

Mersin Yerel Medya Yayıncılığında Ekonomik Mücadele, İçel Tv ve Kanal 33 Örneği

Ahmet Yerkazan*

Öz

Yerel medya toplumun küçük kesimleri için önemli bir araçtır. Ulusal medyanın ulaşamadığı noktalarda yerel medya organları, içinde bulunduğu toplumu bilgilendirir ve yaşananlardan haberdar olmasını sağlar. Ancak yerel medyanın en büyük sorunu ekonomik anlamda yaşadığı kaynak kısıtlılığıdır. Sınırlı bir bölgeyi kapsayan etki alanı nedeni ile reklam gelirleri giderlerin karşılanması noktasında yetersiz kalmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen Mersin'de yayın yapan İçel TV ve Kanal 33 yöneticileri ile yapılan görüşme yaşanan ekonomik sıkıntının büyüklüğünü ortaya koymaktadır. Bu ekonomik zorluğun aşılması için yerel ve genel yönetimin yerel medyaya destek olması aksi takdirde yerel medyanın görevini sürdüremeyeceği ifade edilmektedir.

Anahtar kelimeler: Yerel Medya, Mersin Yerel Medyası, Medya ve Ekonomi, Ekonomi

Submitted/Geliş : 06.07.2024

Accepted/Kabul : 21.10.2024

<http://dx.doi.org/10.53723/cosohis.42>

Araştırma Makalesi/Research Paper

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4740-8543>; Uşak Üniversitesi, İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Öğrencisi

ahmetyerkazan@gmail.com

The Economic Struggle In Local Media Broadcast In Mersin- The Case of İçel Tv and Kanal 33

Abstract

Local media is an important tool for small segments of society. Where the national media cannot reach, local media organs inform the society they are in and ensure that they are aware of what is going on. However, the biggest problem of the local media is the economic constraints of resources. Due to its domain covering a limited region, advertising revenues are insufficient to cover expenses. The interview with the executives of İçel TV and Kanal 33 broadcasting in Mersin, which was examined within the scope of the study, reveals the magnitude of the economic distress. It is stated that the local and general government should support the local media to overcome this economic difficulty, otherwise the local media will not be able to continue its duty.

Keywords: Local Media, Mersin Local Media, Media and Economy, Economy

Giriş

Yerel kavramı belli bir sınır içerisinde yaşayan topluluğu ve yaşanılan bölgeyi ifade etmektedir. Yerel medya kavramı da belirli sınırlar içerisinde faaliyet gösteren, o bölgenin sosyal, ekonomik, kültürel değerlerini gündeme getiren medya kuruluşu anlamına gelmektedir.

Türkiye’de yerel medya tarihi Osmanlı döneminde eyalet sistemine geçişle birlikte başlayan ve eyalet bölgesinde görev yürüten gazeteler ile başladığı varsayılmaktadır. İlk dönemlerde devlet işlerini yürütmek için kurulan matbaalar yine devlet adına gazeteler basarak basın işlerini yürütmüşlerdir. Kurtuluş savaşı yıllarına kadar gazete sayısı artmaya devam etmiştir. Ancak yerel medyanın halkla bütünleşmesi kurtuluş savaşı ile gerçekleşmiştir (Faraç, 2000: 22- 23). Yazılı basının ardından yaşanan teknolojik gelişmeler birlikte 1990’lı yıllarda televizyon ve radyo istasyonları kurulmaya başlanmıştır. Ulusal yayıncılık alanında başlayan gelişmeler zamanla yerel medyada da yaşanmış ve yerel televizyonlar kurulmaya başlanmıştır (Çakır, 2003: 180). Tüm Türkiye’de olduğu gibi Mersin’de de yerel yayıncılık alanında faaliyetler yürütülmüştür. Cumhuriyet öncesi tarihlere dayanan yazılı basının gelişimi hızlı bir şekilde devam etmiştir. Mersin, teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan görsel basın alanında da gelişmeleri takip etmiş ve yerel yayınlar yapan televizyon kanalları kurulmuştur. Çalışma kapsamında incelediğimiz Kanal 33 ve İçel TV Mersin’de faaliyet gösteren ve en çok izlenmeye sahip televizyon kanallarıdır. Karasal yayıncılık alanında yayın hayatına başlayan televizyon kanalları, yaşanan teknolojik gelişmeleri takip ederek gelişimini sürdürmüştür. Bugün yayıncılık faaliyetlerini uyduda ve birçok dijital platformda sürdürmektedirler. Ancak televizyon yayıncılığı faaliyetlerinin yürütülmesi maliyetli bir süreçtir. Bu maliyetin karşılanması için ekonomik anlamda zorlu bir süreç sürdürülmektedir.

Ekonomi yönetimi medya sektöründe önemli bir yer tutmaktadır. Ulusal ve yerel medya ayırımına bakıldığında büyük bir farkın olduğu görülmektedir. Medya sektöründe ekonomik gelir kaynağının en önemli kalemlerinden olan reklam gelirleri yerel bölgenin ekonomik durumuna bağımlılığı nedeniyle yerel medyayı olumsuz etkilemektedir. Yerel medya alanında yapılan araştırmaların neredeyse tamamında ekonomik zorlukların olumsuz etkilerinden bahsedilmektedir (İnceoğlu, Yıldırım Önk, 2022: 230). Yerel medyada yaşanan ekonomik sorunları tespit etmek amacıyla Mersin’de yayın yapan yerel televizyon kanalları ile bir görüşme yapılmış ve çalışma kapsamında karşılaştırılarak incelenmiştir.

1. Yerel Medya

Yerel medya kavramı, belirli sınırlar içerisinde yer alan kesime hitap eden, belli sınırlan içerisindeki gelişmeleri takip edip alıcıya ileten dergi, gazete, radyo ve televizyonları kapsamaktadır. Yerel medya kavramı genelde yerel medyayı çağrıştırmaktadır. Basında ulusal ve yerel medya olarak ikiye ayrılmaktadır. Ulusal basın genel olarak, yerel medyaya göre daha geniş bir kitleye hitap eden ve ulusal konuları kapsayan içeriklerde yayın yapan kuruluşlardır. Yerel medya ulusal basına göre daha dar bir bölgeyi ifade eder. Burada kullanılan yerel kelimesi mahalli, belirli bir yer ile ilgili olan, anlamında kullanılmaktadır ([http: tdk.gov.tr](http://tdk.gov.tr)).

İnsanların yaşanan olaylar hakkında haberdar olabilmelerini sağlayan en önemli araçtır medya. Medya, insan yoğunluğunun fazla olduğu yerlerde daha fazla faaliyet göstermekte ve o bölgelerin gelişmelerini yansıtmaktadır. Ancak medyanın her bölgeden haberleri yansıtması mümkün olmadığından yerel ve bölgesel medyaya kuruluşlarına ihtiyaç duyulması yerel medyanın önemini arttırmıştır. Ulusal medyaya göre daha küçük bölgeleri kapsayan, o bölgede yaşanan gelişmeleri gündeme taşıyan ve kamuoyunu bilgilendiren yerel medya, bazı konularda kamuoyu oluşturma görevini de üstlenmektedir. Ayrıca yerel medya, vatandaşlara toplum içinde yaşadığı duygusunu vererek toplumsallaşma sürecine katkı sağlamaktadır. Yerel toplum içerisinde insanların yaşadığı çevreyi benimsemesine ve vatandaşların yerel kimliğini güçlendirmesine yardımcı olur (Vural, 1999: 114). Medya, bölgeye dair yayımladığı haberler aracılığıyla bölgede yaşanan sorunları ve kentte yaşayan insanların ihtiyaçlarını gidermesi için görev yapan bir araçtır. Yöresel kültür öğelerini aktarmada da önemli bir araç olan yerel medya, vatandaşa yansıttığı sosyal etkinlikler, toplum hafızasını canlandırma ve yaşanan duygunun hatırlatılması açısından da önemli bir araçtır (Gezgin, 2009: 236). Ancak yerel medyanın bu görevlerini yerine getirirken toplumsal değerler ve yöre kültürünün doğru aktarılmasına ve değerlere sahip çıkmasına katkı sağlamalı ve gazetecilik etik kurallarına uyması gerekmektedir (Yılmaz, 2010: s, 140).

Yerel medyanın görevlerini yerine getirebilmesi medya meslek etiği kurallarına uyulmasına bağlıdır. Ancak yerel medyada yaşanan ekonomik sıkıntılar bu kurallara uyma noktasında bazı engeller oluşturmaktadır. Bu noktada reklam aldığı işletmeler veya kurumlar medya gelirleri açısından önemli bir sermaye kaynağıdır. Bu durumda medya kuruluşları ekonomik bağımlılığı nedeniyle medya etik kurallarına bağlılığını ihlal etmeme noktasında katı bir duruş sergilemesi gerekmektedir. Yerel medyanın görevine tam olarak yerine getirebilmesi için ekonomik olarak özgürleşmesi gerekmektedir (Arslan, 2016: s. 200). Etik sorunlara yol açan ekonomik nedenler yerel medyanın yaşadığı en büyük sorunlardandır (Alemdar, Uzun, 2019: s. 323).

2. Mersin'de Yerel Medya

Mersin, tarihi bakımdan çok köklü bir geçmişe sahip olduğu bilinmektedir. Bu nedenle Mersin'in basın tarihinden önce Mersin'in köklü tarihinden bahsetmek doğru olacaktır. M.Ö. 5500 yıllarına dayanan, Yumuktepe olarak bilinen bölgede konumlandırılan Mersin kenti Asya'nın Kilikya adı verilen en eski yerleşim yerlerinden biridir (Develi, 1998: s. 14). 18. Yüzyılda bir balıkçı köyü olan Mersin, siyasi konumunun önem kazanmasıyla adını duyurmuş ve özel bir bölge haline gelmiştir (Yorulmaz, 2005: s. 75). Ermenilerin yaşadığı ve küçük bir balıkçı kasabası olan Mersin, siyasi öneminin artması paralelinde diğer gelişmeleri getirmiştir. Bu gelişmelerden biri de Papazın Matbaası olarak bilinen ve 1890 yılında kurulan matbaadır. Matbaanın kurulmasıyla medya faaliyetleri başlamış ve gazeteler basılmaya başlanmıştır. Bu gelişmeler Mersin basın tarihinin başlangıç noktası olarak bilinmektedir. Matbaanın Mersin'de kullanılmaya başlamasıyla basın faaliyetleri de yürütülmeye başlanmıştır. Bu gelişmelerin ardından 1908 yılında Müezzinzade Mehmet Tahir Bey tarafından Mersin'in ilk gazetesi olan "Tarsus Gazetesi" yayına başlamıştır (Artan, 1996: 9). Daha sonra kurulan çeşitli matbaalarla birlikte günümüze kadar geçen süreçte

okur yazarlık oranının artmasına paralel olarak medyanın önemi de artmıştır. Özellikle cumhuriyetin ilanı ile artan haberleşme ihtiyacı basın öneminin artmasına neden olmuştur.

1800'lü yılların sonundan günümüze kadar olan sürede Mersin'de birçok gazete kurulmuştur. Günümüze kadar olan sürede gazetelerin yanında teknolojinin gelişmesine paralel olarak radyo ve televizyon kanalları da kurulmuştur. Medya alanında yaşanan teknolojik gelişmeler ile yayın hayatına başlayan medya şirketleri ve gazetelerin bir kısmı çeşitli nedenlerle yayın hayatını günümüze kadar sürdürememiş ve kapatılmıştır. Daha sonra süreç içerisinde günümüze kadar yeni yazılı ve görsel medya şirketleri kurulmuştur (Bulut, 2007: 140-160). Günümüzde baktığımızda medya sektöründe ekonomik giderlerin artması nedeniyle bir daralma yaşanmış ve yayınların daha az maliyet getireceği düşünülen sanal mecrada yapılmaya başlanmasına neden olmuştur. Köklü bir basın geçmişine sahip olan Mersin'de 2000'li yıllara gelindiğinde geçmişten gelen birikimin etkisiyle alanda yetişen tecrübeli gazetecilerin de sayısı yüksektir. Tecrübeli gazetecilerin sayısının fazla olması Mersin'de gazetecilik faaliyetlerinin de fazla olmasını sağlamıştır (Artan, 1996 :28). Günümüzde Mersin'de faaliyet gösteren medya kuruluşları olduğu görülmektedir. Mersin Valiliği resmi internet sitesinden ulaştığımız bilgilere göre gazete ve internet sitesinden oluşan 77 medya kuruluşu bulunmaktadır (www.mersin.gov.tr).

3. Yerel Medya'nın Ekonomi Mücadelesi

Yerel medyanın temelinde bakıldığında üç temel sorunu vardır. Bunların başında ekonomik sorunlar gelmektedir. Teçhizat sorunu ve basında ahlak ilkelerinin ihmali de diğer sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorunlar medyanın gelişimini ve profesyonel yapıya kavuşmasını olumsuz etkilemiştir (Kayacan, 1996: 412). Medya kuruluşlarının yönetilmesi ekonomik olarak oldukça yüksek maliyetlidir. Yapılan araştırmada benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde, özellikle yerel medya kuruluşlarının ekonomik sermaye konusunda zorluk yaşadığı görülmüştür (Kurtbaş ve diğerleri, 2009: 38-39). 2000'li yıllara kadar ekonomik anlamda daha güçlü olan medya kuruluşları 2000 yılının ardından zorlu bir sürece girmiştir. İzmir yerel medyasında yapılan bir araştırmada ekonomik olarak güçlü bir yapı kurmak için görece bağımsız olsa da bağımlı bir medya oluşmaktaydı. Ancak gelinen noktada sermaye akışını sağlamak için verilen tavizler sonucunda medya patronları ve siyasi aktörler içerik üzerinde söz sahibi olmaya başlamıştır (İnceoğlu, Yıldırım Önk, 2022: 243). Bu durum medyanın etik kuralları dışına çıkmasına neden olmuştur. Yerel medyanın kitlesinin sınırlı olması ve etki alanının dar olması nedeniyle gelir kaynakları da sınırlıdır. Bu nedenle yerel medyada reklam gelirleri oldukça düşüktür. Basın İlan Kurumu (BİK) verdiği resmi ilan desteği yerel medya için önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir (Özcan, 2019: 1019). Ancak bu gelirlerin yüksek maliyeti olan medya kuruluşların giderlerini karşılayamamaktadır. Bu nedenle yerel medyada yeni gelir kaynakları bulma ihtiyacı duymuştur. Yerel yönetimler bu noktada yerel medya için yeni bir gelir kaynağı olmuştur. Yerel yönetimlerin faaliyetlerini kamuoyuna aktarmak istemesi ve bunu yerel medya aracılığı ile yapması yerel medya için önemli bir sermaye kaynağı olduğunu söylemek mümkündür.

4. Araştırma

Türkiye'deki yerel medya, ekonomik zorluklarla sürekli mücadele etmektedir. Özellikle görsel medyada yüksek giderler, sürekli kaynak ihtiyacına yol açmaktadır. Yerel yayıncılık yapan televizyon işletmeleri bu ihtiyacı karşılamak için hükümet ve yerel yönetimlerden destek aramaktadır. Bu çalışma, yerel televizyon kanallarının ekonomik zorlukları ve bu zorluklarla mücadele yöntemlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Mersin'de yüksek izlenme oranlarına sahip İçel TV ve Kanal 33 televizyon kanalları üzerinde yapılmıştır. Her iki kanal da personel sıkıntısı çekmekte, bu durum içerik üretimini ve

çalışanların iş yükünü artırmaktadır. Araştırma sonuçları, ekonomik zorlukların yerel medyanın gelişimini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Bu tür zorluklarla başa çıkmak için yerel kanalların daha fazla destek ve kaynak bulması gerekmektedir.

5. Bulgular

Ekonomik Sınırlamalar ve Yerel Medya: İçel TV ve Kanal 33 gibi yerel televizyon kanalları, sınırlı personel kaynakları ve finansal kısıtlamalar nedeniyle içerik üretiminde zorluklar yaşamaktadır. Ekonomik giderleri azaltma çabaları, personel sayısının azaltılmasına yol açmış, bu durum da iş yükünü artırarak içerik kalitesini düşürmüştür.

Yöneticilerin Çoklu Görevleri: İçel TV ve Kanal 33 yöneticileri, sivil toplum kuruluşları gibi diğer alanlarda da rol almakta, ancak bu görevler maddi katkı sağlamamaktadır. Bu ek görevler, yöneticilere çeşitli deneyimler sunsa da, yerel medyanın finansal zorluklarını gidermede etkili olmamaktadır.

Diğer Kurumlardaki Roller: İçel TV ve Kanal 33 yöneticileri, ulusal medya kuruluşlarında görev almadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum, yerel medya temsilcilerinin genellikle lokal odaklı kaldığını ve ulusal düzeyde roller üstlenmediklerini göstermektedir.

Kanal Gelir ve Giderleri: İçel TV ve Kanal 33'ün gelir kalemleri reklam, sponsorluk ve canlı yayın hizmetlerinden oluşurken, giderleri personel, uydu kirası, RTÜK ücretleri gibi kalemlerle yüksektir. Gelirler genellikle bu giderleri karşılamaya yetmemektedir.

En Büyük Gelir ve Gider Kalemleri: İçel TV için en büyük gelir kaynağı reklamlar, en büyük gider kalemi ise uydu ve verici kiralardır. Kanal 33 ise gelirlerinin çoğunu yerel ve genel yönetimlerden alırken, en büyük gider kalemi RTÜK ve uydu kiralrı olarak belirtilmiştir.

Gelirler Giderleri Karşılması: Her iki kanal da mevcut gelirlerinin giderleri karşılamada yetersiz kaldığını belirtmiştir. Bu durum, finansal sürdürülebilirliklerini tehlikeye atmaktadır.

Yerel Yayıcılığa Hükümet ve Yerel Yönetim Desteği: Yerel televizyon kanalları, hükümetten somut bir destek almamakta, ancak yerel yönetimler zaman zaman reklam ve tanıtım desteği sağlamaktadır. Yine de bu destekler genellikle yetersiz kalmaktadır.

Ekonomik Destek Talepleri: Yöneticiler, yerel medyanın ekonomik zorluklarını aşabilmesi için hükümetten özel destek ve teşvik paketleri beklemektedir. Önerilen destekler arasında uydu maliyetlerinin düşürülmesi, SSK ve enerji maliyetlerinde indirimler, ve yerel medya için özel krediler yer almaktadır.

Siyasi Desteklerin Gazetecilik Üzerindeki Etkisi: Yöneticiler, siyasi desteklerin gazetecilik bağımsızlığını tehlikeye atmadan sağlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Basın özgürlüğünün korunması, maddi desteklerden önce gelmelidir.

Medya Bağımlılığı ve Mesleki Gelişim: Yerel yönetimlerin desteği, medya çalışanlarını ve gazeteciliğin mesleki gelişimini olumsuz yönlere sürükleyebilir. İçel TV yöneticisi, gazetecilik mesleğinin etik ve ahlaki ilkelerine sadık kalınması gerektiğini, Kanal 33 yöneticisi ise gazetecilikte maddi şartların iyileştirilmesinin etik standartların korunmasına yardımcı olacağını belirtmiştir.

Medyanın Bağımsızlığı ve Yönetim Desteği: Yerel medya yöneticileri, hükümet ve yerel yönetimlerden alınan desteklerin gazetecilik bağımsızlığı ve etik kurallar çerçevesinde olması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu bağımsızlık, gazetecilik faaliyetlerinin her türlü siyasi ve ekonomik baskıdan uzak tutulmasını gerektirir.

Sonuç

Yerel medya toplumun küçük kesimlerine hitap eden medya kuruluşlarıdır. Her ne kadar küçük kesimlere hitap etse de yerel medya toplumun dünyaya açılan kapısı gibidir.

Toplumun kültürel, ekonomik ve sosyal değerlerinin yaşatılması gelecek kuşaklara aktarılması ve tanıtılmasında yerel medya önemli bir yere sahiptir. Ancak medya sektörü teknolojiye bağımlı bir sektördür. Alanda çalışan tecrübeli personele ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle ekonomik olarak büyük zorluklarda yaşamaktadırlar. Gelir kalemlerinin kısıtlı olduğu medya sektöründe gider kalemleri ise oldukça fazladır. Ekonomik koşulların sağlanması için büyük bir mücadele içerisinde olan medya kuruluşları bu açığı kapatmak için yerel ve genel yönetimlerin desteklerine ihtiyaç duymaktadır. Yerel ve genel yönetimlerin medya sektörünü beslemesi bazı etik kaygıların doğmasına da neden olmuştur. Medyanın bağımsızlık ve tarafsızlık ilkelerine bağlı kalması oldukça önemlidir. Ancak siyasal güçlerin yerel medyayı kontrolünde tutmak istemesi bağımsızlık ilkesinin ihlal edilmesine neden olabilmektedir. Bu durumun göz ardı edilmemesi oldukça önemlidir. Basın ahlak ilkelerinin korunması ve nitelikli personelin yetiştirilmesi yerel medyanın ekonomik olarak güçlenmesine bağlıdır.

Ekonomik sorunlar Türkiye'de yerel medya sektöründe önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma kapsamında incelediğimiz Mersin yerel medyasında da ekonomik sorunların olumsuz sonuçlarıyla karşılaşmak mümkündür. Çalışma kapsamında görüşme yaptığımız İçel TV ve Kanal 33 yöneticilerinin yaşanan ekonomik sorunların olumsuz sonuçlarından bahsederken yerel ve genel yönetimlerinin desteğine ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Yerel yönetimlerden ve hükümetten destek göremeyen yerel medya faaliyetlerini gerçekleştirmekte zorlanmaktadır. Yerel yönetimlerin desteğine ihtiyaç duyduklarını ifade eden yöneticilerin gerekli ekonomik desteği alamamaları halinde yerel medyanın faaliyetlerinin kısıtlanacağını ve üretim kalitesinin düşeceğini ifade etmişlerdir.

Yerel yönetimde en büyük sorun ekonomik yetersizlik sorunudur. Mevcut gelir kalemlerinin yetersiz olması buna karşın gider kalemlerinin fazla olması sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle yerel medyanın yerel yönetimler ve hükümetten verilecek olan destekle ayakta kalabileceklerini aksi takdirde yerel medyanın büyük bir kısmının faaliyetlerini sürdürmekte zorlanacağı ve bunun sonucunda kapatmalarında yaşanmasına neden olabileceği görülmektedir.

Kaynakça

- Arslan, E. Arslan B. (2016), Türkiye’de Yerel Gazete Yöneticilerinin Meslek Etiği Algısı, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Cilt:9 Sayı:2, 200
- Artan, G. (1996), Mersin Basın Tarihi, Mersin Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Mersin, s. 9.
- Bulut, M. (2007). Mersin’in Yerel Gazete Tarihi, Suat Gezgin (Ed.), Türkiye’de Yerel Basın içinde (s.139-164).
- Çakır, V. (2003). Türkiye’de Yerel Televizyonculuğun Mevcut Kurumsal Yapısı Ve Bir Örnek Model Tasarımı. Selçuk İletişim, 2(4), 180-193. Retrieved From <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Iosc/Issue/19006/201017>
- Develi, Ş. (1998). Akdeniz’de İnci Kent Mersin, Gözde Ofset, Mersin, s. 14.
- Faraç, Mehmet. (2000). “Türkiye’deki Yerel Basın Hakkında Genel Bilgi”, Türkiye ve Almanya’da Yerel Gazetecilik, Ankara, Ofset Fotomat.
- Gezgin, S. (2009). Türkiye’de Yerel Basın. Der Yayınları, İstanbul, 236.
- İnceoğlu, M. Ç. & Yıldırım Önk, Ü. (2022). Yerel Televizyon Yayıncılığında Haber Erozyonu: İzmir Örneği . Erciyes İletişim Dergisi , 9 (1) , 229-248 . DOI: 10.17680/erciyesiletisim.997920
- Kayacan, İsa 1996. Basınımızın Anadolu Cephesi, Ece Yayınları, Ankara.
- Kurtbaş, İ. , Doğan, A. & Göker, G. (2009). YEREL MEDYA SORUNLARI VE SEKTÖR ÇALIŞANLARININ SORUNLARA BAKIŞLARI “ELAZIĞ İLİ ÖRNEĞİ” . Erciyes İletişim Dergisi , 1 (2) , - . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/erciyesiletisim/issue/5861/77576>
- Mersin’de Yayın Yapan Basın Kuruluşları, (2023), <http://www.mersin.gov.tr/basin-kuruluslari-listesi> , Erişim Tarihi: 25.06.2023
- Özcan, A. (2019). GÜMÜŞHANE YEREL BASINI: TARİHSEL KÖKEN, SORUNLAR VE ÇÖZÜMLER . Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi , 7 (2) , 1006-1033 . DOI: 10.19145/e-gifder.583843
- Vural, A. M. (1999). Yerel Basın ve Kamuoyu. T.C. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 114.
- Yerel Basın Kavramı <http://www.tdk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 20.06.2023).
- Yılmaz, N. (2010), Yerel Basının Etik Sorunları, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, 140
- Yorulmaz, Ş. (2005). “Doğu Akdeniz’de bir Cemaat Serüveni”, Tarih İçinde Mersin Kolokyumu, Mersin Üniversitesi Yayınları No: 14, Mersin, s. 71.