye göre uluslararası, ulusal ve yerel olmak üzere üç temel düzeyde sınıflandırılmaktadır. Bu alt bölüm içinde uluslararası medya, ulusal medya ve yerel medya arasındaki ilişki ele alınacaktır.

1.1.3.1 Uluslararası Medya

Uluslararası medya, birden fazla ülkeye hitap eden, küresel ölçekte yayın yapan ve genellikle dünya genelindeki gelişmeleri konu alan medya kuruluşlarını ifade eder. Bu tür medya organları, farklı ülkelerden izleyici, okuyucu veya dinleyici kitlesine sahiptir ve içeriklerini uluslararası ilgi gözeterek hazırlarlar.

Tarihsel süreçte yerel medya, ulusal medyanın; ulusal medya ise uluslararası medyanın gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur. Ancak zamanla, ulusal medyanın gelişimine ve içeriğine zenginlik katan yerel medya, günümüzde daha çok kendi varlığını sürdürme mücadelesi vermektedir. Bir dönem Türkiye’de ulusal basınla rekabet halinde olan yerel medya, bu özelliğini artık yitirmiştir (Özdemir, 2022: 940). Uluslararası medyada ortaya çıkan sorunlar zamanla ulusal medyayı, daha sonra da yerel medyayı etkilemektedir. Bu sorunların temelinde ise çoğunlukla medyanın mülkiyet yapısı yer almaktadır. Özellikle tekelleşme, medyanın kamu yararını gözetme işlevini zayıflatmakta; bununla birlikte haberin üretilmesi ve dağıtılması süreçlerinden, çalışanların eğitim düzeyine ve ücret politikalarına kadar pek çok alanı olumsuz etkilemektedir (Özdemir, 2022: 953).

Ülke ve dünya gündemi konularında vatandaşların ulaşamadığına ulaşan ve kamuoyunu bilgilendiren ulusal ve uluslararası yayınlar, toplumsal sorunları derinlemesine inceleyemez ve toplumun kendi yerel sorunlarıyla ilgilenemezler (Kurtbaş vd., 2011: 21).

Ulusal ve uluslararası medyada görülen medya-siyaset ilişkisi, çalışanların eğitim düzeyi, istihdam süreçleri, tiraj ve reyting kaygısı, medya çalışanlarının çalışma koşulları ile haber üretim süreçleri gibi unsurlar, yerel medyada da benzer şekilde gözlemlenmektedir. Tümü, yalnızca medyanın genel yapısını değil, aynı zamanda okuyucu kitlesini de olumsuz yönde etkilemektedir (Özdemir, 2022: 952).

1.1.3.2 Ulusal Medya

Ulusal ve yerel medya kuruluşlarının karşılaştığı sorunları birbirinden kesin çizgilerle ayırmak mümkün değildir; bu sorunlar iç içe geçmiş haldedir. Yerel medya, demokratik işleyişin, çok sesliliğin ve basın özgürlüğünün vazgeçilmez bir parçası olmasına rağmen, Türkiye'de ciddi yapısal ve işlevsel problemlerle karşı karşıyadır. Ülke genelindeki en önemli meselelerden biri de orta ve uzun vadeli bir medya stratejisinin olmayışıdır (Yavalar, 2009: 130). Ulusal medya ise, ülke genelinde, devlet sınırları içerisindeki kitlenin tamamına hitap eder. Bu sınırlar içerisinde, faaliyet gösteren gazete, radyo, dergi, televizyon ve internet gibi medya organları aracılığıyla içeriklerini kamuoyuna ulaştırır.

Toplumu ilgilendiren en önemli konuları ele alan ulusal medya kapsamı gereği her şeyi haber yapamayabilir. Söz konusu durum yerel medyanın önemini arttırmaktadır. Yerel medya ise hitap ettiği alandaki belirli sınırlar içerisinde yaşayan kişilerin karşılaştığı olayları ve sorunları takip eder ve sorun çözmek maksadıyla çalışmalıdır. Aynı zamanda köşe yazılarına da yer veren yerel medya, vatandaşların karşılaştığı problemleri gündemde tutabilir. Yerel medyanın demokrasinin gelişiminde katkısı bulunmaktadır. (Yanık, 2023: 109-110). Ulusal medyada tüm ülkeyi ilgilendiren ülke ve dünya genelinde yaşanan gelişmeler aktarılır. Yerel medyada ise, daha çok o bölgeyi ilgilendiren, yerel konuların ele alındığı konular ele alınır.

Ulusal medyada, haberlerin hitap ettiği içerikler yani kategoriler, toplumun ilgisine göre farklılık gösterir. Bu kategoriler sağlık, spor, eğitim, doğa, kültür- sanat, genel gibi çeşitlenebilir. Siyasal, eğlence, kültürel ve uluslararası ilişkiler gibi konularda topluma bilgi akışı sağlar. Türkiye'deki yerel medya ve yerel yayıncılığın, siyaset ve sermaye ile olan ilişkileri, bu ilişkilerin haber üretim süreçlerine etkilerini, sınırlı dağıtım kanallarını, ekonomik problemleri ve bu sorunların yansımalarını, ayrıca etik meseleleri içerik bakımından öne çıkarmaktadır (Karaduman, 2017: 288).

Haber içerikleri de önemli farklılıklar göstermektedir. Haberler, ulusal medyada daha genel ve geniş çapta ele alınır. Yayın organlarına sunulacak konular genellikle toplumu

ilgilendiren en geniş konular olarak ifade edilebilir. Yerel medya da ise o bölgede yaşayan insanları ilgilendiren konular ele alınır. Bunlar çoğunlukla o bölgenin kültürünü yansıtır, o bölgenin sorunlarına ve ihtiyaçlarına göre şekil alır.

Ulusal, uluslararası ve yerel medyanın karşı karşıya kaldığı en önemli sorunlardan biri profesyonellik eksikliğidir. Medya sahipleri ve yöneticilerinin çoğu zaman alan dışı kişilerden oluşması, aynı şekilde medya çalışanlarının da mesleki formasyonlarının yetersiz olması, medyanın profesyonelliğini olumsuz yönde etkilemektedir (Özdemir, 2022: 952).

İstihdam, personel sayısı, iş gücü kapasitesi olarak değerlendirdiğimiz zaman ulusal medya bu konuda neredeyse eksiksiz hizmet vermektedir. Gelir düzeyinin daha geniş ve büyük olması bu konuda belirleyici olabilecek faktörlerdendir ancak yerel medya daha küçük ve kısıtlı şartlar içerdiğinden reklam, ilan gibi daha az gelirleri olmasından dolayı işletmesi bünyesinde çalıştırdığı çalışan sayısı daha kısıtlıdır. Dolayısıyla bir çalışan ulusal medyaya göre yerel medyada birden fazla iş yapabilmektedir.

1.1.3.3 Medya Türleri

Bilgi ve iletinin hedef kitleye ulaştırılmasını sağlayan araçlar bütünü olarak tanımlanan medya, türleri bakımından kullanılan iletim araçlarına ve içerik biçimlerine göre farklı kategorilere ayrılmaktadır. Temel olarak medya türleri; geleneksel medya, dijital medya, sosyal medya, yazılı medya, görsel-işitsel medya ve yeni medya şeklinde sınıflandırılabilir. Dijital teknolojinin gelişimi, geleneksel kitle iletişim araçlarının yapı ve işleyişinde önemli dönüşümlere yol açmıştır (Köseoğlu, 2022, 5).

Günümüzde kişilerarası iletişim önemini yitirirken, kitle iletişimi giderek daha fazla popülerlik kazanmaktadır. Bu popüleritenin artmasında ise radyo, sinema, televizyon ve gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının yanı sıra, internet ve mobil teknolojiler gibi yeni medya unsurları da önemli bir rol oynamaktadır (Kırık, 2017: 231).

Geleneksel medya, teknolojik dönüşüm öncesinde kitle iletişiminin temel araçlarını ifade eder. Televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi araçlardan oluşan geleneksel medya, genellikle tek yönlü bir iletişim yapısına sahiptir. Dijital medya, içeriğin dijital teknolojiler aracılığıyla üretildiği, dağıtıldığı ve tüketildiği medya türüdür. Sosyal medya, bireylerin içerik üretebildiği, paylaşabildiği ve diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunabildiği çevrim içi platformlardır. Yazılı medya, bilginin metin temelli olarak iletildiği medya türüdür. Gazeteler, kitaplar, dergiler ve broşürler bu kapsamda ele

alınabilir. Görsel-İşitsel Medya ise hem görsel hem de işitsel unsurları aynı anda içeren içerik biçimlerini kapsar. Televizyon yayınları, sinema filmleri, belgeseller ve video içerikleri bu başlık altında toplanır. Yeni medya, dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan ve kullanıcıların etkileşimli olarak yer alabildiği medya biçimlerini ifade eder.

Yeni medya her ne kadar internet temelli olsa da sayısal teknolojilerle bütünleşerek daha geniş bir yapıya ulaşmaktadır. Günlük yaşamda yeni medyanın kullanımına ilişkin çeşitli örnekler verilebilir; bireylerin cep telefonu veya tablet bilgisayarlar aracılığıyla gazete okumaları, haberleri yorumlamaları ya da çektikleri fotoğrafları anında sosyal medya platformlarında paylaşabilmeleri, yeni medya çağının belirgin özellikleri arasında sayılmaktadır (Kırık, 2017: 233).

1.1.3.4 Sosyal Medya Haberciliği

Sosyal medya kullanıcılarına düşünce ve duygularını herhangi bir sınırlama olmadan, dünyanın her yerine iletme imkânı sunmaktadır. İnsanlar günün büyük bir kısmını sosyal ağlarda geçirirken, gündelik yaşamda karşılaştıkları sorunları da bu platformlar aracılığıyla paylaşmakta ve çözüm aramaktadır. Özellikle mobil iletişim araçları sayesinde erişilebilen Facebook, Twitter ve Instagram gibi platformlar, bireyler tarafından en çok bilgi edinme ve bilgi paylaşma amacıyla kullanılmaktadır (Arslan, 2022:107).

İletişim teknolojilerindeki dönüşüm her döneme özgü nitelikler kazandırmış, özellikle internetin gelişimiyle birlikte bireyler ağ tabanlı bir iletişim ortamına yönelmiştir. Bu süreçte gazetecilikte de köklü değişimler yaşanmış, web tabanlı gazetecilik haber üretiminden sunumuna kadar pek çok unsuru etkilemiştir. Web 2.0 teknolojisinin getirdiği etkileşimli medya, geleneksel gazeteciliğin sona ereceğine dair tartışmaları gündeme getirmiştir. Ancak bazı görüşlere göre, sosyal medya gazeteciliği bitirmekten ziyade profesyonel gazetecilerin işini kolaylaştırmakta ve gazeteciliğe olumlu katkılar sağlamaktadır (Sine ve Sarı, 2018: 366). Parlak'a (2018) göre ise kullanıcıların haber üretiminin tüm aşamalarında aktif rol üstlendiği internet mecraları, yurttaş gazeteciliği anlayışına uygun davranış biçimleri gelişmesine olanak sağlamıştır.

Sosyal medyanın iletişimde tek yönlü modelden çıkıp daha katılımcı ve kolektif bir yapıya evrilmesiyle birlikte, yeni medya sistemlerinde haberin yayılma yetkisi yalnızca gazetecilere değil, aynı zamanda hedef kitleye de geçmiştir. Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, Instagram, TikTok ve Telegram gibi sosyal medya platformları aracılığıyla

hem gazeteciler hem de vatandaşlar haber akışını bu ortamlara taşımıştır. Herkesin herhangi bir denetim ya da filtre olmadan içerik paylaşabilmesine olanak tanıyan sosyal medya, geleneksel medyanın yer vermediği pek çok haberin yurttaş gazeteciler tarafından duyurulmasına imkân sağlamaktadır (Yıldız ve Özmen, 2023: 5-6).

Sosyal medyada paylaşılan ve doğruluğu kesin olmayan içerikler en çok gazetecilik mesleğini etkilemektedir. Gazetecilik etik kurallarını bilmeyen yurttaşların yaptığı paylaşımlar ve art niyetli kişi ya da grupların yaydığı içerikler, yurttaş gazeteciliğinin ne kadar güvenilir olduğu ve bu içeriklere ne ölçüde güvenilebileceği yönünde tartışmaları gündeme getirmiştir (Arslan, 2022: 110).

Serin, (2022: 93) teknolojik gelişmelerin etkisiyle internet gazeteciliğine olan ilginin arttığını belirtmektedir. İnternet gazeteciliği, haberin hızlı biçimde okuyucuya ulaştırılmasına ve içerikte değişiklik yapılmasına olanak tanırken, yazılı basının gündemi geç aktarması bu yeni habercilik biçiminin tercih edilmesini sağlamaktadır. Zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın bilgiye erişim, veri depolama ve geri bildirim sağlama imkânı sunması, internet gazeteciliğini cazip hâle getirmektedir. Matbaa ve stüdyo gibi fiziki ihtiyaçları ortadan kaldırarak maliyetleri düşürmesi, kamuoyu oluşturma ve hızlı harekete geçme avantajı sağlaması da öne çıkan yönlerindendir. Bu avantajların yanında, doğruluğu kesinleşmemiş bilgilerin yayılması ve kamuoyunun yanlış yönlendirilme riski gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Haber takibini zaman kaybı olarak gören bir algının oluşmasına yol açtığı ifade edilmektedir (Serin, 2022: 93).

1.2 Osmanlı İmparatorluğu’ndan Günümüze Türkiye’de Yerel Medyacılık

Türkiye’nin 81 ilinin ve bunlara bağlı ilçelerin büyük çoğunluğunda yerel gazeteler faaliyet göstermektedir. Yerel gazetelerin geçmişine bakıldığında, kökeninin Osmanlı İmparatorluğu dönemine kadar uzandığı görülmektedir (Akçakoca, 2006: 10).

Osmanlı Devleti’nde ilk basımevinin kuruluşuna yönelik belgeler 15. yüzyılı gösterse de devletin idaresinde olan ilk basımevi 1727 yılında kurulan Dar’üt-Tıba’at-ÜlAmire (Resmi Basımevi) olmuştur. 18. Yüzyılın sonunda ise basın etkinlikleri görülmeye başlanmıştır. 19. Yüzyılda resmi nitelikteki gazetelerin haricinde ülkenin farklı bölgelerinde özel gazeteler hizmet vermeye başlamıştır. 1864 ve 1871’de çıkartılan vilayet nizamnameleriyle eyalet sisteminden vilayet sistemine geçen Osmanlı Devleti, vilayetlerdeki basılı malzeme ihtiyaçların karşılamak üzere neredeyse her vilayete basımevi kurmuştur (Uçak ve Erkal, 2019: 93-94).

Osmanlı Devleti'nde devlet desteğiyle yayımlanmaya başlayan ve günümüz yerel medyanın öncüsü kabul edilen vilayet gazeteleri, ilerleyen dönemlerde "Taşra Basını", "Anadolu Basını" veya "Mahalli Basın" gibi farklı isimlerle anılmıştır (Yılmaz, 2009: 136).

Osmanlı döneminde Tanzimat ve Islahat hareketlerinin ardından gelişen yerel medya ve yerel yönetim yapıları, benzer amaçlarla ortaya çıkmış ve birbirini tamamlayıcı işlevler üstlenmiştir. Bu dönemde yerel yönetimlerin ve yerel medyanın oluşturulmasının temel amacı, merkezi yönetimin etkinliğini bu yörelerde yükseltmek olmuştur. Günümüzde ise hem yerel yönetimlerden hem de yerel medyadan beklenen en önemli rol, yerel demokrasinin gelişimine katkı sağlamaktır (Atabek, 2005: 72).

Osmanlı Devleti'nin desteğiyle sayıları giderek artan yerel gazeteler, Birinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla durgunluk sürecine girmiş ve bir kısmı yayın hayatına son vermek zorunda kalmıştır. Millî Mücadele döneminde halkın desteğiyle az sayıdaki yerel gazeteye yenileri eklenerek basın faaliyetleri yeniden canlanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin en önemli haber kaynaklarından biri olan Anadolu Ajansı bu dönemde kurulmuştur. Millî Mücadele yönetiminin basına verdiği destekle, İstanbul ve Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde yerel gazeteler yayınlanmaya başlamıştır (Uçak ve Erkal, 2019: 93-94).

Millî Mücadele sürecinde Anadolu Basını, maddi çıkar gözetmeksizin, ülkenin bağımsızlığı için büyük bir özveriyle çalışmış; Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde vatanın bütünlüğüne katkı sunmaya gayret etmiştir. Bu tutumu, halk nezdinde Anadolu basınına özel bir değer kazandırmıştır. Atatürk, Türkiye Cumhuriyet'in kuruluşundan sonra da Anadolu basınına ve gazetecilere yönelik desteğini sürdürmüştür. İlerleyen süreçte Anadolu Basınının halk ve devlet arasındaki aracı rolü göz ardı edilmiş ve Anadolu basını, genel basının gölgesinde kalmıştır (İmre, 2020: 226).

Millî Mücadele'nin kazanılmasının ve Cumhuriyet'in ilan edilmesinin ardından, yerel medya ikiye ayrılmıştır. Cumhuriyetin ilkelerini ve yeni yönetimi destekleyenler ile desteklemeyenler olarak ikiye bölünen yerel medyada, Takrir-i Sükûn Kanunu'nun da çıkarılmasıyla köklü değişiklikler yaşanmıştır. Kanunla birlikte yayın hayatı sona eren gazeteler olmuş, sorumlular yargılanmış ve gazete sayılarında azalma görülmüştür. Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde Latin harflerinden oluşan Türk Alfabesi, 1928 yılında kabul edilmiştir. Gazeteler bu değişime hızlı uyum sağlayamayınca, devlet desteği

alamayan Anadolu basınında birçok gazete kapanmıştır. Azalan gazete sayısı, 1946'da Çok Partili Döneme geçişle İstanbul dışındaki illerde yeniden artmaya başlamıştır (Uçak ve Erkal, 2019: 93-94).

1961 Anayasası'nın yürürlüğe girmesiyle birlikte, 212 Sayılı Basın Kanunu hayata geçirilmiş basım teknolojilerinde ilerlemeler kaydedilmiş ve Basın İlan Kurulu kurulmuştur (Uçak ve Erkal, 2019: 93-94). Yerel medyada bir dönüm noktası niteliği taşıyan gelişmelerden biri, 27 Mayıs 1960 darbesi sonrası, 1961 yılında kabul edilen 195 sayılı Basın İlan Kurulu'na ilişkin kanun olmuştur. Bu düzenleme ile daha önce ölçütlerden bağımsız olarak dağıtılan reklam ve ilanların gazetelere belirli kurallar çerçevesinde verilmesi sağlanmış; 'fikir ve içtihat farkı aranmaksızın' resmî ilanların adil bir şekilde dağıtılması esası getirilmiştir. Devletin bu alandaki desteği, özellikle yerel gazeteler açısından hayati bir rol üstlenmiş; 1961'den itibaren sürdürülen resmî ilan uygulaması, yerel medyanın varlığını korumasında önemli bir etken olmuştur (Özcan, 2019: 1010).

1931 yılından itibaren yerel gazetelere resmî ilan ve reklam yoluyla devlet desteği sağlanmaktadır. Bu destek, 1961 yılına kadar değişik şekillerde uygulanmış; söz konusu tarihten itibaren ise Basın İlan Kurumu tarafından yürütülmeye başlanmıştır. Resmî ilanların dağıtımında esas alınan bazı koşullar ise ilgili yasa, yönetmelikler ve kurul kararları doğrultusunda belirlenmiş olup, bu koşullar gazetenin içeriği, teknik altyapısı, personel yapısı, fiili satış oranı, dağıtım ağı, sayfa sayısı ve yüzölçümü gibi çeşitli unsurları kapsamaktadır (Şeker, 2005: 102).

Bu gelişmeler, Türk basın tarihinde dönüm noktası sayılabilecek önemli değişimlerin başlangıcı olmuştur. 24 Ocak Kararları ve 1980 darbesinin ardından liberal ekonomik politikalar, büyük sermaye şirketlerini güçlendirirken, küçük sermayeye sahip basın organlarının satışına ve kapanmasına yol açmıştır. Milli Güvenlik Konseyi tarafından alınan kararlar doğrultusunda çok sayıda gazeteci tutuklanmıştır (Uçak ve Erkal, 2019: 93-94).

Gelir kaynakları satış ve ilan-reklam gelirlerinden oluşan gazeteler, düşük tiraj nedeniyle yeterli gelir elde edememektedir. Güncel dönemde yerel medyanın en önemli finansal kaynağı, Basın İlan Kurumu aracılığıyla sağlanan resmî ilan destekleridir. Bu destekler, günümüzde daha dengeli bir şekilde dağıtılmaya başlanmıştır. Eskiden İstanbul merkezli yaygın gazeteler ilan gelirlerinin büyük çoğunluğuna sahip olurken, şimdilerde diğer

bölgelerdeki gazetelerin de ilan gelirlerinden aldığı pay çoğalmıştır. Tüm bunlara rağmen yaygın ve yerel medya arasında resmî ilan ve desteklerin dağılımında hâlâ belirgin bir dengesizlik mevcuttur (Özcan, 2019: 1012).

2000’li yıllar, Türkiye’de gazetecilik açısından teknolojik dönüşümün belirginleştiği bir dönem olmuştur. İnternetin gündelik yaşama girmesi ve dijital baskı olanaklarının yaygınlaşması, basın sektöründe hem maliyetlerin azalmasına hem de dijital mecralarda yeni yayın organlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Dijital yayıncılığın yaygınlaşması, gazetelerin maliyet yapısında ve en önemli gelir kaynaklarından olan reklam ve ilan gelirlerinde belirgin değişimlere yol açmıştır. Bu süreçte, geniş sermaye desteğine ve nitelikli insan kaynağına sahip olan ulusal basın kuruluşları dijital ortama uyum sağlamakta zorlanmazken; yerel medya, sınırlı kaynaklar ve uzman personel eksikliği nedeniyle özellikle reklam alanında ciddi kayıplar yaşamıştır. Günümüzde dijital teknolojilerin hızlandırdığı haber üretimi ve içerik çeşitliliği, basın sektöründe yeni altyapı ihtiyaçlarını ve farklı uzmanlık alanlarını ön plana çıkarmıştır (Uçak ve Erkal, 2019: 93-94).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki kapsamlı değişimler, basılı gazetecilik üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. İnternetin gelişimiyle sosyal medya ve mobil iletişimde yaşanan dijital dönüşüm, basın sektörünün varlığını sürdürebilmesi için köklü değişiklikleri zorunlu kılmış; bu süreçte haber içeriğinden ve dağıtım kanallarına kadar birçok konuda önemli yenilikler gerçekleştirilmiştir (Özcan, 2019: 1014).

Son yıllarda sayıları iki bini aşan yerel gazetelerin büyük bir kısmının, çoğunlukla kuşaktan kuşağa aktarılan ve matbaacılık faaliyetleriyle birlikte sürdürülen aile işletmeleri niteliğinde olduğu gözlemlenmektedir. Bu durumda, sınırlı insan kaynağıyla çalışan yerel medya teknolojik gelişmeleri yeterince takip edememiştir. Söz konusu gazeteler, büyük ölçüde resmî ilan gelirleri ve matbaacılıktan elde edilen ek kazançlarla varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadır. Öte yandan bazı yerel yayın organları, kapanmamak adına kısa vadeli yayın stratejileri benimseyerek, resmi ilanların yanında, özellikle seçim dönemlerinde siyasal partilerden reklam yoluyla destek alma yoluna gitmektedir (Özcan, 2019: 1011).

Tarihsel süreç incelendiğinde, Osmanlı döneminden günümüze kadar devletin yerel medya üzerinde belirli ölçüde etkili olduğu anlaşılmaktadır. Günümüzde ise yerel medya, güçlü bir yapıya sahip ulusal basının gölgesinde varlık göstermeye çalışmakta; özellikle

ekonomik sorunlar başta olmak üzere çeşitli yapısal zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır (Atçeken, 2018: 27).

Yerel medyanın geleceğine ilişkin değerlendirmeler, çoğunlukla basılı gazeteciliğin geleceği ekseninde şekillenmektedir. Bu durum, bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla yaygınlaşmasıyla birlikte basılı yayıncılığın etkisini yitirmesinden kaynaklanmaktadır. Bireylerin çevrimiçi iletişim biçimlerini tercih etmesiyle gazetecilik sektörü dijital platformlara yönelmiş; internet siteleri, sosyal medya hesapları ve mobil uygulamalar gibi yeni mecralar üzerinden varlığını sürdürmeye başlamıştır (Özcan, 2019: 1016).

1.3 Artvin İlinde Yerel Medya Hizmetleri

Medyayı bölgesel olarak uluslararası, ulusal ve yerel medyacılık biçiminde temel üç sınıf altında değerlendirebiliriz. Bununla birlikte, çalışma evreni olarak Artvin ili seçilmiştir. Bu nedenle, izleyen alt başlıklarda Artvin yerel medyacılığı üzerine durulacaktır.

1.3.1 Artvin ve Artvin Yerel Medyası

Livane ve Çoruh adlarıyla bilinen Artvin, Türkiye'nin Karadeniz Bölgesi'nin Doğu Karadeniz Bölümünde yer almaktadır. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın, resmi internet sitesinden alınan bilgilere göre; Artvin'in nüfusu hakkında genel bilgiler aşağıdaki şekildedir:

“9 ilçeye sahip olan Artvin'in 2024 yılı Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre nüfusu 169.280'dir. Kadın nüfusu 84.703, erkek nüfusu 84.577 kişidir. 7.436 km² yüzölçümüne sahip olan Artvin, km² 'ye düşen 24 kişi ile nüfus yoğunluğu bakımından 81 il arasında 75. sırada yer almaktadır. Şehirde merkez ilçe 36.071 kişi ile en kalabalık nüfusa sahip yerleşim yeridir. Merkezi sırasıyla Hopa, Borçka ve Arhavi izlemektedir; en az nüfusa sahip ilçe ise Murgul' dur.”

Artvin, Türkiye'nin en kuzey doğusunda yer alan ve Gürcistan ile sınır komşuluğu bulunan bir ilimizdir. Coğrafi olarak zor şartları, iklimsel ve doğal afet olaylarının sık gözlemlendiği bir il olan Artvin, birçok özelliği ile kendine has bir yapıya sahiptir. Bu özellikleri Artvin'de yerel medyanın gelişimini de etkilemiştir. Okur (2014), Artvin ilinde ilk yerel medya oluşumunu izleyen biçimde özetlemiştir:

“Artvin'in en eski gazetesi olan Demokrat Çoruh Gazetesi, 7 Mart 1950 yılında kurulmuştur. Bu gazete ismini kuruluş döneminin siyasi yapısından almıştır. 16 Nisan 1962'de kurulan Serhad Artvin Gazetesi, Artvin'in en eski ikinci gazetesi konumundadır.

“Serhad şehir” düşüncesinden hareketle Serhad Artvin Gazetesi ismini almıştır. Haber kaynağı olarak Çoruh Postası ile anlaşmalı çalışan gazete haberlerini genel olarak bu kaynaktan sağlamaktadır. 16 Haziran 1962 yılında kurulan Artvin’in Sesi Gazetesi, Serhad Artvin Gazetesinden sonra Artvin’in en eski üçüncü gazetesidir. 01 Aralık 1993’te kurulan 08 Haber Gazetesi Artvin’in en renkli gazetelerindendir. Gazete ismini Artvin’in plaka kodu olan 08’den almıştır. 5 Nisan 1995 yılında kurulan gazete 19 yıllık bir yayın hayatına sahiptir. Gazete, kurucusunun soyadı ile isimleşmiştir. Dost Artvin Gazetesi, 13 Kasım 2008 yılında kurulmuştur. (Okur, 2014: 25-68).”

Artvin’de 2020 yılı itibarıyla gazetecilik sektörü önemli bir değişim geçirdi. 1 Eylül 2020’de, daha önce yayın yapan altı gazete, “Dost Artvin Gazetesi, Alkan Gazetesi, Serhad Artvin Gazetesi, Demokrat Çoruh Gazetesi, Artvin’in Sesi gazetesi, Artvin Post Gazetesi”, birleşerek Artvin Gazetecilik Basın Yayın Limited Şirketi bünyesinde faaliyet göstermeye başladı. Bu birleşme sonucunda, Artvin’de Haber ve Gündem Artvin Gazetesi olarak iki ayrı gazete olarak yayın hayatını sürdürdü. Ancak, 1 Nisan 2023 tarihinde Gündem Artvin Gazetesi’nin basılı yayını durdurulup, tamamen internet gazeteciliğine geçiş yapıldı. Artvin’de Haber Gazetesi, pazar günleri hariç haftalık olarak yayın hayatına aktif olarak devam ediyor.

1.3.2 Günümüzde Basın İlan Kurumu’na Bağlı Artvin İlindeki Yerel Medya İşletmeleri

20 Nisan 2025 tarihinde, Basın İlan Kurumu’nun resmi internet sitesinin Resmî İlan ve Resmî Reklam Alan Süreli Yayınlar Listesi’nden alınan bilgilere göre, Artvin’de ve Artvin’in ilçelerinde yayın hayatını sürdüren gazete ve internet haber sitesi bilgileri aşağıda paylaşıldığı gibidir.

Resmi ilanların dağıtımında yaşanan sorunlara çözüm getirmek amacıyla 1961 yılında Basın İlan Kurumu kurulmuştur. Günümüzde de resmi ilan ve reklamların dağıtımından sorumlu yetkili kurum olarak görevini sürdürmektedir (Şeker, 2005:109).

Resmî ilan desteğinden yararlanan yerel gazetelerin, bulundukları şehirde geniş bir okuyucu kitlesine ulaşmakta zorlandıkları anlaşılmaktadır. Bu destekten faydalanan gazetelerin, faydalanmayanlara göre Türkiye’de yerel medya içerisinde daha etkin bir konumda olduğu görülmektedir (Atçeken, 2018: 31).

- 2025 yılı Nisan Ayında Resmî İlan ve Reklam Verilebilecek Artvin Gazeteleri: Yayın türü yerel olan, yayın günü Pazar hariç her gün olan “Artvin’de Haber” Resmî İlan ve Reklam Alan Gazetelerdendir.
- Büyükşehir Olmayan İllerin İlçelerinde Neşrolunan Nisan-2025 Ayında Resmî İlan ve Reklam Verilebilecek Artvin Gazeteleri: Yayın türü yerel olan, Artvin Arhavi’de Yayın Günü; Salı, Cuma günleri olan “Arhavi Postası” Resmî İlan ve Reklam Alan Gazetelerdendir.
- Yayın türü yerel olan, Artvin Borçka’da Yayın Günü; Çarşamba, Perşembe günleri olan “7 Mart”, Resmî İlan ve Reklam Alan Gazetelerdendir.
- Yayın türü yerel olan, Artvin Hopa’da Yayın Günü; Salı, Cuma olan “Doğu Haber”, Resmî İlan ve Reklam Alan Gazetelerdendir.
- Yayın türü yerel olan, Artvin Şavşat’ta Yayın Günü; Salı, Cuma olan “Şavşat’ın Sesi”, Resmî İlan ve Reklam Alan Gazetelerdendir.
- Yayın türü yerel olan, Artvin Yusufeli’nde, Yayın Günü; Salı, Cuma günleri olmak üzere “Yusufeli Haber Çoruh’un Sesi” ve “Yusufelinin Sesi” Resmî İlan ve Reklam Alan Gazetelerdendir.
- Nisan-2025 Ayında Resmî İlan ve Reklam Verilebilecek Artvin İnternet Haber Siteleri: Kategori 5 olan “www.gundemartvin.com” Resmî İlan ve Reklam Alan İnternet Haber Sitelerindendir.

1.3.3 Artvin İlindeki Sosyal Medya Haberciliği

Kentte, Basın İlan Kurumu’na bağlı gazete ve internet haber siteleri haricinde bağımsız olan sosyal medya hesapları da bulunmaktadır. Kamuoyu için haber niteliğinde metinler, video çalışmaları, canlı yayın programları gibi paylaşım veya yayın yaparak yerel halkın sesi olmaya çalışmaktadır. Ayrıca Artvin ilinde diğer illerde de olduğu gibi çeşitli ulusal basın mensupları da bulunmaktadır.

Kısaca söylemek gerekirse, Artvin ilinde ulusal basın ve yerel medyanın kentin sesi olduğu kadar, yüksek takipçi kitlesine sahip sosyal medya haberciliği yapan çeşitli platformlar da bulunmaktadır. Bu platformların haber niteliğindeki paylaşımları kimi zaman beğenilse de resmi bir yapıya sahip olmamaları bakımından eleştirilmektedir.

İnternetin hızla yaygınlaşması ve herkesin elinde binlerce insana anında ulaşabilecek telefon, tablet gibi cihazların olması, yerel medyanın bulunduğu konumu bir adım geri plana atmıştır. Örneğin meydana gelen bir olayı haberleştirmek üzere ilgili konuma gidecek olan basın mensupları, daha haber yerine gitmeden bölgede bulunan vatandaşlar tarafından videoların, fotoğrafların ve hatta konuya yönelik bilgilerin sosyal medya aracılığıyla yayıldığını gözlemlemektedir. Tüm bu hız ve dağıtım sorunları, yerel medya mensuplarını yoğun rekabet haline sokmaktadır.

Haberciliğin temel unsurlarından biri olan doğru, objektif ve etik habercilik ilkeleri kapsamı gereği haberi uygun olan son haline getirmek için çaba gösteren, denetime tabi tutulan, basın mensupları, denetimsiz yayın yapan sosyal medya habercileri ile rekabet haline girmek zorunda kalmıştır.



LİTERATÜR İNCELEMESİ

2.1 Literatür İncelemesi Sonucunda Ortaya Çıkan Sekiz Ana Sorun Alanı

Bu bölümde, yerel medya işletmelerinin karşı karşıya olduğu temel sorunlar kapsamlı bir biçimde ele alınmaktadır. Literatür taraması doğrultusunda sekiz ana kategori altında toplanan sorun alanları; ekonomik yetersizliklerden teknolojik altyapı eksikliklerine, içerik üretiminden etik ihlallere kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır.

Yerel medyanın karşılaştığı yapısal, kurumsal ve işlevsel sorunları derinlemesine incelemek sorunların çözümüne temel hazırlayacaktır. Bununla birlikte, çalışma bölgesel düzeyde uygulanabilir stratejiler geliştirerek yerel medya işletmelerinin sorunlarının çözümüne katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Günümüzde yerel medya, çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Türkiye’de, birçok yerel yayın organı zaman içerisinde ya kapanmakta ya da oldukça zor koşullar altında varlığını sürdürmeye çalışmaktadır (Atabek, 2005: 73). Ulusal ve yerel düzeyde sorunlara değinilen çalışmalar bulunmaktadır. Öte yandan, sorunların çözümüne yönelik kalıcı çözümler getirilmediği belirtilmektedir (Kurtbaş vd., 2011: 21).

Yerel medyanın sorunları çeşitli nedenlerden kaynaklanmakla birlikte, bunları birkaç başlık altında toplamak yeterli olmayabilir. Yerel medya üzerinde ekonomik, yapısal, coğrafi birçok faktör belirleyici etkilere sahiptir. Bu faktörler kendi iç dinamiği içerisinde ele alındığında olumsuz etkileri daha açık biçimde görülmektedir (Çavuş, 2017: 22).

Bu araştırma kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda, yerel medya ile ilgili karşılaşılan sorunlar sekiz ana kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler; ekonomik sorunlar, teknolojik ve dijital altyapı sorunları, istihdam ve nitelikli personel eksikliği, yapısal ve kurumsal sorunlar, hukuki ve idari engeller, içerik üretimi ve habercilik kalitesi, dağıtım ve erişim sorunları, medya-siyaset ilişkisi ve etik sorunlar şeklinde sıralanmaktadır.

2.1.1 Ekonomik Sorunlar

Yerel gazeteler hem özel ilan ve reklam alma hem de gazete satışlarını artırma konusunda ciddi sorunlar yaşamaktadır. Bu noktada yerel yönetimlerin, büyük ölçekli ticari kuruluşların ve halkın daha duyarlı olması gerektiği vurgulanmaktadır. Anadolu'daki birçok sermaye grubu, yeni bir banka, fabrika ya da hastane açtıklarında reklamlarını yerel medya yerine ulusal gazetelere vermeyi tercih etmektedir. Öte yandan, yalnızca resmi ilanlara bağımlı bir yayın anlayışını sürdüren yerel gazetelerin, içerik kalitesini ve teknik donanımlarını geliştirerek halkın beklentilerine yanıt verecek şekilde gazetecilik anlayışlarını değiştirmeleri gerektiği belirtilmektedir. Resmi ilanlara dayanarak ayakta kalmanın sürdürülebilir olmadığı, bu anlayışın değişmesiyle birlikte hem özel ilan ve reklam gelirlerinde hem de satış gelirlerinde artış olacağı ifade edilmektedir (Aksoy, 2010: 72).

Yerel medyanın karşı karşıya olduğu temel sorunlardan biri ekonomik sıkıntılardır. Ülke ekonomisindeki dalgalanmalar ve istikrarsızlık, yerel medya organlarını doğrudan etkilemekte; bu durum gazetelerin tirajlarında ve yerel televizyonların izlenme oranlarında düşüşe yol açmaktadır. Ayrıca sektör genelinde yaşanan benzer ekonomik problemler, yerel medyanın reklam gelirlerini azaltmakta ve bu da medyanın sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. Reklam verenlerin büyük çoğunlukla ulusal medyayı tercih etmeleri, yerel medyanın bu alandaki dezavantajını daha da artırmaktadır (Temel vd., 2012: 131).

Geleneksel yapıya sahip birçok yerel gazete, satış gelirinden yeterli kazanç sağlayamamaktadır. Bu kuruluşlar büyük ölçüde resmi ilanlar ve yöresel özel ilanlara bağımlı durumdadır. İlan ücretlerinin Bakanlar Kurulu tarafından belirlenmesi ve bu ücretlerin resmi ilanlardan geçen yerel medya kuruluşları tarafından yetersiz görülmesi, yerel medyanın sıkıntılarını artırmaktadır. Yerel medyanın, tiraj ve reyting oranlarının düşük olması nedeniyle, bölgedeki büyük kuruluşlar reklam tercihini ulusal medyadan yana kullanmakta, bu da yerel gazetelerin özel reklam alma şansını azaltmaktadır (Temel vd., 2012: 133).

Yerel televizyon ve radyo kuruluşlarının karşı karşıya kaldığı temel sorunların başında ekonomik yetersizlikler gelmektedir. Bu mecraların sürdürülebilir bir yayın politikası oluşturabilmesi için yeterli finansal kaynağa ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak devlet desteğinden yoksun olan bu kuruluşlarda, çalışanların maddi koşulları son derece olumsuzdur. Kadrolarda görev alan personelin çoğu zaman asgari ücretle ya da daha düşük ücretlerle çalıştırıldığı, hatta bu düşük ücretlerin dahi ödemekte zorlanmaktadırlar. Bazı

yerel kanallarda yalnızca teknik hizmet sunan çalışanlara ödeme yapılırken, program yapımcıları ücret alamamaktadır. Bu ekonomik kısıtlılık yalnızca ücret politikalarına değil, aynı zamanda personel sayısına ve iş bölümüne de yansımaktadır. Branşlaşmanın mümkün olamadığı bu ortamda, bir çalışan birden fazla görevi üstlenmek zorunda kalmakta; örneğin bir kameraman aynı zamanda montaj, ışık ve muhabirlik gibi işlevleri de yerine getirmektedir. Dolayısıyla, ekonomik yetersizlikler yerel medya çalışanlarının uzmanlaşma olanaklarını da önemli ölçüde kısıtlamaktadır (Yavalar, 2009:34).

2.1.2 Teknoloji ve Dijital Altyapı Sorunları

Uçak ve Erkal'a (2019: 103) göre, yapılan görüşmeler ve yerel gazeteler üzerine sürdürülen araştırmalar, teknolojinin gelişiminin yerel medyaya beklenen olumlu katkısı sağlayamadığını ortaya koymaktadır. İnternetin 1990'lı yıllarda gazetelerde ilk kez kullanılmaya başlandığı dönemde, yerel medyanın sorunları üzerinde yapılan tespitlerde olduğu gibi, yirmi yıl sonra da benzer şekilde devam ettiği ifade edilmektedir.

Teknolojik gelişmelere uyum sağlayamamak yerel medyanın sorunlarının başında yer almaktadır. Bununla birlikte ulusal basının ek olarak yerel sayfalar çıkarmasının yerel medyaya olan ilgiyi azaltabileceği yönünde değerlendirmeler yapılmaktadır (Ayhan ve Demirsoy, 2005: 135).

Anadolu'da faaliyet gösteren bazı yerel gazeteler, teknolojik eksikliklerinden kaynaklı ciddi sıkıntılar yaşamaktadır. Bu yetersizlikler, gazetenin basım sürecinden dağıtımına kadar pek çok aşamada olumsuz etkiler yaratmaktadır (Temel vd., 2012:131).

2.1.3 İçerik Üretimi ve Habercilik Kalitesi

Yerel gazetelerin tirajını etkileyen önemli faktörlerden biri, çoğu yerel gazetenin ulusal basından alınan haberlere yer vermesidir. Okuyucular, zaten ulusal basında yer alan bir olay hakkında bilgi edinmek istediklerinde yerel gazeteleri tercih etmemektedir (Köseoğlu, 2022: 31).

Atabek'e (2005: 73) göre, Türkiye'de yerel medyanın ekonomik yetersizlikler, teknolojik eksiklikler, nitelikli personel sıkıntısı, gazete kalitesi, tiraj düşüklüğü ve dağıtım sorunları gibi temel problemlerini çözmeden, demokratik işlevlerini yerine getirmesi mümkün değildir. Günümüzde bazı yerel gazeteler yalnızca resmi ilanlardan gelir elde etmek amacıyla yayımlanmakta, bu gazeteleri çıkaran kişilerin büyük kısmı da asıl olarak matbaacılıkla uğraşmaktadır. Bu durum, gazetecilikten ziyade ticari faaliyetlerin öne

ıkmasına neden olmaktadır. Çoğu, zgn bir yayın dili oluşturamamış; dil bilgisi hataları ve haber yazım kurallarına uyulmaması da yaygın bir sorundur. Bu eksiklikler nedeniyle yerel medya, bulunduğu bölgedeki halkı bilgilendirme, yerel yönetimlerle halk arasında iletişim kurma, demokratik değerleri yaygınlaştırma ve kamuoyu oluşturma gibi önemli rollerini tam anlamıyla yapamamaktadır. Atabek’e göre, yerel medyanın hak ettiği konuma ulaşabilmesi ve demokratik sorumluluklarını en iyi şekilde yerine getirebilmesi, bu yapısal sorunların aşılmasına bağlıdır.

Yerel medyada haberlerin kaynağını genellikle resmî kurumlar, özel kişiler ve haber ajansları oluşturmaktadır. Muhabirlerin bu kaynaklarla kurduğu ilişki, gazetenin başarısı açısından büyük önem taşımaktadır. Kaynakların güvenini kazanan ve onlarla olumlu bir iletişim geliştiren muhabirler, daha doğru ve kaliteli haberlere ulaşabilmekte, bu da gazetenin tirajına olumlu yansımaktadır. Habercilikte başarı için muhabirlerin kaynak seçiminde dikkatli olması, kaynakların paylaşılmasını istemediği bilgileri haberleştirmemesi ve görüşmelerde karşılıklı saygı çerçevesinde hareket etmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca, görüşmeler sırasında muhabirin konuya hâkim olması ve kendinden emin bir duruş sergilemesi, kaynakla olan diyalogun sağlıklı ilerlemesi açısından önemlidir. Aksi takdirde, muhabirin kararsız ya da tedirgin tavırları, haber alma sürecini olumsuz etkileyebilmektedir (Köseoğlu, 2022: 33-34).

Kamu kurumlarında görev yapan yetkililerin, medyaya bilgi vermekten kaçınması ve “beyanat vermeme” yaklaşımını benimsemeleri, haber alma hakkını ciddi biçimde kısıtlamaktadır. Bu sorunun üzümünde, kamu yöneticilerinin ve mülki idare amirlerinin medyayı bir tehdit unsuru olarak görmekten vazgeçmeleri; aksine, kamu yararı doğrultusunda çalışan gazetecilere bilgi ve kaynak sağlamaları gerektiği savunulmaktadır. Öte yandan, medyanın da sahip olduğu etki gücünü kişisel çıkarlar ya da siyasi yönlendirmeler doğrultusunda kullanmaması, medya etiği çerçevesinde toplumun doğru bilgiye erişim hakkını gözeterek hareket etmesi önem arz etmektedir (Yavalar, 2009:119-120).

2.1.4 Medya- Siyaset İlişkisi ve Etik Sorunlar

Yerel medya kuruluşlarının, gazetecilik ilkeleri ve etik kurallar çerçevesinde yayın yapma konusunda zaman zaman yetersiz kaldığı görülmektedir. Bazı durumlarda bu kuruluşlar, bulundukları kentteki siyasi partilerin, sermaye gruplarının ya da çeşitli çıkar odaklarının etkisi altına girebilmekte ve bağımsızlıklarını yitirebilmektedir. Bu tür yapılanmalar

yalnızca yerel gazeteleri değil, aynı zamanda yerel televizyon ve radyo kanallarını da kapsayacak biçimde genişleyerek, belirli bir medya tekelleşmesini beraberinde getirmektedir. Yerel halkın yeterince sahip çıkmadığı bu medya yapısı, genellikle yerel yöneticilerin ve ekonomik güce sahip bireylerin yönlendirmelerine açık hale gelmiştir. Bu koşullar altında faaliyet gösteren medya kuruluşlarının, denetleyici ve kamusal sorumluluk taşıyan “dördüncü güç” işlevini kaybederek, daha çok ticari bir işletme gibi hareket ettikleri anlaşılmaktadır (Yavalar, 2009: 34).

Medyada yaşanan değişim ve gelişim, yalnızca uluslararası ve ulusal medyayı değil, yerel medyanın da yapısını ve işleyişini etkilemektedir. Uluslararası ve ulusal medya bağlamında öne çıkan medya-siyaset ilişkisi, tekelleşme, sahiplik yapısı, holdingleşme, istihdam sorunları ve çalışanların eğitimi gibi konular, yerel medyada da benzer biçimlerde kendini göstermektedir. (Özdemir, 2022: 941).

Karaduman’ın (2017: 288) değerlendirmelerine göre, Türkiye'deki yerel medya kuruluşlarının siyaset ve sermaye ile olan ilişkileri, haber üretiminden dağıtıma kadar birçok süreci doğrudan etkilemekte; ekonomik zorluklar, etik sorunlar ve sınırlı yayın imkânları da bu yapının problemleri olarak öne çıkmaktadır.

Aksoy’a (2010: 67) göre, yerel medyanın devlet desteğiyle doğmuş olması, onu her dönemdeki siyasi iktidarların kontrol altına alma çabalarına açık hale getirmiştir. Bu durum, çeşitli yasal düzenlemelerle desteklenmiş ve yerel medyanın baskı altında tutulmasına yol açmıştır. Ayrıca, kuruluşundan itibaren süregelen ekonomik zorluklar, askeri darbelerin medyaya verdiği zararlar, liberal politikaların etkisiyle medyada ticarileşmenin artması ve bunun sonucunda medya tekellerinin oluşması, yerel medyayı daha da zayıflatmıştır. Radyo, televizyon ve özellikle internetin yaygınlaşmasıyla birlikte yazılı basına olan ilgi azalmış, buna ek olarak ülkede yaşanan ekonomik krizler de yerel medyanın sorunlarını derinleştirmiştir. Tüm bu faktörler, yerel medyanın içinde bulunduğu sıkıntıların kronikleşmesine neden olmuştur.

Yalnızca resmi ilan gelirinden faydalanmak amacıyla gazete çıkaran kişilerin varlığı, gerçekten gazetecilik yapma niyetiyle çalışanların iş kalitesini ve üretimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca, bazı yerel sermaye gruplarının medya sektörüne ticari ya da siyasi çıkarlarla yönelerek sahip oldukları iletişim araçlarını bu doğrultuda kullanmaları, yerel medyanın işlevselliğini zedeleyen önemli bir sorun olarak öne çıkmaktadır (Aran, 2013: 2).

2.1.5 Yapısal ve Kurumsal Sorunlar

Yerel medyada yalnızca resmi ilan gelirine odaklanarak gazete çıkarmak, sektörün gelişimine bir katkı sunmamaktadır (Bodur, 1996: 155). Yerel gazeteler; ekonomik yetersizlikler, teknik donanım eksiklikleri, hukuki engeller, nitelikli personel temini, yerel yöneticilerle ilişkiler, dağıtım ve baskı süreçleri ile matbaa ödenekleri gibi pek çok alanda çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Tüm bu zorluklara rağmen yayınlarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Pek çok yerel gazetenin kendi matbaasına sahip olması, gazete sahiplerinin yalnızca yayıncılık değil aynı zamanda afiş ve broşür gibi materyallerin basımıyla da ilgilenerek farklı alanlardan da gelir elde etmektedirler (Köseoğlu, 2022: 27).

Türkiye’de yerel gazetelerin büyük bir kısmının, Basın İlan Kurumu tarafından belirlenen nitelikleri çoğunlukla yalnızca resmî ilan alabilecek düzeyde yerine getirebildiği görülmektedir. Bunun yanında, yerel medyanın sayısal olarak dağınık bir yapıya sahip olduğu ve kent düzeyinde okuyucuya ulaşma konusunda yeterli etkiyi oluşturamadığı da dikkat çekmektedir (Atçeken, 2018: 31).

2.1.6 İstihdam ve Nitelikli Personel Eksikliği

İletişim Fakültesi mezunu bireylerin yerel medyada yeterli düzeyde istihdam edilemediği görülmektedir. Bunun temel nedenlerinden biri, nitelikli personelin emeğine uygun ücret talep etmesi durumunda işe alınmaması ya da mevcut görevinden uzaklaştırılmasıdır. Yerel medya her ne kadar kalifiye elemana ihtiyaç duysa da ekonomik yetersizlikler nedeniyle bu kişileri istihdam edememekte; bu da mezunların farklı sektörlere yönelmesine yol açmaktadır. Bu boşluk ise çoğunlukla farklı meslek gruplarından gelen bireyler tarafından doldurulmaktadır. Yerel medyada yaşanan bu istihdam sorunlarının çözümü için, gazetelerin ekonomik koşullarının iyileştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Köseoğlu, 2022: 33).

İletişim fakültelerinden her yıl çok sayıda mezun verilmesine rağmen, yerel medyanın bu mezunlara yeterli istihdam olanağı sunamaması, gazeteciliği gençler için kalıcı bir meslektен ziyade, kısa süreli bir deneyim ya da macera olarak görülmesine neden olmaktadır. Bu nedenle mezunların bir kısmı ulusal medya kuruluşlarını tercih ederken, bir kısmı ise eğitim aldıkları alanın dışına çıkarak farklı mesleklere yönelmektedir (Yavalar, 2009:30).

Yerel gazetelerde işletme sahiplerinin yalnızca gazete çıkarmakla kalmayıp matbaacılık ve baskı gibi farklı alanlarda da faaliyet gösterdiği görülmektedir. Muhabirlerin ise gazeteciliğin dışında çeşitli mesleklerde çalıştıkları dikkat çekmektedir. Sayfa tasarımı

yapan çalışanlar zaman zaman muhabirlik yaparken, esas görevi gazetenin matbaasında grafik tasarımı olan kişilerin de gazetenin künyesinde muhabir olarak yer aldığı da gözlemlenmektedir. Ayrıca, matbaada görevli bazı personelin sarı basın kartı sahibi olduğu durumlara da rastlanmaktadır (Köseoğlu, 2022: 32).

2.1.7 Dağıtım ve Erişim Sorunları

Yerel medyanın karşılaştığı temel sorunlardan biri olan dağıtım yetersizliği, gazetelerin daha geniş kitlelere ulaşmasını engellemektedir. Pek çok yerel gazete, yalnızca sınırlı bölgelerde dağıtılmakta; bazı durumlarda yayınlandığı şehrin belirli kesimlerine bile erişememektedir (Temel vd., 2012: 133).

2.1.8 Hukuki ve İdari Engeller

Yerel medya, kendi özgün yapısından kaynaklanan çeşitli problemlerle de karşı karşıyadır. Bu sorunların önemli bir bölümü ise yasal düzenlemelerden oluşmaktadır. Yasal düzenlemeler, yerel medyanın özel koşullarını yeterince gözetmemekte ve bu durum, yerel medya kuruluşlarını hukuki açıdan da zor durumda bırakabilmektedir (Temel vd., 2012: 134).

Yerel medya yöneticileri, halkın bilgi edinme hakkının temel bir hak olduğuna dikkat çekmekte ve bu hakkın herhangi bir biçimde sınırlandırılmayacağını vurgulamaktadır. Bu çerçevede, kamuoyunu bilgilendirme sorumluluğunu taşıyan gazetecilerin yazılı ya da görsel içerikleri; yani haberleri, köşe yazıları, radyo ve televizyon yayınları, suç unsuru taşıyormuş gibi değerlendirilerek sansüre maruz bırakılmamalıdır (Yavalar, 2009:122).

2.2 Literatür İncelemesi Sonucunda Ortaya Çıkan Çözüm Önerileri ve Stratejileri

Orta Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Amasya, Çorum, Ordu, Samsun ve Tokat il ve ilçe merkezlerindeki mahalli gazetelerin sorunları anket yöntemiyle inceleyen İmre (2020: 226), bölge gazetecilerinin birbirine yakın sorunlarla mücadele ettiği fakat iller arasında değişik problemlerin de bulunduğunu tespit etmiştir. Bu sorunlar arasında mali kaynakların yetersizliğini, gazete kâğıdına erişimde yaşanan güçlükleri ve sürekli artan kâğıt maliyetlerini, teknolojik açıdan yetersiz ve eski baskı makinelerini, modern makinelerin yüksek maliyetini ve ithalatlarında karşılaşılan gümrük vergilerini sıralamıştır. Bununla birlikte yerel yöneticilerin haber alma konusundaki ilgisizliğini, resmi ilan fiyatlarının düşük oluşunu, devletin mali destek konusunda ve halkın da abonelik yoluyla yeterli katkıyı

sağlamaması gibi unsurları, bölgedeki yerel medyanın karşılaştığı temel zorluklar arasında yer aldığını belirtmiştir (İmre, 2020: 226).

Yerel medyanın daha güçlü bir konuma getirilmesinin genel basın açısına da faydası olabileceğine dikkat çeken İmre (2020: 226), Anadolu halkının gündelik yaşamına doğrudan yaklaşan, yerel sorunları yakından takip eden ve halkla sürekli etkileşim hâlinde bulunan bu basın organlarının, bölgesel haber akışında önemli bir rol üstlendikleri hatırlatmaktadır. Yerel dinamiklere daha duyarlı olmalarını, bölgedeki gelişmeleri daha etkili bir şekilde gündeme taşıyabilmelerini sağladıklarını dile getirmiştir (İmre, 2020: 226).

İmre (2020: 226), Orta Karadeniz Bölgesi'ndeki mahalli basına yönelik geliştirilen bazı çözüm önerilerinin, tüm Anadolu basını için de örnek oluşturabileceği öne sürmüştür. Bu öneriler arasında; uygun finansman olanaklarının sağlanmasını, gümrük vergilerinin düşürülmesini, yerel yöneticilerin mahalli basına karşı daha ilgili ve destekleyici bir yaklaşım sergilemelerini, personelin teknik donanımının eğitimlerle geliştirilmesini, gazetecilerin güvenliği ile sosyal haklarının güçlendirilmesini, mesleki liyakat esaslarının uygulanması ve etkili bir meslek birliğinin oluşturulmasını sıralamıştır. Önerilerin, yerel medyanın sürdürülebilirliği ve güçlenmesi adına önemli katkılar sunabilecek nitelikte olduğu vurgulanmıştır (İmre, 2020: 226).

Serin'in (2022: 92) araştırmalarına göre, Konya'daki yerel medyanın öncelikli sorununun ekonomi olduğu belirtilmiştir. Sermayesinin düşük olmasından kaynaklı olarak yeterli çalışanı istihdam edemediğini, bununla birlikte teknolojik donanıma sahip olamamasından kaynaklı amaçladığı okuyucu kitlesine ulaşamadığını dile getirmiştir. Bu durumun tiraj sayılarını ve erişim oranını etkilediğini gözlemlemiştir. Maliyetlerdeki belirgin artışların resmi ilan ve reklam gelirlerindeki artışla aynı oranda olmamasının olumsuz etkilerden biri olduğunu öne sürmüştür (Serin, 2022: 92).

Araştırmasını Konya örneği üzerinden gerçekleştiren Serin'in (2022: 92), ildeki işletmecilerin çoğunluğunun okuyucu kitlesini artırmak adına reklam amacıyla ulusal basını tercih ettiğini ifade ederek, bu durumun yerel medyanın gelişimine olumsuz etkileri olduğunu dile getirmiştir. Yatırım konusunda güçlük çeken yerel medyanın, var olan durumuna sahip çıkmak için yetişmiş elemanlarının işine son verdiğini aktarmıştır. Personelden az bir maaş karşılığında birçok işi yapmalarının istenmesi, sigortasız çalıştırılmaları gibi olumsuz durumların sektörde hâkim olduğu görülmüştür (Serin, 2022: 93).

Ekonomik sorunlar yaşıyan yerel medya işletmeleri, çözüm olarak personel azaltmakta, bunun sonucunda sektörde işsizlik oranları da artmaktadır. Gazetecilik sektörüne dair ilgisi olmayanların, internet gazeteciliği yapması gerek yerel medyayı gerek ulusal basını kalite konusunda olumsuz etkilemektedir. Haber kaynaklarında sorun yaşıyan yerel medya işletmeleri, ikili ilişkilerini sağlam tutmak maksadıyla haber değeri taşıyan bazı konuları ihmal etmekte ya da farklı bir bakış açısıyla sunarak yerel medyanın kalite standartlarını olumsuz etkilemektedir (Serin, 2022: 94).

Serin (2022: 99), yerel medya işletmelerinin karşılaştığı başlıca sorunlar arasında personele yeterli maaş ödenmemesi, teknolojik gelişmelere uyum sağlanamaması, vergi artışları, kalifiye personelin yerel medyada çalışmayı tercih etmemesi ve çalışanların haklarının tam olarak karşılanmaması ile değer görmemesi olduğunu belirtmektedir. Reklam verenlerin medya üzerinde kontrol talebi, özgürlük alanındaki kısıtlamalar ve devlet desteğinin yetersizliği de yerel medyanın çözüm bekleyen öncelikli problemleri arasında yer almaktadır (Serin, 2022: 99).

Çeşitli sorunlarla mücadele eden yerel medya kuruluşlarının sorunlarının çözümlerine yönelik yaklaşımlar oluşturmak demokratik yapıların güçlenmesini mümkün kılar. İfade özgürlüğü imkânı sunan kitle iletişim araçları açısından şimdilerde büyük bir problem olarak var olan tekelleşme sorununa bağlı olarak tekseslilik tehlikesinin oluşmasını engelleyecek en büyük etken çok sayıda medya kuruluşunun varlığıdır. Bu kapsamda, yerel medya kamusal yöntemlerle maddi açıdan desteklenmeli ve geliştirilmelidir (Altun, 2005: 98).

Yerel medya kuruluşlarının, diğer sektörlerde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmeler gibi değerlendirilerek çeşitli teşvik mekanizmalarından ve düşük faizli kredi imkânlarından yararlanmak istedikleri; ayrıca doğrudan destek uygulamaları ile resmi ilanların daha adil bir şekilde dağıtılmasına yönelik yeni yöntemlerin geliştirilmesine dair talepleri bulunmaktadır. Söz konusu taleplerin, düşünce ve ifade özgürlüğünü zedelemeyecek biçimde karşılanması gerekmektedir. Öte yandan, yerel medyaya yönelik en etkili destek, bu kuruluşlarda görev yapan çalışanların eğitimi üzerinden sağlanabilecektir (Altun, 2005: 99).

Yerel medyanın yıllardır süregelen sorunlarının büyük ölçüde aynı kaldığı ve bu sorunların hâlâ çözümsüz biçimde beklediği söylenebilir. Yerel medya organları, çözüm arayışlarını çoğunlukla devlete, siyasal iktidara ve diğer siyasi ya da ekonomik güç odaklarına yöneltmektedir. Bu durum, çözüm sürecini zorlaştırmaktadır. Yerel medya, bu kısır

döngüden en kısa sürede çıkmalı ve çözüm üretme konusunda harekete geçmelidir. Böylece hem çözüm yolunda ilerleme kaydedecek hem de bağımsızlık ve güvenilirlik gibi temel değerlerini pekiştirmiş olacaktır (Akçakoca, 2006: 68).



3.1 Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıkları

Yerel medya işletmeleri, diğer sektörlerdeki işletmeler gibi değişen koşullara ayak uydurmak zorundadır. Özellikle, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler yerel medya işletmelerinin ana haber kaynağı olduğu ilgili bölgedeki gücünü azaltmıştır. Bununla birlikte, çeşitli faktörlerin de yerel medya işletmelerini zor durumda bıraktığı aşikardır. Bu çerçevede, ele alınan çalışma yerel medya işletmelerinin karşılaştığı sorunları ve bunlara yönelik olası çözümleri konu almaktadır.

Araştırmada incelenen problemin çözümünde Aralık Değerli Küresel Bulanık Küme (AD-KBK) altında tanımlanmış çok kriterli karar analizi modeli kullanılacaktır. Bu model içinde kriterlerin ağırlık değerleri SWARA (Step-wise Weight Assessment Ratio Analysis; Kademeli Ağırlık Değerlendirme Oranı Analizi) yönteminin AD-KBK altında tanımlanmış uzantısı ile bulunacaktır. Yerel medya işletmelerinin sorunlarının çözümüne yönelik stratejiler ise CRADIS (Compromise Ranking of Alternatives from Distance to Ideal Solution; İdeal Çözüme Uzaklıklarına Göre Alternatiflerin Uzlaşmacı Sıralama) yönteminin AD-KBK altında tanımlanmış uzantısı ile sıralanacaktır. İzleyen alt başlık, araştırmanın amacını, kapsamını ve sınırlılıklarının ortaya konulmasını sağlayacaktır.

Bu araştırma, yerel medya işletmelerinin karşılaştığı güncel sorunları tespit etmek, bu sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirmek ve sorunlar ile çözüm önerilerinin önceliklendirilmesini sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Literatürde yerel medyanın uzun süredir çeşitli yapısal ve ekonomik sorunlarla karşı karşıya olduğu belirtilmesine rağmen, bu sorunların kalıcı şekilde çözümüne yönelik somut adımların yeterince atılmadığı gözlemlenmiştir.

Araştırmanın uygulama alanı olarak Artvin ili tercih edilmiştir. Bunun temel nedeni, yerel medya dinamiklerinin her kentte farklılık göstermesi ve Artvin'in sahip olduğu sosyo-kültürel ve ekonomik yapının araştırmaya özgün katkılar sağlayacak nitelikte olmasıdır. Bu durum, aynı zamanda çalışmanın sınırlılığını gerekçelendirmektedir; çünkü farklı kentlerde benzer bir araştırma, farklı sonuçlar doğurabilecektir. Bulgular, araştırmanın yürütüldüğü yerel bağlam ve zamana özgü koşullar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Bu nedenle, sonuçların yorumlanmasında yerel dinamikler ve zamansal değişkenliklerin göz önünde bulundurulması önem arz etmektedir.

Araştırmanın veri kaynağını, Artvin ilinde yerel medya sektöründe görev yapmış ya da halen görev yapmakta olan yedi uzman oluşturmaktadır. Uzman sayısının sınırlı kalmasının nedeni, alandaki uygun kişilere ulaşma sürecinde yaşanan erişim güçlükleri ve bazı uzmanların katılımı reddetmiş olmasıdır.

Araştırma iki aşamalı olarak kurgulanmıştır. İlk aşamada uzman görüşleri aracılığıyla temel sorun alanları ve çözüm önerileri belirlenmiş, ikinci aşamada ise bu sorun ve çözüm önerileri, yine uzmanlar tarafından oluşturulan değerlendirme formu aracılığıyla önem sırasına göre sınıflandırılmıştır. Her iki aşamada elde edilen veriler, yerel medya işletmelerinin karşılaştığı engellerin anlaşılmasına ve stratejik çözüm önerilerinin geliştirilmesine katkı sağlamayı hedeflemektedir.

3.2 Araştırmanın Önemi

Bu araştırma, Artvin'deki yerel medya işletmelerinin karşılaştığı sorunları ve bu sorunların önem düzeylerini ortaya koyarak alana özgü güncel ve yerel çıkarımlar sunmayı amaçlamaktadır. Elde edilecek bulgular, yerel medya yapısının işleyişine, karşılaştığı ekonomik, teknik, kurumsal ve mesleki sorunlara ışık tutarak, mevcut durumun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Araştırmadan en doğrudan yarar sağlayabilecek kesimler arasında, yerel medya işletmeleri yöneticileri ve çalışanları yer almaktadır. Ulaşılan bulgular, bu işletmelere stratejik planlama yapma, kaynak yönetimini iyileştirme ve sürdürülebilirlik konusunda karar alma süreçlerinde destek sunabilir. Ayrıca yerel yönetimler, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları da bu bulgulardan hareketle, medya alanına yönelik politika ve destek mekanizmaları geliştirme konusunda yol haritası oluşturabilir.

Bunun yanı sıra araştırma, iletişim alanında çalışan akademisyenlere ve öğrencilere, yerel medya üzerine yapılacak yeni çalışmalar için teorik ve uygulamalı bir zemin sunar. Yerel medya ile ilgili sorunların somutlaştırılması hem akademik tartışmaların derinleşmesini sağlar hem de medya politikalarının yerel düzeyde yeniden düşünülmesine katkı sağlar. Sonuç olarak bu çalışma hem uygulayıcı hem de araştırmacı kesimler için pratik ve kuramsal değer taşıyan, yerel medya yapısının güçlendirilmesine yönelik önemli bir bilgi kaynağı olma niteliği taşımaktadır.

3.3 Araştırma Soruları ve Verileri Toplama Süreci

Her bilimsel çalışmanın dayandığı araştırma soruları, verilerin toplanması ve yöntem seçimini doğrudan etkiler. Bu çalışmanın amacı ve kapsamı ile örtüşecek biçimde izleyen araştırma soruları belirlenmiştir:

- Yerel medya işletmelerinin sorunları nelerdir?
- Yerel medya işletmelerinin sorunların çözümü için benimseyebileceği stratejiler nelerdir?
- Yerel medya işletmelerinin sorunlarının önemlilik derecesi ve sıralaması nedir?
- Yerel medya işletmelerinin sorunların çözümü için benimseyebileceği stratejilerin öncelik derecesi ve sıralaması nedir?

Araştırma sorularına cevap verebilmek amacıyla bulanık çok kriterli karar analizi modellerinden ve uzman görüşlerinden yararlanılacaktır. Bu çerçevede, yerel medya işletmelerinin sorunlarının Artvin özelinde incelenecektir. Verilerin, Artvin’de faaliyet gösteren yerel medya işletmeleri bağlamında toplanması için uzman görüşlerine başvurulacaktır. Bu amaçla iki aşamalı bir süreç tasarlanmıştır. İlk aşamada, geniş sorun listesi ve çözüm stratejilerinin uzman görüşleri doğrultusunda oluşturulması hedeflenmektedir. İkinci aşamada ise bu sorunların ve çözüm stratejilerinin derecelendirilmesi için yeniden uzman görüşü ile gerekli verilerin toplanması planlanmıştır. Çalışmada bilimsel etik kurallara bağlılık esas alınmıştır. Bu çerçevede, Artvin Çoruh Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’ndan araştırma onayı alınmıştır.

3.4 Araştırma Modeli

AD-KBK üyelik, üye olmama ve tereddüt derecelerinin aralıklar olarak belirlenmesine olanak tanıyan bir KBK uzantısıdır. Bu nedenle, AD-KBK'ler belirsizliğin daha geniş bir alanda modellenmesini sağlar (Kahraman ve Gündoğdu, 2021; Chusi vd., 2024). SWARA yöntemi, uzmanların ya da karar vericilerin kriterleri önem sıralamalarına göre ikili karşılaştırarak değerlendirmesini olanaklı kılmaktadır (Keršuliene vd., 2010). SWARA, ikili karşılaştırmaya dayalı ağırlıklandırma işlemini, yaygın biçimde kullanılan AHP gibi çoğu yöntemle göre daha az karşılaştırma ile gerçekleştirir. Bu yaklaşım, geleneksel yöntemlere göre daha az karmaşıktır. CRADIS ise ideal ve anti-ideal çözüm değerlerini dikkate alarak uzlaşmacı en iyi çözümün veya seçeneklerin tam sıralamasının elde edilmesini sağlamaktadır (Puška vd., 2022). Bu noktada, AD-KB-SWARA-CRADIS metodolojisi problemin çözümü için tercih edilmiştir.

3.4.1 Aralık Değerli Küresel Bulanık Kümeler

U bir söylev evreni olmak üzere, aralık değerli küresel bulanık küme A izleyen biçimde ifade edilebilir; $A = \{ \langle u, [\mu_A^L(u), \mu_A^U(u)], [\nu_A^L(u), \nu_A^U(u)], [\pi_A^L(u), \pi_A^U(u)] \rangle | u \in U \}$: $0 \leq \mu_A^L(u) \leq \mu_A^U(u) \leq 1$, $0 \leq \nu_A^L(u) \leq \nu_A^U(u) \leq 1$, $0 \leq \pi_A^L(u) \leq \pi_A^U(u) \leq 1$, ve $0 \leq (\mu_A^U(u))^2 + (\nu_A^U(u))^2 + (\pi_A^U(u))^2 \leq 1$. Burada, $\mu_A^L(u)$, $\nu_A^L(u)$, ve $\pi_A^L(u)$ sırasıyla u elemanının A 'ya üyelik, üye olmama ve kararsızlık üyeliklerinin alt sınırlarıdır. Benzer şekilde, $\mu_A^U(u)$, $\nu_A^U(u)$, ve $\pi_A^U(u)$ ise ilgili üyelik derecelerinin üst sınırlarıdır. Ayrıca, $\langle [\mu_A^L(u), \mu_A^U(u)], [\nu_A^L(u), \nu_A^U(u)], [\pi_A^L(u), \pi_A^U(u)] \rangle$ AD-KB sayı (AD-KBS) olarak isimlendirilir (Kutlu Gündoğdu ve Kahraman, 2019).

İşlemlerde ve gösterimlerde kolaylık sağlamak amacıyla bir ζ AD-KBS'si, $\zeta = \langle [a, b], [c, d], [e, f] \rangle$ biçiminde ifade edilebilir. Burada, üyelik derecesinin alt ve üst sınırları $[a, b]$, üye olmama derecesinin alt ve üst sınırları $[c, d]$ ve kararsızlık derecesinin alt ve üst sınırları $[e, f]$ ile gösterilir (Kutlu Gündoğdu ve Kahraman, 2019).

Bir AD-KBS topluluğu, $j = 1, \dots, n$ olmak üzere $\zeta_j = ([a_j, b_j], [c_j, d_j], [e_j, f_j])$ biçiminde ifade edilebilir. Bu bağlamda, $\zeta_1 = ([a_1, b_1], [c_1, d_1], [e_1, f_1])$ ve $\zeta_2 = ([a_2, b_2], [c_2, d_2], [e_2, f_2])$ iki AD-KBS'dir. AD-KBK'ler için temel işlemler, AD-KB Ağırlıklı Aritmetik Ortalama (ADKBAO), iki AD-KBS'nin uzaklığına ilişkin ölçü ($d(\zeta_1, \zeta_2)$), skor fonksiyonu ($\mathcal{S}(\zeta_1)$) ve doğruluk fonksiyonu ($\mathcal{A}(\zeta_1)$) $\lambda > 0$, $0 \leq w_j \leq 1$, $\sum_{j=1}^n w_j = 1$ olmak üzere aşağıda sunulmuştur (Kutlu Gündoğdu ve Kahraman, 2019; Menekşe ve Akdağ, 2022; Almulhim, 2024).

$$\zeta_1 \oplus \zeta_2 = \left\{ \left[(a_1^2 + a_2^2 - a_1^2 a_2^2)^{\frac{1}{2}}, (b_1^2 + b_2^2 - b_1^2 b_2^2)^{\frac{1}{2}} \right], [c_1 c_2, d_1 d_2], \left[((1 - a_2^2) e_1^2 + (1 - a_1^2) e_2^2 - e_1^2 e_2^2)^{\frac{1}{2}}, ((1 - b_2^2) f_1^2 + (1 - b_1^2) f_2^2 - f_1^2 f_2^2)^{\frac{1}{2}} \right] \right\} \quad (1)$$

$$\zeta_1 \otimes \zeta_2 = \left\{ [a_1 a_2, b_1 b_2], \left[(c_1^2 + c_2^2 - c_1^2 c_2^2)^{\frac{1}{2}}, (d_1^2 + d_2^2 - d_1^2 d_2^2)^{\frac{1}{2}} \right], \left[((1 - c_2^2) e_1^2 + (1 - c_1^2) e_2^2 - e_1^2 e_2^2)^{\frac{1}{2}}, ((1 - d_2^2) f_1^2 + (1 - d_1^2) f_2^2 - f_1^2 f_2^2)^{\frac{1}{2}} \right] \right\} \quad (2)$$

$$\lambda \cdot \zeta_1 = \left\{ \left[(1 - (1 - a_1^2)^\lambda)^{\frac{1}{2}}, (1 - (1 - b_1^2)^\lambda)^{\frac{1}{2}} \right], [c_1^\lambda, d_1^\lambda], \left[((1 - a_1^2)^\lambda - (1 - a_1^2 - e_1^2)^\lambda)^{\frac{1}{2}}, ((1 - b_1^2)^\lambda - (1 - b_1^2 - f_1^2)^\lambda)^{\frac{1}{2}} \right] \right\} \quad (3)$$

$$\zeta_1^\lambda = \left\{ [a_1^\lambda, b_1^\lambda], \left[(1 - (1 - c_1^2)^\lambda)^{\frac{1}{2}}, (1 - (1 - d_1^2)^\lambda)^{\frac{1}{2}} \right], \left[((1 - c_1^2)^\lambda - (1 - c_1^2 - e_1^2)^\lambda)^{\frac{1}{2}}, ((1 - d_1^2)^\lambda - (1 - d_1^2 - f_1^2)^\lambda)^{\frac{1}{2}} \right] \right\} \quad (4)$$

$$\zeta_1^C = ([e_1, f_1], [c_1, d_1], [a_1, b_1]) \quad (5)$$

$$ADKBAO_w(\zeta_1, \dots, \zeta_n) = w_1 \cdot \zeta_1 + \dots + w_n \cdot \zeta_n \quad (6)$$

$$= \left\{ \left[\left(1 - \prod_{j=1}^n (1 - a_j^2)^{w_j} \right)^{\frac{1}{2}}, \left(1 - \prod_{j=1}^n (1 - b_j^2)^{w_j} \right)^{\frac{1}{2}} \right], [c_j^{w_j}, d_j^{w_j}], \left[\left(\prod_{j=1}^n (1 - a_j^2)^{w_j} - \prod_{j=1}^n (1 - a_j^2 - e_j^2)^{w_j} \right)^{\frac{1}{2}}, \left(\prod_{j=1}^n (1 - b_j^2)^{w_j} - \prod_{j=1}^n (1 - b_j^2 - f_j^2)^{w_j} \right)^{\frac{1}{2}} \right] \right\}$$

$$d(\zeta_1, \zeta_2) = \frac{1}{4} (|a_1^2 - a_2^2| + |b_1^2 - b_2^2| + |c_1^2 - c_2^2| + |d_1^2 - d_2^2| + |e_1^2 - e_2^2| + |f_1^2 - f_2^2|) \quad (7)$$

$$\mathcal{S}(\zeta_1) = \frac{a_1^2 + b_1^2 - c_1^2 - d_1^2 - (e_1/2)^2 - (f_1/2)^2}{2} \quad (8)$$

$$\mathcal{A}(\zeta_1) = \frac{a_1^2 + b_1^2 + c_1^2 + d_1^2 + e_1^2 + f_1^2}{2} \quad (9)$$

3.4.2 Aralık Değerli Küresel Bulanık SWARA-CRADIS

Bu çalışmada, yerel medya işletmelerinin sorunlarının önem düzeylerinin belirlenmesi ve çözüm önerilerinin derecelendirilmesi amacıyla AD-KB-SWARA-CRADIS yöntemi kullanılacaktır. Bu noktada, kriterlerin ve seçeneklerin belirlenmesi sürecini takip eden iki aşamadan bahsetmek mümkündür. Bunlar, kriterlerin ağırlık değerlerinin belirlenmesi ve seçeneklerin tam sıralamalarının elde edilmesidir. Bununla birlikte, önerilen karar modelinin uygulama sürecine ilişkin tüm adımların, ayrıntılı biçimde izleyen kısımda verilmesinin yararlı olacağı kanaatine varılmıştır (Keršulienė vd., 2010; Puška vd., 2022; Aytekin vd., 2024; Chusi vd., 2024).

Adım 1- Probleme ilişkin kriterlerin ve seçeneklerin belirlenmesi amacıyla ilk uzman kurulunun oluşturulması: Yerel medya işletmelerinin sorunlarının ve bunlara ilişkin

çözüm stratejilerinin belirlenmesi amacıyla ilk uzman kurulunun oluşturulması işlemi gerçekleştirilir. Uzmanlar, yerel medya alanında uzun süreli deneyime sahip araştırma konusu hakkında derinlemesine bilgi sahibi kişiler arasından seçilir. İlk uzman kurulundaki üyeler $E_1, \dots, E_s$ ile gösterilir.

Adım 2- Kriterlerin ve seçeneklerin belirlenmesi: Bu çalışmada, yerel medya işletmelerinin sorunları kriterler olarak işleme alınacaktır. İlk uzman kurulu üyelerinden alınan görüşler ve oluşturulan listelerin birleştirilmesi işlemi gerçekleştirilir. Böylelikle, birbirinin aynısı olan ya da hata içeren ifadeler ayklanır. Ardından $j = 1, \dots, n$ ve $i = 1, \dots, m$ olmak üzere, kriter kümesi elemanları $C_1, \dots, C_n$ ve seçenek kümesi elemanları $A_1, \dots, A_m$ oluşturulur.

Adım 3- Son uzman kurulunun belirlenmesi: İlk uzman kurulundaki üyelerin, araştırmanın zamana yayılan süreci nedeniyle uygun olmama durumu gözetilerek uygunluğu araştırılır. Uygun olmayan üyeler yerine yenileri belirlenir. Böylelikle $k = 1, \dots, z$ olmak üzere, uzman kurulu üyeleri $U_1, \dots, U_z$ belirlenmiş olur.

Adım 4- Uzmanların kriterlerin önem düzeyi ve seçeneklerin tercih edilebilirliği/ performansı bağlamında değerlendirmeleri Tablo 3.1'deki dilsel ifadelerden yararlanılarak alınır.

Tablo 3.1 Kriterlerin ve Seçeneklerin Değerlendirilmesine İlişkin Dilsel İfadeler

Dilsel İfade	Kod	AD-KBS Karşılığı					
		a	b	c	d	e	f
Çok Çok Yüksek	ÇÇY	0.85	0.95	0.1	0.15	0.05	0.15
Çok Yüksek	ÇY	0.75	0.85	0.15	0.2	0.15	0.2
Yüksek	Y	0.55	0.65	0.25	0.3	0.25	0.3
Orta	O	0.5	0.55	0.4	0.55	0.35	0.4
Düşük	D	0.3	0.35	0.55	0.65	0.25	0.3
Çok Düşük	ÇD	0.2	0.25	0.65	0.75	0.2	0.25
Çok Çok Düşük	ÇÇD	0.1	0.15	0.85	0.95	0.05	0.15

Elde edilen dilsel değerlendirmeler Tablo 3.1'deki AD-KBS karşılıklarına dönüştürülür.

Buna göre $\tilde{t}_j^{(k)}$ k uzmanının j kriterinin önem düzeyine ilişkin değerlendirmesini, $\tilde{x}_{ij}^{(k)}$ ise k uzmanının i seçeneğinin j kriterindeki performansına ilişkin değerlendirmesini temsil eder.

Adım 5- Uzmanların ağırlıklarının belirlenmesi: Uzmanların değerlendirmelerine ilişkin ağırlık değerlerinin belirlenmesi amacıyla öncelikle, Tablo 3.1'deki dilsel ifadeler aracılığı ile eğitim (G_1), mesleki tecrübe (G_2), kurum (G_3) ve çalışılan pozisyon (G_4) faktörleri bağlamında uzmanlar değerlendirilir. Buna göre, ξ_{kg} g faktöründe k uzmanının

değerlendirmelerine verilen önem düzeyini temsil eder. Ardından, faktörlere eşit ağırlık verilmek üzere Eşitlik (6) ile bütünleşik AD-KB önem değerleri $\tilde{\xi}_k$ elde edilir. Eşitlik (8) ile $\mathcal{S}(\tilde{\xi}_k)$ değerleri hesaplandıktan sonra, uzmanlara ilişkin ağırlık değerleri Eşitlik (10) ile oluşturulur.

$$\lambda_k = \frac{\mathcal{S}(\tilde{\xi}_k)}{\sum_{k=1}^Z \mathcal{S}(\tilde{\xi}_k)} \quad (10)$$

Adım 6- Kriterlerin önem düzeyine ilişkin değerlendirmelerin bütünleştirilmesi: Uzmanların kriterlerin önem düzeyine ilişkin değerlendirmeleri Eşitlik (6) ile bütünleştirilir. Böylelikle, kriterlerin bütünleşik AD-KB önem değerleri $\tilde{t}_j$ elde edilir.

Adım 7- Kriterlere ilişkin pozitif değerli önem puanlarının oluşturulması: AD-KB-SWARA'nın etkin biçimde uygulanabilmesi amacıyla kriterlerin pozitif önem puanları Eşitlik (11) ile hesaplanır.

$$\varsigma_j = \mathcal{S}(\tilde{t}_j) + 1 \quad (11)$$

Adım 8- Kriterlerin göreceli önem değerlerinin oluşturulması: Kriterler, ς_j değerlerine göre büyükten küçüğe doğru sıralanır. Ardından, j. sıradaki kriter bir önceki sırada bulunan (j-1) kriter ile karşılaştırılır ($c_j = \varsigma_{j-1} - \varsigma_j$). İlk sıradaki kriter için göreceli önem değeri $c_j = 0$ kabul edilir.

Adım 9- Düzenlenmiş göreceli önem değerlerinin oluşturulması: Her bir kriter için Eşitlik (12) kullanılarak düzenlenmiş göreceli önem değeri κ_j hesaplanır.

$$\kappa_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ c_j + 1 & j > 1 \end{cases} \quad (12)$$

Adım 10- Normalize edilmemiş kriter ağırlıklarının oluşturulması: Her bir kriter için Eşitlik (13) kullanılarak normalize edilmemiş kriter ağırlıkları $\acute{\omega}_j$ hesaplanır.

$$\acute{\omega}_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ \frac{\acute{\omega}_{j-1}}{\kappa_j} & j > 1 \end{cases} \quad (13)$$

Adım 11- Kriterlerin ağırlıklarının bulunması: Kriterlerin ağırlık katsayıları Eşitlik (14) ile hesaplanır.

$$w_j = \frac{\omega_j}{\sum_{j=1}^n \omega_j} \quad (14)$$

Burada, $0 \leq w_j \leq 1$, $\sum_{j=1}^n w_j = 1$ 'dir.

Adım 12- Bütünleştirilmiş AD-KB karar matrisinin oluşturulması: Eşitlik (6) kullanılarak uzmanların seçeneklere ilişkin değerlendirmeleri birleştirilir. Böylelikle bütünleştirilmiş AD-KB karar matrisi $\tilde{X} = [\tilde{x}_{ij}]_{m \times n}$ oluşturulur.

Adım 13- İdeal ve anti-ideal çözüm değerlerinin belirlenmesi: Bu çalışmada kriterlerin optimizasyon yönleri ve Tablo 3.1'deki dilsel ifadeler dikkate alınarak ideal ve anti-ideal çözüm değerleri belirlenecektir. Buna göre, maliyet yönlü kriterlerde ÇÇD dilsel ifadesi, fayda yönlü kriterlerde ise ÇÇY dilsel ifadesine karşılık gelen AD-KBS karşılığı dikkate alınacaktır. İdeal çözüm değeri $\tilde{x}_{Bj}$, anti-ideal çözüm değeri ise $\tilde{x}_{Aj}$ ile gösterilecektir.

Adım 14- Ağırlıklandırılmış bütünleştirilmiş AD-KB karar matrisinin oluşturulması: Kriter ağırlıklarının problemin çözümüne yansıtılması amacıyla Eşitlik (15) yardımıyla ağırlıklandırılmış bütünleştirilmiş AD-KB karar matrisi $\tilde{R} = [\tilde{r}_{ij}]_{m \times n}$, ağırlıklandırılmış ideal çözüm değeri $\tilde{r}_{Bj}$ ve ağırlıklandırılmış anti-ideal çözüm değeri $\tilde{x}_{Aj}$ oluşturulur.

$$\tilde{r}_{ij} = w_j \cdot \tilde{x}_{ij} \quad (15)$$

Adım 15- İdeal çözümden uzaklıkların hesaplanması: Her bir seçeneğin, Eşitlik (7) aracılığı ile ideal çözümden uzaklığı Eşitlik (16) kullanılarak hesaplanır.

$$D_i^+ = \sum_{j=1}^n d(\tilde{r}_{ij}, \tilde{r}_{Bj}) \quad (16)$$

Adım 16- Anti-ideal çözümden uzaklıkların hesaplanması: Her bir seçeneğin, Eşitlik (7) aracılığı ile anti-ideal çözümden uzaklığı Eşitlik (17) kullanılarak hesaplanır.

$$D_i^- = \sum_{j=1}^n d(\tilde{r}_{ij}, \tilde{r}_{Aj}) \quad (17)$$

Adım 17- Fayda ölçülerinin bulunması: İdeal ve anti-ideal çözüm temelinde seçeneklere ilişkin fayda ölçüleri, sırasıyla Eşitlikler (18) ve (19) ile elde edilir.

$$K_i^+ = \frac{\min_i(D_i^+)}{D_i^+} \quad (18)$$

$$K_i^- = \frac{D_i^-}{\max_i(D_i^-)} \quad (19)$$

Adım 18- Genel fayda ölçüsünün bulunması: Seçeneklerin genel fayda ölçüleri Eşitlik (20) ile hesaplanır.

$$\varphi_i = \frac{K_i^+ + K_i^-}{2} \quad (20)$$

Seçenekler φ_i değerine göre büyükten küçüğe doğru sıralanır ve problemin çözümü tamamlanır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1 Uzmanların Belirlenmesi

Yerel medya işletmelerinin sorunlarını ve bunların çözümünü konu alan sınırlı sayıda çalışma olması araştırmanın ilk aşamasını biçimlendirmiştir. Bu noktada, doğrudan yerel medya işletmelerinde çalışmış, sorunlar ve çözümler üzerine bilgi sahibi uzmanlara danışılması doğru bir yaklaşım olarak ortaya çıkmıştır.

İzleyen alt bölümde öncelikle kriterlerin ve seçeneklerin belirlenmesi süreci üzerine durulacaktır. Ardından, ele alınan problemin çözümü için görüşlerine başvurulacak uzmanların belirlenmesi ve bunların nitelikleri ifade edilecektir.

Çalışmanın ilk aşamasında, sorunların ve çözüm önerilerinin belirlenmesi gerekmektedir. Literatür bölümünden hatırlanacağı üzere, çeşitli çalışmalar yerel medya işletmelerinin ve içerik üreticilerinin sorunlarını irdelemiştir. Bununla birlikte, Artvin özelinde bir çalışma gerçekleştirilmediği gözlemlenmiştir. Artvin'in coğrafi, ekonomik, toplumsal ve kültürel özellikleri göz önüne alınarak yerel medya alanında faaliyet göstermiş uzmanların görüşlerine başvurulmasının doğru bir yaklaşım olacağı düşünülmüştür. Bu noktada, literatürde yer verilen sorunların uzmanlara aktarılması yerine, onları yönlendirmeden açık biçimde görüşlerini alabilmek amacıyla görüşme ile sorun ve çözüm önerileri listelerinin oluşturulması kararlaştırılmıştır.

Çalışmanın yöntemi iki farklı zaman diliminde uzmanlarla görüşmeler gerçekleştirmeyi zorunlu kılmaktadır. Bunlardan ilki, sorunların ve çözüm önerilerinin listeler halinde belirtilmesidir. İkincisi ise bu listelerin kesinleştirilmesinin ardından, sorunların ve çözüm önerilerinin öncelik derecelerinin belirlenmesi amacıyla görüşlerin alınmasıdır. Dolayısıyla, iki süreç arasındaki zaman farkı ve bazı uzmanların görüşme sürecine, ikinci aşamada dâhil olamaması gibi nedenler, uzman kurullarının farklı üyeler içermesine neden olmuştur. İlk aşamada görüşlerine başvurulmuş bazı uzmanlar, ikinci aşamanın

yürütüldüğü dönemde iş yoğunluğu, zaman kısıtı ve benzeri gerekçelerle çalışmaya tekrar katılamamıştır. Birinci aşamada görüşüne başvurulana yedi uzmandan ikinci turda ikisi ile görüşülebilmektedir. Ancak her iki aşamada da araştırma konusuyla doğrudan ilişkili ve alanda yetkin uzmanlara ulaşılmıştır. Bu süreçte, ilk gruptan farklı, ancak alana hâkim yeni uzmanlarla ikinci veri toplama süreci gerçekleştirilmiştir. İlk turdaki uzmanlar $D = \{D_1, \dots, D_z\}$, ikinci turdaki uzmanlar ise $U = \{U_1, \dots, U_z\}$ ile gösterilmiştir. Uzmanların belirlenmesi sürecinde, yerel medya ve yerel medya işletmeciliği alanında çalışma, sektörün sorunları hakkında bilgi sahibi olma, samimi ve dürüst katılım gerçekleştirme ile eğitim düzeyi gibi faktörler dikkate alınmıştır. Tablo 4.1 ikinci turdaki uzmanların niteliklerine ilişkin bilgileri sunmaktadır.

Tablo 4.1 Uzmanlar ve Nitelikleri

	Uzman 1 (U1)	Uzman 2 (U2)	Uzman 3 (U3)	Uzman 4 (U4)	Uzman 5 (U5)	Uzman 6 (U6)	Uzman 7 (U7)
Meslek	Gazeteci	Gazeteci	İnternet Editörü	Gazeteci	Gazeteci/ Yayıncı	STK Çalışanı	Gazeteci/ İnternet Editörü
Eğitim Düzeyi	Yüksek Lisans	Lisans	Lisans	Lisans	Lisans İletişim	Lisans	Lisans
Tecrübe (yıl)	4	12	2	15	7	15	6
Pozisyon	Muhabir	Editör-Baskı Ustası	İnternet Editörü	Muhabir	Yayın Yönetmeni	Müdür	Yazı İşleri Müdürü

Araştırmada yer alan uzmanlar, Artvin ilinde yerel medya sektöründe aktif olarak görev yapmış veya halen görev yapmakta olan, medya alanında mesleki deneyime sahip, sektöre ilişkin uygulamalı bilgi ve birikimi olan kişilerdir. Bu kişiler; yerel medya kuruluşlarında yönetici, editör, muhabir ya da teknik personel gibi çeşitli görevlerde bulunmuş, medya politikaları, yayıncılık uygulamaları, yerel halkla ilişkiler gibi konularda deneyim kazanmış, sektörel değişimleri yakından takip eden ve yerel medya alanına dair bilgi üretiminde bulunabilecek kişiler arasından seçilmiştir. Uzmanların seçiminde, yalnızca mesleki deneyim değil; bulundukları kurumda karar alma süreçlerine katılmaları, yerel medya ortamına dair eleştirel ve çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirebilmeleri gibi nitelikler de göz önünde bulundurulmuştur. Bu sayede, araştırmanın temelini oluşturan görüşlerin sahaya hâkim, konuyla ilgili derinlikli bilgiye sahip kişilerden elde edilmesi sağlanmıştır.

Bu çalışmada, yerel medya işletmelerinin sorunları kriterler olarak kullanılacaktır. Uzmanların katılımları ile kriterlerin tespiti, kriterlerin önem düzeylerinin belirlenmesi ve seçeneklerin sıralanmasına ilişkin izleyen alt başlıklardaki bulgulara erişilmiştir.

4.2 Kriterlerin ve Seçeneklerin Belirlenmesi

İlk uzman kurulunda yer alan üyelerin sunduğu listeler bağlamında, Tablo 4.2'deki sorunlar ve çözüm önerileri oluşturulmuştur. Tablo 4.2'deki sorunlar, kriterler olarak dikkate alınacaktır. Ayrıca, çözüm önerileri de seçenekler olarak kabul edilecek ve problemin çözümü gerçekleştirilecektir.

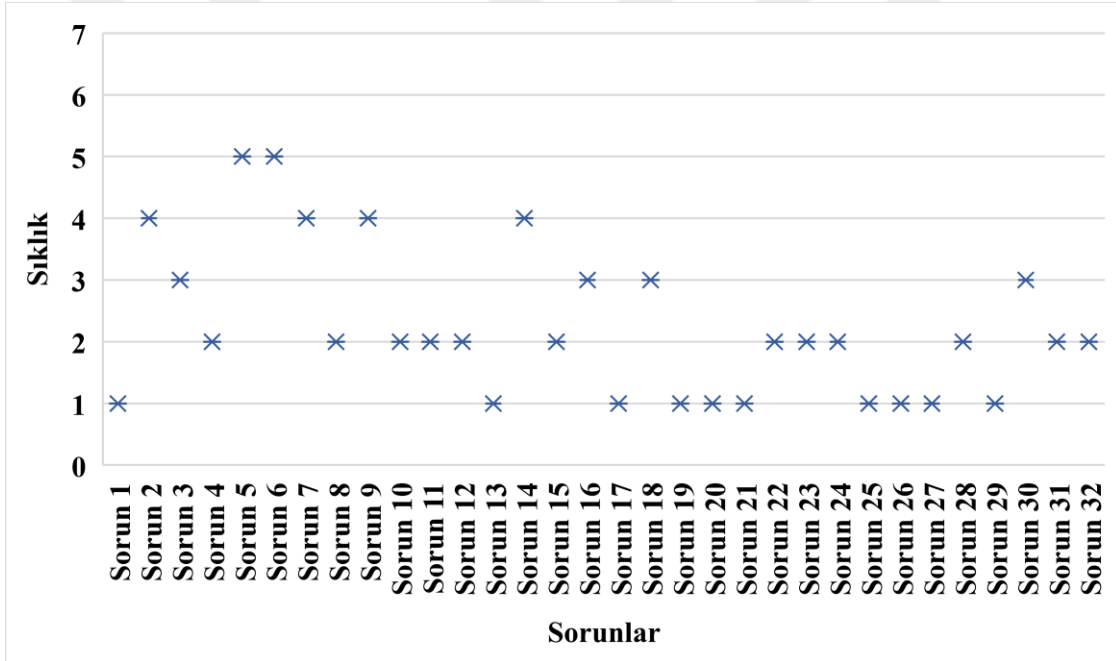
Tablo 4.2 Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri

Nu.	Sorunlar	UZMANLAR						
		D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
1	İş yeri kirası	X						
2	Kalifiye eleman bulamama	X	X	X				X
3	Reklam yetersizliği	X		X				X
4	BİK'ten ilan gelememe durumu	X						X
5	Coğrafi koşulların zorluğu	X	X	X			X	X
6	Maliyetler	X		X	X	X	X	
7	Yetkili kurumlardan bilgi almakta güçlük çekme	X		X		X	X	
8	Rekabet yetersizliği	X		X				
9	Sosyal medya haberciliğinin etkileri	X	X	X		X		
10	Çalışan ücretlerinin düşüklüğü		X	X				
11	Basın çalışanına olan güven		X				X	
12	Yetersiz ekipman		X	X				
13	BİK'in talepleri		X					
14	Kısıtlı haber kaynağı		X	X			X	X
15	Kadın gazeteci algısı		X				X	
16	Siyasetçilerin habere müdahalesi		X		X			X
17	İşverenin siyasi kimliğe sahip olması		X					
18	İkili ilişkilerin ön planda tutulması		X	X				X
19	Sigortasız eleman çalıştırma		X					
20	Çalışanların yerel medyaya olumsuz katkısı		X					
21	Çalışanların işte devamlı olmaması		X					
22	Ulaşım zorluğu			X	X			
23	Küçük şehir tanınırlığı/ linçlenme			X	X			
24	Nitelikli personelin göç isteği			X				X
25	Basın mensuplarının haklarının küçük illerde sınırlı olması			X				
26	Küçük illerde faaliyet alanlarının azlığı			X				
27	İşverenlerin meslekten olmaması/bilgilerinin azlığı			X				
28	Yayın organlarının dijital dönüşüme ayak uyduramaması			X				X
29	Gazeteciliği ikinci meslek olarak yapmak			X				
30	Çalışma saatlerinin zorluğu/ İzin günleri azlığı				X	X	X	

Tablo 4.2 Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri (Devamı)

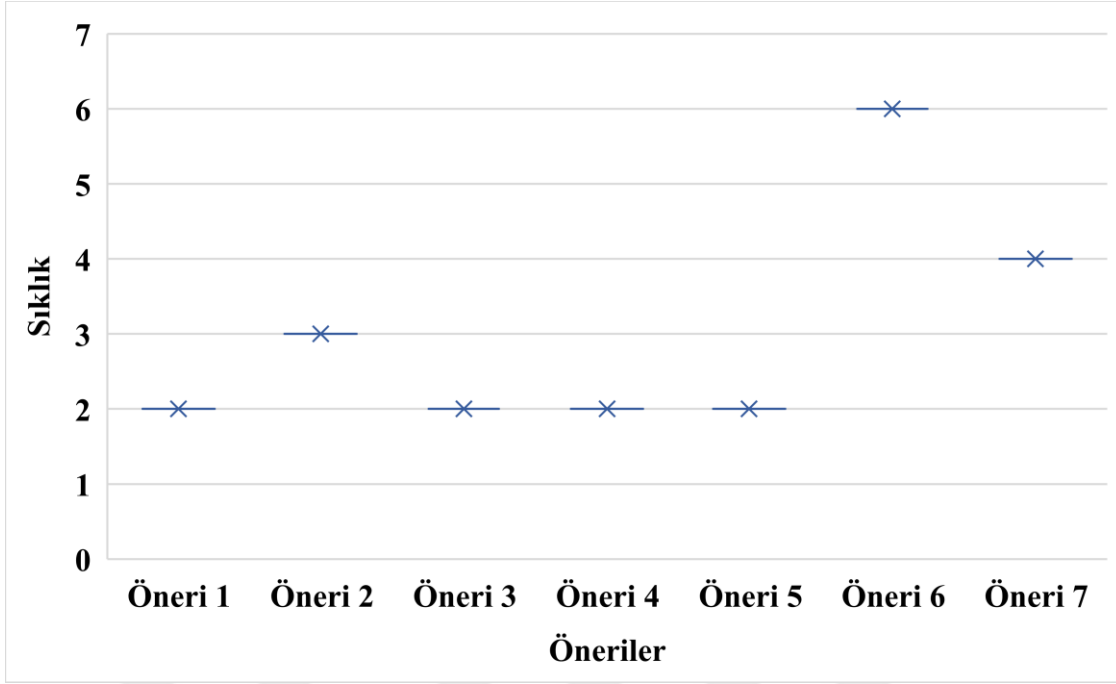
31	Mesleğe saygı duymama				X	X	
32	İş yükü fazlalığı					X	X
UZMANLAR							
Nu.	Çözüm Stratejileri	D1	D2	D3	D4	D5	D6 D7
1	Dijital Dönüşüm ve Teknoloji Kullanımı			X	X		
2	Gelir Modellerinin Çeşitlendirilmesi	X		X		X	
3	Yerel Topluluğa Odaklanma		X	X			
4	Yenilikçi Reklam Modelleri		X				X
5	Eğitim ve Kapasite Geliştirme		X	X			
6	Hukuki ve Düzenleyici Destek	X	X	X	X		X X
7	Erişilebilirlik ve Çeşitlilik		X	X			X X

Tablo 4.2’de yer verilen sorunları sıklıkları bağlamında görsel olarak Şekil 4.1’de görebiliriz.



Şekil 4.1 Yerel medyanın sorunlarının uzmanlar tarafından dile getirilme sıklıkları

Tablo 4.2’de yer verilen çözüm önerilerini sıklıkları bağlamında görsel olarak Şekil 4.2’de görebiliriz.



Şekil 4.2 Yerel medyanın sorunlarına yönelik çözüm önerilerinin uzmanlar tarafından dile getirilme sıklıkları

Tablo 4.2’de uzmanlar tarafından toplamda otuz iki farklı sorun ve yedi çözüm önerisinin dile getirildiği görülmektedir. 4 katılımcı tarafından yapılan değerlendirmeler ise, “Kalifiye eleman bulamama, Yetkili kurumlardan bilgi almakta güçlük çekme, Sosyal medya haberciliğinin etkileri, Kısıtlı haber kaynağı” konusu olmuştur. 3 katılımcı tarafından yapılan değerlendirmeler ise, “Reklam yetersizliği, Siyasetçilerin habere müdahalesi, İkili ilişkilerin ön planda tutulması, Çalışma saatlerinin zorluğu/ İzin günleri azlığı” şeklindedir.

İki katılımcı tarafından yapılan değerlendirmeler ise, “BİK’ten ilan gelememe durumu, Rekabet yetersizliği, Çalışan ücretlerinin düşüklüğü, Basın çalışanına olan güven, Yetersiz ekipman, Ulaşım zorluğu, Küçük şehir tanınırlığı/ linçlenme, Nitelikli personelin göç isteği, Yayın organlarının dijital dönüşüme ayak uyduramaması, Mesleğe saygı duymama, İş yükü fazlalığı” konusu olmuştur. Form içerisinde katılımcılardan yalnızca 1’i; “İş yeri kirası, BİK’in talepleri, İşverenin siyasi kimliğe sahip olması, Sigortasız eleman çalıştırma, Çalışanların yerel medyaya olumsuz katkısı, Çalışanların işte devamlı olmaması, Basın mensuplarının haklarının küçük illerde sınırlı olması, Küçük illerde faaliyet alanlarının azlığı, İşverenlerin meslekten olmaması/bilgilerinin azlığı, Gazeteciliği ikinci meslek olarak yapmak” konusunda değerlendirmede bulunmuştur.

4.3 Kriterlerin Ağırlık Katsayılarının Belirlenmesi

Kriterlerin ağırlık değerlerinin belirlenebilmesi amacıyla öncelikle uzmanların dilsel değerlendirmeleri bir önceki bölümde yer verilen dilsel değerlendirme ölçeği aracılığı ile alınmıştır. Uzmanların kriterlerin önem düzeylerine ilişkin dilsel değerlendirmeleri Tablo 4.3’de verilmiştir.

Tablo 4.3 Kriterlerin Önem Düzeylerine İlişkin Uzman Değerlendirmeleri

Uzman	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16
U1	O	O	Y	Y	Y	ÇY	O	Y	ÇY	ÇÇY	Y	Y	Y	ÇY	O	Y
U2	ÇY	O	ÇD	O	ÇÇY	Y	O	D	Y	D	O	ÇD	Y	ÇY	O	O
U3	Y	ÇY	Y	O	Y	Y	Y	O	ÇÇY	Y	O	Y	Y	ÇY	Y	ÇY
U4	ÇY	ÇY	ÇÇY	D	ÇÇY	Y	D	Y	Y	Y	ÇÇY	Y	ÇY	O	D	D
U5	ÇY	ÇY	ÇÇY	Y	O	Y	D	D	O	O	O	Y	ÇÇY	Y	ÇD	O
U6	ÇY	Y	ÇY	Y	Y	ÇY	Y	Y	Y	Y	Y	Y	O	Y	O	Y
U7	ÇY	ÇÇY	Y	O	ÇY	Y	O	O	Y	ÇY	D	Y	ÇY	Y	O	Y
Uzman	C17	C18	C19	C20	C21	C22	C23	C24	C25	C26	C27	C28	C29	C30	C31	C32
U1	ÇY	ÇY	ÇY	Y	Y	Y	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	Y	Y	ÇY	ÇY	ÇÇY
U2	Y	O	D	D	O	ÇY	O	O	O	ÇY	Y	Y	Y	Y	O	ÇY
U3	Y	Y	D	D	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	Y	O	Y	ÇÇY	O	ÇY
U4	O	Y	D	ÇD	ÇD	ÇY	ÇY	Y	Y	O	Y	O	O	ÇY	O	ÇY
U5	Y	Y	O	D	O	Y	ÇY	ÇÇY	ÇÇY	ÇÇY	ÇÇY	Y	ÇÇY	ÇÇY	Y	Y
U6	O	Y	Y	Y	Y	ÇY	Y	ÇY	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
U7	O	ÇY	Y	O	O	ÇY	ÇÇY	ÇÇY	ÇÇY	Y	Y	Y	O	ÇÇY	Y	ÇÇY

Uzmanların değerlendirmelerine eğitim, mesleki tecrübe, çalışılan kurum ve pozisyon dikkate alınarak farklı ağırlıklar verilmesi amacıyla Tablo 4.4’teki dilsel değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4.4 Uzmanların Değerlendirmelerinin Önceliklendirilmesi

Faktör	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7
Eğitim	ÇY	Y	Y	Y	Y	Y	Y
Mesleki Tecrübe	O	ÇY	D	ÇY	Y	ÇY	Y
Kurum	ÇY	ÇY	ÇY	Y	Y	O	Y
Çalışılan Pozisyon	Y	ÇY	O	Y	ÇY	ÇY	O

Üçüncü bölümde yer verilen hesaplamalar neticesinde uzmanları ağırlık değerleri izleyen biçimde bulunmuştur: $\lambda_1 = 0.1625$, $\lambda_2 = 0.1915$, $\lambda_3 = 0.1075$, $\lambda_4 = 0.1406$, $\lambda_5 = 0.1406$, $\lambda_6 = 0.1602$, $\lambda_7 = 0.0970$. Uzmanların dilsel değerlendirmelerinin AD-KBS karşılıklarına dönüştürülmesinin ardından toplulaştırma işlemi gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, bütünleştirilmiş AD-KB kriter önem değerleri Tablo 4.5’de sunulmuştur.

Tablo 4.5 AD-KB Kriter Önem Değerleri

C1						C2						C3						C4					
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f
0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.
70	80	16	22	03	05	67	78	19	26	05	07	68	81	17	22	02	05	50	58	26	34	08	11
56	70	01	34	75	58	39	06	08	94	17	25	49	14	07	67	77	46	48	31	86	97	70	80
C5						C6						C7						C8					
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f
0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.
71	83	14	20	03	05	63	73	15	20	04	06	47	54	33	44	09	12	47	55	28	36	07	10
00	31	97	52	52	84	24	76	58	26	65	93	26	10	24	47	17	43	61	70	55	10	61	65
C9						C10						C11						C12					
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f
0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.
63	75	16	21	05	07	62	74	17	23	04	07	59	70	23	31	07	09	50	60	23	29	05	08
91	18	37	86	09	52	44	28	52	91	90	54	24	08	29	49	16	91	84	53	97	40	98	84
C13						C14						C15						C16					
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f
0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.
66	78	16	22	04	06	65	75	15	20	04	06	45	51	36	50	10	13	54	63	24	32	07	10
72	14	75	39	56	86	71	97	50	86	72	82	64	39	69	01	00	48	27	03	67	20	62	41
C17						C18						C19						C20					
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f
0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.
57	66	20	27	07	10	61	71	17	23	05	08	51	60	25	33	06	08	41	49	33	41	06	09
83	88	38	52	57	17	10	06	60	35	93	29	55	60	54	08	26	98	73	31	79	81	72	70
C21						C22						C23						C24					
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f
0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.
53	61	26	34	08	10	70	80	13	18	03	05	70	81	13	19	03	05	73	84	12	18	03	05
31	68	44	85	00	87	43	84	98	60	18	12	70	46	88	39	81	77	15	48	98	48	24	26
C25						C26						C27						C28					
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f
0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.
70	82	14	19	03	05	70	81	13	18	03	05	65	77	14	19	04	06	53	62	22	28	07	10
65	35	08	72	80	97	77	90	63	92	60	67	73	51	86	62	12	58	84	83	43	67	70	57
C29						C30						C31						C32					
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f
0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.	0.
61	72	19	25	06	08	74	86	11	16	02	04	57	66	20	28	07	10	74	85	10	15	02	04
37	78	62	85	05	68	80	59	47	08	24	48	66	56	79	23	80	43	34	81	83	41	34	51

Kriterlerin ağırlık katsayılarının belirlenmesi amacıyla AD-KB-SWARA'nın uygulanması ile Tablo 4.6'daki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 4.6 AD-KB-SWARA Sonuçları

Kriter	ζ_j	C_j	κ_j	ω_j	Ağırlık Katsayısı	Önem Sırası
K30	0.6348	0	1	1	0.0392	1
K32	0.6264	0.008	1.008	0.992	0.0389	2
K24	0.5985	0.028	1.028	0.965	0.0378	3
K5	0.5663	0.032	1.032	0.935	0.0367	4
K25	0.5586	0.008	1.008	0.928	0.0364	5

Tablo 4.6 AD-KB-SWARA Sonuçları (Devamı)

K26	0.5581	0.001	1.001	0.927	0.0364	6
K23	0.5527	0.005	1.005	0.922	0.0362	7
K22	0.5472	0.005	1.005	0.917	0.0360	8
K1	0.5362	0.011	1.011	0.907	0.0356	9
K3	0.5230	0.013	1.013	0.895	0.0351	10
K13	0.4879	0.035	1.035	0.865	0.0339	11
K27	0.4854	0.003	1.003	0.863	0.0338	12
K2	0.4762	0.009	1.009	0.855	0.0335	13
K14	0.4699	0.006	1.006	0.849	0.0333	14
K9	0.4485	0.021	1.021	0.832	0.0326	15
K6	0.4385	0.010	1.010	0.823	0.0323	16
K10	0.4259	0.013	1.013	0.813	0.0319	17
K29	0.3991	0.027	1.027	0.792	0.0311	18
K18	0.3951	0.004	1.004	0.789	0.0309	19
K11	0.3425	0.053	1.053	0.749	0.0294	20
K17	0.3303	0.012	1.012	0.740	0.0290	21
K31	0.3241	0.006	1.006	0.736	0.0289	22
K28	0.2739	0.050	1.050	0.701	0.0275	23
K16	0.2615	0.012	1.012	0.692	0.0271	24
K12	0.2391	0.022	1.022	0.677	0.0265	25
K21	0.2344	0.005	1.005	0.674	0.0264	26
K19	0.2276	0.007	1.007	0.669	0.0262	27
K4	0.1975	0.030	1.030	0.650	0.0255	28
K8	0.1604	0.037	1.037	0.626	0.0246	29
K7	0.1009	0.060	1.060	0.591	0.0232	30
K20	0.0624	0.038	1.038	0.569	0.0223	31
K15	0.0403	0.022	1.022	0.557	0.0218	32

Tablo 4.6'daki sonuçlara göre en önemli kriter K30 "Çalışma saatlerinin zorluğu/ İzin günleri azlığı" olmuştur. Yerel medya çalışanlarının karşı karşıya kaldığı yoğun iş yükü ve düzensiz çalışma saatleri, fiziksel ve psikolojik açıdan tükenmişliğe yol açmakta; bu durum hem iş gücü verimliliğini azaltmakta hem de sektörde sürdürülebilir istihdamı güçleştirmektedir. Çalışanların yeterli dinlenme imkânı bulamaması ve özel yaşam-iş yaşamı dengelerinin bozulması, mesleki motivasyon üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bu nedenle söz konusu kriter, uzmanlar tarafından öncelikli bir sorun alanı olarak değerlendirilmiştir.

İkinci en önemli kriter K32 "İş yükü fazlalığı" olmuştur. Yerel medya işletmelerinde yaşanan personel yetersizliği ve çalışanlardan çoklu görev beklentisi, iş yükü fazlalığını kurumsal düzeyde kronik bir sorun hâline getirmektedir. Kısıtlı insan kaynağı ile sürdürülen yoğun iş süreçleri, çalışanlar üzerinde sürekli bir performans baskısı oluşturmakta ve bu durum hem iş kalitesinin düşmesine hem de mesleki tükenmişlik

riskinin artmasına neden olmaktadır. Sonuç olarak, iş yükü fazlalığı, sektörde iş doyumunu azaltan ve çalışan bağlılığını zayıflatan temel etmenlerden biri olarak öne çıkmaktadır.

Üçüncü en önemli kriter K24 “Nitelikli personelin göç isteği” olmuştur. Nitelikli personelin göç eğilimi, yerel medya işletmelerinin kurumsal sürdürülebilirliği açısından yapısal bir sorun alanı olarak öne çıkmaktadır. Uzmanlık sahibi çalışanların büyükşehirlere veya ulusal medya kuruluşlarına yönelmesi, yerel düzeyde bilgi birikiminin ve mesleki deneyimin kaybına neden olmakta; bu durum, yerel medyanın profesyonel kapasitesini önemli ölçüde zayıflatmaktadır. Söz konusu eğilim, uzun vadede kurumsal hafızanın aşınmasına ve yayıncılık kalitesinin düşmesine yol açarak, sektörde derinleşen bir nitelik sorunu yaratmaktadır. Bu bağlamda, ilgili kriter uzmanlar tarafından yerel medya yapılanması açısından stratejik bir tehdit olarak değerlendirilmiştir.

4.4 Seçeneklerin Sıralamalarının Belirlenmesi

Uzmanların çözüm stratejilerine ilişkin dilsel değerlendirmeleri bir önceki bölümde yer verilen dilsel değerlendirme ölçeği aracılığı ile alınmıştır. Buna göre, uzman değerlendirmeleri Ek-1’de verilmiştir.

Uzmanların dilsel değerlendirmeleri AD-KBS karşılıklarına dönüştürülmüştür. Ardından, Eşitlik (6) ile toplulaştırma işlemi gerçekleştirilmiş ve bütünleştirilmiş AD-KB karar matrisi oluşturulmuştur. Bütünleştirilmiş AD-KB karar matrisi elemanları EK-1’de sunulmuştur. Bu çalışmada, kriterlerden sadece K11 fayda yönlü iken diğerleri maliyet yönlüdür. Bu bağlamda, K11 için ÇÇY, diğer kriterler için ÇÇD dilsel ifadeleri ideal çözüm olarak benimsenmiştir. Benzer biçimde, ÇÇD ifadesi K11’de, ÇÇY ifadesi ise diğer kriterlerde anti-ideal çözüm olarak kabul edilmiştir. Kriterlerin ağırlık katsayılarının çözümlere yansıtılmasının ardından, ideal ve anti-ideal çözümden uzaklıklar hesaplanmıştır. AD-KB-CRADIS işlem adımlarının tamamlanması ile Tablo 4.7’deki sıralama sonuçlarına ulaşılmıştır.

Tablo 4.7 AD-KB-CRADIS Sonuçları

	D_i^+	D_i^-	K_i^+	K_i^-	φ_i	Sıralama
A1	1.9822	1.6096	0.7323	0.7539	0.7431	7
A2	1.9644	1.6203	0.7389	0.7589	0.7489	6
A3	1.7450	1.8348	0.8318	0.8594	0.8456	2
A4	1.8463	1.7422	0.7861	0.8160	0.8011	5
A5	1.8207	1.7567	0.7972	0.8228	0.8100	4

Tablo 4.7 AD-KB-CRADIS Sonuçları (Devamı)

A6	1.4515	2.1351	1.0000	1.0000	1.0000	1
A7	1.7480	1.8319	0.8304	0.8580	0.8442	3

Tablo 4.7’deki sonuçlar incelendiğinde ilk sırada A6 “Hukuki ve Düzenleyici Destek” stratejisinin olduğu görülmektedir. Bu stratejinin ilk sırada yer alması, yerel medya işletmelerinin karşı karşıya bulunduğu yapısal ve yönetsel sorunların çözümünde hukuki zeminin belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Mevcut mevzuatın karmaşıklığı, uygulamadaki belirsizlikler ve düzenleyici kurumların yetersizliği, bu işletmelerin sürdürülebilirliklerini tehdit eden temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, hukuki ve düzenleyici çerçevenin güçlendirilmesi, yalnızca mevcut sorunların giderilmesine katkı sunmakla kalmayacak, aynı zamanda yerel medyanın işleyişine ilişkin uzun vadeli yapısal iyileştirmeleri de beraberinde getirecektir. Hukuki belirliliğin sağlanması, işletmelerin planlama ve yatırım kararlarını daha sağlıklı biçimde alabilmelerine imkân tanırken, aynı zamanda sektördeki aktörlerin eşit rekabet koşulları içerisinde faaliyet göstermesine olanak sağlayacaktır. Öte yandan, bağımsız ve çoğulcu bir medya ortamının tesisi için de adil, şeffaf ve destekleyici bir düzenleyici yapının varlığı elzemdir. Bu çerçevede, hukuki ve düzenleyici destek stratejisinin ilk sırada yer alması, yerel medya sektöründe yapısal dönüşüm ihtiyacının en somut göstergelerinden biri olarak değerlendirilebilir.

İkinci sırada ise A2 “Yerel Topluluğa Odaklanma” yer almaktadır. Bu stratejinin öne çıkması, yerel medya işletmelerinin varlıklarını sürdürebilmek ve toplumsal işlevlerini yerine getirebilmek adına yerel halkla olan etkileşimlerini güçlendirme gereksinimlerine işaret etmektedir. Yerel medya, ulusal veya küresel medya kuruluşlarından farklı olarak, doğrudan içinde bulunduğu topluluğun ihtiyaçlarına, sorunlarına ve beklentilerine yanıt verme sorumluluğunu taşımaktadır. Bu çerçevede, toplulukla kurulan güçlü bağ, yalnızca medya içeriklerinin daha nitelikli ve ilgili kılınmasına değil, aynı zamanda medya kuruluşunun güvenilirliğinin ve sosyal meşruiyetinin artmasına da katkı sunmaktadır. Yerel topluluğa odaklanma stratejisi, aynı zamanda medya tüketicisinin aktif birer paydaş haline gelmesini sağlayarak izleyici/okuyucu bağlılığını artırmakta ve katılımcı bir iletişim ortamı oluşturmaktadır. Bu durum, hem ekonomik sürdürülebilirlik açısından reklam verenlerin dikkatini çekmekte hem de toplumsal etkisi yüksek bir yayıncılık anlayışının gelişmesine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla, bu stratejinin öncelikli konumda değerlendirilmesi, yerel medyanın sadece bir bilgi aktarıcısı değil, aynı zamanda bir topluluk aktörü olarak yeniden konumlanması gerekliliğini vurgulamaktadır.

Yerel halkın gündemini yansıtan, yerel sorunlara duyarlı ve toplumsal bağları pekiştiren bir yayıncılık anlayışı, sektördeki güven krizini aşmada ve yerel medyanın işlevsel kapasitesini artırmada önemli bir rol oynayacaktır. Bu strateji, yerel medya işletmelerinin karşılaştığı temel sorunlardan biri olan toplumla bağ kuramama, içeriklerin ilgisizlik nedeniyle etkisiz kalması ve ekonomik sürdürülebilirlik eksikliği gibi yapısal problemlerin giderilmesine doğrudan katkı sunmaktadır. Yerel topluluğa odaklanmak hem izleyici sadakatini artırmakta hem de reklam ve sponsorluk gibi gelir kaynaklarını çeşitlendirme potansiyeli taşımaktadır.

Üçüncü sırada ise A7 “Erişilebilirlik ve Çeşitlilik” bulunmaktadır. Yerel medya işletmelerinin daha kapsayıcı ve toplumun tüm kesimlerine hitap edebilen bir yayın anlayışına duyduğu gereksinimi yansıtmaktadır. Bu stratejinin öncelikli sıralarda yer alması, yerel medyanın yalnızca belirli bir demografiye değil, farklı yaş grupları, kültürel kimlikler ve sosyoekonomik arka planlara sahip bireyler dahil olmak üzere daha geniş bir toplumsal kesime ulaşma arzusunun bir göstergesidir. Özellikle dijital dönüşümün hız kazandığı günümüzde, medya içeriklerine erişimin yalnızca teknik değil, aynı zamanda kültürel ve dilsel açıdan da çeşitlendirilmesi gerekmektedir.

Bu strateji, yerel medyanın en temel sorunlarından biri olan sınırlı izleyici kitlesi sorununu aşma potansiyeline sahiptir. Erişilebilirliğin artırılması, farklı platformlarda yayın yapma kapasitesini geliştirmeyi; çeşitlilik ise içeriklerin çoğulculuk ilkesine uygun biçimde üretilmesini gerektirir. Böylece hem toplumun daha geniş kesimlerine ulaşılması mümkün olmakta hem de medya kuruluşlarının içerik üretiminde tek seslilikten kurtularak çoğulcu bir yapıya evrilmesi sağlanmaktadır. Bu durum hem izleyici sayısının hem de etkileşim düzeyinin artmasına katkı sunarak, medya işletmelerinin hem ekonomik hem de toplumsal sürdürülebilirliğini destekleyen bir zemin oluşturmaktadır. Bu strateji, yerel medya işletmelerinin sınırlı kitleye hitap etme ve toplumsal temsildeki eksiklik gibi sorunları çözme potansiyeline sahiptir. Erişilebilirliğin artırılması, medya içeriklerinin daha geniş bir coğrafi ve demografik kitleye ulaşmasını sağlarken, çeşitlilik ise farklı toplumsal grupların seslerinin duyurulmasına imkân tanır. Bu strateji, yerel medya kuruluşlarının sosyal meşruiyetini artırarak, katılımcı medya yapılarının oluşmasına katkı sunar ve ekonomik sürdürülebilirliklerini destekler.

4.5 Tartışma

Araştırmanın ilk aşamasında, Artvin ilinde faaliyet gösteren yerel medya işletmelerinin karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm stratejilerinin belirlenmesi amaçlandı. Artvin yerel medyasında deneyime ve konu hakkında derin bilgiye sahip uzman kişilere ulaşıldı. Yedi uzman yerel medya işletmelerinin karşılaştıkları temel sorunları ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerini ortaya koydu.

Araştırmanın bu bölümünde, uzman görüşlerine dayalı olarak belirlenen sorunlar ve çözüm önerileri, daha sistematik ve analiz edilebilir bir biçimde incelenebilmesi amacıyla, literatür taraması doğrultusunda oluşturulan tematik kategoriler çerçevesinde tablo biçiminde sunulmaktadır. Tablo 4.8 üç ana başlık altında düzenlenmiştir. “Literatür taraması kapsamında oluşturulan tematik kategoriler”, “Artvin ili yerel medya işletmelerine ilişkin uzman görüşleri doğrultusunda belirlenen sorunlar” ve “Artvin ili yerel medya işletmelerine ilişkin uzman görüşleri temelinde geliştirilen çözüm önerileri” sınıflandırılarak tablo haline getirilmiştir.

Tablo 4.8 Artvin Yerel Medyasındaki Sorun ve Çözüm Önerilerinin Tematik Sınıflandırılması

Literatür Taraması Kapsamında Oluşturulan Tematik Kategoriler	Artvin İli Yerel Medya İşletmelerine İlişkin Uzman Görüşleri Doğrultusunda Belirlenen Sorunlar	Artvin İli Yerel Medya İşletmelerine İlişkin Uzman Görüşleri Doğrultusunda Belirlenen Çözüm Önerileri
Ekonomik Sorunlar	İş Yeri Kirası, Maliyetler, Çalışan Ücretlerinin Düşüklüğü, Sigortasız Eleman Çalıştırma, Gazeteciliği İkinci Meslek Olarak Yapmak, İş Yüğü Fazlalığı	Gelir Modellerinin Çeşitlendirilmesi, Yenilikçi Reklam Modelleri
Teknolojik ve Dijital Altyapı Sorunları	Yetersiz Ekipman, Yayın Organlarının Dijital Dönüşüme Ayak Uyduramaması Kalifiye Eleman Bulamama, Çalışanların İşlerinde Devamlı Olmaması,	Dijital Dönüşüm ve Teknoloji Kullanımı
İstihdam ve Nitelikli Personel Eksikliği	Nitelikli Personelin Göç İsteği, Çalışanların Yerel Medyaya Olumsuz Katkısı	Eğitim ve Kapasite Geliştirme

Tablo 4.8 Artvin Yerel Medyasındaki Sorun ve Çözüm Önerilerinin Tematik Sınıflandırılması (Devamı)

Yapısal ve Kurumsal Sorunlar	Basın İlan Kurumunun Talepleri, İşverenlerin Meslekten Olmaması/Bilgilerinin Azlığı, Çalışma Saatlerinin Zorluğu / İzin Günleri Azlığı, Mesleğe Saygı Duymama	Eğitim ve Kapasite Geliştirme, Gelir Modellerinin Çeşitlendirilmesi
Hukuki ve İdari Engeller	Yetkili Kurumlardan Bilgi Almakta Güçlük Çekme, Basın Mensuplarının Haklarının Küçük İllerde Sınırlı Olması	Hukuki ve Düzenleyici Destek
İçerik Üretimi ve Habercilik Kalitesi	Reklam Yetersizliği, Kısıtlı Haber Kaynağı Basın Çalışanına Olan Güven,	Yerel Topluluğa Odaklanma, İçerikte Erişilebilirlik ve Çeşitlilik
Dağıtım ve Erişim Sorunları	Sosyal Medya Haberciliğinin Etkileri Coğrafi Koşulların Zorluğu, Ulaşım Zorluğu, Küçük Şehir Tanınırlığı/ Linçlenme, Küçük İllerde Faaliyet Alanlarının Azlığı	Yerel Topluluğa Odaklanma, Erişilebilirlik ve Çeşitlilik
Medya-Siyaset İlişkisi ve Etik Sorunlar	Basın İlan Kurumu'ndan İlan Gelememe Durumu, Kadın Gazeteci Algısı, Siyasetçilerin Habere Müdahalesi, İşverenin Siyasi Kimliğe Sahip Olması, İkili İlişkilerin Ön Planda Tutulması, Rekabet Yetersizliği	Hukuki ve Düzenleyici Destek, Eğitim ve Kapasite Geliştirme

Bu çalışmanın ilgili bölümünde, literatür taramasının ardından sekiz ana başlık altında sınıflandırılan sorunlar, Artvin ili yerel medya işletmelerine ilişkin uzman görüşleri doğrultusunda belirlenen bulgularla karşılaştırmalı olarak değerlendirilecektir. Yapılan analizler sonucunda, literatürde tespit edilen sorunlar ile uzman görüşlerinden elde edilen sorunların büyük ölçüde örtüştüğü gözlemlenmiştir. Genel olarak sorunların birbirine yakın ve ilişkili nitelikte olduğu ifade edilebilir.

Yapılan araştırmalar, yerel medya işletmelerinin sürdürülebilirliğini doğrudan tehdit eden ciddi ekonomik sorunlarla karşı karşıya olduğunu ortaya koymuştur. Uzman görüşleri de bu bulguları desteklemektedir. Uzmanlar; iş yeri kirası, maliyetler, çalışan ücretlerinin düşüklüğü, sigortasız eleman çalıştırma, gazeteciliği ikinci meslek olarak yapmak ve iş yükü fazlalığı gibi temel sorunları dile getirmiştir. Uzmanların bu sorunlara yönelik çözüm önerileri arasında ise gelir modellerinin çeşitlendirilmesi ve yenilikçi reklam modellerinin geliştirilmesi bulunmaktadır.

Yerel medya kuruluşlarının dijital dönüşüme uyum sağlamakta güçlük çekmesi ve teknolojik donanım eksiklikleriyle karşı karşıya olması, haber üretim ve yayım süreçlerinde ciddi ölçüde verim kayıplarına neden olmaktadır. Uzmanların yaklaşımları da bu durumu doğrular niteliktedir. Uzmanlar; yetersiz ekipman ve yayın organlarının dijital dönüşüme ayak uyduramamasını, yerel medyanın karşılaştığı başlıca sorunlar arasında göstermektedir. Uzmanların bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri ise dijital dönüşüm süreçlerinin hızlandırılması ve teknoloji kullanımının yaygınlaştırılması yönünde şekillenmektedir.

Yerel medya sektöründe nitelikli iş gücü eksikliği hem içerik üretiminde hem de kurumsal işleyişin sürdürülebilirliğinde önemli aksaklıklara neden olmaktadır. Alanında uzman kişiler de bu görüşü doğrulamaktadır. Uzmanlar; kalifiye eleman temininde yaşanan güçlükler, çalışanların iş sürekliliğini sağlayamaması, nitelikli personelin göç isteği ve mevcut personelin kuruma katkısının sınırlı kalması gibi sorunlara dikkat çekmiştir. Uzmanların bu sorunlara yönelik çözüm önerileri ise eğitim olanaklarının artırılması ve kapasite geliştirme faaliyetlerinin yaygınlaştırılması şeklinde ifade edilmiştir.

Yerel medya işletmeleri, çoğu zaman profesyonel yönetim anlayışından yoksun ve kurumsal yapıdan uzak bir biçimde faaliyet göstermektedir. Uzman görüşleri de bu durumu destekler niteliktedir. Uzmanlar; Basın İlan Kurumu'nun çeşitli talepleri, işverenlerin mesleki yeterlilikten uzak oluşu ya da bilgi eksikliği, uzun ve düzensiz çalışma saatleri ile yetersiz izin günleri ve mesleğe karşı saygı eksikliği gibi unsurları temel sorun alanları olarak ifade etmiştir. Bu sorunlara yönelik önerilen çözüm yaklaşımları ise eğitim ve kapasite geliştirme uygulamalarının yaygınlaştırılması ile gelir modellerinin çeşitlendirilmesi şeklinde öne çıkmaktadır.

Yerel medya kuruluşlarının kamu kurumlarından bilgi edinme süreçlerinde karşılaştığı güçlükler, basın özgürlüğü ve kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi açısından önemli bir engel oluşturmaktadır. Bu durum, uzman görüşleriyle de örtüşmektedir. Uzmanlar; özellikle yetkili kurumlardan bilgi temininde yaşanan zorlukları ve küçük yerleşim birimlerinde görev yapan basın mensuplarının sahip olduğu hakların sınırlı kalmasını başlıca sorunlar arasında göstermektedir. Bu sorunlara yönelik önerilen çözüm ise hukuki ve düzenleyici mekanizmalarla yerel medyaya destek sağlanması şeklinde ifade edilmiştir.

Yerel medya işletmeleri, nitelikli ve özgün içerik üretimi konusunda çeşitli yapısal ve çevresel kısıtlamalarla karşı karşıya kalmaktadır. Konuyla ilgili uzmanlar da benzer şekilde düşünmektedir. Uzmanlar; reklam gelirlerinin yetersizliği, haber kaynaklarının sınırlılığı, basın çalışanlarına duyulan güven eksikliği ve sosyal medya haberciliğinin geleneksel medya üzerindeki olumsuz etkileri gibi faktörleri başlıca sorun alanları olarak tanımlamıştır. Bu sorunlara yönelik çözüm önerileri ise yerel topluluklara odaklanması, içerik üretiminde erişilebilirliğin artırılması ve çeşitliliğin sağlanması şeklinde ifade edilmiştir.

Zorlayıcı coğrafi koşullar, ulaşım olanaklarının kısıtlılığı ve küçük ölçekli şehirlerde faaliyet gösteren medya organlarının sınırlı görünürlüğe sahip olması, haberin topluma etkin bir biçimde ulaştırılmasını engelleyen başlıca etmenler arasında yer almaktadır. Uzman görüşleri de bu tespiti desteklemektedir. Uzmanlar; coğrafi engeller, ulaşım zorlukları, küçük şehirlerde tanınırlığın düşük olması ya da kamuoyunun olumsuz tepkisine maruz kalma riski ile bu şehirlerdeki medya faaliyet alanlarının yetersizliğini önemli sorunlar olarak belirtmiştir. Bu sorunlara yönelik çözüm önerileri ise yerel topluluklara daha fazla odaklanması, içerik ve hizmetlerde erişilebilirliğin artırılması ile çeşitliliğin sağlanması şeklinde dile getirilmiştir.

Yerel medya kuruluşlarının siyasetle olan yakın ilişkileri, etik gazetecilik ilkeleri açısından ciddi sorunlar doğurmaktadır. Siyasetçilerin haber içeriklerine müdahale etmesi, medya işverenlerinin siyasi kimlik taşıması ve kişisel ilişkilerin haberlerin oluşturulmasında belirleyici rol oynaması, bağımsız ve tarafsız habercilik anlayışını zedelemektedir. Uzmanlar tarafından yapılan açıklamalar da bu durumu pekiştirmektedir. Uzmanlar; Basın İlan Kurumu'ndan ilan alınamaması, kadın gazetecilere yönelik olumsuz algılar, siyasetçilerin haberlere müdahalesi, medya sahiplerinin siyasi kimlik taşıması, kişisel ilişkilerin öncelik kazanması ve sektördeki rekabet eksikliği gibi unsurları temel sorun alanları olarak belirtmiştir. Bu sorunlara yönelik çözüm önerileri ise hukuki ve düzenleyici destek mekanizmalarının güçlendirilmesi ile eğitim ve kapasite geliştirme çalışmalarının yaygınlaştırılması şeklinde ifade edilmiştir.

Araştırma bulguları, yerel medya işletmeciliğinde en önemli sorunun “çalışma saatlerinin zorluğu/ izin günleri azlığı” olduğunu göstermiştir. Bu sonuç, Yavalar (2009)'un araştırma sonuçları ile örtüşmektedir. Uzmanların, birer yerel medya çalışanı olması ve mesai saatlerinin haftanın herhangi bir gününün her anını içerebilmesi bu sonucun ortaya çıkmasında etkin olmuştur. İşletmeler, çalışanlarının emekleri ve çabaları ile var

olmaktadır. Çalışanların memnuniyeti, işletmelerin gelirleri ve sürdürülebilirliği için önemlidir.

Yerel medya çalışanları, gazeteciliğin zamanla sınırlı olmayan doğası gereği zor koşullarda çalışmakta; emeklerinin karşılığını alamamaktan ve düşük ücretlerden yakınmaktadır. Çoğu çalışan örgütlenme ve sendikal haklardan yararlanamamakta; iş devamlılığı gibi temel haklara erişememektedir. Ekonomik koşulları, çoğu zaman herhangi bir işletmede çalışan vasıfsız eleman düzeyindedir. Yerel medya çalışanlarının belirli bir çalışma saati, resmî tatil, yıllık izin ya da kıdem tazminatı gibi hakları göz ardı edilmektedir. Bu koşullar altında çalışan medya mensupları, geleceğe dair herhangi bir güvenceden yoksun olmaktadır (Yavalar, 2009: 120). Yerel medya kuruluşlarının sınırlı ekonomik kaynaklara sahip olması, çalışanların maaşlarını zamanında alamamalarına neden olmakta ve bu durum yerel medyanın istihdam sağlama kapasitesini ciddi biçimde zayıflatmaktadır (Yavalar, 2009: 33).

Araştırma bulguları, ikinci en önemli sorunun “iş yükü fazlalığı” olduğunu göstermiştir. Yerel medya kuruluşlarında sınırlı sayıda personelle çok sayıda görevin yürütülmeye çalışılması, iş bölümünde dengesizliklere yol açmakta ve çalışanlar üzerinde yoğun bir baskı oluşturmaktadır. Artan iş yükü, çalışan motivasyonunu olumsuz yönde etkileyerek iş verimliliğinde düşüşe neden olmakta, bu durum da kurumsal performansın sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir.

Bu sonuç, Bodur’un (1996) ve Akçakoca’nın (2006) araştırma sonuçlarını desteklemektedir. Yerel medya işletmelerinde yönetim ve örgüt yapılarının incelenmesi, özellikle sınırlı sayıda çalışanla faaliyet gösteren kuruluşlar söz konusu olduğunda güçleşmektedir. Matbaa merkezli çalışan küçük ölçekli yerel gazetelerde, tasarımcı ve teknik personel arasındaki görev ayrımları belirgin değildir. İşletme genellikle birkaç kişiyle yürütüldüğünden bir örgüt yapısından söz etmek de mümkün olmamaktadır. Bu durum, yerel medya kuruluşunun kurumsallaşma düzeyinin düşüklüğüyle birleştiğinde, örgütlenme eksikliğinin sektördeki temel sorunlardan biri haline geldiğini ortaya koymaktadır (Bodur, 1996: 153).

Akçakoca’ya (2006) göre, bazı yerel medya kuruluşlarında personel istihdamında ihtiyaç odaklı bir yaklaşım yerine, mevcut personele göre görev tanımlaması yapılması gibi hatalı uygulamalara rastlanmaktadır. Bazı durumlarda yeri olmayan unvanların kişilere

verildiği ya da fiilen var olmayan birimlere yönetici unvanı verilerek kurumsal yapının zedelendiği gözlemlenmektedir (Akçakoca, 2006: 35).

Yerel medyada haber toplama sürecinde görevli muhabir sayısı sınırlıdır. Muhabirler genellikle çırak şeklinde yetişmekte ve bu yolla kadroya alınmaktadır. Ulusal basında yaygın olan foto muhabirliği gibi uzmanlaşmış roller ise yerel medyada yer bulmamaktadır. Habere giden muhabir, görsel içerikten de sorumlu tutulmakta ve bu durum olağan kabul edilmektedir. Oysa muhabirin temel görevi, haberi inşa edebilmek için olayla ilgili bilgi ve veri toplamaktır. Yerel medyanın teknik personeli, yazı işleri kadrosunda olduğu gibi yüksek düzeyde uzmanlaşmamış ve birçok görev üstlenen bireylerden oluşmaktadır (Akçakoca, 2006: 37-42).

Araştırma bulguları, üçüncü en önemli sorunun “nitelikli personelin göç isteği” olduğunu göstermiştir. Nitelikli iş gücüne sahip bireyleri bulmak, söz konusu alanda tecrübe sahibi olan birileriyle çalışmak işletmeler açısından zor bulunmaktadır. İşin kalitesini de etkilemekte olan bu sonuç, Temel vd. (2012)’nin ve Bodur (1996)’un araştırma verilerini doğrular niteliktedir.

Türkiye’de yerel medya kuruluşlarında nitelikli insan kaynağı eksikliği dikkat çekmektedir. Alanda sıkça karşılaşılan alaylı-mektepli ayrımı, bu durumu daha da karmaşık hâle getirmektedir. Yerel medyanın yeniliklere kapalı olması ve iletişim fakültesi mezunlarının maddi açıdan beklentilerini karşılayamaması, sektörde kalifiye personel bulmayı zorlaştırmaktadır. Mevcut çalışanlara gelişim imkânı sunabilecek düzeyde maaş ödemelerinin yapılamaması da bu sorunu derinleştirmektedir (Temel vd., 2012: 132). Yerel medyanın, ulusal basınla rekabet edebilmesi ve kamusal işlevini etkili biçimde yerine getirebilmesi için sermaye yapısını güçlendirmesi, kadrosunu nitelikli personelle genişletmesi ve özellikle yerel haberlerde derinleşmesi gerekmektedir. Bu sürecin başarısı ise büyük ölçüde deneyimli ve eğitilmiş yönetici kadroların varlığına bağlıdır (Bodur, 1996: 155).

Artvin’in sınırlı nüfusu ve zorlu coğrafi koşulları, kentteki genç nüfus üzerinde doğrudan etkiler yaratmaktadır. İstihdam olanaklarının yetersizliği, gençlerin kenti terk etmesine ya da yalnızca belirli bir yaşa kadar burada yaşamayı tercih etmesine neden olmaktadır. Bu durum, yerel düzeyde nitelikli iş gücü teminini zorlaştırmakta; özellikle uzun vadeli istihdam sağlayabilecek genç nüfusu kentte tutmak ve bu gruba yönelik iş olanakları sunmak önemli bir sorun olarak öne çıkmaktadır.

Artvin iline ilişkin demografik veriler incelendiğinde, çocuk nüfus oranının görece düşük olduğu, buna karşılık çalışma çağındaki bireylerle, yaşlı nüfusun daha yoğun olduğu dikkat çekmektedir. İlde yeterli düzeyde istihdam alanı bulunmaması, özellikle çalışma çağındaki bireylerin il dışına göç etmesine neden olmaktadır. Bu durum, potansiyel olarak üretken ve dinamik olan bir nüfusun dışa göçü anlamına geldiği için il ekonomisi açısından önemli bir kayıp oluşturmaktadır. Mevcut istihdam alanlarının güçlendirilmesi ve yeni iş olanaklarının yaratılması, göçün önlenmesi açısından önemli bir çözüm olarak değerlendirilmektedir (Doğanay ve Orhan, 2014: 18-19).

Çözüm stratejileri bakımından sonuçlar incelendiğinde uzmanların en sık dile getirdiği çözüm önerisi “hukuki ve düzenleyici destek” olmuştur. Bu alandaki iyileştirmeler, yerel medya işletmelerinin yasal belirsizliklerle daha etkin mücadele etmesini sağlar. Açık, adil ve uygulanabilir mevzuat, yerel medyanın kurumsal yapısını güçlendirerek faaliyetlerin güvenli ve istikrarlı yürütülmesine katkıda bulunur. Hukuki destek mekanizmalarının geliştirilmesi ise medya çalışanlarının ifade özgürlüğünü koruyarak dış baskılara karşı direnç kazanmalarını kolaylaştırır. Bu sonuç, Aksoy’un (2010), Bodur’un (1996) ve Akçakoca’nın (2006) çalışma sonuçlarını yansıtmaktadır.

Yerel gazetelerin büyük bölümü, gelirlerini sürdürebilmek adına resmi ilanlara önemli ölçüde bağımlı hale gelmiş ve yayın politikalarını Basın İlan Kurumu’nun belirlediği kriterlere göre şekillendirmiştir. Söz konusu husus; gazeteciliğin asli işlevinden uzaklaşma riskini de beraberinde getirmektedir. Uzun vadede sürdürülebilir bir medya yapısı için ilan gelirinin ötesine geçilerek, okuyucu bağlılığına ve yerel reklam desteğine dayalı bir modelin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu da yerel medyanın, bulunduğu çevrenin ihtiyaçlarına duyarlı, nitelikli ve özgün içerik üretmesiyle mümkün olacaktır. Yerel medya hem yerel demokrasinin gelişmesinde hem de yerel kalkınmanın desteklenmesinde kritik bir role sahiptir. Kamusal düzeyde teşvik ve destek mekanizmalarının oluşturulması da önemli bir ihtiyaçtır (Aksoy, 2010: 125-127).

Basın ve basım sektörünün mevcut yasal düzenlemelerle gelişim göstermesi güç görünmektedir; zira bu alandaki mevzuat, örgütlü mesleki yapının ve yaygın mesleki eğitimin bulunmadığı dönemlere dayanmaktadır. Bu nedenle sektörel ihtiyaçlara uygun yeni yasal düzenlemelere duyulan ihtiyaç giderek artmaktadır (Bodur, 1996: 158). Mevcut çözüm önerileri, sektördeki yasal belirsizliklerin giderilmesini sağlayarak, medya işletmelerinin sürdürülebilir faaliyet göstermesine imkân tanımaktadır.

Akçakoca (2006)'ya göre, yerel medyada yazı işleri müdürlüğü pozisyonuna genellikle kıdeme göre en çok çalışan muhabirlerin getirildiği görülmekte, haber içeriğine hâkim olmayan kişilerin sorumlu yazı işleri müdürlüğüne getirilmesi ise hukuki sorunlara yol açmaktadır. Bütçe yetersizliği nedeniyle profesyonel personel istihdam edilememekte, bu durum haber merkezlerinde bölüm farklılıklarının önüne geçmektedir. Oysa toplumsal değişim, basında her alan için uzmanlaşmayı gerekli kılmaktadır (Akçakoca, 2006: 36).

Araştırma bulguları, ikinci en çok dile getirilen çözüm stratejisinin “yerel topluluğa odaklanma” olduğunu göstermiştir. Bu çözüm önerisi, medya kuruluşlarının toplumsal bağlarını güçlendirerek, yerel halkın ihtiyaçlarına yönelik daha etkili hizmet sunmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Söz konusu sonuç, Temel vd. (2012)'in ve Akçakoca (2006)'nın araştırma sonuçlarıyla uyumludur.

Medya kuruluşlarının sahipleri, tek bir yayın organı dışında gazete, televizyon ve radyo gibi farklı medya araçlarına sahip olabilmektedir. Yerel medya organlarının sayıca az olmasının yanı sıra, çoğunun tek elde birleşmesine yol açmaktadır. Yerel medyanın kendi potansiyelinden habersiz olması da önemli bir sorundur. Bölgedeki vatandaşların “yerelliğin önemini” tam anlamamış olması da bu sorunu derinleştirerek yerel medyanın güçlenmesini engellemektedir (Temel vd., 2012:135).

Akçakoca'ya (2006) göre, yerel medyada magazin, kültür-sanat, yaşam, röportaj ve ekonomi gibi yaygın basında yerleşik olan bölümler çoğunlukla yer almamaktadır. Bunun başlıca nedenleri, bu alanlarda uzman personel eksikliği ve gazetede daha fazla sayfa çıkarmanın bir ihtiyaç olarak görülmemesidir. Oysa bu tür içerikler yalnızca sayfa sayısını artırmakla kalmayıp, hedef kitlenin beklentilerine daha iyi karşılık vererek tiraj üzerinde olumlu etki yaratma potansiyeline de sahiptir (Akçakoca, 2006: 37). Yerel medyanın, topluluk odaklı yaklaşımı güçlendirmek için bu bölümleri dahil etmesi, bölge halkının ilgisini çekmek ve yerel bağları kuvvetlendirmek açısından önemlidir.

Yerel medya, öncelikle kendi toplumunun yakın çevresindeki konulara odaklanmalı; daha sonra benzer ilgi alanlarına sahip diğer topluluklara ulaşarak kapsama alanını genişletmelidir. Ayrıca, bu konuların yaşandığı bölgelerdeki medya kuruluşlarıyla haber ve program değişimi yaparak, ele alınan meseleye ilişkin daha geniş bir ilgililer alanı sağlama olanağı elde edilebilir (Akçakoca, 2006: 64).

Üçüncü en çok dile getirilen çözüm önerisi ise “erişilebilirlik ve çeşitlilik” olmuştur. Farklı toplumsal kesimlere hitap eden içeriklerin sunulmasını mümkün kılan bu çözüm

stratejisi, medyanın daha geniş bir kitleye ulaşmasına ve toplumsal temsilin güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Yerel medya kuruluşlarının içerik üretiminde tekdüzelikten uzaklaşarak daha kapsayıcı ve çok boyutlu bir yayın anlayışı benimsemelerine olanak tanır. Farklı demografik ve kültürel grupların medya içeriğine daha kolay ulaşmasını sağlarken, yerel medyanın toplumun tüm kesimlerine hitap etme kapasitesini artırır.

Bu çözüm önerisi, Temel vd.'nin (2012) ve Parlak'ın (2018), çalışma sonuçlarını yansıtmaktadır. Yerel medyada yayınlanan haberlerin içerik açısından sınırlı ve çoğu zaman tekdüze olduğu görülmekte ve yoğun eleştiri almaktadır. Ayrıca yapılan incelemelerde, gazetelerde bulunan haberlerin, bölgede yaşayan vatandaşların ilgisini çekmediği de görülmektedir (Temel vd., 2012:132).

Parlak (2018), internetin sunduğu imkanlar sayesinde toplumda gerçek zamanlı bilgiye yönelik talebin arttığını ve bu durumun, son dakika haberciliği ile teyit gibi kavramların geleneksel habercilikteki yerini tartışmalı hale getirdiğini ifade etmektedir. Şimdilerde bilgi, erişilebilir olduğu anda paylaşılması gereken bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu dönüşüm, yalnızca geleneksel medya temsilcilerini değil; blog yazarları, yurttaş gazeteciler, sosyal medya kullanıcıları ve yer sağlayıcılar gibi dijital aktörleri de haberin üretim ve dolaşımında etkili kılmıştır (Parlak, 2018: 60).

Akçakoca'ya (2006) göre, yerel medyanın etkili olabilmesi, sorunları doğru şekilde analiz edip uygun çözüm ve öneriler geliştirmesine bağlıdır. Yerel meselelerin, genel toplumsal sorunlarla ilişkilendirilmesi hem çözüm sürecini hızlandırmakta hem de yerel medyanın itibarını artırmaktadır. Bu bağlamda yerel medya, bulunduğu bölgede güçlü bir kamuoyu oluşturabilmeli, yerel ve genel düzey arasında bağ kurarak somut sonuçlara ulaşabilmelidir (Akçakoca, 2006: 25).

Yapılan araştırmalar neticesinde yerel medya işletmelerinin karşılaştığı sorunlar arasında, ekonomik faktörlerin giderek daha belirgin hale geldiği ve koşulların zorlaştığı da ifade edilmektedir. Belirli bir bölgeye hitap eden küçük ölçekli yerel medya kuruluşları, kısıtlı kaynaklarla personel istihdamı, altyapı temini ve teknolojik ihtiyaçları karşılamak zorundadır. Bu işletmelerin sürdürülebilirliği, gelir-gider dengesinin asgari düzeyde sağlanmasına bağlı olup, aksi durumda yaşanan ekonomik sorunlar kurumsal işleyişi ve çalışanları olumsuz etkilemektedir.

Yerel medya uzun süredir devam eden ekonomik krizden çıkış yolu bulamamıştır. Bu sorun karşısında kalıcı ve kapsamlı çözümler aramak yerine basit yollar tercih edilmiştir.

Bu durum ise objektif ve doğru haberciliği engellemiştir. Ayrıca ekonomik zorluklar, teknolojik gelişmelerin takip edilmesini de güçleştirmiştir (Akçakoca, 2006: 61).

Ekonomik sorunların önemli bir yer edinmesi, Yavalar (2009)'ın araştırmayla paralellik göstermektedir. Yerel medyanın karşı karşıya kaldığı birçok sorunun temelinde ekonomik yetersizliklerin yattığı görülmektedir. Güçlü bir sermaye yapısının bulunmaması, bu kuruluşların teknolojik altyapılarını yenilemelerini ya da geliştirmelerini büyük ölçüde engellemektedir. Gerekli temel ihtiyaçların karşılanabilmesi, ciddi finansal kaynak gerektirmektedir. Medya sektörünün en önemli gelir kalemlerinden biri olan reklam ve ilan gelirleri, özellikle küçük ölçekli yerel medya kuruluşları için yeterli düzeyde değildir. Bu durum, yerel medyanın hem yapısal hem de işlevsel olarak günümüz gazetecilik standartlarını karşılamasını güçleştirmektedir. Bu bağlamda, özel reklam ve ilan gelirlerinin artırılmaması durumunda, yerel medyanın mali yapısının güçlenmesi mümkün görünmemektedir. Düşünce ve ifade özgürlüğünün sağlıklı biçimde işlemesi için, devletin yerel medyaya destek sağlaması gerektiği ifade edilmektedir. Bu destek, girdi maliyetlerinin düşürülmesi, ilanların adil biçimde dağıtılması, altyapının kurulması ve dağıtım olanaklarının geliştirilmesi gibi çeşitli yollarla sağlanabilir (Yavalar, 2009: 128).

Öte yandan Büyükbaykal (2012), toplumu bilgilendirme ve aracı olma işlevi üstlenen yerel medyanın, değişen ve gelişen dünya koşullarına uyum sağlayabilmek adına kendini sürekli olarak yenilemek zorunda olduğunu ifade etmiştir. Bu yüzden hizmet içi eğitimleri düzenli aralıklarla yapılmasının faydalı olabileceğini savunan Büyükbaykal (2012), yerel medya işletmelerinin hizmet verdikleri faaliyet alanlarında rakiplerini takip ederek, devamlı çağın düzenine ayak uydurmaları gerektiğini dile getirmiştir. Yerel medyanın karşılaştığı sorunların yanı sıra, bu sorunların ortaya çıkardığı sonuçlar da göz ardı edilmemesini; çözüm odaklı yaklaşımların benimsenmesi gerektiğini belirtmiştir (Büyükbaykal, 2012: 86).

Bununla birlikte, yerel medya çalışanlarının, mevcut sorunlarının yanı sıra mesleki gelişim açısından hizmet içi eğitim eksikliği yaşadıklarını dile getirdiklerini ifade eden Yavalar'da (2009), yerel medyanın daha işlevsel ve nitelikli hale gelmesi için çeşitli konferans ve seminerlerin düzenlenmesi ve bu etkinliklerin gerekli kaynaklarla desteklenmesi gerektiği savunmaktadır. Söz konusu eğitim faaliyetlerinin hükümet tarafından desteklenmesi, yerel medyanın gelişimi açısından önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir (Yavalar, 2009: 121).

Parlak'a (2018) göre, çok disiplinli bir yapıya sahip olan iletişim bilimi, bu özelliğiyle hem avantajlar hem de bazı sınırlılıklar barındırmaktadır. Bu nedenle, iletişim eğitimi, internet dünyasının teknik ve kavramsal boyutlarına hâkim, nitelikli mezunlar yetiştirmeyi hedeflemelidir. Öte yandan, habercilik sektörü de uluslararası gelişmeleri akademik çalışmalar ve iş birlikleri aracılığıyla takip ederek, sürekli değişim gösteren günümüz dünyasına uyum sağlamalıdır (Parlak, 2018: 78).

Bunlar dışında Parlak'a (2018) göre, dijitalleşme ile birlikte haber üretim süreci ve gazeteci-okur ilişkisi dönüşüme uğramış; haberin düzenlenme sürecinin belirsizleştiği, denetimin zayıfladığı internet ortamında yalan haberler, abartılı başlık ve görseller ile içerik uyumsuzlukları yaygınlaşmıştır. Bu durum, teyit yerine hızın ön plana çıkmasına neden olarak habercilik etiğini zedelemektedir. Doğruluğu sorgulanmadan paylaşılan içerikler, okuyucuların medyaya olan güvenini azaltmaktadır. Haberi sadece tüketilecek bir içerik değil, kullanıcıların sürecine dahil olduğu bir yapı olarak görmek, güvenin yeniden inşası açısından önemlidir. Ayrıca sponsorlu içeriklerin ve yoğun reklamların azaltılması, medyanın güvenilir bilgi kaynağı olabilmesi için gereklidir (Parlak, 2018: 77).

Yerel medyada personel istihdamıyla ilgili sorunlar giderek artmaktadır. İşte eğitim almış nitelikli personel çok azdır. Çoğunlukla çalışanlar yetiştirilmek üzere alınmakta ve bazıları, personelin yeterli seviyeye ulaştığına karar verip sigorta taleplerinde işten çıkarma yoluna başvurmaktadır (Akçakoca, 2006: 62).

Yeni işe başlayan personel, sahip oldukları bilgi bakımından genellikle önceki çalışanların paylaşımları ve kendi gözlemleriyle sınırlı kalmaktadır. Yeni başlayan personele kendini geliştirme, yenilikleri öğrenme ve bunları kuruma aktarma imkânı sunulmamaktadır. Yerel medya kuruluşları bu eksikliği gidermede hizmet içi eğitim gibi çağdaş uygulamalara genellikle yaklaşmamaktadır (Akçakoca, 2006: 62).

Elde edilen sonuçlar, yerel medya işletmelerinin ekonomik zorluklar, dijital dönüşüme uyum eksiklikleri, nitelikli personel yetersizliği, yapısal ve yönetsel aksaklıklar ile hukuki ve idari engellerle karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak, içerik üretimi ve habercilik kalitesine ilişkin sorunlar, erişim ve dağıtımdaki güçlükler ile medya-siyaset ilişkilerinde yaşanan etik problemler, sektörün sürdürülebilirliği ve nitelikli habercilik anlayışı üzerinde doğrudan etkili olmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tez çalışmasında, yerel medya işletmelerinin karşı karşıya kaldığı temel sorunların belirlenmesi ve bu sorunların önem düzeylerinin verilere dayalı olarak analiz edilmesi amaçlanmıştır. Artvin ili örneği üzerinden yürütülen araştırma kapsamında, yerel medya kuruluşlarının mevcut yapısal, ekonomik ve teknolojik problemleri bütüncül bir yaklaşımla ele alınmış ve bu problemlerin çözümüne yönelik stratejik öneriler geliştirilmiştir.

Çalışmada, belirsizlik ve öznel değerlendirmelerin etkili olduğu karar verme süreçlerinde daha gerçekçi ve güvenilir sonuçlara ulaşmak adına Aralık Değerli Küresel Bulanık Küme (AD-KBK) temelli çok kriterli karar analizi modeli tercih edilmiştir. Bu bağlamda, belirlenen sorunlar kriterler olarak dikkate alınmış ve bunların önem düzeylerini temsil eden ağırlık katsayıları AD-KB-SWARA yöntemi ile belirlenmiştir. Çözüm stratejileri ise AD-KB-CRADIS yöntemi kullanılarak önceliklendirilmiştir. Bu yaklaşım, hem sorunların önem düzeylerini net biçimde ortaya koymuş hem de uygulanabilir çözüm yollarının sıralanmasına imkân tanımıştır.

Araştırmada kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması sonucu sekiz ana başlık altında sorun grupları belirlenmiştir. Bu başlıklar; ekonomik sorunlar, teknolojik ve dijital altyapı sorunları, istihdam ve nitelikli personel eksikliği, yapısal ve kurumsal sorunlar, hukuki ve idari engeller, içerik üretimi ve habercilik kalitesi, dağıtım ve erişim sorunları, medya-siyaset ilişkisi ve etik sorunlar biçiminde ifade edilebilir.

Araştırma, veri toplamak için iki aşamalı olacak şekilde kurgulanmıştır. İlk aşamada uzman görüşleri aracılığıyla temel sorun alanları ve çözüm önerileri belirlenmiştir. Uzmanlar tarafından toplamda otuz iki farklı sorun ve yedi çözüm önerisinin dile getirildiği görülmektedir. Araştırma, yerel medyanın ekonomik sürdürülebilirlik, dijitalleşme sürecine uyum, personel yetersizliği ve mesleki standartlar gibi konularda yaşadığı zorlukların açıkça ortaya koymuştur. Böylelikle, çalışmanın hem yerel medya paydaşlarının kendi durumlarını değerlendirmelerine hem de medya politikalarının daha hedefe yönelik biçimde şekillendirilmesine yardımcı olacağına inanılmaktadır. Ayrıca, yerel medya ile toplum arasındaki bağın güçlendirilmesi, yerel demokrasi ve katılımcılık

açısından da dolaylı katkılar sağlayabilir. Bu yönüyle araştırma, yalnızca akademik bir çalışma olmanın ötesinde, yerel medya alanına dair politika yapıcılar ve uygulayıcılar için yol gösterici bir rehber işlevi görebilir.

Araştırma kapsamında uzman görüşleri doğrultusunda belirlenen otuz iki farklı sorun, yerel medya işletmelerinin karşı karşıya olduğu çok yönlü yapısal ve sektörel zorlukları ortaya koymuştur. Bu sorunlar arasında “çalışma saatlerinin zorluğu/izin günlerinin azlığı”, “iş yükü fazlalığı” ve “nitelikli personelin göç isteği” öne çıkmaktadır. Elde edilen bulgular, özellikle insan kaynağı ve çalışma koşulları temelli problemlerin yerel medya işletmelerinin sürdürülebilirliği açısından kritik bir risk unsuru taşıdığını göstermektedir.

Uzmanlar, bu sorunların çözümüne yönelik olarak geliştirdikleri stratejileri öncelik derecesine göre sıralamış; bu çerçevede birinci sırada “hukuki ve düzenleyici destek”, ikinci sırada “yerel topluluğa odaklanma” ve üçüncü sırada “erişilebilirlik ve çeşitlilik” yaklaşımları ön plana çıkmıştır. Bu bulgular hem sorunların hem de çözüm önerilerinin uzman bakış açısıyla tutarlı ve sistematik biçimde değerlendirildiğini göstermektedir. Ayrıca, yerel medya işletmelerinin güçlendirilmesine yönelik politika üretiminde dikkate alınması gereken öncelikli alanlar da ortaya koyulmuştur.

Bu sorunlar ve çözüm önerileri tematik şekilde literatür taramasındaki sekiz ana başlık altında toplanan sorunlarla birlikte değerlendirilmiştir. Literatür araştırması sonucunda ülke genelinde yapılan araştırmaların birçoğunun il bazlı olduğu ve her ilin kendine özgü birtakım sorunları olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda, Artvin ilinde yapılan bu araştırmada ortaya konulan sorunlar, büyük ölçüde diğer şehirlerdeki sektör temsilcilerinin sorunları ile örtüşmektedir. Diğer bir ifadeyle, yerel medya sektörünün sorunları benzerlik göstermektedir.

Araştırmanın iki aşamasının da veri kaynağını, Artvin ilinde yerel medya sektöründe görev yapmış ya da halen görev yapmakta olan yedi uzman oluşturmaktadır. Uzman sayısı, alandaki uygun kişilere ulaşma sürecinde yaşanan erişim güçlükleri ve bazı uzmanların katılımı reddetmiş olması nedeniyle sınırlı kalmıştır. İkinci aşamada ise bu sorun ve çözüm önerileri, yine birinci aşamadaki uzmanlardan bazılarının da dahil olduğu değerlendirme formu aracılığıyla derecelendirilmiştir. Elde edilen veriler, yerel medya işletmelerinin karşılaştığı engellerin anlaşılmasına ve stratejik çözüm önerilerinin geliştirilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu çalışma, yerel medya işletmelerinin karşılaştığı başlıca sorunları ve bu sorunlara yönelik çözüm stratejilerini belirleyerek, yerel medyanın sürdürülebilirliğini artırmaya yönelik önemli katkılarda bulunmaktadır. Araştırma bulguları, temel sorunları ortaya koymuştur. Bu sorunların üstesinden gelinmesi için önerilen stratejiler, yerel medya kuruluşlarının verimliliğini ve etkili işleyişini artırmayı hedeflemektedir. Çalışma, yerel medya sektörüne özgü çözüm önerileri sunarak hem işletmelerin hem de sektördeki tüm paydaşların bu sorunlarla daha etkin bir şekilde başa çıkabilmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Sonuç olarak, bu araştırma yerel medyanın yapısal olarak güçlendirilmesi ve toplumsal işlevlerinin daha etkin yerine getirilmesi adına yapılmıştır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, literatürdeki çalışmalarla büyük ölçüde örtüşmektedir. Ayrıca, katılımcılar sorunları ve çözüm önerilerini kendi bakış açıları doğrultusunda değerlendirmiştir. Yapılan literatür taramasında, yerel medya işletmelerinin sorunlarla mücadelesinin yıllardır sürdüğü, sorunların kendi içlerinde giderek yoğunlaştığı, çeşitli çözüm stratejilerinin geliştirildiği, fakat amacına yeterli düzeyde ulaşamadığı gözlemlenmiştir.

Bu araştırma, yalnızca Artvin ilindeki yerel medya işletmelerine odaklanmış olup, diğer bölgelerdeki yerel medya işletmelerinin karşılaştığı sorunlar ve çözüm stratejileri farklılık gösterebilir. Dolayısıyla, bulguların yalnızca Artvin iline özgü olduğu ve genellenebilirlik açısından sınırlı olduğu söylenebilir. Ayrıca, çalışmada yerel medya işletmeleri ile ilgili veriler, yalnızca uzman görüşlerine dayalı olarak toplanmış ve diğer veri toplama yöntemlerine (örneğin, anketler veya saha gözlemleri) başvurulmamıştır. Bu durum, elde edilen verilerin kapsamını ve doğruluğunu kısıtlamış olabilir. Son olarak, yerel medya işletmelerinin ekonomik ve yapısal dinamiklerinin sürekli değişen yapısı göz önüne alındığında, zamanla ortaya çıkabilecek yeni sorunlar ve çözüm gereksinimleri, mevcut bulgularla tam olarak örtüşmeyebilir.

Yerel medya işletmelerinin karşılaştığı sorunların çözümüne yönelik olarak daha geniş kapsamlı araştırmalar yapılması gerekmektedir. Özellikle farklı illerdeki yerel medya işletmeleri üzerinde yapılacak karşılaştırmalı çalışmalar, sektörün genelinde geçerli olacak daha kapsamlı çözüm önerilerinin geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca, yerel medyanın dijital dönüşüm süreçleri ve dijital platformlar üzerinde yerel medya içeriğinin nasıl daha etkin şekilde sunulabileceği üzerine çalışmalar yapılmalıdır. Araştırmacılar, yerel medya işletmelerinin sürdürülebilirliğini artırmaya yönelik daha geniş veri setleri ve metodolojiler kullanarak, yerel medyanın toplumsal etkisi ve ekonomik zorlukları

hakkında daha derinlemesine analizler yapabilirler. Bu tür çalışmalar, yerel medyanın güçlendirilmesine ve gelecekteki gelişim süreçlerine önemli katkılar sağlayacaktır.

Yüksek iş yeri kira bedelleri, genel maliyetlerin artışı ve çalışan ücretlerinin düşük seviyede tutulması, ekonomik baskının temel unsurlarını oluşturmaktadır. Sigortasız istihdam uygulamaları hem çalışan haklarının ihlali hem de kurumsal güvenilirlik açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Ayrıca, gazeteciliğin ikinci meslek olarak yürütülmesi ve iş yükü fazlalığı, mesleki verimliliği ve kaliteyi olumsuz etkilemektedir. Yerel medya kuruluşlarının ekonomik istikrarsızlık nedeniyle uzun vadeli planlama ve kurumsal gelişim süreçlerinde zorluk yaşadıkları görülmektedir.

Yetersiz ekipman, modern medya araçlarının etkili bir şekilde kullanılmasını engellerken, dijitalleşmeye yönelik altyapı eksiklikleri medya işletmelerini rekabetten uzaklaştırmakta ve özellikle genç kitlelere ulaşmayı güçleştirmektedir. Bu durum, dijital çağın gereklerini karşılayamayan yerel medya kuruluşlarının zamanla işlevselliğini kaybetmesine neden olmaktadır. Kalifiye eleman bulamama, çalışanların iş sürekliliğini sağlayamaması ve nitelikli personelin büyük şehirlere göç etme eğiliminde olması, sektörde insan kaynağı krizine neden olmaktadır. Ayrıca, mevcut çalışanların yerel medyaya katkısının sınırlı kalması, bilgi ve beceri eksikliklerinden kaynaklanan bir başka sorundur. Bu durum, yerel medya işletmelerinin profesyonel bir yapıya kavuşmasını engellemektedir.

Basın İlan Kurumu'nun taleplerine uyumda yaşanan zorluklar ve işverenlerin mesleki donanımdan yoksun olması, kurumsallaşma sürecini sektöre uğratmaktadır. Ayrıca, yoğun çalışma saatleri, yetersiz izin hakları ve mesleğe gösterilen saygının düşük olması, sektörel motivasyonu ve iş tatminini azaltmaktadır. Bu bağlamda, yapısal sorunlar yalnızca iç işleyişi değil, çalışan bağlılığını ve kurumsal itibarı da olumsuz etkilemektedir. Hukuki ve idari engellerde yaşanan sorunlar, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerinin zedelenmesine yol açmaktadır. Küçük illerde görev yapan basın mensuplarının yasal haklara erişim konusunda yaşadığı sınırlılıklar, hukuki koruma mekanizmalarının yetersizliğine işaret etmektedir. Bu engeller, medya çalışanlarının mesleklerini güvenli ve bağımsız bir şekilde icra etmelerini zorlaştırmaktadır.

Reklam gelirlerinin yetersizliği, içerik çeşitliliğini ve bağımsızlığını sınırlarken; haber kaynaklarının kısıtlılığı, tekrar eden ve yüzeysel içeriklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Basın çalışanlarına olan güvenin düşük olması ve sosyal medya haberciliğinin geleneksel medyaya olan etkisi de habercilik kalitesini olumsuz

etkilemektedir. Bu durum, yerel medyanın kamusal işlevini yeterince yerine getirememesi sonucunu doğurmaktadır. Küçük yerleşim yerlerinde medya faaliyet alanlarının kısıtlılığı ve kamuoyunun medya içeriklerine yönelik olumsuz tepkileri, gazetecilerin çalışma koşullarını zorlaştırmaktadır. Bu tür engeller, yerel medyanın etkinliğini sınırlamakta ve toplumla kurduğu bağı zayıflatmaktadır. Kadın gazetecilere yönelik olumsuz algılar ve Basın İlan Kurumu'ndan ilan alınamaması gibi sorunlar, medya kuruluşlarının hem içerik hem de finansman açısından dışa bağımlı hale gelmesine neden olmaktadır. Rekabetin yetersiz olması da kaliteyi düşüren bir diğer etkindir. Tüm bu unsurlar, yerel medyada etik ilkelerin ve demokratik sorumlulukların uygulanmasını güçleştirmektedir.

Çalışma kapsamında Artvin ili örneğinde incelenen yerel medya işletmelerinin, kentin demografik ve ekonomik yapısından kaynaklanan çeşitli yapısal sorunlarla karşı karşıya olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Artvin'in küçük ölçekli bir il olması, yerel medya kuruluşlarının gelir kaynaklarını sınırlandırmakta ve sürdürülebilirliklerini zorlaştırmaktadır. Özellikle hızlı teknolojik dönüşüm sürecine uyum sağlamakta güçlük çeken yerel medya işletmeleri, faaliyetlerini devam ettirebilmek için yayın kalitesi ve insan kaynağı açısından bazı kısıtlamalara gitmek zorunda kalmaktadır.

Araştırma bulguları, yerel medya işletmelerinde insan emeğine dayalı üretim anlayışının giderek zayıfladığını, gelişen dijital teknolojilerin ise iş süreçlerini hızlandırmakla birlikte istihdamı azalttığını ortaya koymaktadır. Önceden yoğun emek gerektiren birçok faaliyetin dijital araçlar aracılığıyla kısa sürede gerçekleştirilebilir hâle gelmesi, çalışan sayısında azalmaya yol açarken, bu durumun içerik niteliğini olumsuz yönde etkileyebildiği görülmektedir.

Bununla birlikte, dijital ve sosyal medya mecralarında içerik akışının son derece hızlı olması, yerel medya işletmelerinin haber üretiminde hız baskısıyla karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Yerel medyanın, vatandaş gazeteciliği ve bireysel içerik üreticileriyle rekabet edebilmesi için haberi zamanında kamuoyuna ulaştırması gerekmektedir. Ancak bu süreçte hız odaklı yayıncılığın kalite ve özgünlük ilkelerini zedelememesi gerektiği araştırmanın önemli sonuçları arasında yer almaktadır.

Sonuç olarak, yerel medyanın varlığını sürdürebilmesi için uzun vadeli gelir sistemlerinin desteklenmesi ve yerel medya işletmelerinin karşılaştıkları sorunları kamuoyunun gündemine taşımaya devam etmesi büyük önem taşımaktadır. Yerel medya

işletmecilerinin, mevcut sorunların çözümüne yönelik ortak bir sorumluluk bilinciyle hareket etmesi ve sürdürülebilir bir yerel medya yapısının oluşturulması için gerekli çabayı göstermesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.



KAYNAKLAR

- Akçakoca, O. (2006). Konya yerel basının yapısal ve içerik analizi ile bir yerel basın model önerisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aksoy, S. (2010). Türkiye’de Yerel Basının Sorunları: Kayseri Örneği Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Altun, A. (2005). Yerel medya çalışanlarının eğitim ihtiyacı ve yerel medya enstitüsü. *İletişim Araştırmaları*, 3(1-2), 75-104.
- Aran, E. (2013). Yerel medyanın sorunları ve çalışanlarının yaklaşımı: Denizli alan araştırması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Arslan, Ş. (2022). Sosyal medya ve dezenformasyon tehdidinde gazetecilik, *Aksaray İletişim Dergisi*, 4(2), 107-134. doi:10.47771/aid.1102392
- Atabek, N. (2005). Tarihsel süreçte Türkiye’de yerel basın ve yerel yönetimler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (23). 63-74.
- Atçeken, K. (2018). Resmi ilan desteği ve yerel basın ilişkisi. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 25-32.
- Ayhan, B., ve Demirsoy, A. (2005). 1960’tan Günümüze Konya’da Yerel Gazetecilik. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 131-155.
- Aytekin, A., Korucuk, S., ve Görçün, Ö. F. (2024). Determining the factors affecting transportation demand management and selecting the best strategy: A case study. *Transport policy*, 146, 150-166.
- Basın İlan Kurumu Genel Müdürlüğü Resmi İnternet Sitesi Süreli Yayınlar Listesi (2025). Nisan-2025 Dönemi, <https://ilanbis.bik.gov.tr/Uygulamalar/AylikListe> , Erişim Tarihi: 08 Mayıs 2025.
- Bodur, F. (1996). Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı:(Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar ve Bir Model Önerisi) (Doctoral dissertation, Anadolu University (Turkey)).
- Büyükbaykal, G. N. (2012). Türkiye’de yerel basının işlevi ve önemi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*| Istanbul University Faculty of Communication Journal, (23).
- Chusi, T. N., Qian, S., Edalatpanah, S. A., Qiu, Y., Bayane Bouraima, M., & Ajayi, A. B. (2024). Interval-valued spherical fuzzy extension of SWARA for prioritizing strategies to unlock Africa's potential in the carbon credit market. *Computational algorithms and numerical dimensions*, 3(3), 217-227.

- Çavuş, S. (2017). Yerel basının sorunları üzerine tespitler: Aksaray örneğinde nitel bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 19-32.
- Delibaş, İ. (2023). Dijitalleşmenin Yerel Medyanın Dönüşümündeki Etki ve Sonuçları. *Dil ve Edebiyat Araştırmaları*, (28), 90-103.
- Doğanay, H., ve Orhan, F. (2014). Artvin ilinde nüfusun başlıca özellikleri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(31), 1-22.
- Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (2025). Resmi İnternet Sitesi, https://www.doka.org.tr/bolgemiz_Artvin-TR.html#:~:text=N%C3%9CFUS%3A,aras%C4%B1nda%2075.%20s%C4%B1rada%20yer%20almaktad%C4%B1r, Erişim Tarihi: 20. 04.2025
- Gürcan, H. İ., ve Kumcuoğlu, İ. K. (2017). Gelenekselden yeniye medya işletmeciliği kavramının tarihsel gelişimi ve yaşanan dönüşümler üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), 149-164.
- İlgaz, C. (2003). Türkiye'de yerel gazetecilik. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*| Istanbul University Faculty of Communication Journal, (16).
- İmre, N. (2020). Anadolu Basınının (Orta Karadeniz Bölgesi Yerel Basınının) Sorunları ve Çözümler. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 6(1), 218-227.
- Kahraman, C., ve Gündoğdu, F. K. (2021). Decision making with spherical fuzzy sets. *Studies in fuzziness and soft computing*, 392, 3-25.
- Kara, T., ve Aladağ, D. (2014). Yerel medya işletmelerinde insan kaynakları yönetimi-Bursa bağlamında bir uygulama. *Marmara İletişim Dergisi*, (22), 195-210.
- Karaduman, M. (2017). Yerel medya çalışanlarının eğitim düzeyleri ve mesleki yeterlilikleri: Antalya örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (28), 184-301.
- Keršulienė, V., Zavadskas, E. K., & Turskis, Z. (2010). Selection of rational dispute resolution method by applying new step-wise weight assessment ratio analysis (SWARA). *Journal of business economics and management*, 11(2), 243-258.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 230-261.
- Köseoğlu, A. (2022). Yerel medyada dijitalleşme. İksad Yayınevi.
- Kurt, E. M., Tüt, N. D., ve Özsoy, S. (2022). Yerel Basında Kadın Çalışanların Sorunları. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 1-13.
- Kurtbaş, İ., Doğan, A., ve Göker, G. (2011). Yerel medya sorunları ve sektör çalışanlarının sorunlara bakışları “Elazığ ili örneği”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(2).
- Kutlu Gündoğdu, F. and C. Kahraman (2019), Spherical fuzzy sets and spherical fuzzy TOPSIS method. *Journal of intelligent & fuzzy systems*. 36(1): p. 337-352.
- Kutlu Gündoğdu, F. ve Kahraman, C. (2019). A novel fuzzy TOPSIS method using emerging interval-valued spherical fuzzy sets. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 85, 307-323.

- Kutlu Gündoğdu, F., and Kahraman, C. (2019). A novel VIKOR method using spherical fuzzy sets and its application to warehouse site selection. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 37(1), 1197-1211.
- Menekse, A., and Akdag, H. C. (2022). A novel interval-valued spherical fuzzy CODAS: Reopening readiness evaluation of academic units in the era of COVID-19. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 43(5), 6461-6476.
- Okur, T. (2014). Artvin yerel medyasının mülkiyet yapısı (Yayımlanmamış lisans bitirme tezi). Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Erzurum, Türkiye, 25-68.
- Özcan, A. (2019). Gümüşhane Yerel Basını: Tarihsel Köken, Sorunlar ve Çözümler. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1006-1033.
- Özdemir, M. (2022). Yerel-Ulusal ve Uluslararası Medya Arasındaki Benzeşmeler. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(3), 940-957.
- Parlak, M. O. (2018). Yeni medya ve haberciliğin dönüşümü. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 59-82.
- Puška, A., Nedeljković, M., Prodanović, R., Vladislavljević, R., & Suzić, R. (2022). Market Assessment of Pear Varieties in Serbia Using Fuzzy CRADIS and CRITIC Methods. *Agriculture* 2022, 12, 139.
- Serin, A. (2022). Yerel Medyanın Güncel Sorunları: Konya Örneğinde Niteliksel Bir Araştırma.
- Sine, R., ve Sarı, G. (2018). Profesyonel gazetecilerin gözünden sosyal medya ve habercilik ilişkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 364-384.
- Şeker, M. (2005). Yerel gazeteler ve resmi ilan. *Selçuk İletişim*, 4(1), 101-115.
- TDK Sozluk (2025). Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 16.05.2025
- 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(19), 125-157.
- Uçak, O., ve Erkal, A. (2019). Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de yerel basının gelişim süreci. *Selçuk İletişim*, 12(1), 92-122.
- Yanık, H. (2023). Yerel Medyanın Sorunları ve Yerel Haber Siteleri-Kullanıcı Etkileşimi: Instagram Hesabı Örneği. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 5(2), 107-125.
- Yavalar, D. E. (2009). Yerel medya bağlamında Kocaeli medyası ve sorunları (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Yıldız, E., ve Özmen, Ş. Y. (2023). Sosyal Medya Platformlarıyla Birlikte Habercilik Pratiklerinin Dönüşümü. *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-30.
- Yılmaz, N. (2009). Yerel Basının Etik Sorunları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* | Istanbul University Faculty Of Communication Journal, 1(36), 131-143.

EKLER

EK-1: Uzmanların Seçeneklere İlişkin Dilsel Değerlendirmeleri

		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	C21	C22	C23	C24	C25	C26	C27	C28	C29	C30		C31	C32
	A1	D	ÇY	ÇÇY	Y	Y	ÇY	O	ÇY	ÇY	ÇY	O	ÇY	Y	ÇÇY	ÇY	ÇY	Y	O	O	D	Y	Y	Y	ÇY	O	ÇY	ÇY	ÇÇY	Y	Y		ÇY	O
	A2	D	Y	ÇÇY	ÇY	Y	ÇY	O	ÇY	ÇY	ÇY	Y	ÇY	Y	ÇY	ÇY	ÇÇY	ÇY	ÇÇY	O	D	Y	ÇY	ÇY	ÇY	Y	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	Y		ÇÇY	Y
	A3	O	ÇY	Y	O	Y	Y	Y	ÇY	ÇY	Y	Y	ÇY	O	ÇY	Y	ÇÇY	ÇY	ÇY	O	D	O	Y	ÇY	ÇY	Y	ÇY	ÇY	ÇY	Y	Y		Y	O
U1	A4	D	Y	ÇY	O	Y	ÇY	O	ÇY	ÇY	ÇY	Y	ÇY	Y	ÇY	Y	ÇY	Y	Y	Y	D	Y	Y	O	ÇY	Y	ÇY	Y	Y	O	Y		O	O
	A5	Y	ÇY	Y	Y	Y	ÇY	O	ÇY	Y	ÇY	Y	ÇY	Y	ÇY	ÇY	ÇY	Y	Y	Y	D	Y	ÇY	O	ÇY	Y	Y	Y	ÇY	O	O		O	O
	A6	D	O	O	Y	O	O	O	Y	ÇY	O	Y	Y	O	O	O	ÇY	O	O	Y	O	O	O	O	Y	ÇY	O	O	O	O	O		O	O
	A7	D	Y	Y	ÇY	Y	ÇY	Y	ÇY	ÇY	ÇY	Y	ÇY	Y	Y	Y	ÇY	Y	O	O	D	Y	Y	O	ÇY	Y	Y	O	ÇY	O	O		O	O
	A1	ÇY	D	ÇD	O	Y	Y	O	D	Y	Y	O	Y	Y	O	O	O	Y	Y	D	D	O	ÇY	O	D	Y	Y	Y	ÇY	Y	Y		O	Y
U2	A2	O	O	D	D	D	O	O	D	D	D	D	Y	D	D	D	O	Y	Y	D	D	Y	Y	O	O	Y	D	Y	Y	Y	Y		O	Y
	A3	O	O	D	D	O	Y	O	O	O	D	O	Y	Y	D	D	O	Y	Y	D	D	Y	Y	O	O	Y	Y	Y	Y	Y	Y		O	Y
	A4	Y	D	O	O	O	Y	O	O	Y	D	D	Y	Y	Y	O	O	O	O	D	D	Y	O	O	O	Y	Y	Y	Y	Y	Y		O	Y

EK-1: (Devam) Uzmanların Seçeneklere İlişkin Dilsel Değerlendirmeleri

	A5	O	O	O	O	D	Y	O	Y	Y	D	O	Y	Y	Y	O	D	Y	O	D	O	O	Y	Y	Y	O	Y	Y	Y	Y	Y	O	Y	
	A6	O	D	D	O	D	O	O	O	O	O	O	D	O	O	D	D	D	Y	O	O	O	D	O	O	O	D	D	D	D	D	D	O	D
	A7	O	D	D	Y	D	Y	O	O	Y	D	O	O	Y	O	D	O	O	Y	D	O	O	O	O	Y	O	O	O	O	Y	D	O	Y	
	A1	O	ÇY	ÇÇY	O	ÇY	ÇÇY	Y	ÇY	ÇÇY	Y	Y	ÇY	O	ÇY	Y	O	Y	ÇY	Y	ÇY	Y	Y	O	ÇY	Y	ÇY	ÇÇY	ÇÇY	ÇY	Y	ÇY	ÇY	
	A2	Y	Y	ÇY	Y	ÇY	ÇY	O	ÇY	ÇY	ÇY	Y	ÇY	Y	ÇY	Y	O	Y	Y	ÇY	ÇY	Y	Y	Y	ÇY	Y	ÇY	ÇÇY	ÇY	ÇY	Y	ÇY	ÇY	
	A3	O	Y	ÇY	O	ÇY	O	O	O	Y	O	Y	O	O	ÇY	O	D	O	Y	O	O	Y	ÇY	ÇY	ÇY	ÇÇY	ÇY	Y	Y	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	
U3	A4	O	ÇY	ÇÇY	Y	O	ÇY	O	Y	ÇY	O	O	ÇY	O	Y	O	O	O	Y	O	Y	Y	O	O	ÇY	Y	O	ÇÇY	ÇY	O	Y	ÇY	Y	
	A5	Y	ÇY	Y	Y	Y	ÇY	O	O	Y	Y	Y	Y	Y	Y	O	O	O	Y	O	Y	ÇY	Y	Y	ÇY	Y	Y	ÇÇY	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	
	A6	Y	O	O	O	Y	ÇY	Y	Y	ÇY	Y	Y	O	Y	Y	Y	Y	O	Y	Y	Y	O	O	Y	O	O	O	Y	ÇY	ÇY	O	Y	Y	
	A7	ÇY	Y	ÇÇY	O	ÇÇY	ÇY	Y	Y	Y	Y	Y	ÇY	Y	ÇY	ÇY	O	O	O	ÇY	ÇY	ÇY	ÇÇY	ÇY	Y	ÇY	ÇÇY	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	
	A1	ÇY	ÇY	ÇY	O	Y	Y	D	Y	Y	ÇY	ÇY	Y	ÇY	Y	Y	ÇD	O	Y	D	ÇD	D	Y	Y	ÇÇD	ÇY	ÇY	ÇÇY	Y	D	ÇÇY	ÇD	Y	
U4	A2	ÇY	Y	Y	Y	Y	ÇY	D	ÇY	Y	Y	ÇY	Y	ÇY	Y	Y	D	O	O	D	ÇÇD	D	Y	Y	D	Y	Y	Y	Y	D	Y	D	ÇY	
	A3	ÇY	D	O	O	D	D	D	D	Y		ÇY	Y	Y	Y	Y	D	O	D	ÇÇD	ÇÇD	D	Y	Y	O	O	Y	Y	Y	D	D	D	ÇY	
	A4	ÇY	Y	Y	Y	Y	ÇY	D	ÇY	Y	ÇY		Y	ÇY	D	O	O	D	O	Y	D	ÇÇD	O	Y	Y	Y	O	O	ÇY	ÇY	Y	Y	D	Y
	A5	ÇY	ÇD	ÇD	ÇD	Y	Y	ÇÇD	Y	Y	O		Y	ÇY	D	D	ÇD	D	Y	Y	ÇÇD	ÇÇD	Y	Y	ÇY	O	O	Y	Y	Y	Y	ÇÇY	D	ÇY
	A6	ÇY	ÇD	ÇD	ÇD	O	D	ÇÇD	ÇÇD	Y	D		ÇD	D	ÇÇD	ÇD	ÇD	D	D	Y	ÇÇD	ÇÇD	D	Y	Y	O	O	Y	Y	Y	D	Y	D	Y
	A7	ÇY	Y	D	D	Y	O	ÇÇD	D	ÇY	D		ÇY	ÇY	ÇD	ÇY	ÇD	ÇD	O	O	ÇD	ÇÇD	D	ÇY	Y	O	Y	Y	ÇY	Y	Y	Y	D	ÇY
	A1	ÇY	ÇÇY	ÇY	O	ÇD	ÇÇY	ÇD	Y	ÇÇY	ÇÇY		D	ÇÇY	O	O	ÇÇD	ÇD	ÇD	ÇÇD	O	D	ÇD	D	D	Y	ÇY	ÇY	D	Y	ÇY	O	D	O
	A2	ÇY	ÇY	Y	O	O	ÇÇY	D	Y	ÇÇY	ÇY		D	ÇÇY	O	O	ÇÇD	ÇD	ÇD	ÇD	Y	D	ÇD	D	D	Y	ÇY	ÇY	O	Y	ÇY	O	D	O
	A3	ÇY	ÇÇY	O	O	ÇD	ÇÇY	D	O	O	O		O	ÇÇY	Y	O	ÇÇD	ÇD	O	O	Y	D	O	D	D	Y	ÇY	ÇY	D	Y	ÇY	O	D	O
	A4	ÇY	O	ÇÇY	ÇY	ÇD	ÇÇY	D	D	ÇÇY	Y		D	ÇÇY	D	O	ÇÇD	ÇD	D	D	O	O	D	D	D	ÇY	ÇY	ÇY	D	Y	ÇY	O	D	O

EK-1: (Devam) Uzmanların Seçeneklere İlişkin Dilsel Değerlendirmeleri

A5	ÇY	Y	ÇÇY	O	ÇD	O	ÇD	O	Y	Y	Y	O	D	Y	ÇD	D	O	D	O	ÇD	D	D	D	ÇY	ÇY	ÇY	D	Y	ÇY	O	D	O
A6	ÇY	D	D	ÇD	ÇD	ÇD	ÇD	ÇD	D	ÇD	Y	ÇD	D	ÇD	ÇÇD	Y	ÇÇY	O	O	O	ÇD	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	O
A7	ÇY	O	ÇD	ÇD	ÇD	ÇD	ÇÇD	ÇD	D	ÇD	O	D	ÇD	ÇD	ÇÇD	Y	ÇÇY	O	Y	D	ÇD	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	O
A1	Y	Y	ÇY	ÇY	ÇÇY	ÇÇY	O	O	ÇY	ÇD	ÇY	ÇÇD	O	Y	Y	Y	D	Y	D	D	D	ÇD	O	ÇD	O	D	D	ÇD	O	Y	ÇD	ÇD
A2	ÇY	O	ÇY	Y	ÇY	ÇY	Y	O	ÇÇY	D	Y	ÇD	O	Y	O	ÇY	O	Y	D	D	D	D	O	ÇD	O	D	D	ÇD	O	Y	ÇD	ÇD
A3	O	D	ÇY	Y	Y	Y	Y	O	ÇY	D	Y	ÇD	D	O	Y	O	O	Y	D	D	D	D	O	D	O	D	D	ÇD	O	Y	Y	Y
A4	Y	Y	ÇY	O	O	Y	Y	D	ÇÇY	D	Y	D	D	O	Y	O	D	Y	D	ÇD	D	D	D	ÇD	O	D	D	ÇD	O	Y	Y	Y
A5	O	Y	Y	Y	O	Y	O	O	ÇY	ÇD	Y	ÇD	O	O	O	O	O	Y	D	D	D	D	O	D	D	D	D	D	O	Y	Y	Y
A6	D	O	O	ÇY	O	O	O	O	O	ÇD	O	O	D	D	O	D	D	O	D	ÇD	D	D	D	D	D	D	D	O	O	O	Y	O
A7	D	Y	ÇY	Y	Y	Y	O	D	ÇY	D	Y	ÇD	O	D	O	O	O	Y	D	D	D	D	O	ÇD	O	D	D	D	O	Y	Y	Y
A1	O	ÇÇY	ÇÇY	O	Y	ÇÇY	ÇÇY	Y	ÇÇY	Y	D	Y	O	ÇÇY	O	Y	O	ÇY	Y	ÇÇY	ÇÇY	ÇÇY	O	O	Y	O	O	Y	D	Y	O	Y
A2	Y	Y	Y	ÇY	D	ÇÇY	O	ÇY	Y	ÇÇY	O	ÇY	Y	ÇY	Y	Y	Y	Y	ÇY	ÇÇY	ÇÇY	Y	O	Y	Y	O	O	Y	Y	ÇÇY	ÇY	Y
A3	D	O	O	O	O	D	Y	O	Y	D	Y	D	D	Y	ÇY	D	O	Y	O	ÇÇY	D	D	Y	D	O	Y	D	D	O	D	D	D
A4	ÇY	Y	ÇÇY	Y	Y	Y	O	Y	ÇY	O	O	Y	O	Y	O	O	O	Y	O	ÇÇY	Y	Y	O	ÇÇY	ÇÇY	ÇÇY	Y	ÇY	Y	ÇÇY	Y	ÇÇY
A5	Y	ÇÇY	Y	Y	Y	ÇY	O	Y	O	Y	Y	Y	Y	Y	Y	O	O	O	Y	ÇÇY	Y	O	Y	Y	Y	ÇÇY	ÇÇY	ÇÇY	ÇY	Y	ÇÇY	Y
A6	Y	ÇY	O	Y	Y	ÇY	ÇÇY	Y	ÇÇY	ÇY	ÇÇY	Y	Y	Y	ÇY	ÇY	O	Y	ÇÇY	ÇÇY	ÇY	O	Y	O	ÇY	O	O	Y	O	ÇÇY	Y	ÇY
A7	Y	Y	ÇY	Y	ÇY	ÇY	ÇÇY	Y	ÇY	Y	Y	Y	Y	ÇY	Y	O	O	O	Y	ÇÇY	ÇÇY	ÇY	O	Y	ÇÇY	ÇY	Y	Y	ÇY	ÇÇY	ÇY	Y

EK-2: Bütünleştirilmiş AD-KB Karar Matrisi

	C1						C2						C3						C4					
	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f
A1	0.6380	0.7387	0.2230	0.2964	0.0500	0.0716	0.7164	0.8346	0.1393	0.1923	0.0249	0.0485	0.7548	0.8725	0.1177	0.1703	0.0147	0.0390	0.5658	0.6453	0.2528	0.3485	0.0915	0.1194
A2	0.6316	0.7323	0.2252	0.2978	0.0508	0.0728	0.5744	0.6658	0.2191	0.2884	0.0745	0.1007	0.6651	0.7841	0.1503	0.2049	0.0350	0.0599	0.5857	0.6847	0.1999	0.2625	0.0570	0.0817
A3	0.5859	0.6706	0.2698	0.3816	0.0816	0.1070	0.6097	0.7224	0.2158	0.2948	0.0557	0.0820	0.5781	0.6691	0.2418	0.3228	0.0696	0.0949	0.4803	0.5412	0.3398	0.4676	0.1034	0.1378
A4	0.6203	0.7224	0.2236	0.2904	0.0494	0.0723	0.5430	0.6373	0.2347	0.2982	0.0652	0.0924	0.7466	0.8627	0.1242	0.1792	0.0289	0.0494	0.5674	0.6527	0.2553	0.3512	0.0836	0.1108
A5	0.6103	0.7056	0.2039	0.2724	0.0665	0.0900	0.6353	0.7466	0.1832	0.2473	0.0478	0.0722	0.5918	0.7077	0.2196	0.2859	0.0565	0.0846	0.5026	0.5846	0.2669	0.3432	0.0810	0.1115
A6	0.5693	0.6651	0.2773	0.3597	0.0589	0.0840	0.4628	0.5314	0.3730	0.4996	0.0829	0.1139	0.4147	0.4640	0.4102	0.5511	0.0963	0.1312	0.5257	0.6143	0.2769	0.3586	0.0676	0.0954

EK-2: (Devam) Bütünleştirilmiş AD-KB Karar Matrisi

A7	0.5977	0.6962	0.2625	0.3444	0.0534	0.0770	0.5085	0.5979	0.2480	0.3115	0.0715	0.1007	0.5999	0.7170	0.2357	0.3034	0.0369	0.0641	0.5408	0.6372	0.2272	0.2927	0.0582	0.0849
C5						C6						C7						C8						
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	
A1	0.6335	0.7552	0.1866	0.2404	0.0397	0.0667	0.7708	0.8896	0.1064	0.1523	0.0176	0.0402	0.5302	0.6261	0.3207	0.4408	0.0804	0.1115	0.5877	0.6862	0.2007	0.2645	0.0575	0.0821
A2	0.5731	0.6709	0.2335	0.3012	0.0567	0.0817	0.7514	0.8613	0.1208	0.1745	0.0280	0.0470	0.4661	0.5274	0.3496	0.4747	0.0986	0.1327	0.6434	0.7453	0.1777	0.2402	0.0462	0.0677
A3	0.5143	0.6001	0.2765	0.3568	0.0723	0.1009	0.5850	0.7022	0.2226	0.2870	0.0540	0.0825	0.4815	0.5591	0.2867	0.3676	0.0819	0.1129	0.5422	0.6163	0.2621	0.3678	0.0940	0.1235
A4	0.4957	0.5708	0.2833	0.3707	0.0889	0.1206	0.7029	0.8168	0.1309	0.1774	0.0319	0.0539	0.4661	0.5274	0.3496	0.4747	0.0986	0.1327	0.5787	0.6754	0.2182	0.2895	0.0577	0.0824
A5	0.4726	0.5565	0.2863	0.3586	0.0710	0.1010	0.6373	0.7395	0.1627	0.2167	0.0515	0.0736	0.4388	0.4874	0.4103	0.5630	0.1016	0.1384	0.5779	0.6680	0.2048	0.2770	0.0763	0.1024
A6	0.4540	0.5186	0.3563	0.4755	0.0908	0.1240	0.5342	0.6149	0.3158	0.4340	0.0798	0.1080	0.5220	0.6186	0.3410	0.4650	0.0751	0.1071	0.4624	0.5372	0.3199	0.4084	0.0773	0.1093
A7	0.5792	0.6963	0.2290	0.2904	0.0444	0.0728	0.6156	0.7175	0.1861	0.2466	0.0497	0.0730	0.5272	0.6307	0.3040	0.3948	0.0619	0.0938	0.5071	0.5955	0.2682	0.3486	0.0635	0.0911
C9						C10						C11						C12						
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	
A1	0.7506	0.8679	0.1135	0.1595	0.0218	0.0441	0.6634	0.7816	0.1612	0.2146	0.0333	0.0583	0.5809	0.6730	0.2631	0.3589	0.0666	0.0915	0.6547	0.7737	0.1711	0.2259	0.0312	0.0578
A2	0.7139	0.8363	0.1413	0.1949	0.0253	0.0500	0.6494	0.7637	0.1798	0.2400	0.0341	0.0585	0.5305	0.6248	0.2526	0.3195	0.0610	0.0881	0.6757	0.7929	0.1560	0.2091	0.0310	0.0553
A3	0.6016	0.6966	0.2034	0.2763	0.0639	0.0877	0.4470	0.5194	0.3195	0.4057	0.0795	0.1108	0.5752	0.6673	0.2171	0.2850	0.0734	0.0995	0.6179	0.7359	0.1967	0.2614	0.0441	0.0709
A4	0.7447	0.8612	0.1156	0.1616	0.0231	0.0452	0.5702	0.6657	0.2286	0.3035	0.0585	0.0835	0.4761	0.5570	0.2855	0.3610	0.0761	0.1065	0.6871	0.8026	0.1485	0.2008	0.0315	0.0547
A5	0.5900	0.6906	0.1925	0.2452	0.0594	0.0844	0.5259	0.6193	0.2448	0.3162	0.0600	0.0870	0.5411	0.6334	0.2184	0.2771	0.0737	0.1021	0.5968	0.6977	0.1959	0.2576	0.0525	0.0767
A6	0.6333	0.7403	0.1930	0.2671	0.0576	0.0812	0.4672	0.5426	0.3606	0.4764	0.0752	0.1052	0.5618	0.6664	0.2464	0.3247	0.0701	0.0991	0.4329	0.5028	0.3364	0.4267	0.0786	0.1101
A7	0.6652	0.7706	0.1541	0.2052	0.0365	0.0577	0.4786	0.5707	0.2851	0.3599	0.0513	0.0780	0.5752	0.6673	0.2171	0.2850	0.0734	0.0995	0.6016	0.7015	0.2122	0.2835	0.0501	0.0736
C13						C14						C15						C16						
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	
A1	0.5678	0.6534	0.2355	0.3165	0.0831	0.1102	0.6819	0.8011	0.1500	0.2156	0.0487	0.0714	0.5535	0.6458	0.2300	0.3029	0.0652	0.0926	0.5264	0.6151	0.2546	0.3354	0.0675	0.0952
A2	0.5454	0.6345	0.2488	0.3243	0.0726	0.1000	0.6125	0.7135	0.1892	0.2513	0.0517	0.0749	0.5262	0.6193	0.2518	0.3250	0.0579	0.0856	0.6178	0.7334	0.2008	0.2806	0.0523	0.0787
A3	0.4882	0.5686	0.2995	0.3912	0.0799	0.1105	0.5819	0.6758	0.2144	0.2881	0.0652	0.0901	0.5073	0.5997	0.2760	0.3452	0.0583	0.0868	0.5420	0.6544	0.2625	0.3621	0.0638	0.0948
A4	0.4515	0.5273	0.3112	0.3929	0.0766	0.1074	0.5765	0.6654	0.2080	0.2826	0.0781	0.1044	0.4880	0.5584	0.3051	0.4016	0.0904	0.1235	0.5187	0.5945	0.2806	0.3842	0.0851	0.1146
A5	0.4894	0.5748	0.2686	0.3379	0.0731	0.1029	0.5665	0.6630	0.2036	0.2657	0.0631	0.0891	0.5183	0.5994	0.2745	0.3696	0.0772	0.1060	0.4971	0.5750	0.2913	0.3888	0.0766	0.1055
A6	0.4308	0.4960	0.3831	0.5007	0.0805	0.1132	0.4278	0.4933	0.3777	0.4941	0.0819	0.1142	0.4593	0.5348	0.3770	0.4937	0.0699	0.1001	0.5436	0.6429	0.2372	0.3042	0.0490	0.0745

EK-2: (Devam) Bütünleştirilmiş AD-KB Karar Matrisi

A7	0.4775	0.5638	0.2815	0.3518	0.0685	0.0984	0.5855	0.6839	0.2376	0.3101	0.0536	0.0779	0.4733	0.5594	0.3218	0.4037	0.0586	0.0875	0.5439	0.6248	0.2511	0.3446	0.0840	0.1124
C17						C18						C19						C20						
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	
A1	0.4748	0.5555	0.2896	0.3668	0.0759	0.1064	0.5710	0.6693	0.2488	0.3252	0.0558	0.0820	0.4327	0.4986	0.3662	0.4787	0.0834	0.1155	0.4947	0.6063	0.3766	0.4725	0.0434	0.0730
A2	0.5557	0.6474	0.2227	0.2952	0.0691	0.0959	0.6045	0.7242	0.1811	0.2440	0.0516	0.0796	0.5184	0.6084	0.3088	0.4046	0.0616	0.0884	0.4914	0.6032	0.3911	0.4885	0.0395	0.0699
A3	0.5678	0.6487	0.2290	0.3199	0.0896	0.1172	0.5673	0.6646	0.2018	0.2625	0.0620	0.0879	0.4168	0.4774	0.4012	0.5249	0.0816	0.1147	0.4430	0.5456	0.4346	0.5447	0.0521	0.0841
A4	0.4630	0.5246	0.3256	0.4310	0.0974	0.1313	0.5155	0.6041	0.2440	0.3089	0.0744	0.1037	0.4298	0.4926	0.3461	0.4450	0.0863	0.1189	0.4660	0.5714	0.4058	0.5100	0.0518	0.0838
A5	0.5258	0.6039	0.2531	0.3351	0.0924	0.1232	0.5105	0.5943	0.2554	0.3276	0.0804	0.1104	0.4252	0.4950	0.3515	0.4426	0.0735	0.1051	0.4750	0.5790	0.3980	0.5043	0.0555	0.0877
A6	0.5317	0.6386	0.3318	0.4514	0.0694	0.1004	0.5279	0.6080	0.2678	0.3605	0.0898	0.1202	0.5327	0.6358	0.2877	0.3755	0.0664	0.0973	0.5186	0.6157	0.3443	0.4678	0.0738	0.1058
A7	0.5963	0.6979	0.2434	0.3414	0.0846	0.1119	0.5186	0.5893	0.2922	0.4033	0.1010	0.1333	0.4786	0.5634	0.3322	0.4294	0.0649	0.0934	0.5187	0.6255	0.3680	0.4731	0.0522	0.0824
C21						C22						C23						C24						
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	
A1	0.5169	0.6231	0.2897	0.3719	0.0616	0.0922	0.6022	0.7183	0.2156	0.2756	0.0409	0.0679	0.4961	0.5654	0.2896	0.3853	0.0970	0.1297	0.5287	0.6258	0.2696	0.3467	0.0457	0.0721
A2	0.5266	0.6403	0.2648	0.3311	0.0499	0.0801	0.5473	0.6470	0.2143	0.2729	0.0541	0.0804	0.5537	0.6389	0.2332	0.3164	0.0796	0.1070	0.5645	0.6610	0.2280	0.3002	0.0571	0.0825
A3	0.4554	0.5270	0.3399	0.4450	0.0829	0.1146	0.5124	0.6080	0.2585	0.3212	0.0570	0.0843	0.5875	0.6804	0.2109	0.2856	0.0678	0.0926	0.5705	0.6620	0.2291	0.3089	0.0672	0.0927
A4	0.4865	0.5722	0.2703	0.3390	0.0719	0.1016	0.4773	0.5541	0.2912	0.3732	0.0820	0.1132	0.4617	0.5217	0.3551	0.4819	0.0988	0.1331	0.6618	0.7726	0.1738	0.2378	0.0415	0.0644
A5	0.5209	0.6102	0.2620	0.3347	0.0685	0.0965	0.5428	0.6386	0.2243	0.2894	0.0598	0.0863	0.5530	0.6425	0.2607	0.3486	0.0736	0.1008	0.6268	0.7285	0.1805	0.2410	0.0496	0.0721
A6	0.4679	0.5362	0.3693	0.4970	0.0847	0.1159	0.4283	0.4894	0.3774	0.4976	0.0877	0.1206	0.4741	0.5475	0.3225	0.4257	0.0856	0.1173	0.4630	0.5246	0.3256	0.4310	0.0974	0.1313
A7	0.5505	0.6592	0.2742	0.3560	0.0557	0.0845	0.6156	0.7272	0.2222	0.2947	0.0502	0.0757	0.5293	0.6039	0.3036	0.4208	0.0927	0.1229	0.5350	0.6297	0.2352	0.3040	0.0599	0.0868
C25						C26						C27						C28						
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	
A1	0.6114	0.7075	0.2171	0.2954	0.0650	0.0885	0.6582	0.7616	0.1646	0.2217	0.0414	0.0624	0.6624	0.7869	0.1787	0.2437	0.0366	0.0629	0.6903	0.8152	0.1419	0.1959	0.0280	0.0541
A2	0.5824	0.6805	0.2003	0.2568	0.0639	0.0894	0.6026	0.7041	0.2057	0.2722	0.0473	0.0707	0.6151	0.7256	0.1944	0.2624	0.0561	0.0816	0.5939	0.6985	0.1865	0.2397	0.0465	0.0712
A3	0.6254	0.7323	0.2029	0.2753	0.0648	0.0893	0.6317	0.7369	0.1690	0.2213	0.0425	0.0652	0.5303	0.6281	0.2313	0.2941	0.0540	0.0806	0.5493	0.6504	0.2127	0.2699	0.0516	0.0780
A4	0.6241	0.7321	0.1958	0.2615	0.0610	0.0856	0.6416	0.7509	0.1835	0.2512	0.0509	0.0744	0.5993	0.7156	0.2134	0.2729	0.0446	0.0718	0.6124	0.7179	0.1950	0.2484	0.0431	0.0669
A5	0.5493	0.6379	0.2464	0.3226	0.0743	0.1016	0.6137	0.7289	0.1928	0.2466	0.0458	0.0720	0.6117	0.7381	0.2098	0.2702	0.0421	0.0712	0.6428	0.7574	0.1661	0.2191	0.0402	0.0648
A6	0.5557	0.6416	0.2508	0.3425	0.0742	0.1006	0.4283	0.4894	0.3774	0.4976	0.0877	0.1206	0.4357	0.5048	0.3588	0.4662	0.0805	0.1120	0.5081	0.5901	0.3083	0.4097	0.0767	0.1058

EK-2: (Devam) Bütünleştirilmiş AD-KB Karar Matrisi

A7	0.5949	0.7007	0.2278	0.3047	0.0660	0.0924	0.5804	0.6911	0.2387	0.3120	0.0571	0.0848	0.5563	0.6452	0.2841	0.3850	0.0699	0.0961	0.5696	0.6655	0.2220	0.2934	0.0594	0.0846
C29						C30						C31						C32						
a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	e	f	
A1	0.5749	0.6722	0.2286	0.2954	0.0587	0.0839	0.6173	0.7336	0.1874	0.2437	0.0554	0.0819	0.5314	0.6213	0.2729	0.3622	0.0608	0.0872	0.5350	0.6239	0.2740	0.3627	0.0723	0.1003
A2	0.6286	0.7299	0.1794	0.2402	0.0506	0.0729	0.5963	0.7078	0.1951	0.2512	0.0599	0.0869	0.6101	0.7285	0.2125	0.2930	0.0443	0.0717	0.5826	0.6824	0.2189	0.2813	0.0552	0.0802
A3	0.5856	0.6811	0.2217	0.2907	0.0638	0.0887	0.5349	0.6282	0.2434	0.3091	0.0653	0.0927	0.5061	0.5931	0.2785	0.3554	0.0688	0.0971	0.5902	0.6849	0.2362	0.3189	0.0662	0.0909
A4	0.5710	0.6595	0.2454	0.3337	0.0789	0.1055	0.5963	0.7078	0.1951	0.2512	0.0599	0.0869	0.5162	0.5984	0.3006	0.4015	0.0784	0.1073	0.5899	0.6967	0.2273	0.3059	0.0687	0.0958
A5	0.6262	0.7235	0.2102	0.2878	0.0617	0.0841	0.6359	0.7483	0.2067	0.2841	0.0584	0.0829	0.5738	0.6781	0.2750	0.3754	0.0667	0.0944	0.6041	0.7001	0.2188	0.2958	0.0657	0.0897
A6	0.4738	0.5440	0.3606	0.4844	0.0837	0.1144	0.5302	0.6279	0.3135	0.4271	0.0777	0.1085	0.4783	0.5527	0.3176	0.4193	0.0854	0.1170	0.5240	0.6033	0.2964	0.4019	0.0850	0.1146
A7	0.5711	0.6631	0.2523	0.3397	0.0699	0.0958	0.5740	0.6840	0.2617	0.3476	0.0561	0.0838	0.5467	0.6342	0.2861	0.3860	0.0724	0.0993	0.6041	0.7001	0.2188	0.2958	0.0657	0.0897

BENZERLİK RAPORU İLK SAYFASI

Aleyna SARIGÜL Tez Son Teslim Benzerlik Başlık Değişti

ORJİNALLIK RAPORU

%**7**

BENZERLİK ENDEKSİ

%**5**

İNTERNET KAYNAKLARI

%**7**

YAYINLAR

%**4**

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1

"Decision Making with Spherical Fuzzy Sets",
Springer Science and Business Media LLC,
2021

Yayın

%**2**

2

acikbilim.yok.gov.tr

İnternet Kaynağı

%**2**

3

readgur.com

İnternet Kaynağı

%**1**

4

ns9999k.webs.sigma2.no

İnternet Kaynağı

%**1**

5

Yildiz, Aytac. "Bulanik çok Kriterli Karar Verme
Yontemleri Ile Tedarikci Secimi ve Ekonomik
Siparis Miktarinin Tespiti: Otomotiv
Sektorunde Bir Uygulama", Marmara
Universitesi (Turkey), 2021

Yayın

%**1**

6

Submitted to Istanbul Gelisim University

Öğrenci Ödevi

<%**1**

7

Submitted to The Scientific & Technological
Research Council of Turkey (TUBITAK)

<%**1**

ETİK KURUL İZİN YAZISI

Evrak Tarih ve Sayısı: 13.03.2025-171904



T.C.
ARTVİN ÇORUH ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu



Sayı : E-18457941-050.99-171901
Konu : Kurul Kararı (Ahmet AYTEKİN ve
Aleyna SARIGÜL MERT)

13.03.2025

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 28.02.2025 tarihli ve E-170322 sayılı yazınız.

Hopa İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğretim üyelerinden Doç. Dr. Ahmet AYTEKİN'in tez danışmanlığını yürüttüğü yüksek lisans öğrencisi Aleyna SARIGÜL MERT'e ait "*Yerel Medya İşletmelerinin Karşılaştığı Sorunların ve Önem Düzeylerinin Belirlenmesi*" başlıklı çalışma Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunun 12 Mart 2025 tarihinde yapmış olduğu toplantısında incelenmiş olup, çalışma bilim ve araştırma etiği açısından uyumlu bulunmuştur. Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Atakan ÖZTÜRK
Kurul Başkanı

Mevcut Elektronik İmzalar

ARTVİN ÇORUH ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Müdürlüğü E-13031 MÜDÜRLÜĞÜ 13.03.2025 12:18

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : *BSD4MCPLKC* Pin Kodu : 86482
Telefon : +90 466 215 10 00
e-Posta : artvincoruh@artvin.edu.tr Web : http://www.artvin.edu.tr/
Kep Adresi : artvincoruhmi@hs01.kep.tr

Belge Takip Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/artvin-coruh-universitesi-ebys>

Bilgi için: Necmiye MAZLUM
Unvanı: Sekreter



Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.