

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Duygu ÇELİKER SARAÇ

TELEVİZYON DİZİLERİNİN ÜRETİMİNDE EMEK SÜRECİ:  
SET İŞÇİLERİNİN ÇALIŞMA KOŞULLARININ ANALİZİ

İletişim Ana Bilim Dalı  
Doktora Tezi

Antalya, 2015

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Duygu ÇELİKER SARAÇ

TELEVİZYON DİZİLERİNİN ÜRETİMİNDE EMEK SÜRECİ:  
SET İŞÇİLERİNİN ÇALIŞMA KOŞULLARININ ANALİZİ

Danışman

Prof. Dr. Mustafa ŞEKER

İletişim Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2015



Akdeniz Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Duygu ÇELİKER SARAÇ'ın bu çalışması, jürimiz tarafından İletişim Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof.Dr. M. Bilal ANIL B.A.  
Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Mustafa Seher M.  
Üye : Prof. Dr. Gülcan SEŞKİN  
Üye : Prof. Dr. İbrahim Tuncel  
Üye : Doç. Dr. Mezihe TAŞKAYA

Tez Başlığı: Televizyon Dizilerinin Üretiminde Genel Süreci:  
Set İşçilerinin Çalışma Koşullarının Analizi.

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 21.08./2015

Mezuniyet Tarihi : 01/09/2015

Prof. Dr. Zekeriya KARADAVUT  
Müdür

## İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ .....	iii
KISALTMALAR LİSTESİ .....	iv
ÖZET .....	v
SUMMARY .....	vi
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### EMEK SÜRECİ İNCELEMELERİNDE TEMEL YAKLAŞIMLAR

1.1 Türkiye Örneği Üzerinden Emek Süreci İncelemelerine Kısa Bir Bakış .....	5
1.2 Sosyal Bilimlerde Emek Süreci İncelemeleri: Kavramlar, Yaklaşımlar .....	7
1.2.1 Ampirizm Geleneğine Dayanan İncelemeler: “İşçi Verimliliğinin Nasıl Arttırılacağı Sorunu” .....	9
1.2.2 Marksizm’in Sonunun İlanı: Emek Süreci İncelemelerinde Postmodern Teoriler. ....	12
1.2.2.1 Postmodern Yanılgı: Küçük Deste Üretim, Bireysel Tüketim ve Yaşam Tarzları .....	14
1.2.2.2 Maddi Olmayan Emek Tartışmaları .....	18
1.2.3 Ekonomi Politik Yaklaşımdan Hareketle Emek Sürecini Yeniden Düşünmek..	20
1.2.3.1 Klasik Ekonomi Politik Yaklaşım .....	23
1.2.3.2 Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım .....	26
1.2.3.3 Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşımdan Hareketle Medya Üretiminde Emek Süreci .....	31

### İKİNCİ BÖLÜM

#### TÜRKİYE’DE TELEVİZYON DİZİSİ ÜRETİMİNDE EMEK SÜRECİ

2.1 Televizyonun Ekonomi Politikası .....	39
2.2 Türkiye’de Dizi Sektörü: Sektörün Aktörleri ve Sayısal Veriler.....	45
2.3 Televizyon Dizisi Üretim Süreci .....	52
2.4 Televizyon Dizisi Üretiminde Emek: Set İşçilerinin Çalışma Koşulları .....	55

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### ARAŞTIRMA

3.1 Araştırmanın Kapsamı .....	58
3.2 Araştırmanın Nüfusu ve Örneklem .....	61

3.3	Veri Toplama Teknikleri .....	61
3.4	Nicel İçerik Çözümlemesi Bulguları .....	63
3.5	Derinlemesine Görüşmeye İlişkin Bulgular .....	70
3.5.1	Dizi Üretim Süreci ve İşbölümü.....	70
3.5.2	Set İşçilerinin İş Tanımları .....	77
3.5.3	Set İşçilerinin İşe Başlamadan Önceki Düşünceleri ve Dizi Setlerinin Gerçekleri .....	81
3.5.4	Set İşçilerinin İşe Alınma Süreci ve İşverenle İlişkileri .....	84
3.5.5	Dizi Setlerinde İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği .....	88
3.5.6	Dizi Sektöründe Çalışan Set İşçilerinin Ücret Koşulları .....	91
3.5.7	Dizi Setlerinde Çalışma Saatleri, Tatiller ve Boş Zaman .....	92
3.5.8	Dizi Setlerinde Çocuk Oyuncular ve Çocuk Oyucuların Çalışma Koşulları.....	96
3.5.9	Sinema-TV Sektöründe Bir Emek Örgütlenmesi: Sinema Emekçileri Sendikası.. .....	102
3.5.9.1	Sinema Emekçileri Sendikası'nın Set İşçilerinin Çalışma Koşullarına Yönelik Talepleri .....	106
3.5.10	Sinema-TV Sektöründe Bir Emek Örgütlenmesi: Oyuncular Sendikası.....	109
3.5.11	Dizi Sektöründe Bir Sermaye Örgütü: Yapımcılar Derneği.....	115
3.5.11.1	Yapım Şirketleri'nin İşçi-İşveren İlişkilerine Bakışı ve Set İşçilerinin Çalışma Koşullarına İlişkin Düşünceleri .....	121
3.5.11.2	Reyting Savaşları: Yapımcıların Yeni Reyting Sistemi İle İlgili Talepleri .... .....	123
3.6	Derinlemesine Görüşme Bulgularına Yönelik Genel Bir Değerlendirme .....	128
	<b>SONUÇ .....</b>	<b>134</b>
	<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>143</b>
	<b>EK 1- Çalışma Koşullarına Yönelik Olarak Set İşçilerine Yöneltilen Sorular .....</b>	<b>151</b>
	<b>EK 2- Sinema - TV Sektöründe Emek Örgütlenmeleri Olarak Sinema Emekçileri Sendikası ve Oyuncular Sendikası'na Yöneltilen Sorular .....</b>	<b>152</b>
	<b>EK 3- Dizi Sektöründe Sermaye Örgütlenmesi Olarak Yapımcılar Derneği'ne Yöneltilen Sorular .....</b>	<b>153</b>
	<b>EK 4- Derinlemesine Görüşme Örneği.....</b>	<b>154</b>
	<b>Ö Z G E Ç M İ Ş .....</b>	<b>159</b>

## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1 Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı Alanındaki Tarihsel Gelişmeler.....	42
Tablo 2.2 2005-2010 Yılları Arasında Türkiye Reklam Yatırımlarının Dağılımı .....	45
Tablo 2.3 28 Aralık-4 Kasım 2011 Tarihinde En Çok Reklam Alan Program Türleri: .....	46
Tablo 2.4 2010-2011 Dizi Sezonunda En Çok Kazanan Yapım Şirketleri .....	48
Tablo 2.5 2010-2011 Dizi Sezonunda En Çok Kazanan Diziler ve Yapım Şirketleri .....	50
Tablo 3.1 Kanalların Prime Time’da ve Prime Time Dışında Yayınladıkları Program Türlerinin ve Dizilerin Dağılımı.....	63
Tablo 3.2 Prime Time’da Yayımlanan Diziler, Yayımlandıkları Kanallar ve Yapım Şirketleri	65
Tablo 3.3 Prime Time’da Yayımlanan Dizilerin Süreleri .....	67
Tablo 3.4 Prime Time’da Yayımlanan Dizilerin Ortalama Sponsor Sayısı .....	68
Tablo 3.5 Prime-Time’da Yayımlanan Dizilerde Kamera Önü ve Arkasında Çalışan Ortalama Emekçi Sayısı .....	69
Tablo 3.6 Set İşçilerinin Demografik Bilgileri ve Mesleki Deneyimleri .....	73
Tablo 3.7 Set İşçilerinin Çalıştığı Diziler, Kanalları, Yapım Şirketleri ve Dizilerin Süreleri .	75
Tablo 3.8 Yapımcılar Derneği’ne Üye Yapım Şirketleri, Kuruluş Yılları ve Sahipleri.....	118
Tablo 3.9 Yapımcılar Derneği’ne Üye Yapım Şirketlerinin Faaliyet Alanları .....	119
Tablo 3.10 Yeni SES Grupları ve Yüzdeleri .....	126

**KISALTMALAR LİSTESİ**

BİROY	Sinema Oyuncuları Meslek Birliği
DİSK	Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu
FİYAB	Film Yapımcıları Meslek Birliği
ISMMO	İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası
HAK-İŞ	Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu
RATEM	Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği
SE-YAP	Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği
SİNE-İŞ	Sinema İşçileri Sendikası
SİNE-SEN	Sinema Emekçileri Sendikası
TESİYAP	Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Meslek Birliği

## ÖZET

Günümüzde emek süreci incelemelerinde ana akım incelemelerin hâkimiyeti, eleştirel yönetim çalışmaları adı altında eleştirel bir anlayışı temsil eden postmodern teorilerin ise yükselişi söz konusudur. Ekonomi politik yaklaşım ise, iletişim ve enformasyon teknolojilerine dayanan bir toplumda emek sürecindeki değişimleri anlamada yetersiz olduğu iddiasıyla hem siyasal hem de entelektüel pratikler içinde terk edilmiştir. Bu çalışmada emek süreci incelemelerinde ekonomi politik yaklaşımın yeniden düşünülmesi gerektiği ve toplumsal varlığın önemli alanlarından biri olan medyayı, medyanın ürünlerini ve medya üretiminde emek sürecini açıklama gücüne sahip olduğu temel savından hareketle Türkiye’de televizyon dizisi üretiminde emek süreci, set işçilerinin çalışma koşulları incelenmiştir.

Araştırmanın sonuçları, kanallar, yapım şirketleri, reklam verenler ve sponsorların birbirleriyle reyting cihazına bağlı, ekonomik ilişkiler içinde olduğu bir ortamda set işçilerinin olumsuz çalışma koşullarına işaret etmiştir. Set işçileri iş güvencesinden yoksun bir biçimde, işçi sağlığı ve iş güvenliği önlemleri alınmadan ücretleri geciktirilerek uzun süreler çalıştırılmaktadır. Set işçileri açısından iş zamanı ile boş zaman arasındaki sınır da giderek bulanıklaşmıştır. Set işçileri bütün bu olumsuz koşulların düzelmesini talep etmekle birlikte, sinema-televizyon alanındaki emek örgütlenmelerinde bir bölünme söz konusudur. Sinema-televizyon alanına ilişkin kurulan emek örgütlenmeleri de Türkiye’nin tarihsel koşulların içinde geriletilmiş ve güç kaybına uğratılmışlardır. Çalışma koşullarına yönelik olarak işçilerin işi olmaktan kaynaklanan taleplerine karşın son sözü söyleyen üretimi kontrol eden güçler, kapitalizmin üretim ilişkileri çerçevesinde hareket eden kanallar, yapım şirketleri, reklam verenler ve sponsorlardır.

**Anahtar Kelimeler:** Emek süreci, Medya, Televizyon, Set İşçileri

## SUMMARY

### THE LABOUR PROCESS IN PRODUCTION OF TELEVISION SERIES: AN ANALYSIS OF LIVE-STAGE WORKERS' WORKING CONDITIONS

Today there is a matter of dominance of main stream analysis in the labour process, meanwhile rise of the postmodern theories which represent the critical approaches. However the political economy approach is excluded both in political and intellectual practices with the idea which claims that political economy is insufficient to understand the changes of the labour process in the information and communication technologies based society. This study claims that the political economy should be rethought in the labour process studies. Because it has the explanation power of the media, media production and the labour process of media production. Therefore the labour process of workers and their working conditions who work at the live-stage of television series have been analysed in this study.

The results of the study point the workers' negative working conditions in the environment of TV channels, production companies, advertisers and sponsors which are connected to each other via people meter/rating tool. The live-stage workers are employed for long hours, delayed wages and in a manner devoid of labor-job protection, health and safety precautions. The boundaries between working time and leisure time increasingly have been blurred. Although the live-stage workers request the negative work conditions to get better, there is a matter of division of labour organising in cinema-television sector. The labour organisations of the cinema-television sector have been downgraded and suffered loss of power. Regardless the fact that the workers' have demands which arise from the negative conditions, the power elites who control the production, television channels which broadcast in the frame of production relations of capitalism, production companies, advertisers and sponsors have the final word.

**Keywords:** Labour process, media, television, live-stage workers.

## GİRİŞ

Emek süreci, insanların en uzak yıllardan bu yana gereksinimlerini karşılamak için iş ile doğayı denetleyip kontrolleri altına aldıkları bir süreçtir. Günümüze değin var olmuş üretim biçimlerinin kendine özgü belli nitelikleri altında değerlendirildiğinde ise, her bir üretim biçiminde emek sürecinin farklılaştığı görülür. İlkel komünal topluluk düzeninde çalışma sonucunda elde edilen ürün ve zenginlik ortakken, kapitalizm çağında emekçi, sahip olduğu tek şey olan emek gücünü kapitaliste satmaya başlamış, emek gücü de bir meta haline gelmiştir. Emek gücünün bir süreliğine kullanım hakkını satın alan kapitalist ise çeşitli kontrol yapılarına başvurarak emek gücünden sonuna kadar faydalanma yoluna gitmiştir.

Günümüzde toplumsal varlığın her alanında emek sürecine ilişkin katı gerçeklerin göz ardı edildiği ya da toplumsal bağlamından bağımsız bir biçimde ele alındığı görülür. Hiç şüphesiz ki bu alanlardan biri de sosyal bilimler alanıdır. Ağırlıklı olarak ampirizm geleneğine ve postmodern teorilere dayandırılarak açıklanan emek süreci, içinde şekillendiği toplumsal ve ekonomik yapılardan kopuk bir biçimde ele alınır. Ampirizm geleneğinin emek süreci incelemelerinde en temel sorunu, işçi verimliliğinin nasıl arttırılacağı sorunudur. Bu tür incelemelerde işçinin, örgütün temel çıkarları doğrultusunda verimliliği arttırılması gereken beşeri bir kaynağa indirildiği görülür.

Son yıllarda emek sürecine ilişkin açıklamalar getiren postmodern teorilerin de sosyal bilimler alanında yükselişi söz konusudur. Postmodern teorilerin alandaki hâkimiyeti kimi yazarlarca “epistemik şiddet” kavramsallaştırmasıyla açıklanır. Söz konusu teorilerce, diyalektik ve tarihsel materyalizmin temel öncüllerinin günümüz emek sürecini açıklamakta yetersiz olduğu ilan edilerek son dönem emek süreci ve çalışma biçimlerine yönelik olarak yeni açıklamalar getirilir. Bu incelemeler, Marksizm’in maddi emek yaklaşımının karşısına maddi olmayan emeği; sınıf yaklaşımının karşısına ise, yaşam tarzlarının ve kimliklerin belirleyiciliğini koyarlar.

İletişim alanı da disiplinler arası niteliğinden dolayı sosyal bilimlerin emek sürecine ilişkin yaklaşımlarından beslenmiştir. İletişim alanında emek sürecine yönelen ampirik incelemelerde iş, işçi ve işyeri motivasyon teorileriyle açıklanmış, gazetecilerin, radyo ve televizyon çalışanlarının ve halkla ilişkiler uygulayıcılarının geniş toplumsal bağlam içinde şekillenen çalışma koşulları salt verimlilik sorununa indirgenerek incelenmiştir.

Postmodern teorilerde ise, medya işçileri medya ürünlerinin bilişsel ve kültürel içeriklerini ürettikleri gerekçesi ile “maddi olmayan emek” tartışmalarının içine



yerleştirilmişlerdir. Bu tartışmalarda Marksizm'in temel kavramsallaştırmalarıyla –maddi olmayan emek diye bir şey varmış gibi- maddi olmayan emeğin anlaşılamayacağını savunmuşlardır. Medya işçilerinin, iş güvencesi olmadan çalıştırılmaları, iş zamanı ile iş dışı zaman arasındaki ayrımın bulanıklaşması gibi çalışma koşulları, içinde yer aldığı yapılardan bağımsız bir biçimde ele alınmıştır.

Postmodern teorilerde sınıf tartışmaları üretimden ziyade tüketim kalıpları içinde yapılmış, çalışma koşulları ise endüstri-ötesi yaklaşımlara dayanarak açıklanmıştır. Son yıllarda, postmodern teoriler içinde ön plana çıkmaya başlamış tartışmalardan bir diğeri de güvencesiz proletaryayı ve çalışma koşullarını ifade etmede sıklıkla başvurulan prekarya kavramsallaştırmasıdır. Günümüzde işçilerin bir dizi işte herhangi bir güvenceye sahip olmadan çalıştırılması, aşırı ve uzun süreli çalışmalar nedeniyle yaşanan iş kazaları ve sahip olunan meslek hastalıkları, boş zamanın giderek daralarak iş zamanı haline gelmesi gibi sayısız durum prekarya tartışmalarının içine sıkıştırılmıştır.

Oysaki ne ampirizm geleneğine dayanan yaklaşımlarla, ne de postmodern kavram ve kavramsallaştırmalarla, kitle iletişimi üretiminde emek sürecini ve çalışma koşullarını anlamak mümkün değildir. Bu yaklaşımlara dayanarak belli bir toplumsal süreci açıklamak, kapitalist mülkiyet ve üretim ilişkilerini görmezden gelmek, emek üretkenliği temelinde yaşanan değişimleri nesnel olmayan bir takım ölçütlerle açıklamak anlamına gelir. Bu nedenle eleştirel ekonomi politik yaklaşım, kitle iletişimi üretimi alanında emek sürecini anlamada ve açıklamada temel olup, yeniden düşünülmesi gereken bir yaklaşımdır.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşıma göre, kitle iletişim içerikleri, egemen üretim tarzının kuralları içinde emtia formunda üretilirler ve aynı zamanda kapitalist üretim ilişkilerinin düşünsel taşıyıcısıdır. Bu içerikler emtia olarak ikili niteliği gereği insanların bir takım gereksinimlerini karşılamada kullanım değerine; kitle iletişim endüstrileri için ise değişim değerine sahiptir. Kitle iletişim içeriklerinin kullanım değeri bir kenara bırakıldığında geriye emek ürünü olma özellikleri kalır ki; izlenen bir filmde, dinlenen bir radyo programında ya da okunan bir haberde insan emeği cisimleşmiştir. Bu bağlamda kitle iletişim içerikleri, iletişim endüstrilerinin belli iş yapma pratikleri çerçevesinde oyuncu, gazeteci, ışıkçı, kameraman, yönetmen, spiker vb. olarak medya üretimine dâhil olan, medya içeriğinin üretiminde zihinsel ve fiziksel yetilerini harcamalarının karşılığında belli bir ücret alan işçiler tarafından üretilirler. İletişim endüstrilerinin çeşitli iş bölümleri altında belli kullanım değerleri üreten işçiler, tüm işgücünün bir parçası olarak da kapitalizmin üretimi ve yeniden üretimine katkıda bulunurlar.

İletişim endüstrilerindeki emek süreci de genel ekonomideki emek sürecinden farksız bir biçimde sermayenin egemenliği ve kontrolünde gerçekleşir. Bu kontrolün doğası, belli ücret politikaları altında, belirli ve sınırlı mesai saatleri olmadan çalıştırmaya, fazla mesailere herhangi bir ödeme yapmadan artı değer oranını arttırmaya, iş güvenliğine yönelik tedbirleri almadan tehlikeli koşullarda çalıştırmaya ve sendikasızmaya işaret eder. Emek ve sermaye arasındaki savaşımın doğal bir sonucu olarak medya işçileri, sermaye ile aralarında aracı birer kurum olan sendikalar aracılığıyla ücretlerinin tam ve zamanında ödenmesini, çalışma saatlerinin yasal sınırlara çekilmesini, iş güvencesinin sağlanmasını talep etmekle birlikte çalışma koşullarına ilişkin olarak son sözü piyasanın kuralları söylemektedir.

Bu çalışmada eleştirel ekonomi politik yaklaşımın yukarıda yer verilen temel öncüllerinden hareketle -Türkiye’de dizi sektörünün ekonomi politiği çerçevesinde- televizyon dizisi üretiminin kimlerin kontrolü ve denetimi altında olduğunun, televizyon dizisi üretiminde emek sürecinin nasıl işlediğinin, set işçilerinin çalışma koşulları ile bu koşullara ilişkin taleplerinin neler olduğu sorularının yanıtlanması amaçlanmıştır. Bu temel amaca ek olarak dizi sektöründe, set işçileriyle sermaye arasındaki ilişkileri düzenlemek amacıyla ortaya çıkan emek örgütlenmeleri ile emek örgütlenmelerine karşı bir araya gelen sermaye örgütlerinin, faaliyetlerinin ve çalışma yaşamına ilişkin temel düşüncelerinin ortaya konulması çalışmanın diğer amaçları arasındadır.

Bu temel amaçlar etrafında gerçekleştirilen araştırma iki aşamadan oluşmaktadır. Araştırmada ilk veri toplama tekniği olarak, Türkiye televizyon kanallarında prime time da yayınlanan dizilerin reklam verenler ve sponsorlarla ilişkisinin, hangi yapım şirketleri tarafından üretildiğinin ve dizi üretimine dâhil olan emekçi sayısının tespiti amacıyla ve derinlemesine mülakat bulgularına temel olması bakımından nicel içerik çözümlemesi kullanılmıştır. Nicel içerik çözümlemesinin ardından araştırmanın ikinci aşamasında dizi üretiminde yer alan set işçilerinin iş tanımlarına, hangi çalışma koşullarında üretime dâhil olduklarına ve çalışma koşullarını şartlandıran kontrol yapıları ile emek örgütlenmeleri ve sermaye örgütlenmelerine yönelik olarak derinlemesine görüşme kullanılmıştır.

Türkiye’de iletişim alanında emek sürecine yönelen incelemelerin tarihi oldukça yenidir. Son dönemde yeni bir ilgi alanı olarak ortaya çıkan iletişim endüstrilerinde emek konusuna yönelik olarak Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde ders verilmekte ve 2010 yılından bu yana Ankara’da Uluslararası İşçi ve İletişim konferansı düzenlenmektedir. Bu doğrultuda çalışma, Türkiye’de son birkaç yıldır yeni bir ilgi alanı olarak doğmuş olan iletişim endüstrilerinde emek konusuna katkısı anlamında önem taşımaktadır. Bütün bunlara ek olarak tez çalışmasının genel olarak sosyal bilimler alanında özel olarak iletişim bilimleri

alanında emek süreci incelemelerinin dayandığı temel yaklaşımlar olan ampirizm geleneği ve postmodern teorilere ilişkin araştırmalara ekonomi politik yaklaşımdan bir açılım getirmesi de çalışmanın önemini arttırmaktadır.

Tez çalışması temel amaçları dâhilinde giriş, sonuç, değerlendirme ve önerilere ek olarak üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, emek süreci incelemelerinin dayandığı ampirizm geleneği ve postmodern teorilerin temel öncülleri ile eleştirisine yer verilmiştir. Sözü edilen geleneklerin emek sürecine getirdikleri açıklamaların eleştirisinin ardından çalışmanın kuramsal ardalanı olan eleştirel ekonomi politik yaklaşımın öncüllerinin bir sunumu yapılmıştır. İkinci bölüm, çalışmanın kuramsal dayanağından hareketle, Türkiye’de dizi sektörünün tarihsel gelişimine, aktörlerine, bu aktörler arasındaki etkileşim ve eylem biçimlerine ve televizyon dizisi üretiminde emek sürecine ayrılmıştır. Tez çalışmasının üçüncü bölümü ise, Türkiye’de televizyon dizisi üretiminde yer alan set işçilerinin çalışma koşullarının ve dizi sektöründeki emek örgütlenmeleri ile sermaye örgütlenmelerinin analizine ilişkin olarak gerçekleştirilen araştırmanın bulgularını içermektedir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### EMEK SÜRECİ İNCELEMELERİNDE TEMEL YAKLAŞIMLAR

Doğa, bir yanda para ya da meta sahibi, öte yanda emek gücünden başka bir şeyi olmayan insanlar üretmiyor. Bu ilişkinin doğal bir temeli olmadığı gibi, bütün tarihsel dönemler için ortak toplumsal bir yanı da yoktur. Bunun, geçmiş tarihsel gelişmelerin sonucu ve çeşitli ekonomik devrimler ile bir dizi eski toplumsal üretim biçimlerinin yok olup gitmesinin bir ürünü olduğu açık bir şeydir.

Karl Marx

#### 1.1 Türkiye Örneği Üzerinden Emek Süreci İncelemelerine Kısa Bir Bakış

Türkiye’de emek süreci incelemeleri ağırlıklı olarak iktisat bilimi içinde yer alan Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanında gerçekleştirilmektedir. Bu araştırma alanının temelini 1980 yılı öncesinde sosyal politika geleneği oluşturmuştur. İlk olarak Avrupa’nın sanayileşmiş bölgelerinde ortaya çıkan sosyal politikanın konusunu genel olarak işçi sorunlarının çözülmesi, emek ve sermaye arasındaki çelişkilerin veya çatışmaların giderilmesi ve azaltılması için gerekli olan önlemler oluşturmaktadır.

Türkiye’de sosyal politika geleneğinin oluşmasında öncü isim Gerhard Kessler’dir. Gerhard Kessler, 1933-1951 yılları arasında İstanbul Üniversitesi Sosyal Politika Kürsüsü’nde dersler vererek sosyal politika alanına önemli katkılarda bulunmuştur. Kessler’in Türkiye’de gerçekleştirdiği çalışmalar arasında, 1934 yılında yazdığı “Sosyoloji” isimli eseri, 1938 yılında kaleme aldığı “İçtimaiyata Başlangıç” ve 1940 yılında yayınlanan “Kooperatifçilik” ve “İktisat Tarihi” isimli eserleri yer almaktadır. Bütün bu eserlerinin yanında Kessler’in “Sosyal Politika” isimli ders kitabıyla, 1940-1941 yılları arasında yazdığı “Türkiye’nin Sosyal Politika Problemleri” konulu makaleleri de önemlidir. Kessler, eserlerinde Türkiye’deki sosyal politika problemlerine ilişkin görüşlerini açıklayarak, reformlar önermiştir (Hanlein, 2006, s.210). Türkiye’de sosyal politika geleneğinin oluşumuna katkıda bulunan diğer isimler ise Orhan Tuna ile Cahit Talas olmuştur.

Bu öncü isimler, 1980’li yıllara kadar Türkiye’de sosyal politika geleneğinin oluşumu ve gelişiminde katkıda bulunmuşlardır. Ancak 1980’li yıllara gelindiğinde sosyal politika geleneğinden, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanına doğru bir geçiş olmuş, alana yönelik olarak bölümler kurulmaya başlanmıştır. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanı emek ile sermaye arasındaki ilişkilerin düzenlenmesini, aktörlerini ve bu aktörler

arasındaki etkileşim ve eylem biçimlerini konu alan bir alandır. Türkiye’de sosyal politika geleneğinden Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanına geçiş kimi yazarlar kısmi bir paradigma değişikliği olarak ele alınmıştır. Emek-sermaye ilişkilerini ele almada sosyal politikanın temel aldığı sosyal adalet ve sosyal korumadan, daha nötr bir pozisyona geçildiği savunulmuştur. Türkiye’de Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanı ile ilgili olarak en önemli tehditlerden birinin neoliberal politikalarla birlikte alana insan kaynakları yönetiminin hâkim olmaya başlaması görülmektedir. Makal, “Kuruluşlarının 25. Yılında Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümleri Üzerine Bir Değerlendirme” başlığıyla yazdığı makalesinde bu durumu “böyle bir değişiklik salt isim değişikliği değil, sosyal politikadan endüstri ilişkileri alanına geçişteki gibi kısmi bir paradigma değişikliği de değil külli bir paradigma değişikliğidir.” (Makal, 2007, s.16-17) sözleriyle ifade etmiştir. Yine Makal’a göre, Türkiye’de emek tarihine ilişkin nitelik ve nicelik açısından doyurucu tezlerin yazılmadığı görülmektedir. Güncel ve piyasaya yönelik ilgilerin, örneğin insan kaynakları gibi ilgilerin emek tarihi, sendikacılık gibi ilgi alanlarını giderek bastırması, bu bölümlerin sosyal ve entelektüel temellerinin de giderek zayıflaması sonucunu doğurmakta ve Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanı sosyal politika geleneğinden uzaklaşmaktadır (Makal, 2007, s.20-21). Türkiye’de emek süreci incelemelerinde, sosyal politikanın esas aldığı sosyal koruma, sosyal adalet gibi kavramlardan insan kaynaklarının kavramsallaştırmalarına doğru bir geçiş söz konusudur. Bu bağlamda, Yorgun (2000) insan kaynakları yönetimi ve sendikasızsız çalışma ilişkileri gibi arayışların, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanına olumsuz etkileri olup olmadığına yanıt aradığı araştırmasında, 1984-2007 yılları arasında yazılan tezlerde insan kaynaklarına doğru bir eğilimin arttığı sonucuna ulaşmıştır.

Türkiye’de emek süreci incelemelerine 1980’lerden itibaren giren insan kaynakları yönetimi, işçinin örgütün temel hedefleri ve çıkarları doğrultusunda nasıl daha etkin ve verimli olacağı sorusuna yanıt arar. Personel yönetiminin bir uzantısı olarak gelişen insan kaynakları yönetiminde, daha önce maliyet unsuruna indirgenen emek, sermaye, doğal kaynaklar ve girişimci ile birlikte beşeri bir kaynağa indirgenir. DeNisi ve Griffin (2001, s.4) bir örgütün insan kaynakları, amaçlarına ulaşmada, rekabet üstünlüğü sağlamada ve çevresel unsurların beklentilerini karşılamadaki çabaları nedeniyle örgütün en önemli varlıklarından biri durumundadır diyerek insan kaynakları yönetiminde en temel olanın örgütün çıkarları olduğunu vurgular.

Özetle, Türkiye’de emek sürecine ilişkin olarak araştırma ve inceleme yapan bir alan olan Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri alanı başlangıçta sosyal koruma ve sosyal adalet ilkelerini esas alan sosyal politika geleneğine dayanırken; günümüzde insan kaynakları

yönetiminin egemenliği altına girmiştir. Sosyal korumadan, emeğin sadece bir üretim faktörü ve beşeri kaynak olarak örgütün çıkarları doğrultusunda değerlendirilmesi yönünde bir paradigma değişikliği, bu alanda incelemeler gerçekleştiren araştırmacılar tarafından vurgulanmaktadır.

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri ilişkileri alanı dışında farklı disiplinlerin emek süreci incelemelerine ilişkin olarak yapılan araştırmalarda da benzer bir durum söz konusudur. “Emek Piyasası Teorileri ve Türkiye’de Emek Piyasası Çalışmalarına Eleştirel Bir Bakış” (2000) başlıklı çalışmalarında Ercan ve Özar, iktisat alanı yanında antropoloji, işletme, şehir planlaması, sosyoloji gibi alanlardaki emek süreci incelemelerini sınıflandırmışlar ve 1979-2000 yılları arasında yapılan incelemelerde radikal iktisada dayanan ilgilerin her geçen gün azaldığını yerini sıklıkla ampirizm geleneğine dayanan incelemelere bıraktığını tespit etmişlerdir.

Gamze Yücesan Özdemir de, Türkiye’de yapılan emek süreci çalışmalarının temel aldığı teorik çerçevelerin neler olduğunu araştırma konusu yaparak, 1991-2001 yılları arasında gerçekleştirilen emek süreci çalışmalarını incelemiştir. Özdemir, çalışmasında emek süreci incelemelerinde dört ana eğilimin egemen olduğunu gözlemlemiştir. Bunlar, işletme yönetiminin bakış açısı içinde yapılan işletmecilik çalışmaları, teknolojik determinist çalışmalar, emek yanlısı çalışmalar ve toplumsal cinsiyet yönelimli çalışmalardır. Özdemir 1991-2001 yılları arasında yapılan emek süreci çalışmalarını incelediğinde ekonomi politik yaklaşıma dayanan çalışmaların da son derece az olduğunu saptamıştır (Özdemir, 2002, s. 453-458).

## 1.2 Sosyal Bilimlerde Emek Süreci İncelemeleri: Kavramlar, Yaklaşımlar

Toplumsal varlığın her alanı gibi emek sürecini de içinde şekillendiği tarihsel özgüllükleri dikkate almadan değerlendirmek var olan egemenlik ve sömürü ilişkilerinin doğasını gizlemek anlamına gelir. Kitle iletişimi örneğinden hareketle açıklamak gerekirse, ekonomik bir örgütlenme ve bilinç yönetimi sistemi olarak kitle iletişim araçları aracılığıyla sunulan içeriklerin merkezinde yer alan temel olgu tüketimdir. Sürekli bir biçimde tekrarlanan tüketim mesajlarıyla insanların hep daha fazla tüketmek yönünde güdülenmesi sağlanır. Yaratılan yeni zevkler, beğeniler ve ihtiyaçlarla tüketim sürekli olarak canlı tutulur ki, kapitalizmin kâr döngüsü ve yeniden üretimi sağlanabilsin. İnsanlar iş zamanlarında çalışarak, iş dışı zamanlarında da tüketerek bu döngüye hizmet ederler.

İş dışı zamanın kapitalizmdeki diğer adı tüketim zamanıdır. Boş zaman insanların diledikleri gibi yönettikleri bir zaman dilimi olmaktan çıkmıştır. Bir başka deyişle iş dışı



zaman, kapitalizmce gasp edilerek bir tür tüketim üssü haline getirilmiştir (Roberts, 1999, s.165-167). Kitle iletişim araçları da “kullan ve at” toplumunda tüketime yönelik mesajlarıyla iş dışı zamanın kapitalizm lehine ele geçirilmesinde merkezi bir role sahiptir. Televizyonda, radyoda, sinemada, internette insanların nerede yiyip içecekleri, nerelerden neleri satın alabilecekleri, satın alma yoluyla nasıl bir mutluluk ve hazza kavuşacakları ve toplumda nasıl bir yer edinecekleri büyük bir iştahla egemenin dilinden anlatılır. Kitle iletişim araçlarında iş zamanı ve işçi direnişleri de resmedilir. Ancak bu resimde eksik olan şey, gerçek üretim süreci ve kapitalistin daha fazla kâr elde etmesi adına emek gücünü kendi ihtiyacı olandan daha fazla harcayan insanların ağır çalışma koşullarıdır. John Bellamy Foster (2008, s.7) insanların iş zamanında yaşadıkları gerçek deneyimlerin görünmezliğini şöyle ifade eder:

“Makine tarafından düzenlenen sıkıcı rutinlere dur durak bilmeden uyum göstererek, her zaman etkinlik ve kâr adına, yaratıcı potansiyellerinden kopartılarak yaşamlarını kazanmak zorunda bırakılan insanların yaşadıkları katı tecrübeler, daima ve sonsuza değin kamera merceğinin görebildiğinin ötesindeki bir yerlere, resmin dışına atılmış gibi durur.”

Egemen medya pratikleri içinde, çalışma yaşamına dair olumsuz koşulların görmezden gelindiği, işçilerin herhangi bir hak arama mücadelesi söz konusu olduğunda ise, değersizleştirme ve marjinalleştirme süreçlerinin işlediği görülmektedir. İçeriklerdeki “içerme” ve “dışlama” süreçleriyle tartışılacak ve tartışılmayacak sorun çerçevelerinin belirlenmesiyle toplumsal bağlam ortadan kalkmaktadır. İşçi eylemleri, egemen diliyle anlatılırken; öykünün kahramanı işçi “düzeni bozan” bir aktör olarak tipleştirilmekte (Köker ve Doğanay, 2004, s.69); eylem durumlarında işçiler, “kontrol edilemez”, “tahrip eden”, “sokağa dökülen”, “asi” vb. şekillerde sunulmaktadırlar (Dursun, 1998, s. 228). Kamera merceğinin ötesi, egemen ideolojinin bakış açısından bu şekilde sunulurken; kameranın arkasında da gerçek bir üretim süreci söz konusudur.

Kitle iletişim içerikleri, belli çalışma koşulları içinde, ücretli çalışanlar tarafından üretilen emek ürünleridir. Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ) tarafından gerçekleştirilen ve kitle iletişimi alanında çalışan işçilerin çalışma koşullarını inceleyen bir araştırma (2006) sonuçları açısından medya işçilerinin kısa dönemli sözleşmeleri, taşeronla bağlı geçici ve serbest çalışmayı içeren “atipik” istihdam koşullarında çalıştırıldıklarına işaret etmektedir. İlgili incelemenin kitle iletişimi alanındaki çalışma koşullarına yönelik ulaşılmış olduğu sonuçlar, düşük ücretler, istihdam güvencesizliği, hastalık ve tatil izni ile primlerden daha az yararlanma, iş güvenliği ve eğitim fırsatlarında azalma, sigortasız çalıştırılma, güvenlik önlemleri alınmadan çalıştırılmadır. Ancak bütün bu olumsuz çalışma koşulları,

çalışma eyleminin olduğu her alanda olduğu gibi sosyal bilimler alanındaki incelemelerde de çoğunlukla görülmez, tartışılmaz, tartışılıyorsa da bu koşullara ilişkin nedensellik bağları göz ardı edilir.

Sosyal Bilimler alanında detaylı bir araştırma yapmadan emek sürecine ilişkin yapılan incelemelerin temel yaklaşımları üzerine tasarrufta bulunmak tartışılabilir olsa da, belli sınırlandırmalar altında yapılan araştırmalar emek süreci incelemelerinin temel yaklaşımları hakkında fikir verir niteliktedir. Bu bağlamda hem dünyada -Türkiye örneği üzerinden bir önceki başlıkta tartışıldığı gibi- hem de Türkiye’de emek süreci incelemelerinde ana akım yaklaşımların hâkimiyeti, postmodern teorilerin yükselişi, ekonomi politik yaklaşımın ise, sonunun ilanı söz konusudur.

### **1.2.1 Ampirizm Geleneğine Dayanan İncelemeler: “İşçi Verimliliğinin Nasıl Arttırılacağı Sorunu”**

Ampirizm geleneğine dayanan emek süreci incelemelerinin sosyal bilimler alanına yaptığı en önemli katkı, “işçi verimliliğinin nasıl arttırılacağı” temel sorusuyla incelemelerine başlayarak verili toplumsal ilişkilerin üretimi ve yeniden üretimine yaptığı katkıdır. Bu incelemelerde, var olan toplumsal ilişkiler sorgulanmaksızın, çalışma yaşamı işçilerin anketler aracılığıyla belli başlı sorulara verdikleri cevaplara indirgenir (Foster, 2008, s.8):

“Sosyologların, yabancılaşma alametleri arayarak mesleklerle ilgili gerçekleri çözümledikleri doğrudur. Fakat iktisat gibi sosyoloji de çoğunlukla, çalışma hayatının iş bölümü ve karlılık eksenleri etrafındaki nesnel örgütlenme biçimiyle ilgili herhangi bir gerçek kavrayışın uzağında kalır. Akademik araştırmacılar sık sık, çalışma hayatının özünün basit bir biçimde, “bilimsel biçimde seçilmiş işçi örneklemelerinin” itinayla inşa edilmiş anketlere verdikleri öznel tepkiler aracılığıyla keşfedebileceğini varsaydılar”

Bu incelemelerin bir çoğunluğu yönetsel bir bakış açısına sahip olup, pazarın gereksinimlerine cevap verir niteliktedir. Bu nedenle ampirizm geleneğine ait yöntemlerle emek sürecine ilişkin gerçeklerin açığa çıkarılması mümkün değildir (Özdemir, 2001, s.332):

“İşçiler üzerine araştırma yapmak, sosyal bilimlerin en önemli sorunlarından birini içerir. Egemen olmayanlara ve karanlıkta kalanlara dair deneyimler nasıl görünür kılınabilir? Egemen iktisadi, siyasi ve kurumsal yapılar ve bu yapılara içkin güç ilişkileri içinde, işçilerin kendi deneyim ve düşüncelerini ifade edebilmeleri ve dillendirebilmeleri kuşkusuz ki sorundur. Karanlıkta kalanlara ve güçsüz olanlara



ilişkin bilginin araştırılması egemenlere ve yönetenlere ait bilginin araştırılmasındaki yöntemlerle gerçekleştirilemez”

Emek sürecine yönelik ana akım incelemelerin çoğunlukla işletme alanının temel ilgilerinden beslendiği görülür. Özellikle motivasyon teorilerini temel alan ve iş tatmini konusuna yönelen sayısız inceleme mevcuttur. Bu incelemelerde işçi, örgütün temel amaçlarına ulaşmasında verimliliği artırılması gereken beşeri bir kaynaktır. Bunun için öncelikle motivasyonunun sağlanması önemlidir. Motivasyon örgütsel hedeflere ulaşmak için istekli olup yüksek eforla çaba göstermek anlamına gelir (Robbins ve DeCenzo, 2005, s.325 ). Bu incelemelerin teorik çerçevelerini Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Herzberg’in Çift Faktör Teorisi, Başarı Güdüsü Kuramı, Eşitlik Teorisi Kuramı gibi motivasyon teorileri oluşturur.

Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, ait olma ihtiyacı, saygı/statü ihtiyacı, kendini gerçekleştirme ihtiyacı gibi basamaklardan oluşur. Bütün bu ihtiyaçların karşılanması çalışan motivasyonunu sağlamada önemlidir. Herzberg’in Çift Faktör Teorisi, çalışan motivasyonunun sağlanmasında motivasyonel ve hijyen faktörler olmak üzere iki unsurdan söz eder. Başarı, takdir edilme, ilerleme, yükselme gibi motivasyonel ve çalışma koşulları, ücret, ast-üst arasındaki ilişkiler gibi hijyen faktörlerin olumlu olması durumunda çalışanların motivasyonu yükselecektir. (Kaplan, 2007, s. 39).

İş tatmini incelemelerinde yararlanılan diğer bir motivasyon teorisi de Başarı Güdüsü Kuramı’dır. Vroom’un kuramı, başarı, sosyal ilişkiler kurma ve güç ihtiyacına vurgu yapar. “Work and Motivation” (1995) isimli eserinde motivasyonun çalışanların iş ile ilgili beklentileri olduğunu ifade eden Vroom’a göre, bir kişi çalışmasının sonucunda elde edecekleri ile ilgili olarak olumlu bir beklenti içindeyse motivasyonu da o derece artacaktır ya da bunun tam tersi söz konusu olacaktır. Adams’ın Eşitlik Teorisi Kuramı’na göre ise, çalışanlar çalışmalarının karşılığı olarak bir beklenti içindedirler. Eğer çalışanlar da iş ortamına yönelik olarak bir adaletsizlik algısı oluşmuşsa motivasyonları düşecektir.

Ampirizm Geleneği’ne dayanan incelemelerde emek süreci salt motivasyon, verimlilik, iş kazaları, bireysel performansa dayalı ücret gibi konulara indirgenir ve işçilerin nasıl daha istekli, verimli ve etkin çalışabileceği üzerinde durulur. İşyerinde motivasyonun sağlanması, ücretlerin artırılması, iş tatmininin sağlanması, iş kazalarının önüne geçecek önlemlerin alınması işçilerin verimliliğini arttıracak ve insandan sağlanan verimle yüksek örgütsel verimliliğe ulaşılarak örgüte büyük girdiler sağlanacaktır. Burada temel kaygı, insan unsurundan ziyade örgütün çıkarları ve temel hedefleridir.

Ampirizm geleneğine dayanan incelemelerin veri toplama tekniği ise ankettir. Hazırlanan soru formlarıyla işçilere, ücret, ücretlerin adilliği, sosyal imkânlar, iş güvencesi ve sosyal güvenlik koşulları, ödüllendirme, yükselme olanağı, terfilerde adalet, eğitim olanaklarından faydalanabilme, amir ve çalışma arkadaşlarıyla ilişkiler, kurumla ilgili kararlara katılma, belgelere erişme, yetki ve sorumluluk alabilme gibi unsurların işyerlerinde ne ölçüde bulunduğuna ilişkin sorular yöneltilir. İşçilerin bu sorulara verdikleri cevaplar, çoğunlukla iş açıcı değildir. Ücretler düşüktür, performansa ve niteliğe göre adil değildir. İşçilere sunulan sosyal imkânlar, iş güvencesi ve sosyal güvenlik koşulları da yetersizdir. Bu tür incelemelerde elde edilen sonuçlara neden sorusu sorulmaz ve çalışma koşullarına yönelik olarak kurumlara tavsiyelerde bulunmakla yetinilir: Bir kurumda yukarıda sözü edilen unsurlar yeterli değilse işçilerin motivasyonu ve verimliliği düşecektir. Çalışma yaşamına ilişkin koşullar egemenlik ve sömürü ilişkilerinin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmakla birlikte, bu incelemelerin öncelikli sorunu bu koşulların doğasının irdelenmesi değildir. Bu tür araştırmalar, kurumların araştırma şirketlerine yaptırdıkları pazar araştırmalarından farksızdır.

Emek süreciyle ilgili olarak ana akım incelemelerin diğer bir konusunu da kurumlardaki stres faktörü oluşturur. Bir kurumdaki stres faktörü, işçinin kapasitesinin çok altında çalışmasına neden olacak ve örgütün etkinliği olumsuz etkilenecektir. Bu araştırmaların sonuçlarının işaret ettiği stres faktörleri, aşırı iş yükü, yorucu iş temposu, düşük ücretler, takdir ve manevi desteğin azlığıdır. Bütün bu sorunların nedensellik bağına inilmeden kurumlara strese bir iyileştirme fırsatı olarak yaklaşmaları ve örgütün yapısında ve yönetim anlayışında değişiklik yapmaları salık verilir.

Emek süreci incelemelerinde ampirizm geleneğine dayanan araştırmalar, çalışma koşullarının içinde şekillendiği üretim biçimi, mülkiyet ve kontrol yapılarının analizinin son derece uzağındadırlar. Oysaki toplumsal yaşamdaki tüm alanlar gibi emek sürecinin de toplumsal bir bağlamı vardır. İnsanlar en uzak atalarından bu yana iş ile doğayı düzenleyip denetim altına almışlardır. Bu tarihteki tüm üretim biçimlerinde ortaktır. Tarihsel süreçte birbirinin sonucu olarak ortaya çıkmış olan üretim biçimlerinin her birinde farklılaşan şey ise emek üretkenliğindeki gelişmelerdir. Başka bir deyişle, emek üretkenliğindeki gelişmeler paralelinde, var olmuş üretim biçimlerindeki emek süreci de farklılaşmıştır.

Kapitalizmle birlikte, emek süreci insanların varlıklarını sürdürebilmek için gereksinimlerini karşıladıkları basit bir süreç olmaktan çıkmıştır. Bu süreçte emekçi, burjuva anlamda bir özgürlüğe, emeğini satma özgürlüğüne, sahip olmuş ve sermayenin hep daha fazla kazanma hırsına hizmet etmiştir. “Özgür” emekçinin belli bir süreliğine kullanım hakkını satın alan sermayedarlar ise emeğin fiziksel ve zihinsel kapasitesinden sonuna kadar

yararlanmışlardır. Kapitalist üretim tarzında, emek süreci aynı zamanda “Kârlı üretim mücadelelerinin de arenasıdır. Bu yüzden sermaye tarih boyunca sadece üretim için gerekli en son ulaşılan teknolojik düzeye uygun üretim araçlarını, malzemeyi ve binayı temin etmekle kalmamış, emek gücünü kendi çıkarları doğrultusunda kullanmanın yol ve yöntemlerini de geliştirmiştir.” (Aydoğanoglu, 2011, s.9). Emek sürecinin topluluk birliğine dayanan toplumlardan, bugüne kadar, geçirmiş olduğu süreci anlayabilmenin tek yolu, emek sürecine üretim biçiminden bağımsız bir karakter tanımamaktır. Bu nedenle, herhangi bir alanda ve herhangi bir dönemde emek sürecine yönelen incelemelerin o dönemin üretim biçiminden, mülkiyet ve kontrol yapılarının analizinden hareket etmesi gerekir. Ancak ampirizm geleneği bu kavrayışın son derece uzağındadır. Günümüzde emek süreci incelemelerinin dayandığı ampirizm geleneğine ek olarak Marksizm’in sonunun ilanı ile gelen postmodernist/postfordist bakış açılarının yükselişi söz konusudur.

### **1.2.2 Marksizm’in Sonunun İlanı: Emek Süreci İncelemelerinde Postmodern Teoriler**

Her insan, üretim ve bölüşüm faaliyetlerinin nesnel gelişiminden oluşan belirli bir tarihsel ve toplumsal formasyonda dünyaya gelir ve o üretim tarzının bir parçası olur. Kapitalizme değin, her bir üretim biçimi, birbirinin yıkıntıları üzerinde gelişmiş ve her bir üretim biçiminde emek süreci farklılaşmıştır. Emek süreci, insanlık tarihinin başlarında insanın doğada var olmasını sağlayacak gereksinimlerini karşılamak şeklinde basit bir anlama sahipken; uzun deneyimler neticesinde sermayenin kar güdüsü temelinde artı değer üreten bir anlama sahip olmuştur. Bu anlama ilk olarak işaret eden ise kapitalizmin doğasına ilişkin eleştirileriyle Karl Marx’tır.

Marx’ın analizinin “köşe taşı” oluşturan (Arendt 1958’den aktaran Göçmen, s.2) emek kavramına ilişkin konumu ve yaklaşımı kendisinden sonra uzun yıllar boyunca ihmal edilmiştir. Ancak, 1970’li yıllara gelindiğinde emek sürecine dikkatlerin eleştirel anlamda yeniden yönelmesini sağlayan kişi, Harry Braverman olmuştur. Braverman, “Emek ve Tekelci Sermaye Yirminci Yüzyılda Çalışmanın Değersizleştirilmesi” (2008) isimli eseri ile Marksist yazarlarca uzun süre ihmal edilen ekonomi politik yaklaşımın sosyal bilimler alanına yeniden girmesini sağlamıştır. Braverman, ampirik araştırma geleneğinden farklı olarak iş, işçi ve işyerini temelde kapitalizmin eleştirisini yaparak bütüncül bir bakış açısıyla ele almıştır.

Braverman’ın “Emek ve Tekelci Sermaye” eseri ile yeniden gündeme gelen ekonomi politik yaklaşım, daha sonraki dönemlerde açıklama gücünü kaybettiği yönündeki eleştirilerle terk edilmiş, emek sürecine yönelik olarak postmodern teorilere dayanan çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Postmodern teoriler, son dönem emek süreci ile ilgili gelişmelerin

tarihsel ve diyalektik materyalizmin temel ilkeleriyle anlaşılacağı savından hareket ederler. Aslında, sonların ilanı yaklaşımı, postmodernizmle başlamaz. Bu yöndeki düşünceleri, endüstri-ötesi toplum anlayışının yerleşmeye başladığı 1960'lı yıllara, hatta daha da öncesine götürmek mümkündür.

Endüstri-ötesi toplum anlayışı kimi yazarlarca Drucker'in "The New Society" (1950) i ile başlatılır. Ancak bu anlayışa asıl popülerliğini kazandıran Daniel Bell'in "İdeolojinin Sonu Ellilerdeki Siyasi Fikirlerin Tükenişine Dair" isimli eseri olmuştur. Bell, eserini oluştururken "ideolojinin sonu" ifadesini ilk kez kullanan Albert Camus'nün görüşlerinden, Arthur Koestler ve Ignazio Silone'nin "Başarısızlığa Uğrayan Tanrı" adlı eserinden ve Raymond Aron'un "Aydınların Afyonu" (1979) eserlerinden etkilenmiştir. "İdeolojinin Sonu", "Marksizm'in entelektüel bir doktrin olarak değilse de, siyasi bir doktrin olarak tükenişini, özellikle Amerikan hayatındaki birçok çatışmayı açıklamakta sınıf kavramının kullanılmasındaki azalan faydayı konu almaktadır" (Bell, 2013 s.11). Bell'e göre (2013, s.441), "eski ideolojiler hakikatlerini ve ikna güçlerini kaybetmişlerdir". Bell, ideolojinin sonu savı ile ideolojiyi salt siyasal bir inanca ve doktrine indirgemıştır. Oysaki "İdeoloji bir düşünce sistemidir ve düşüncenin materyal ve soyut doğası hakkında kuramsal açıklamadır. İdeolojinin sonunun olabilmesi için akılcılığın, mantığın sona ermesi düşünen insanın düşünmemesi gerekir" (Erdoğan, 2007, s.282).

Daniell Bell, "İdeolojinin Sonu" yapıtını takip eden yazılarında da endüstri-ötesi toplum anlayışını detaylı bir biçimde ele almış ve savunmuştur. Burada Bell'in 1970'li yıllarda yazdığı "The Coming of Post-Industrial Society (1973) ve "Labour in Post-Industrial Society" (1974) çalışmalarını anmak gerekir. Bell, incelemelerinde yeni bir toplum biçiminin, endüstri-ötesi toplumun yerini aldığını söyler. Hizmet ve iletişim sektörlerinin ağırlık kazanmaya başladığı yeni toplumun en temel unsuru bilgi üretimi olup, bu yeni toplumda sadece geleneksel sınıf ayrımlarının sözünü etmek mümkün görünmemektedir. Medya çalışanları da sanatçılar, bilim adamları, öğretmenler, sosyal hizmet çalışanları gibi endüstri ötesi toplumun yükselen bilgi sınıfı arasında yer almaktadır (Özdemir, 2009, s.18):

Egemen yaklaşım, işçi kavramını da baş aşağı etme iddiasındadır. Bilginin bir üretim faktörü, bilgi sektörünün bir ekonomik sektör olduğu toplumsal yapıda, 'beyaz yakalı çalışanlardan' bahsedilebilir ancak. Sosyal sermayesi yüksek, vasıflı ve beyaz yakalı çalışanlar, egemen yaklaşım tarafından tanınırlar... ama yine de işçi denilecekse, bu toplumun kurucu unsurlarına 'bilgi işçisi' denebilir ancak..."

Sonlar ve yenilerin ilanı ile gelen ve Marksizm'in temel kavramsallaştırmalarıyla mücadele içinde olan Bell, etkilendikleri ve ardılları gibi Postmodernizmin temsilcileri de

incelemelerinde sıklıkla endüstri ötesine vurgu yapacaklardır. Bell'in toplum görüşü, 1970'lerdeki başkaldırıları, mücadeleler ve kapitalizmin yaşadığı kriz sonrasında çöküntüye uğramış, yerini kapitalizmin bu yıllarda yaşadığı krizi anlamada ve açıklamada postmodern teorilere bırakmıştır. Bu fikirlerin 1980 ve 1990 yıllarında popüler olması tesadüfi değildir. Postmodern teoriler, Sovyetler Birliği ve Doğu Blok'undaki dağılmanın hız kazandığı ve kapitalizmin emperyalizm gerçekliğinde yeni bir dönüşüme uğradığı, Marksizm'in sınıf mücadelesi esasına dayalı toplumsal tarih görüşünden vazgeçildiği bir dönemin ekonomik ve politik ikliminden beslenmiştir ( Akdağ, 2014, s.97).

Bugün postmodernizm, endüstri-ötesi yaklaşımından beslenen yeni dünya tasarımı ile sanattan, felsefeye, sosyolojiden, iletişime pek çok alanda yoğun ilgi görmekte ve aydınların “yeni” afyonu olduğunu göstermektedir. Kellner (1988)'in radikal teoriye karşı meydan okuma girişimi olarak tanımladığı postmodernizm, ötekine açık olmakla övünmekle birlikte karşı çıktığı ortodoksiler kadar dışlayıcı olabilmekte (Eagleton, 2011, s.41), toplumsal kategorilerden ziyade çok kimlikli, yerel, parçalı, karmaşık, kaygan, hareketli ve gri alanların sözünü etmektedir (Örs, 2009, s.11).

Bütün bu alanların ortaya çıktığı yeni bir çağdan söz eden postmodern teorilere göre, yeni toplumun üretim biçimi postfordizmdir. Postfordizmle birlikte, modern dönemi niteleyen kitlesel üretim ve tüketim anlayışının yerini küçük deste üretim ve bireysel tüketim anlayışı almıştır. Postmodernizmin son dönem emek sürecine yönelik açıklamalarının anlaşılabilmesi için üretim ve tüketime getirdiği açıklamaların kavranması gerekir.

### **1.2.2.1 Postmodern Yanılgı: Küçük Deste Üretim, Bireysel Tüketim ve Yaşam Tarzları**

Postmodernizme göre, artık modern dönemde değil, postmodern zamanlarda yaşanılmaktadır. Modernden kopuşu açıklamakta postmodernizm kavramı ile birlikte “sanayi sonrası”, “öznenin devrimi”, “yeni kapitalizm”, “esnek kapitalizm”, “tüketim toplumu”, “çok uluslu ya da geç kapitalizm”, “gösteri toplumu” gibi ifadeler de sıklıkla kullanılmıştır. Bütün bu farklı kullanımların ortak noktası yeni bir durumun varlığına işaret etmesidir (Jameson, 2005, s.94). Postmodernist düşünürlerce, tarihsel ve toplumsal olarak belli bir anı ifade etmede kullanılan bu kavram çeşitliliğine Hall “yeni zamanlar” ı eklemiştir. Yeni zamanlar düşünürleri, sözünü ettikleri “yeni” evrede “eski ve modası geçmiş” olan üst-teori, üst-anlatı-üst-dil fikrini tümüyle reddederek iktidar, söylem ve dilde çoğulculuğa vurgu yapmışlardır. Marksizm'in sınıf ayrımlarının ve sınıf çatışmasının radikalliğini yitirdiği iddialarıyla gelen postmodern teoriler, toplumsal cinsiyet, ırk, cinsellik konularının önemine dikkat çekerek kültürel alanın analizine yönelmişlerdir (Harvey, 2008, s.18):



“Marksist geleneğe; kimlik politikaları ve meşhur “kültürel dönemecin” damgasını vurduğu esenlik günlerinde önemli bir negatif rol atfedildi. Marksizm’in karşı çıkılması gereken hâkim bir ideoloji olduğuna dair (yanlış) kanaat adeta dua gibi tekrarlanıyordu. Marx ve “geleneksel” Marksizm, daha önemli sayılan toplumsal cinsiyet, ırk, cinsellik, insan arzuları, din, etnisite, sömürgeci tahakküm gibi sorunlarla yeterince ilgilenmediği için sistematik olarak eleştirildi ve aşağılandı... Daha somut olarak ifade etmek gerekirse kültürel analiz ekonomi politiğin yerini aldı. Zaten kültürel analizle uğraşmak, kapitalist sömürünün acı dünyasıyla ve ezici gerçekliğiyle uğraşmaktan çok daha eğlenceliydi.”

Kültürel alana dönük ilginin artmasıyla yeni dönem incelemeleri, ırk, cinsellik, etnisite gibi sorunların yanı sıra; küçük deste üretime, tüketimin bireyselleşmesine, emeğin esnekleşmesine de işaret etmiştir. Postmodernistler, “yeni” toplumda ortaya çıktığını iddia ettikleri değişimleri fordizmin çöküşünde aramışlardır. Fordist üretimin modasının geçmesi ve değişimin zorunlu bir hal almasıyla seri üretime ve kitlesel tüketime dayalı (Morley ve Robins, 1997, s.50) üretim biçiminin yerini postfordizm almıştır.

Postmodernistlere göre, fordizm üretimde standartlaştırılmış görevlere, parçalara ve ürünlere; iş bölümünde Taylorizm’in ilkelerine, postfordizm ise Toyotizm’e, yani üretimde Toyota’nın getirdiği ilkelere işaret etmektedir. Taylorizm, işyerindeki çalışma faaliyetlerinin birbirleriyle tutarlı ve uyumlu bir şekilde gerçekleştirilmesinin, yüksek verimliliği sağlayabilmek amacıyla işçilerin sürekli iş başında eğitimini, işlerde plan, program ve uzmanlaşmaya dayanırken, Toyotizm, birçok vasıflı işçi kesimini ortaya çıkarmış, işçinin bir makine kadar, bir bilgisayar olarak da eylemde bulunması tasarlanmıştır. Fordizm, işyerinde, bürokraside olduğu gibi, (Ritzer, 1998, s.48) yüksek standartlaşma, esnek olmayan üretim süreci, katı iş bölümü anlamına gelirken; postfordizm de bürokraside olduğu gibi katı kurallar söz konusu değildir.

Postmodernistler yeni dönemin tüketim üzerindeki sonuçlarını “üretim örtüsü altından başını kaldırıyor” ( Murray, 1995, s.58) şeklinde yorumlarken tüketim pratiklerine özel bir önem verdiklerini göstermişlerdir. Bocock’un “Tüketim” (1993) isimli eserinde ortaya koyduğu şekliyle, fordist sanayi döneminin pazar araştırmaları, evin reisi konumundaki erkeğin gelir düzeyi ve işkolu ayrımlarını dikkate alırken, postfordizmle birlikte literatüre “yaşam tarzı” kategorisi girmiştir. Tüketici profilleri parçalanmış, tüketim bireyselleşmiş ve tüketici pasiflikten çıkıp aktif bir duruma gelmiştir.

Toplumsal ayrımlar ise ekonomi ve siyasetten ziyade kültürel simgelerin teşhiri etrafında dönmektedir (Kumar, 1995, s.143). Postmodernist düşünürlere göre, postfordist

üretim biçimi, sadece ekonomik bir mesele değil; aynı zamanda kültürel bir meseledir. Bu süreçte, farklı kültürel değerlerin hâkim kültürel değerlerle evcilleştirilip yeni bir anlam kazanması söz konusudur. Bu durum, ekonomik alanda da yansımaları bulmakta, kişiler sadece bir metayı tüketmemekte, onu kültürel bir kaynak olarak da değiştirmektedirler (Fiske, 1999, s.22). Pazar ekonomisi de bu değişimlerden yararlanarak ürünleri kendi içine dâhil etmekte ve bu süreç bu şekilde sürüp gitmektedir. Postmodernist düşünürler, postfordist üretim biçimi, yerelliği, bireysel istek ve beğenileri göz önünde bulundurur vurgusuyla tüketimde bireyselleşmenin ve küçük deste üretimin önem kazanmasının altını çizerler.

Özetle, 1980’li yıllardan itibaren postmodernistlerin temel ilgi alanını çoğunlukla tüketim ve yaşam tarzları konusu oluşturmuştur. Postmodernistlere göre, tüketimin hız kazanmasıyla artık ürünlerin fiziksel özelliği ve faydası önemini kaybetmiş, simgesel anlamlar ön plana çıkmıştır (Chaney, 1999, s.53). Tüketim, mal tüketiminden hizmet tüketimine doğru genişlemiş, eğlence, gösteri, hobiler gibi alanlarda tüketim ivme kazanmıştır. Bu süreçte reklamcılığın temel rolünü göstergeler, imajlar ve zevklerin yaratılmasına indirgemişlerdir. Tüketici profillerini de inceleyen postmodernistler, parçalanmış tüketici profillerinden söz etmişlerdir.

Postmodernizme göre, yeni dönemin en önemli ilkesi tasarım olmuştur. Yeni sistem artık tüketicilere çalışan kadın, orta yaşlı, genç, gay olarak yönelmeye başlamış ve tasarımlarını bu kişilerin beğenilerine göre gerçekleştirmiştir: “çalışan kadın için Volkswagen, orta yaşın üzerindeki gençlere Saga Holidays, gay erkekler için pembe pound üretilmesi” (Mort, 1995, s.163) gibi. Yeni sistemle birlikte önceki dönemde işkoluna göre tanımlanan tüketicilerin yerini yaş, cinsiyet, cinsel tercihleri ile sınıflandırılan tüketicilere bıraktığını söylemişlerdir. Postmodern teorilerde sıklıkla vurgulanan şey tüketicinin pazarın pasif bir kurbanı olmaktan ziyade karar verebilen önemli bir güç olmasıdır. Ek olarak postmodern teorilerde sıklıkla tüketim kültürü içinde bir kimsenin bedeni, giysileri, konuşması, boş zamanı kullanması, yiyecek ve içecek tercihleri, ev, otomobil, tatil seçimlerinde beğenilerinin ve üslup duygusunun bireyselliğinin işaretleri olarak değerlendirilen yaşam tarzları konusunun yeni dönemde ayrıcalıklı hale geldiği vurgulanmıştır. Bu bağlamda önceki dönemin kitlesel tüketiminin yerini bireysel tüketim tercihleri ve yaşam tarzlarının (Featherstone,2005, s.140) aldığı vurgulanmıştır.

Postmodernist düşünürlere göre, kapitalizm 1970’li yıllarda içine girmiş olduğu krizi aşmada tüketimi merkeze almıştır. Tüketim pratiklerinin, üretim pratiklerinin önüne geçtiği savunularak, orta sınıflar ve orta sınıfların yaşam tarzlarının belirleyiciliğine özel bir önem atfedilmiştir. Bu yöndeki görüşlere göre, “Yeni” dönem beyaz yakalıların ulusal kalkınmacı

politikalarına hizmet eden kesiminin alt orta sınıf haline geldiği, uluslararası sermaye ile hareket eden kesimin ise yeni üst orta sınıf olarak belirdiği (Konyar, 2000, s.22) bir dönem olmuştur. Yeni kültür araçları denilen yeni üst orta sınıfa pazarlama, reklamcılık, halkla ilişkiler alanında çalışanlar ile radyo ve televizyon program yapımcıları, sunucular, magazin muhabirleri, moda yazarları, sosyal hizmet çalışanları, evlilik danışmanları, cinsel terapistler, diyetisyenler, oyun önderleri dâhil edilmiştir (Konyar, 2002, s.188)

Orta sınıflar ile yaşam tarzlarının ayrıcalıklı hale gelmesiyle birlikte postmodernist düşünürler, sınıfların üretimden ziyade tüketimle ilişkilendirilerek kavramsallaştırılması gerektiğini öne sürmüşlerdir. Bourdieu'nun hayat tarzları ve tüketim tercihlerinin bir haritasını ortaya koyduğu "Distinction" (1984) isimli çalışmasını takip eden incelemeler, çoğunlukla ortak bir yaşam tarzını paylaşan grupları belirlemeye ya da kimlikler aracılığıyla yaşam tarzlarının benzerliklerini incelemeye yönelmişlerdir (Chaney, 1999, 155).

2000'li yıllarda postmodern teorilerin orta sınıfa yönelik analizlerinin yerini prekarya tartışmaları almıştır. Guy Standing, "Prekarya Yeni Tehlikeli Sınıf" (2014) isimli eserinde, işçi sınıfını tanımlamada proletarya kavramından ziyade prekaryayı tercih ederek bu kavramı güvencesiz proletaryayı anlatmak için kullanmıştır. Çalışmasında Marksizm'in geleneksel sınıf anlayışının terk edilmesi gerektiğini savunan Standing, iş'i "değişim değeri olan işler" ve "değişim değeri olmayan işler" olarak ikiye ayırmıştır. Marksizm'i değişim değeri olmaksızın yapılan işleri göz ardı etmekle eleştirerek küreselleşme ile birlikte ulusal sınıf yapılarının parçalandığını ileri sürmüştür. Sınıfları, elit sınıf, maaşlılar, eski işçi sınıfı, işsizler ve prekarya olarak sınıflandırmış, prekaryanın giderek büyüyen bir sınıf olduğunu iddia etmiştir.

Standing'e göre, prekarya maaşlı işçilerden son derece farklıdır. Proletaryanın sahip olduğu sözleşme koşullarına sahip değildir. Güvenceden yoksun olup, parçalı bir statüye sahiptir. Zamanla yarışan prekarya ekonomik güvenceden ve mesleki bir gelecekte yoksundur. Emek yoğunlaşması ve uzun saatler çalışma nedeniyle sürekli yorgun ve dalgın olma riskiyle karşı karşıyadır. Birden fazla işi aynı anda yapar. Herhangi bir mesleki gelişme hissi olmaksızın performans odaklı bir yaşam tarzına sahiptir. Standing'e göre, prekarya için boş zaman giderek daralmış ve boş vakit aktivitelerine katılmak giderek güçleşmiştir. İş yeri birden fazla mekânı içeren bir güvencesizlik alanına dönüşmüştür. Mesleki beceriler giderek yok olmaktadır.

Özetle, postmodern teoriler, kitlesel üretimin yerine küçük deste üretimi, kitlesel tüketimin yerine ise bireysel tüketimi ve yaşam tarzlarının belirleyiciliğini koymuşlardır. Sınıfları ise, tüketim pratikleri ve yaşam tarzları kategorileri etrafında tanımlamışlar, güvencesiz ortamlarda çalışan işçileri prekarya kavramıyla açıklamaya çalışmışlardır.



Postmodern teorilerin emek sürecine getirdiği tartışmalardan bir diğerini ise “maddi olmayan emek” tartışmaları oluşturmuştur.

### 1.2.2.2 Maddi Olmayan Emek Tartışmaları

20. yüzyılın sonlarına doğru emek sürecindeki değişimler postmodernist düşünürlerce kimlik, bireysel alan, yerellik, feminizm, toplumsal cinsiyet gibi konular etrafında tartışılmıştır. Postmodernistlere göre, küreselleşme ile birlikte toplumların birlik ve bütünlükleri zayıflama sürecine girmiş, uluslararası devlet örgütlenmeleri büyüyerek ulus devletlerin özerkliğine sınır getirmiştir. Bu süreçte, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin ivme kazandığı yeni bir ortam oluşmuştur. Endüstri dönemindeki kitlesel üretimin yerini küçük deste üretim, kitlesel tüketimin yerini ise bireyselleşmiş tüketim almıştır. Tüketici artık pasif konumda olmayıp karar veren bir güç olarak kabul edilmiştir (Dağtaş ve Dağtaş, 2006, s.14)

Postmodern düşünürler, popüler müzik, giyim tarzları, medya gibi alanların otoriteye karşı olan bir muhalefet tarafından yapılandırıldığına, bu muhalefetin tektipliliği baskının aracı gördüğüne işaret ederek farklılıkları ön plana koymuşlardır. Geleneksel sınıf mücadelesinin ise yerini toplumsal cinsiyet, ırkçılık, çevre gibi konular etrafındaki mücadeleye bıraktığını iddia etmişlerdir. Postfordist üretim sisteminin emek pratikleri ve süreçleri üzerindeki etkilerini de sorunsallaştırarak, 1970’li yıllardan itibaren emeğin niteliğinde, çalışma koşullarında meydana gelen değişimlere ve yeni istihdam biçimlerine dikkatlerini çevirmişlerdir.

Bu yöndeki tartışmalar, Marx’ın “maddi emek” yaklaşımının karşısına “maddi olmayan emek” yaklaşımını koyarak “yeni” kapitalizmde hâkim olan unsurların “tasarım”, “estetik”, “semboller” olduğunu iddia etmiştir. Artık fordist sanayi dönemindeki maddi emeğin ve üretimin yerini, maddi olmayan emek, maddi ürünün yerini ise, maddi olmayan ürün almıştır. Gielen, “Sanat Ortamı: Ekonomik Sömürü İçin Mükemmel Bir Üretim Modeli mi?” başlıklı çalışmasında Paolo Virno’nun “Çokluğun Grameri” (2004) eserinden hareketle, gösteri ve sembollere dayalı bir endüstride maddi olmayan emeğin çalışma biçimleriyle ilgili olarak şunları söylemiştir (Gielen, 2014, s.206-212):

1. Maddi olmayan emeğin özel alan ile çalışma alanı arasındaki sınır bulanıklaşmıştır. Çoğunlukla işini evde de yürütebilmekte, iletişim teknolojileri aracılığıyla sürekli olarak iş için her dakika ulaşılabilir durumdadır.
2. Yetenek, olasılık ve güç gayri maddi emeğin önemli özellikleri arasında olup, işverenin yatırım yaptığı şey onun çalışma kapasitesidir.

3. Çalışma yaşamındaki en önemli unsur iletişimdir. Yeni kapitalizm öncesinde iletişim üretkenliğin önünde bir engel olarak görülürken günümüzde bilgi alışverişi, müzakere, ikna ve retorik beceriler önem kazanmıştır.

Maddi olmayan emek tartışmalarının diğer isimlerinden Hardt ve Negri de “İmparatorluk” (2008) isimli eserlerinde küreselleşme bağlamında bir iktidar teorisi ortaya koymayı amaçlayarak çalışmalarını “imparatorluk” ve “çokluk” kavramları etrafında şekillendirmişlerdir. İmparatorluk kavramını emperyalizmin kavramına karşıt bir kavram olarak kullanan yazarlar çokluk kavramı ile alternatif olana vurgu yapmışlardır. Hardt ve Negri, çokluk imparatorluğun iktidarına nasıl bir alternatif getirir? sorusunun yanıtını ararken, günümüzdeki emek süreci ve iş bölümlerine ilişkin olarak da açıklamalar getirmiştir. Hardt ve Negri’ye göre, modern dönemi endüstrileşme nitelerken; postmodern dönemi hizmet üretimi nitelendirmektedir. Bu değişimi enformatikleşme süreci olarak adlandıran yazarlar, enformatikleşmeyle birlikte istihdam biçimlerinin de değiştiğini, emeğin endüstriden hizmet sektörüne kaydığını vurgulamışlardır. Hardt ve Negri bu süreçte ortaya çıktığını iddia ettikleri maddi olmayan emeği şöyle tanımlamıştır:

“Hizmet üretimi sonuçta ortaya kalıcı ve maddi bir mal çıkarmadığından bu üretimle ilgili emeği maddi olmayan emek olarak adlandırıyoruz; yani bir hizmet, bir kültürel ürün, bilgi ya da iletişim gibi maddi-olmayan mallar üreten emektir” (Hardt ve Negri, 2008, s.305).

Hizmet sektöründeki işlerin özelliklerini “değişkenlik”, “esnek beceriler” olarak ifade eden Hardt ve Negri, işlerin yapılmasında ise, enformasyonun, duygulanımın ve iletişim becerilerinin ön plana çıkan unsurlar olduğunu söylemişlerdir. Eğlence endüstrisinin de duygulanımın yaratılmasına ve manipülasyonuna dayandığını vurgulayan yazarlar, “Bu emek, ürünün elle tutulamaz olması bir rahatlama, ferahlama, tatmin, heyecan ya da tutku olması anlamında maddi olmayan emektir.” demişlerdir. “Maddi olmayan emek” tartışmalarının temelinde yaptığı Marx’ın maddi emek yaklaşımına karşı çıkarak, yaklaşımı modası geçmiş bir anlayış olarak nitelendirmek, zenginlik ve artı değer yaratılmasını maddi üretim biçiminin temel öncüllerinden ziyade, dilsel, iletişimsel ve duygulanımsal ağlarla açıklamaktır (Hardt ve Negri, 2008, s.306):

“...emek gücünün “değişken sermaye olarak, yani sadece sermaye tarafından harekete geçirilen ve bir araya getirilen bir kuvvet olarak görüldüğü (klasik ve Marksist politik ekonomistlere ait) eski anlayışın sorgulanmasını gerektirir; çünkü emek gücünün (özellikle maddi-olmayan emek gücünün) ortak güçleri emeğe kendi değerini kendisinin biçmesi için imkân verir. Beyinler ve bedenler değer üretmek için

hala başkalarına ihtiyaç duyarlar ama ihtiyaç duyulan o başkaları, artık zorunlu olarak sermaye ve onun üretimi yönlendirme yetileri tarafından sağlanmaz. Bugün üretkenlik, servet ve toplumsal artıkların yaratılması, dilsel, iletişimsel ve duygulanımsal ağlar yoluyla ortaklaşa etkileşim biçimini alıyor.”

Maurizio Lazzarato ise, maddi olmayan emeği, malların bilişsel ve kültürel içeriklerini üreten emek olarak tanımlar. Lazzarato’ya göre, görsel-işitsel üretim, reklam, moda, bilgisayar yazılımları, fotoğrafçılık, kültürel etkinlikler gibi bir dizi iş büyük oranda maddi olmayan emeği içerir. Bütün bu işlerde çalışanları maddi olmayan işçiler olarak nitelendirir. Lazzarato’ya göre, sanayi sonrasında ortaya çıkan maddi olmayan emeğin özellikleri fabrikanın dört duvarı içine sıkıştırılamaz. Maddi olmayan emeğin çalışma koşulları güvencesizlik, aşırı sömürü, hareketlilik ve hiyerarşi ile serbest çalışmayı içerir. İş zamanı ile boş zaman arasındaki sınır belirsizleşmiştir. Sibernetik, görsel-işitsel üretim alanında ve kültürel alanda çalışan kişiler, bir taraftan maddi olmayan emek olarak tüketicilerin ihtiyaçlarına ve zevklerine yönelik olarak üretimde bulunurlarken, diğer taraftan da kültürel ürünlerle tüketicilerde güçlü ihtiyaçlar ve hazların yaratılmasına katkıda bulunurlar.

### 1.2.3 Ekonomi Politik Yaklaşımdan Hareketle Emek Sürecini Yeniden Düşünmek

Ekonomi politığın açıklama gücünü kaybettiği iddiaları ile gelen postmodern teoriler, Marx’ın sınıf mücadelesi esasına dayalı tarih anlayışının yerine, kimliklerin, yaşam tarzlarının ve tüketimin belirleyiciliğini koymuşlardır. Postmodern teoriler, 1970’lerden itibaren, üretim süreçlerinde ve nesnel koşullarda meydana gelen değişimleri salt siyasal ve kültürel etkileriyle inceleyerek, tarihin dışında yer almıştır. Bu doğrultuda, diyalektik materyalizmin temel ilkelerinin reddine dayanarak, tarihsel ve toplumsal gelişmenin belli bir anını, sadece kültürel alanın analiziyle anlamlandırmaya çalışmış ve idealizme kaymıştır. Oysaki diyalektik, tarihin tasnif edilebilmesini, karmaşa ve rastlantıdan ibaret olarak görülen belli toplumsal gelişmelere ilişkin yasaların ve yapıların ortaya çıkarılmasını sağlar. Başka bir ifadeyle, diyalektik sayesinde, tarihteki yapılar görünür kılınabilir. Esasen, tarih bir süreç olarak da diyalektik bir yapıya sahiptir. Ancak bu yapılar, diyalektiğin bir yöntem olarak nesneye uygulanması ile görünür bir hal alır (Brosius, 2008, s.17).

Diyalektik, bir yandan nesnenin hareketini; diğer yandan da hareket halindeki nesneyi anlamaya yardımcı olur. Bilinç ile madde arasında nasıl bir ilişki kurulduğuna yönelik yaklaşıma göre, diyalektiğe idealist ya da materyalist bir açıdan yaklaşılabilir. Bilinçten hareket eden idealist diyalektik, insan ve toplumu maddi var oluş koşullarından bağımsız olarak ele alır. Materyalist diyalektik ise, somut ve duyularla algılanan dünyadan kopmadan maddeden hareket eder. Materyalizm, bilinç biçimlerine de açıklama getirerek bilinci

toplumsal var oluş koşullarıyla birlikte açıklar. Materyalizm, aynı zamanda tarihseldir. Tarihi nesnel yasalar doğrultusunda gelişen bir süreç olarak ele alır.

Postmodern teoriler, tarihsel ve diyalektik materyalizmin temel ilkelerinden bağımsız bir biçimde toplumu ve tarihi açıklamaya çalışırlar. Bu anlayışları içinde, evrensellik yerine yerellik ve tikelliği, hakikat yerine yorumu ve göreliliği, ideoloji eleştirisi yerine yapı bozumunu, gerçeklik yerine imgeleri, temsil yerine benzetimi (simülasyon), zaman yerine mekanı, çelişki yerine farklılıkları, sınıf yerine ise kimlikleri koyarlar (Savran, 1999, s. 158). Postmodern teoriler, son dönem üretim, tüketim, emek süreçleri üzerine açılımlar getirirken, kültürel alanın analizine ayrıcalık vererek, salt tüketimin belirleyiciliği etrafında dolanırlar.

1970'lerden itibaren, iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerin de etkisiyle sermaye birikim süreçlerinde yaşanan değişimi, postfordizm olarak karşılayan bu düşünceler, postfordist üretim sistemiyle birlikte iletişim ve hizmet sektörünün büyüdüğünü, endüstri dönemini niteleyen sanayi işçisinin toplumdaki rolü ve öneminin yerini, hizmet sektörü çalışanlarının aldığını savunmuştur. Bütün bu gelişmelerden yola çıkarak, Marksizm'in sınıf teorisinin yerine, sınıfın parçalılığı ve bölünmüşlüğü koymuşlardır. Böyle bir yaklaşımla, insanların üretim tarzı içindeki konumunu ve bu konuma uygun bir şekilde zenginliğin bölüşülmesini belirleyen temel unsur olan üretim araçlarıyla kurulan ilişki göz ardı edilmiş; toplumdaki sınıflar, meslek, gelir düzeyi, yaşam tarzları gibi nesnel olmayan ölçütler etrafında tanımlanmıştır. Son dönemde üretim alanında ve emeğin görünümünde değişimin olduğu açıktır. Ekonomi politik yaklaşım, toplumsal değişimler paralelinde sınıfın iç yapılanmasında ve bileşiminde değişimler olduğunu yadsımaz. Ancak bugün, tüm toplumsal değişmelere yön veren hâkim üretim tarzı kapitalizm varlığını devam ettirdiği sürece işçi sınıfının üretim ilişkileri içindeki yerinin değişmesi söz konusu olamaz. Kapitalizmin son yıllarda yaşadığı değişimler, emek ile sermayenin doğasını değiştirmeye yetmemektedir. Artı-değer üretimi hala sermayenin hem yegâne amacı hem de varlık koşulu olarak varlığını sürdürmektedir.

Günümüzde, kültürel alana ve tüketime odaklanan postmodern tahliller, sınıfları kapitalist üretim ilişkilerinden bağımsız bir şekilde, tüketim ve yaşam tarzları etrafında tanımlayarak sınıf tartışmalarında da geniş entelektüel çevreler tarafından destek görmektedir. Ancak postmodern tahlillerin dayandığı hâkim görüş, kapitalizmin gerçeklerinden son derece uzaktır. Kapitalist mülkiyet ve üretim ilişkilerini görmezden gelerek topluma ve özeldede emek sürecine yaklaşan postmodern teoriler, emek üretkenliği temelindeki değişimleri nesnel olmayan ölçütlerle birleştirerek işçi sınıfının yerine orta sınıfları ve yaşam tarzlarının belirleyiciliğini koymuştur. Böylelikle de bu yöndeki görüşler, burjuva dünya görüşünü destekleyen bir entelektüel zemin haline gelmiştir. Boratav'ın (2014) deyişiyle "Burjuvazi,

işçi sınıfını birleştiren ortak özellikleri gizlemeye, çeşitli ücretli kategoriler arasındaki ayrımları abartmaya, işçi sınıfından orta sınıflar dünyasına yapay terfiler oluşturmaya önem verir.” Sınıf haritası içinde işçi sınıfını belirleyen şey ise, yaşam tarzlarından işçinin üretim araçlarından yoksun olması ve emek gücünün karşılığında ücret almasıdır.

Sermayenin varoluşunun tarihsel koşulları, ancak kapitalist ile emek gücünün pazarda karşı karşıya gelmesiyle olur. Sermayenin doğabilmesinin yolu salt para ve meta dolaşımı olmayıp, üretim ve tüketim araçlarını elinde bulunduran kapitalist ile bu araçlardan yoksun olan insanların pazarda karşılaşmasıdır. Böylelikle, kendisinde potansiyel olarak var olan emek gücünü kapitaliste satan işçi, herhangi bir işe emek gücünü harcayarak karşılığında ücretli emeğe dönüşmektedir. İşçinin emek gücünü harcamasıyla ortaya çıkan ürünün meta biçimine bürünmesi ise bu noktadan sonra gerçekleşir.

Üretilen herhangi bir ürün özelliğine göre maddi bir metada ya da maddi olmayan bir metada da somutlaşsa bu ürünler metadır ve emek ürünüdür. Pazarın kuralları içinde değişmek üzere üretilirler. Metanın maddiliğinden kast edilen şey budur. Günümüzün hâkim üretim ve tüketim biçimi olarak kapitalizm varlığını devam ettirdikçe emek süreci ve değer yaratma süreci bir arada olmaya, sermaye ise, artı değeri gasp ederek varlığını sürdürmeye devam edecektir. Postmodern teorilerin emek süreci açıklamalarındaki maddi olmayan emek tartışmalarının geçerliliğini bu bağlamda düşünüp yeniden değerlendirmek gerekir.

Değişimin diyalektik doğası gereği emek sürecinde değişimlerin yaşandığı gerçektir. Her yeni gelişme bir öncekinin bağrında meydana gelir. Son yıllarda, maddi üretim alanlarında meydana gelen değişimlerle emek sürecinin, iş ve işyerinin değiştiği doğrudur. Ancak bütün bu değişimler, emek ile sermaye arasındaki ilişkinin karakterini değiştirmeye yetmemektedir. Artı değer üretimi hala kapitalizmin temel kaynağı ve varlık koşuludur (Akdağ, 2014, s.102). Hâkim postmodern teoriler ise günümüzde egemen olan üretim ve tüketim sisteminin üzerini örtmektedir. Ekonomi politik yaklaşım hala toplumsal varlığın çeşitli alanlarında emek sürecini açıklama gücüne sahiptir ve bu anlamda bütüncül bir yaklaşım sunar.

Ekonomi politik yaklaşım, ilk olarak Adam Smith'in çalışmalarında sistematik hale gelmiştir. Kapitalizmin görünümünün yeni yeni ortaya çıkmaya başladığı bir dönemde serbestlik ilkesine dayanan bir ekonomik yapılanmanın gerekliliğini ortaya koyan Smith, böyle bir toplumsal sistemin toplumu refaha ve ahlaka taşıyacağını savunmuştur. Smith'in bu yöndeki görüşleri, adeta bir çağı kapatıp yeni bir çağı açmış (Raphael, 2014, s.18), kapitalist zenginleşme modelinin temelini oluşturmuştur. Adam Smith'in -bugün bile kapitalizmin



başyapıtı olarak kabul edilen- Ulusların Zenginliği eseri ile ekonomi politik yaklaşım, klasik biçimine erişmiştir.

### 1.2.3.1 Klasik Ekonomi Politik Yaklaşım

Ekonomi politik yaklaşım, feodalitenin yıkıntıları üzerinde doğan ve sanayi devriminin ardından doğasını açıkça sergileyen kapitalizmin yaratmış olduğu toplumsal sorunların analizi için kullanılmış ve geliştirilmiştir. Ekonomi politiğin kurucu babası Adam Smith'tir. Smith, kapitalizme ilişkin ortaya attığı düşünceleriyle, ekonomi politiğe bilim olma vasfını kazandırmasıyla anılır. Adam Smith'in ekonomi politik biliminin temel sorun alanlarını biçimlendiren görüşleri yaşamının büyük bir kısmını geçirdiği 18. yüzyıl İskoçya'sının toplumsal koşullarında ve kapitalizmin bütünlüklü sistematik bir temsilini sunmak isteyen, İskoç Aydınlanması Ekolü'nün entelektüel tartışmaları içinde şekillenmiştir. Adam Smith, ekolün önemli temsilcilerinden Francis Hutcheson ve Adam Ferguson gibi isimlerle birlikte sanayi ve ticaretle ortaya çıkan bencil piyasa ahlakının, geleneksel değerlerle uyum içinde olup olamayacağı sorunuyla ilgilenmiştir.

18. yüzyılın başlarında İskoçya'daki en temel tartışmalar, İngiltere ile birleşme meselesi üzerine olmuştur. Temel olarak iki farklı görüş etrafında yoğunlaşan tartışmalardan ilki, İngiltere ile birleşmenin sağlayacağı ticari fırsatlara; diğeri ise İskoçya'nın mevcut siyasal kurumlarının bağımsızlığının korunmasının gerekliliğine vurgu yapmaktaydı. Bu tartışmalar, İngiltere ile İskoçya'nın birleşmesiyle sonuçlanmış ve birleşmeyi izleyen süreçte İskoçya'da kapitalist gelişme ivme kazanmıştır (Kaymak, 2010, s.292) Adam Smith'in toplum teorisi ve serbest ticaret lehine olan görüşleri de böyle bir ortamda şekillenmiştir.

Adam Smith'e asıl ününü, ekonomi politiğe de bilim olma vasfını kazandıran eser, 1776 yılında yayınlanan Ulusların Zenginliği eseridir. Toplumbilimleri alanında önemi tartışmasız bir biçimde kabul edilen eser, "İncil ve Marx'ın Kapital'iyle birlikte okuryazarlıkları tartışılanların bile okumadan sözünü edebildiği üç kitaptan biridir" (Galbraith, 2004, s.65) şeklindeki yorumlarda yer bulmuştur. Asıl ismi, Ulusların Zenginliğinin Nedenleri ve Doğası Üzerine Bir İnceleme olan eserinde Smith, sanayi devriminin sonuçlarının İngiltere'de ortaya çıkmaya başladığı bir dönemde ulusların zenginliğin nasıl artacağı ve sağlanan zenginliğin bütün sınıfların yararına olacak şekilde nasıl bölüşüleceği gibi soruların yanıtını aramıştır. Adam Smith'in anılması gereken önemli eserlerinden biri de Ahlaki Duygular Kuramı (Theory of Moral Sentiments) isimli eseridir. Bu eser, ahlak felsefesine yönelikken; Ulusların Zenginliği ekonomi politiğe dairdir (Göçmen ve Kaya, 2013, s.86).

Adam Smith, *Ulusların Zenginliği* isimli eserinde, asıl ilgisini zenginliğin nedenleri ve doğasına yöneltse de elde edilecek zenginliğin emekçi, kapitalist, toprak sınıfları arasında ücret, kâr ve rant olarak nasıl paylaşılacağını da belirleyerek bir bölüşüm teorisinin de esaslarını ortaya koymuştur. Ancak bölüşüm sorunu ardılı David Ricardo tarafından ekonomi politiğin ana sorunu olarak ele alınmıştır (Ricardo, 2007, s.23):

“Yeryüzünün ürünleri – emek, makine ve sermayeyi bir araya getirerek yerkürenin yüzeyinden elde edilen her şey – toplumdaki üç sınıf arasında paylaşılır. Yeryüzünün ekilebilmesi için gerekli olan toprağın sahipleri, sermaye sahipleri ve emeğiyle yeryüzünü eken emekçiler. Toplumun değişik aşamalarında, yeryüzünden sağlanan toplam üretimin bu üç sınıf arasında rant, kâr ve ücret olarak paylaşımı farklı olacaktır. Rant, kâr ve ücretler; toprağın fiili üretkenliğine, sermaye ve nüfus birikimine ve tarımda kullanılan ustalık, yaratıcılık ve araçlara bağlıdır. Bu bölüşümü düzenleyen yasaların belirlenmesi ekonomi politiğin baş sorunudur”

Adam Smith, klasik okulun öncüsü olarak kabul edilen ve zenginliğin ana kaynağının doğa olduğunu söyleyen fizyokratların tersine zenginliğin kaynağını “emek” de görmüştür. Smith’in *Ulusların Zenginliği* (2009) eserinin “İşbölümü Hakkında” başlıklı birinci bölümü böyle bir düşünce içinde emek teorisi üzerine tespit ve değerlendirmelerini içermektedir. Eserinin bu bölümünde Adam Smith, ilk olarak, emeğin verimliliğinin nasıl arttırılacağı konusunu irdeler. Teknik işbölümü bağlamında ve iğne manüfaktürü örneğinden yola çıkarak, ticari/kapitalist toplumda, işbölümünün emeğin üretici güçlerini arttırmadaki önemine dikkat çeker ve işbölümünün tüm zanaatlara yayılmasının gerekliliğini savunur. Zenginliğin oluşumunu emekte gören Smith’e göre, iş bölümü sonucunda emeğin verimliliğinin artmasıyla elde edilecek zenginlik toplumun en alt tabakalarına kadar inecektir.

Adam Smith, işbölümünü, teknik işbölümü ve toplumsal işbölümü arasında bir ayrım yaparak tartışır. Teknik iş bölümünün emeğin verimliliğini arttıracığını vurguladıktan sonra, eserinin “İşbölümüne Yol Açan Esas Üstüne” başlığını taşıyan 2. bölümünde, toplumsal işbölümü üzerine görüşlerini ifade eder. Smith’e göre, toplumsal işbölümü takasın doğal bir sonucu olarak ortaya çıkar. İş bölümü işbirliği üzerinde yükselir. İnsanlar diğer insanların işbirliği olmaksızın varlıklarını devam ettiremezler. Smith, Ahlaki Duygular Kuramı isimli eserinde işbirliğinin sevgiye değil fayda ilkesine dayandığını savunmuştur. *Ulusların Zenginliği* eserinde ise aynı ilkeyi şu sözlerle ifade edecektir (Smith, 2009, s.16):

Hemen hemen diğer bütün hayvan ırklarında, her birey, olgunluğa eriştiğinde, tümüyle bağımsızdır ve doğal halinde başka hiçbir canlının yardımına gereksinim duymaz. İnsanoğlunun ise hemen hemen daima kardeşlerinin yardımına ihtiyacı vardır

ama onlardan yardımseverlik, cömertlik beklemesi boşuna olur. Eğer onların bencilliklerini kendi yararına çevirebilirse ve kendisine istediklerini vermenin onların çıkarına olduğunu onları ikna edebilirse daha başarılı olacaktır... Kasap, biracı ya da fırıncı cömertliğinden değil, kendi çıkarlarını güttüğünden dolayı bize yemek verir. Biz de onların insanlığına değil bencilliğine sesleniriz; kendi gereksinimlerimizden değil onların çıkarından söz ederiz.

Smith, iki temel eseri olan Ahlaki Duygular Kuramı ve Ulusların Zenginliği eserlerinde ticari toplum olarak ifade ettiği kapitalist toplumun kişisel çıkar üzerine kurulu olduğu düşüncesini benimser. Smith'e göre bu kapitalist toplumun doğası olup son derece doğaldır. Yaklaşımı, kişisel çıkarı peşinde koşan bireyci burjuva anlayışına dayanır. Oysaki "kendi çıkarı peşinde koşan insan, aslında sınıflı toplumların yaratmış olduğu kendine ve topluma yabancılaşmış toplumsal bir insandır" (Yaylagül, 2009, s.157).

Kapitalist toplumda zenginleşme sorunu ile ilgilenen Adam Smith, emek teorisini de bu temel sorun çerçevesinde oluşturmuştur. Zenginliğin kaynağını emekte gören Adam Smith, emeğin verimliliğinin nasıl arttırılabileceği sorunu ile ilgilenerek işbölümünün önemine dikkat çekmiştir. Toplumsal ilişkileri doğal bir yasa olarak kabul eden Adam Smith, emek-sermaye ilişkisinin doğasını irdeleme gereği duymamıştır. Smith, kendisini takip eden Ricardo, Malthus gibi düşünürlerle birlikte kapitalizmde zenginlik ve elde edilen zenginliğin nasıl bölüşüleceğinin formülünü sunmuştur.

Adam Smith, işçinin ücretini emekçinin "doğal ödülü" olarak nitelendirmiştir. Sermaye birikimi ve toprağın mülk edinilmesinden önce, emeğin tüm ürününün emekçiye ait olduğunu ifade eden Adam Smith, sermaye birikimi ve toprak mülkiyetinden sonra artık emekçinin emek ürününü paylaşacağı bir efendisi bulunduğunu söylemiştir. "Bunun emeğin ücreti üzerindeki etkilerini incelemeye gerek yoktur" ifadesiyle de açıkça bu durumun son derece doğal bir bölüşüm olduğunu benimsemiştir (Smith, 2009, s.61-64) ve sorgulama gereği duymamıştır.

Adam Smith, değer teorisi üzerine yoğunlaşarak emeği nicel olarak ele almıştır. Adam Smith'te emek "değerin biricik evrensel ölçütü olduğu gibi aynı zamanda tek doğru ölçütüdür, yani çeşitli metaların değerlerini her zaman ve her yerde birbirleriyle karşılaştırabilmemizi mümkün kılan tek standart ölçüttür" (Ardıç ve Aydın, 2011, s.13). Smith'e göre işçi kapitaliste emeğini satarak karşılığında ücret alır; kapitalist ise kar elde eder. Bu son derece doğal bir işleyiştir ve insanın insan tarafından sömürülmesi söz konusu değildir. Gerçekte işçinin sattığı emeği değil emek gücüdür. Kapitalist işçinin emek gücünü belirli bir süreliğine satın alarak ondan sonuna kadar faydalanmaktadır.



Adam Smith'te kapitalizm toplumsal evrimin nihai bir aşamasıdır. Smith, kapitalizmi ve işleyişini sorgulamaksızın benimsemiştir. Sanayi devriminin ortaya çıkardığı ekonomik bir örgütlenmenin yapısını ve işleyişini ortaya koymada öncü bir düşünür olmakla birlikte kapitalizme ivme kazandıracak bir politikanın savunuculuğunu yapmakla eleştirilmiştir. Karl Marx ise, Adam Smith ve ardıllarının kapitalizmi kutsayan görüşlerini tersine çevirmiş, klasiklerin görüşlerini maddi bir temele oturtturarak ekonomi politiğe eleştirel bir anlam kazandırmıştır.

### 1.2.3.2 Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım

Sosyal bilimler alanında Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" eserinin önemi şüphesiz ki büyüktür. Smith, düşünceleriyle ekonomi biliminin ortaya çıkmasına katkıda bulunmuş, ardılları olan Ricardo, Malthus gibi yazarların düşüncelerine öncülük etmiştir. Karl Marx, ekonomi politik eleştirisini Adam Smith ve klasik ekonomi politiğin temsilcilerinin eleştirisi üzerine geliştirmiştir. Adam Smith'in bu yazarlarında ötesine giden görüşleri, 20. yüzyılda yeni sağ politikaların düşünsel arka planını oluşturmuştur. Kapitalizm yeniden yapılanırken neoliberaler sıklıkla Adam Smith'in görüşlerine dayanmışlardır. Bugün hala hâkim olan üretim biçimi kapitalizmin eleştirisi de Karl Marx'ı yeniden düşünmek anlamına gelmelidir. Adam Smith ve onu takip eden düşünürlerin düşünce geleneklerini tersine çeviren Marx, bir diğer anlamda klasik ekonomi politiği de tersine çevirerek ona eleştirel bir anlam kazandırmıştır (Bottigelli, 2011a, s.48):

Burjuva ekonomi politik Marx'a insanal bir doğruluğu değil, ama yabancılaşmış bir gerçekliğin doğruluğunu dile getiren bir tür görüngübilim olarak görünür. Ekonomi politik, kendisini ona açıklamış bir durumu eleştirisini yapmaksızın benimsemiştir. O, özel mülkiyet tarafından yönetilen bir dünya içinde ama bu mülkiyetin kökenini kendine sormaksızın, devinir durur. En üstün derecede tarihsel bilim olmasına karşın, tarihsel evrimin bir uğrağı olan şeyi başı sonu olmayan bir gerçeklik sayarak, tarih dışında yer almıştır. Marx'ın eleştirisi, bu anlamda, bu bilimin yöntemlerinin ta kendisini yeniden tartışma konusu yapan temel bir eleştiridir.

Ekonomi politik, tarihsel materyalizm ve diyalektik materyalizmin temel ilkelerini kullanarak üretim güçlerinin ve üretim ilişkilerinin gelişme yasalarını inceler. Engels, "Tarihsel Materyalizm Üzerine Mektuplar" da ekonomi politiğin tarihi ve toplumu anlamadaki anlayışını şu sözlerle ifade etmiştir (Engels, 2000, s.13):

"Oysa bizim tarih anlayışımız, Hegelci biçimde bir kolay yorumlama aracı değil, her şeyden önce bir inceleme kılavuzudur. Tüm tarih yeniden incelenmeli,

değişik toplum biçimlerinin varoluş koşulları – onlara karşılık düşen politik, hukuksal, estetik, felsefi, dinsel vb. görüşleri ortaya çıkarmaya girişmeden önce- ayrıntılı olarak gözden geçirilmelidir

Ekonomi politik yaklaşımın tarih ve toplum anlayışına göre, farklı toplum biçimlerini niteleyen özellikleri belirleyen üretim biçimidir. Toplumun üretici güçleri ile üretim ilişkilerinin birliğini ifade eden üretim biçimi durağan olmayıp değişim halindedir. Bu anlamda üretim biçimi, topluluk birliğine dayanan ilkel komünal toplumlardan, köleci toplumlara; köleci toplumlardan feodal toplumlara ve kapitalizme değişimi belirleyen temel unsurdur. Tarihsel süreçte var olmuş bütün üretim biçimlerinin kendine özgü nitelikleri olmakla birlikte Marx ve Engels tüm üretim biçimlerinde ortak olan niteliği şu sözlerle ifade etmiştir (Marx, 2011a, s.39; Engels, 2011, s.25):

“Varlıklarının toplumsal üretiminde, insanlar, aralarında, zorunlu, kendi iradelerine bağlı olmayan belirli ilişkiler kurarlar; bu üretim ilişkileri, onların maddi üretici güçlerinin belirli bir gelişme derecesiyle örtüşür. Bu üretim ilişkilerinin tümü, toplumun iktisadi yapısını, belirli toplumsal bilinç biçimleriyle örtüşen bir hukuki ve siyasal üst yapının üzerinde yükseldiği somut temeli oluşturur”

“Tarihte toplumun ve devletin bütün ilişkilerini, bütün dinsel ve hukuk sistemleri, ortaya atılan bütün teorik görüşleri, ancak bunlarla örtüşen çağlardaki maddi yaşam koşulları anlaşılırsa ve bu birinciler, maddi koşullardan tümdengelim yoluyla çıkarılırsa anlamak olanaklıdır”

Karl Marx ve Engels’in üretim biçimlerinin ortak belirlenimlerine yönelik olarak ortaya koyduğu bu düşünceleri ekonomik etkeni tek etken olarak görmekle ve “ekonomik indirgemeci” olmakla eleştirilmiştir. Engels bu nitelemeye şu sözlerle cevap vermiştir (Engels, 2000, s.16):

“Materyalist tarih anlayışına göre, tarihte en sonunda belirleyici etken, gerçek yaşamın üretimi ve yeniden üretimidir. Marx da ben de bundan daha çoğunu asla ileri sürmedik. Bundan ötürü, herhangi bir kimse bunu ekonomik etken biricik belirleyici etkendir diyerek bozarsa, bu önermeyi anlamsız, soyut, saçma bir söze dönüştürüyor demektir. Ekonomik durum temeldir, ama üst yapının çeşitli öğeleri de tarihsel savaşımın gidişinde etkilerini gösterirler ve birçok durumda özellikle onların biçimini belirlerler. Bütün bu öğeler arasında bir etkileşim vardır.”... “Tarihimizi kendimiz yaparız ama, başta çok belirli önceller ve koşullar altında. Bunlar arasında en sonunda belirleyici olan, ekonomik olanlardır. Ama politik olanlar ve insanların uslarından çıkmayan gelenekler bile, belirleyici olmasalar da bir rol oynarlar”

Ekonomi politik yaklaşım, tarihte var olmuş belli toplumsal-iktisadi oluşumların varlığından söz etmekle birlikte incelemelerinin temel konusunu kapitalizm, başlangıcını ise metanın analizi oluşturur. İnsanlar var olduklarından bu yana çeşitli gereksinimleri olmuştur. Bu gereksinimler beslenmek, barınmak, giyinmek gibi temel ihtiyaçların yanında hayalden beslenen ihtiyaçları da içerir. Mideden ya da hayalden kaynaklanan gereksinimleri gidererek metaların sağladığı yarar metaların kullanım değerini ifade eder. Ancak kullanım değeri tek başına bir şeyi meta yapmaya yetmez ve metanın ikili niteliğinden yalnızca birine işaret eder. İnsan gereksinimlerini gideren bir şeyin meta biçimine bürünebilmesinin koşulu değişim için üretiliyor olmasıdır. Kendi temel ihtiyacı doğrultusunda bahçesinde sebze yetiştiren kişi için sebze kullanım değerine sahiptir ancak değeri yoktur. Meta üretmek, sadece kullanım değeri üretmek anlamına gelmez; kullanım değerlerini başkaları için üretmek gerekir.

Marx, Kapitalde, metaların kullanım değeri ve değişim değeri olmak üzere ikili niteliğine işaret ettikten sonra metalarda bulunan emeğin ikili niteliğine değinir. Metalar kullanım değerlerinden soyutlandığında geriye kalan emek ürünü olma özellikleridir. Üretimleri esnasında emek gücü harcanır. Metaların üretiminde emeğin nasıl ve ne şekilde harcandığı ve üretilen zenginliğin nasıl bölüştüğü sorunu ekonomi politığının temel sorununu oluşturur (Eaton, 1996, s.31). Başka bir ifadeyle, ekonomi politığının anlaşılmasında en temel şey, metalarda bulunan emeğin soyut emek ve somut emek niteliğinin anlaşılmasıdır.

İnsanlar toplumsal yaşam içinde hem bütün işgücünün parçası olarak hem de tek tek dokumacı, marangoz, demirci, terzi vb olarak yer alırlar ve başkaları için kullanım değerleri üretirler. İnsanların tüm işgücünün parçası olarak harcadıkları emek, emeğin soyut emek niteliğine; tek tek belli kullanım değerleri üretmede harcadığı emek ise, somut emek niteliğine işaret etmektedir (Marx, 2011c, s.58):

“Bir yandan her türlü emek fizyolojik anlamda insan emek gücü harcanmasıdır ve bu özdeş soyut insan emeği özelliğinde oluşu ile metaların değerini yaratır ve ona biçim verir. Öte yandan her türlü emek insan emek gücünün özel bir biçimde ve belirli bir amaca dönük olarak harcanmasıdır ve bu somut yararlı emek özelliği ile kullanım değerlerini üretir”

Metalar içerisinde soyut insan emeğinin cisimleşmesinden ötürü bir değere sahiptirler. Başka bir deyişle metaların değişim değerini belirleyen emektir. Burjuva ekonomi politik ise, değerini açıklamasını metaları kullanım değerinden soyutlamadan öznel bir nitelik açısından yapar. Bu yaklaşımın eleştirisini yapan Eaton, her türlü incelemede nesnel bir ölçüt taşıyan ve geçerliliğini koruyan emek-değer teorisinin önemini şu sözlerle ifade eder (Eaton, 1996, s.36):

“Burjuva teorisi 1830’dan bu yana emek-değer teorisini reddeden bir ekonomi teorisi bulmak için çabalayıp durdu. Değerin arz ve talep tarafından belirlendiğini ileri sürmeye çalıştı. Ardından kullanım değerine başvurmak zorunda kaldılar. Evet, bir meta, meta olabilmek için mutlaka bir kullanım değerine sahip olmalıdır; ama değişimde metaların değerini belirleyen kullanım değerleri değildir. Değişim değeri öznel, yani insanların zihinlerinde duyulan gereksinimleri ifade eder. Değişik insanların değişik zamanlarda değişik gereksinimleri olur ve bunlar birbirleriyle ölçülemezler. Gereksinim duyulmanın belirli bir miktarı mallarda tecessüm edemez ve ölçülemez. Bu sakıncalara karşın burjuva iktisatçıları özellikle 1870’ten bu yana, değeri kullanım değeri ya da yarar açısından açıklamışlardır. Bu teorilerin en çok bilinen varyantı marjinal yarar teorisidir. Emek-değer teorisi ise tam tersine ekonomik çözümlere için sağlam bir çerçeve sağlar. Bu teorinin varlık nedeni şurada yatar: üretici faaliyet, yani insanın doğal çevresini kendi gereksinimlerini gidermek üzere değiştirmeye yönelik insan emeği bütün ekonomik sistemlerin temel koşuludur. Özel olarak kapitalist sistemin incelenmesinde ortaya çıkan sorun, bütün ekonomik faaliyetlerin bu temel koşulunu, bütün üretimin hemen hemen sadece satış için yapıldığı bir ekonominin özel koşullarına uygulamaktır. İşte bu konuda bize rehber olabilecek şey emek değer teorisidir. Bu teori, inceliğini ve ifade keskinliğini etkileyen birçok önemli teorik sorunlara karşın alternatif değişim değeri teorilerinin hiçbirini tarafından çürütülememiştir”

İnsanlar başkalarının gereksinimleri doğrultusunda kullanım değerleri üretirken; yani meta üretirken emek güçlerini harcarlar. Bu esnada hem zihinsel hem de fiziksel yetilerini kullanırlar. Üretimin en temel unsurlarından olan emek gücü, ancak belli koşullarda meta olabilir. Bunun için ilk koşul kişinin emek-gücü üzerinde tasarrufta bulunabilmesi yani özgür olmasıdır. İkinci koşul ise, kapitalist ile pazarda karşı karşıya gelmesidir. Bu karşılaşmayla birlikte kişi, emek gücünü belirli bir zaman için kapitaliste satar. Emek gücünü kapitaliste sattığı anda işçi olur ve emeğini herhangi bir gereksinmeyi giderecek şekilde bir iş üzerinde harcar. Kapitalistçe emek gücünün kullanılmasının karşılığında aldığı miktar emek gücünün ücretidir.

Burjuva ekonomi politik, işçilerin kapitaliste emek gücünü değil emeğini sattığını belirtirler. Kapitalist özgür iradesiyle kullanım hakkını satın aldığı emeğin karşılığında işçiye ücret vermekte ve kendisi de kâr elde etmektedir (Marx, 2008, s.27). Burjuva iktisatçılar için bu son derece doğal bir işleyiştir. Oysaki kapitalist sömürünün özü tam da burada yatar. İşçi kapitalist ile karşılaştığında henüz herhangi bir işte emeğini harcamamıştır. Sahip olduğu ve

o anda sattığı şey, henüz kullanmadığı emek gücüdür. İşçi herhangi bir iş üzerinde emek gücünü harcayarak meta üretirken; aynı zamanda artı-değer de üretmektedir. Artı-değer ancak işçinin kendi yaşamını sürdürmek için çalışması gerekenden daha fazlasını patronu için çalışmasıyla olur. Artı emeğin gerekli emeğe, ya da artı zamanın gerekli emek zamanına oranı işçinin sömürülmesinin derecesini gösterir. Kapitalist üretimin temel amacı artı değerini yeni bir artı değer sağlayan sermayeye dönüşümüdür. En az giderle en yüksek artı değeri elde etmek isterler ve işçiyi gerekenden daha fazla çalıştırırlar.

İşgünü kavramının işçi ve kapitalist açısından farklı anlamları vardır. İşçi kapitaliste karşı normal bir işgünü için savaş halindeyken kapitalist emek gücünü satın aldığı işçiden sonuna kadar yararlanmak ister. Kapitalist işçinin kullanım hakkını satın almasından ötürü işgününe olabildiğince uzatma hakkını kendinde görür. İşçi ise, işgününün belli bir sürede olmasını talep eder ve bu talebi emek gücünü satan kişi olma hakkını kullanarak yapar. Ancak bu savaşta iş gününün hangi sınırlarda olacağına karar veren kapitalisttir. Çünkü “eşit haklar arasında son sözü kuvvet söyler” (Marx, 2011c, s.259). Böylelikle işçi kullanılabilir tüm zamanını kapitalistin hep daha fazlasını kazanma güdüsüne teslim eder ve dinlenme dışında kalan zamanını kapitalist için harcar. Kapitalizmde dinlenme de işçiye ait olan bir zaman dilimi olmaktan çıkmıştır. İşçi için dinlenme zamanı ertesi gün tekrar işe başlamak için gerekli zamandır.

Özetle, Karl Marx, kapitalist bir ekonominin ortaya çıkmasıyla birlikte oluşan toplumsal sorunları liberal bir kavrayış içinde çözümleyen Adam Smith ve ardıllarının düşünce geleneklerini tersine çevirerek ekonomi politik bilimine eleştirel bir anlam kazandırmıştır. Eleştirel ekonomi politikte birlikte klasiklerin, toplumdaki ekonomik kurumların kendiliğinden meydana geldiği, doğada olduğu gibi ekonomide de doğal bir düzen bulunduğu, bu doğal işleyiş içinde gerçekleşen üretim, dağıtım, bölüşümün de doğal bir düzen içinde gerçekleştiği savlarının yerini kapitalizmin ve doğasının detaylı bir eleştirisi almıştır.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, 1960’lı yıllardan itibaren iletişim alanındaki incelemelerde de uygulanmıştır. Marx’ın kapitalizm eleştirisini takip eden Golding, Murdock, Garnham, Wasko, Mosco, Smythe gibi düşünürler, kapitalist üretim ilişkileri temelinde medya kuruluşlarının mülkiyet biçimini, medya içeriklerini, medya emekçilerinin üretimdeki yerini ve üretilen zenginliğin nasıl bölüşüldüğü ile çalışma koşulları ve ücret politikalarını bütüncül bir biçimde ele almışlardır.

### 1.2.3.3 Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşımdan Hareketle Medya Üretiminde Emek Süreci

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, iletişim araştırmalarında medyayı ve ürünlerini var olan üretim ilişkilerinden hareketle analiz etmede kullanılmıştır. Eleştirel ekonomi politiğin temel öncüllerinden hareket eden incelemeler, kapitalist toplumsal formasyonun sınırladığı medya kuruluşlarının yapısını, işleyişini, medyanın kimler tarafından kontrol edilip, kimlerin çıkarına hizmet ettiğini ve bütün bu süreçlerin toplum üzerindeki etkilerini sorunsallaştırır. İletişim alanındaki egemen incelemelerin tam tersi biçimde medya endüstrilerinin mülkiyet ve kontrol yapılarını görmezden gelmeden medya kuruluşlarının ürettikleri ürünlerin dağıtım, bölüşüm ve tüketim süreçlerini ele alır. Ekonomi politik yaklaşım, medyada birleşme, çeşitlilik, ticarileşme, uluslararasılaşma gibi süreçlerin medyanın iş pratikleri ve ürünleri üzerindeki etkilerini emtialaşma, uzamsallaştırma, yapılaşma süreçleri ile birlikte inceleyerek iletişim araştırmalarında bütüncül bir bakış açısı sunar (Barret, 1995, s.186).

Ekonomi Politik Yaklaşım, iletişim araştırmalarında egemen olan davranışçı geleneğin ve merkezi ilgisini metin analizine yönlendiren Kültürel İncelemeler Geleneği'nin karşısında yer alır. Medyayı ve medya mesajlarını koşullandığı ekonomik, siyasal ve kültürel süreçlerden soyutlayan medya etkileri araştırmaları medya mesajlarının salt izleyici/okuyucu/dinleyici grupları üzerindeki etkilerine odaklanırlar. Bu incelemelerin temel amacını medya aracılığıyla sunulan içeriklerle insanların düşüncelerinin nasıl biçimlendiği sorusuna yanıt aramak oluşturmaktadır. Medyayı ve etkilerini açıklamaya çalışan çabalar dilbilimi, sosyal psikoloji, sosyoloji, psikoloji gibi disiplinler içinde gelişmekle birlikte, medya ve etkileri incelemelerine öncülük eden araştırmalar siyaset biliminin içinde yer almışlardır.

Siyasal iktidarı kurmada ve sürdürmede iletişimin rolünün ve öneminin farkına varan siyaset bilimciler, gerçekleştirmiş oldukları propaganda incelemeleri ile iletişim araştırmalarında öncü olmuşlardır. Bu yöndeki incelemelere, Lasswell'in Kongre Kütüphanesi Savaş İletişimi Çalışmaları Bölümü'nde gerçekleştirdiği çalışmaları ve Lazarsfeld'in Columbia Üniversitesi'nde gerçekleştirdiği radyo çalışmaları örnek teşkil etmektedir.

İletişim araştırmalarında 1940'lı yıllara değin medyanın toplumun geniş kitleleri üzerinde güçlü etkileri olduğu kabul edilirken ve medyanın etkilerini açıklamada hâkim olan model şırınga modeliyken, Lazarsfeld'in çalışmaları ile birlikte alıcıların pasifliği yönündeki düşünceden vazgeçilmiştir. Şırınga modelini yerinden eden Lazarsfeld, bu modelin yerine iki aşamalı akış modelini koymuştur. Lazarsfeld'in modeli, kendisinden sonra gelen çalışmalara da yön vermiş, iki aşamalı akışı takip eden incelemeler, medya içeriklerinin kısa vadeli



davranışsal etkilerine odaklanmışlardır. Başat paradigma, özellikle yayıncıların ve reklamcılarının yararına gelişmiş, araştırmacılar bir pazarlama bilimi içinde kurumlara hangi sıklıkla, hangi kanalla ve kime neyi söyleyeceklerini göstermişlerdir (Gitlin, 2008, 43-59).

İletişim araştırmalarında 1930'lardan bu yana etki alanını koruyan etki araştırmaları medya ve medyanın etkilerini çizgisel süreçler ile uyarıcı-tepki kuramlarına indirgeyerek, yönetsel bir bakış açısı içerisinde, mülkiyet ve kontrol yapılarından soyutlayarak ele almışlardır. Başat paradigmanın bakış açısı etrafında medyanın bireysel etkileri ve sonuçlarına yönelen incelemeler, ekonomik, siyasal ve kültürel süreçlerle iç içe olan medyayı ve etkilerini anlamada yetersiz kalır. Medyanın önemi, kullanımlar ve doyumların çok daha ötesine gider ve kapitalist toplumlardaki kaynakların üretim dağıtım ve tüketimini düzenleyen geniş kapsamlı toplumsal ilişkiler bağlamında incelenmesi gerekir.

Medya araştırmalarında kullanılan ekonomi politik yaklaşım etki araştırmalarının yanında Kültürel İncelemeler Geleneği'nin de medyayı, medyanın etkilerini ve sunduğu içerikleri anlama ve açıklama biçimlerini eleştirir. Gelenek öncüleri Richard Hoggart, Raymond Williams, E. P. Thompson ve geleneğin kurumsallaşmasını sağlayan çalışmaları "The Uses of Literacy" (1957), "Culture and Society" (1958) ve "The Making of English Working Class" (1963) tan başlayarak temel ilgisini iktidar, ideoloji, kültür konularına yönlendirmiştir. Kültürel İncelemeler Geleneği, kendisini hem başat paradigmanın hem de ekonomi politik yaklaşımın karşısına koymuş ekonomi politik yaklaşımı, iletişimin kültürel boyutlarıyla ilgilenmemekle, indirgemeci olmakla eleştirmiştir. Aynı zamanda ekonomi politik yaklaşımın Hall'in (1989) belirttiği şekliyle anlam üzerindeki mücadele ile ilgili olarak da herhangi bir kavrayışı yoktur. Tüketici pasif ve durağandır ve kültürel incelemeler bu sabitlemiş ve dondurulmuş kesinliklerin tuzağına düşmemelidir. Bu temel savlardan hareketle, 1980'li yıllardan itibaren, Kültürel İncelemeler Geleneği, medya metinlerinin anlamlandırılmasında izleyicinin aktifliği görüşünü temel almaya başlamıştır.

Kültürel incelemelerde aktif izleyici görüşünün yaygınlaşması geleneğin tarihinde "bir dönemeç" olarak nitelendirilmiştir. Bu yöndeki görüşlerin gelenek içinde yerleşmesinde öncü araştırma ise, Stuart Hall'in "Encoding-Decoding" (2004) başlıklı çalışması olmuştur. Mattelart ve Neveu (2007, s.60) bu dönemde Hall'in Kültürel İncelemeler Geleneği üzerindeki etkisini "şayet bir dönemeç 1980'li yılların başına damgasını vurduysa bunun nedeni Hall' i Kodlama-Kodunu çözme gibi örnekleri işlemselleştirmeye çalışan medya araçlarının algılanmasına ilişkin bir çalışma alanının açılmasıdır" sözleriyle ifade etmişlerdir. Hall, çalışmasında, izleyicinin medya mesajını verilen anlamına uygun bir biçimde okuduğu hegemonik okuma, izleyicinin medya mesajının hâkim anlamın ayırında olduğu müzakereci

okuma ve izleyicinin kendisine verilen mesajdaki tüm yan anlamları çözerek bu anlamlara karşı bir tutum aldığı muhalif okumadan söz eder. Böylelikle kültürel incelemeler geleneği içine metin ve okuma kavramsallaştırmaları girmiş olur.

Hall'in Encoding-Decoding çalışmasının ardından Kültürel İncelemeler Geleneği'nin merkezi ilgisini kültürel metin olarak gördükleri medya ürünlerinin anlam ve anlamlandırılması süreçleri oluşturmuştur. Bu temel ilgi doğrultusunda sayısız inceleme gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalara David Morley'in 1980 yılında gerçekleştirdiği "Nationwide Audience" ve 1986 yılında yaptığı "Family Television" isimli çalışmaları ile Janice Radway'in 1984 yılında yayınladığı "Reading Romance" ve Ian Ang'in 1985 yılında yaptığı "Watching Dallas" çalışmaları örnek teşkil etmektedir.

Kültürel İncelemeler Geleneği, medyayı ve içeriklerini tarihsel bağlamından kopuk bir şekilde ideoloji sorunu çerçevesinde tartışmış, incelemelerinde verili toplumsal ilişkileri dikkate almamıştır. Özellikle gelenek içinde 1980'lerden itibaren kültürel alana ve metin analizine yönelen sayısız inceleme, etki incelemelerinin bir eşiti olarak görülmüş, ideoloji meselesine göstermiş olduğu ilgi ise abartılı bulunmuştur. Ekonomi politik yaklaşım, hem medya etkileri yaklaşımının hem de İngiliz Kültürel İncelemeler Geleneği'nin insan, toplum ve iletişim süreçlerini anlama ve açıklama biçimleriyle medyanın ve etkilerinin yorumlanamayacağına işaret etmiştir.

Ekonomi politik yaklaşım toplumu, toplumun önemli öğelerinden biri olan iletişimi ve iletişim süreçlerini anlamada ve yorumlamada tarihsel ve materyalisttir. Böyle bir kavrayış içinde medya ve kültür endüstrilerini ve medya içeriklerini içinde yer aldığı toplumsal bağlam ve tarihsel bir bakış açısıyla değerlendirerek üretim, dağıtım, bölüşüm ve tüketim süreçlerini inceler. Ekonomi politik yaklaşıma göre, medya endüstrileri kapitalist pazar ekonomisi ve siyasi yapının içerisinde hareket eder ve medya içerikleri egemen üretim tarzının kuralları içinde emtia formunda üretilirler. Bütünü ve bütünü oluşturan parçaların temelinde üretim yer alır. Ekonomi politik yaklaşımın ekonominin son kertede belirleyiciliğine yaptığı vurgu tamamen bu çerçevede değerlendirilmelidir (Öngen, 2009, s.21).

Medya üretimine ilişkin olarak ekonomi politik yaklaşıma dayanan bir incelemenin ilk ön kabulü, medya kuruluşlarının kapitalizmin üretim ilişkileri çerçevesinde hareket eden endüstriyel ve ticari kuruluşlar olduğudur. Medya kuruluşlarının kimlerin denetiminde ve kontrolünde olup, kimlerin çıkarına hizmet ettiği sorusu ekonomi politik incelemelerin temel soruları arasında yer alır. Bütün bu soruları cevaplamada iki temel yaklaşım bulunur. Bu yaklaşımlar araçsal ve yapısal yaklaşımlardır.

Araçsalci yaklaşım, analizinin odağı olan iktidar ve güç ilişkilerinden hareketle medya endüstrilerinin denetim ve kontrol sorununa yaklaşarak, sahipliğin medya kuruluşlarının örgütlenme biçimlerini, faaliyetlerini ve ürünlerini nasıl belirlediği sorusuna yanıt aramaktadır. Herman ve Chomsky'nin yazdıkları Rızanın İmalatı isimli eserleri araçsalci yaklaşımın önemli bir örneğidir. Yazarlar eserlerinde, Walter Lipmann tarafından Public Opinion (1922) da kullanılan rızanın imalatı kavramsallaştırmasını ödünç alarak medyanın insanların ihtiyaç duymadığı şeyleri nasıl ihtiyaç duyar ve ister hale getirdiklerinin incelerler. Herman ve Chomsky medyanın rıza üretme sürecini anlatmada beş süzgeçten oluşan propaganda modelini ortaya atarlar. Bu modele göre, medya kuruluşları belli holdinglerin denetimi ve mülkiyetindedir. Medyada tekelleşme süreçleri medya çıktıları da biçimlendirmekte ve medya kuruluşları sahibi olan holdinglerle ilgili olarak haber yapamamaktadırlar. Propaganda modeline göre içeriği etkileyen diğer bir süzgeçte ticari medya kuruluşlarının reklama bağımlı olmasıdır. Medya kuruluşları, reklam verenlerin dikkatini çekecek içeriklere yönelirler.

Propaganda modeline göre, reklamcılık ruhsatına ek olarak haber kaynakları sorunu da medya çıktıları şartlandıran süzgeçlerdendir. Medya kuruluşları ekonomik ve siyasal çıkarlar nedeniyle güçlü haber kaynaklarına bağımlıdır. Buna ek olarak başta hükümet olmak üzere siyasi kurum ve kuruluşların da medya kuruluşları üzerindeki baskıları içeriği etkileyen önemli etmenlerdendir. Chomsky ve Herman'a göre, komünizm de bir süzgeçtir ve mülkiyete sahip olanların sınıfsal çıkarlarını zedeleyeceğinden ötürü sürekli olarak kontrol altında tutulması gereklidir.

Sahipliğin medya kuruluşları ve ürünleri üzerindeki etkilerine yönelik araçsalci yaklaşımın tersine yapısalcı yaklaşımın analizinin odağını yapı yani medya kuruluşları ve ürettikleri ürünleri sınırlandıran süreçler oluşturmaktadır. Yapısalcı yaklaşım, medyaya bir bütünün parçası olarak ve kapitalizmin temel dinamikleri çerçevesinden yaklaşmaktadır. Yapısalcı yaklaşımın önemli temsilcilerinden olan Graham Murdock (1982), medya alanında kontrol ve denetime ilişkin bir analizin üretim sürecinin bütününde yapı ve eylem arasındaki karşılıklı etkileşime odaklanması gerektiğini savunur.

Yapısalcı yaklaşım çerçevesinde medya içerikleri, kapitalist üretim ve dağıtım ilişkileri çerçevesinde belli bir örgütsel yapı içinde üretilmektedirler. Kapitalist kişi ya da kuruluşlar tarafından finanse edilen medya kuruluşlarının ürettikleri içerikler emtia formunda üretilmektedir. Medya içeriklerinin anlamı salt endüstri açısından değişim değerine sahip olması değildir. Medya içerikleri emtia olarak kapitalizmin üretimi ve yeniden üretiminde ideolojik bir işlevi de yerine getirirler. Medya kuruluşlarının tek ürünü filmler, diziler,

haberler olmayıp ikinci bir ürünü daha vardır. Bu ürün izleyicilerdir. Medya içerikleri aracılığıyla insanların iş dışı zamanı da gasp edilmekte ve işin bir uzantısı haline gelmektedir. İnsanlar iş zamanlarında kapitalizmin üretimi ve yeniden üretimi için işliklerde çalışırken; iş dışı zamanlarında da medya aracılığıyla reklamcılara satılarak çeşitli ürün ve hizmetlerin tüketimi için pazar olma işlevini yerine getirmektedirler.

Medya aracılığıyla üretilen ve dağıtılan içerikler şüphesiz ki insanların belli ihtiyaçlarını karşılamada belli bir faydaya sahiptirler. Bu ihtiyaçlar, bilgi alma, haber alma, eğlenme, haz alma gibi sayısız faydayı içerebilir. Medya ürünlerinin hangi ihtiyaçları karşıladığı sorununu bir kenara bıraktığımızda geriye kalan ortak özellikleri emek ürünü olma özellikleridir. Medya ürünlerinde insan emeği cisimleşmiştir. Yani bu ürünler, medya kuruluşlarının kendine özgü iş yapma pratikleri içinde, harcadıkları emek güçlerinin karşılığında belli bir ücret alan medya işçileri tarafından üretilmektedirler.

Medya üretimindeki emek süreci, toplumsal varlığın diğer alanlarındaki emek sürecinden farklı değildir (Mosco, 1996, s.158) ve sermayenin egemenliği ve kontrolünde gerçekleşir. Bu kontrol altına medya işçileri belli iş bölümleri ve çalışma koşulları altında medya üretimine dâhil olurlar. Medya işçilerinin çalışma koşullarına yönelik analizler, düşük ücretlere, iş güvencesi olmadan çalıştırılmaya, iş yerinde iş güvenliği ve işçi sağlığı açısından olumsuz koşullara işaret eder. Medya işçilerinin çalışma koşullarının anlaşılabilmesi için bu koşulların içinde şekillendiği yapıların analiziyle birlikte ele alınması hayati bir önem taşır. Ancak, medyada emek süreci incelemelerinin dayandığı temel yaklaşımlarda, emek sürecinin toplumsal bağlamından yalıtılmış bir biçimde ele alındığı görülür. Emek süreci incelemelerinin dayandığı temel yaklaşımlardan olan ampirizm geleneği ve postmodern teorilerle medyada emek sürecini yeterince açıklanamaz.

İletişim alanında ampirizm geleneğine dayanan emek süreci incelemeleri, medya kuruluşlarının örgütsel hedeflerine ulaşmasında iş tatmininin önemine dikkat çekmektedir. Motivasyon teorilerinden beslenen bu incelemeler, medya alanında çalışanların iş tatmininin ne ölçüde bulunduğu sorusuna anketler aracılığıyla yanıtlar aramaktadır. Örneğin, gazetecilerin iş tatminine yönelik bir inceleme, gazetecilerin iş tatmininin hem gazetecilik mesleğini iyi bir biçimde yürütmeleri hem de çalıştıkları gazete açısından yaşamsal önemde olduğuna dikkat çekerek gazetecilere iş tatminine yönelik sorular yöneltmiştir. Çalışmanın en temel sonucu, gazetecilerin iş tatminine sahip olmadıkları yönündedir. Gazetecilerin, ücretleri düşük, çalışma süreleri ve tempoları ise uzun ve yoğundur. Benzer şekilde televizyon çalışanlarına yönelik bir incelemenin sonuçları da televizyon çalışanlarının ücretler konusunda yaşadıkları sıkıntılara, sosyal güvencesiz çalıştırılmaya, siyasal ve kurumsal

anlamda baskılara, eğitim olanaklarındaki yetersizliğe dikkat çekmiştir (Ballı, 2010; Lölle 2012).

Medya alanında çalışan işçilerin iş tatminine yönelen incelemelerin yanı sıra çalışanların mesleklerinin bireysel kimlikleri üzerine etkileri ile iş stresi ve stres kaynaklarına ilişkin incelemelerde mevcuttur. Bireysel kimlik üzerine yapılan çalışmalarda aidiyet-pozitif kimlik edinme, sosyal etki, uyma yaklaşımları, meslek tipleri ve meslek seçimi, benlik tasarımı ve meslek kuramı, mesleki gelişim gibi modeller etrafında gazetecilere sorular yönlendirilir. Sonuçlarda gazetecilerin her an meslekleri için hazır olmak zorunda oldukları, çalışma yaşamı ile boş zaman arasındaki belirsizlikten dolayı mesleki kimliklerini pek çok mesleğe göre baskın yaşadıklarına vurgu yapılır. Gazetecilerin meslekleri onlar için bir yaşam tarzıdır ve hem çalışma saatlerini hem de yoğun çalışmayı içselleştirmişlerdir. Medya alanında insan kaynakları yaklaşımına dayanan incelemelerde bulunmaktadır. Bu incelemelerde insan kaynakları departmanlarının medya işçilerinin motivasyonu, bilgilendirilmesi, eğitimi, iş performansını artırma gibi konularda ne gibi faaliyetler yürüttüğü ve bu faaliyetlerde yeterli olup olmadığı ile bu uygulamaların tiraja etkisini araştırılmıştır (Uluslan, 2004; Erdem, 2008).

Özetle, iletişim alanında halkla ilişkiler uygulayıcılarının, gazetecilerin ve radyo televizyon çalışanlarının iş tatminine yönelen incelemeler (Olson, 1989; Kang, 2008), işçi örneklemelerinin iş tatmini, iş stresi, mesleğin bireysel kimlik üzerine etkileri gibi konulara verdikleri cevaplarla ya da kurumların insan kaynakları uygulamalarına ne kadar önem verdikleri ile ilgilidir. Büyük bir çoğunluğu motivasyon teorilerinden beslenen bu incelemeler, çalışanların medya kuruluşlarında ya da iletişim alanına özgü çeşitli sektörlerde daha istekli ve verimli çalışmaları için kurumlarda çeşitli motivasyon faktörlerinin olmasının gerekliliğinden bahsederler. Bu incelemelere göre, iş yerinde başarı, takdir edilme, ilerleme, yükselme gibi unsurlarla; yeterli ücretler, ast-üst arasındaki iyi ilişkiler gibi motivasyonlar varsa işçinin hem verimliliği hem de iş tatmini artacaktır. Ampirizm geleneğine dayanan incelemeler, çalışma koşullarının içinde şekillendiği üretim ilişkilerini verili ve doğal kabul ederek sorgulama gereği duymamakta, işçiyi beşeri bir kaynağa, iş ve işyerini ise bireysel tatmin konusuna indirgemektedir. Bu yöndeki araştırmalar, tıpkı kurumun bir sözcüsü ya da danışmanı gibi kuruma tavsiye vermektan öteye gidememektedir.

Medya üretiminde emek sürecine yönelik olarak postmodern/postfordist kavramsallaştırmalara dayanan incelemeler ise, modern dönemde değil, postmodern bir çağda yaşanıldığını iddia ederek ekonomi politik yaklaşımın öncüllerinden hareketle medya üretimi ve emek sürecinin anlaşılamayacağını savunmuşlardır. Ekonomi politik yaklaşımı “modası



geçmiş” olarak nitelendiren incelemelere göre, geleneksel sınıf ayrımlarının yerini işgücünün feminize olması, etnikleşmesi gibi konular almıştır. Sınıfları, üretimden ziyade tüketim kalıpları çerçevesinde tanımlayan incelemeler, orta sınıf tartışmalarına yoğunlaşmışlardır. Medya üretiminde emek sürecini postfordizm bağlamına yerleştiren incelemeler, iletişim endüstrileri ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmelere bakarak “yeni” toplumdaki hâkim unsurların tasarım, semboller ve estetik olduğunu iddia etmişlerdir.

Medya ürünlerinin kültürel ve bilişsel içerikler olduğunu iddia eden postmodernist düşünürler, medya işçilerinin güvencesiz ve yoğun çalışmasını maddi olmayan emek tartışmalarının içine yerleştirmişlerdir. Medya işçilerini yaşam tarzları ve meslekleri gibi nesnel olmayan ölçütler etrafında tanımlayan postmodern incelemeler, medya işçilerinin üretim araçları karşısındaki konumunu görmezden gelmişlerdir. Bu nedenle, medya üretiminde emek süreci ve medya kuruluşlarının emeği kullanma biçimlerinin analizi ile çalışma koşulları ile ilgili kontrolün ve bunun doğasını incelemede ekonomi politik yaklaşım temeldir.

Medya üretiminde emek sürecinin emtialaşma süreçleri içinde irdelenmesi gerekir. Emtialaşma, hem medya endüstrilerindeki emek süreçlerine hem de okuyucu/izleyici/dinleyicinin nasıl emtiaya dönüştürüldüğüne dikkat çeker. Aynı zamanda medya içerikleri de emtiadır. Bu içerikler emtia olarak insanları gündelik yaşamın sıkıntılarından uzaklaştırarak belli bir faydaya sahiptir. Emtiaların ikili niteliği gibi (Mandel, 1998, s.12), medya içerikleri de kullanım değerinin yanı sıra bir de değişim değerine sahiptir ve pazarda satılmak üzere üretilirler. Bu içerikler, çok sayıda işçinin emek gücünü harcaması sonucu üretilir ve medya içeriklerini üretenler diğer insanlar için kullanım değeri üretirlerken hem de toplumsal yaşamın bütünü içinde toplam işgücünün bir parçası olarak kapitalizmin üretimi ve yeniden üretimini sağlarlar. Medya işçileri, kapitalist emek süreci koşulları içinde sermayenin egemenliği ve kontrolü altında üretimde bulunurlar. Medya üretiminde çalışan işçiler üzerinde çalışma koşullarıyla sağlanan kontrolün doğası şöyledir (Erdoğan, 2001, s.290):

Üzerinde durulması gereken bir diğer önemli konu tekelleşmeyle veya oligopollerle pazar kontrolünün sağlanması yanında ve içinde emeğe verilen ücretler ve çalışma koşullarıyla ilgili kontroldür. Bu kontrolün doğası sendikalaşmayı önleme, fazla mesai vermeden uzun saatler en asgari ücretle çalıştırma, hafta sonları çalıştırma, bayramlarda ve tatillerde hiçbir ödeme yapmama, sıhate uymayan ve tehlikeli iş ortamında çalıştırma, kadın ve çocukları çok daha az ücretle çalıştırma, keyfi olarak işe alıp keyfi olarak atma, sosyal sigortalarını ödememek için çalışma koşullarını



yasalara aykırı olarak düzenleme, aynı nedenle iki ücret biçimi uygulama (birincisi defterde görünen ücret, ikincisi ise el altından keyfi olarak verilen -veya verilmeyen- para) gibi sayısız şekillerde gelmektedir.

Bu tez çalışmasında eleştirel ekonomi politik yaklaşımın yukarıda yer verilen temel öncüllerinden hareketle Türkiye’de dizi setlerinde çalışan set işçilerinin çalışma koşulları analiz edilmiştir. Çalışmada, televizyon dizisi üretiminde emek süreci, ampirizm geleneğine dayanan incelemelerin ve postmodern teorilere dayanan incelemelerin tam tersi biçimde maddi üretimden hareketle incelenmiştir. Set işçilerin çalışma koşullarının nedensellik bağları kapitalist üretim ilişkileri çerçevesinde hareket eden dizi sektörünün temel dinamikleri ve aktörleri ile birlikte ele alınmıştır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE TELEVİZYON DİZİSİ ÜRETİMİNDE EMEK SÜRECİ

#### 2.1 Televizyonun Ekonomi Politikası

Dizi sektörünün gelişimi, hem dünyada hem de Türkiye’de yaşanan ekonomik, siyasal gelişmelerden ve bu gelişmelerin medya alanına yansımalarından bağımsız değildir. Bu nedenle sektörün gelişimini toplumsal yaşamın tüm alanlarında olduğu gibi genelde medya alanında özelde televizyon yayıncılığında dönüşümlerin yaşandığı ve televizyon dizilerinin bir program türü olarak ortaya çıkmaya başladığı 1980’li yılların koşulları içinde değerlendirmek gereklidir. Sözü edilen yıllar, hem dünyada hem de Türkiye’de Keynesçi ekonomi politikalarından neoliberal politikalara geçişin olduğu ve bu yöndeki politikaların toplumsal varlığın her alanında etkilerini gösterdiği yıllardır.

1960’lı yılların başlarında Türkiye ekonomisinde yeni bir döneme girilmiştir. Dış ödeme güçlüğü, yüksek enflasyon gibi nedenlerden ötürü bozulan ekonominin istikrarlı hale getirilmesi için oluşturulan kalkınma planları ithal ikameci politikalarla yürütülmüştür. İthal ikameci politikaların en temel özelliği devletin ekonomiye müdahalesidir. Bunun şartları ise, 1961 anayasasında oluşturulmuş, yeni anayasa ile sendikalaşma, toplu sözleşme ve grev hakları genişletilmiş (Keyder, 1990, s.122-123), devletin ekonomiye ve toplumsal yaşama kamu yararına müdahalelerde bulunduğu sosyal devlet anayasada yer almıştır.

1960-1980 yılları arasında dünyada 2. Dünya Savaşı’ndan sonra hızla yaygınlaşan sosyal devlet anlayışına paralel biçimde Türkiye’de de uygulamaya konulan ithal ikameci sanayi politikalarıyla ithalat yerine yerli üretim ile sanayileşme dönemi başlamıştır. Yeni anayasa ile birlikte sendikal hak ve özgürlükler de görece teminat altına alınmış, bu dönemde çalışma hayatına sınırlı olsa da müdahalelerde bulunan Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu (DİSK), Milliyetçi İşçi Sendikaları Konfederasyonu (MİSK) ve Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu (HAK-İŞ) kurulmuştur. 1960-1980 yılları Türkiye’de sendikaların güçlenme dönemi olarak kabul edilmektedir.

Türkiye’de ithal ikameci politikalar 1962-1976 yılları arasında etkili bir biçimde varlığını sürdürmüştür ancak 1977-1979 yılları arasında işçi sınıfının ekonomik mücadelesi ithal ikameci sanayileşme modelini tehdit etmeye başlamıştır (Boratav, 1988, s.114). 1970’li yıllarda kapitalist ülkelerin ekonomilerinde patlak veren kriz Keynesçi ekonominin krizi olarak yorumlanmış, kapitalizmin yaşadığı krizi aşmasında “rekabetin serbest olması”, “rekabetin önündeki her türlü engelin kaldırılması”, “devletin piyasaya müdahale etmemesi”

gibi ilkeler yeni sağ ekolün kuramsal ve siyasal tartışmalarının başat unsurları haline gelmiştir.

Amerika’da Reagan, İngiltere’de Thatcher ve Türkiye’de Özal, neoliberal ekonomiye geçişi krizden kurtuluşun yolu olarak dillendirmişler ve neoliberal politikaları ülkelerinin yeniden yapılanma programlarının bir parçası olarak sunmuşlardır. Neoliberal politikalar, Dünya Bankası, IMF gibi uluslararası kuruluşlar aracılığıyla yaygınlaştırılmış, bu kuruluşlar, bütün ülke ekonomilerinin ortak hareket etmesini ve düşen kar oranlarının yükseltilmesini hedeflemişlerdir. Hem dünyada hem de Türkiye’de sağlık, eğitim, sosyal güvenlik gibi sosyal politikanın içine giren pek çok alan da serbest piyasa koşullarına yönlendirilmiştir.

Türkiye’de sermayenin önündeki her türlü engelin kaldırılması için 24 Ocak Kararları alınmış, bu kararların uygulanabilmesinin yolu ise 12 Eylül 1980 askeri darbesi ile sağlanmıştır. Askeri darbe ile birlikte Türkiye’de sendikal haklar geriletilmiş ve bu süreçte en büyük darbeyi DİSK ve DİSK’e bağlı sendikalar almışlardır. Bu dönemde DİSK’in faaliyetleri Milli Güvenlik Konseyi’nin 7 numaralı bildirisi ile durdurulmuş, DİSK yöneticileri yargılanmış ve faaliyetlerine 1991 yılında başlayabilmiştir. Bu süreçte HAK-İŞ’in faaliyetleri 5 ay süreyle durdurulmuş, TÜRK-İŞ ise faaliyetlerine devam etmiştir. Bu süreçte, piyasanın önündeki her türlü engelin kaldırılması için örgütlü emek hareketinin geriletilmesi süreci başlamış bu süreçte ekonominin ve devletin değişen niteliği ve emek hareketlerine ilişkin olarak getirilen yasal sınırlamalarla sendikalar ciddi bir güç ve üye kaybına uğramışlardır.

Dünyada 1970’lerle birlikte uygulamaya konulan yeni sağ politikalarla toplumdaki tüm kurumların biçimlendirilme sürecine girilmiştir. Şüphesiz ki bu gelişmeler iletişim alanını da etkilemiştir. Dünya çapında teknoloji ve iletişim alanında yaşanan köklü değişimlerin de etkisiyle medya alanında sermayenin artan üstünlüğü söz konusu olmuştur. Bu yıllarda küresel medya sistemlerinin iletişim alanını kontrolüyle birlikte medya mülkiyeti ve denetiminde yoğunlaşma süreçleri yaşanmıştır. Aynı sermaye sahipliğinin birbirinden bağımsız birden fazla yayın organına sahip olduğu yatay yoğunlaşma, bir şirketin medya alanında üretimden tüketime kadar her safhada kontrol ve sahipliğinin olduğu dikey yoğunlaşma, aynı sermaye sahipliğinin farklı medya alanlarında ve bunun dışında da otomotiv, turizm, inşaat, bankacılık ve finans gibi diğer alanlarda mülkiyet sahibi olduğu çapraz yoğunlaşma dönemin politikalarının medya alanına yansımaları oluşturmuştur. Aynı zamanda bu yıllarda kamusal yayıncılığın kamu yararı politikalarının yerini ticari yayıncılık anlayışı almıştır.

Neoliberal dönemde piyasalar ve kâr güdüsünün toplumsal yaşantının tüm alanlarını düzenlemesine izin verilmesiyle gelen aşırı ticarileşme çağında medyanın gelir kaynağı olarak reklam endüstrisinin aktörleri de iletişim alanında yerini almaya başlamıştır. Reklamcılığın etkisiyle hem medyanın yapısı hem de medya içerikleri dönüşüme uğrayarak pazarlamanın bir parçası haline gelmiştir. Medya üretiminde reklamcılar dikkatini çezebedecek içerikler piyasada avantajlı konum elde ederken, tam tersi içerikler reklamcılar hiçbir şekilde dikkatini çekmemiştir (McChesney, 2006, s.173):

“Reklamcılık şirket kapitalizminin ihtiyaçlarına cevap vermek için ortaya çıktı. Hızla ve kaçınılmaz olarak basın büyük kısmını ele geçirdi. Radikal bir şekilde mantığını ve içeriğini dönüştürdü ve medyayı daha kapsamlı ticari pazarlama sisteminin bir parçası haline getirdi. Medyanın itici gücü olarak reklamcılık, bir anlamda klasik demokratik teoride beklenmeyen ve geleneksel özgür basın fikriyle bağdaşmaz şekilde, ticari değerleri gazeteciliğe ve kültürümüze taşıdı. Reklamcılık medya endüstrisi içinde o kadar büyük bir gelir kaynağı haline geldi ki, reklamcılara cazip gelmeyen yayınlar kendilerini piyasada dezavantajlı bir konumda buldular.

Dünya çapında kapitalizmin neoliberal politikalarla yeniden biçimlenmesiyle ve medya da yaşanan dönüşümlerle birlikte medya içerikleri de standart bir niteliğe sahip olmuştur. İnsanların kendi medyasını ve kendi içeriğini seçme özgürlüğü olduğu savlarına dayanarak medyanın insanlara istediği şeyleri sunduğunu söyleyen anlayışın aksine medya esasen ticari çıkarıyla örtüşen içerikler üretmiştir. Medyanın giderek ticarileşmesi, piyasanın oligopol ve dikey olarak bütünleşme özellikleri ve reklam verenlere duyulan ihtiyaç ile birlikte içerik kamu yararından ticari faydaya dönüşmüştür. Mattelart'ın deyişiyle (2001) anlatım özgürlüğünün yerini ticari anlatım özgürlüğü almıştır.

Türkiye de kapitalizmin kriz ve yeniden yapılanma dönemi olarak nitelendirilen 1977-1990 yılları arasında merkez kapitalist ülkeler tarafından biçimlendirilen bir kapitalistleşme süreci içine girerek dünya ekonomisindeki gelişmelere bağlı olarak biçimlenmiştir (Başkaya, 2005, s.11). Bu yıllar, Türkiye’de iletişim sistemlerinin de dünyadaki gelişmelere paralel bir biçimde yeni bir yapılanma süreci içerisine girdiği yıllar olmuştur. 1990’lı yıllardan itibaren Türkiye’de medya sektöründe yoğunlaşma ivme kazanmış, medya dışı sektörlerdeki büyük sermaye gruplarının egemen olduğu medya sahipliği, gazeteci ailelerin sahipliğinin yerini almıştır. Sönmez medya alanının sermaye için neden çekici bir alan olduğunu şu sözlerle ifade etmiştir:

“1980’ler Türkiye’inde, sermayenin medyaya girişini özendirecek yeterli neden oluşmuştu. Neydi bu neden? Dördüncü gücü paylaşma, siyasi çevrelerde itibar

görme ve gerektiğinde elindeki silahı savunma, yeri gelince saldırı amaçlı kullanma. Bu sayede diğer sektörlerdeki yatırımların etkinliğini artırma (devlet ihaleleri alma, özelleştirmelerde pay alma, devlet bankası kredilerinden yararlanma vb.), devlet teşviklerinden ve diğer rantlardan öncelik kapma, medyayı kullanarak pazarlama faaliyetlerini artırma, finans sektörünün gözde olduğu 1980 sonrası dönemde itibar, güven isteyen finansçılıkta medyadan yararlanma. Öyle ki, finans, medya, telekomünikasyon hatta hipermarketçilik alt dalları belli bir büyüme modelinin ayaklarını oluşturmaya başladılar”

1990’lı yıllar aynı zamanda televizyon yayıncılığı alanında mevcut yayıncılık sisteminin yanında ticari yayın kuruluşlarının da yer almaya başladığı yıllardır. Bu yıllarda neoliberal politikaların yerleşmesi yönünde yapılan düzenlemelerin bir boyutunu da televizyon yayıncılığı alanında yapılan düzenlemeler oluşturmuştur. Aşağıdaki tablo, 1950’lerden 2000’lere televizyon yayıncılığı alanındaki önemli gelişmeleri göstermektedir (Tanrıöver, 2011, s.15):

**Tablo 2.1 Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı Alanındaki Tarihsel Gelişmeler**

1952-1953 İlk televizyon deneme yayını yapıldı
359 sayılı TRT Kanunu yürürlüğe girdi
1968 TRT Ankara televizyonu deneme yayınına başladı
1981 Yılbaşı gecesi ilk renkli televizyon yayını yapıldı
1983 2954 sayılı yeni TRT Kanunu kabul edildi
1986 TRT 2 yayına başladı
1988 Kablolulu TV yayını başladı
1989 TRT 3 ve ilk bölgesel amaçlı kanal TRT GAP yayına başladı
1990 İlk ticari TV kanalı Magic Box-Star yayına başladı
1992-1994 10 yeni ticari kanal yayına başladı
1992 AGB ilk televizyon izleyici ölçümlerine başladı
1993 Radyo televizyon yayınları üzerinde kamu tekeli kaldırılan anayasa değişikliği kabul edildi
1994 MÜLGA 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Yürürlüğe girdi. RTÜK kuruldu.
1996 İlk tematik haber kanalı NTV yayına başladı
1999 Digital TV anlaşması yapıldı: Digiturk kuruldu.
2009 TRT 6 yayına başladı
2011 6112 sayılı Radyo Televizyon Kuruluş Ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun) yürürlüğe girdi

Türkiye’de televizyon yayıncılığında 1990 yılına kadar TRT tekeli söz konusuyken, bu yıllardan itibaren kamu hizmeti yayıncılığı yanında, özel televizyon kuruluşlarının da yer aldığı ikili bir yayıncılık sisteminin sözü edilmeye başlanmıştır. Dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal, Amerika Birleşik Devletleri’ne yapmış olduğu bir gezi esnasında Türkiye’de yurt dışından Türkçe yayın yapılmasını engelleyen bir kuralın olmadığını dile getirerek ticari kuruluşların önünü açmıştır. Bu dönemde Uzan Ailesi, İsviçre’de kurdukları Magic Box şirketi aracılığıyla Almanya’dan Türkiye’ye yayın yapmak üzere iki kanal kiralamıştır. Böylelikle Türkiye’nin ilk televizyon kanalı Magic Box-Star yayın hayatına başlamıştır (Kejanlıoğlu, 2004, s.10).

Bu gelişmenin ardından 1992-1994 yılları arasında Magic-Box Star’a ek olarak 10 televizyon kanalı faaliyete geçmiştir. 1994 yılına değin radyo ve televizyon alanında denetimsiz bir dönem söz konusuyken; 8 Temmuz 1993’te anayasanın 133. maddesinde yapılan bir değişiklikle radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek serbest bırakılmıştır. 1994 yılında da radyo ve televizyon yayıncılığının yasal çerçevesi 3984 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun” ile çizilmiştir. Bütün bu gelişmeler, yayıncılık alanında mülkiyet oranlarını, reklam kurallarını ve program kotalarını düzenleyecek bir kurula ihtiyacı doğurmuş ve aynı yıl Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kurulmuştur. 2000’li yıllarda ise genel olarak medya alanı özel olarak ise televizyon yayıncılığı alanındaki yasal düzenlemelerin ardındaki ana etkeni Avrupa Birliği (AB) ile uyumun sağlanması oluşturmuştur. Bunun bir sonucu olarak 2011 yılında Avrupa Birliği Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi ile uyumlu 6112 sayılı Radyo Televizyon Kuruluş Ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun yürürlüğe girmiştir.

Bütün bu gelişmelere eklenecek diğer önemli bir gelişme de televizyon yayıncılığı alanında reyting sisteminin değişmesi olmuştur. Televizyon İzleme Araştırmaları Anonim Şirketi (TİAK), 20 Aralık 2011 tarihinden itibaren 1990’lardan bu yana reyting ölçümü yapan AGB Nielsen ile çalışmalarını durdurarak TNS A.Ş./Kantar medya ile anlaşmıştır. 17 Ekim 2012 tarihinde yürürlüğe giren “Yayın Hizmetlerinin İzlenme ve Dinlenme Oranının Ölçümünün Yapılmasına İlişkin Yönetmelik” le RTÜK reyting ölçümlerinin yapılmasına ve denetlenmesine ilişkin usuller ile bu usul ve esaslara uymayan şirket ve kuruluşlara uygulanacak yaptırımları belirlemiştir.

Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren yayıncılık alanındaki kamu tekelinin kırılması ve yerini reklam destekli ticari yayıncılığın almasıyla televizyon içerikleri vatandaşa değil tüketici/müşteri izleyicilere seslenmeye başlamış, insanların iş dışı zamanlarının örgütlenmesinde ve kişileri tüketime yönlendirmede başat bir rol oynamıştır. Reklam destekli



ticari yayıncılıktan bu yana insanların gündelik yaşamları içinde daha çok iş dışı zamanlarını işgal eden televizyonlar en çok reklam aldıkları kuşak olan prime-timedaki reklam verenlerin ve sponsorların dikkatini çekecek program türlerine yer vermişlerdir.

Televizyon yayıncılığında risk almayan televizyon kanallarının prime-time da yayınladıkları program türlerinin büyük bir çoğunluğunu batılı ülkelerden satın alınarak uyarlanan formatlar ve denenmiş program türleri oluşturmuştur. Bu bağlamda televizyon kanallarının ana yayın kuşaklarında yayınladıkları içeriklerin büyük bir çoğunluğunu yarışma programları ile pop starlar oluşturmuştur. Yarışmalar ve müzik programları televizyon içeriklerindeki standartlaşmanın önemli bir örneğini oluşturmakla birlikte, televizyon kanallarının prime-timedaki yayın akışlarının büyük bir kısmını oluşturan program türleri arasında diziler de yer almaktadır. Bir başka ifadeyle diziler, Türkiye’de 1990’lı yıllarla birlikte televizyon içeriklerindeki tek tipleşmenin en önemli örneklerinden olmuştur (Dağtaş, 2008).

Televizyon dizileri hem içerik olarak; hem de büyüyen bir sektör dâhilinde üretilmesi anlamında asıl gelişimini 1990’larda yaşamakla birlikte, ticari yayıncılık öncesinde TRT’nin televizyon dizilerine önem verdiği ve yayın akışı planlamalarına dizileri dâhil ettiği görülmektedir. Bu anlamda Türkiye’de televizyon dizilerinin tarihi 1970’li yıllara gider. Türkiye’de TRT ekranlarında yayınlanan ilk yerli diziler, “Kaynanalar” (1974) dizisi ile “Aşk-ı Memnu” dizisi olmuştur. Aşk-ı Memnu dizisi Yeşilçam’ın ünlü yönetmenlerinden Halit Refiğ tarafından çekilmiş, bu dizinin ardından Yeşilçam’ın yönetmenlerinin çektiği diziler ard arda TRT ekranlarında yayınlanmaya başlamıştır. Bu anlamda Türkiye’de dizi üretiminin ilk emekçilerini Yeşilçam’ın yönetmenleri, görüntü yönetmenleri, set ekipleri ile oyuncularını oluşturmuştur. Yeşilçam’ın etkileri, dizilerin içeriklerinde de kendisini hissettirmiş, Yeşilçam’daki melodramlar ve hikâyeler dizilere yansımıştır (Biçer, 2014). 1980’li yıllardan itibaren TRT yayın planlamalarının %30’unu dizilere ayırmıştır.

İlk yayınlanmaya başladığı 1980’li yıllarda -televizyon dizilerinde reklamların henüz etkisini göstermediği yıllarda- diziler, 6-12 bölüm olarak yayınlanmışlardır. Özel televizyon kanallarının birbiri ardına kurulmaya başladığı ve reklamcılığın ivme kazandığı 1990’larla birlikte ise televizyon dizilerinin sayısında ve sürelerinde artış gözlemlenmiştir. Televizyon dizilerinin asıl ivme kazandığı yıllar ise 2000’li yıllar olmuştur. 1990’ların sonunda haftada yayınlanan dizi sayısı 10’ken 2010 yılında 47’ye yükselmiştir. 2006 yılından itibaren dizi süreleri de uzamaya başlamıştır (Tanrıöver, 2011, s.49):

“...Özellikle 2000’li yılların ikinci yarısında dizilerin sayısal niteliğini yönlendirecek temel bir değişiklik gözlenir: önceki yıllarda ortalama süresi 60 dakika

olan, dolayısıyla da ana haber bülteni sonrası, üst üste iki ayrı yapımın programlanmasına olanak veren yerli dizilerin süreleri giderek artmaya başlar. Örneğin televizyon yayın akışlarına baktığımızda 2000’li yılların başında genelde 20.30’da başlayan dizilerin reklamlarla birlikte en geç 21.45’te bittiği, ardından başka bir dizinin ya da programın yerleştiği görülür. 2006 yılına gelindiğinde ise dizilerin süreleri uzamaya başlar. Sonraki yıllarda bu süre daha da artarak bitiş saatleri 23.30’ları bulur ve genelde tek bir dizi prime-time’ın tamamını kaplar hale gelir...”

## 2.2 Türkiye’de Dizi Sektörü: Sektörün Aktörleri ve Sayısal Veriler

1990’lı yıllar Türkiye’de yapım şirketlerinin son derece karlı bir alan olan dizilerin üretimine yöneldiği, televizyon kanallarının ise dizi üretimini yapım şirketlerine bıraktığı yıllardır. Televizyon dizilerini “içyapım” olarak yapmak televizyon kanalları için ayrı bir seçenek olmakla birlikte, bugün televizyon dizilerinin %90’ını yapım şirketleri yapmakta, dizi maliyetlerinin üzerine %20-40 kâr koyarak kanallara pazarlamaktadırlar (İSMMMO, 2010).

Reklamcılıkla ilişki içinde yayın akışlarını oluşturan kanallar için diziler yaşamsal önemde olup, televizyon kanallarının prime-timedaki yayın akışlarının önemli bir kısmını kaplamaktadır. Televizyon kanallarının reklam gelirlerinin %80’ini prime-time da yayınladıkları programlardan kazandıkları düşünüldüğünde televizyon dizilerinin kanallar için önemi ortaya çıkmaktadır. Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği’nin “Reklam Verileriyle Türkiye Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu” (2010) na göre, Türkiye’de 2009 yılına göre reklam yatırımlarında %30.57 oranında büyüme gerçekleşmiştir. Televizyon, yazılı basın, açık hava, radyo, sinema, internet gibi reklam mecralarında en fazla büyüme televizyon reklamlarında görülmüş, televizyon reklamları 2009 yılına göre, %39.94 büyümüştür. 2010 yılında tüm mecralarda reklam yatırımları 3 milyar 613 milyon TL olarak gerçekleşmiş, bunun 2 milyar 18 milyon TL’sini televizyon mecrasına yapılan reklam yatırımları oluşturmuştur.

**Tablo 2.2 2005-2010 Yılları Arasında Türkiye Reklam Yatırımlarının Dağılımı**

Mecralar/Yıl	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Televizyon	1.140,00	1.442,00	1.760,00	1.687,00	1.442,00	2.018,00
Diğer Mecralar (Toplam)	2.248,00	2.756,00	3.308,00	3.240,95	2.767,00	3.613,00

RATEM ’in “2014 Yılı Reklam Verileriyle Türkiye Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu’na” (2015) göre, ulusal kanal, bölgesel kanal, yerel, kablo, uydu olmak üzere

tüm TV lisans türlerinde televizyon kanalları reklamlardan 2013 yılında 2.762.886.494,49 TL; 2014 yılında ise 2.770.526.890,05 TL reklam geliri elde etmiştir. 2013 yılı toplam reklam gelirinin 2.337.213.184,85 TL'si; 2014 yılı toplam reklam gelirinin ise 2.260.424.246,60 TL'si ulusal kanallara aittir.

Sadece reklamlar değil; sponsorlar da televizyon kanallarının önemli gelir kaynaklarıdır. Televizyon kanalları tüm TV lisans türlerinde 2013 yılında sponsorluklardan 167.872.383,40, 2014 yılında ise 157.639.043,82 TL gelir elde etmişlerdir. Televizyon kanallarının 2013 yılı toplam sponsorluk gelirlerinin 122.611.023,64 TL'si ile 2014 yılı toplam sponsorluk gelirlerinin 103.222.936,37 TL'si ulusal kanallara aittir.

Sözü geçen raporlarda da görüldüğü gibi televizyon kanalları, reklam endüstrisi ve sponsorlarla tam ve bağımlı bir ekonomik ilişki içindedirler. Televizyon kanalları böyle bir ilişki içinde reklam ve sponsorluk gelirlerinin büyük bir çoğunluğunu diziler aracılığıyla elde etmektedirler. Medya Takip Merkezi'nin 2011 yılının 28 Aralık-4 Kasım haftasında 12 televizyon kanalı üzerinden gerçekleştirdiği reklam takibi araştırmasının sonuçlarına göre, diziler en çok reklam alan program türleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Bu zaman aralığında yayınlanan televizyon dizileri aracılığıyla televizyon kanalları 9884 adet ve 222.858 saniye reklam almışlardır:

**Tablo 2.3 28 Aralık-4 Kasım 2011 Tarihinde En Çok Reklam Alan Program Türleri:**

Program Türü	Adet	Süre
Yerli Dizi	9884	222.858
Haber	8144	175.497
Hava/Yol Durumu	4574	98.906
Kadın	2108	54.060
Spor	2013	47.717
Yarışma	1958	45.890
Yerli Sinema	1571	35.027
Yabancı Sinema	911	20.752
Sağlık	903	20.206
Ekonomi	881	16.601

2015 yılına gelindiğinde de yukarıdaki tablo değişmemiş, televizyon dizileri, televizyon kanallarının en çok reklam yayınladığı ve reklam geliri elde ettiği program türü arasında yer almıştır. Medya Takip Merkezi'nin 20-26 Temmuz 2015 tarihinde 13 televizyon kanalı üzerine yaptığı reklam ölçümleme sonuçlarına göre en çok reklam alan program türleri arasında ilk sırada diziler yer almaktadır. Sözü geçen tarihlerde televizyon kanalları diziler aracılığıyla 16.460 adet reklam almış ve 384.054 saniye reklam yayınlamıştır. Televizyon

kanalları reklamlar üzerinden ciddi bir gelir elde ederken, reklam endüstrisi aynı zamanda kapitalizmin lokomotifi olma işlevini görür. Reklam endüstrisi aracılığıyla malların ve hizmetlerin tüketicilere ulaşım satın alınması sağlanır. Armand Mattelart'ın (1991, s.10) deyişle “Reklamcılıkta yer alan tüm oyuncuların ortak bir saplantıları var: Hedef yani reklam mesajlarının ulaşması istenilen kitle ve bu kitlenin sınırları. Bu hedefin sınırları olduğu gibi bir de kalbi vardır.” Ancak reklamların bundan daha da öteye giden anlamı, hedef kitlenin kalbinden ziyade cüzdanına seslenmesidir. Reklamlar çok daha geniş toplumsal bağlamıyla kapitalizmin lokomotifi olma işlevini görerek mevcut üretim tarzının varlığını devam ettirmede önemli bir etkiye sahiptir.

Reklam verenlere ek olarak dizi sektörünün diğer bir aktörü de sponsorlardır. Ürün ve hizmetlerinin satışını gerçekleştirmek isteyen firmalar, dizilere sponsor olarak ürün ve hizmetlerinin tanıtımını yapmaktadırlar. Sponsorlar, diziler için bölüm başına 10-70 bin TL sponsorluk bedeli ödemektedirler. Dizilerin reytingi arttıkça sponsorluk bedeli de artış göstermektedir. Diziler yaklaşık olarak 40'a yakın sponsor almakta, dizinin sonunda sadece logosu yayınlanan sponsorlardan ücret alınırken, bazı sponsorlar da dizi oyuncularının kıyafetlerini, aksesuarlarını ya da kalacakları yerlerin giderlerini karşılamaktadır. Son yıllarda çoğunlukla takı ve kuyumculuk sektörünün dizilere ana sponsor oldukları gözlemlenmektedir (ISMMMO, 2010). Dizilere sponsor olan kurum ve kuruluşlar ödedikleri sponsorluk bedelinin karşılığını fazlasıyla almakta, diziler aracılığıyla ürün ve hizmetlerinin satışını gerçekleştirerek ciddi karlar elde etmektedirler. Çeşitli sektörler açısından diziler “adeta büyük bir sergi salonu” gibidir (Sabah, 2004).

Televizyon kanalları, reklam verenler ve sponsorların yanında dizi sektörünün diğer bir aktörü de yapım şirketleridir. Deloitte'nin yaptığı “Dünyanın En Renkli Ekranı Türkiye’de Dizi Sektörü” (2014) başlıklı araştırmanın sonuçlarına göre, 2010-2014 yılları arasında en az bir dizisi en çok izlenen televizyon kanallarında yayınlanmış 85 civarında yapım şirketi bulunmaktadır. Ancak bu yapım şirketlerinin yaklaşık yüzde ellisi bu yıllar arasında sadece bir dizi yayınlamıştır. Bu yıllarda beş ve üzeri dizi yapan ve yayınlatan yapım şirketi sayısı ise 21’dir. Bu durum Türkiye’de dizi sektörünün belirli yapım şirketlerinin denetim ve kontrolü altında olduğunu göstergelerindedir. 2010-2011 dizi sezonunda en çok kazanan 10 dizi yapımcısı, yapım şirketi, ürettikleri dizi sayısı, ciroları ve elde ettikleri kârlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

**Tablo 2.4 2010-2011 Dizi Sezonunda En Çok Kazanan Yapım Şirketleri**

Yapımcı	Yapım Şirketi	Dizi Sayısı	Ciro (TL)	Kar (TL)
Timur Savcı	TİMS Yapım	6	52.032.000	5.037.700
Birol Güven	MİNT Yapım	5	48.457.000	4.485.700
Doğan Yayın Holding	D Prodüksiyon	4	45.261.000	4.358.100
Kerem Çatay	Ay Yapım	3	46.409.000	4.254.420
Türker İnanoğlu	Erler Film	4	44.789.000	4.214.900
Raci Şaşmaz	Pana Film	2	41.214.000	3.936.400
Faruk Turgut	Gold Film	3	33.426.000	3.147.460
Nilgün Sağyaşar	Focus Film	3	30.154.000	2.943.400
Ali Gündoğdu	Süreç Film	4	29.310.000	2.579.000
Şükrü Avşar	Avşar Film	3	27.398.000	2.450.920

**Kaynak:** Forbes Türkiye

2010-2011 dizi sezonunda 6 dizi projesi ve 5.037.700 TL karla en çok kar elde eden yapım şirketi TİMS Yapım olmuştur. 2006 yılında faaliyete başlayan TİMS Yapım'ın kurucusu ve sahibi Timur Savcıdır. Yapım şirketi sinema-televizyon alanında faaliyet göstermektedir. MİNT Yapımın kurucusu ve sahibi Birol Güven ise 5 dizi projesi ile 48.475.000 TL ciro ve 4.485.700 TL sezon karı elde etmiştir. 1997 yılında kurulan MİNT Yapım, sinema-televizyon alanının yanı sıra postprodüksiyon, dizi-film müzikleri ile albüm yapımcılığı ve kamera önü ve arkası eğitim alanlarında da faaliyet göstermektedir. Mint Yapım'ın bünyesinde yer alan şirketler, Mint Film, Mint Prodüksiyon, DoreMint, Estetik ve Mint Akademidir.

2010-2011 dizi sezonunda Doğan Yayın Holding bünyesindeki D Yapım 4 projeye 45.261.000 TL ciro, 4.358.100 TL kar elde etmiştir. D Yapım, 1992 yılında ANS International adıyla kurulmuş ve 1998 yılında Doğan Holding bünyesine girerek 2005 yılında D Yapım Reklamcılık ve Dağıtım A.Ş. adını almıştır. D Yapım, sinema filmi, televizyon programı, reklam ve klip prodüksiyonu, film dağıtımı alanlarında faaliyet göstermektedir. D Yapım, The Weinstein Company, Focus Features, Exclusive Films, IM Global, Myriad Pictures, Film Nation gibi yapım şirketlerinin filmlerinin Türkiye temsilciliğini yapmaktadır. Bütün bunlara ek olarak, D Yapım Reklamcılık ve Dağıtım A.Ş., Kanal D Home Video markasıyla yerli ve yabancı filmlerin Blu-ray, DVD ve VCD olarak satışını gerçekleştirmektedir.

Aynı sezon içinde 3 projeye en çok kazanan yapım şirketleri arasında üçüncü sırada 4.254.420 TL karla Ay Yapım yer almaktadır. Kerem Çatay'ın sahibi olduğu Ay Yapım sadece dizi üretimi konusunda değil; film, yarışma, eğlence yapımcılığı programcılığı ve uluslararası

düzye film, dizi ve program-alım satımı konularında da faaliyet göstermektedir. Ay Yapım dünyada 20 ülkede ortağı bulunan “Sparks Network” un Türkiye ortağıdır. Bu işbirliğinden kaynaklı olarak dünya üzerinde yaklaşık 150 TV formatının sorumlusudur. Ay Yapım’ın üretimleri arasında yer alan ve Türkiye’ en çok izlenen diziler arasına yerleşmiş olan Aşk-ı Memnu isimli dizinin senaryo hakları Amerika Birleşik Devletlerinde yayın yapan Telemundo Television Studios tarafından satın alınarak Pasion Prohibida adıyla yeniden çekilmiştir.

2010-2011 dizi sezonunda 4 dizi projesiyle 4.214.900 TL kar elde eden Erler Film, Türker İnanoğlu tarafından 1960 yılında kurulmuştur. Bugün Türkiye’de en eski tariheye sahip olan yapım şirketidir. Erler film, 1960’lardan bu yana yerli yapımlardan koprodüksiyonlara filmler üretmiştir. Erler filmin İran, Amerika ve İtalya ile ortaklaşa çalışmaları mevcuttur. Erler Film, 1990’lardan bu yana ise televizyon kanallarına dizi üretmektedir. Erler Film’in sahibi Türker İnanoğlu aynı zamanda sinema salonu işletmecisidir. Türker İnanoğlu, bugün 1990 yılında İrfan Ünal’la satın alıp işletmeye başladığı Şişli “Kent”, Beyoğlu “Atlas”, Kavacık “Boğaziçi”, Maslak “TİM” sinemalarının da sahibidir. Türker İnanoğlu aynı zamanda Türkiye’de video kaset dağıtımının öncülerindedir. 1970’li yıllarda Ulusal Video adıyla bir şirket kurarak video kaset dağıtımının öncülüğünü yapmıştır. Uydu yayın sistemlerinin Türkiye’de uygulanması için UTS Ulusal Uydu Sistemleri şirketini kurmuştur. Bütün bunlara ek olarak İnanoğlu, 1997 yılında Türker İnanoğlu Vakfını (TÜRVAK) kurmuştur. TÜRVAK bünyesinde yer alan Sinema-Televizyon eğitim merkezinde eğitimler verilmektedir. Aynı zamanda TÜRVAK bünyesinde Türkiye’nin ilk sinema-televizyon müzesi olarak da nitelendirilen bir müze yer almaktadır.

Pana Film 2004 yılında kurulmuştur. Televizyon dizisi ve sinema filmi üretiminde faaliyet göstermektedir. Pana filmin en bilinen yapımları hem sinemada hem de televizyon dizileriyle Kurtlar Vadisi serileridir. Pana Film televizyon dizisi üretimine 2003 yılında Kurtlar Vadisi dizisiyle başlamış, 2004 yılında Ekmek Teknesi dizisinin yapımcılığını üstlenmiştir. Pana Film, 2006 yılında 10 milyon dolar bütçeli Kurtlar Vadisi Irak filminin yapımını gerçekleştirmiştir. 2007 yılında ise Kurtlar Vadisi Terör ve Kurtlar Vadisi Pusu yayınlanmıştır. Pana Film, 2010-2011 dizi sezonunda 41.214.000 TL ciro elde etmiştir.

Gold Film yönetmen Faruk Turgut tarafından 1994 yılında kurulmuştur. Sinema filmi ve televizyon dizisi üretimi alanında faaliyette bulunmaktadır. Focus Film, 2006 yılında Nilgün Sağyaşar ve Ayşe Medran tarafından kurulmuştur. Sinema filmi ve televizyon dizilerinin yapımcılığını yapmaktadır. Süreç Film, 2001 yılında Ali Gündoğdu tarafından kurulmuştur. Süreç Film’in faaliyet alanı sinema-televizyon olmakla birlikte sıklıkla



televizyon dizilerinin yapımcılığını üstlenmektedir. Gold Film, 2010-2011 dizi sezonunda 33.426.000 TL ciro elde ederek en çok kazanan yapım şirketleri arasında yer almıştır.

Avşar Film, Şükrü Avşar tarafından 1984 yılında kurulmuştur. Yapım şirketinin ilk faaliyet alanı olan sinema salonu işletmeciliği ile birlikte yabancı film ithalatı, dağıtım ve sinema filmleri ile dizi yapımcılığını yapmaktadır. Şükrü Avşar, İstanbul'da Konzy Avşar, Optimum Avşar, Novada Avşar sinema salonlarının da işletmeciliğini yapmaktadır. Avşar Film, 2010-2011 dizi sezonunda 27.398.000 TL ciro ve 2.450.920 TL kar elde etmiştir.

Yukarıda sözü geçen bütün bu yapım şirketleri Türkiye'de dizi üretimini kontrol eden ve en çok karı elde eden yapım şirketleridir. Forbes Türkiye dergisinin en çok kâr getiren diziler ve yapım şirketleri araştırmasına göre, 2010-2011 dizi sezonunda yapım şirketlerine en çok kazandıran diziler, Kurtlar Vadisi Pusu, Öyle Bir Geçer Zamanki, Ezel, Muhteşem Yüzyıl, Fatmagül'ün Suçu Ne, Çocuklar Duymasın, Arka Sokaklar, Sakarya Fırat, Hanımın Çiftliği, Aşk ve Ceza dizileri olmuştur. Sözü geçen sezonda en çok kazanan dizileri çeken yapım şirketleri ise, 2 projeye Ay Yapım, 1'er projeye Pana Film, D Productions, Tims Productions, MİNT Yapım, Erler Film, Sinegraf Film, Gold Film ve TMC Yapımdır.

**Tablo 2.5 2010-2011 Dizi Sezonunda En Çok Kazanan Diziler ve Yapım Şirketleri**

Sıra	Dizinin Adı	Yapım Şirketi	Kanalı	CİRO (TL)
1	Kurtlar Vadisi Pusu	Pana Film	ATV	27.664.000
2	Öyle Bir Geçer Zamanki	D Productions	Kanal D	22.458.000
3	Ezel	Ay Yapım	ATV	19.324.000
4	Muhteşem Yüzyıl	Tims Productions	Show TV	19.079.000
5	Fatmagül'ün Suçu Ne	Ay Yapım	Kanal D	19.063.000
6	Çocuklar Duymasın	MİNT Yapım	ATV	17.617.000
7	Arka Sokaklar	Erler Film	Kanal D	16.539.000
8	Sakarya-Fırat	Sinegraf	TRT 1	16.400.000
9	Hanımın Çiftliği	Gold Film	Kanal D	15.869.000
10	Aşk ve Ceza	TMC Yapım	ATV	15.265.000

Türkiye'de dizi sektörünün temel aktörleri televizyon kanalları, yapım şirketleri, reklam verenler ve sponsorlar olmakla birlikte, diziler aracılığıyla turizm, emlak ve müzik sektörleri de kazanç elde etmektedirler. Bütün bunlara ek olarak dizi sektörüyle birlikte doğan ve 2000'li yıllarda sayısal olarak artış gösteren diğer bir oluşum da cast ajanslarıdır.

Televizyon dizileri turizm sektörüne de kazanç getirmektedir. Örneğin, Asmalı Konak dizisinin yayınlandığı 2002-2003 yıllarında dizinin çekimlerinin yapıldığı Peri Bacaları ve

Kapadokya bölgeleri ile dizinin geçtiği mekâna gösterilen ilgi artmıştır. Diziler aracılığıyla kazanç elde eden diğer bir sektör de emlak sektörüdür. Emlakçılar, diziler için konak, villa, yalı, ofis gibi mekânlar kiralamakta, bu mekânlar için 350 TL ile 6 bin dolar arasında değişen kira bedelleri almaktadırlar. 2006 yılında yayınlanan Yaprak Dökümü dizisi ile 2008 yılında yayınlanan Aşk-ı Memnu dizisinin mekânları olarak kullanılan yalıların aylık kiralari 20 bin TL'yi bulmuştur (ISMMMO, 2010).

Televizyon dizilerinin müzikleri de müzik sektörünün önemli gelir alanlarından birini oluşturmaktadır. Dizilerin müzikleri çoğunlukla müzisyenlere özel olarak yaptırılmakta, ya dizinin yayınlandığı dönemde ya da sonrasında albüm haline getirilerek piyasada satışa sunulabilmektedir. Türkiye'de müzik sektörü, dizi sektöründen % 5 pay almaktadır. Dizi sektörünün diğer bir aktörü de cast ajanslarıdır. Dizi sektörünün figüranlar dâhil başrol, yan rol, konuk oyuncu gibi oyuncu ihtiyaçları çoğunlukla cast ajansları aracılığıyla sağlanmaktadır. 1990'lı yılların başında Türkiye'de bulunan cast ajansı sayısı 5'ken, 2010 yılına gelindiğinde bu sayı 100'ün üzerine çıkmıştır. Bu ajansların 20'si dizi endüstrisinde etkin olarak faaliyet gösterirken, cast ajanslarına kayıtlı kişi sayısının 50 bin civarında olduğu düşünülmektedir (ISMMMO, 2010).

Televizyon aracılığıyla sunulan büyüdü dünyada yer alabilmek, televizyon dizilerinde rol almak, ünlü olabilmek ve diziler aracılığıyla kazanç sağlamak isteyen ev hanımı, avukat, mühendis, öğretmen gibi farklı meslek gruplarından sayısız insan cast ajanslarına üye olmaktadır. Buna ek olarak çocuklarına şöhret kapısını aralamak isteyen aileler de cast ajansları aracılığıyla çocuklarının tanıtımını yapmakta, dizilerde yer alabilmeleri için çocuklarını cast ajanslarına yazdırmaktadırlar. Web sayfaları üzerinden başvuru kabul eden cast ajansları, başvuru için adaylardan 40-200 TL arasında değişen başvuru ücreti almakta ve başvurular arasından seçtiği adayların fotoğraflarını çekerek web sitesinde yayınlamaktadır. Cast ajansları, seçtiği oyuncu adaylarıyla her yıl yenilenen sözleşme yapmakta ve adayları prodüksiyon şirketleri, reklam ajanslarının beğenisine sunmaktadır. Yapım şirketleri ve ajanslar fotoğraflar arasından seçtikleri adaylar için cast ajansı ile bağlantıya geçmektedir. Yapım şirketi ya da reklam ajansı ile oyuncu adayları arasında aracı olan cast ajansları, oyuncu adaylarını ilgili şirketlere yönlendirmektedir. Televizyon dizisi için yapılan seçimler sonucu dizilerde rol alan oyuncuların ücretleri cast ajanslarına ödenmekte ve cast ajansları oyuncuların kazançlarından %20 pay elde etmektedirler (on5yirmi5, 2012).

2000'li yıllarda dizi sektöründeki büyümeyle birlikte televizyon dizilerinin ihracatı da artmıştır. Türkiye'de ilk ihraç edilen dizi, 1998 yılında yayınlanan Deli Yürek dizisi olmuştur ve dizi Kazakistan'a satılmıştır. Ardından 2005 yılında yayınlanan "Gümüş" ve 2006 yılında

yayınlanan “Bin Bir Gece” dizileri yurt dışına pazarlanan diziler arasında yer almıştır. “Gümüş” dizisi Ortadoğu’ya satılırken, Bin Bir Gece dizisi Bulgaristan’a satılmıştır. Bin Bir Gece dizisi Bulgaristan’a ihraç edilmesinin ardından Yunanistan, Sırbistan, Hırvatistan gibi Balkan ülkelerine de satılmıştır. 2014 yılı itibariyle Türkiye’de üretilen televizyon dizileri Balkan ülkelerinin, Afganistan Pakistan ve ABD’nin de arasında yer aldığı 75 ülkeye ihraç edilmektedir. Muhteşem Yüzyıl dizisi, 2014 yılında ABD’ye satılmış ve dizi MundoFox kanalında İspanyolca dublajla yayınlanmaya başlanmıştır. Yine 2014 yılında Endonezya pazarına girilmesi de hedeflenmekte ve bu ülkeye Bin Bir Gece, Aşk ve Ceza ve Muhteşem Yüzyıl dizilerinin satılması planlanmaktadır (aljazeera turk, 2014). 2014 yılı verilerine göre, dizi ihracatından yılda 180 milyon dolar kazanılmaktadır. Televizyon dizileri yurt dışına satılmaya başlandığı ilk yıllarda bölüm başına 30-50 dolar arasındaki fiyatlarla satılırken, 2014 yılı itibariyle dizilerin satış fiyatı 500 dolar ile 20 bin dolar arasında değişmektedir (Milliyet, 2014).

### 2.3 Televizyon Dizisi Üretim Süreci

Televizyon dizisinin bir içerik olarak ortaya çıkış sürecindeki iki önemli aktör televizyon kanalları ve yapım şirketleridir. Televizyon kanalları için dizi üretiminde iki seçenek vardır. Televizyon kanalları dizileri ya içyapım olarak kendileri üretirler ya da dizilerin üretimini yapım şirketlerine bırakırlar. Bu iki seçenek arasında televizyon kanallarının sıklıkla tercih ettiği dizileri, dizi üretimi konusunda uzmanlaşmış yapım şirketlerine yaptırmaktır. Dizileri yapım şirketlerine yaptırmakla televizyon kanalları, temel ilgi alanı olan televizyon yayıncılığına yönelirken, televizyon dizisi üretiminde ve bu üretimi gerçekleştirecek iş gücünü sağlamada üzerine alacakları sorumlulukları, riski ve maliyeti azaltmaktadırlar.

Diziler üzerinden sağlayacakları karın farkında olan televizyon kanalları, dizi üretimine başlarken yapım şirketinin seçimine özel bir önem vermektedir. Bu seçim esnasında yapım şirketleri, hiçbir şekilde riske girmeden daha önce yayınlanmış dizilerde “başarılı” olmuş, yani belli bir izlenme oranı yakalayarak kar elde edebilmiş, dizinin çekim aşamalarında belli bir teknik imkâna ve dizinin en az üç bölümünü finanse edebilecek güce sahip olan yapım şirketlerini tercih etmektedirler. Bu doğrultuda risk almayan televizyon kanalları, üç bölümün ardından “tutulan” dizileri yayınlamaktadır.

Dizi projesi fikri iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Proje, yapım şirketleri tarafından oluşturulabileceği gibi, kanal tarafından da yapım şirketlerine önerilebilmektedir. Dizi projesinin oluşumunda en önemli husus dizinin izlenmesi konusudur. Bu nedenle kanallar ve yapım şirketleri çoğunlukla denenmiş türlerin ve konuların dizi içeriklerinde işlenmesini

istemektedirler. Senaristler de dizi içeriklerini yapım şirketleri ve televizyon kanallarının istekleri doğrultusunda oluşturmakta ve dizi yayınlanmaya başladığında yapılan müdahalelerle senaryoda değişikliğe gidilebilmektedir. Örneğin, belli bir haftada bir bölümü yayınlanan dizinin herhangi bir sahnesindeki ya da genelindeki bir konu yüksek reyting almışsa dizinin diğer bölümlerinde bu konu işlenmekte, senaryo bu doğrultuda değiştirilebilmektedir.

Dizi projesi fikri ile televizyon kanalları ve yapım şirketleri arasında başlayan ilişki tamamen ekonomik bir ilişkidir. Bu ilişkinin devamlılığı dizinin reyting almasına bağlı olarak belli bir süre için ya sürmekte ya da sonlanmaktadır. Başka bir ifadeyle, kanal ve yapım şirketi arasındaki ilişkinin varlığını sürdürmesi dizinin televizyon kanalına beklediği kazancı sağlamasıyla ilişkilidir. Televizyon kanalı kazanabildiği sürece diziler yayında kalabilmektedirler. Dizi üretim sürecinde yapım şirketleri ile kanallar arasında yapılan reyting anlaşması aralarındaki ilişkinin boyutunu gözler önüne sermesi açısından önemlidir.

Televizyon kanalları, yapım şirketi ile dizi projesi üzerinde anlaşmalarının ardından yapım şirketinden dizinin üç bölümünü finanse etmesini beklemektedir. Bu nedenle yapım şirketleri açısından dizinin ilk üç bölümü “seyirci çekme” bölümleridir. Özellikle dizinin yayınlanacak ilk bölümü için 4 hafta süren bir hazırlık aşaması geçirilmektedir. Televizyon kanalları, yapım şirketleri ile yaptıkları reyting anlaşmasında 7 reyting garantisi olarak anlaşmaktadırlar. Dizinin reytingi arttıkça yapım şirketlerinin kanallardan bölüm başına aldıkları paranın miktarı da artmaktadır (ISMMO, 2010).

Dizi projesi ile ilgili olarak televizyon kanalları ve yapım şirketleri arasındaki sözleşme, telif hakları yasası gereğince dizinin tüm haklarının yapımcıdan kanala devrini, yapım şirketinin dizi çekimi süresince ödemesi gereken masrafları, mali hak devri, oyuncu, yönetmen, yapımcı ve senaristlerin kimler olacağı, haklar ve yükümlülükler ile dizi ihracatından elde edilen gelirin nasıl bölüşüleceği gibi maddeleri içermektedir. Koçer, “Türkiye’de Özel Televizyon Kanallarında Dış Kaynak Kullanımı” başlıklı çalışmasında televizyon kanalı ile yapım şirketi arasındaki sözleşmenin maddelerine yer vermiştir. Bu sözleşmenin maddeleri -Koçer’in çalışmasından değiştirilmeden aktarıldığı şekliyle- şöyledir (Koçer, 2014, s.46):

- Taraflar (Kanal ve yapım şirketi),
- Tanımlar (Yapımcı ve kanalın adı),
- Konu (./ tarihinde yayınlanacak, isimli dizinin 13 bölümü TV dizilerininin 5846 sayılı telif hakları yasasının ilgili maddeleri gereği yapımcıdan şirkete devrine),
- Masraflar (Set, dekor, sanatçı ücretleri gibi tüm masrafları yapım şirketi öder),

- Mali hak devri (Yapım şirketi olarak mali hakları devredeceğini kabul ve taahhüt eder),
- İsimler (Başrol oyuncular, yapımcı, yönetmen ve senarist isim olarak yazılır. Bunlarda değişiklik yapılacağı zaman kanaldan onay alınmalıdır),
- Masterband teslimi (Yapım şirketi belirli bir seviyede teknik ve kalite garantisi verir ve yayından birkaç gün önce teslim edeceğini; her bölümün zamanında teslim edileceğini taahhüt eder, Fikir Ve Sanat Eserleri Kanunu, Tüketici Yasaları, Rekabeti Koruma Kanunu'na uygun eser yapacağını; 3. şahısların dizi ile ilgili bir talepte bulunurlarsa sorumluluğun yapım şirketlerine ait olduğunu; yapım şirketinin eser sahiplerinden devraldığı hakları kanala devrettiğini beyan etmektedir),
- Ödeme miktarı (Taban bir fiyat belirtilir. Miktar her sözleşmede yer almayabilir),
- Yayın tarihi (Sözleşmede yayın saati yer almaz),
- Yayın süresi (Dizinin her bölümünün kaç dakika süreceği),
- Destek veren veya destek verilen sponsorlar (Logoları dizinin sonunda akar),
- Dizinin toplam bölüm sayısı, haklar ve yükümlülükler (Hangi hakların devredileceği, nerede kullanılacağı,
- Yurtdışına satıştan sağlanan gelirleri nasıl paylaşacakları açıkça anlaşmada belirtilir),
- Cezai şartlar (Ticari sır saklama, uyuşmazlık durumunda tebligatın nereye yapılacağı yazılır) gibi unsurlar bulunmaktadır.

Kanal ve yapım şirketi dizi projesi üzerinde anlaşmaya varmalarının ardından yapım şirketi, dizi projesini üretecek ekibi oluşturmaktadır. Yapım şirketinin dizinin çekim aşamasında önem verdiği üç aktör, yönetmen, görüntü yönetmeni ve sanat yönetmenidir. Dizilerin çekim aşamasında yani üretim noktasında, yönetim, kamera-görüntü ve sanat grubunun tepesinde yer alacak bu üç ayağın seçiminde de senarist seçiminde olduğu gibi, daha önce hangi dizi projelerinde yer alıp, “başarılı” oldukları konusu önem taşımaktadır. Eğer dizi projesinin türünde daha önceden çekilmiş ve izlenmiş diziler yapılmışsa, yapım şirketleri hiçbir şekilde riske girmeden o türü çekebilecek yönetmenleri, görüntü yönetmenlerini, sanat yönetmenlerini projeye dâhil etmektedirler.

Yönetmen, görüntü yönetmeni ve sanat yönetmeni ile proje için anlaşılmasının ardından başrol oyuncular, yardımcı rol de yer alacak oyuncular ve teknik ekip oluşturulmaktadır. Yönetmen, görüntü yönetmeni ve sanat yönetmeni çoğunlukla ekibini kendisi oluşturmakta ve daha önceki projelerde birlikte çalışmış olduğu kişileri tercih etmektedirler. Set işçileri, dizi setlerinin yapım, yönetim, görüntü, sanat, yardımcı alanlar gibi bölümlerinde çalışmakta ve sermayenin denetimi ve kontrolünde belli çalışma koşulları

altında üretime dâhil olarak, televizyon kanalları ile yapım şirketlerinin hep daha fazlasını kazanma güdüsüne hizmet etmektedirler.

#### 2.4 Televizyon Dizisi Üretiminde Emek: Set İşçilerinin Çalışma Koşulları

Televizyon dizileri, çekim aşamasında, belli bir işbölümü altında üretime dâhil olan insanların emeğiyle üretilmektedir. Dizi üretim sürecinin çekim aşamasında set işçileri yapım, senaryo, yönetim, sanat tasarım ve uygulama, kamera-ışık-ses, kamera önü, set, konaklama-ulaşım-yemek gibi meslek grupları dâhilinde üretimde bulunurlar. Örneğin, yönetim ekibi içinde yer alan işçiler, dizi çekim programının ayarlanması, o gün çekilecek sahnenin açısı ve mekânın hazırlanması, kontrolü, oyuncu plan ve programlarının yapılması gibi bir dizi işi yapar.

Kamera-ışık-ses grubu içinde yer alan işçiler aydınlatma ve kompozisyondan, kamerayı görüntüye odaklamaya, dizilerin çekileceği mekânları görerek ışığın ayarlanmasına kadar çeşitli işlerden sorumludurlar. Sanat tasarım ve uygulama ekibi içinde yer alan işçiler ise, senaryodaki dünyayı yaratmakla yükümlüdürler. Setlerde sahnenin çekileceği mekânın düzenlenmesi, aksesuarlarının ayarlanması, dekor ve inşaat işleri, oyuncuların kostümlerinin hazırlanması, saç ve makyajlarının yapılması gibi farklı işler yaparlar. Bu anlamda dizi setlerindeki her bir meslek farklı niteliklere ve özelliklere sahiptir.

Setlerde çalışan kişilerin çalışma koşullarını anlamada bu mesleki farklılıklar nesnel bir ölçüt değildir. Dizi setlerinde farklı meslek grupları bulunmakla birlikte setlerde çeşitli iş bölümleri dâhilinde bir araya gelen insanların ortak özellikleri üretim araçlarından yoksun olmaları ve çeşitli meslekler altında işe zihinsel ve fiziksel yetilerini harcamaları karşılığında ücret almalarıdır. Dizi üretim sürecinin çeşitli aşamalarında görev alan işçiler, dizi sektöründe artı-değerin üretilmesine hizmet ederler. Set işçileri, zorunlu iş zamanında bir yanda kendi emek gücünün değerine denk düşen bir değeri yaratırken, diğer taraftan fazla çalışmayla, kendisine ait olmayan bir artı-değer yaratmaktadır.

Set işçileri, dizi üretimine sermayenin denetimi ve kontrolü altında dâhil olmaktadır. Kapitalist toplumlardaki insanların büyük bir çoğunluğu gibi, set işçileri de yaşamak için emek güçlerini, yani tüm fiziki ve entelektüel kapasitelerini üretim araçlarının sahiplerine satmaktadırlar. Set işçilerinin belli bir süreliğine kullanım hakkını satın alan yapım şirketleri, set işçilerinin emek gücünden sonuna kadar faydalanmanın yol ve yöntemleriyle set işçilerini en fazla artı değer yaratacak biçimde çalıştırmaktadırlar.

Kapitalist emek sürecinin doğası gibi televizyon dizisi üretimindeki emek süreci de artı değer üretiminden kaynaklanan bağımlılık ve sömürü ilişkilerinin üretimi ve yeniden



üretimine dayanmaktadır. Kapitalizmin temel üretim yasaları çerçevesinde faaliyette bulunan yapım şirketleri; televizyon kanalları, reklam verenler ve sponsorlarla birbirine bağlı ekonomik ilişkiler içinde, daha fazla artı değer sağlamak amacıyla emek gücü üzerinde tam bir egemenlik kurarak, emek sürecini kendi denetim ve kontrollerinde tutmaktadırlar. Yapım şirketleri, televizyon kanallarından aldıkları riski, ücretli emeğin üzerine aktarmaktadırlar (Konuslu, S.4):

Kapitalizmin esnek birikim modeli içerisinde tanımlanabilecek dizi üretim biçiminin yapılanmasına baktığımızda ana yatırımcının televizyon kanalı olduğunu görürüz. Kanallar riske girmemek, katı ve merkezi üretimin maliyet sıkıntılarından kaçınmak için dizi üretimini “taşeronlara” yani “yapımcılara” yaptırır. Yapımcı kanaldan bir ölçüde risk devralmıştır, bunu reddetmek mümkün değildir; ama kanalın stratejisi olan “dışarıya iş verme”, aynı şekilde yapımcılar tarafından da kullanılır ve benzer bir şekilde alınan risk “emeğin” üzerine aktarılır.

Belli bir risk alan televizyon kanalları ve yapım şirketleri, dizi üretiminde set işçilerini zararlarına ortak ederlerken, hiçbir şekilde karlarına ortak etmemektedirler. Sermayenin çalışma koşulları üzerindeki kontrolünün doğası gereği yapım şirketleri, set işçilerini kendi koydukları kuralları ve şartları çerçevesinde diledikleri gibi çalıştırmaktadırlar. Setlerde belli ücret politikaları çerçevesinde çalıştırılan işçiler, mesai saatleri ile ilgili olarak yasal düzenlemelere uyulmadan, iş güvenliği tedbirleri almadan, sosyal güvence ve iş güvencesinden yoksun bir biçimde üretime dâhil olmaktadır.

Set işçileri, işverenden ücretlerinin tam ve zamanında ödenmesini, setlerdeki çalışma saatlerinin yasal sınırlara çekilmesini ve iş güvencelerinin sağlanmasını talep etmektedirler. Bu anlamda Türkiye’de set işçileri ile sermaye arasındaki ilişkileri düzenleyici kurumlar olarak – dizi sektöründe sendikalaşma anlamında- kurulmuş olan iki ayrı sendika bulunmaktadır. Hem oyuncuların hem de set çalışanlarının çalışma koşullarının ortaklığına rağmen dizi sektöründeki emek örgütlenmelerinde bir bölünme söz konusudur. Bu sendikalar, Sinema Emekçileri Sendikası ve Oyuncular Sendikası’dır. Türkiye’de dizi sektörünü kontrol eden yapım şirketlerinin örgütlendiği herhangi bir sendika bulunmamaktadır. Ancak, salt dizi sektörünü kontrol eden yapım şirketleri, mesleki çıkarlarını korumak ve sektördeki emek örgütlenmelerine karşı bir araya gelmişler ve 2012 yılında Yapımcılar Derneği’ni kurmuşlardır.

Başkanlığını senarist, yönetmen ve yapım şirketi sahibi Birol Güven’in yaptığı Yapımcılar Derneği Mint Yapım, Gold Film, Süreç Film, Med Yapım, TMC Yapım, Focus Film, TİMS Yapım, Emler Film, Sinegraf Film, Avşar Film, Ay Yapım, Boyut Film, BKM

Film ve D Prodüksiyon'un yer aldığı 14 kurucu üyeyle kurulmuştur. Bugün üye sayısı 19 olan Yapımcılar Derneği, dizi üretiminin koşullarını belirlemek ve çalışma yaşamında söz sahibi olmak gibi temel amaçlar etrafında kurulmuştur.

Dizi sektörüne ilişkin bütün bu temel bilgiler ışığında, televizyon dizilerinin üretiminde set işçilerinin çalışma koşullarına yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada dizi setlerinde yer alan set işçilerinin çalışma koşulları, bu koşulların kontrolünü sağlayan sermayenin dinamikleri çerçevesinde incelenmiş, dizi setlerinde emek ve sermaye arasındaki ilişkileri düzenleyen kurumlar olarak ortaya çıkan sendikaların tarihleri ve çalışma koşullarına ilişkin faaliyetlerinin analizi gerçekleştirilmiştir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ARAŞTIRMA

#### 3.1 Araştırmanın Kapsamı

Televizyon dizileri sahip olduğu izleyici potansiyeli ve reklam gelirleri açısından televizyon kanallarının vazgeçilmez program türleri arasında yer almaktadır. Özel yayıncılıkla birlikte, Türkiye televizyon kanallarında birbiri ardına yayınlanmaya başlayan dizilerle bu alana yatırım yapan yapım şirketlerinin sayısında da artış gözlemlenmiştir. Yapım şirketleri ve televizyon kanallarıyla birlikte dizi sektörünün diğer aktörleri de reklamverenler ve sponsorlardır. Sözü geçen bu aktörler arasında tam ve bağımlı bir ekonomik ilişki bulunur. Böyle bir ortam içinde emtia formunda üretilen televizyon dizilerinin ikili niteliği sektör açısından değişim değeri taşıması, izleyici açısından ise iş dışı zamanlarında hayali ihtiyaçlarını karşılayarak gündelik yaşamın sıkıntılarından uzaklaştırmasıdır.

Günümüzde dizi sektörüne ilişkin olarak yapılan incelemeler, pazarın gereksinimleri doğrultusunda ya dizi ekonomisini ortaya koymakta ya da etki yaklaşımlarına dayanarak televizyon dizilerinin izleyiciler üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır. Televizyon dizilerinin içinde üretildiği toplumsal dinamiklerden kopuk ve bağımsız bir şekilde gerçekleştirilen incelemelerde çoğunlukla televizyon dizilerinin çocuklar, gençler, aile, kültür ve milli manevi değerler üzerindeki etkileri inceleme konusu olarak seçilmektedir. Özellikle, gençlerin ve çocukların konu edildiği tartışmalarda dizilerin model alma davranışı üzerine etkileri incelenmekte; meselenin daha geniş toplumsal bağlamı ise göz ardı edilmektedir.

Televizyon dizilerine yönelik olarak etki yaklaşımlarına dayanan incelemelerin yanında Kültürel İncelemeler Geleneğinin bakış açısına dayanan araştırmalar da bulunur. Gelenek içinde özellikle 1980'lerden sonra farklı sınıf, cinsiyet, etnik unsurlar temelinde, "metin" ya da "kültürel metin" olarak tanımlanan dizi içeriklerinin izleyiciler tarafından nasıl okunduğu sorunu önem kazanmıştır. Kültürel İncelemeler Geleneği içinde izleyicinin aktifliğine ve özerkliğine dikkat çeken incelemeler, medya içeriklerinin üretim tarzı ve üretim ilişkileriyle bağımlı reddederek dilin, kültürün ve ideolojinin belirleyiciliğine odaklanırlar.

Kapitalist ekonominin dinamikleri içinde üretilen diziler standart bir içeriğe sahiptirler. Televizyon kanallarında farklı isimlerle birçok dizi yayınlanmakla birlikte dizilerin temaları ve konuları birbirine benzerdir. İzleyicileri her hafta, aynı gün ve saatte televizyon ekranına bağlayan diziler, izleyicilere hayali bir dünya tasarımı sunmakta ve onları gerçek yaşamın sıkıntılarından uzaklaştırmaktadır. Televizyon karşısında gündelik

sıkıntılarından uzaklaşarak rahatlama hissedeni televizyon izleyicisi de endüstri tarafından emtiaya dönüştürülür. Gün içinde işe giderek artı değer üretimini sağlayan işçiler evlerine döndüklerinde de televizyon dizileri karşısında pazarın tüketicisi olma işlevlerini yerine getirirler.

Televizyon dizileri emek ürünü olarak belli bir iş bölümü dâhilinde ücretli çalışanlar tarafından üretilir. Hem dizi sektörüne hem de dizi sektöründe emeğe ilişkin olarak yapılacak bir analizin öncelikle dizilerin içinde üretildiği ve emeğin çalışma koşullarını biçimlendiren ekonomik ve siyasi yapılara odaklanması gerekir. Dizi sektöründe çalışanlar, sermayenin kâr güdüsü temelinde, yasalardaki normal işgünü ve çalışma sürelerine uyulmadan, uzun süreler çalıştırılmakta, çalışanların sosyal güvenliğini ve can güvenliğini sağlayacak tedbirler yeterince alınmamaktadır.

Dizi sektörüne ilişkin bir analiz gerçekleştirirken devletin bu alandaki rolünü de analize dâhil etmek gerekmektedir. Özellikle 2000'li yıllarla birlikte Türkiye'de dizi bölümleri 90/110 dakikaya kadar çıkabilmektedir. Bu doğrultudaki yasal düzenlemeler dikkate alınmamaktadır. Dizilerin normal süresinin Avrupa Birliği normları dikkate alındığında 12 dakika reklam dâhil 60 dakikayı geçmemesi gerekmektedir. Bu anlamda yasal boşluklardan yararlanan televizyon kanalları daha çok reklam alabilmek adına dizi sürelerini uzatmaktadır. Daha fazla artı-değer adına uzatılan işgünü ve iş saatleri yasal ihlallere neden olurken; kötü çalışma koşullarına da beraberinde getirmektedir. Mevcut iş yasasına göre, günlük çalışma saati 8 saatken; dizi setlerinde 18-20 saate kadar çalışma gerçekleşmektedir. Yine ağır çalışma koşulları, setlerde kaza ve ölümlere neden olabilmektedir.

Bütün bunlara ek olarak dizi sektöründe çalışan set işçilerinin büyük bir çoğunluğu sigortasız olarak çalıştırılmaktadır. Dizi setlerinde çalışan emekçilerin ücretlerinde gecikmeler söz konusu olurken; emeklilik haklarının gasp edilmesi ve işten atılmalar da söz konusu olabilmektedir. Bu anlamdaki yasal boşluklar devletin rolünü anlamada ipucu verir nitelik taşımaktadır. Özellikle, 1980'li yıllarla birlikte, iletişim alanında devlet giderek piyasaya eklenmiş ve piyasanın önündeki bütün engelleri ortadan kaldıracak düzenlemelere gidilmiştir.

Bütün bunlara ek olarak çocuk oyuncular da dizilerle birlikte çocuk işçiliğinin yeni bir formu haline gelmiştir. Özellikle televizyon dizilerini ekonomik bir kazanç olarak gören aileler, cast ajansları aracılığıyla çocuklarının televizyon dizilerinde yer alması için tanıtımını yapmaktadırlar. Yetişkinlerin koşullarında, tam gün ve çok uzun saatler çalıştırılmaları çocukların hem psikolojik hem zihinsel gelişimini engellemekte hem de eğitim hayatlarını olumsuz etkilemektedir.

Medya üretiminde emek sürecine yönelen incelemeler, çoğunlukla ampirizm geleneğine dayanarak, medya işçilerini, örgütün çıkarları doğrultusunda verimliliği artırılması gereken beşeri bir kaynak olarak görürler. Ampirizm geleneği yanında medyada emek sürecine yönelen postmodern gelenek ise, medya işçilerini kültürel içerikleri ürettikleri gerekçesiyle “maddi olmayan emek” tartışmalarının içine yerleştirirler. Bütün bu açıklamalar, emek sürecinin içinde şekillendiği yapılara ilişkin sorulara ve nedensellik bağlarına eğilmez. Ekonomi politik yaklaşım ise, iletişim ve enformasyon teknolojilerine dayanan bir toplumda emek sürecindeki değişimleri anlamada yetersiz olduğu iddiasıyla hem siyasal hem de entelektüel pratikler içinde terk edilmiştir. Bu çalışmada emek süreci incelemelerinde ekonomi politik yaklaşımın yeniden düşünülmesi gerektiği ve toplumsal varlığın önemli alanlarından biri olan medyayı, medyanın ürünlerini ve medya üretiminde emek sürecini açıklama gücüne sahip olduğu temel savından hareketle, Türkiye’de televizyon dizisi üretiminde emek süreci ve set işçilerinin çalışma koşulları incelenmiştir. İnceleme kapsamında oluşturulan araştırma soruları ise şöyledir:

1. Diziler hangi üretim koşullarında ve nasıl üretilmektedirler?. Dizilerin sahibi kimdir? Dizileri finanse eden kurumlar hangileridir?. Dizi üretim sürecinin aktörleri kimlerdir ve bu aktörler arasında nasıl bir ilişki bulunur?
2. Diziler, televizyon kanallarının yayın akışlarında ne kadar yer kaplar?, Ne kadar süreyle yayınlanırlar ve ne kadarı reklam ne kadarı tekrardır? Prime time dışında da yayınlanırlar mı? Prime time’da yayınlanan diziler hangi yapım şirketleri tarafından üretilirler? Ne kadar sponsor alırlar?, Dizi üretimine ne kadar işçi katılır?
3. Dizi üretim sürecinde kimler yer alır? Dizi üretim sürecinde yer alan mesleki alanlar hangileridir? Bu mesleki alanların iş tanımları nasıldır?. Dizi üretim sürecinde yer alan çalışanlar hangi çalışma koşullarında üretime dahil olmaktadır?. Bu süreçte çalışan insanların çalışma koşullarına ilişkin düşünceleri nedir?. Bu çalışma koşulları hangi kontrol yapılarından kaynaklanır?
4. Dizi sektöründe herhangi bir emek örgütlenmesi var mıdır?. Bu emek örgütlenmesinin tarihçesi, kuruluş amaçları nelerdir, emeğin çalışma koşullarına ilişkin olarak gerçekleştirdiği çalışmalar nelerdir? Yapım şirketleri sermaye örgütü olarak örgütlenmişler midir?. Bu örgütler hangileridir? Bu örgütlerin amacı, tarihçesi, işçi-işveren ilişkilerine ve çalışma koşullarına bakışı nasıldır?
5. Yapım şirketleri sermaye örgütü olarak örgütlenmişler midir?. Bu örgütler hangileridir? Bu örgütlerin amacı, tarihçesi, işçi-işveren ilişkilerine ve çalışma koşullarına bakışı nasıldır?

### 3.2 Araştırmanın Nüfusu ve Örneklem

Bu çalışmanın araştırma nüfusunu, Türkiye televizyon kanallarında yayınlanan diziler ile dizi sektöründeki sermaye ve emek örgütlenmeleri ve dizi setlerinde çalışan emekçiler oluşturmaktadır. Türkiye televizyon kanallarına yayınlanan dizilere yönelik olarak gerçekleştirilen analiz için, ulusal kanallardan tematik kanalların dışında kalan ve dizi yayınlayan televizyon kanalları araştırma örnekleme olarak seçilmiştir. Bu bağlamda, Kanal D, Star TV, Fox Tv, ATV, Show TV, TRT 1, Samanyolu TV Kanallarının 2013 yılı, Ocak, Şubat, Mart aylarının ilk ve son haftalarının yayın akışları araştırma örnekleme dâhil edilmiştir. Dizi setlerinde çalışan set işçilerine ise kartopu örnekleme yoluyla ulaşılmıştır.

Sinema-televizyon sektörüne ilişkin olarak kurulmuş olan iki sendika bulunmaktadır. Bunlar Sinema Emekçileri Sendikası ve Oyuncular Sendikası'dır. Her iki emek örgütlenmesi de araştırma kapsamına alınmıştır. Sinema televizyon alanında sendika anlamında herhangi bir sermaye örgütlenmesi ise bulunmamaktadır. Sermaye daha çok meslek birlikleri şeklinde örgütlenmiştir. Buna karşın, dizi sektöründe faaliyet gösteren belli başlı yapım şirketleri bir araya gelerek emek örgütlenmelerine karşı Yapımcılar Derneği'ni kurmuşlardır. Çalışmanın kapsamı ile doğrudan ilgili olduğu için Yapımcılar Derneği de araştırmaya dâhil edilmiştir.

### 3.3 Veri Toplama Teknikleri

İki aşamadan oluşan araştırmada kullanılan veri toplama teknikleri nicel içerik analizi ve derinlemesine görüşme tekniğidir. Araştırmanın ilk aşaması için, örnekleme dâhil edilen Kanal D, Star TV, Fox Tv, ATV, Show TV, TRT 1, Samanyolu TV kanallarının Ocak, Şubat ve Mart aylarının ilk ve son haftalarındaki yayın akışlarının ve prime-timedada yayınlanmış dizilerin içerik analizi için oluşturulmuş kategoriler şunlardır:

1. **Kanal Adı**
2. **Tarih**
3. **Ay**
4. **Programın Türü**
  - Haber Programı
  - Spor Programı
  - Magazin Programı
  - Yemek Programı
  - Yarışma Programı
  - Spor Programı
  - Film



Dizi

Diğer

5. Programın Zamanı

Prime Time

Prime Time Dışı

Program türü diziye:

6. Dizinin Adı

7. Dizinin Yapım Şirketi

8. Dizinin Süresi

9. Dizinin Reklam ve Tekrarlarla Birlikte Süresi

10. Dizinin Sponsor sayısı

11. Çalışan Sayısı

Araştırmada, çalışmanın amaçları doğrultusunda dizi setlerinde çalışan set işçilerinin çalışma koşulları, bu koşulları yaratan yapılar, sermaye örgütleri ve emek örgütlerine ilişkin olarak verilerin elde edilebilmesi için, ikinci bir veri toplama tekniği olarak “derinlemesine görüşme” kullanılmıştır. Araştırma kapsamında 20 görüşme yapılmış, dizi sektöründe yer alan sermaye ve emek örgütlenmelerine ve set çalışanlarına yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiştir. Yapılan 20 görüşmenin 1’i sermaye örgütlenmesi olarak Yapımcılar Derneğiyle, 2’si emek örgütlenmeleri olarak Sinema Emekçileri Sendikası ve Oyuncular Sendikasıyla gerçekleştirilmiştir. Sinema Emekçileri Sendikası ile yapılan görüşme, 2014 yılı Mayıs ayında İstanbul’da sendikanın kendi ofisinde; Oyuncular Sendikası ve Yapımcılar Derneği ile yapılan görüşmeler ise 2015 yılı Ocak ayı içinde İstanbul’da gerçekleştirilmiştir. Görüşme verilerine ek olarak, hem Yapımcılar Derneği’nden hem de Sinema Emekçileri Sendikası ile Oyuncular Sendikası’ndan sektöre ilişkin çeşitli raporlar elde edilmiştir.

17 görüşme ise, İstanbul’da dizi üretiminin çekim aşamasında yer alan, sanat-tasarım ve uygulama, kamera-ışık-ses grubu, set, konaklama-ulaşım-yemek gibi alanlarda ve kamera önünde çalışan set işçileriyle, 2015 yılı Ocak ayı içinde yapılmıştır. Görüşmeler, verilen cevaplar açısından doygunluğa ulaşılmamasının ardından durdurulmuştur. Emekçilerle yapılan görüşmelerin bir kısmı iş dışında, bir kısmı ise üretim noktasında gerçekleştirilmiştir. Üretim noktasında gerçekleştirilen görüşmelerde, Türkiye televizyon kanallarından biri için yeni çekilmeye başlanan bir dizinin setinde bir gün süreyle bulunularak dizi setlerinin çalışma temposu gözlemlenmiştir.

Ulaşılan 20 kişiye 3 farklı soru formu oluşturularak yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiştir. Yapımcılar Derneği’ne derneğin tarihçesi, kuruluş amacı, işçi-işveren ilişkisine

bakışı ve emekçilerin çalışma koşullarına yönelik düşünceleri sorulurken; Oyuncular Sendikası ve Sinema Emekçileri Sendikasına tarihçe ve kuruluş amacı sorularına ek olarak dizi setlerinde çalışan emekçilerin çalışma koşulları ve bu koşullara yönelik gerçekleştirdikleri çalışmalar sorulmuştur. Set emekçilerine ise, çalışma koşullarına yönelik sorular yönlendirilmiştir.

### 3.4 Nicel İçerik Çözümlemesi Bulguları

İçerik çözümlemesinin yapıldığı 2013 yılı Ocak, Şubat ve Mart aylarının ilk ve son haftalarında, Kanal D, Star TV, Fox Tv, ATV, Show TV, TRT 1, Samanyolu TV Kanallarının yayın akışlarındaki program türlerinin ve dizilerin dağılımı şöyledir:

**Tablo 3.1 Kanalların Prime Time’da ve Prime Time Dışında Yayınladıkları Program Türlerinin ve Dizilerin Dağılımı**

Programın Türü	Prime Time	Prime Time Dışı	Toplam
Haber Programı	2,8%	19,7%	16,9%
Spor	2,1%	,5%	,8%
Tartışma	,0%	,4%	,3%
Yarışma	14,0%	9,4%	10,1%
Çocuk	,2%	2,4%	2,1%
Magazin	,5%	4,0%	3,4%
Yemek	,5%	3,5%	3,0%
Dizi	62,1%	27,7%	33,2%
Talk Show	,0%	,3%	,2%
Diğer	5,8%	25,8%	22,6%
Film	11,9%	6,4%	7,3%
<b>Toplam</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Kanal D, Star TV, Fox Tv, ATV, Show TV, TRT 1, Samanyolu TV Kanallarının prime-time’da yayınladığı program türlerinin %62,1’ini diziler, %14’ünü yarışma programları, %11,9’unu ise filmler oluşturmaktadır. Prime time dışında yayınlanan program türlerinin ise %27’sini diziler oluşturmaktadır.

Tablo 3.2 ise, incelemenin yapıldığı dönemde, Kanal D, Star TV, Fox Tv, ATV, Show TV, TRT 1, Samanyolu TV Kanallarında, prime timedaki yayınlanan dizileri, dizilerin yayımlandıkları kanalları ve yapım şirketlerini göstermektedir. Bu tabloya göre, Kanal D, Star

TV, Fox Tv, ATV, Show TV, TRT 1, Samanyolu TV Kanallarında ve prime time'da toplam 46 dizi yayınlanmıştır. Birden fazla dizisi prime time'da yayınlanan yapım şirketleri 4 diziyle D Production, 3 diziyle Mint Production, 3 diziyle Ay Yapım, 2 diziyle Focus Film, 2 diziyle Avşar Film, 2 diziyle Tükenmez Kalem, 2 diziyle Eflatun Yapım, 2 diziyle Erler Film, 2 diziyle Boyut Film ve 2 diziyle Stil Medya'dır. Diğerleri ise 1'er projeyle Pana Film, Ömer Önder, At Yapım, Bosphorus Filmmakers, Salih Aslan, TİMS Production, Süreç Film, Sinematograf Film, Medyapım, Bando Yapım, Kuzey Production, Mia Yapım, Most Production, BSK Yapım, Gold Film, Ser Film, NTC Medya, ATV İç Yapımlar, Her Şey Film, Limon Film, MF Yapım, Melih Sezgin gibi yapım şirketleri ve yapımcılar tarafından üretilmiştir. Tablo 3.2 araştırmanın yapıldığı dönemde, prime time'a üretim yapan 32 farklı yapım şirketine işaret etmektedir.

Tablo 3.2'de görüldüğü gibi, Samanyolu TV, yapım şirketlerinden ziyade yapımcılarla üretimde bulunmaktadır. Buna ek olarak, Kanal D incelemenin yapıldığı dönemde yayınlanan 4 dizisini kendi bünyesinde yer alan D Production'a; 3 dizisini ise Most, Ay Yapım, Erler Film'e yaptırmıştır. ATV ise bu dönemde bir dizisini ATV İç Yapımlara yaptırmıştır. Ancak, incelemenin de işaret ettiği gibi, kanallar çoğunlukla dizileri yapım şirketlerine yaptırmayı tercih etmektedirler.

**Tablo 3.2 Prime Time’da Yayınlanan Diziler, Yayınlandıkları Kanallar ve Yapım Şirketleri**

Dizinin Adı	Yayınlandığı Kanal	Yapım Şirketi
İntikam	Kanal D	D Production
Deniz Yıldızı	Fox TV	Focus Film
Kurtlar Vadisi Pusu	ATV	Pana Film
Zengin Kız Fakir Oğlan	TRT 1	Mint Prodüksiyon
Hızır Ekip	Samanyolu TV	Ömer Önder
Kayıp Şehir	Kanal D	D Production
Yer Gök Aşk	Fox TV	Avşar Film
Karadayı	ATV	Ay Yapım
Pis Yedili	Show TV	Tükenmez Kalem
Böyle Bitmesin	TRT 1	At Yapım
Şubat	TRT 1	Eflatun Film
İki Dünya Arasında	Samanyolu TV	Bosphorus Filmmakers
Şefkat Tepe	Samanyolu TV	Salih Aslan
Muhteşem Yüzyıl	Star TV	TİMS Production
Alemin Kralı	ATV	Süreç Film
Bizim Okul	ATV	Erlers Film
Sakarya Fırat	TRT 1	Sinematograf Film
Merhaba Hayat	Fox TV	Med Yapım
Hayat Devam Ediyor	ATV	Boyut Film
Krem	Fox TV	Bando Yapım-Grup M
Türk Malı	Show TV	Kuzey Production
Avrupa Avrupa	TRT 1	Mia Yapım
Merhamet	Kanal D	Most Production
Kuzey Güney	Kanal D	Ay Yapım
Öyle Bir Geçer Zaman Ki	Kanal D	D Production
20 Dakika	Star TV	Ay Yapım
Benim İçin Üzülme	Show TV	Boyut Film
Seksenler	TRT 1	Mint Production
Harem	Fox TV	Tükenmez Kalem
Yalan Dünya	Kanal D	D Productions
Beni Böyle Sev	TRT 1	BSK Yapım
Leyla İle Mecnun	TRT 1	Eflatun Film
Arka Sokaklar	Kanal D	Erlers Film
Dila Hanım	Show TV	Gold Film
Tozlu Yollar	ATV	Stil Medya
Farklı Desenler	STV	Ser Film
Lale Devri	Fox TV	Avşar Film
Ali Ayşe’yi Seviyor	Show TV	NTC Medya
Unutma Beni	Fox TV	Focus Film
Unutulmaz	ATV	Stil Medya
Huzur Sokağı	ATV	ATV İç Yapımlar
Evlilik Okulu	STV	Mint Production
Bir Zamanlar Osmanlı	TRT 1	Her Şey Film
İşler Güçler	Star TV	Limon Film
Bir Aşk Hikâyesi	Fox TV	MF Yapım
Küçük Kıyamet	STV	Melih Sezgin

Kanalların 2013 yılı Ocak Şubat ve Mart aylarına ait yayın akışlarının ilk ve son haftalarında prime time'da 46 dizi yayınlanmış olup çalışmada her diziden 6 bölüm, toplamda 276 bölüm incelemeye tabi tutulmuştur. Tablo 3.3 inceleme yapılan dönemde, Kanal D, Star TV, Fox Tv, ATV, Show TV, TRT 1, Samanyolu TV kanallarında yayınlanan dizilerin ortalama süresini, Tablo 3.4 dizilerin aldıkları ortalama sponsor sayılarını, Tablo 3.5 ise, sözü geçen dizilerde ekran önünde ve ekran arkasında çalışan ortalama emekçi sayısını göstermektedir.

Tablo 3.3'ya göre, prime-time da yayınlanmış televizyon dizilerinin süreleri çoğunlukla 90-120 dakika arasındadır. Prime time da yayınlanan 46 dizinin 31 tanesinin süresi 90 dakikanın üzerindedir. Dizi yayınlanmaya başladığı andan itibaren ilk 30 dakika boyunca reklam alamayan televizyon kanalları dizilerin sürelerinin uzun tutulmasını istemektedirler. Bu sürenin set işçileri için anlamı ise, her hafta 90-120 dakika arasında bir dizinin üretilmesi anlamına gelmektedir. Televizyon dizileri tıpkı bir sinema filmi uzunluğundadır.

Tablo 3.4 televizyon dizilerinin 20 ile 90 arasında değişen sayılarda sponsor aldıklarını göstermektedir. Özellikle büyük bütçeli yapımların sponsor sayıları daha fazladır. Sponsorlar diziler aracılığıyla ürün ve hizmetlerinin tanıtımını yapıp satışını sağlarlarken; televizyon kanalları ve yapım şirketleri de sponsor geliri elde etmektedirler. Dizinin reytingi arttıkça ödenen sponsorluk bedeli de artmaktadır. Sponsorlar, yapım şirketleri, televizyon kanalları, reklam verenlerle birlikte dizi sektörünün önemli aktörlerindedir. Tablo, sponsorların dizi sektöründeki ağırlığını göstermesi açısından önemlidir. Tablo 3.5 de gösterildiği gibi, analizin yapıldığı dönemde yukarıda değinilen yapım şirketlerinin denetiminde ve kontrolünde, prime timedaki yayınlanan televizyon dizilerinin üretiminde kamera önünde ve arkasında 40 ile 105 arasında değişen sayılarda emekçi üretime dahil olmuştur.

**Tablo 3.3 Prime Time’da Yayınlanan Dizilerin Süreleri**

Dizinin Adı	Dizinin Süresi
İntikam	120 dakika
Deniz Yıldızı	53 dakika
Kurtlar Vadisi Pusu	108 dakika
Zengin Kız Fakir Oğlan	83 dakika
Hızır Ekip	55 dakika
Kayıp Şehir	104 dakika
Yer Gök Aşk	108 dakika
Karadayı	116 dakika
Pis Yedili	96 dakika
Böyle Bitmesin	98 dakika
Şubat	90 dakika
İki Dünya Arasında	47 dakika
Şefkat Tepe	97 dakika
Muhteşem Yüzyıl	110 dakika
Alemin Kralı	95 dakika
Bizim Okul	85 dakika
Sakarya Fırat	94 dakika
Merhaba Hayat	77 dakika
Hayat Devam Ediyor	99 dakika
Krem	83 dakika
Türk Malı	90 dakika
Avrupa Avrupa	86 dakika
Merhamet	89 dakika
Kuzey Güney	102 dakika
Öyle Bir Geçer Zaman Ki	115 dakika
20 Dakika	98 dakika
Benim İçin Üzülme	110 dakika
Seksenler	127 dakika
Harem	102 dakika
Yalan Dünya	75 dakika
Beni Böyle Sev	105 dakika
Leyla ile Mecnun	100 dakika
Arka Sokaklar	105 dakika
Dila Hanım	110 dakika
Tozlu Yollar	106 dakika
Farklı Desenler	55 dakika
Lale Devri	100 dakika
Ali Aşşe’yi Seviyor	86 dakika
Unutma Beni	55 dakika
Unutulmaz	87 dakika
Huzur Sokağı	90 dakika
Evlilik Okulu	95 dakika
Bir Zamanlar Osmanlı	90 dakika
İşler Güçler	87 dakika
Bir Aşk Hikâyesi	111 dakika
Küçük Kıyamet	106 dakika



Tablo 3.4 Prime Time'da Yayınlanan Dizilerin Ortalama Sponsor Sayısı

Dizinin Adı	Ortalama Sponsor Sayısı
İntikam	80
Deniz Yıldızı	19
Kurtlar Vadisi Pusu	53
Zengin Kız Fakir Oğlan	42
Hızır Ekip	20
Kayıp Şehir	36
Yer Gök Aşk	52
Karadayı	20
Pis Yedili	55
Böyle Bitmesin	32
Şubat	37
İki Dünya Arasında	23
Şefkat Tepe	41
Muhteşem Yüzyıl	90
Alemin Kralı	43
Bizim Okul	35
Sakarya Fırat	32
Merhaba Hayat	42
Hayat Devam Ediyor	38
Krem	20
Türk Malı	45
Avrupa Avrupa	38
Merhamet	58
Kuzey Güney	70
Öyle Bir Geçer Zaman Ki	85
20 Dakika	42
Benim İçin Üzülme	52
Seksenler	45
Harem	42
Yalan Dünya	50
Beni Böyle Sev	48
Leyla İle Mecnun	52
Arka Sokaklar	70
Dila Hanım	45
Tozlu Yollar	42
Farklı Desenler	32
Lale Devri	52
Ali Ayşe'yi Seviyor	45
Unutma Beni	43
Unutulmaz	48
Huzur Sokağı	51
Evlilik Okulu	35
Bir Zamanlar Osmanlı	56
İşler Güçler	62
Bir Aşk Hikâyesi	45
Küçük Kıyamet	25

**Tablo 3.5 Prime-Time’da Yayınlanan Dizilerde Kamera Önü ve Arkasında Çalışan Ortalama Emekçi Sayısı**

Dizinin Adı	Kamera Önü ve Arkası Ortalama Çalışan Sayısı
İntikam	105
Deniz Yıldızı	75
Kurtlar Vadisi Pusu	84
Zengin Kız Fakir Oğlan	56
Hızır Ekip	45
Kayıp Şehir	70
Yer Gök Aşk	82
Karadayı	172
Pis Yedili	85
Böyle Bitmesin	72
Şubat	115
İki Dünya Arasında	42
Şefkat Tepe	93
Muhteşem Yüzyıl	188
Alemin Kralı	77
Bizim Okul	70
Sakarya Fırat	102
Merhaba Hayat	73
Hayat Devam Ediyor	75
Krem	78
Türk Malı	82
Avrupa Avrupa	85
Merhamet	95
Kuzey Güney	122
Öyle Bir Geçer Zaman Ki	107
20 Dakika	71
Benim İçin Üzülme	75
Seksenler	73
Harem	95
Yalan Dünya	74
Beni Böyle Sev	75
Leyla İle Mecnun	85
Arka Sokaklar	108
Dila Hanım	98
Tozlu Yollar	42
Farklı Desenler	40
Lale Devri	87
Ali Ayşe’yi Seviyor	92
Unutma Beni	95
Unutulmaz	93
Huzur Sokağı	88
Evlilik Okulu	72
Bir Zamanlar Osmanlı	97
İşler Güçler	75
Bir Aşk Hikâyesi	78
Küçük Kıyamet	56

### 3.5 Derinlemesine Görüşmeye İlişkin Bulgular

Dizi setlerinde belli bir işbölümü altında üretime dâhil olan set işçilerinin çalışma koşullarına, dizi sektöründe faaliyet gösteren –emek örgütlenmesi olarak- Sinema Emekçileri Sendikası ve Oyuncular Sendikası'na ve salt dizi sektöründe faaliyette bulunan yapım şirketlerini bir araya getiren Yapımcılar Derneği'ne ilişkin olarak yapılan analizin bulgularına aşağıda yer verilmiştir.

Set işçilerinin çalışma koşullarına ilişkin bulgular, “Dizi Üretim Süreci ve İşbölümü”, “Set İşçilerinin İşe Başlamadan Önceki Düşünceleri ve Dizi Setlerinin Gerçekleri”, “İşe Alınma Süreci ve İşverenle İlişkiler”, “Dizi Setlerinde İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği”, “Ücret Koşulları”, “Dizi Setlerinde Çalışma Saatleri, Tatiller ve Boş Zaman”, “Çocuk Oyuncular ve Çalışma Koşulları” başlıkları altında çözümlenmiştir.

#### 3.5.1 Dizi Üretim Süreci ve İşbölümü

Dizi üretim süreci yapımcı tarafından senaristlere sipariş edilen senaryolarla başlar. Yapım şirketleri tarafından senaristten istenen şey çoğunlukla tutmuş projelere benzer nitelikteki senaryolardır. “Yapımcı senaristi çağırarak örneğin “mutsuz biten bir evlilik hikâyesini anlatalım” der. Bu projelendirmede senaristin yapacağı şey, olay örgüsü ve karakterleri hazırlamaktır” (Biçer, 2014). Yapım şirketi, senaristin senaryoyu tamamlamasının ardından projenin genel ahlâka uygun olup olmadığı, projenin yayınlattılıp yayınlattılamayacağına karar verir. Bu konuyla ilgili olarak yapım şirketlerinin hukuk danışmanları bulunur.

Bu sürecin ardından yapımcı, yönetmen seçimini yapar. Yapımcının yönetmen seçerken dikkat ettiği en önemli şey, oluşturulan dizi projesinin türüne yakın bir türdeki diziyi daha önceden çekmiş ve bu türde başarılı olmuş bir yönetmen bulmaktır. Buradaki temel mesele “bu diziyi hangi yönetmen çekerse daha iyi olur meselesidir.” Yönetmen ile ekonomik olarak anlaşılmasının ardından görüntü yönetmeni ve sanat yönetmeniyle görüşülür. Dizi üretim sürecinde yapımcının önemsedığı üç aktör yönetmen, görüntü yönetmeni ve sanat yönetmendir. Yönetim, kamera ve sanat ayağının tamamlanmasının ve ön hazırlıkların yapılmasının ardından dizi çekimleri başlar (Biçer, 2014). Dizi üretim sürecindeki meslek grupları şöyledir:

#### 1. Yapım Grubu

Uygulayıcı Yapımcı

Yapım Koordinatörü

Yapım Amiri

- Yapım Asistanları
- 2. Senaryo Grubu
- 3. Yönetim Grubu
  - Yönetmen
  - Birinci Yönetmen Yardımcısı
  - İkinci Yönetmen Yardımcısı
  - Üçüncü Yönetmen Yardımcısı
  - Devamlılık ve Time-Code Sorumlusu
  - Reji Koordine
- 4. Sanat Tasarım ve Uygulama Grubu
  - Sanat Yönetmeni
  - Birinci Sanat Yönetmeni Yardımcısı
  - İkinci Sanat Yönetmeni Yardımcısı
  - Üçüncü Sanat Yönetmeni Yardımcısı
  - Dekor Ekibi
  - İnşa Ekibi
  - Kostüm Ekibi
  - Saç-Makyaj
- 5. Kamera-Işık ve Ses Grubu
  - Kamera Ekibi
  - Görüntü Yönetmeni
  - Kameraman
  - Kamera Asistanı (Focus Puller)
  - Kamera Asistanı
  - DIT
  - Işık Ekibi
  - Işık Şefi
  - Birinci Işık Asistanı (Best Boy)
  - İkinci Işık Asistanı
  - Üçüncü Işık Asistanı
- 6. Kamera Önü
  - Başrol Oyuncusu
  - Yardımcı Rol
  - Konuk Oyuncu
  - Figüran

7. Set Ekibi
  - Set Amiri
  - Asistan
  - Çaycı
8. Diğer Alanlar
  - Konaklama
  - Ulaşım
  - Yemek
9. Çocuk Oyuncu Koçları ve Pedagoglar

Dizi üretim sürecinde iş bölümü içinde yapım grubu, yazım grubu, sanat tasarım ve uygulama grubu, kamera ışık-ses grubu, kamera önü meslek grubu, set, konaklama-ulaşım-yemek, koçluk ve psikolojik danışmanlık grubu gibi meslek grupları yer alır (Güngör, 2015). Çocuk oyuncu koçluğu ve pedagoğluk dizi setlerinde yaygın bir iş olmamakla birlikte, yapılan görüşmelerde son yıllarda böyle bir eğilimin de olduğu saptanmıştır. Çocuk oyuncuların role girmekle ilgili sıkıntı yaşadıkları durumlarda ve eğer dizinin içeriği çocuğı etkileyecekse çocuk oyuncu koçlarına ve pedagoğlara ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışma kapsamında yukarıda yer alan işbölümü dâhilinde üretim sürecine nasıl katıldıkları ve çalışma koşullarına yönelik olarak 17 set işçisiyle görüşülmüştür.

**Tablo 3.6 Set İşçilerinin Demografik Bilgileri ve Mesleki Deneyimleri**

Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Bölüm	Meslek	Çalışma Süresi
Kadın	35	Üniversite	Turizm Rehberliği	Birinci Yönetmen Yardımcısı	10 yıl
Erkek	46	Üniversite	Fotoğraf	Görüntü Yönetmeni	26 yıl
Erkek	27	Üniversite	Mimarlık	Focus Puller	7 yıl
Erkek	21	Üniversite (devam ediyor)	RTS	Steadicam Asistanı	2 yıl
Erkek	37	Üniversite Terk	RTS	Işık Şefi	20 yıl
Kadın	39	Üniversite	Heykel	Sanat Yönetmeni	13 yıl
Kadın	35	Üniversite	Gazetecilik	Birinci Sanat Yönetmeni Yardımcısı	10 yıl
Erkek	42	Üniversite (devam ediyor)	Heykel	Dekor Şefi	10 yıl
Erkek	60	İlkokul		İnşa Ekibi Demir Ustası	19 yıl
Kadın	35	Üniversite	RTS	Kostüm şefi	10 yıl
Erkek	38	Lise		Saç-Makyaj	14 yıl
Erkek	19	Üniversite/devam ediyor	Tiyatro	Oyuncu/Yardımcı Rol	2
Erkek	37	Üniversite	Tiyatro	Oyuncu/Yardımcı Rol	16
Kadın	29	Üniversite	Sosyoloji	Oyuncu/Yardımcı Rol	8
Erkek	42	İlkokul		Çaycı	6 yıl
Erkek	47	İlkokul		Şoför	16 yıl
Kadın	27	Üniversite	Psikolojik Danışmanlık	Pedagog	4 yıl

Çalışma kapsamında görüşme yapılan 17 kişinin 6'sı kadın, 11'i erkektir. Yaş ortalamaları ise 36'dır. Set işçilerinin mesleki deneyimlerinin ortalaması 10 yıldır. Sektörde en az deneyimi olan kişi 2 yıla steadicam asistanıyken; en fazla deneyimi olan kişi 26 yıla görüntü yönetmenidir. Görüşülen 17 kişinin 9'u üniversite, 3'ü ilkokul 1'i lise mezunudur. 3'ü üniversiteye halen devam ederken; 1'i de üniversiteyi yarım bırakarak sektörde çalışmaya başlamıştır. Bu tabloya göre, sektörde yapımcı, sanat-tasarım, kamera-ışık-ses gibi alanlarda çalışmak üzere çoğunlukla üniversite mezunlarının tercih edildiği görülmektedir. Görüşme yapılan kişilerin mezun oldukları alanlara bakıldığında üniversite mezunu olan 9 kişiden 3'ünün sektöre alakalı bölümlerden mezun olmadığı görülmektedir. Yani sektörün dışındaki alanlardan mezun olanlar da setlerin yönetim, görüntü-kamera, kamera önü kısımlarında çalışabilmektedirler.

Yukarıdaki tabloya göre, Üniversiteden mezun olan kişilerin 6'sı ise sektöre yakın olan bölümlerden mezun olmuşlardır. Görüşülen kişilerin cinsiyet dağılımlarına bakıldığında ise, sektörün erkek işçi ağırlıklı olduğu görülmektedir. İş bölümü içerisinde setlerde erkekler daha çok görüntü yönetmenliği, focus pullerlik, steadicam asistanlığı, dekor şefliği gibi daha



teknîğe dayalı işlerde yer alırken; kadınların sanat yönetmenliği, sanat yönetmenliği yardımcılığı, kostüm şefliği, yönetmen yardımcılığı gibi işler yaptığı görülmektedir. Kadına toplum tarafından atfedilen roller setlere de yansımaları söz konusudur (Şeker, 2009):

“Setlerde toplumsal cinsiyetin beynimize, bedenimize kazıdığı bütün yargılar iş bölümünü de kati sınırlarla birbirinden ayırıyor diyebiliriz. Yönetmenler, görüntü yönetmenleri, kamera ekibi ve ışık ekipleri silme erkeklerden oluşurken kadınlar çoğunlukla kostümcülük, sanat asistanlığı, yönetmen yardımcılığı ya da suflörlük yapıyor. Dört yıllık sinema eğitimi alan kadınların setlerde ütü yapma, domates doğrama, dikiş dikme gibi işler yapıyor olmaları, kadına toplum tarafından atfedilen rollerin setlerde çalışan kadının rolünü de nasıl şekillendirdiğini gösteriyor. Hal böyle olunca kadınlar daha alt kademelerde ve dolayısıyla hep daha fazla ezilerek çalışıyor. Erkeklerin, fiziksel güç ve teknik zekâyla ilgili işlerle bağdaştırılıyor olması ister istemez setlerde de erkeğin üstün tutulmasına, erkekliğin norm sayılmasına yol açıyor. Böyle bir ortamdaki işleyişin kadın erkek eşitliğine dayandığını söylemek çok güç”.

Tablo 3.7’de, çalışma kapsamında görüşme yapılan kişilerin çalıştıkları dizilerin isimlerini, yayımlandıkları kanalları, dizileri finanse eden yapımcı şirketlerini ve dizilerin sezon sayılarını göstermektedir:

**Tablo 3.7 Set İşçilerinin Çalıştığı Diziler, Kanalları, Yapım Şirketleri ve Dizilerin Süreleri**

Dizinin Adı	Yayınlandığı Kanal	Yapım Şirketi (İşveren)	Yılı-Bölüm Sayısı
Çarli	Star TV	Taylan Kardeşler ve Burçin Özdemir	1999-24 bölüm
Kurtlar Vadisi	Show TV-Kanal D	Pana Film	2003-97 bölüm
Şöhretler Kebapçısı	Star TV	Stil Prodüksiyon	2003
Büyümüş de Küçülmüş	Kanal D	ANS Productions	2003-9 bölüm
İyi Saatte Olsunlar	Show TV	E Plus	2004-
Yabancı Damat	Kanal D	Erler Film	2004-106 bölüm
Ters Köşe	TRT 1	Limon Yapım	2005
Çapkın	Show TV	Süreç Film	2005-17 bölüm
Candan Öte	Star TV	Gold Film	2006-24 bölüm
Fırtına	Kanal D	BKM	2006-48 bölüm
Sıla	ATV	Fm Yapım – Most Production	2006-79 bölüm
Yaprak Dökümü	Kanal D	Ay Yapım	2006-174 bölüm
Sevda Çiçeği	Show TV	Süreç Film	2006-24 bölüm
Hayatım Sana Feda	ATV	Süreç Film	2006-7
Gönül	Kanal D	Masal Evi	2006-7
Baba Oluyorum	TRT 1		2007
Mert İle Gert	TRT 1	Plato Film	2007-28 bölüm
Eksik Etek	Show TV	Limon Yapım	2007-3 bölüm
Bez Bebek	Fox TV	Focus Film	2007-101 bölüm
Elveda Rumeli	ATV	Adam Film	2007-83 bölüm
Fikrimin İnce Gülü	Show TV	Med Yapım	2007-8 bölüm
Hayal ve Gerçek	ATV	Süreç Film	2007-8 bölüm
Kurtlar Vadisi Pusu	Kanal D	Pana Film	2007-devam ediyor
Annem	Kanal D	Gold Film	2007-64 bölüm
Kara Yılan	ATV	İç Yapım	2007-17 bölüm
Gece Sesleri	Show TV	Koliba Film	2008-26 bölüm
Peri Masalı	Kanal 1	Plato Film	2008
1 Erkek 1 Kadın	TürkMax, Star TV, Fox TV	Altoklar-1K1E-Bando Yapım	2008-devam ediyor
Dalgakıran	TRT 1	GM Filmcilik	2008-4 bölüm
Ah Kalbim	TRT 1	Plato Film	2009-26 bölüm
Masumlar	-	Sinegraf	2009-
Samanyolu	ATV	Ay Yapım	2009-29 bölüm
Kapalı Çarşı	ATV	TMC Film	2009-38 bölüm
İstanbul Çocukları	Star TV	Pastel Film	2009
Çakıl Taşları	Fox TV	TIMS Productions	2010-17 bölüm
Gönül Ferman Dinlemiyor	Show TV	EBS Production	2010-3 bölüm
Lale Devri	Show TV, Fox TV	Avşar Film	2010-135 bölüm
Behzat Ç. Bir Ankara Polisiyesi	Star TV	Adam Film	2010-96 bölüm

Dizinin Adı	Yayınlandığı Kanal	Yapım Şirketi (İşveren)	Yılı-Bölüm Sayısı
Kalp Ağrısı	ATV	VEGA	2010-17 bölüm
Güneydoğu'dan Öyküler Önce Vatan	Show TV	Fida Film	2010-19 bölüm
Öyle Bir Geçer Zaman Ki	Kanal D	D Productions	2010-120 bölüm
Çakıl Taşları	Fox TV	TİMS Productions	2010-17 bölüm
Nuri	Kanal D	Süreç Film	2011-19 bölüm
Bir Çocuk Sevdim	Kanal D- Star TV	TMC Film	2011-39 bölüm
Muhteşem Yüzyıl	Show TV, Star TV	TİMS Productions	2011-139 bölüm
Adımı Feriha Koydum	Show TV	Med Yapım	2011-67 bölüm
Leyla İle Mecnun	TRT 1	Eflatun Film	2011-104 bölüm
Suskunlar	Show TV	TİMS Production	2012-28 bölüm
Küçük Kıyamet	STV	İç Yapım	2012-devam ediyor
Şubat	TRT 1	Eflatun Film	2012-32 bölüm
Kayıp	Kanal D	D Productions	2013-18 bölüm
Tatar Ramazan	ATV	TMC Film	2013-26 bölüm
Emanet	Fox TV	Gold Film	2014-10 bölüm
Maral	TV 8	Acun Medya	2015-devam ediyor

Görüşme yapılan kişilerin birden fazlasında yer aldığı 54 dizi projesinin 1'i dışında hepsi 2000'li yıllarda yayınlanmıştır. Görüşülen kişiler bu yıllarda dizi setlerine dâhil olmuşlardır. 54 dizi projesinin 5'i Star TV'de, 10'u Kanal D'de, 10'u Show TV'de, 9'u ATV'de, 7'si TRT 1'de, 4'ü Fox TV'de, 5'i çeşitli dönemlerde birden fazla kanalda, diğerleri de Kanal 1, STV ve TV 8'de yayınlanmışlardır. Sinegraf tarafından 2009 yılında yapımı gerçekleştirilen "Masumlar" dizisi ise ATV'de yayınlanacakken kanal ve Osman Sınay'ın sahibi olduğu Sinegraf ile arasındaki anlaşmazlıktan ötürü yayınlanmadan rafa kaldırılmıştır.

Görüşme yapılan kişilerin birden fazlasında yer aldıkları dizilerin 5'inin yapımcısı Süreç Film, 4'ünün TİMS Production, 3'ünün TMC, 3'ünün Gold Film, 2'sinin Pana Film, 2'sinin Limon Yapım, 2'sinin Ay Yapım, 2'sinin Adam Film, 2'sinin Med Yapım, 2'sinin D Production, 2'sinin Eflatun Film'dir. Geriye kalan dizi projeleri ise bir projeye Taylan Kardeşler, Stil Prodüksiyon, ANS Productions, E Plus, Erler Film, BKM, FM Yapım – Most Production, Masal Evi, GM Filmcilik, Sinegraf, Pastel, EBS, Avşar Film tarafından yapılmıştır.

54 dizi projesi arasında en uzun süren dizi, olan Kurtlar Vadisi Pusu dizisi halâ yayınlanmaya devam ederken; finalini yapmış olup en uzun sürmüş olan diziler, 174 bölümle Yaprak Dökümü dizisi, 139 bölümle Muhteşem Yüzyıl dizisi, 135 bölümle Lale devri, 120 bölümle Öyle Bir Geçer Zamanki, 106 bölümle Yabancı Damat, 104 bölümle Leyla İle

Mecnun, 101 bölümle Bez bebek, 97 bölümle Kurtlar Vadisi Pusu, 96 bölümle Behzat Ç. Bir Ankara Polisiyesi, 79 bölümle Sıla, 67 bölümle Adını Feriha Koydum, 64 bölümle annem dizileri olmuştur. En kısa süren diziler ise 3, 4, 8, 9, 10 bölüm yayınlanarak yayından kaldırılan dizilerdir. Görüşülen kişiler hem uzun süre devam eden dizilerde hem de 10 bölümden daha fazla sürmemiş dizilerde çalışmışlardır.

### 3.5.2 Set İşçilerinin İş Tanımları

**Birinci yönetmen yardımcısı:** Dizi çekimlerinden bir gün önce yapımla beraber dizi çekim programının ayarlanmasından sorumludur. Bu program, çekimi olacak oyuncuların organizasyonunu, sete kaçta gelececeklerini, oyuncuların ne kadar süre ara boşlukları olacağını, ara boşluklarda oyuncuları nasıl dinlendireceklerini ve oyuncuları sete nasıl getirip göndereceklerini içermektedir. Bütün bunların yanında birinci yönetmen yardımcısı, dizinin herhangi bir sahnesinin çekileceği mekâna daha önceden girilmişse, yönetmenin verdiği açı ve dizinin o gün çekilecek olan senaryosu doğrultusunda sahneyi hazırlamakla, kullanılacak aksesuarların kontrolünü yapmakla ve sahneyi başlatmaya yardımcı olmakla görevlidir (M.Ç, 2015).

**Görüntü yönetmeni:** Setlerde yönetmenin en önemli yardımcısıdır. Kullandığı en önemli iki unsur aydınlatma ve kompozisyonudur. Görüntü yönetmeni çekimlerden çok önce senaryo üzerinde çalışmaya başlayarak yönetmenin hayal ettiği dünyayı teknik bilgisi ve yaratıcılığı kullanarak yaratır. Yönetmenle büyük bir uyum içinde çalışması gereklidir. Görüntü Yönetmeni B.K görüntü yönetmenliğini şu şekilde anlatmıştır:

“Senaryoyu okuyup yönetmene bazı sahneleri nasıl çekeceği ile ilgili fikrini sorarsınız. Yönetmen sizin fikirlerinizi sorar. Çünkü hiç tanımadığınız biriyle beraber aynı yere bakmanız gerekir. Yönetmen görmek istediğini, hayalini tarif eder. Biz de o rüyayı fiziki şartlarla oluştururuz. Benim marifetim esnek olup yönetmenlerin rüyalarının içinde dolanabilmek aslında. Farklı projelerde çalışıyoruz. Tarihi bir proje, aksiyon, komedi, çocuk dizisi olabiliyor. Esnemeniz ve bu esnekliği çok kısa sürede sağlamanız, çok hızlı refleks geliştirmeniz gerekiyor (B.K, 2015).

**Focus puller:** Kameraman asistanlığı yapar. Kamerayı görüntüye odaklamaktan sorumlu olup çekim esnasında insanların ve objelerin netliğini sağlamaktan sorumludur.

**Steadicam asistanı:** Steadicamin kurulması ve operatöre takılıp çıkarılmasından sorumludur.

**Işık şefi:** Görüntü yönetmeniyle birlikte çalışarak onun direktiflerini yerine getirir. Dizinin çekileceği mekânlar belirlendikten sonra görüntü yönetmeniyle beraber mekânları ve

dekoru görür. Bunların üzerinden görüntü yönetmeniyle kameranın yerini ve ışığın koyulacağı alanı saptarlar (M.Y, 2015).

**Sanat yönetmeni:** Sanat yönetmeni, senaryoyu giydiren, senaryoyu renklendirir, senaryodaki dünyayı yaratır. Ekibini kurar, koordinasyonunu yapar (M.A, 2015).

**Birinci sanat yönetmeni yardımcısı:** Sanat yönetmeninin birinci asistanıdır. Şef asistan olarak da adlandırılmaktadır. Birinci asistan, sanat yönetmeninden sonra diğer asistanlarla birlikte dizi setinde setin aksesuarları ve dekorunun hazırlanmasından sorumludur. Dizinin herhangi bir sahnesinin çekiminden önce sanat yönetmeni asistanları senaryoyu okuyarak o sahnede gerekli olacak malzemelerin dökümlerini yapmaktadırlar. Çıkardıkları bu dökümlere göre, bir alışveriş listesi çıkararak çekim esnasında kullanılacak aksesuar ve dekor malzemelerinin satın alma işini gerçekleştirmektedirler. Dizilerde çeşitli aksesuarlar sponsorlardan temin edilmekle birlikte, sanat grubu çekimde kullanılacak aksesuar ve malzemeleri satın alarak ve eğer dizi dönem dizisiyse eskicilerden toplayarak da temin edebilmektedirler. Temin edilen malzemelerin sete getirilmesini sağlayarak, sahne öncesinde seti hazırlarlar:

“Şef asistan ve diğer asistanlar, setin senaryoya bağlı olarak aksesuarından dekoruna kadar her şeyini sahne öncesinde hazırlamak durumundadır. Çekim anında da sette bunun takibini yapar. Mesela hazır mekânlara ya da birilerinin yaşadığı evlere giriyoruz diyelim. Sanat ekibi bu evi dizinin atmosferine uygun olarak düzenler. Örneğin bir yemek sahnesi için aksesuarları hazırlar. Çekimlerin tekrarlarında bu düzen yeniden sağlanır. Şef asistan, bütün çekimler sırasında sette bulunur. Her sahnede sanat ekibinden bir kişinin monitörden bakması gerekir. Mesela küçük bir mekânda çekim yapılıyor, kamera bir yere yerleşiyor ve sonrasında o kamera oradan çıkıp başka bir yere yerleştiği zaman sen orayı tekrar eski haline getirmek zorundasındır. Eski haline getirirken de bazen sahneye ve o mekânın dekoruna ait olmayan şeylerin düzenlemesini sağlıyoruz. Her şeyin yerini bilmemiz gerekiyor. Bu bir mekân devamlılığıdır. Biz bunun da takibini yapmak zorundayız.” (D.K, 2015)

Ek olarak dizi bir dönem dizisiyse sanat ekibi çekilecek dönemin bütün unsurlarını araştırarak malzemelerini toplamakla da yükümlüdür. 1980 yılını yansıttıkları bir diziyile ilgili olarak B.K.Ö (2015) şunları söyler:

“1980 yılını en ufak bir bakkaliye ürününden tutun mimari stiline kadar iki üç ay boyunca sadece okuduk. Araştırmalar yaptık, renk skalaları çıkarttık. Diziyi İzmir’de çekiyor gibi gösterdiğimiz için, İzmir’e giderek araştırmalar yaptık. Döneme ait bütün gazeteleri ve İzmir’in yerel gazetelerini inceledik. 1980 yılının kült malzemeleri nelerdir, ne giyerler, ne yerler, ne içerler, o dönemde ekmek ne kadar. O dönem beyaz yumurta yok, kahverengi doğal

yumurta dediğimiz yumurta var, o dönemin çok özel şekerleri var, o dönemin patpatları var. O bir iki aylık hazırlık sürecinde sürekli olarak eskicileri, dükkânları araştırarak, o döneme ait malzemeleri çıkardık, bütçeler çıkardık”

**Dekor şefi:** Dekor şefi, dizinin senaryosunu ve yönetmenin hayalini üç boyutlu hale getirir. Bir başka ifadeyle, dizinin senaryosunu görsel hale getirip belli bir renk uyumuyla sunar. Dekor şefi, günümüz dizilerinde sürekli olarak mekân düzenlemesi yapmaktan sorumludur. Ekibiyle beraber bir sonraki çekim gününün malzemelerini satın almak da görevleri arasındadır. Her yapım için geçerli olmamakla birlikte, buldukları boya, aksesuar, mobilya gibi sponsor listeleriyle sponsor ihtiyaçlarını da karşılarlar. Başka bir ifadeyle bazı yapımlarda sponsorların ayarlanması sorumluluğunu da üstlenirler. Böyle durumlarda dekor şefi yapım şirketinden verilen bir sözleşmeyi sponsorlara götürerek onlarla gerekli anlaşmaları yapar. Sponsorlardan gelen malzemelerin eksiksiz ve sağlam bir şekilde sponsorlara teslim edilmesinden de sorumludur (E.A, 2015). Sponsorlardan gelen malzemelerin eksiksiz ve zarar görmemiş bir biçimde sponsorlara teslim edilmesi sanat-tasarım ekibinde çalışanların en temel sorunlarından birini oluşturmaktadır. Zarar gören malzemeler nedeniyle ücretlerinin kesildiği de olmuştur (B.K.Ö, 2015).

“İstedığınız malzemelerle bir dünya kuruyorsunuz arkanızı döndüğünüzde o esnada a malzemeye zarar gelebiliyor. Fakat bu sizin sorumluluğunuzda olduğu için bunun hesabı size soruluyor. Biz bir de bu malzemeleri korumak zorundayız. O yüzden sanat yönetmenlerinin büyük bir çoğunluğu bana geri dönüşümsüz malzeme getir talebinde bulunur. Yani ben bir tane mobilya aldysam iş bitiminde teslim etmeyeyim şirketin olsun. Çizilse de şirket alır, boyar, sonra kullanır. Şirkette bunu talep ediyor ve tavsiye ediyor zaten. Geri dönüşümlü malzemeyi kimse sevmiyor. Bazı firmalarda bazen diyor ki “hayır bunu kullan ama bana geri getir”. Benim önceki çalıştığım işlerde kırılan dökülen şeylerden bizden para kesildiği çok oldu. Son toplanma sürecinde örnek veriyorum on malzeme almışız o firmadan kırılmış 2 tanesi. Onların meblağlarına bakılıp sanat grubundan kaç kişi varsa hepimizin kaşesinden kesildiği oldu. Kostümde de geçerli, bir kürk getiriyorsun, ya da bir mücevher geliyor, pırlanta küpenin kaybolduğu olmuştur sette. Günün sonunda bulundu; ama kostümcü stresten bayılmak üzereydi. O yüzden çok tehlikeli ve pahalı malzemeyi almak istemiyoruz.”

**İnşa ekibi:** Sanat yönetmenlerinin isteğiyle, dizi setlerinin dekor işlerinde yer almaktadırlar. Dizi setlerinde bulunmuş bir demir ustası inşa ekibinin görevini şu şekilde anlatmıştır (C.A, 2015.)

“A dizisine iki tellide bir yer yapmıştık, mesela bir dizi için Uşak’a giderek orada oba çadırları kurduk. Kaynak demir işleri olunca bu tarz projelere gidiyoruz. A



dizisinin geçtiği odaları yaptık, boş bir binanın içine, zaten bir binanın içinde geçiyor dizi. O odaları böldük, odaları yaptık, ışık yollarını yaptık. Diyelim ki bina yapılacak, binanın önünü yapıyor, kaplıyoruz. En son Madımak otelini yaptık, Madımak otelinin ön cephesinin aynısını kurduk. Bir dizi için obaları, göçebe çadırları yaptık çelikten, onun üstünü kapladılar, keçeyle, kilimle. İnşaattan bizle beraber, marangozlar, boyacılar çalışır. İnşaat ekibidir bu bir nevi. Bizi de bu sanat grubuna dâhil ediyorlar.

**Kostüm şefi:** Senaryo ile birlikte gelen karakterlerin yaşı, geçmişi, kişiliği gibi karakter dökümleri doğrultusunda oyuncularını giydirmekten sorumludur. Karakterlerin özellikleri doğrultusunda kostüm ile ilgili hazırlıklar dizi yayına girmeden önce hazırlık aşamasında gerçekleştirilmektedir (B.K.Ö, 2015):

“Bir buçuk, iki ay en az hazırlık aşaması oluyor diziyi ekranlarda izlemeden önce. Mesela, adam dindar bir adamsa adamın renk tonları daha çok kahveler oluyor, daha çok koyu nefli yeşiller oluyor, belki köstekli saat takıyor adam. Belki cebinde sürekli tesbih oluyor gibi detaylar üzerinde çalışılıyor. Bu detayları izleyici gördüğünde bu karakter böyle biri demesi gerekir. Daha hiçbir şey anlatmadan bunu anlatması gerekiyor kostümün. Kostüm hazırlıklarını yaptıktan sonra, yönetmen ve rejiiye düzenli toplantılarla sunumlar yapılıyor.”

Dönem dizilerinde ise kostüm ekibi ve kostüm şefinin daha yoğun bir çalışma temposu bulunmaktadır. Dönem dizilerinin hazırlık aşamaları diğer türlerdeki dizilere göre daha uzun sürmektedir (BKÖ, 2015):

“Dönem dizilerindeki kostümleri tahmin edersiniz. Çalıştığım bir dizinin bir buçuk ay değil, dört ay gibi bir hazırlığı oldu. Öncelikle kostüm tasarımları yapıldı. Kumaş örnekleri getirildi. Bu detaylar yönetmenle defalarca tartışıldı. Reji, yapım koordinatörü, kostüm ekibi, düzenli aralıklarla toplantı yaptı. Ön dikimler yapıldı. Ön dikimler yönetmene sunuldu. Bu iş için iki tane sabit terzimiz vardı. Adana’dan getirildi. Onlara kalacak bir yer ve bir ofis oluşturuldu. Makineler geldi, bölmeler yapıldı, soyunma kabinleri, aynalar yapıldı. Oyuncuların provaları yapıldı. Kostüm ekibi altı kişilikti.” Kostüm ekibi aynı zamanda oyuncuların kostümlerinin ütü ve dikim işlerini de yapmaktadırlar. “Ütü de yaparız, dikim de yaparız, kostüm ekibi, ellerinde sürekli -bir terzi gibi düşünün- topuz ile gezerler, bellerinde çantaları vardır. Her an açılacak bir paçaya karşı telalar, makaslar, tüy alıcılar üzerlerinde bulunur.”

**Saç-makyaj:** Saç makyaj ekibi set başlamadan bir ay önce hazırlıklarına başlamaktadır. Senaryoyu ve karakter dökümlerini okuyarak, dizide yer alan her oyuncu için saç ve makyaj örnekleri hazırlarlar. Hazırladıkları bu modelleri yapımçı, sanat yönetmeni ve

rejinin olduğu bir toplantıda sunarak kabul almalarının ardından modellerin oyuncularla birlikte provasını yaparlar (R.Ü, 2015).

“Senaryoyu okuruz. Saç ve makyaj için, hikâye ve karakter analizi çok önemlidir. Hatta karakter seçimine bile müdahale edebiliyoruz bazen. İstedikleri karakter başka bir şey ama getirdikleri oyuncu hiç onunla alakalı olmayabiliyor. Her oyuncu için beşer model hazırlıyorum. Yirmi karakter varsa her biri için 20 ayrı model hazırlıyorum. Taslak halinde, dosya halinde ilk toplantımızda sanat yönetmeni, kostüm saç makyaj rejî ve yapımcı toplantı yapıp hangisinin daha uygun olacağına karar veriyoruz. Sonra onu uygulamaya geçiyoruz. Oyuncunun üstünde duruyor mu diye. Bunun provasını yapıyoruz. Öncesinde hazırlık provası yapılıyor. Rejinin bize çıkardığı bir program var. Programa bakarak hangi sahneden başlayacağımıza, hangi oyuncunun önce çekimi olduğuna bakıyoruz. Her bir oyuncuyu yarım saat içinde hazırlamamız gerekiyor.”

**Yardımcı alanlar:** Yardımcı alanlardan ulaşımın sorumlu şoförler, set çalışanlarının ve oyuncuların servisi ve sanat, ışık, set gibi çeşitli birimlerin malzemelerini taşımaktadırlar. Setlerde yapımın büyüklüğüne göre, malzemelerin ve set görevlilerinin ulaşımı için kamyonet, servis ve taksi görevlileri bulunmaktadır, karavan şoförleri bulunmaktadır (SY, 2015).

**Set ekibi:** Set ekibi setin temizliğinden, dekorun ve çekim için kullanılacak malzemelerin taşınması işlerini yapar. Set ekibi, çekimin ardından da sette kalarak çekimin yapıldığı mekânın temizliğini gerçekleştirir.

**Pedagog:** Çocuk oyuncu koçlarıyla birlikte çalışmaktadırlar. Dizi setlerinde çocuk oyuncular kapsamında psikolojik danışmanlık yaparlar.

**Oyuncu (3):** Kamera önünde, başrol, yan rol ya da konuk oyuncu olarak çalışmaktadırlar.

Görüşme yapılan kişilere iş tanımlarından sonra işe başlamadan önceki duygu düşünce ve hedefleriyle dizi setlerinin gerçekleri sorulmuştur.

### 3.5.3 Set İşçilerinin İşe Başlamadan Önceki Düşünceleri ve Dizi Setlerinin Gerçekleri

Çalışma kapsamında görüşülen kişiler, işe başlamadan önceki duygu düşünce ve hedefleriyle, dizi setlerinin gerçeklerinin son derece farklı olduğunu düşünmektedirler. Üniversiteden mezun olarak geçimlerini sağlamak için çalışmak zorunda olan gençlerin hem İstanbul ile mücadele etmesi hem de kendisini piyasaya kabul ettirmesi son derece zorlu bir

süreçten geçerek olmaktadır. Dizi setleri, gençlere mezun olur olmaz iş fırsatı sunmamaktadır (D.K ile Yapılan Görüşme, 2015):

“Bir gencin hem İstanbul’la hem de sektörle mücadelesi gerçekten çok zor. Çünkü aile desteğin yok, okulun bitmiş, para kazanman gerekiyor. Buraya geliyorsun İstanbul’a. En büyük sorun barınma problemi. Çok şanslıysan burada yaşayan arkadaşların sana destek oluyor. Bir şekilde bir yerlerde kalıyorsun ve kendini piyasaya kabul ettirme sürecin başlıyor. Bir sürü sıkıntı. Bunları da yaşadıkça kafanda en baştaki kurduğun dünya ile, gerçeğine baktığın zaman birbirinden çok farklı olduğunu görüyorsun. Bu saatten sonra klişe bir sözdür. Cafe açacağım. Çünkü bunun başka bir dönüşü yok. Başka bir işte çalışma ihtimalin çok az. Yaşın ilerliyor. 35 yaşından sonra başka bir mesleğe dönüş çok zor. Aradan on yıl geçmiş annem bana halen soruyor ne zaman sigortalı bir işe gireceksin?

Görüşme yapılan kişiler, mezun oldukları bölümlerde aldıkları eğitimin sektörün gerçeklerinin çok uzağında olduğunu belirtmişlerdir. Dışarıdan son derece renkli görünen ve mezun olur olmaz yönetmenlik hayaliyle hemen işe başlayacağını düşünen gençler; ancak piyasada yer edinmiş kişilerin aracılığıyla ve önermesi ile setlerin herhangi bir biriminde işe başlayabilmektedirler:

“Güzel Sanatların bütün dallarında ağırlıklı olarak size şunu gösteriyorlar ve bunu üstüne basa basa söylüyorlar: “Siz dışarıdaki insanlardan farklısınız”, “siz daha farklı düşünmelisiniz”. “Siz onlardan farklı olduğunuz için buradasınız”. Bu tarz şeylerle öğrencileri besliyorlar. Bu da bizim çalışma koşullarımızın düzelmemesini, insanların bir şeyleri görmemesini etkiliyor. Yani o eğitimin vermiş olduğu, hocaların bize aktarmış olduğu söylemlerin de etkisi, bizi başka bir hayal dünyasına götürüyor.” (E.A, 2015).

“Okulda mesela yeni mezun olmanın bir Donkişot olma durumu var. Sinemanın bütün kült filmleri izlenmiş, sinema çok iyi biliniyor. Ancak sektörde aradığını bulamıyorsun. Hayalimdeki ile sektör bambaşka. Dışarıdan baktığında bir sinema-TV öğrencisi olarak her şeyi ben biliyorum modundasın, yönetmenlik hayali kuruyorsun, dünyanın en saçma hayali bu. Bunu bir kere söyleyeyim. Ben rejiden birini tanıdığım için reji asistanı olarak başladım ama böyle bir talebim yoktu. Mezun olanlar, sektörün içindeki kostüm, reji, sanat gibi herhangi bir birimde işe başlayıp, gözlem yapıp, hangisinin kendilerine daha uygun olduğunu seçerlerse daha mutlu olurlar. Ben bambaşka hayaller kuruyorken rejiye itildim. Set ortamı dışarıdan çok renkli görünse de kendimi büyük bir koşturmacanın ortasında buldum. Sete ilk gittiğinde sanki herkes seni fark edecekmiş gibi düşünüyorsun ama o ortamda herkes için hiçbir şeysin. Sonra o ilk pırıltı yavaş yavaş sönmeye başlıyor. Gerçeklerle yüzleşiyorsun (M.Y, 2015)

Setlerde aldıkları eğitim doğrultusunda işlerini yapabileceklerini düşünen set işçileri, setin kanunlarının aldıkları eğitimin çok uzağında olduğunu ifade etmişlerdir. Bir pedagog olarak setlerde çalışan ve işinin tanımı gereği, çocukların yetişkinlerin koşullarında çalışmamasını sağlamak ve istismar edilmelerini önlemek amacıyla setlerde bulunan E.C (2015) işinin gereğini dizi setlerinde yapamadığını ve istismarın bir parçası olduğunu düşünerek setlerde çalışmayı bırakmıştır.

“Reelde hiçbir yerde değildi psikolojik danışman. Çok savaşı vermek zorunda kaldık. Biz çocuğun iyiliği için orada olduğumuza kurduk kendimizi. Bu çocuk işçi ve biz bu çocuk işçinin haklarını korumak ve onu istismardan uzak tutmak için buradayız dedik. Ama bir başkası, ben insanların işini kolaylaştırırım, çabuk çekilsin dizi diye de kurabilir. Biz öyle kurmayı tercih etmedik etik açıdan. Bizim için çocuğun oradaki iyilik hali önemliydi. O yüzden biz her zaman ekiple hep bir didişme ve kavga halinde olmak zorunda kaldık. Özellikle prodüksiyonla. Mesela çocukların belli bir çalışma saati yok. Çocukların 24 saat kaldığı oluyordu sette. Böyle bir şey olduğunda bizim için 2 şey vardı. Bir tanesi çocuğun orada kalmasını sağlayan kişi olabilirsiniz. İkincisi çocuğun orada kalmaması gerektiğini biliyor olmalısınız. O çocuk orada kalmamalı 24 saat. Kar yağıyorsa, hava soğuksa ve çocuğun kalabileceği bir mekân da yoksa o zaman kavga eden duruma düşüyorsun. Çünkü öteki taraftan da yönetmen ve yapımcı diyor ki: “bu sahnenin burada çekilmesi lazım. Biz bir daha gelemeyiz. Çocuk kalacak” diyorlar. İş bırakmamın sebeplerinden bir tanesi de buydu. Çünkü çocuk istismarını önlemek için oradaydım ama istismarın bir parçası haline geliyordum. Yapılacak hiçbir şey yok çünkü. Senin üzerinde bir güç var ve o karar veriyor, olacak diyorsa oluyor.

Set işçilerinin bazıları ise, sektörle ilgili hiçbir isteği, hayali ve düşüncesi olmadan setlerde çalışmaya başlamıştır. Sektör, çeşitli şekillerde yeni yüzleri keşfetmeye önem vermektedir: “Aslında hiçbir hedefle başlamadım. Oyuncu olabileceğimi düşündüler ve bende denemeye karar verdim.” (T.T. İle Yapılan Görüşme, 2015).

Kimi set işçileri ise, setler zorlu koşullara sahip olsa da setlerde çalışmayı sürdürmek istemektedir. Set ekibi içinde yer alan ve çaycılık yapan (B.Y, 2015) bunu şu sözlerle ifade etmiştir:

“Tabi ki çalışanlar için başka sektör mü yok, tabi ki var. Set ekibi burada olmayı seviyor. Burada oyuncu ile iç içe, şakalaşılıyor, sohbet ediyor. Bu sektöre giren kolay kolay çıkamıyor. Ben bırakmayı düşünmüyorum. Özcan abimle (Özcan Deniz’i kastediyor) de çalıştım gidiyorum, geliyorum yanına. Bazı oyuncularımız arıyor, soruyor. Telefon açıyor. Ben telefon açıyorum. Bayramda yılbaşında. Güzel tarafı bu.

Koskocaman bir oyuncu seni arıyor: “ağabeyciğim nasılsın” diyor bu mutluluk veriyor ve paranın önüne geçiyor. Bu sektör bu yüzden cazip oluyor. Ben bölüm başı 500 lira alıyorum. Bölümü bir ayda çekerse hoca ben zarar ediyorum. Bahşişle gün geçiriyorum. Hazırlık süreci bölümüne göre 20 gün 25 gün sürüyor. Bir anlamı olmuyor. Ama ne zaman haftada bir bölüm çekilirse, benim aylığım o zaman 2000 lira oluyor. O da bana yetiyor.”

Demirci C.A (2015) ise, demirci ustası olarak dizi setlerine birlikte çalıştığı işçileri de götürmektedir. C.A sektörün inşaat işçileri için cazip gelen taraflarını şu sözlerle dile getirmiştir:

Mesela bir defa götürüyorum sete. Her hafta beni arıyor: “abi iş var mı diye”. İş ağır olmasına rağmen can atıyor orada çalışmaya. O ortam hoşuna gidiyor. Ekipteki insanlar arkadaş gibi davranıyorlar. Üstünü başını yağlı ve pis gibi görmüyorlar. Onlar da bunu hissediyorlar. Bir de sanatçıları görüyorlar orada. Bazen bizim çalışanları oynatıyorlar. Küçük roller veriyorlar onlara. Farklı bir ortam olduğu kesin, piyasadan çok farklı. Ben şu an desem ki kaynakçılara: “Bizim iki tellide çatı işimiz var elli tane bahane bulur gelmemek için desem ki sinema-dizi işi var ellerindeki işi yarıda bırakırlar sete gelirler. Benim içinde öyle. Sektörde bizden eleman bulmakta hiç sıkıntı çekmezler. Benim de bırakmak aklımın ucundan geçmiyor.

#### 3.5.4 Set İşçilerinin İşe Alınma Süreci ve İşverenle İlişkileri

Sektörde işe başlama süreci için herhangi bir başvuru mekanizması ve bu yolla bir değerlendirme süreci işlememektedir:

“Bu sektörde çalışmak için başvuru yapabileceğin herhangi bir mekanizma yok “ben sette yer almak istiyorum” diye. Benim şöyle komik anılarım var. Bilmediğim için, okulda bir sürü şey öğrenirken; sektöre dair hiçbir şey öğrenmediğimiz için, onun o aptal şaşkınlığını maalesef yaşıyorsun. Ben, yapım şirketlerine cvler atmak gibi çaresiz çabalar da bulundum. Bunlar sonuç vermedi tabi (B.K.Ö, 2015).

Dizi setlerinde, işe başvuru mekanizmasının yerini tavsiye almıştır. Sektörde belli bir konum edinmiş kişilerin aracılığıyla setlerde iş bulunabilmektedir. Dizi sektöründe bulunan iş, dizi projesinin bitmesiyle birlikte sonlandığından dolayı başka bir projeye çağrılmayı beklerler. Başka bir projede yer alabilmenin yolu ise, yer alınan bir kaç projede kendini kabul ettirmekten geçmektedir. Kendini bu projelerde kabul ettirmiş ya da değerlendirme sürecini geçebilmiş kişiler, dizi setlerindeki işbölümüne dâhil edilmektedirler (R.Ü, 2015).

“Çalıştığım salondan ayrılmıştım. Defilelere giden birisiyle tanıştım. Beni yardıma çağırdı. Gittim oraya, ona yardım ettim. Gittiğim o defilede saç tasarım uzmanı başka birisiyle tanıştım: “Seninle çalışalım beş tane daha defile yapacağım” dedi. Gittiğim projelerde başka birilerini tanıdım. İlk 2002 de sinema projesiyle başladım. Arka arkaya projeler ve dizi projeleri gelmeye başladı. Yaptığınız işe bakıyorlar, işi takip etmenize bakıyorlar, iş için ne kadar araştırma yapıyor olduğunuza bakıyorlar, bir şeyler önerebiliyor musunuz, ya da sahne içinde, senaryo içinde herhangi bir değişiklik varsa onları uygulayabiliyor musunuz buna bakıyorlar. Herkes böyle projeleri takip ederek, “bu işte kim çalışmış”, “daha önce böyle bir iş çekildi orada bu arkadaş çalışmış”, “buraya da bu arkadaş gelsin konuşalım” derler gider anlaşır, çalışmaya başlarız.

“İlk giriş çok önemli. İşini iyi yaptığın sürece o zincir zaten devam ediyor. B bu işi çok iyi yapar hadi B’yi çağıralım gibi telefon zinciri ile bu işin arkası geliyor zaten. Garanti bir iş süreci gibi düşünürsen mutsuz olursun. Bu işlerin arasında iki ay üç aylık zaman dilimleri, bekleme süreçleri, “iş gelmedi” deyip evde üzölmeler var. İlk iki üç sene dışını sıkıttığın ve işini iyi yaptığın sürece sektörde aranan insan oluyorsun. Ama okulunu yeni bitiren bir öğrencinin dışını sıkıp büyük şehirlerde belki yokluk içinde biraz yıpranması gerekiyor. Bu bizim sektörümüzde kesin bir süreç, tabi çok iyi bir yerde olan tanıdığı yoksa. Hakikaten setlerin göbeğinde çalışan çok iyi tanıdıkları varsa bu kısım daha zahmetsizce geçer (B.K.Ö İle Yapılan Görüşme, 2015).

Görüşme yapılan kişilerin büyük bir çoğunluğu sektöre ya tanıdıkları, arkadaşları aracılığıyla ya da piyasada belli bir konuma sahip kişiler tarafından önerilmeleriyle girmişlerdir. Yeni mezunların ya da bu sektörde çalışmak isteyenlerin kendilerini ifade ederek sektörde yer almaları son derece zordur, hatta mümkün değildir:

“İlk işim Eşkîya filmiydi. Çok az bir yardımım oldu bu filmde. Ondan sonra ilgi duymaya başladım. Filmin sanat yönetmeni Mustafa Ziya’ydı. Mustafa Ziya “bizim projelerde demir işlerimiz oluyor, gel bizimle çalış” dedi. Mustafa Ziya’yı çok iyi tanıyordum. 30-40 yıllık arkadaşlığımız vardı. Onu ziyarete gittiğimde, Tepebaşında TRT’nin binasının altında Eşkîya filminin dekorlarını yapıyorlardı. Biraz orada yardımcı oldum. Sonra Mustafa Ziya beni diğer işlere çağırdı. Böylelikle sektöre girdim” (C.A, 2015)

“Daha önce ben Kayıp Dizisinde oynamıştım. 2013 yılında. Orada Deniz Koloş 2. Yönetmendi. Diğer projemde de onunla görüştük. Tekrar bir dizide oyuncu olarak yer almam bu şekilde oldu (C.A, 2015).



Bu işe başlamam bir arkadaşımın vasıtasıyla oldu. Prodüksiyondaydı o. Mekân ayarlama işlerini yapıyordu. Boştaydım o ara. Beni sete getirdi. Onun aracılığıyla çalışmaya başladım (B.Y İle Yapılan Görüşme, 2015).

“2011 yılında psikolojik danışmanlık bölümünden mezun oldum. O dönemde üniversiteden bir hocam “sette çalışır mısın? Ben setlerde çocuklara psikolojik danışmanlık yapıyorum, seni de götüreyim” dedi. Yeni bir dizi projesi başlıyordu o dönemde. O dizide oynayan bir çocuğa psikolojik danışmanlık yaptım. Tesadüfen oldu aslında bu işe girişim” (E.C, 2015).

“En küçük suflör asistanlıktan geliyorum. Şu an suflörlük ve dublaj sistemi kalmadı. Dizi, sinema, reklam her alanda çalıştım. Kocaeli Üniversitesi Turizm Rehberliği Bölümü’nden mezunum ama çocukluğumdan beri yapmak istediğim meslek olduğu için bu işi yapıyorum. İlk deneyimim şu şekilde gerçekleşti. Olympos’ta tatil yapıyordum. Koray Kasap’la tanışmıştım orada. Koray Kasap’ın bana ön ayak olmasıyla reklam sektöründen başka birileriyle tanıştım ve çalışmak istediğimi onlara söyledim. İlk olarak prodüksiyonda işe başladım. Reklamların ardından dizi projeleri geldi. Dizide de prodüksiyon değil de asıl yapmak istediğim şeyin reji olduğuna karar verdim. Setin içinde bir sonraki projeme de reji de devam ettim. Biraz şanslıydım o konuda da. Dizi projeme en küçük asistanlıktan başlamış oldum. Elveda Rumeli, Muhteşem Yüzyıl, Öyle Bir Geçer Zaman ki, Samanyolu, Dalga Kıran, Küçük Kıyamet gibi projelerde şef asistanlık, devamlılık ve time code işlerini yaptım. Küçük küçük yükseldim (M.Ç, 2015).

“İşime başlama sürecim çok şanslıydım. Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü filmi Bursa’da çekiliyordu. Ben de ailemle Bursa’da yaşıyordum. Okul bittiği zaman İstanbul’a iş aramaya gelmiştim. İstiklal caddesinde ne yapsam diye dolaşırken bir arkadaşımı gördüm. Bana “Hacivat Karagöz çekiliyor Bursa’da haberin yok mu?” dedi. Orada dev gibi plato yapmışlar. Bursa’ya döndüm. Filmle ilgili bir ilandan telefon numarası bularak prodüksiyonu aradım. Daha yeni mezun olduğumu ve çalışmak istediğimi söyledim. Kablo toplarım her şey yaparım. Sonrasında da beni kostüm departmanına aldılar, en fazla açık o departmanda olduğundan dolayı. Benim gibi çok genç arkadaş vardı orada daha ilk işini yapan. Kostüm asistanı olarak ilk işime başladım (D.K, 2015).

“Dekor sorumluluğu alma konusunda biraz erken ilerledim. O da geçmişteki yaptığım işle ilgili olarak malzeme bilgimin yüksek olmasından kaynaklandı. 12 yaşından beri inşaatlarda çalışıyordum. Bunların hepsi benim işimin hızlanmasını ve

erken sorumluluk almama neden oldu. Çalıştığım sanat yönetmeninin de bana yüklediği sorumluluklar oldu. Sette ve dekorun başında beni yalnız bıraktı. Aslında daha yavaş ilerleyeceğimi düşünüyordum ama biraz daha hızlı yol aldım. İnsanların bu sektörde ilerleyip sorumluluk alması en az 10-15 sene alıyor. Bu sektöre yeni giren insanların ya da okullu olanların atölye çalışmaları, malzeme bilgileri çok eksik olduğu için ilerlemek uzun bir zaman alıyor. Çivilerin boyutlarını, izolasyonu, boyayı, elektrik tesisatını bilmek zorundasınız. Aslında bir inşaat sektöründe çalışan bir işçi gibi bunları bilmek zorundasınız. Proje okuyabilmelisiniz, matematikten, geometriden anlamak zorundasınız. Benim daha önceki yaptığım iş bunların hepsini kapsadığı için kendi var olan bilgimle okulda öğrendiğim, renk bilgisi, ışık bilgisini birleştirdim. Yeni sektöre giren insanların böyle bir birikimi olmadığı için dekorda çalışma olanakları yok. Atölye çalışma ortamları yok. Okullarda bu eksik. Sadece kısa film çekiyorlar. Ama sanat ekibini, sanat yönetmenliğini istiyorlarsa o alanda uzmanlaşmak için “Bir dekor nasıl yapılır? Ön çalışması nasıldır? Bunları öğrenmek için asistan olarak, uzun bir süre parasız ya da yol parasına; ya da sadece yemekleri karşılanacak şekilde çalışmak zorundalar. Benim öyle bir durumum olmadı. İki bilgi birleşince kendimi daha çabuk gösterdim, daha az hata yaparak. Diğer arkadaşları daha zorlu bir süreç bekliyor (E.A, 2013).

İş süresinde belli değerlendirme kriterlerini başarıyla geçen işçiler için diğer dizi projelerinde yer alma olanağı artmaktadır. Bunun için kendilerini, ekiplerini kendi isteklerine göre belirleyen, daha önceki projelerde beraber çalıştığı kişileri tercih ederek kendi ekiplerini oluşturan yönetmenlere, görüntü yönetmenlerine ve sanat yönetmenlerine kendilerini kabul ettirmek durumundadırlar. İşveren olarak yapım şirketi yönetmen, görüntü yönetmeni ve sanat yönetmeni ile yüz yüze görüşerek iş için anlaşırken; ekibin büyük bir çoğunluğuyla yüz yüze gelmemekte, bu işi yönetmene sanat yönetmenlerine, görüntü yönetmenlerine bırakmaktadır. Yapım şirketleri işi en zahmetsizce çıkarabilecek ve daha önceki projelerde yer alarak çalıştığını kanıtlayan kişileri tercih etmektedirler. Böylelikle, bir telefon zinciri aracılığıyla projeler gelebilmektedir. Bu anlamda sanat yönetmenlerinin, görüntü yönetmenlerinin ve yönetmenlerin kendi ekipleri ve asistanları bulunmaktadır.

Oyuncu açısından ise işverenle ilişkiler, menajerleri ya da cast ajansları aracılığıyla başlamaktadır. Yapım şirketi ve oyuncu yüz yüze görüşmekte, provalar alınmakta ve oyuncu ile sözleşme yapılmaktadır. Oyuncu ile yapılan sözleşmeler ücret ve bazı şartları içermektedir. Bu sözleşmeler, tek taraflı ve işverenin güçlü olduğu sözleşmelerdir. Oyuncu sete zamanında gelmezse, oyuncuya ulaşılamazsa ciddi cezai şartlar uygulanır. Oyunculara “kelepçe

sözleşme” de denilen sözleşmelerle çeşitli yaptırımlarda bulunmaktadır. Bu yaptırımlar, evlenemez, görüntüsünde, saçında değişiklik yapamaz, şehir dışına çıkamaz, tatile gidemez, herhangi bir gerekçe göstermeden işten çıkarılabilir gibi maddeleri içermektedir (T.T, E.A, C.A, 2015). Yapım şirketleri oyunculara bu sözleşmeleri dayatmakta; oyuncular ise bu sözleşmeleri kabul etmek zorunda kalmaktadırlar. Set işçileri açısından yapım şirketleri tarafından dayatılan kuralların kabul edilmemesi demek; işsiz kalmak, sektördeki kara listeye girmek anlamına gelmektedir. Set işçileri, hem mevcut işlerini kaybedecekleri hem de bir daha iş bulamayacakları endişesiyle yapım şirketlerinin koyduğu kurallara uygun olarak davranmaktadırlar.

İşverenle ilişkiler açısından yapım şirketi sadece senarist, oyuncular, yönetmen, görüntü yönetmeni, sanat yönetmeni, uygulayıcı yapımcı, prodüksiyon amiri ile görüşmekte sette yer alan diğer işçilerle böyle bir görüşme gerçekleşmemektedir:

“Yapımcı ile oturup en temelde görüşenler, senarist, sanat yönetmeni, görüntü yönetmeni, uygulayıcı yapımcı, prodüksiyon amiri, yani dizinin ön jeneriğinde akan isimlerdir. Yapım şirketi ile hiçbir şekilde ilişki içinde bulunmayız. Yapım şirketi ile en temelde görüşen, yönetmen, görüntü yönetmeni ve sanat yönetmenidir. Yönetmenler yapım şirketleriyle bütçeyi ve ücretleri görüştüktan sonra ekiplerinin ne kadara geleceğini konuşurlar. Bu süreçte yapım şirketi ekiplere ayırdığı bütçeyi geçmemeye çalışır. Şeflerle oturup bunun pazarlığını yapar. Sonra her biri o proje için kendi ekibini oluşturmaya başlar. Eğer ki bu yönetmenlerin sürekli çalıştığı asistanları varsa asistanlarını arayıp bulurlar. Ben sanat yönetmeni ile muhatap oluyorum; kostümcü kostüm şefi ile muhatap oluyor. Zincir farklı. Kimi zamanda tüm ekibi yönetmen belirleyebiliyor. Mesela, bir yönetmen ekibini çaycısına kadar kendisi belirlemişti. Öyle Bir Geçer Zamanki dizisinin yönetmeniydi. Eğer yönetmen iyi bir yönetmense ekibi çaycısına kadar kendisi kurabilir (B.K.Ö, 2015)

İşe başlama süreci ve işverenle ilişkilerin ardından set işçilerine çalışma koşullarına yönelik sorular yönlendirilmiştir. Set işçileri, belli bir hazırlık sürecinin ardından setlerde dizi çekimlerine başlamakta ve işçi sağlığı ve iş güvenliği, sosyal güvence, boş zaman ve tatiller, ücret politikaları açısından son derece olumsuz koşullarda çalıştırılmaktadırlar.

### 3.5.5 Dizi Setlerinde İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği

İşçi sağlığı, işçinin çalışırken görebileceği zararları ve çalışma koşullarının işçi üzerindeki etkilerini anlatırken; iş güvenliği kavramı ise, işin yapılması sırasında alınması gerekli olan önlemleri ifade eder. İşçi sağlığı ve iş güvenliği sadece işyerinde değil; işyeri

dışında da işle bağlantılı olarak işçinin yaşayacağı risklere ve tehlikelere karşı önlemler almayı ifade etmektedir (Akyiğit, 2001, s.1448). Ancak dizi setleri, işçi sağlığı ve iş güvenliği ile bu konuda alınması gereken önlemlerin çok uzağındadır. Dizi setlerinde iş güvencesizliğinden kaynaklanan işini kaybetme endişesi, çalışma sürelerinin çok uzun olması set işçilerinin fiziksel ve ruhsal sağlıklarını olumsuz yönde etkilerken; set işçilerinin işyerlerinde korunmasız, emniyetsiz bir biçimde çalıştırılmaları ise iş kazalarına neden olmaktadır. Özellikle çalışma saatleri yönünden ve temposu açısından son derece yorucu bir süreç içinde çekilen dizilerde çalışanların büyük bir çoğunluğu psikolojik destek almak zorunda kalmaktadırlar (M.Ç, 2015).

Dizi setlerinin yoğun çalışma ortamı nedeniyle tatil yapamayan ve izin günlerinde de çalışmak, bir sonraki programın hazırlıklarını yapmak zorunda olan set işçileri bu süreç içinde aşırı yorgunluktan kaynaklı olarak iş kazaları yaşayabilmekte hatta kalıcı sağlık problemleriyle karşı karşıya kalabilmektedir:

“Bir kere repolarda da çalışıyor olmak çok sıkıntılı. Hep bir ön hazırlığımız ve sürekli olarak çalışıyor olma durumumuz var. Tatil ile ilgili sıkıntımız var. Elimiz çalışmasa da kafamız sürekli olarak çalışıyor. Bütün bu yorgunluğun sonunda iş kazaları yaşayabiliyoruz. Sağlığım açısından ise bel fitiği başlangıcım var. Çünkü sette bir sürü şeyi kaldırıp, itip, yerini değiştirebiliyoruz” (B.K.Ö, 2015).

Setlerde iş bölümüne bağlı olarak işçi sağlığı ve iş güvenliği konusunda farklı risklerle karşı karşıya olma durumu bulunmaktadır. Örneğin kamera-ışık grubu için en büyük risk elektrikli aletler kullanmaları ve elektrik sistemlerini kendilerinin üretmeleridir. Bu konudaki güvenlik önlemini ise kendileri almaktadırlar:

“Genelde sette kafamıza muhakkak bir şeyler düşer. Ben mesela daha önce bir dekor yaparken, seti hazırlarken, başka bir ekip tavana ses yalıtımı yapıyordu. Eski bir bina olduğu için kafama tuğla düştü. Anlık bir şey. Ben de o anda ordaydım. Mesela kimi arkadaşların kafasına ışık düşer. Çünkü çok hızlı hareket etmek zorundayız. Bazen dikkatsizlikler yaşayabiliyoruz. Ben o sıra bir yere koşuyorum, ışığa ayağım çarpıyor, ışık birinin kafasına düşüyor. Mesela kocaman bir demir parçası arkadaşımızın kafasına düştü. Dikiş atıldı. Trafik kazaları çok fazla oluyor. Benim bildiğim üç tane arkadaşımızı trafik kazasında kaybettik. Bir gün sette yemek sonrası oturacak bir yerimiz yok tekerleği patlamış bir araba arkadaşımızı ezdi vefat etti. İş kazalarına açık bir sektör” (D.K. İle Yapılan Görüşme) Uzun çalışma saatlerinin etkileri dokuz yıldır çalışıyorum 25 yaşında dekorda taşıdığım birçok şeyi artık taşıyamıyorum. Eskiden bir çimentoyu arabanın içine atabiliyordum mesela ama şimdi

gerçekten bir kovayı bile çok zor kaldırıyorum çünkü artık bir boyun fitiğim var bel fitiğim var. İşte bunlar hep bize meslek hastalığı olarak geri dönüyor. Çok stresli zamanlar da yaşıyoruz. İşin ilerlemesi açısından panikatacak durumlarımız, aşırı kaygı, öyle mi olacak, böyle mi olacak, olacak mı kaygısı, psikolojik problemlerimiz de çok fazla oluyor. Fizyolojik problemlerimiz daha da fazla olabiliyor. En basitinden sabah bir çekim var ve kış ayındayız sabah sekizde soğuğa bir çıkıyorsun ormanda çekim var diyelim gece bilmem kaç kadar o soğukta mesela yani bir şekilde o sana ileriki yıllarda bir şey olarak döner. Bizim mesleğimiz özelinde çoğu sanat ekibi arkadaşımız bel fitiği, boyun fitiği gibi rahatsızlıklar yaşar

“Bizim en büyük sorunumuz enerjidir. Elektrikli aletler kullanıyoruz. Kullandığımız elektrik sistemlerini biz kendimiz üretiyoruz. Çünkü bize göre elektrik sistemi yok Türkiye’de maalesef. Bununla uğraşan kimse de yok. Çünkü senin istediğin şekilde, senin istediğin boyutlarda, senin istediğin görüntüde, hem sağlam, hem küçük, hem hareketli hem de elektriği yalıtın sistemler yok. Hep kendimiz üretiyoruz. Deneme yanılma yoluyla. Tabi ben kendi yaptığım işlerde güvenliğini alıyorum. 20 yıldır kimse çarpılmadı en azından. Ancak yapım şirketi tarafından bu konuda herhangi bir önlem alınmıyor.” (M.Y, 2015).

“Bizde iskeleden düşme olabiliyor. Kesici aletlerle iş yapıyoruz. Gözümüzde gözlük yoksa göze çapak kaçabiliyor, elimiz kesilebiliyor. Böyle durumlara karşı kendi önlemimizi kendimiz alıyor ve ihtiyaçlarımızı ekibin sorumlusuna iletiyoruz. İş ayakkabısı, eldiven, baret talep ediyoruz. Ben çalıştığım herhangi bir sette iş kazası yaşamadım ama setlerde iş kazalarına şahit oldum. Mesela, bir arkadaşım bir silonun altında kaldı ve bir ay kadar çalışamadı. Bir tanesi de kesici bir aletle bileğini kesti. Bunlar ciddi kazalar.” (C.A, 2015).

“Eğer çekim gece bitecekse, ulaşımdaki şoförün uyuması ve dinlenmesi gerekir. Setlerde çoğunlukla servis yapması gereken şoförler, çeşitli malzemelerin alınıp sete getirilmesinde de çalıştırılıyorlar. Böylelikle şoför ekiple beraber çalışmış oluyor. Durum böyle olunca yorgunluktan kaynaklı kazalar yaşama olasılığı artıyor. Şoförler, çekimler bittiğinde yanında en az 18 kişi taşıyor. Bu 18 canın tehlikeye düşmesi anlamına geliyor (E.A, 2015).

“Yüksek bir yerden düşebilirsin, kafana bir şey düşebilir sette. İş kazalarına açık. Mesela sanat grubunda çalışanlar sürekli olarak bir şeyler taşımak zorunda olduklarından dolayı çoğunlukla bel fitiği olurlar. Sette çok hızlı olmak zorundayız. Bu zaman zaman dikkatsizlikler yaşamamıza neden olabiliyor. Biz kendi yaptığımız

dekorla ilgili olarak muhakkak kazalar yaşarız. İskeleden düşebiliriz mesela. Bununla ilgili güvenlik önlemi de yeterince alınmaz. Kimse baret takmıyor ya da yüksek bir yerde çalıştığı zaman koruyucu bir kemer takıp kendini yere bağlamıyor. Setlerde bütün bu malzemeler hem sağlanmıyor hem de iş güvenliğine ilişkin eğitimler çalışanlara verilmiyor (M.A, 2015).

Dizi setlerinde iş bölümünde yer alan meslek türlerine göre farklılaşan iş kazaları yaşanmakta ve bütün bu kazalara karşı gerekli önlemler alınmamaktadır. Setlerde, set işçilerinin yaşayabilecekleri kazalara karşı eğitilmesi de söz konusu değildir. Setler, herhangi bir iş kazası durumunda ilk müdahaleyi yapabilecek sağlık ekibinden de yoksundur.

### 3.5.6 Dizi Sektöründe Çalışan Set İşçilerinin Ücret Koşulları

Set işçileri, dizi setlerinde 15-16 saat ve üzerinde çalışmakta ve çalışma yasasında belirtildiği şekliyle fazla mesai ücreti almamaktadırlar. Dizi projesinin reyting olarak uzun süreli olması demek set işçileri için çalışabilmek ve bunun karşılığında ücret olarak geçimlerini sürdürebilmek anlamına gelmektedir. Ancak kimi dizi projeleri, 3-4 bölüm yayınlandıktan sonra reyting almadığı için yayından kaldırılmakta ve set işçileri çekimlerinde çalışmış oldukları bölümlerin ücretini alamamaktadırlar. Başka bir ifadeyle, yapım şirketleri set işçilerini zararına ortak ederken; karına ortak etmemektedir (E.A, 2015).

Bir dizinin reytingi arttıkça hem yapım şirketi; hem de kanal daha fazla kazanırken; set işçilerinin ücretleri sabit olup, reytinge bağlı olarak ücretlerinde artış söz konusu olmamaktadır. Sadece bir sezon bitip, diğer sezon başladığında ücretlerine belli miktarlarda artış gelmektedir. Set işçileri, dizi projesi devam ederken de ücretlerinin zamanında ödenmemesi ile karşı karşıya kalabilmektedirler. Dizi sektöründe, 6-7 bölüm ya da 12-17 bölüm ücret alamayan set işçileri örnekleri vardır. (M.A, 2015). Bütün bunlara ek olarak, set işçileri, dizi projesinin hazırlık aşamasında dört hafta çalışıp bir bölüm parası almamaktadırlar.

“İş bitiyor parayı alıyorsun. Aldığın para seni biraz avutuyor. İşin uzun sürmesi bizim için her zaman iyidir. Çünkü kısa işler bizi hem maddi hem manevi açıdan yorar. İki üç ayını verip, sonrasında işin bitmesi demek belki bir-bir buçuk ay işsizlik süreci demektir. Tekrar iş bulduğumuzda yine bir hazırlık süreci içine gireriz. Dizinin hazırlık süreci, üç-dört hafta sürer ve biz üç, dört hafta çalışıp bir bölüm parası alırız. Bir de dizi tutmayıp beş hafta da yayından kaldırıldığını düşündüğünüzde elinizde avucunuzda bir şey kalmıyor. Bunlar insanı yoran şeyler.” (B.K.Ö, 2015). Yapım şirketlerinin bütün bu ücret politikalarına karşın set işçilerinin yüksek ücretler aldığı algısı söz konusudur. Bu algıya yönelik olarak set işçisi D.K. şu cevabı vermektedir:



“Eşim de iş alamadı son dönemde. Bölüm başına 1500 lira alıyorum dediğimde, ayda 6000 lira maaşın iyi bir para olduğunu düşünüyor insanlar. Ama ben hiçbir zaman 6000 lira parayı bir arada göremedim. Mutlaka ücretlerimizin içeride kaldığı olmuştur. Herhangi bir şeyin taksitine giremiyorsun. Ya işim sonlanırsa, ödeyemezsem diye düşünüyorsun. O yüzden her zaman paramı biriktirir, ihtiyacım olan şeyleri peşin alırım. Çünkü korkuyorum. İki ay, üç ay işsiz kalabiliyorsun. O arada kredi kartıyla harcama yapıyorsun ve borçlanıyorsun. Geçen sene düzenli çalıştım ve 8 ayda ödedim borçlarımı. İş bittiği zaman yine borçlandım. Böyle buzdolabı, çamaşır makinesi, televizyon taksitle alınır ya ben bunların hepsini peşin parayla aldım. Kira parası benim için taksit gibidir onun dışında asla takside giremem. Asla göze alamam. Hadi diyelim çok güzel gidiyor iyi para kazanıyorsun. Bizim sektörde muhakkak birikimin olması lazım. Çünkü uzun süreler işsiz kalabiliyorsun, sağlık problemlerin olabiliyor. Mesela şu an hamileyim. Çalışmıyorum. Hamile bir kadına da iş yoktur bizim sektörde. İşte bu nedenlerden dolayı muhakkak birikimin olması gerekir. En azından bir günlük giderlerimizi, kiramızı, elektriğimizi, suyumuzu karşılayabilelim. Günlük hayatımızı devam ettirebilelim. Zaten bizim sektörde de kaç sene çalışabilirsin ki. Bu da bir soru yani”

### 3.5.7 Dizi Setlerinde Çalışma Saatleri, Tatiller ve Boş Zaman

Türkiye’de televizyon dizilerinin yayın süreleri 90-120 dakikaya dayanmış durumdadır. Dizi sürelerinin bu kadar uzun olmasının temel nedeni, televizyon kanallarının dizinin başlamasının ardından ilk 30 dakika reklam alamamalarıdır. Radyo Televizyon Üst Kurulu “Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” Madde 11/9’da bu kural şu şekilde belirtilir:

“Sinema ve televizyon için yapılmış filmler ile haber bültenleri ve çocuk programları, planlanan yayın süreleri otuz dakikadan fazla olması hâlinde, ilk otuz dakikada reklam ve tele-alışverişle kesilemez. İlk otuz dakikadan sonra her otuz dakikalık bölüm, en fazla bir defa ve istenilen zamanda kesilebilecek şekilde reklam ve tele-alışveriş yerleştirilebilir.”

RTÜK yönetmeliğine göre, belirlenen sürelerin dışında reklam alamayan televizyon kanalları, hem daha fazla reklam alabilmek; hem de dizinin maliyetini çıkararak kar elde edebilmek amacıyla dizi sürelerini uzun tutmaktadırlar. Her hafta bir sinema filmi uzunluğunda bir bölümü yetiştirmek zorunda olan set işçileri, uzun süreler çalıştırılmaktadırlar. Dizi setlerinde yeni bir uygulama olarak iki ekip halinde çalışan set işçileri, bir bölümlük diziyi 12 günde çekmektedirler (B.K, 2015):

“Setlerde 18-20 saat çalışıp, 3-4 saat uykuyla can verdi bazı insanlar. Değmeyecek bir şey yapıyoruz. Nereye, ne kadar kalıcı bir şey üretiyoruz, kime üretiyoruz. Burada bu kadar çok çalışan set işçisi var. Sette 20 saate yakın ya da aşkın sürelerde tek ekip çalışırken şu anda iki ekip halinde çalışılıyor. Muhteşem yüzyılda biz yaklaşık 120-130 dakikalık bölümler üretiyorduk. Bunu altı günde çekiyorduk. Vahşet. 6 günde çektiğiniz zaman iki ekip çalışıyorsunuz. Doğal olarak aslında 12 günde çekmiş gibi oluyorsunuz bir bölümü. Günde aslında 30 saatlik çalışan bir iş üretmeye başlıyorsunuz. Pazartesi çektiğimiz bir şeyin Salı günü miksajı oluyor Çarşamba günü yayına veriyoruz. Nasıl oluyor. Olmaması gereken bir şey yapıyoruz. Yanlış yapıyoruz. 120 dakikalık bir şeyi üretebiliriz; ama 6 günde değil.”

“En büyük sorunumuz dizi süreleri. Haftada bir film çekiyoruz. İki ayda çekilen bir filmi, biz bir haftada çekiyoruz. Diziyi yetiştirme problemi var, zaman problemi var. Sorunun başı bu.” (M.Y, 2015).

90 dakikalık dizi senaryosunu yazmak zorunda olan bir senarist ve bu senaryoyu çekmek zorunda olan set işçileri günde 15-16 saat ve üzerinde çalışmak zorundadır. Set işçilerinin çalışma saatleri ile ilgili olarak belli bir zaman dilimi bulunmamaktadır:

“Kuvvetle muhtemel sabahlanır bir sette. Yarım saatte bir setiniz olabilir küçük bir plan da çekip eve dönebilirsiniz. Ama ağırlıklı bir rolünüz varsa çok uzun saatler ve çok uzun günler çalışıyorsunuz demektir. Benim 42 saat rekorum var (T.T, 2015).

Her hafta yeni bir senaryoya uygun yeni bir program yetiştirmek, yeni mekânlar bulmak, çekimlerde giyilecek kostümleri ayarlamak zorunda olan set işçileri, uzun ve yoğun bir çalışma temposu içinde çalışmak zorundadırlar. Set işçilerinin her hafta çekmek zorunda oldukları senaryo, 80-90 sayfayı bulmakta; bu da günde 15 sayfanın çekilmesi anlamına gelmektedir. Uzun süreler çalışma sonucunda set işçilerinin hem ruhsal hem de fiziksel sağlıkları zarar görmektedir:

“90-120 dakika uzunluğundaki dizileri geceli gündüzlü çalışarak çekiyoruz. Çoğu zaman haftalık 80 sayfaya tekabül ediyor senaryo. Günde en az 15 sayfayı çekmek zorundasınız. Her gün 15 sayfa çekemiyoruz. Bu demek ki başka günlere daha fazla sayfa sayısı düşecek. Fiziksel ve ruhsal olarak çok büyük yıkımlar oluyor. Sabahlara kadar çalışan insanlardan ne beklersiniz. Hiçbir özel hayatı yok, sürekli çalışıyor. Bu durumda bir yerden sonra insanı yaralıyor” (M.Ç, 2015). Böyle bir çalışma ortamı içinde set emekçileri çoğunlukla uykusuz kalarak çalışmaktadırlar: “37-40 saat hiç uyumadan çalışmışlığım var, ben uyumaya gidiyorum dediğimi hatırlıyorum, cümle kuramıyordum artık.” (B.K.Ö İle Yapılan Görüşme, 2015).

Süreleri 90 dakikayı bulan ve hatta aşabilen dizileri yetiştirmek kaygısının işe, işin niteliğine ve set işçilerine nasıl yansıdığını görüntü yönetmeni B.K şu sözlerle ifade etmiştir:

Size bir senaryo geliyor haftalık. Önünüzdeki altı günde çekeceğiniz kısım ve bugüne ait bir iş programı geliyor. Bugün günlerden ne, örneğin Salı. Salı günü diyor ki beş buçuk sayfa çekeceğiz, nerde çekeceğiz, üç mekânda çekeceğiz. Koordinatörden bu haftalık program olarak geliyor. Daha doğrusu reji koordinasyondan geliyor, onlar çünkü oyuncu programlarını da ayarlıyorlar. Mekânla ilgili fotoğraflar geliyor o kadar hızlı üretiliyor ki yani benim mekân görmeye bile vaktim olmuyor. Fotoğraflardan mekân bakıyorsunuz, ya da daha önceden çalıştığımız bildiğiniz mekânlar geliyor. Hemen hızlıca o mekânlarla ilgili ihtiyaçlarımı prodüksiyona bildiriyorum. Eğer iki ekip çalışacaksa hangi ekibin hangi mekâna gideceğini kararlaştırıyoruz. Sabah sete geliyoruz ve 16-18 saat hatta 20 saat sette kalıyoruz. Ben görüntü yönetmeni olarak işimi bitirdiğimde setten çıkmam 10 dakikamı alıyor. Benden sonra seti toplayan en küçük asistanımın ise işten çıkması bir saati buluyor. Son adam evine vardığında paydos başlıyor aslında. Şu an Kartal'da çekimdeyiz. Asistanım Beylikdüzü'nde oturuyor. Bu sabah muhtemelen beşte bitireceğiz çekimi. Sabah beşte paydos ettiğimizde ben saat 6'da evde olacağım. Asistanım ise, malzemeyi toplayıp 6 da setten çıkacak. Bu çocuğun evine varması 7 buçuk, sekizi bulacak. Şimdi bu insanı kaç saat uyutmak istersiniz. Gönlünüz neye elverir. Çünkü ertesi gün, bu insana netliği emanet edeceksiniz ya da çok kritik bir sahnede çok teknik bir şeyi emanet edeceksiniz. En az 8 saat uyusun istersiniz. Eve vardıldıktan sonra en az 10 saate ihtiyaç var. Bir gün sonraya hazır olmak için. Beni ve ekip arkadaşlarımı 10 saat dinlendirmelerini talep ederim (B.K, 2015).

Set emekçileri dizilerin sürelerinin 40-45 dakikaya düşmesini talep etmektedirler. Hatta bu taleple ilgili olarak “Yerli Dizi Yersiz Uzun” isimli bir eylem de gerçekleştirmişlerdir. Eylemin hemen ardından çeşitli gazetelerde dizi sürelerinin 40-45 dakikaya düşeceği ile ilgili olarak haberler yapılmıştır. Zaman Gazetesi RTÜK'ün bu konuyla ilgili olarak bir çalışma başlatacağını, 3 Ocak 2011 tarihli haberinde “Set Çalışanlarına Müjde: Dizi Süreleri Kısılıyor” başlığıyla duyurmuştur:

“Dizilerin uzun sürmesi nedeniyle tüm günlerini sette geçiren çalışanlara RTÜK'ten müjdeli haber geldi. Avrupa ve Amerika'daki dizi sistemlerini inceleyen kurul yaklaşık 90 dakika süren Türk dizilerini 45 dakikaya indirecek. Ağır çalışma şartlarından şikâyetçi olan set çalışanları 'Yerli dizi yersiz uzun' sloganıyla geçen hafta eylem düzenlemişti. Dizi oyuncularını, yapımcıları, teknik ekip ve yayıncıların dizi sürelerinin uzunluğuyla ilgili eylemleri sonuç verdi. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) 'uzun dizi' sürelerine el koyuyor. Kurul, Avrupa ülkeleri ile Amerika'da, en

fazla 40 dakika süren dizi sistemini inceliyor. Sistemin Türkiye'de de uygulanması için çalışma başlatılacak”

Ancak 2011 yılından bu yana dizilerin süresinde herhangi bir kısalma olmamıştır. Dizilerin sürelerinin kısalmasıyla ilgili olarak set işçileri, daha az çalışmalarının avantaj olacağını düşünmekle birlikte; ücretlerinin düşmesinden endişe duymakta, bu nedenle de uzun süren çalışma saatlerine uyum göstererek çalışmaya devam etmektedirler (D.K 2015):

“Yerli dizi yersiz uzun diye bir eylemimiz vardı. Dizi saatleri çok uzadığı zaman çalışma saatlerimizde uzuyor. Çalışma saatleri uzadığı zaman bize birçok yük biniyor. Sağlık koşullarımız değişiyor, yeme içme alışkanlıklarımız değişiyor. Sabahın altı buçuğunda evden çıktığımızı farz edelim, en iyi ihtimalle eve giriş saatimiz on bir buçuk. Bu yaşantımızı etkileyen bir hale geliyor.” Diziler kısalın diyoruz mesela, diziler kısalınca biz daha az çalışacağız. Yapımcı diyor ki diziler kısalırsa reklam almayız sizin ücretleriniz düşer. Nereden tutsak elimizde kalan bir durum söz konusu.”

Set emekçilerinin uzun ve yoğun çalışma saatleri içinde yemek molaları da son derece düzensizdir. İş programının yoğunluğundan ve mekân değiştirmekten kaynaklı olarak düzensiz zamanlarda yemek arası vermektedirler. Uzun çalışma süreleri içinde dinlenme araları sadece yemek molalarıdır (D.K, 2015):

“Dinlenme arası olarak sadece yemek aralarımız var. İş programı ve mekânla alakalı olarak yemek aralarımız çok düzenli olamayabiliyor. Çalışırken bir de bakıyoruz ki öğle yemeği saati geçmiş. Saat bir de yiyecekken üçte yiyebiliyoruz. Mesela çok önemli bir sahne oluyor. O sahneyi yarım bırakalım, yemek yiyelim diyemiyoruz. Sahnenin çekilmesini bekliyoruz.”

Set emekçilerinin haftalık tatilleri ise, bir ya da iki gün arasında değişmektedir. Ancak tatillerindeki zamanı kendilerine ayıramamakta, haftalık tatillerinde de çalışmaktadırlar. “Repo” dedikleri izin günlerinde de işten çok fazla uzaklaşmamakta ertesi günün çekim programı dâhilinde çalışmaya devam etmektedirler:

“Bir sonraki bölümün senaryosu izin günlerimizde elimize ulaşıyor. Senaryoyu okumaya başlıyoruz. Ertesi gün çekimde lazım olabilecek malzemelerin dökümünü yapıp, satın alma işlemini gerçekleştiriyoruz. Çoğunlukla sanat ekibi, kostüm ekibi, rejî izin günlerini çalışarak geçirir” (B.K.Ö, 2015).

Set işçileri için iş zamanı ve iş dışı zaman diye bir ayırım yapmak mümkün değildir. İş dışı zamanı da işle geçiren set işçileri için bu ayırım bulanıklaşmıştır. Set işçileri çoğunlukla tatil günlerinin bir gün öncesinde de çalıştırılmaktadırlar.

“Ben kendi boş zamanım için uykudan çalışıyorum kendi payıma. Eve gittiğim zaman hemen uyursam setten hiç dönmemiş gibi oluyorum. Çok kötü hissediyorum kendimi. Dün akşam dörtte gittim eve. Bir saat oturdum. Gündelik hayattan bir şey alıp beslenmeye ihtiyacım var. Şarja ihtiyacı olan bir alet gibi. Çalışıyorum pili bitiriyorum eve gidiyorum şarj oluyorum, o kısır döngü çok sıkıcı. Haftada bir gün kalıyor o repo dediğimiz şey. O bir günde hiçbir işe yaramıyor. O bir gün önceleri de hep sabahlatırlar. Uykunuzdan çalarlar. Sizden maksimum faydalanmak için. Ya sersem sersem dolaşacaksınız ya da bari haftada bir gün uyuyayım deyip uyuyacaksınız. Çekimin içinde bizi besleyen şeylere vaktimiz olmuyor, okumaya, görmeye.”

“Boş zamanımız repolarda da olmuyor, repolarda da dinlenemiyorsunuz. Repolarda da program hazırlama, onun uygulaması, bir sonraki günün hazırlığı. Çalışırken çok az vaktiniz kalıyor dinlenmeye. Erken paydoslar biraz tatlı olabiliyor. Çoğu zaman 20 gün 25 gün arkadaşlarımızı göremediğiniz oluyor. Mesela şu an ilk bölümümüz beş gün oldu hiç erken paydos etmedik.” (M.Ç İle Yapılan Görüşme, 2015).

Set işçileri, iş sürecindeyken yeterli boş zamanları olmadığı gibi izin günlerini de kendilerine ve ailelerine ayıramamaktadırlar. Zamanları iş zamanı ve uyku zamanı olarak ikiye bölünmüştür. Kendi yaşamlarına ayıracakları zamanları da gasp edilmiştir (S.Y İle Yapılan Görüşme):

“Bir kere bu işte sosyal hayat bitiyor. Ailene vakit ayıramıyorsun. Zaman hızlı geçiyor. Belli çalışma saatlerin yok. Bu çekimi 10 saatte bitirirler diye bir şey yok. Belli yerde kalmıyorsun, değişik yerleri gezdiğin oluyor. Günde iki tane mekânda dolaşabiliriz, üç de olabilir. Bu işe gelecek arkadaş bir bakacak ki burada başka bir dünya var. Onların orada hayal ettiği gibi değil. Boş zamanım ise uykuya kalıyor çoğunlukla. Bir gün ya da iki gün ailemize zaman ayırmamız lazım. Çocuklar nasıl büyüdü ben anlamadım” (S.Y, 2015).

Çalışma kapsamında set işçilerine ek olarak, dizi setlerinde pedagojik yapan bir set işçisiyle de görüşülmüş, çocuk oyuncuların çalışma koşulları da irdelenmiştir.

### 3.5.8 Dizi Setlerinde Çocuk Oyuncular ve Çocuk Oyuncuların Çalışma Koşulları

Çocuk oyuncuların çalışma koşullarına yönelik olarak görüşülen kişi, Türkiye’deki büyük yapımlardan birinde, çok sayıda çocuk oyuncunun yer aldığı bir dizide ve bir çocuk filminde çalışmış ve psikolojik danışmanlık yapmıştır. Yapım şirketleri, çoğunlukla, çocukla

çalışırken çocuğa rol yaptırma konusunda sıkıntılar yaşandığı zaman ya da ailelerin talebi doğrultusunda setlerde pedagog bulundurmaktadırlar. Bu durumu E.Ç (2015), “İş yürüdüğü sürece çocukla ilgili problem yaşandığını kimse fark etmez sette” sözleriyle ifade etmiştir.

Setlerde yasal olarak pedagog bulundurma zorunluluğu bulunmamakta ve yapım şirketleri de çoğunlukla çocuklar için psikolojik destek verilmesi konusunda kendilerini zorunlu hissetmemektedirler. Dizi setlerinde psikolojik danışmanlık ve psikolojik danışmanın ne yapacağı, çocukla ilgili sıkıntılı durumlara ne ölçüde müdahalede bulunabileceği ile ilgili olarak herhangi bir meslek tanımı da bulunmamaktadır. E.Ç (2015) bu durumla ilgili olarak yaşadığı sıkıntıları şu sözlerle ifade etmiştir:

“Biz çocuk oyuncu koçuyla beraber çalışan psikolojik danışmanlarız. Bize sette pedagog demeyi tercih ettiler. Dizi sektöründe çocuk oyuncular kapsamında verilen bir psikolojik danışmanlık diyebiliriz. Biz ne yaparız sette. Başladığımızda sette yaşadığımız en büyük problem bir iş tanımımızın olmaması, sette ne yapacağımızı biz tanımladık daha çok. Bunu biraz da deneme yanılma yöntemiyle yaptık. Set işbölümü içinde herhangi bir yerde değildik. O yeri oturtmak bizim için önemliydi. Pratikte biz bunu yapabildik mi? Hayır. Reelde hiçbir yerde değildi psikolojik danışman, çok savaş vermek zorunda kaldık Çünkü biz çocuğun iyiliği için orada olduğumuza kurduk kendimizi. Bu çocuk işçi ve biz bu çocuk işçinin haklarını korumak ve istismarı engellemek için buradayız diye kurduk bu işi. Ama bir başkası gidip de ben insanların işini kolaylaştırayım, sahne çabuk çekilsin diye de kurabilir. Ama biz öyle kurmayı tercih etmedik etik açıdan. Bizim için çocuğun oradaki iyilik hali önemliydi. O yüzden biz her zaman ekiple hep bir didişme ve kavga halinde olmak zorunda kaldık.” (E.Ç, 2015).

Dizi setlerinde çalışan çocuklar yetişkinlerle aynı şartlarda çalıştırılmaktadırlar. Çocukların çalışma saatleri uzundur ve sette 24 saat kaldıkları olmaktadır. Özellikle çekim yapılan yerde, çocukların çekim esnasına kadar bekleyebilecekleri herhangi bir yer yoksa soğuk hava şartlarında uzun süreler bekleyebilmektedirler. Psikolojik danışmanlar, çocuğun o şartlarda orada olmaması gerektiğini bilmekle ve bu durumu prodüksiyona iletmekle birlikte, sahnenin orada çekilmesi zorunluluğundan dolayı herhangi bir müdahaleleri söz konusu olmamaktadır (E.Ç, 2015):

“Mesela bir çocukla 24 saatim sette geçti. Çocuk sabah dokuzda gelmiş sete, sabaha karşı dört falan çocuğu beklettiler almadılar çekime. Sabaha karşı çocuk eve gitmek istiyorum diye saatlerce ağladı” Ben onu oyaladım tam çocuk çekime girecek rejideki kız çocuğa “ne ağlıyorsun” diye bağırdı. Bu durum sonrasında direkt yapım



koordinatörüne mail attım. Ben istismarın bir parçası olmayacağım. Burada bu şekilde çalışmam ben işi bırakıyorum diye. İş bırakmamın sebeplerinden bir tanesi de böyle şeylerdi. Çünkü orada istismarı önlemek için bulunuyorsun ama istismarın bir parçası haline gelebiliyorsun.”

“Mesela bir sete figürasyon olarak 30 çocuk gelmişti. Sabahtan akşama kadar sette beklediler. Beykoz’da çalışıyorduk. Kıştı. İnanılmaz soğuktu. O çocuklar, üzerlerine erkenden giydirilmiş incecik kıyafetleriyle, soğuk odalarda, kimisi dışarıda saatlerce çekim anını beklediler. Çocuk istismarı bir şekilde setlerde var ama görülüyor. Çünkü insanlar işe odaklı olarak çalışıyorlar. Bebeklerin de çekimleri olabiliyor setlerde. Mesela bebeklerle ilgili olarak şöyle bir şey söyleyebilirim. Bebeklerin set ışıklarının altında uzun süreler kalmaması gerekiyor. Ben bunun örneğini yaşadım. Düzenli çalıştığım setlerden birine çekim için bir bebek gelmişti. Yirmi dakikadan fazla o ışıkların altında kalmaması gerektiğini söyledim. Üç, dört aylık küçük bir bebektir ama orada benim söylediğim hiçbir önemi yoktu.

Uzun çalışma saatlerinin ve çekime kadar uzun süreler bekletilmelerinin yanında sette çalışan çocukların yaşadığı diğer bir problem de hafta içi de çalıştırılmaları nedeniyle okula gidememeleridir. Dizi setlerindeki programlar, tamamen yetişkinlerin programlarına göre ayarlanmakta; oyuncu programlarının uygun olmamasından kaynaklı olarak çocuk oyuncuların çekimleri hafta sonuna konmamaktadır:

“Aslında rejî koordinasyonun bir çocuk varsa sette programı tamamen çocuğun programına göre ayarlaması gerekiyor. Okuldan sonra akşama konabilir çekim. Ya da hafta sonuna; ama böyle olmuyor setlerde. Bu da istismarın bir örneği. Aileler ise okuldan izin alıyorlar. Genellikle okullarda da şöyle bir kanı var: Bu çocuk ünlü zaten. Biz ona istediği kadar yardımcı oluruz. Çok enteresan bir şekilde okullar izin veriyorlar. Mesela, setteki çocuklardan bir tanesi daha yeni başlamıştı birinci sınıfa ve çocuğun okula uyum süreciydi. Yani gitmesi gerekiyor okula. Haftanın iki günü, üç günü okul kaçırıyordu. Çok doğru bir şey değildi bu. Orada biz sürekli ailelerle konuştuk. Getirmeyin çocuklarımızı diye. Çünkü direkt prodüksiyonla, rejî koordinasyonla halledemiyorsun bu işi. Çünkü işimizin herhangi bir tanımı yok. Bana sorarsan bizim durduğumuz yer setteki işbölümünün hiçbir yerinde değil. Aslında ben danışman olarak geliyorum. Yönetmene de bunu böyle yapacaksın diyebilmeliyim. Bu anlamda hem ceza alınabilmesi önemli hem de oyuncusundan ışıkçısına setçisine herkesin bir şekilde bilgilendirmesi gerekiyor. Mesela oyuncunun bir çocukla sahnesi varsa onu keyfi olarak bekletmemesi lazım. Vicdan yapması lazım yani. Yapmıyorsa,

eğer o çocuk sokakta dışarıda, buz gibi soğuk havada ve pisliğin içinde bekleyebiliyorsa saatlerce birilerinin keyfini bu sıkıntılı bir şey.”

Çocuk oyuncuların diziler için bulunmaları ajanslar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Aileler çocuklarını ünlü olacağı, hem kendi hayallerini hem de geleceklerini kurtaracağı ve iyi paralar kazandıracağı düşüncesiyle ajanslara yazdırmakta ve çocuklarının keşfedilmesini beklemektedirler. Kimi aileler, setlerdeki şartları gördükten sonra çocuklarını sete göndermekten vazgeçerken; kimileri için para kazanma durumu ön plana geçebilmektedir:

“Aile boyutuyla ilgili çocuklarını setlere yollarken, ünlü olacak meşhur olacak diye düşünüyorlar. Ailelerde, çocuğum ünlü olsun, kısa yoldan para kazanalım, bizi de kurtarsın düşüncesi var. Onlara, bizim en çok söylediğimiz şey, çocuğun aldığı para üzerinden yaşamınızı değiştirmeyin. Çoğunlukla maddi durumu düşük aileler getiriyor çocuklarını setlere. Bizim çocuk bizi kurtaracak diye düşünüyorlar. Çocuk setlerde bir süre iyi para kazanırsa aile de onun aracılığıyla yaşam stilini değiştirirse bu çocuk üzerinde büyük bir yük ve sorumluluk duygusuna neden oluyor. Çocuklar 15-16 yaşlarına geldiklerinde artık sevimli olmuyorlar. Sektörün de ihtiyacını karşılamaz hale geliyorlar. Şöyle bir bakın dizilere. Ergenleri çoğunlukla oynatmazlar. Lise dizilerinde bile hep yaşça büyük oyuncular oynar. Çocuk oyuncuların işi bir yerde bitiyor. Bu iş devam ederken eğer aile tüm yaşamını çocuğun kazancı üzerinden sağlamışsa, çocuk kendini “başarısız”, “çirkin” görmeye başlıyor. “Artık ilgi çekmiyorum diyor” ve ilgi çocuğun üzerinden gittiğinde bunalım yaşamaya başlıyor. Yani ailenin sorumluluğunu da kendi üzerinde hissediyor. Ben para kazanamıyorum aileme bakamıyorum diye düşünüyor. Bütün bu sıkıntılar çocuğun bedenine geri dönüyor. Anoreksiya olabilir. Yeme içme bozukluğu yaratabilir. Özellikle kız çocukları için bu durum çok tehlikeli. Beden algısıyla ilgili sıkıntılar yaşayabilir. Mesela aileler, küçük yaşlardaki çocuklarının diyet yapmasını isteyebiliyorlar. Diğer önemli bir konuda cinsel taciz konusu. Dışarıda bu çocuk tanınıyor. Facebook hesapları var. Oradan insanlar ünlü oldukları için yazıyorlar. Bunlar yetişkinler de olabilir. Pedofili mevzusu çok önemli. Yani çevreyle ilgili tehlikelere açık çocuklar. Bence alınan paraya değmeyen bir iş. Dizilerde oyunculuk yapan bir çocuk vardı mesela. Ailesi çocuk üzerinden kazandığı paralarla yapım şirketi kurdu. Çocuk nasılsa kazanmaya başladı bu işi kendimiz yapalım dediler. Film çekmeye kalktılar ama film battı.”

Set ortamı ayrıca çocuklar için iş güvenliği açısından da tehlikeli bir ortamdır. Bu ortam yetişkinler için bile tehlikeyi barındırırken; çocuk oyuncular açısından daha tehlikeli bir

hal alabilmektedir. Sette yaşanan örnek bir olay setlerin iş güvenliği açısından ne kadar tehlikeli olduğunu zaman zaman çocukların hayatlarını tehlikeye atan boyutlara eriştiğini anlatması açısından önemlidir:

“Çocukla bir araba sahnesi çekiyorlardı. Arabaya drift attırıyorlar. Silivri tarafındayız ve drift atan arabayı kullanan oyuncu profesyonel bir oyuncu. Çevrede hiç bir güvenlik önlemi alınmıyor. Ekip de o arabanın yanında duruyor. Nitekim oyuncu bunu 6 kere falan tekrarladı. Oyuncu birinde kontrolü kaybetti. Ekibin içine giriyordu araba son dakika herkes uzaklaştı. O arabanın içinde çocuk vardı.”

Dizi içerikleri de rolle baş edebilmeleri açısından çocukları olumsuz etkilemektedir.

“Çalıştığım bir dizi içerik açısından zor bir işti. Oradaki çocuklar bir cezaevinde taciz ve tecavüz mağduru oldukları bir rolü oynuyorlardı. Bu nedenle yapım şirketi panik olup, bu çocuklar olumsuz etkilenirse, zor duruma düşeceklerini düşünmüşlerdi. Zaten o dönem gazetelere bu yönde haberlerde düşmüştü. Sırf bu nedenden dolayı o dizi için psikolojik danışmalara ihtiyaç duyuldu. Bu zor roller için çocuklarla atölye çalışmaları yaptık. Çocuğa cinselliği, şiddeti anlattık. Bu çocuk okula gittiğinde ya da arkadaşlarıyla karşılaştığında onunla rolüyle ilgili olarak dalga geçilebilir mesela. Bununla nasıl baş edebileceği konuşuldu çocuklarla. Ama set içinde psikolojik destek çocuğa bir anda verilebilecek bir şey değil. Hele ki setlerin yoğun çalışma temposu içinde. Sözüünü ettiğim dizinin hazırlık sürecinde de çekim sürecinde de böyle destekler verdik ama yeterli olduğunu düşünmüyorum. Bizimle birlikte oyuncu koçları da çocukları rollerine hazırladılar. Çocukların üzerine oynayacakları karakterleri giydirmeye uğraştılar. Provalar yaptılar. Rol nasıl yapılır mesela sahnedeki bir tokat nasıl atılır, bunları çalıştırdılar.

“Zor sahnelerden bir şey daha anlatayım. Setteyiz, sahneleri okumuşum, sahne gayet basit, çocuğun babası rolündeki kişi rüya görüyor, rüyasında çocuğu yürüyor hapishanenin içinde çocuğu buna hazırlayacak bir şey de yok. Sonra bana haber vermeden sahneye böyle çok büyük bir köpek ekliyorlar. Çocuk 7 yaşında ve köpekten korkuyor. Ve ben o köpeği sete girdiğimizde görüyorum. Kimse gelip de pedagoga söylemiyor bunu, ben de çocuğu sahneye hazırlayamıyorum. Orada o gece baya sıkıntı yaşadık. Ben diyorum ki bu sahneyi böyle çekemeyiz. Zaman verin. Buna çocuğu hazırlamam gerekiyor. Baştan söylersek korkar, bildirmeden koyalım, hemen çekeriz gibi bir mantık kuruyorlar. Çocuk saatlerce ağladı. Bir kaç hafta sonrada şöyle bir sahne yazmışlar. Çocuğun kucağında yavru köpek var, o yavru köpekle beraber üç metrelik bir kuyunun içinde sıkışıp kalmış çocuk. Çocuk ağlarken o sahneyi çektiler

ve çocuğu çıkardılar. Bu benim için bardağı taşıran son damla oldu. Çünkü bunun için çocuğu öncesinde ve sonrasında rahatlatmak dışında yapabileceğin hiç bir şey yok. Yani ya çekilmeyecek yani çocuğun köpek korkusunu ben orda iki dakikada yendiremem. Böyle bir dünya yok. Orada kendini başarısız hissediyorsun ama seninle ilgili bir durum değil. Aslında sadece o istismarın bir parçası olmak insanı çok rahatsız ediyor. Senaryonun nasıl geleceğini bilemiyorsun o gün köpek olabilir de bir başka gün yüksek bir yer olabilir. Ekibin eğitilmesi, ekibin çocukla nasıl çalışacağını bilmesi önemli. Setlerde herkes çocuğa bir şey söylüyor, herkes çocuğa bir rol veriyor bazen.”

Setlerde psikolojik danışmanların senaryoya herhangi bir müdahalelerinin olması söz konusu olmamakla birlikte E.Ç yer aldığı bir dizideki senaryonun bir sahnesine müdahalede bulunabilmiştir. “Orada çok açıktan açığa bir tecavüz olduğunu söyledik ve bu çocuklar Türkiye’de yaşayamaz dedik. Mümkün değil çevreden alacakları tepkiyle.”

Dizi setlerindeki ortam sanıldığıının ve televizyonlarda sunulduğunun aksine pırıltılı bir dünya olmayıp, çocuklar için son derece olumsuz koşullarla doludur. E.Ç çocukların yer aldığı dizi ve filmleri izlemek bile istemediğini belirtmiştir:

“Küçük Ağa dizisinde oynayan çocuk Emir Berke. Bu çocuk orada görünen haliyle çok zengin bir ailenin çocuğu. Aslında insanlar zannediyor ki set arkasında da bu çocuklar pamuklarla korunuyor. Setin arkasını görmek çok önemli. Benim çocukların çalıştığı dizileri, filmleri izleyişim gelmiyor. Çocukları koruyan herhangi bir şey yok setlerde. Aç kalıyor sette çocuk. Uykusuz kalıyor. Tamamen bir çocuk işçi. Set ortamının arkasını görse, birçok kişi dizileri tüketmez. Ben ailelere sokakta çocuklarınıza mendil sattırın ya da günde 12 saat sette çalıştırın aynı şey diyordum. Çocuk 18-20 saat çalışıyor. Büyüdüğünde hiçbir kazancı olmadığını gördüğünde bunalımı başlıyor.

Çocuk oyuncular açısından setlerde yaşanan sorunlardan bir diğeri de çocukların girdikleri rollerden çıkamamaları ya da yaşadıkları bir olay ve durumla rollerini ilişkilendirerek olumsuz etkilenebilmeleridir:

“Biz zaten çocuğu çok fazla role sokmamaya çalışıyoruz. Yani bizim kullandığımız yol, çocuk işin içine girip öğrendikten sonra en azından hareketten duyguya geçsin. Orada bir dayak yeme halindeyse zaten giriyor çocuk o role. Bir defa bir olay yaşadık. Benim anlık olarak sette dikkat etmememden kaynaklı. Yönetmen çocuğa “bu çok kötü bir baba” “bu sana çok kötü davranıyor” diyor. Çocuk bu duyguya giriyor. Çocuğun gerçekten kendi hayatında böyle bir baba var. Çocuk, saatlerce ağladı. O rolden çıkarmak o kadar zor ki o andan sonra.”

Çocuk işçiliğin yeni bir formu olarak çocuk oyuncular, dizi setlerinde yetişkinlerle birlikte, yetişkinlerin koşullarında çalıştırılmaktadırlar. Yapım şirketleri, setlerde çocuğu korumak yönünde pedagog bulundurmakla birlikte; buradaki asıl gaye içeriğin çocuğu etkilemesi durumunda yapım şirketlerinin zarar görmek istememesidir. Setlerde çalışan pedagogların çocukla ilgili herhangi bir olumsuzluk durumunda müdahalesi söz konusu olmamaktadır. Çocuk oyuncuların bütün bu çalışma koşullarına karşın Türkiye’de çocuk oyuncuları koruyan herhangi bir yasal düzenleme de bulunmamaktadır.

Çalışma kapsamında set işçilerinin çalışma koşullarının ardından, setlerdeki çalışma koşullarına yönelik olarak verilen mücadelenin analizi için sendikalarla da görüşülmüştür. Günümüzde sinema-TV sektöründe faaliyet gösteren iki ayrı sendika bulunmaktadır. Bu sendikalardan ilki 1978 yılında kurulmuş olan Sinema Emekçileri Sendikasıdır. 33 yıl boyunca Sinema Emekçileri Sendikası altında örgütlenen sinema-Tv emekçileri, 2011 yılında ayrı bir sendika kurma gereği duymuşlardır. Sinema Emekçileri Sendikası sinema-dizi oyuncularını da içine almakla birlikte oyuncular 2011 yılında “Oyuncular Sendikası Girişimi” olarak başlattıkları süreci Oyuncular Sendikasının kurulmasıyla sonlandırmışlardır. Çalışma kapsamında hem Sinema-Emekçileri Sendikası hem de Oyuncular Sendikası ile görüşmeler yapılmıştır. İki ayrı emek örgütlenmesinin tarihsel bilgileri, dizi setlerinde yer alan emekçilerin sorunları ve bu sorunların çözümüne dönük olarak gerçekleştirdikleri faaliyetler ve sendikal anlayışlarının anlaşılması bu görüşmelerin temel amacını oluşturmuştur.

### **3.5.9 Sinema-TV Sektöründe Bir Emek Örgütlenmesi: Sinema Emekçileri Sendikası**

Sinema tarihindeki sermaye örgütlerinin ilki 1932 yılında kurulmuş olan Türkiye Sinema Filmcileri Birliği’dir (Karakaya, 2014, s.193). Sinema alanındaki ilk emek örgütlenmesi ise ancak 1960’lı yılların koşullarında kurulmuştur. Türkiye’de sendikal örgütlenmenin güçlenme dönemi olarak anılan bu yıllar sermaye birikimi ve siyasal alandaki gelişmelerin de etkisiyle işçi sınıfının nicel olarak tarih sahnesine çıkışı ve örgütlü sendikal hareketlerinin ivme kazandığı yıllardır (Üstün, 2011, s.235). Sinema emekçilerinin ilk emek örgütlenmesi de bu yıllarda kurulmuş olan Sinema İşçileri Sendikası (SİNE-İŞ) dir (Biçer, 2014).

1960’lı yıllar Türkiye sinemasında daha önce tabu olarak görülen pek çok konunun ve sorunun toplumsal gerçekçi bakış açısı içerisinde ele alındığı yıllardır. Bu yılların görece özgür ortamı romanlarda, gazetelerde, filmlerde yansımaları bulmuştur. 1960’lı yıllar aynı zamanda sanayileşmenin, kanunların işçi sınıfına tanıdığı sendikalaşma, grev gibi özgürlük alanlarının etkisiyle işçi sınıfı hareketlerinin ivme kazandığı yıllar olarak tarihe geçmiştir. Sinema İşçileri Sendikası böyle bir ortam içinde toplumsal gerçekçi sinemanın önemli



temsilcilerinden biri olan Metin Erksan tarafından 1962 yılında kurulmuştur. SİNE-İŞ sendikal anlayış açısından dönemin ekonomik, siyasal ve kültürel ikliminden beslenmiş, kuruluşunun dördüncü yılında üye sayısı binin üzerine çıkmıştır. Sendikanın ilk yıllarını anlattığı yazısında Halit Refiğ, Metin Erksan, Lütfi Akad, Ertem Göreç gibi isimlerle birlikte Sine-İş'i sorunlara "memleketin gerçekleri açısından yaklaşan" bir sendika haline getirmeye çalıştıklarını belirtmiş, benimsedikleri sendikal anlayışı "Türk sinemasında gerçek değer emektir. Onun için Sine-İş batılı sendikalara benzemeyen özel bir meslek politikası takip etmelidir" sözleriyle ifade etmiştir. (Refiğ, 1971: 54). Halit Refiğ'e benzer şekilde Vedat Türkali'de 4 Nisan 1974 yılında "Sinemada Meslek Örgütlenmesi Sempozyumu" için yazdığı bildiri de sinema emekçilerinin örgütlenme sorunu üzerine Amerikan tipi sendikacılığın eleştirisini yaparak, işçinin giderek ülkenin bütün sorunlarına çözüm getirebilecek bir biçimde ağırlığını koymasının gerekliliğine vurgu yapmıştır (Türkali, 1974).

Sinema sektöründeki örgütlenme girişimleri ilk darbeyi SİNE-İŞ'in kapatılmasıyla almış, Sinema Emekçileri Sendikası'nın kurulması için 1978 yılı beklenmiştir. Sinema Emekçileri Sendikası kurulmadan önce de örgütlü bir hale gelmek adına çeşitli çabalar gösterilmiş, sinema alanındaki çeşitli işkollarını kapsayacak şekilde kurulmuş olan dernekler aynı mekânda birleştirilmeye çalışılmıştır. Sinema Emekçileri Sendikası kurulmadan önce yaşanan bu süreçleri Sinema Emekçileri Sendikası Yönetim Kurulu Üyesi Melih Biçer (2014) şu sözlerle ifade eder:

"Sinema Emekçileri Sendikası kurulmadan önce sinema alanında çalışanlar, bu alanda çeşitli iş kollarını kapsayacak şekilde dernekler kurmuşlardır. Bu dernekler, yönetmenler derneği, görüntü yönetmenleri derneği, oyuncular derneği, set teknisyenleri derneği gibi derneklerdir. Sinema emekçileri, Sine-Sen'in kuruluşundan önce bu dernekler çatısı altında toplanmışlar, daha sonra bu dernekleri bir çatı altında toplayarak birleştirme süreci içerisine girmişlerdir. Bununla ilgili olarak bütün derneklerin bir arada olduğu bir mekân kiralamışlardır"

Sinema Emekçileri Sendikası kurulmadan önce sinema emekçilerinin işçi sayılmak, emekli yaşına gelmiş olan sanatçıların emekli sayılması, özerk sinema kurulması gibi taleplerine ek olarak sansür ortamı sektörün en önemli sorunlarından. 1939 yılında Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu'na dayanılarak çıkarılan ve 1977 yılına kadar uygulanan "Filmlerin ve Film Senaryolarının Kontrolüne Dair Nizamname ile filmler senaryo denetimine ve çekim sonrasında kontrole tabi tutulmaktaydı. Kontrolün ardından filmlerin bir kısmı şartlı olarak kabul edilirken bir kısmı da tümüyle reddedilmekteydi. Metin Erksan'ın yönettiği "Yılanların Öcü" (1962) ve "Susuz Yaz" (1963), Duygu Sağıroğlu'nun yönettiği



“Bitmeyen Yol” (1966), Lütfi Ö. Akad’ın yönettiği “Hudutların Kanunu” (1965), Yılmaz Güney’in yönettiği “Umut” (1970) gibi filmler 1969-1970 yılları arasında tümüyle reddedilen filmlerden olmuştur. 1970’li yıllarda, hem sansür ortamına karşı hem de sinema emekçilerinin işçi sayılması, emeklilik yaşına gelmiş sinema emekçilerinin emekli olabilmesi gibi amaçlar etrafında birleşen sinema emekçileri sansür ortamına hayır demek adına bir yürüyüşten söz etmeye başlamışlardır (Biçer, 2014).

Tarık Akan, Hakan Balamir, Cüneyt Arkın, Semra Özdamar Yavuz Özkan, Vedat Türkali gibi isimler bir araya gelerek Vedat Türkali’nin öncülüğünde bir yürüyüş komitesi kurmuşlardır. “Sansüre Hayır Ankara Yürüyüşü” olarak bilinen eylem 5 Kasım 1977’de başlayıp Ankara’da mecliste sonuçlanmıştır. Sinema emekçilerinin bu eylemine DİSK’e bağlı sendikalar ve POL-DER ilerici basın ve yazarlar da destek olmuşlardır (Ekinci, 2010). Sinema Emekçileri Sendikası’nın düşünsel temeli bu yürüyüşün ardından atılmıştır.

“Sine-Sen kurulmadan önce Türk Sineması- Yeşilçam İstanbul’dan Ankara’ya sansür ortamına karşı “Sansüre Hayır” yürüyüşü düzenlemiş ve bu yürüyüşün ardından Sinema Emekçileri Sendikası’nın kurulmasının gerekliliği konuşulmaya başlanmıştır. Yeşilçam’ın “Sansüre Hayır” yürüyüşü önemlidir. Çünkü bu yürüyüşü Yeşilçam’da emeği geçen herkes desteklemiştir. Siyasi olarak hükümete yakın olan sanatçıların da desteklediği bir yürüyüş olmuş, bu yürüyüşün karşısında durmamışlardır. Dönemin ünlü oyuncularını, yönetmenleri, hemen hemen hepsi bu yürüyüşe destek olmuştur.” (Biçer, 2014).

Biçer’in de belirttiği gibi “Sansüre Hayır Ankara Yürüyüşü” nün ardından sinema emekçileri arasında yeni bir sendika kurulması yönünde sesler yükselmeye başlamıştır. Ankara yürüyüşünün öncülerinden biri olan Vedat Türkali’ye göre, “sendikal mücadele başıboş bırakılmamalı” ve sinema sektöründeki “tefecî”, “komisyoncu”, “aracı takımı” ve “bunların etki alanından çıkamayan prodüktörlere” karşı yürütülmelidir. Bu temel düşünce etrafında şekillenen Sinema Emekçileri Sendikası Vedat Türkali öncülüğünde ve Mevlüt Ekinci başkanlığında 5 Ocak 1978’de resmen kurulmuştur. Sinema Emekçileri Sendikası’nın kurucu üyeleri arasında oyuncu Semra Özdamar, reji asistanı Aydın Sayman, Reji Asistanı Zafer Par, oyuncu Cüneyt Arkın, set teknisyeni Seyfettin Yılmaz, set teknisyeni Halil Dedeoğlu, set amiri Necdet Buvan, set amiri Cumali Cingü, set teknisyeni Ekrem Ülgey, yardımcı oyuncu İhsan Bayraktar gibi isimler yer almaktadır.

Sinema Emekçileri Sendikası kurulduğu ilk yıllarda Yılmaz Güney’e özgürlük çerçevesinde yürüyüşler ve gösteriler düzenlemiş, Güney’in sansüre ve sinema salonu sahiplerinin engeline takılan filmlerinin gösterimini yapmış, emeklilik yaşına gelmiş

sanatçıların emekli olabilmeleri için mücadeleler vermiştir. Kurulduğu ilk yıllarda SİNE-SEN'in üye sayısı binin üzerine çıkmıştır. (Ekinci, 2010). Ancak sendikanın kuruluşunun ikinci yılında Türkiye'de yeni bir döneme girilmiş, sinema emekçilerinin örgütlenme girişimlerine yönelik ikinci darbeyi almıştır.

1980 yılının ekonomik, siyasal ve ideolojik iklimine işaret eden neoliberal politikalarla birlikte Türkiye'de yeni bir dönem başlamıştır. Yeni sağ politikalar sermayenin önündeki her türlü engelin kaldırılmasını sağlarken; emekçilerin ise tüm kazanımlarının geriletmesine işaret etmiştir. Yeni dönemde hem DİSK hem de DİSK'e bağlı sendikalar geriletmesi gereken emek örgütlerinin listesinde baş sıralarda yer almıştır. 1980 yılı 12 Eylül yönetiminin getirdiği zorunlu tahkim, grev ve lokavt yasaklarından dolayı sendikal faaliyetlerin durduğu bir dönem olmuştur. Sinema Emekçileri Sendikası da DİSK'e bağlı diğer tüm sendikalar gibi 1991 yılına kadar yargılanmıştır. Sinema Emekçileri Sendikası'nın başkanı Mevlüt Ekinci dava sürecinde önce idamla yargılanmış, davası 10 yıl hapis cezası ile sonuçlanmıştır. Sinema Emekçileri Sendikası'nın davası 1991 yılında DİSK'e bağlı olan sendikalarla birlikte sona ermiştir. Sinema Emekçileri Sendikası 1992 yılında yeniden açılmıştır. Biçer (2014) bu süreçte sendikal mücadelenin aldığı darbeyi şu sözlerle ifade etmiştir:

“Sinema Emekçileri Sendikası, 12 Eylül 1980 askeri darbesine kadar faaliyette bulunuyor, darbenin ardından kapatılıyor ve sendikanın yöneticileri cezaevine düşüyorlar. SİNE-SEN DİSK'e bağlı. O dönemde DİSK yargılanınca DİSK'e bağlı bir sendika olarak SİNE-SEN de yargılanıyor ve kapatılıyor. Bu anlamda sendikal mücadele darbe döneminde sekteye uğratılmıştır. 1990'lı yıllarda DİSK davasının sona erip DİSK'in yeniden açılmasıyla birlikte SİNE-SEN de yeniden açılmıştır. Ancak SİNE-SEN yeniden açıldığında köprünün altından çok sular akmış. 12 Eylül darbesi, ardından uygulanan neoliberal politikalar, serbest piyasa ekonomisi ile birlikte ücretler daha da düşürülmüş, sosyal haklar tırpalanmış, 10 yıllık süreçte sendikalaşma, hak arama mücadelesi hep tukaka yapılmış, öcü olarak gösterilmiş. 1960'lı yıllardan bu yana edinilmiş sendikal birikim yok edilmiş, bir kuşak yok olmuş. Böyle bir ortamda yeniden açılıyor sendikamız. 1990'lı yıllar özel televizyonların da açıldığı yıllar. Bu dönemde artık sinemada yılda beş-altı film çekiliyor.”

Biçer'in de ifade ettiği gibi kurulduğu ilk yıllarda sansüre ve sinema emekçilerinin haklarına yönelik olarak mücadele veren ve binin üzerinde üye sayısına ulaşan Sinema Emekçileri Sendikasının kapatılıp yeniden kurulduğu 10 yıl içinde “köprünün altından çok sular akmış” tır. Sendikalara karşı korkutulan 1990 kuşağı “kendilerini TV dizilerinin

oluşturduğu cangılda” bulmuşlardır ve emek örgütlenmelerinin aldığı bütün bu darbeler sonucunda nesillerde “örgütlenme bilgisi" nin birikmesinin önüne geçilmiştir (Kuzu, 2011).

1990’lı yıllarla birlikte Türkiye’de özel kanalların sayısı artmış, sinema sektöründeki üretim son derece azalmıştır. Televizyon kanallarının birbirleriyle rekabet içinde belirledikleri program akışlarının büyük bir kısmını televizyon dizileri oluşturmaya başlamıştır. Sinema Emekçileri Sendikası bu koşullarda yeniden kurulduğunda televizyon alanında çalışan emekçileri de kapsayacak şekilde faaliyetlerine devam etmiştir. 1990’lı yıllarla birlikte sinema emekçisinin de kapsamı değişmiştir. Bir başka ifadeyle televizyonla birlikte Sinema Emekçileri Sendikası’nın emekçi kapsamı hazırlık, çekim ve stüdyo aşamalarını içeren; sinema filmi, TV filmi/dizisi, tiyatro, reklam, tanıtım, belgesel, kısa film vb. projelerde kamera önü ve arkasında çalışan emekçileri kapsar hale gelmiştir.

### 3.5.9.1 Sinema Emekçileri Sendikası’nın Set İşçilerinin Çalışma Koşullarına Yönelik Talepleri

Sinema Emekçileri Sendikası’nın sinema-TV emekçilerinin çalışma koşullarına yönelik olarak belirlediği sorun alanları ve çözüm önerilerini aşağıdaki başlıklar altında toplamak mümkündür (Sinema Emekçileri Sendikası Raporu, 2015):

**Dizi sürelerinin uzunluğu:** Televizyon kanalları, dizilerin arasına daha çok reklam almak amacıyla mevcut yasal boşluklardan da yararlanarak dizi sürelerini 90/110 dakikaya çıkarmıştır. Sinema Emekçileri Sendikası, dizi bölümlerinin 45 dakikaya inmesini ve AB normlarındaki gibi 12 dakika reklam dahil 60 dakikayı geçmemesini talep etmekte, hükümeti, Avrupa Birliği Bakanlığını ve RTÜK’ü görev ve sorumluluklarını yerine getirmeye çağırılmaktadır.

**Sigortasız çalıştırılma:** Sinema-TV emekçilerinin büyük bir çoğunluğu sigortasız çalıştırılmaktadır. Türkiye’de sigorta ve sosyal güvencesiz çalışmanın en yüksek olduğu çalışma ortamı sinema/TV endüstrisidir. Çalışma Bakanlığı ve SGK bu konuda görev ve sorumluluklarını yerine getirmemektedir. Sigortasız çalışma meselesini Çalışma ve Kültür Bakanlığı’na bildirdiklerini ifade eden Melih Biçer (2015) bu uygulamaların hiçbir zaman çalışanlardan yana olmadığını belirtmiştir.

**Çalışma saatlerinin uzunluğu ve ağır çalışma koşulları:** İş yasasına göre, çalışma saatleri günlük 8 haftalık ise 45 saattir. Çalışanlar kabul ettiği sürece ise günlük mesai en çok 3 saat yapılabilir. Ancak televizyon dizilerinin setlerinde ise çalışma saatleri 18-20 saate dayanmış durumdadır. Ağır çalışma koşulları yüzünden ise setlerde pek çok işçi hayatını kaybetmiş ve setlerde sayısız kaza meydana gelmiştir. “Maden işçilerinden sonra en ağır

çalışma koşullarına sahibiz” diyen Melih Biçer, setlerde anlattıkları hikâyeye göre pek çok farklı yerde çekim yaptıklarını, doğa koşullarının çoğunlukla belirsizliklerle dolu olduğunu belirtmiştir. İşçi Sağlığı ve İşyeri Güvenliği ile ilgili bir çalışma yürütmekte olan Sinema Emekçileri Sendikası setlerim “az tehlikeli” kategorisinden “çok tehlikeli” kategorisine geçmesini talep etmektedir.

**Ücretlerde gecikme:** Ücretler 8-10 hafta geciktirilmekte ve indirim yapılarak fatura dayatması yapılmaktadır. Proje bittiğinde sinema emekçisinin çalışma süresi de bitmiş olmaktadır. Tv dizileri emekçiler için daha risklidir. Çünkü dizinin yayınlandığında kaç bölüm süreceği belirsizdir. Yayımlı, çekimi sürse bile iş garantisi yoktur. Oyuncular ve kamera arkası çalışanlar TV dizisi için bölüm başı ücret olarak anlaşır. Ücret en geç ayda bir ödenir. İş sözleşmesi veya toplu iş sözleşmesiyle ödeme süresi bir haftaya kadar indirilebilir (4857 sayılı iş yasası m.32) İşveren ücret pusulası vermek zorundadır (m.37) Aykırılık ve ihlaller için de m.102 de düzenleme ve yaptırımlar sıralanmıştır. Ancak sektörde genel olarak da dizilerde ücret ödemeleri 4-10 bölüm geciktirilmektedir. Bu konuda Sinema Emekçileri Sendikası tarafından açılmış 40 civarında alacak davası bulunmaktadır. Ücret pusulası ise verilmemektedir.

**Emeklilik haklarının gasp edilmesi:** Sektörde emeklilik haklarının gasp edilmesi, işten gereksiz atılmalar, görevli olmadığı işlerde çalıştırılma söz konusudur. 2011 yılında çıkarılan 6111 sayılı Borçların Yeniden Yapılandırılması hakkındaki yasayla işverenlerin prim borçları, SGK ile Bankalar arasında yapılan protokolle kredilendirerek ve taksitlendirerek çözümlenmiştir. Ancak 1995 yılında çıkarılan 4056 sayılı Borçlanma Yasasıyla emekliliğe hak kazanan sinema çalışanları, ekonomik olanaksızlıklar nedeniyle prim borçlarını yatıramadıklarından bu hakkı kullanamamışlardır. SGK'nın bankalarla yeni bir protokol yapması veya mevcut protokole ek yapması sağlanmalı, sinema çalışanları kazanılmış bu haklarına kavuşturulmalıdır. Yeni bir borçlanma yasası çıkarılarak işverenlerce sigorta primleri ödenmemiş sanatçı ve çalışanlara da emeklilik hakkı sağlanmalıdır.

**Denetim eksikliği:** Dizi setlerinde hiçbir denetleme yapılmamaktadır. Örneğin, yapım şirketi bir sette 50 kişi çalıştırıyorsa, bir ambulans, ya da bir doktor bulundurmak zorundadır. Ancak Çalışma Bakanlığı tarafından iş güvenliği, çalışma koşullarına uygunluk konularında herhangi bir denetleme yapılmamaktadır.

**İş kazalarında tazminat ödenmemesi:** Herhangi bir iş kazası durumunda devlet tazminat ödememektedir. Sine-Sen'in bu anlamda kazandığı örnek bir dava bulunmamaktadır.

**Taşeronlaştırma:** Taşeronlaştırma sonucunda emekçiler, güvencesiz düşük ücretlerle çalıştırılmakta ve sendikal hakları ellerinden alınmaktadır:

“Taşeronlaştırdığınızda güvencesiz ve en düşük ücretlerle çalıştırabiliyorsunuz insanları. Taşeronlaştırmayla ücretleri en asgari düzene indirebiliyor, sigorta imkânları ellerinden alınıyor, sendikal hakları ellerinden alınıyor, sendikalaşma önleniyor. Ya da işçi sendikalaşınca onu işten atıyor. Bizim temel duruşumuz ekonomik ve sosyal hakları almak üzerine kurulu.” Gündemimizde taşeronlaşma var mesela. Sendikaların durumunun çok kötüye gideceği anlatılıyor. Bizim sektörümüz en başından beri taşeron olarak çalışıyor. Sendikasızlaştırma Sinema Tv sektörü 1980 sonrasında çalışanların sendikasızlaştırılması konusunda nasibini almış bir sektör. Biz işyerimizin işverenimizin sürekli değiştiği bir sektörde çalışıyoruz. Bu nedenle toplu sözleşme yapamıyoruz. Biz en fazla 3 ay, 6 ay dizi devam ederse bir yıl çalışıyoruz. Daha önceki yıllarda bir takım sözleşmesi hazırlamış sendika, kısa çalışma koşullarına uygun bir sözleşme ancak bu örgütlenme sorunundan dolayı biz bunu hayata geçiremiyoruz.” (Melih Biçer İle Yapılan Görüşme, Mayıs 2014).

Sinema Emekçileri Sendikası'na göre, Sinema ve TV endüstrisinde çalışan emekçilerin sorunları konusunda;

1. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı çalışma koşullarını düzenleyecek gerekli tedbirleri almamaktadır. SİNE-SEN, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın yapımcılara ve yapımcı meslek birliklerine bir uyarı yazısı yazmasını talep etmektedir. Bakanlığın sinema sanatçı ve çalışanlarının bağımlı çalışanlar olduğunu, bu nedenle sigortalı çalıştırılmak zorunda olduklarını, fatura veya serbest meslek makbuzu dayatması yapılamayacağını, haftalık çalışma sürelerinin fazla mesailerle birlikte 51 saati geçemeyeceğini, ücret ödemelerinin en fazla 1 ay geciktirilebileceğini, işçi sağlığı ve iş güvenliği tedbirlerinin alınmasını aksi durumlarda yaptırımlar uygulanacağını bildirmesini istemektedirler. Sinema Emekçileri Sendikası'na göre, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı İş Müfettişlerinin, çekim setlerini (yapımcıya önceden haber vermeden) sigorta, çalışma süreleri, ödemeler ve işçi sağlığı iş güvenliği bakımından denetlemeleri, ihlal tespitleri durumunda yaptırımlar uygulanması sağlanmalıdır.
2. Maliye Bakanlığı Sinema-TV Sektöründeki vergi kaçaklarını gerektiği gibi araştırmamaktadır. Bu konuda denetim yapılmalıdır.
3. Kültür ve Turizm Bakanlığı desteklediği projelerde sadece vergi kaçağı olmadığına dair bir belge almakla yetinmekte ve desteklediği filmlerde çalışanların sigortalı olup olmadığını yeterince denetlememektedir. Bu konuda denetim yapılmalıdır.

4. Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) AB uyum sürecinde imzaladığı bir saat içinde 12 dakika reklam şartını uygulatmamaktadır.
5. Sine-Sen bütün bu sorunlar çerçevesinde çalışma koşullarının düzenlenmesi için Çalışma Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Maliye Bakanlığı gibi devletin resmi kurumlarıyla ortaklaşa bir çalışma sonucunda, muhatapların belirlendiği, görev ve görevlilerin tanımlandığı, çalışma koşullarını ve hakları her yönüyle saptayan, ihlalleri ve yaptırımlarını içeren sektöre özgü sinema yasasının çıkarılmasını talep etmektedir.

Ancak son yıllarda bu talebe ilişkin olarak ve bu sorunu çözmeye yönelik olarak bir herhangi bir girişim bulunmamaktadır ([www.sendika.org](http://www.sendika.org)). Bu duruma yönelik olarak soru önergesini cevaplayan Kültür ve Turizm Bakanı 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'na göre, bir veya birden fazla işveren tarafından çalıştırılan; film, tiyatro, sahne, gösteri, ses ve saz sanatçılarıyla, müzik, resim, heykel, dekoratif ve benzeri diğer uğraşları içine alan bütün güzel sanat kollarında çalışanlar, düşünürler ve yazarların sigortalı sayıldığını ifade ederek, Türkiye'de sinema alanını ve çalışanlarını tanımlayacak özel bir 'Sinema İş Yasası' oluşturulması yönünde bakanlıkça yürütülen bir çalışma bulunmadığını belirtmiştir.

Sinema Televizyon sektörüne ilişkin olarak 2011 yılına değin tek emek örgütlenmesi Sinema Emekçileri Sendikasıyken; 2011 yılında sektördeki ikinci bir emek örgütlenmesi olarak Oyuncular Sendikası kurulmuştur. Sektördeki emekçileri ilgilendiren sorun alanlarının ve taleplerinin benzerliğine rağmen örgütlenme girişimlerinde ve bir araya gelmede bir bölünmenin söz konusu olduğu açıktır.

### 3.5.10 Sinema-TV Sektöründe Bir Emek Örgütlenmesi: Oyuncular Sendikası

Oyuncular Sendikası'nın kurulma fikri Sinema Emekçileri Sendikası'nda örgütlü olan oyuncular tarafından ortaya atılmıştır. Sinema Emekçileri Sendikası kamera önü çalışanlarını da kapsamakla birlikte oyuncular farklı bir sendika kurma fikrini benimsemişlerdir. Oyuncular Sendikası Örgütlenme Birimi Sorumlusu Yeşim Girgin kamera arkası çalışanlar ile oyuncuların bir sendikanın çatısı altında toplanamamasının nedenini oyuncular ile teknik ekibin sorunlarının farklı olması olarak belirtmiştir (Girgin, 2015).

Oyuncular Sendikası kurulmadan önce, Sinema Emekçileri Sendikası'nda örgütlü olan oyuncular "Oyuncular Sendikası Girişimi" adı altında bir araya gelerek Su Gösteri Sanatlarında bir buçuk yıl boyunca toplantılar düzenlemişlerdir. Bu toplantıların ardından sendika kurma fikrinde birleşerek kuracakları sendikayı bir mektupla duyurmuşlardır.



Oyuncular Sendikası Girişimi'nin 29 Mart 2010 tarihinde yaklaşık 550 oyuncunun katılımıyla gerçekleştirdiği toplantı Oyuncular Sendikası'nın kurulma kararı ile sonuçlanmıştır. Toplantının ardından toplanan bağışlarla Oyuncular Sendikası'nın İstanbul Şişli'de bulunan ofisi kiralanmıştır. 29 Mart 2011 tarihinde de sendika resmen kurulmuştur (Girgin, 2015). 2014 yılına kadar sendikanın başkanlığını yürüten Mehmet Ali Alabora, gezi eylemleri sonrasında sendika yönetimini devrettiğini açıklamıştır. Bugün Oyuncular Sendikası'nın başkanlığını Meltem Cumbul yapmaktadır.

Oyuncular Sendikası'na sadece sinema, dizi ve tiyatro oyuncuları değil; operacılar, dansçılar, seslendirme oyuncuları, pandomimci ve kuklacılar da üye olabilmektedirler. Figüranlar ise oyuncu olarak görülmemelerinden ötürü sendikaya üye olamamaktadır. Başka bir ifadeyle figüranlar dışında bütün sahne, perde, ekran ve mikrofon oyuncuları Oyuncular Sendikası'nın üyesi olabilmektedir.

Oyuncular Sendikası kurulduğu 2011 yılından itibaren oyuncular özelinde çalışma koşullarının iyileştirilmesine yönelik olarak kampanyalar yürütmeye başlamıştır. Bu kampanyalar, "4A Kampanyası", "İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Kampanyası", "Çocuk Oyuncular Kampanyası" ve Meslek Tanımı Çalışması"dır. Oyuncular Sendikası gündeminde olan ve öncelikli olarak çözüme ulaştırmak istedikleri en önemli sorun "4A Sorunu", yani sektörde oyuncuların, işverenmiş gibi çalıştırılması ve iş kanunu çatısı altından çıkmalarıdır (Girgin, 2015):

"Bütün oyunculara oyuncu işverenmiş gibi işverenler tarafından defter açtırılarak, BAĞ-KUR sigortalısı olarak çalıştırılmaktadırlar. Oyuncular, iş kanunu çatısı altından çıkarak iş kanununun sunduğu hakları kaybetmektedir. Oyuncuların 4B'li değil 4A'lı çalıştırılması gerekiyor. Bu da iş kanununda açıkça belirtilmiş. Zaten olmayan bir şeyi talep etmiyor bu sendika. Yasalarda var olan hakların pratikte de uygulanması için şu an mücadele ediyor. İş kanunu, çok açık ve net oyuncuların işçi olduğu ve 4A'lı çalıştırılması gerektiğini yazıyor."

Sendikanın en temel gayreti işveren tarafından oyuncuların bağlı çalışan olarak görülmesi yönündedir. Çalışmanın bulguları doğrultusunda "Yapım Şirketleri'nin İşçi-İşveren İlişkilerine Bakışı ve Set İşçilerinin Çalışma Koşullarına İlişkin Düşünceleri" başlığında da tartışıldığı gibi yapım şirketleri işveren olduklarını, oyuncuların ise işçi olduklarını kabul etmemektedirler. Oyuncuların bağlı çalışan olması ya da bir başka ifadeyle işçi olarak görülmesi demek yapım şirketi açısından bir takım yükümlülükleri beraberinde getirmekte ve yapım şirketleri ise bu sorumlulukları almak istememektedirler.

Oyuncunun bağılı çalışan olması demek, yapım şirketi herhangi bir nedenden ötürü oyuncuyu işten çıkardığında oyuncuya tazminat vermekle yükümlü olması demektir. Oyuncu bağılı çalışan haline geldiğinde imzaladığı sözleşmelerdeki cezai şartlardan kurtulacak, muhasebe ve vergi giderleri olmayacak, işten ayrılabilir, sekiz saat çalışabilecek belirli bir yaşa geldiğinde emekli olabilecek, ücretsiz sağlık hizmetlerinden yararlanabilecek, işsizlik sigortasından yararlanabilecek, iş mahkemesinde haklarını arayabileceklerdir. (Biroy, 2012). Oyuncular Sendikası oyuncu ile yapımcı arasındaki ilişkinin işçi-işveren ilişkisi olarak görülmesini, iş kanununa tabi olmayı, iş güvencesi, taban ücret ve temel bazı çalışma koşulları elde etme yönünde mücadele etmektedir. Oyuncular Sendikası, sendikal anlayış açısından devletin çeşitli organlarıyla ve yapım şirketleriyle uzlaşmacı bir tavır sergilemeyi ve bir arada hareket etmeyi amaçlamış ve Oyuncuların bağılı çalışan olması hedefini taşıyan “4A Kampanyası” kapsamında aşağıdaki faaliyetleri gerçekleştirmiştir (Oyuncular Sendikası Faaliyet Raporu, 2011-2013):

1. 23-27 Mayıs 2011 tarihleri arasında Ankara’da Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’na bağılı Çalışma Genel Müdürlüğü ve Hukuk Müşavirliği, Sosyal Güvenlik Kurumu Genel Müdürlüğü ile görüşmüşlerdir.
2. 2011 yılı Kasım ayında Ankara’da Gelir İdaresi Başkanlığı, Çalışma Genel Müdürlüğü, Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Sosyal Güvenlik Kurumu Daire Başkanlıkları ile yapılan görüşme sonucunda Ankara’da bir koordinasyon kurulu kurulmuştur.
3. Koordinasyon kurulu, 23 Aralık 2011 tarihinde Ankara’da Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’nda ilk toplantısını gerçekleştirmiştir.
4. 13 Aralık 2011 tarihinde tüm yapımcılara bir mektup gönderilerek oyuncuların 4A sigortası kapsamında sigortalanmaları gerekliliği anlatılmıştır.
5. 24 Ocak 2011’de yapımcı meslek birlikleri FİYAB, TESİYAP, SE-YAP ile toplantı düzenlemişlerdir. (Bu tarihte Yapımcılar Derneği henüz kurulmamıştır).
6. 3 Şubat 2012 tarihinde Maliye Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Sosyal Güvenlik Kurumu ve İstanbul Gelir İdaresi Başkanlığı ile İstanbul Kadir Has Üniversitesi’nde bir araya gelmişlerdir. Koordinasyon Kurulu’nda SGK, oyuncuların hizmet akdi kapsamında çalıştıkları ve bu nedenle 4/A kapsamında sigortalanmaları gerektiğini dile getirmiştir. Bu sorumluluğun işveren durumundaki yapımcı tarafından üstlenilmesi gerektiği hususunda tüm katılımcılar mutabakata varmışlardır.

7. 27 Nisan 2012 tarihinde ise yapımcılar, yapımcı meslek birlikleri ile Sosyal Güvenlik Kurumu, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı bir araya gelmişlerdir.
8. 24 Temmuz 2012 tarihinde itibariyle Türkiye'nin önde gelen televizyon dizi yapımcıları İstanbul İl Dernekler Müdürlüğü'ne verdiği kuruluş bildirimiyile dernekleşmiştir.
9. 24 Temmuz 2012 tarihinde Sosyal Güvenlik Kurumu internet sitesinde "Sanatçıların Sigortalılığı" başlığı ile bir yazı yayınlamıştır.
10. 8 Ağustos 2012 tarihinde, Oyuncular Sendikası, Yapımcılar Derneği, Sosyal Güvenlik Kurumu Primleri Genel Müdürlüğü yetkilileri bir araya gelerek "Sanatçıların Sigortalılığı" ile ilgili olarak değerlendirme toplantısı yapmışlardır. Bu toplantıda oyuncular sendikası genel yazının 2. maddesinde yer alan oyuncuların da "bağlı çalışan" olarak değerlendirilmesi ve 4A kapsamında sigortalı olması gerektiğini belirtirken, Yapımcılar Derneği ise aynı madde hakkında oyuncuların sözleşme serbestisi ilkesi nedeniyle tercih hakkının olması gerektiğini talep etmiştir.
11. Sosyal Güvenlik Kurumu'nun yayınlayacağı genelge 22 Şubat 2013 tarihinde çıkmış, bu genelge ile oyuncuların yapımcıları tarafından 4A'lı (eski SSK) olarak sigortalanması fiili hale getirilmiştir. Oyuncuların yapımcılar tarafından sigortalanarak çalıştırılması için yayınlanan genelge ile ilgili Sosyal Güvenlik Kurumu, Oyuncular Sendikası ve Yapımcılar Derneği'ni davet ederek, bir toplantı düzenlemiştir. 9 Nisan'da SGK'nın çağrısı ile İstanbul Sosyal Güvenlik İl Müdürlüğü'nde yapılan toplantıda genelgenin nasıl uygulanacağı ile ilgili bir tartışma yürütülmüştür.

Oyuncular Sendikası'nın çalışma koşullarına yönelik bazı kazanımlar elde etmek çabasıyla yürüttükleri bu çalışmalar devam ederken, Yapımcılar Derneği Başkanı Birol Güven sahibi olduğu Mint Yapım'ın web sitesinden bir açıklamada bulunarak 4A meselesine ilişkin görüşlerini dile getirmiştir. Oyuncular için en uygun sigortalılık şeklinin 4/B sigortalılık olduğunu ve sigortalılık konusunda taraflar ile yapım şirketleri arasında serbest bir irade olması gerektiğini belirtmiştir:

"Oyuncuların sigortasız çalıştırıldığı iddiası doğru değildir. Oyunculardan bazıları 4/a sigortalısı bazıları da 4/B sigortalısıdır. Eski adıyla BAĞ-KUR sigortalılığı olan 4/B sigortalılık da SGK çatısı altında faaliyet gösteren bir sigortalılık seçeneğidir

ve milyonlarca sigortalısı vardır. 4/B'lilik kendi nam ve hesaplarına çalışan kişilerin sigortalılığıdır ve oyuncular için de en uygun sigortalılık şeklidir.”

Oyuncuların hala 4/B'li çalıştırılmaya devam edildiğini belirten Oyuncular Sendikası oyuncuların da iş kaybına uğramamak adına hala bu şekilde çalışmayı kabul ettiklerini belirtmiştir. Sendikanın kuruluşundan itibaren yapım şirketleriyle uzlaşmacı bir tavır içinde olmayı tercih ettiklerini ifade eden Girgin, işverenin hiçbir şekilde sorumluluk almak istemediğini söylemiştir:

“Bizim başından beri işverenlerle çok uzlaşmacı bir tavrımız vardı. Fakat çok ciddi bir tepkiyle karşılaştık. Hiçbir şekilde sorumluluk almak istemedi işveren. Oyunculara defter açtırmasının sebebi ise sadece maliyetten kaçmak değil, hiçbir şekilde sorumluluk almamak. Çünkü setlerde çok ciddi kazalar oluyor ve kazalar olduğu zaman o iş kazası olarak geçiyor. İster 4A'lı ol ister 4B'li fark etmiyor; ama oyuncunun sorumluluğunu almak istemiyor. Tazminat ödemek istemiyor. Hiçbir şey yapmak istemiyor. Ve oyuncuya her şeyi yaptırmak istiyor. Bağ kurlu olduğu zaman her şey yapımcının elinde olabiliyor. İstedığı gibi yönlendirebiliyor oyuncuyu vs aslında bunu gördük ve bize çok ciddi tepkiler verdiler hiç beklemediğimiz bir tepkiyle karşılaştık. Hala da direniyorlar. Biz sonuçta kanuni haklarımızı talep ediyoruz ve sosyal güvenlik kurumu bu hakları vermek zorunda.” (Girgin, 2015).

Oyuncular Sendikasının bağlı çalışan olmanın yanında diğer bir mücadelesi de temel çalışma koşulları elde etmeye yöneliktir. Setlerin çalışma koşullarını Yeşim Girgin şu sözlerle ifade etmiştir:

“Temizlikten, hijyene, ısınmaya, yemeğe, kadar her şeyi dâhil edebiliriz çalışma koşullarına. Oyuncuların karavanlarının olması lazım yok, tuvalet yok. Belgrat ormanlarında çekimlerde ısınabilecekleri bir alan bile yoktur çoğu sette, denetleme yoktur. Bir çok oyuncu özellikle kış döneminde çekilen dizilerde genellikle hastalanır, hijyen olmadığı için bağırsak enfeksiyonuna kadar bir sürü temizlikten kaynaklı hastalıklarla mücadele eder. Yine çok bekletme gibi bir durumu var yapımcıların. Örneğin, sizi sete çağırıyorlar, “şu saatte burada olacaksınız”, “çekimin var”, 6 saat, 12 saat, 16 saat sürecek diyorlar. Sen gidiyorsun seni iki gün orada o kostümle beklettikleri de oluyor. Mesela Genel Başkanımız Meltem Cumbul’un hiçbir şekilde çekime alınmadan 52 saat sette bekletildiğini biliyoruz.”

“Eskiden diziler Türkiye de 45dakika ya da 60 dakika çekiliyordu. O zaman bile ciddi anlamda 32 saate varan setler vardı. Şu an 150 dakika çekiliyor. 150 dakikayı bir haftada çekmeye çalışıyorlar. Her hafta bir film çektiğinizi düşünün;

hiçbir şekilde repo verilmiyor. Verilse de çok dengesiz oluyor. Aralıksız 32 saat 42 saat çalışıldığını biliyoruz. Minimum dizi setlerinde 18-19 saat çalışılıyor. Bu çok vahim bir durum. Bu durum artık hayatları tehlikeye atıyor. Fiziksel anlamda çok tehlikeli alanlarda çalışıyorlar. Özellikle aksiyon sahneleri, tabancalar sıkılıyor, arabalar uçuyor, vücuda fünye bağlanıyor. Şimdi, 18 saat yorgunluğun üstüne bu insanlar, o kabloyu başka bir yere bağlasa onu kolundan edebilir.” (Girgin, 2015).

Oyuncular Sendikası'nın setlerdeki tehlikeli çalışma koşullarına karşı başlattıkları diğer bir kampanya da İş Sağlığı ve İş Güvenliği kampanyasıdır. Bu kampanya doğrultusunda az tehlikeli sınıftan tehlikeli sınıfa geçirilmeyi amaçlamaktadırlar. 22 Ocak 2015 tarihinde Ankara'da bir sunum gerçekleştirilerek tehlikeli sınıfa geçmeyi talep edeceklerdir. Bu kampanya kapsamında oyuncuların kaza hikâyelerini dinlemişler ve iş sağlığı ve iş güvenliği uzmanlarıyla raporlar hazırlamışlardır. Tehlikeli sınıfa geçtiklerinde daha iyi bir denetim geleceğini düşünmektedirler. Setlerde hiçbir şekilde denetim yoktur (Girgin, 2015).

“Bu sektör 100 yıllık bir sektör. 100. yılını kutluyoruz sinemanın. Sosyal Güvenlik Kurumu 100 yıldır bir kere bu sektörü denetlememiş. Bir denetim raporu yok sektöre dair. Sadece Maliye Bakanlığı denetlemiş. Maliye Bakanlığı için önemli olan setlerdeki çalışma koşulları, sosyal güvenlik meselesi değil, vergi meselesidir. Sosyal Güvenlik Kurumu setleri o kadar başı boş bırakmış ki her işveren kendi kanunu yazmış ve seti kendi kanununa göre yönetmiş.

İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Kampanyasına ek olarak sendikanın yürüttüğü diğer bir kampanya da Çocuk Oyuncular Kampanyası'dır. Sendika çocuk oyuncular için özel bir yasayı, çocuk oyuncuların yetişkinlerle aynı şartlarda çalışmamasını talep etmektedirler. İlgili kampanya Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ile yürütülmektedir. Bütün bu faaliyetleri yürüten Oyuncular Sendikası tüm bu talepleri dile getirirken en büyük sıkıntıyı oyuncuların yüksek ücret aldıkları algısı nedeniyle yaşadıklarını ve birçok çalışmada destek görmediklerini ifade etmiştir. Türkiye'deki tiyatro sayısı, stüdyo sayısı ve oyuncuların işlerini icra edebilecekleri işyeri sayısına bakarak Türkiye'deki oyuncu sayısının 10 bin civarında olduğunu öngören Oyuncular Sendikası oyuncuların aylık gelirlerine yönelik olarak da bir çalışma yapmıştır (Girgin, 2015).

“Biz bir çalışma yaptık. Türkiye'de 10.000 tane oyuncu olduğunu öngördük. Bu 10.000 oyuncunun 300 tanesinin aylık gelirin 15.000 TL üstünde olduğunu tespit ettik. Tamamen bu konuda başrol oyuncuları değerlendiriliyor. Ortalama olarak oyuncuların 1500 lira ile geçindiğini öngördük. Oyuncu dediğimizde akla sadece başrol oyuncusu geliyor. Dizilerde kimi oyuncu bölüm başına 20.000-30.000 TL

alırken bölüm başına 500 TL'ye çalışan oyuncular da var. Bütün sektör sadece başrol oyuncularıyla değerlendirilemez. Ayrıca başrol oyuncular da sektörün birden yıldız yaptığı, sonra da yıldızını söndürdüğü kişiler. Bir de yüksek ücret alıyormuş gibi görünse de oyuncular yıllarca iş yapmıyor olabiliyor. Kazandığı parayla çalışmadığı zamanlarını da geçiriyor. Ben fırında çalışan, garsonluk, barmenlik yapan oyuncular tanıyorum. Oyunculukta hiçbir zaman iş garantisi yok.

### 3.5.11 Dizi Sektöründe Bir Sermaye Örgütü: Yapımcılar Derneği

Sermaye sınıfı, sermaye örgütü olarak da adlandırılan dernekler, birlikler, sendikalar gibi çeşitli biçimler altında örgütlenerek sınıfsal çıkarlarını savunmakta ve çalışma yaşamına ilişkin olarak hükümetlere baskı yapmaktadırlar. Türkiye'de sinema-TV sektörüne ilişkin olarak faaliyet gösteren sermaye örgütleri, Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Meslek Birliği (TESİYAP), Film Yapımcıları Meslek Birliği (FİYAB), Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği (SE-YAP) ve Yapımcılar Derneği'dir.

2003 yılında kurulmuş olan TESİYAP, yapımcı meslek birlikleri arasında kurulmuş olan ilk meslek birliğidir. Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Meslek Birliği Tüzüğü madde 2'ye göre, birliğin amacı, "5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun 80. maddesi uyarınca eser sahiplerinden ve icracı sanatçılardan mali hakları kullanma yetkisini devir alarak filmlerin ilk tespitini gerçekleştiren film yapımcılarının ortak çıkarlarını korumak, haklarını izlemek, 5846 sayılı kanun ile tanınmış hakların idaresini ve takibini, alınacak tazminat ve filmlerin kullanılmasından kaynaklanan ücretlerin tahsilini ve hak sahiplerine dağıtımını sağlamaktır" olarak belirtilmiştir. Film yapımcılarının mesleki çıkarlarını ve haklarını korumak amacıyla kurulan TESİYAP'ın başkanlığını Mint Yapım'ın sahibi, yönetmen ve senarist Birol Güven yapmaktadır. Başkanlığını yapımcı Metin Tunçtürk'ün yaptığı FİYAB da 2005 yılında TESİYAP ile benzer amaçlar doğrultusunda kurulmuş olan bir meslek birliğidir. Sinema ve televizyon sektörüne ilişkin olarak kurulan diğer bir meslek birliği de SEYAP'tır ve başkanlığını yapımcı Zeynep Özbatur Atakan yapmaktadır.

Araştırma kapsamında görüşülen Yapımcılar Derneği ise, 2012 yılında, Türkiye'de önde gelen yapım şirketleri tarafından kurulmuştur. Son yıllarda Türkiye'deki belli başlı yapım şirketleri, televizyon dizileri üzerinden ciddi karlar elde etmeye başlamış ve yurt dışına yapılan dizi ihracatlarıyla giderek güçlü bir hale gelmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine (2014) göre, Türkiye'de üretilen 70'in üzerinde dizi 75 ülkede yayınlanmaktadır. Dizilerin uluslararası pazara satışları başlangıçta 35-50 dolar arasında değişirken; 2014 yılı verilerine göre, dizilerin satış fiyatları 500-200 bin dolar arasındadır. Bakanlığın verileri, 2013 yılı itibariyle Türkiye'nin yıllık dizi ihracatının toplamda 200 milyon dolara yaklaştığına



işaret eder. Türkiye’de üretilen diziler, Afganistan, Almanya, Arnavutluk, Avusturya, Azerbaycan, Birleşik Arap Emirlikleri, Bahreyn, Bosna Hersek, Brunei Sultanlığı, Bulgaristan, Cezayir, Çek Cumhuriyeti, Çin, Endonezya, Estonya, Fas, Gürcistan, Hırvatistan, Irak, İran, İsveç, İsviçre, Japonya, Karadağ, Katar, Kazakistan, Güney Kore, Kosova, Kuveyt, Letonya, Libya, Litvanya, Lübnan, Macaristan, Makedonya, Malezya, Mısır, Özbekistan, Pakistan, Romanya, Rusya, Slovakya, Slovenya, Suriye, Tayland, Tayvan, Tunus, Ukrayna, Umman, Ürdün, Vietnam, Yemen ve Yunanistan gibi ülkelere ihraç edilmektedir.

Türkiye’de hem televizyon dizileri üzerinden hem de yurt dışına yapılan dizi satışları üzerinden ciddi karlar elde edilmektedir. Bu anlamda giderek güçlenmeye başlayan belli başlı yapım şirketleri çıkarlarını korumak amacıyla ve televizyon kanallarına, devletin çeşitli organlarına ve çalışma koşullarına (işçilere) karşı bir araya gelerek örgütlenme ihtiyacı duymuşlardır. Türkiye’de Sinema-TV sektörüne ilişkin olarak pek çok sermaye örgütlenmesi bulunmakla birlikte salt dizi üreten yapım şirketlerinin neden bir araya gelerek dernek kurma ihtiyacı duyduklarını ve bu örgütlenmenin neden 2012 yılına dek kurulmayıp bu yıllarda kurulduğunu ve bütün bu yapım şirketlerinin çalışma yaşamına ilişkin düşüncelerini sermayenin bakış açısı olduğu gerçeğini unutmadan tartışmak önemlidir.

Yapımcılar Derneği’nin başkanlığını Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Meslek Birliği’nin de başkanlığını yürüten Mint Yapım’ın sahibi Birol Güven yapmaktadır. Derneğin temel amaçları doğrultusunda yapılan çalıştayların, bilgilendirme toplantılarının ve dernek tarafından verilen görüşlerin ve hukuki metinlerin danışmanlığını ise, hukuk ekibiyle birlikte avukat Burhan Gün gerçekleştirmektedir. Burhan Gün, Yapımcılar Derneği ile birlikte TESİYAP’ın Belgesel Sinemacılar Birliği’nin ve Reklam Yapımcıları Derneği’nin de hukuk danışmanıdır. Çalışma kapsamında Burhan Gün’e derneğin tarihçesi, kuruluş amaçları, dizi sektöründe çalışan emekçilerin sorunları ve setlerdeki çalışma koşulları üzerine düşünceleri sorulmuştur.

Yapımcılar Derneği 24 Temmuz 2012 tarihinde kuruluşunu ve kurulma amacını bir basın bülteniyle duyurur:

“Türkiye’nin önde gelen televizyon dizi yapımcıları 24 Temmuz 2012 tarihi itibarıyla *İstanbul İl Dernekler Müdürlüğü*’ne verdiği kuruluş bildiriminiyle dernekleşti. Televizyon ve sinema sektöründe görsel-işitsel eser üretimleri gerçekleştiren yapımcılar, mesleki dayanışma ve işbirliği ortamını yaratmak, yapımcıların çalışma ilişkilerinde, ortak ekonomik ve sosyal haklarını korumak ve geliştirmek için *Yapımcılar Derneği*’ni kurdu. Televizyon ve sinema sektörünün kurumsallaşması ve temellendirilmesi için çalışmalar yürütecek olan dernek, çalışma hayatında ve çalışma

koşullarında gerekli iyileştirmelerin, düzenlemelerin yapılması için her türlü çabayı gösterecek ve kamu nezdinde yapımcılar adına temsilci olacaktır. *Yapımcılar Derneği*, sektöre ilişkin yasa, yönetmelik vb. hukuki metinlerin üretiminde etkin görev almayı hedeflemektedir. Yine üretim sonrası sinema eserleri için toplanıp dağıtılacak olan telif bedellerinin belirlenmesinde aktif rol alacaktır. *Yapımcılar Derneği*, televizyon ve sinema endüstrisine ilişkin her türlü konuya ve soruna doğrudan müdahale etmeyi; çözüm üretmeyi, uzlaşlar sağlamayı ve belirleyici olmayı; film, dizi gibi her türlü görsel-işitsel eser üretiminde koşulların ve çalışma ilişkilerinin belirlenmesinde söz sahibi olmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede *Yapımcılar Derneği*, görsel-işitsel eser üretiminin birlikte üreticisi olan yapımcılar, yönetmenler, senaristler, müzisyenler, oyuncular ve kamera arkası çalışanlarının bir bütün olarak haklarını korumak ve geliştirmek için çalışacaktır.”

*Yapımcılar Derneği*'nin 14 kurucu üyesi, Mint Yapım, Gold Film, Süreç Film, Med Yapım, TMC Yapım, Focus Film, TİMS Yapım, Erler Film, Sinegraf Film, Avşar Film, Ay Yapım, Boyut Film, BKM Film ve D Prodüksiyondur. *Yapımcılar Derneği*'nin kuruluşunu ilan ettiği basın bülteninde de açıkça belirtildiği gibi, Türkiye televizyon kanallarına dizi üreten yapımcılar, yapımcıların ekonomik ve sosyal hakları, çalışma hayatında söz sahibi olma, yasalara, yönetmelik ve hukuki metinlere müdahale etme, telif bedellerinin belirlenmesi gibi konular etrafında bir araya gelmişlerdir (Gün, 2015):

*Yapımcılar Derneği* yapımcılık mesleğinin daha iyi bir konuma gelmesi, devlet nezdinde temsiliyetinin sağlanması, SGK mevzuat değişikliklerine müdahale edebilmek, telif, fikir ve sanat eserleri kanunları ile ilgili olarak görüş vermek, toplantılara katılmak amacıyla kurulmuş olan mesleki bir platformdur (Gün, 2015).

Bu doğrultuda yapım şirketlerini ilgilendiren üç temel konu etrafında kurulan *Yapımcılar Derneği*, mevzuat değişikliklerine müdahale edebilmek, telif hakları konusunda yapım şirketlerinin çıkarlarını korumak ve çalışma koşullarına yönelik olarak yapım şirketlerinin çıkarlarını temsil etmek amacıyla kurulmuştur. *Yapımcılar Derneği*, başlangıçta 14 kurucu üyeye kurulmakla birlikte, bugün *Yapımcılar Derneği*'ne üye olan yapım şirketi sayısı 19'dur. *Yapımcılar Derneği* ile görüşme yapılan Ocak 2015'te 19. üye olarak Pana Film *Yapımcılar Derneği*'ne üye olmuştur. *Yapımcılar Derneği*'nin kuruluş amaçları ile birlikte düşünüldüğünde, derneğe üye olan yapım şirketleri, mesleki konularda, işçi-işveren ilişkilerinde ve ilgili mevzuata müdahalede bulunmada ortak bir iradeye sahip olup, bütün bu konulara ilişkin olarak sektörde söz sahibidirler. Aşağıda *Yapımcılar Derneği*'ne üye olan yapım şirketleri, bu şirketlerin kuruluş yılları ve kurucularına ilişkin tablo yer almaktadır:

Tablo 3.8 Yapımcılar Derneği'ne Üye Yapım Şirketleri, Kuruluş Yılları ve Sahipleri

Yapım Şirketi (Üye)	Kuruluş Yılı	Kurucu
Mint Prodüksiyon	1996	Birol Güven
Gold Film	1994	Faruk Turgut
Süreç Film	2001	Ali Gündoğdu
Med Yapım	1993	Fatih Aksoy
TMC Yapım	1993	Erol Avcı
Focus Film	2006	Nilgün Sağyaşar
TİMS Yapım	2006	Timur Saveri
Erler Film	1960	Türker İnanoğlu
Sinegraf Film	1984	Osman Sınay
Avşar Film	1984	Şükrü Avşar
Ay Yapım	2005	Kerem Çatay
Boyut Film		Murat Tokat/Mahsun Kırmızıgül
Beşiktaş Kültür Merkezi	1994	Necati Akpınar/Yılmaz Erdoğan
D Prodüksiyon	1992	Ayşe E. Durmaz
TükenmezKalem Film		Gani Müjde
Bando Yapım		Müge Turalı/Mehmet N. Karaca
NTC Medya	2008	Mehmet Yiğit Alp
Adam Film	2007	Tarkan Karlıdağ/Serdar Akar
Pana Film	2004	Raci Şaşmaz/Bahadır Özdener

Yapımcılar Derneği'ne üye olan yapım şirketlerinin büyük bir çoğunluğu 1990'lı yıllarda ve 2000'li yıllarda kurulmuş olup; 1980'li yıllarda kurulan iki yapım şirketi, Osman Sınay ve Şükrü Avşar'ın sahibi olduğu Sinegraf Film ve Avşar Film'dir. Derneğe üye olan yapım şirketlerinden NTC Medya, Ay Yapım'ın; BKM ise TMC yapımın firmasıdır. Aşağıda yer alan tabloda ise Yapımcılar Derneği'ne üye olan yapım şirketlerinin faaliyet alanları yer almaktadır.

**Tablo 3.9 Yapımcılar Derneği'ne Üye Yapım Şirketlerinin Faaliyet Alanları**

Yapım Şirketi (Üye)	Faaliyet Alanları
Mint Prodüksiyon	TV dizisi, dizi film müzikleri, albüm yapımcılığı, kamera önü ve arkası eğitim
Gold Film	Sinema Filmi, TV dizisi
Süreç Film	Sinema Filmi, Tv dizisi
Med Yapım	Sinema Filmi, TV dizisi ve Program yapımcılığı
TMC Yapım	Sinema filmi, TV dizisi, müzik yapımcılığı, menajerlik, belgesel ve animasyon yapımcılığı
Focus Film	Sinema Filmi, TV dizisi
TİMS Yapım	Sinema Filmi, TV dizisi
Erler Film	Sinema Filmi, TV dizisi, sinema salonu işletmeciliği
Sinegraf Film	Sinema Filmi, TV dizisi
Avşar Film	Sinema Salonu işletmeciliği, yabancı film ithalat, dağıtım, sinema filmi, dizi yapımcılığı
Ay Yapım	Sinema filmi, Tv dizisi, TV Programı
Boyut Film	Sinema filmi, TV dizisi
Beşiktaş Kültür Merkezi	Sinema Filmi, TV programı
D Prodüksiyon	Sinema Filmi, TV Programı, dizi, klip, reklam, film dağıtımı
TükenmezKalem Film	TV dizisi, Sinema Filmi
Bando Yapım	TV dizisi
NTC Medya	TV dizisi
Adam Film	Sinema Filmi-TV dizisi
Pana Film	Sinema Filmi-TV dizisi

Yapımcılar Derneği'ni Burhan Gün "Dizi sektörünün "Dizi Sektörünün TÜSİAD'ı gibi düşünün" sözleriyle ifade etmiştir. Türkiye'de ticaretin ve dış ticaretin %80'ini gerçekleştiren TÜSİAD üye kuruluşları gibi Yapımcılar Derneği'ne üye olan yapım şirketleri dizilerin ekonomik ve kültürel üretim alanında egemen konumda olup diziler üzerinden ciddi karlar elde etmektedirler.

Koçer (2014, s.41), "Türkiye'de Özel Televizyon Kuruluşlarında Dış Kaynak Kullanımı" başlıklı çalışmasında Kanal D, Star TV, Show TV, ATV, Fox TV kanallarının hizmet almada tercih ettikleri yapım şirketlerini tespit etmiştir. Yapımcılar Derneğine üye olan yapım şirketleri aynı zamanda kanalların sıklıkla program yaptırmayı tercih ettikleri yapım şirketleri arasında yer almaktadır. Bu yapım şirketleri sektörde en çok kazanan ve kanalların prime time 'da yayınladıkları dizilerin büyük bir çoğunluğunu üreten yapım şirketleridir.

Yapımcılar Derneği'ne bütün yapım şirketleri üye olamamaktadır. Yapımcılar Derneği'ne üye olabilmenin ve temsil edilebilmenin yolu üyelerin kabulünden geçmekte ve derneğe üye olarak kabul edilmede yapım şirketlerinin ticari başarıları göz önünde bulundurulmaktadır. Ek olarak prime-timea dizi üreten yapım şirketleri Yapımcılar Derneği'ne üye olabilmektedirler:

“Yapımcılar Derneği’ne bütün üyelerin kabul ettiği, prime timea üretim yapan aktif dizi yapımcıları üye olabiliyorlar. Bu şirketler ticari başarılarına göre bu dernekte yer alabiliyorlar. Ticari maharetleri, başka bir ölçü yok” (Gün, 2015).

Özetle, sözü geçen 22 yapım şirketi, Türkiye televizyon kanallarındaki dizilerin büyük bir çoğunluğunu üreten, finanse eden ve dizi sektörünü kontrol eden yapım şirketleridir. Türkiye’de dizi yapan yapım şirketi sayısının 30’u geçmeyeceğini ifade eden Burhan Gün, bu şirketlerin 22 tanesinin Yapımcılar Derneği’nin üyesi olduğunu belirtmiştir (Gün, 2015). 2012 yılında bir araya gelen 14 yapım şirketi ortak çıkarları doğrultusunda devletin birtakım organlarıyla temasta bulunmak, mevzuat değişikliklerine müdahalede bulunmak, televizyon kanallarına karşı çıkarlarını korumak ve setlerdeki çalışma koşullarına müdahale etmek amacıyla örgütlenme yoluna gitmişlerdir. 2015 yılına gelindiğinde derneğin üye sayısı 22’ye ulaşmıştır. Sözü geçen yapım şirketlerini çıkarları doğrultusunda bir araya getiren iki ortak sorun alanı bulunmaktadır. Bu sorun alanlarından ilki telif hakları meselesi yani dizilerin haklarının tamamen yayıncıya ait olması ve bununla mücadele etmek, diğeri ise set emekçilerinin çalışma koşullarına müdahale etmektir. Yapım Şirketleri güçlendikçe ve yurt dışına dizi pazarlar hale geldikçe telif haklarının kendisinde durmasını istemektedir. Birbirine rakip olan bu yapım şirketlerini bir araya getiren ortak çıkarlarını Yapımcılar Derneği Hukuk Danışmanı Burhan Gün (2015) şu sözlerle ifade etmiştir:

“Bütün bu yapım şirketlerini bir araya getiren ikili bir alan var bizim için. Birincisi fikir ve mülkiyet hukuku yani telif hakları konusudur. Bugün dizilerin hakları tamamen yayıncılara aittir. Televizyon kanalları dizilerin mülkiyet haklarını yapımcıya vermezler. Şu an bizim en büyük sorunumuz bu. Böyle olunca silsile halinde ne yönetmene, ne oyunculara telif ödenemiyor. Tekrar yayınlardan, internet platformlarındaki yayınlardan telif verilemiyor. Yapımcı önce bütün hakları kendisinde topluyor sonra hakları yayıncıya devrediyor. Yapımcılar Derneği’nin kurulma sebeplerinden biri de telif hakları meselesiyle ilgili olarak mücadele vermek. Dizi üretim sürecinde televizyon kanalı finansördür. Yani yapım bütçesini televizyon kanalı verir. Yapımcılar güçlenmeye, iyi içerikler üretmeye ve yurtdışına açılmaya başlayınca hakların kendisinde durmasını istemektedir. Bu sorunu henüz aşamadık. Yapım şirketlerini bir araya getiren ikinci sebep de sosyal güvenliğe ve çalışma koşullarına ilişkin sorunların çözülmesi. Bütün bunların dışında Yapımcılar Derneği diğer bütçeler, fiyatlar gibi diğer konulara karışmaz. Temelde iki gaye vardır: kamu nezdinde ve uluslararası platformlarda temsiliyet ve devletle ilişkiler”

Gün'ün sözünü ettiği gibi dizi sektöründe söz sahibi olan ve çok kazanan yapım şirketleri hem telif hakları konusunda hem de çalışma koşulları ile çalışanların sosyal güvenliği meselesine kendi çıkarları doğrultusunda müdahalede bulunmak amacıyla bir araya gelerek örgütlenme ihtiyacı duymuşlardır. Kültür bakanlığı nezdinde kanun değişikliği talebinde bulunan yapım şirketleri, dizilerin kayıt tescil edilmesini, dizilere standart ve bölüm garantisi getirilmesini talep etmektedirler. Kanallarla reyting anlaşması yapan yapım şirketleri bölüm garantisi olmaması nedeniyle zarar etmekte, reytingi düşük olan diziler kanal tarafından yayından kaldırılmaktadır. Yapımcılar Derneği'nin temsilen Hukuk Danışmanı Burhan Gün, yapım şirketlerinin sosyal güvenliğe ve çalışma koşullarına ilişkin olarak sorunların çözülmesini ve setlerin daha insani çalışma koşullarını sahip olması gerektiğini savunduğunu dile getirmekle birlikte yapım şirketlerinin sosyal güvenlik ve işçi-işveren ilişkisine bakışı emekçilerin taleplerinin tam karşısındadır.

### **3.5.11.1 Yapım Şirketleri'nin İşçi-İşveren İlişkilerine Bakışı ve Set İşçilerinin Çalışma Koşullarına İlişkin Düşünceleri**

İşverenler, mesleki çıkarlarıyla ilgili olarak herhangi bir terslik söz konusu ise örgütlenme yoluna giderler ve işverenleri çoğunlukla örgütlenmeye iten şey, menfaatleri doğrultusunda çalışma koşullarına müdahalede bulunmak ve işçi sendikalarına karşı birleşmektir. Bu doğrultuda Yapımcılar Derneği'nin 2012 yılına geldiğinde kurulması ve yapım şirketlerinin bu çatı altında örgütlenmesi tesadüfi değildir.

2012 yılı, daha önceki yıllarda setlerde yaşanan ölümlere, kazalara ve setlerdeki ağır çalışma koşullarına yönelik olarak set emekçilerinin eylemlerinin ve tepkilerinin arttığı yıllar olmuştur. Bu konuda 2012 yılına ait haberlerin incelenmesi de ipucu verir niteliktedir. “Set İşçileri Soruyor: “Daha Kaç Kişi Ölmeli” (Sol Haber Portalı, 23 Ağustos 2012); “Set İşçileri İsyanda: “Setlerde Ölmek İstemiyoruz” (Radikal, 10 Mayıs 2012); “Set İşçileri Kaza Yaptı: 3 Ölü (Sendika.org, 22 Ağustos 2012), “Dizi ve Sinema Setlerinde İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği (İlerihaber.org.) başlığıyla setlerin çalışma koşullarına ilişkin haberlere sıklıkla rastlamak mümkündür. Yine 2012 yılı, sinema-televizyon sektöründe aktif iki sendikanın, Sinema Emekçileri Sendikası ve Oyuncular Sendikası'nın çeşitli platformlarda ve devlet nezdinde set çalışma koşullarını yüksek sesle dile getirdiği yıllar olmuştur. Özellikle 2012 yılında kurulan ve devletin çeşitli kurumlarıyla temaslarını güçlendiren Oyuncular Sendikası'nın da bu oluşumun ortaya çıkmasını güçlendirdiği öngörülebilir.

Sektörde yer alan iki sendika, Sinema Emekçileri Sendikası ve Oyuncular Sendikası'nın en temel mücadelesi sosyal güvence ve set emekçilerinin işçi sayılması ve iş kanunundan yararlanmaları yönündedir. Ancak yapım şirketleri için yapım şirketi ve set



çalışanları arasında işçi-işveren ilişkisi bulunmamakta ve yapım şirketleri, sosyal güvenlik meselesi konusunda da çalışanlar ile yapım şirketleri arasında serbest bir irade olması gerektiğini savunmaktadır. Yapım şirketleri, bu meseleye devletin müdahale etmemesi gerektiği görüşündedir.

SGK, 2014-5 sayılı genelgeye göre, senaryo yazarlığı, müzik yapımcılığı, yönetmenlik ve diyalog yazarlığı yapan emekçiler 4A sigortalısı değildirler:

“Senaryo yazarlığı, özgün müzik yapımcılığı, yönetmenlik ve diyalog yazarlığı gibi işleri yapanların sırf vergi kaydının olmaması, 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu hükümleri çerçevesinde vergiden muaf olmaları sebebiyle belirtilen işleri vergiden muaf olarak ortaya bir eser koymak suretiyle gider pusulası mukabilinde gerçekleştirenler ile yapımcı arasında hizmet akdinin bulunmaması sebebiyle Kanunun 4 üncü maddesi birinci fıkrası (a) bendi kapsamında sigortalı sayılmayacaklardır.”

Bu genelgeye dayanarak yapım şirketleri, yönetmenin, sanat yönetmeninin, görüntü yönetmeninin yapım şirketlerine hizmet sunduğunu ve alt işveren olduğunu belirtmektedirler. Yapım şirketleri, başında yönetmenin, sanat yönetmenin ve görüntü yönetmeninin yer aldığı ekiplerin 4A’lı ya da serbest meslek makbuzu keserek 4B’li de olabileceği düşüncesindedirler. Yapım şirketleri, kendilerini işveren, set emekçilerini de işçi olarak görmemektedirler.

“Bizim sektörümüzde dikey bir örgütlenme değil yatay bir örgütlenme var. Yapımcı, oyuncu yönetmen bunlar birlikte üretim yapan insanlar. Yapımcı patron değil yatırımcıdır. Yapımcı organize eder, risk eder, öbürü de emeğini, fikirlerini, icrasını, marka değerini, yüzünü koyar. Bunların birleşmesiyle bir eser çıkar.” (Gün, 2015).

Yapım şirketleri, sosyal güvenlik meselesi konusunda çalışanlar ile yapım şirketleri arasında serbest bir irade olmasını, bu duruma devletin müdahale etmemesini ve tarafların serbest iradelerine göre karar vermesi gerektiğini savunmaktadırlar: “Burada serbest bir irade olması lazım. Taraflar çalışanların sigortalarını 4A’lı da yapabilir, 4B’li de. Bizim genel görüşümüz tarafların ticaretine engel olmayın, oyuncu ile yapımcı kendi arasında karar versin.” (Gün, 2015).

Yapım şirketleri, ışık, kamera, cast gibi alt işverenlerle çalıştıklarını ve set emekçilerinin bu şirketler tarafından sigortalanması gerektiğini savunmaktadırlar. “Yapım şirketinin 300 kişiyi sigortalaması gerekir ki bu da bizim sektörün yapısına uygun değil” sözleriyle ifade etmiştir. Gün’e göre, setler, fabrika mantığına göre düşünülemez, yapımcı da

işveren değil koordinatördür. Burhan Gün, sigorta konusunda bütün işverenin gerekli kontrolleri yaptığını, şu an kimsenin sigortasız sette bulunmadığını sadece oyuncu açısından bir takım sıkıntılar olduğunu ifade etmektedir. Bu anlamda SGK'nın oyuncularla ilintili olarak verdiği genelgeyi kabul etmemektedirler. Genelgede verilen başrol oyuncusu hariç diğer çalışanların bağlı çalışan olması yönündeki görüşünü eleştirmektedirler. Yapım Şirketleri, bu alana devletin müdahale etmemesi yönünde ve tarafların serbest iradelerine göre karar vermesi gerektiğini savunmaktadırlar (Gün, 2015).

2012 yılında yapımcıları ilgilendiren ve bir araya getiren bir diğer önemli konu da reyting sisteminin değişmesi olmuştur. Değişen reyting sistemi yapım şirketlerinin ekonomik çıkarlarını zedelemiş ve bunun sonucunda pek çok dizi yayından kalkmıştır. Reyting sisteminin değişmesine karşı olan yapımcılar eski reyting sistemine dönüşmesi yönünde de bir talebe sahiptir. Reyting sistemi ve reyting sistemi üzerinde yaşanan savaş emekçilerin çalışma koşullarının en önemli etmenlerindedir. Bu konunun detaylı bir biçimde irdelenmesi hayati bir önem taşır.

### 3.5.11.2 Reyting Savaşları: Yapımcıların Yeni Reyting Sistemi İle İlgili Talepleri

1 Mayıs 2012 tarihinde reyting sisteminin değişmesinin ardından 17 Ekim 2012 tarihinde yayınlanan “Yayın Hizmetlerinin İzlenme ve Dinlenme Oranı Ölçümlerinin Yapılmasına ve Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” ile izlenme ve dinlenme oranı ölçümlerinin yapılmasına ve denetlenmesine ilişkin esaslar ile bu esaslara uymayan şirket ve kuruluşlara uygulanacak yaptırımlar belirlenmiştir. Ölçüm faaliyetleri ve sonuçlarının “güvenilirlik”, “tutarlılık”, “tarafsızlık” “veri gizliliği”, “güncellik”, “şeffaflık” ve “hesap verilebilirlik” esaslarına göre düzenlenmesi gerekliliğini vurgulayan yönetmelik, araştırma şirketinin denetime ilişkin yükümlülüklerini sıralamakta ve araştırma şirketinin ölçümde kullanılan metodoloji, ölçüm sistemi, raporlama gibi sistemin tüm aşamalarının denetiminden sorumlu olduğunu ifade ederek denetime ilişkin raporların RTÜK’E sunulmasını içermektedir. Yönetmelikte Üst Kurul’un denetime ilişkin yetkileri ve yaptırımlar da sıralanmıştır.

Yapım şirketleri, 1 Mayıs 2012 tarihinde değişen reyting sistemine karşı tepkilidirler. Yapım şirketlerine göre, önceki reyting sistemine geri dönmeli ve reyting sistemi ile ilgili olarak RTÜK’ün belirleyiciliği olmamalıdır. Bu doğrultuda dizi yapım şirketleri TESİYAP çatısı altında çalışmalar yürütmektedirler. Yapımcılar Derneğiyle yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen 24 Kasım 2014 tarihli “Yapımcılar Derneği Reyting ve Sosyo-Ekonomik Statü Ölçüm Sistemi Hakkında Görüş ve Öneriler” başlıklı rapora göre, yapım şirketleri, “Yayın Hizmetlerinin İzlenme ve Dinlenme Oranı Ölçümlerinin Yapılmasına ve

Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” ve reyting sisteminde değişiklik talep etmektedirler (Gün, 2014). Yapım şirketlerinin reyting sistemi ile ilgili taleplerine ve kanalların, yapım şirketlerinin reyting savaşlarının emek üzerindeki etkilerine değinmeden önce reyting sisteminin hangi koşullarda değiştiğine, değişen reyting sisteminin yapım şirketlerini hangi açılardan etkilediğine değinmek önemlidir.

Türkiye’de ilk TV izleme ölçüm araştırması, 1989 yılında gerçekleştirilmekle birlikte, asıl izleme ölçümleri 1992 yılında başlamıştır. 1992 yılından 2011 yılına değin AGB, TİAK çatısı altında yürüttüğü izleme ölçümleriyle televizyon kanallarının içerik akışları ve yayın akışlarını belirlemede dikkate aldıkları tek kurum olmuştur. Bu yıllar arasında reyting ölçümleri televizyon kanalları, yapım şirketleri ve hükümetler için önemli bir mücadele alanı olarak ortaya çıkmıştır. Bugün de bu mücadele başka bir çatı altında devam etmektedir.

2011 yılında AGB “güvenilir” olmadığı yönündeki tartışmalar haberlere ve köşe yazılarına taşınmıştır. Bu haberlerde sıklıkla tartışılan AGB’nin sadece kendine üye olan televizyon kanallarının izlenme oranlarını raporladığı ve “şeffaf” olmadığı doğrultusunda olmuştur. Bu anlamda “Suyun Başında Doğan Var” başlığıyla yayınlanan ve Doğan Holding’i işaret eden haber ilginçtir:

“İlk yapılması gereken, TİAK’ın yapısını şeffaflaştırmak ve orada objektif temsili sağlamak. Doğan Grubu’nun TİAK, BİAK ve Uluslararası Reklamcılık Derneği’ndeki (IAA) ağırlığı, rakip medya gruplarını endişelendiriyor. Aslında Türkiye’de medya dünyasının izlenme oranları ve tirajlarını denetleyen, bu alanda tek söz sahibi kurum olarak bahsetmek mümkün IAA’dan. Başta AGB olmak üzere, TİAK ve BİAK gibi yapılar hep IAA’nın bünyesinde. IAA’nın başkanı ise aynı zamanda Doğan Yayın Holding Başkanı da olan Mehmet Ali Yalçındağ. Kendisi reklamcı değil ama yıllardır bu derneğin başkanı. Yardımcısı Nuri Çolakoğlu ise Doğan Holding Yazılı ve Görsel Medya Koordinatörü. İşte böyle bir tabloda, televizyon izleme ölçümlerinde ve reklam pastasının dağılımında şaibe olmaması, komitelerin ve dolayısıyla IAA’nın sorumluluğunda.”

2011 yılı, TİAK’ın miadını doldurduğu, mevcut reyting ölçümlerinin rekabetin önünde engele neden olduğu ve reyting ölçümlerinin başka bir şirketin ya da RTÜK’ün yapması gerektiği yönündeki tartışmalarının yoğunlaştığı bir dönem olmuştur. Bu görüşün tam karşısında yer alan görüş ise ölçümleri RTÜK’ün yapmasının AKP yanlısı televizyonların çıkarına olacağı görüşünü savunmuştur:

“RTÜK reytingleri ölçmek için aportta bekliyor. TRT yönetimi AGB’yi yüksek sesle eleştiriyor ve sonuçlara inanmadığını söylüyor. Reyting ölçümlerinin RTÜK gibi

hükümetlerin kontrolündeki bir yapıya geçmesi ne demek? Giderek muhafazakâr programların reytinginin yükselmesi, bu tür kanalların izlenme payının artması demek. Çünkü denekler ona göre seçilecek. Bir süre sonra bu tür programların reyting aldığını gören yapımcılar ve büyük kanallar, muhafazakâr programlar yapmak için birbirleriyle yarışacak.”

Bu dönemde AGB ölçümlerinin eleştirileriyle dolu haberlerle AGB tekelinin yerini başka bir yapılanmanın alacağına sinyalleri verilmeye başlanmıştır. Bu tartışmaları takip eden Aralık ayı içinde de gazeteler, “AGB’ye Büyük Baskın”, (Sabah, 15.12.2011); “Televizyon Reytingine “Hediye” Karıştı” (Hürriyet, 15.12.2011) gibi haberlerle reyting ölçümlerinde usulsüzlük yapıldığı iddiasıyla başlatılan operasyonla reyting ölçüm şirketleri AGB ve TNS ile, Ay Yapım, MED Yapım, Uçankuş, TİM’s ile TMC’nin de aralarında bulunduğu yapım şirketlerine baskın düzenlendiğini duyurmuştur:

“Reyting ölçümü için kullanılan denek listelerinin sızdırıldığı iddiası üzerine polis, AGB reyting ölçüm şirketiyle Ay Yapım, Med Yapım, TİMS, UçanKuş ve TMC gibi yapım şirketleri de dahil toplam 25 adreste eş zamanlı baskın ve arama yaptı. Eski AGB çalışanı Orçun Köktuna ve Selçuk Çobanoğlu'yla birlikte 5 kişi gözaltına alındı. Operasyonun Ankara ayağında ise 4 kişi gözaltına alındı. Polis, bilgisayar kayıtlarına ve belge niteliğindeki bazı evraklara da el koydu. Aramalarda yalnızca AGB'de olması gereken denek listelerini ele geçirildiği belirtiliyor.” (Sabah, 15 Aralık 2011).

Zaman gazetesi de 15 Aralık 2011’de bu haberi “Haksız Reytinge Baskın” başlığıyla yayınlamıştır:

“İstanbul Organize Suçlarla Mücadele ekipleri, özel televizyon kanallarında izlenme rekorları kırdığı ileri sürülen dizilerin yapım firmaları ve reyting ölçüm şirketi AGB'ye baskın düzenledi. Şaibe yoluyla dizilerin izlenme oranlarının yükseltildiği ihbarı üzerine harekete geçen polis, Fatmagül'ün Suçu Ne, Muhteşem Yüzyıl, Aşk-ı Memnu, Yaprak Dökümü, Adını Feriha Koydum, Ezel, Kavak Yelleri, Kuzey Güney, Bir İstanbul Masalı, Doktorlar, Karadağlar, Arka Sokaklar ve Bin Bir Gece'nin yapım firmalarında arama yaptı. Eski AGB çalışanı olan TNS'nin finans sorumlusu Celal Orçun Köktuna ve yapımcı Selçuk Çobanoğlu gözaltına alındı. Ankara'da da 4 kişi gözaltında. Aralarında AGB'nin üretim müdürü Hilmi Berköz'ün de bulunduğu 6 kişi de şüpheli sıfatıyla savcılığa çağrıldı. İddiaya göre, 2 bin 500 reyting ölçüm denegi film yapımcılarının eline geçti. Yapımcılar, bu evlere her ay 200 lira yolladı, pahalı hediyelerle reytingleri manipüle etti. AGB'nin üretim müdürü Hilmi Berköz'ün,

evlerine cihaz yerleştirilecek denek listesini belirleyen ve tarafsız olması gereken OTS firmasının ortağı olduğu ileri sürülüyor.” (Zaman, 15 Aralık 2011).

Operasyonun ardından yazdığı “Reytinglerde Yalan Rüzgârı” başlıklı yazısıyla Ali Atıf Bir, bu operasyonla ve reyting sisteminin değiştirilmesiyle Doğan Medyanın ve hükümete muhalif olan diğer medya kuruluşlarının reklam gelirlerinin engellenmeye çalışıldığını buna karşın ATV, STV, TRT, Kanal 7 gibi kanalların ise reklam gelirlerinin arttırılmaya çalışıldığını belirtmiştir. Operasyon sonrasında, TIAK, AGB Nielsen ile sözleşmesini 19 Aralık 2011’de feshetmiş, Kantar Medya yeni reyting ölçümlerini televizyon kanalları ve reklamcılara sunmuştur. Reyting sistemi ile eş zamanlı olarak Sosyo-Ekonomik Statü (SES) sistemi de değişmiştir. RTÜK’ün yayınlamış olduğu “Yayın Hizmetlerinin İzlenme ve Dinlenme Oranı Ölçümlerinin Yapılmasına ve Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” ile birlikte “Türkiye Temsili Örnekleme” yapılması şarta bağlanmıştır. Yeni SES Grupları ve yüzdeleri şöyledir (Gün, 2014):

**Tablo 3.10 Yeni SES Grupları ve Yüzdeleri**

<p><b>A SES Grubu (% 4)</b></p> <p>Hemen hepsi üniversite mezunu, % 30 dolayında lisansüstü.</p> <p>Yarıya yakını, ücretli çalışan, nitelikli uzman (avukat, doktor, mühendis vb.)</p> <p>% 10’a yakını, 20’den fazla çalışanı olan beyaz yakalı.</p> <p>%25’i irili ufaklı işyeri sahibi (bunların yarıya yakınının yanında çalışanı yok)</p> <p>Eşi olan AGG’lerin % 40’a yakınının eşi çalışıyor.</p> <p>Hanelerin % 20’si para biriktiriyor.</p> <p>% 30’u tatilini tatil köyü/otele giderek değerlendiriyor.</p> <p>Hanelerin yarısına yakınında kitaplık/kütüphane var.</p>	<p><b>B SES Grubu (% 9)</b></p> <p>Üniversite/lisansüstü oranı % 60’lardadır.</p> <p>% 35 civarında 2 yıllık yüksek okul veya lise mezunudur.</p> <p>Yüzde 60’ı memur, teknik personel, uzman (yönetici olmayan kimselerdir)</p> <p>Yüzde 15’i irili ufaklı işyeri sahibidir. (Bunların çoğunun yanında 1-5 arası çalışanı vardır)</p> <p>Eşi olan AGG’lerin % 30’unun eşi çalışıyor.</p> <p>Hanelerin % 13’ü para biriktiriyor.</p> <p>% 20’si tatilini tatil köyü/otele giderek değerlendiriyor.</p> <p>Hanelerin % 30’unda kitaplık/kütüphane var.</p>
<p><b>C1 SES Grubu (% 22)</b></p> <p>% 60’ı lise mezunu (Bunun içinde % 20 meslek lisesi); % 10’u yüksekokul ve üstü.</p> <p>% 40’ı esnaf, dükkân sahibi; % 30’u kalifiye işçi (lise eğitilmiş)</p> <p>% 15’e yakın memur, teknik eleman.</p> <p>% 15’e yakını emekli</p> <p>Eşi olan AGG’lerin % 13’ünün eşi çalışıyor.</p> <p>Hanelerin % 5’i para biriktiriyor.</p> <p>% 20’si tatilini tatil köyü/otele giderek, % 40’a</p>	<p><b>C2 SES Grubu (% 29)</b></p> <p>% 20’ye yakını lise mezunu... Ortaokul ve daha düşük eğitimli oranı % 80.</p> <p>Çoğunlukla ilkokul mezunu, düzenli çalışan işçi (% 60’lar dolayında)</p> <p>% 10 kadarı tek başına seyyar olarak çalışıyor.</p> <p>% 20’si emekli, çalışmıyor.</p> <p>Eşi olan AGG’lerin eşinin çalışma oranı % 10’un altında.</p> <p>% 70’i tatile çıkmıyor, çıkanlar yakınlarını ziyaret etmek için memlekete gidiyorlar (% 25)</p>

yakını yakınlarını ziyaret ederek değerlendiriyor. Hanelerin % 20'ye yakınında kitaplık/kütüphane var.	Hanelerin % 10'unda kitaplık/kütüphane var.
<b>D SES Grubu (% 28)</b> % 70'in üzerinde ilkokul mezunu veya ilkokul terk, gerisi ortaokul mezunudur. % 30 kadar emekli, çalışmıyor. % 20'nin üzerinde işçi (çoğunlukla parça-başı çalışan) % 30'u küçük çaplı çiftçi % 10'a yakını ev kadını % 80'i tatile çıkmıyor, gerisi memlekete gidiyor.	<b>E SES Grubu (% 9)</b> % 95'i ilkokul mezunu veya ilkokul terk <input type="checkbox"/> % 30'a yakını işsiz (çoğu yardımla geçiniyor) <input type="checkbox"/> % 40'ı emekli, çalışmıyor; % 30'u emekli, işçi olarak çalışıyor. <input type="checkbox"/> Geri kalan % 20'nin üzerinde hanede AGG ev-kadını (düzenli geliri olmayan yardımla geçinen)

Yapımcılar Derneği'nden edinilen 24 Kasım 2014 tarihli "Yayın Hizmetlerinin İzlenme ve Dinlenme Oranı Ölçümlerinin Yapılmasına ve Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" başlıklı raporda "TESİYAP ve temsil ettiği dizi yapımcıları olarak eski yönetmelik sistemine geri dönülmesini talep etmekteyiz." diyen yapım şirketleri yeni reyting sistemi ve yönetmelik ile ilgili taleplerini sıralamışlardır. Bu rapora göre (Gün, 2014):

1. Reyting ölçüm sistemi demokratik bir seçim sistemi gibi algılanmamalıdır. Reyting sistemi tamamen ticari bir konu olarak reklam verenlerin ürünlerinin tüketiciye ulaşması sürecinde tüketici kitlelerin kimlerden oluştuğunu tespitini sağlamaktır. Televizyon kanalları ve yapımcılar bu kaygıyı gözeterek üretimler gerçekleştirirler.
2. Yeni SES sisteminde "D" grubunun hâkim duruma getirilmesi, sisteme zarar vermektedir. "AB" grubu yeniden hâkim duruma getirilmelidir.
3. Herkesin ölçülmesine gerek yoktur ve ölçümün Türkiye geneli temsiliyet çerçevesinde yapılması sektöre ciddi zararlar vermektedir. Reklam verenler için önem arz eden grupların ağırlığının artırılması gereklidir. RTÜK sadece veri güvenliğini sağlamalı, belirleyici olmamalıdır. Karar veren temelde reklam verenler, yayıncılar ve yapımcılar olmalıdır. 2012 SES sistemi ve RTÜK'ün ilgili yönetmeliği hazırlanırken yapımcılar, yayıncılar ve reklam verenler çalışmanın içinde yer alamamışlardır.
4. Reyting sistemi ve RTÜK'ün ilgili yönetmeliği sektör ihtiyaçları çerçevesinde yeniden düzenlenmeli ve 2006 SES sistemine benzer bir sisteme geçilmelidir. Eğer bu gerçekleşmezse dizilerin yurt dışına ihraç edilme şansları azalacak ve pek çok dizi reyting sisteminin kurbanı olarak yayından kalkacaktır.



Özetle, yeni reyting sistemi ve SES gruplarındaki değişikliklerle birlikte, ölçümlerde “Türkiye Geneli Temsiliyet” söz konusu olmuş ve “D SES Grubu” hâkim hale getirilmiştir. Bu durum televizyon kanalları ve yapım şirketlerinin çıkarlarını zedelemiştir. Kanallar reyting ve reklam aldıkça dizileri yayınlanan yapım şirketleri, “D SES Grubu” yerine reklam verenler için önem taşıyan grupların ağırlığının arttırılmasını, RTÜK’ün bu konuyla ilgili olarak belirleyiciliğinin olmamasını, karar verenlerin reklam verenler, kanallar ve yapım şirketleri olması gerektiğini talep etmektedirler.

Reyting mücadelesi, yapım şirketleri, televizyon kanalları ve devlet arasındaki mücadeleye de işaret etmektedir. Reyting mücadelesinin sözü geçen aktörler üzerindeki olumsuz etkileri ve sonuçlarından daha da öteye giden etkileri bulunur. Bu mücadelenin görünmeyen tarafı emekçilerdir ve reyting savaşlarının emekçiler ve çalışma koşulları üzerindeki etkilerinin sorunsallaştırılması önemlidir. Televizyon kanalları reyting alamadıkları durumlarda dizileri yayından kaldırmaktadırlar. Bunun emekçiler için anlamı ise işsiz kalmak ya da çalıştıkları zaman diliminin ücretlerini alamamak ya da geç almak şeklinde olmaktadır. Televizyon dizilerinin kanalların beklediği reytingi alması durumu ise emekçiler için hala iş sahibi olmak demektir. Hem televizyonlar hem de kanallar reyting arttıkça kar ederken emekçiler reytingin artma durumuna karşılık olarak ek ücret alamamaktadırlar.

### 3.6 Derinlemesine Görüşme Bulgularına Yönelik Genel Bir Değerlendirme

Araştırmanın yapıldığı dönemde, birden fazla dizisi prime time’da yayınlanan yapım şirketleri, D Prodüksiyon, Mint Yapım, Ay Yapım, Focus Film, Avşar Film, Tükenmez Kalem, Eflatun, Erler Film, Boyut Film ve Stil Medya’dır. Bu yapım şirketleri aynı zamanda Türkiye’nin önde gelen, ticari başarıya sahip olan ve sektörde söz sahibi olan yapım şirketleridir. Bu yapım şirketlerinin Yapımcılar Derneği’nin üye yapım şirketleri arasında da yer aldıkları görülmektedir.

Türkiye’de dizi sektöründe belli başlı yapım şirketlerinin kontrolü söz konusudur. Dizi sektöründe prim-time’a üretim yapan ve çok kazanan yapım şirketleri bir araya gelerek örgütlenmişlerdir. Yapım şirketlerinin bir araya gelmesinin en önemli nedeni, sınıfsal çıkarlarını savunmak ve çalışma yaşamına ilişkin olarak müdahalelerde bulunmaktır. Birbirine rakip olan sermaye sınıfı sınıfsal çıkarlarını zedeleyen herhangi bir durum olmadığı müddetçe bir araya gelmezler. Özellikle, bir emek örgütlenmesi olarak, yeni kurulmuş olan Oyuncular Sendikasının devlet nezdinde yaptığı görüşmeler ve dizi setlerinin çalışma koşullarına yönelik olarak gerçekleştirdiği kampanyalarla seslerini duyurması, yapım şirketlerini de bu emek örgütlenmesine karşı bir araya getirmiştir.

Türkiye’de son yıllarda yapım şirketlerinin giderek güçlenmeye başlamasıyla ve 85 ülkeye yapılan dizi ihracatlarıyla birlikte yapım şirketleri kanallar ile de uzlaşmazlık içine girmişlerdir. Bu bağlamda yapım şirketleri bölüm garantisi talep ederken; tüm hakları kanallara ait olan dizilerin kendilerinde de durmasını istemektedirler. Yapım şirketlerini, Yapımcılar Derneği çatısı altında örgütlenmeye iten temel şey, ekonomik çıkarları ve bu alandaki emek örgütlenmelerine karşı birleşerek çalışma koşullarını kontrol altına almak istemeleridir.

Yapım şirketleri, sinema-TV sektöründe faaliyet gösteren emek örgütlenmelerinin en önemli ve öncelikli taleplerinden olan set emekçilerinin işçi sayılması ve iş kanunundan yararlanmak istemesi talepleri ile 4A sigortalısı olma taleplerinin tam karşısında yer almaktadırlar. Yapım şirketlerine göre, set emekçileri işçi, yapım şirketleri ise işveren değildirlir. Görüntü-kamera-ses, cast ajansları gibi alt işverenlerle çalıştıkları usulamalarına dayanarak set emekçilerinin bu alt işverenler tarafından sigortalanmaları gerektiğini ve 4A ve 4B sigortalılığı meselesi konusunda taraflar arasında “serbest irade” görüşünü savunmaktadırlar. Bu görüş özellikle 1980’ler sonrasında pazarın en önemli ideolojisi haline gelmiş, sermaye çıkarlarını savunurken sıklıkla “serbest irade” görüşüne dayanmıştır.

Yapım şirketlerinin hem işçi-işveren ilişkisine bakışı hem de sigortalılık meselesine karşı tutumu, yapım şirketlerinin hiçbir şekilde işçiye ilişkin olarak sorumluluk almak istememelerinden kaynaklanmaktadır. Yapımcılar set emekçilerini işçi olarak kabul ettiğinde sayısız yükümlülüğün altına girecektir ve bu yükümlülükleri almak istememektedirler.

Üretim araçlarından yoksun olarak çalışan ve emek güçlerini harcamalarının karşılığında ücret alan set emekçileri nesnel olarak işçidirler. Ancak burjuva dünya görüşü bu nesnel ölçütleri görmezden gelerek, set emekçilerinin işçi olduğunu kabul etmemektedir. Böylelikle de işçinin sorumluluğunu hiçbir şekilde almamakta, işçiyi çeşitli kontrol mekanizmalarıyla denetleyip kontrol altına alarak onların emek güçlerinden sonuna kadar faydalanmakta ve bu sömürü üzerinden büyük karlar elde etmektedirler.

Son yıllarda yapım şirketlerini bir araya getiren temel sorunlardan birisi de “reyting” meselesi olmuştur. “Reyting” hem kanallar hem de yapım şirketleri için yaşamsal önemdedir. Yapım şirketleri, kanallar ile anlaşmalarını reyting anlaşması olarak yapmakta, reyting almayan diziler tamamen kanalın inisiyatifine bağlı olarak yayından kaldırılmaktadır. Yapım Şirketleri, bütün bu çıkarları doğrultusunda eski reyting sistemine dönmeyi talep ederken; reyting ölçümlerde reklam verenler için önem arz eden grupların ağırlığının artırılmasını istemektedir. Sermaye, devlet müdahalesine her durumda karşıdır. Bu anlamda yapım

şirketleri, reyting sistemine yönelik olarak yapılan devlet müdahalesine karşı çıkmakta ve bu sorunun televizyon kanalları, yapım şirketleri ve reklam verenlerin lehine olacak şekilde çözüme ulaşmasını istemektedirler.

Reyting üzerinde söz konusu olan mücadelenin anlamı, yapım şirketleri ve kanallar açısından hem kar etmek; hem de zarar etmek anlamına gelmektedir. Reyting olarak çok izlenen bir televizyon dizisi, hem yapım şirketine hem de kanala ciddi karlar sağlayabilmektedir. Ancak dizi reyting almazsa hem yapım şirketi, hem de televizyon kanalı ciddi zararlara uğrar. Yapım şirketleri ve kanallar set emekçilerini zararlarına ortak ederken, karlarına ortak etmemektedirler.

Reyting televizyon kanalları ve yapım şirketleri açısından kar ya da zarar etmek anlamına gelirken, emekçi açısından anlamı bir müddet daha iş sahibi olmak ya da işsiz kalmaktır. Televizyon kanalları ve yapım şirketleri reytingler yükseldikçe daha fazla kazanırken, yükselen reytinglere göre set işçilerinin ücretlerinde herhangi bir artış söz konusu olmamaktadır. Set işçileri işçi sağlığı ve iş güvenliği açısından son derece olumsuz koşullarda çalıştırılırken; setler herhangi bir denetim ve düzenlemenin de çok uzağındadırlar. Bütün bunlara ek olarak set işçileri uzun süreler çalıştırılmakta ve iş dışı zamanları da işin bir uzantısı olarak devam etmektedir.

Set işçilerinin sorunlarının ortaklığına rağmen, sinema-tv sektörüne ilişkin olarak üç ayrı emek örgütlenmesi vardır. Sektördeki temel çalışma koşullarına ilişkin olarak her bir sendika ayrı faaliyetlerde bulunmakta ve bir araya gelememektedir. Sinema-tv sektörüne ilişkin olarak kurulmuş olan emek örgütlenmelerinin sendikal anlayışları, devletle ve yapım şirketleriyle iyi ilişkiler kurma yönündedir. Özellikle, oyuncular sendikasının gerçekleştirdiği çalışmalar özelinde, devletin çeşitli organlarıyla temasta bulunarak çeşitli kazanımlar elde etmekle birlikte gerçekte bu kazanımların hiçbirinin uygulanmadığı ve yapım şirketlerinin yasal düzenlemeleri ihlal ettiği görülmektedir.

Dizi setlerinde yer alan işçiler genç insanlardır. Sektör, temposu açısından ağırlıklı olarak genç işçilere ihtiyaç duyar. Bunun yanında dizi setleri erkek ağırlıklıdır. İş bölümü içinde erkekler daha çok teknik işlerde yer alırken; kadınlar fiziksel güç ve teknik zekâyla ilgili olmayan işlerde yer almaktadırlar.

Dizi üretim sürecinde set emekçileri, belli bir iş bölümü içinde üretim sürecine katılırlar. Setlerdeki işbölümü, yapım grubu, yönetim grubu, sanat-tasarım ve uygulama grubu, kamera-ışık-ses grubu, kamera önü meslek grubu, set, konaklama, ulaşım, yemek gibi yardımcı alanlar ile koçluk ve psikolojik danışmanlık gibi farklı meslek gruplarından oluşur.

Set işçilerinin, dizi setlerinde işe başlamadan önceki duygu düşünce ve hedefleriyle piyasanın gerçekleri birbirinden son derece farklıdır. Dizi setleri güvencesiz ve ağır çalışma koşullarının olduğu bir ortama işaret eder. Perdenin önünde sunulan renkli hayat hikâyeleri, ün kazanma, yıldız olma, yüksek ücretlerken; dizi setlerinin gerçekleri medyada sunulan dünyanın çok uzağındadır. Gerçekte, geçimlerini sağlamak üzere dizi setlerinde çalışmak zorunda olan set işçilerinin hem piyasa ile mücadelesi ve piyasaya kendini kabul ettirmesi son derece zorlu süreçlerden geçer. Sektörde iş bulabilmenin yolu “iyi ilişkiler” den geçmektedir. Bu nedenle işe başlama sürecinde herhangi bir başvuru mekanizması ya da yapım şirketi ile temasa geçilmesi gibi bir durum söz konusu değildir. Bütün bu başvuru mekanizmalarının yerini alan şey, birileri tarafından o işe önerilmektir. Öneren kişilerin de kendilerini piyasaya kabul ettirmiş kişiler olması önemlidir.

Bir takım ilişkiler aracılığıyla sektörde iş bulabilmiş set işçileri, belli değerlendirme süreçlerini geçtikten sonra diğer projelerde iş bulabilmektedirler. Bu anlamda işverenler herhangi bir riske, çalışan kişilerin eğitim, alışma vb. süreçleri için zahmete girmemektedirler. Bu değerlendirme süreci işin temposu içinde olup bitmektedir.

Değerlendirme süreçlerini geçen set emekçileri dizi projelerinde yer almaya başlarlar. Ancak dizi setleri çalışma koşulları açısından son derece olumsuz koşullara sahiptir. Bunlardan ilki, setlerin işçi sağlığı ve iş güvenliği açısından sahip olduğu olumsuz koşullardır. Yapılan tahminlere göre, dünyada her yıl 250 milyon iş kazası olmakta, 160 milyon işçi meslek hastalığına yakalanmakta ve her yıl 1.2 milyon işçi hayatını kaybetmektedir (Piyal, 2000, s.89). Türkiye’de SGK istatistiklerine göre, 2012 yılında 74.871 iş kazası meydana gelirken, 2013 yılında 191.389 iş kazası meydana gelmiş, 2013 yılında meydana gelen iş kazası sayısı 2012 yılına göre yüzde 291 oranında artmıştır. SGK’nın iş kazası istatistiklerinde dizi ve film sektöründeki iş kazaları da yer almış, 2011 istatistiklerine göre, sektörde 162 ölüm ve 118 sürekli işgörememezlik yaşandığı tespit edilmiştir. SGK yayınlamış olduğu istatistiklerinde en çok iş kazası yaşanan sektörleri açıkladıktan sonra, 2012 de setlerdeki kazaların sıfırlanmasının nedenini sormuştur. Ancak bununla ilgili olarak yapılan herhangi bir açıklamaya rastlanmamıştır.

Birden fazla iş tanımına uygun faaliyetlerin yürütüldüğü setler, işçi sağlığı ve iş güvenliği açısından geniş çapta riskleri barındırmaktadır. Setlerdeki çalışmalar, inşaat, elektrik, elektromekanik, mekanik işleri içermekte, kimyasal ve patlayıcılarla çalışmayı, motorlu taşıtların kullanımını gerektirmektedir. Bütün bu risklere karşı iş güvenliği ve işçi sağlığı ile ilgili uygulamalar setler fabrika mantığına uygun işleyemez sözleriyle geçiştirilmektedir. İşverenler, dizi setlerinde iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili olarak her türlü

önlemi alıp, araç ve gereçleri eksiksiz olarak bulundurmakla yükümlüken; setler bunun çok uzağındadır. Gerekli önlemleri alanlar ise, bunu kendi zorlamalarıyla sağlayan set işçileridir. Dizi setlerinde yer alan emekçilerin büyük çoğunluğu serbest meslek sahibi olarak görülmektedir ve 4B sigortalıdırlar.

Televizyon dizilerinin süreleri reklamcılıkla ilişkili bir biçimde belirlenmektedir. Türkiye’de çekilen televizyon dizilerinin yayın süreleri 90 ile 120 dakika arasında değişmektedir. Dizi sürelerinin uzun olmasının en temel nedeni RTÜK yönetmeliği nedeniyle kanalların ilk 30 dakika reklam alamamalarıdır. Kanalların daha fazla reklam almak istemeleri ve dizi maliyetini karşılamak istemeleri nedeniyle dizi süreleri uzun tutulmaktadır. Uzun tutulan dizi sürelerinin set işçileri açısından anlamı ise, uzun çalışma saatleridir. Her hafta bir sinema filmi için kanal için hazırlamak zorunda olan set işçileri, bir haftada 80-90 sayfalık dizi senaryolarını çekmek zorundadırlar. Bu nedenle sürekli olarak yoğun bir tempo içinde ve uykusuz bir şekilde 15-16 saat ya da daha uzun süreler sette kalabilmektedirler. Set işçileri açısından iş zamanı ile iş dışı zaman arasındaki fark da belirsizleşmiştir. İş dışı zamanlarında -repo dedikleri tatil günlerinde- da bir sonraki günün programı dâhilinde hazırlıklarını yapmakta ve çalıştırılmaktadırlar.

Bütün bunlara ek olarak çocuk oyuncularında dizilerle birlikte çocuk işçiliğinin yeni bir formu haline gelmiştir. Özellikle televizyon dizilerini ekonomik bir kazanç olarak gören aileler cast ajansları aracılığıyla çocuklarının televizyon dizileri için tanıtımını yapmaktadırlar. Çocuk işçiler, üzerine bir araştırma gerçekleştiren Yılmaz (2014), çeşitli ajanslara çocuklarını kayıt ettiren ve çocukları reklam ve dizilerde oynayan ailelerle derinlemesine görüşme yaparak ailelerin ve çocuklarının işe başlama ve işten sonra yaşadıkları süreçlerle ilgili bir inceleme gerçekleştirmiştir. Bu incelemenin sonucunda çocukların tam gün ve çok uzun saatler çalışmalarının üzerlerinde olumsuz psikolojik, fiziksel sorunlar yarattığını ve öğrenimlerini engellediği sonucuna erişmiştir.

Son yıllarda çocuk oyuncu koçlarına ek olarak setlerde nadiren de olsa psikolojik danışmanlar bulundurulmaktadır. Bu anlamda psikolojik danışmanlık, dizi setlerindeki yeni meslek alanlarından da birini oluşturur. Yapım şirketleri setlerde çocuk oyuncularla ilgili olarak pedagoğ bulundurmak gibi bir zorunluluk hissetmemektedirler. Setlerde pedagoğ bulundurma temel bir zorunluluktan ziyade; setteki ihtiyaç durumlarına göre olmaktadır. Bunun için ya ailelerin pedagoğ talep etmesi ya da çoğunlukla çocuğun rolüne uyum sağlayamaması ya da rolünü gerçekleştirmede zorluklar yaşaması gerekmektedir. Setlerde psikolojik danışmanlıkla ilgili olarak herhangi bir meslek tanımı bulunmamaktadır ve pedagoğlar çocuğun setlerdeki “iyilik hali” için görevlerini yeterince yerine

getirememektedirler. Çocukların setlerde çalışma saatleri de son derece uzundur ve 24 saat sette, olumsuz koşullarda saatlerce bekletildikleri olmaktadır.

Setlerdeki çekim programları çocukların eğitim hayatlarına devam etmelerini sağlayacak şekilde planlanıp uygulanmamaktadır. Senaryolarda yer alan bir takım sahneler çocukların psikolojik olarak olumsuz etkilenmelerine neden olmakta ve çocukların girdikleri rolden çıkarak, gerçek hayata dönmeleri uzun bir zaman almaktadır. Aileler açısından çocuklarının setlerde yer almaları “ün”, “para” hem çocuklarının hem de kendilerinin yaşamlarının garanti altına alınması anlamına gelmektedir. Bu nedenle aileler çocuklarını cast ajanslarına yazdırmakta, sektör de çocuk oyuncu ihtiyacını bu ajanslardan karşılamaktadır. Setlerdeki bütün bu olumsuz çalışma koşullarına karşın, çalışma yaşamında kuralları belirleyen piyasanın kuralları olmaktadır.



## SONUÇ

İnsanlar gün içinde televizyonda, radyoda, sinemada, internette sayısız içeriğe maruz kalırlar. Reklamcılık destekli ekonomik bir örgütlenme ve bilinç yönetimi sistemi olarak kitle iletişim araçları aracılığıyla sunulan çok sayıda içerik çoğulculuğa işaret ediyormuş gibi görünse de tektiptir. Tektipleşmiş medya ürünlerinin en önemli örneklerinden birini ise, televizyon dizileri oluşturur. Televizyon dizileri, ekonomik olarak belirlenirken, var olan toplumsal ilişkilerin üretimi ve yeniden üretiminde önemli bir rol oynarlar.

Televizyon dizileri kanallar, yapım şirketleri, reklam verenler ve sponsorların bir arada hareket ettiği bir ortam içinde üretilir. Ticari kuruluşlar olarak televizyon kanalları, reklam gelirlerine ve sponsorlara muhtaçtır. Televizyon kanalları, reklam gelirlerinin büyük bir çoğunluğunu, ana yayın kuşaklarında yayınladıkları diziler aracılığıyla elde ederler. Televizyon dizileriyle, insanların iş dışı zamanları da gasp edilir. İnsanlar gündelik pratikleri içinde işliklerde çalışıp, iş dışı zamanlarında da televizyonlarının başında izleyici emtiası olarak kapitalizmin kar döngüsünün üretimi ve yeniden üretimine hizmet ederler (Smythe, 1977). Şüphesiz ki medyanın rolü, sadece izleyici emtiası üretimine indirgenemez. İzleyici emtiası üretimi, medya üretiminin yalnızca bir yanına vurgu yapar.

Her hafta, aynı saatte hayali bir dünya tasarımı sunan diziler aracılığıyla insanların gündelik sıkıntılarından uzaklaşması, hafiflemesi, oyalanması sağlanır. Televizyon dizileri, kahramanın öyküsünü, üzüntüleri ve sevinçlerini insanların hayatının merkezine koyar. Televizyon dizilerinde sıklıkla öykünün kahramanının hayat mücadelesi, bu mücadele sonunda başarıyı, ünü, zenginliği nasıl elde ettiği sunularak izleyicilere benzer bir yolu takip etmesiyle aynısını yaşayacağı umudu aşılanır. Bu kişisel gelişim öykülerinde yer alan başarı öykülerinin yaptığından çok da farklı değildir (Çeliker ve Sepetçi, 2010, s. 216). Ayrıca televizyon dizileri aracılığıyla insanlara belli bir yaşam tarzı ve bu yaşam tarzının ideolojisi de aşılanır. Ancak televizyon dizileri ideolojik bir çözümlemenin de ötesinde bir anlama sahiptir.

Televizyon dizileri, insanların adeta gündelik yaşamının bir parçası haline gelmiştir. İnsanlar arasındaki sohbetlerde, o gün izlenen bölümün konusu, haftaya tekrarlanacak bölümde neler olacağı, başrol oyuncularının ne giydiği, dizilerdeki mekânların gösterişi konuşulur. İnsanlar aynı zamanda dizi aralarında da reklamlara maruz kalarak “beni satın alırsan mutlu olursun”, “iyi bir sosyal konum elde edersin”, “imaj sahi olursun gibi” sayısız mesaja maruz kalarak başka hayali ihtiyaçlarını da karşılarlar. Ancak hem dizilerin, hem de dizilerin aralarındaki reklamların önemi kullanımlar ve doyumlar sorununun çok daha ötesine

gider. Bu nedenle izleyicilerin televizyon dizilerinden nasıl bir haz aldıkları ve etkilendiklerinden ziyade; televizyon dizilerini içinde üretildikleri daha geniş toplumsal bağlamı içinde değerlendirmek gerekir.

Diziler endüstriyel bir yapı tarafından üretilir ve dağıtılırlar. Dizi üretim sürecindeki temel güç odakları ise televizyon kanalları, yapım şirketleri, reklam verenler ve sponsorlardır. Emtia formunda üretilen diziler, insanların hayali ihtiyaçlarını karşılamasının yanında pazarda değişilmek üzere üretilirler. Dizi üretim sürecinde yapım şirketleri ve kanallar arasında reyting cihazına bağlı bir ilişki bulunur. Bu ilişki varlığını televizyon dizisi reyting alıp ekranlarda kaldıkça devam ettirir. Televizyon dizilerinin yayında kalıp kalamayacağı tamamen televizyon kanallarının inisiyatifindedir.

Dizinin yüksek reyting alması demek; hem kanalın hem de yapım şirketinin reklam ve sponsorluk gelirlerinden daha fazla kâr elde etmesi anlamına gelir. Reklamın bundan öteye giden bir anlamı daha bulunur. Garnham'ın (1995) deyişiyle, reklamlar aracılığıyla emtia üretiminin diğer sektörlerinde de artı-değer yaratılır. Sponsorlarda ürün ve hizmetlerinin satışını gerçekleştirmek amacıyla kanallara sponsorluk bedeli öderler. Televizyon dizisinin reyting alması sponsorlar için ürün ve hizmetlerinin daha fazla tanıtılması ve satın alınması anlamına gelirken; televizyon kanalları için sponsorluk bedelinin artması demektir. Dizi sektörünün doğrudan ve dolaylı olarak kazananları yapım şirketleri, kanallar, reklam verenler ve sponsorlar olmakla birlikte; turizm, emlakçılık, müzik gibi alanlarda diziler aracılığıyla ciddi karlar elde etmektedirler. Bu araştırma Türkiye'de böyle bir ortam içinde üretilen televizyon dizilerinin üretim sürecinde emek konusuna yönelik olarak hazırlanmıştır.

Türkiye'de dizi sektörünün iki önemli aktörü, televizyon kanalları ve yapım şirketleridir. Sektörde dizi üreten belli başlı yapım şirketlerinin egemenliği ve kontrolü söz konusudur. Mint Prodüksiyon, Gold Film, Süreç Film, Med Yapım, TMC Yapım, Focus Film, TİMS Yapım, Erler Film, Sinegraf Film, Avşar Film, Ay Yapım, Boyut Film, D Prodüksiyon, Tükenmez Kalem Film, Bando Yapım, Adam Film, Pana Film gibi yapım şirketleri, Türkiye dizi sektörünün en çok kazanan yapım şirketleri arasında yer almaktadır. Bu yapım şirketleri aynı zamanda çalışma yaşamı ve koşullarına ilişkin olarak da söz sahibidirler.

Türkiye'de dizi sektörünü kontrol eden yapım şirketlerinin bir kısmı sadece film ve dizi üretimi alanında faaliyet gösterirken; bir kısmı da dizi üretiminin yanında, dizi-film müzikleri, albüm yapımcılığı, kamera önü ve arkası eğitim, program yapımcılığı, menajerlik, sinema salonu işletmeciliği gibi alanlarda da üretimde bulunmaktadır. Sözü geçen yapım şirketleri aynı zamanda ulusal kanalların dizi yaptırılmayı en çok tercih ettikleri yapım şirkettir. Bu anlamda dizi üretimi konusunda belli bir uzmanlığa ve alt yapıya sahiptirler. Ek

olarak bu yapım şirketleri prime-time da yayınlanacak bir dizinin ilk üç bölümünü de finanse edebilecek güce sahiptirler.

Türkiye’de televizyon kanalları dizi projesinin hem yaratım hem de uygulama kısmını yapım şirketlerine bırakmakta; böylelikle kendi temel faaliyet alanı olan televizyon yayıncılığına odaklanabilmektedir. Televizyon kanalı ile yapım şirketi arasında kurulan ilişki tamamen ekonomik bir ilişki olup reyting cihazına bağlı olarak biçimlenmektedir. Başka bir ifadeyle kanal ve yapım şirketi arasındaki ilişki dizi reyting aldıkça devam etmektedir. Yapım şirketleri ve televizyon kanalları arasındaki sözleşme ise, ekonomik ilişkinin bir yansımasıdır. Bu sözleşme, dizinin hakları, set, dekor, sanatçı ücretlerini, mali hakları, yasalara ve genel ahlaka uygun içeriği, dizi bölümünün teslim zamanını, ödemeleri, sponsorları ve yapılacak ihracattan elde edilecek gelirin nasıl bölüneceğini içermektedir.

Yapım şirketi dizi üretimine senaryo ve senaristin seçimi ile başlamaktadır. Dizi projesinin kanalda yayınlanmasının ve reyting almasının yolu senaryodan geçer. Hiçbir şekilde risk almak istemeyen yapım şirketleri senaristten daha önce denenmiş türlerde ve içeriklerde senaryolar ister. Bu anlamda senaristin içerik üzerinde herhangi bir etkisi söz konusu değildir. Senaryonun genel ahlaka uygun olup olmadığı da kontrol edilir ve senaryoya müdahale edilir.

Yapım şirketleri için dizi üretiminin üç önemli ayağı yönetmen, görüntü yönetmeni ve sanat yönetmenidir. Dizinin çekim aşamasındaki hiyerarşinin en tepesinde yer alan bu üç aktörün seçiminde de senaristin seçimindeki ilkeler uygulanır. Yönetmenin, görüntü yönetmeninin ve sanat yönetmeninin daha önceki projelerde “başarılı” olmuş olması beklenir. Bunun yanında bu üç yönetmenin kendi ekiplerinin de olması önemlidir. Yapım şirketleri bu üç aktöre bağlı olacak şekilde çalışacak set işçilerinin seçimine herhangi bir müdahalede bulunmamakta ve set işçilerinin üretim için bir araya getirilmelerinde enerji harcamamaktadırlar. Yönetmen, görüntü yönetmeni, sanat yönetmeni daha önceki projelerde birlikte çalıştığı ekibini bir telefon zinciri yoluyla bir araya getirmektedir.

Yapım şirketi, kamera arkası işçilerin bir araya getirilmesi sürecine müdahalede bulunmazken; oyuncu seçimine son derece özen göstermektedir. Özellikle başrol oyuncularının seçimi ve provalarıyla özel olarak ilgilenir. Başrol oyuncusunun ve yardımcı rollerde yer alacak oyuncuların seçimi son derece önemlidir. Oyuncuların provalarıyla birlikte, “iyi polisler”, “çekici erkekler”, “alımlı kadınlar”, “fedakâr anneler”, “sorumsuz babalar” yaratılır. Yapım şirketleri, yaratılan bu karakterlerin mümkün olduğunca seyirci ile özdeşleşmesi, seyirci tarafından beğenilmesinin dizinin izlenmesi için önemli olduğunu kabul eder. Dizi üretimi için kamera önü ve kamera arkasında çalışacak ekipler oluşturulduktan

sonra, dizilerin hazırlık ve çekimleri başlamakta ve kurgu sürecinin ardından televizyon kanallarında yayınlanmaktadır.

Televizyon dizileri emtia olarak, seyirci için belli bir hayali ihtiyacı karşılamak yönünde kullanım değerine sahiptir. Ancak televizyon dizilerinin anlamı bunun çok daha ötesine gider. Televizyon dizilerinin kullanım değerini bir kenara bıraktığımızda; geriye emek ürünü olma özellikleri kalır ki, bu yönüyle dizilerde insan emeği cisimleşmiştir. Televizyon dizileri belli bir iş bölümü içinde yer alan insan emeği ile üretilirler. Emek güçlerini yapım şirketine sattıkları andan itibaren set işçisi olmuşlardır. Set işçileri, çekim aşamasında iş bölümüne, yapım koordinatörü, yönetmen, yönetmen yardımcısı, kameraman, dekor şefi, inşaat ustası, kostümcü, oyuncu olarak dâhil edilir. Bütün bu meslek alanlarını birleştiren ortak şey, set işçilerinin üretim araçlarından yoksun olmaları ve zihinsel ve fiziksel yetilerini işe harcamalarının karşılığında ücret almalarıdır.

Setlerde kapitalizmin ihtiva ettiği toplumsal cinsiyet kalıplarının da izleri görülür. Erkek egemen bir sektör olarak dizi setlerinde erkekler, daha çok görüntü yönetmenliği, kameramanlık, yönetmenlik gibi teknik işler yapmaktadır. Kadınlar ise, daha çok toplumda kadınlıkla özdeşleştirilen işleri yapmaktadır. Bu işler herhangi bir çekim için yemek masası düzeninin hazırlanmasından, kostümlerin hazırlanmasına ve dikilmesine çeşitlilik arz etmektedir. Butler ve Scott' un da belirttiği gibi (1992) kapitalist toplumlarda var olan cinsiyet temelli iş bölümü eşitsizlik ve baskı yaratırken, bu durum erkekler için daha avantajlı konumlar oluşturmaktadır.

Dizi setleri, üniversite mezunu ağırlıklı olmakla birlikte, üniversite mezunu olmayanlar da setlerde yer alabilmektedir. Üniversite mezunu olarak setlerde yer alan set işçileri için, setlerin gerçekleri, hem duygu, düşünce ve hedeflerinin hem de aldıkları eğitimin son derece uzağındadır. Aldıkları sinema-TV eğitimi esnasında bütün kült filmleri izleyen ve yönetmenlik hayali kuran yeni mezunlar, öğrencilikten çıkıp işçi oldukları andan itibaren kapitalizmin üretim koşullarının içine girerler. Bu andan itibaren ise, çalıştıkları dizi setlerinin gerçekleriyle yüzleşirler. Dizi sektörü belli güç ilişkilerine dayanan ve bu güç ilişkileri içinde şekillenen bir sektör olduğu için mezun olan öğrencilerin kendilerini rahatlıkla ifade edebilecekleri, serpilip gelişebilecekleri bir alan değildir.

Kapitalizmin ideolojisinden biri de, toplumsal koşullardaki olumsuzluklara karşı sabretmeyi ve sunduğu eşsiz fırsatlardan yararlanmayı bilmeyi öğütlemesidir. Sistemin gereklerini yerine getiren insanlar, kapitalizmin sunduğu eşsiz fırsatlardan yararlanabilirler. Kapitalizm özellikle iş hayatına atılmak ve iş hayatında başarılı olmak için birçok fırsat ve birçok yolu da sunar. Bu tamamen kişilerin bireysel çabalarda bulunmalarıyla ve kendilerine

doğru hedefler belirlemeleriyle ilgilidir. Bu, bireysel çabasıyla yaşamın çeşitli zorluklarını aşarak “iyi bir iş”, “iyi bir konum” edinmiş ve sonunda “mutlu” olmuş insanların yaşamlarını öyküleştirecek verir. Fırsatları değerlendirebilenler için iyi bir iş ve iyi bir yaşam hayal değildir. İnsanlara, okulda, evde, kitle iletişim araçlarıyla sunulan hep bu ideolojidir. Kapitalizm toplumsal yaşamın köklü gerçeklerini olumlu göstererek kendi varoluşunu sürdürmeyi amaçlamaktadır. Sinema-TV sektörü ve özelde dizi setleri film ve dizi setleri gerçekte ağır çalışma koşullarının olduğu, sigortasız ve güvencesiz çalışma ortamlarının örneklerindedir. Ancak perdenin önünde sunulanlar, renkli hayat hikâyeleri, ün, yıldız olma ve yüksek ücretler kazanılması ve hayallerin gerçek olabileceği yönündedir. Dizi setlerinin gerçekleri ise bundan son derece farklıdır.

Setlerde çalışabilmenin yolu, iyi ilişkiler kurmaktan geçer. Dizi setlerinde iş ile ilgili olarak “başvuru” mekanizmasının yerini tavsiye almıştır. Setlerin herhangi bir biriminde iş bulabilmenin yolu, sektörde belli bir konum edinebilmiş kişilerden geçmektedir. Tavsiye aracılığıyla setlerde çalışmaya başlayan set işçileri, yer aldıkları birkaç projede değerlendirilmekte; bu değerlendirme sürecini geçebilenler diğer projelere de çağrılabilirlerdir. Set işçilerinin yapım şirketlerinin gözüne girebilmelerinin yolu yönetmen, görüntü yönetmeni ve sanat yönetmenine kendilerini kabul ettirmekten geçer.

Set işçilerini işçi yapan temel unsur mesleki farklılıkları ya da ne kadar ücret aldıkları değildir. Bu ölçütler nesnel bir açıklama sunmakta yetersiz kalır. Set işçileri, hangi meslek grubuna dâhil olurlarsa olsunlar, hepsi de aynı çalışma koşullarının ve sömürü biçimlerinin bir parçasıdır ve setlerde belli koşullar altında çalıştırılırlar.

Dizi setleri, işçi sağlığı ve iş güvenliği uygulamalarının son derece uzağındadır. Set işçileri, çalıştıkları dizi projesinin her an bitebileceği kaygısı ve endişesiyle çalışmaktadırlar. Bütün bu endişeler, setlerde saatlerce çalışmanın verdiği uykusuzluk ve yorgunluk gibi sebeplerden ötürü, hem fiziksel hem de ruhsal sağlıkları bozulmaktadır. İşlerinin niteliğine bağlı olarak çeşitli meslek hastalıklarına yakalanan set işçileri, iş güvenliği açısından da olumsuz koşullarda çalışırlar. Setlerde yüksekte düşme, kesici aletlerden yaralanma vb. şekillerde kazalar yaşanmaktadır. Bu kazalarla ilgili olarak ise yapım şirketleri herhangi bir önlem almamaktadırlar.

Set işçilerinin sahibi olduğu fiziksel-ruhsal rahatsızlıkların ve setlerde yaşanan kazaların temel nedeni, yapım şirketleri ve televizyon kanallarının daha fazla kazanma güdüsünde yatar. Televizyon kanalları reklam alabilmek için; yapım şirketleri ise, hem dizinin maliyetini çıkarabilmek; hem de kar elde edebilmek için dizi sürelerini uzun tutarlar ve set işçilerini uzun süreler çalıştırılırlar. Yapım şirketleri set işçilerine, 90-120 dakika



uzunluğundaki bir diziyi bir haftada çekmelerini dayatırlar. Set işçileri bir hafta içinde bir film uzunluğundaki diziyi yetiştirebilmek için uzun süreler çalışmakta; izin günlerinde de çalışarak bir sonraki programın hazırlığını yapmaktadırlar. Bütün bu nedenlerden dolayı yorgunluk, uykusuzluk, işini kaybetme endişesi yaşayan set işçilerinin çeşitli iş kazaları yaşarlar.

Set işçileri, harcadıkları emek güçlerinin karşılığında belli bir ücret alırlar. Çalışma yasasına göre sekiz saatlik bir çalışmanın karşılığında fazla mesai ücreti almaları gerekirken, işveren tarafından bu ücret set işçilerine ödenmez. Dizilerin hazırlık sürecinde de herhangi bir ücret almadan çalıştırılırlar. Hazırlık süreci 3-4 hafta süren dizilerin çekimlerinde 18-20 saate varan sürelerde çalışmalarına rağmen; bir bölüm ücreti alırlar. Set işçilerinin ücretlerinde 12 saate varan sürelerde gecikmeler de söz konusu olabilmektedir. Bütün bunlara ek olarak, televizyon dizileri reyting aldıkça yapım şirketleri ve televizyon kanalları daha fazla kazanırken; set işçilerinin ücretlerinde herhangi bir değişiklik yapmazlar. Kanalların ve yapım şirketlerinin hep daha fazlasını kazanma hırsıyla, set işçilerini uzun süreler ve düzensiz ücretlerle çalıştırmaları kapitalist sömürünün özünü ortaya koyar niteliktedir. Bu sömürü aynı zamanda yapım şirketlerinin ve kanalların zenginliğinin sebebidir. Kapitalizmde üretilen zenginliğin eşit bir şekilde bölüşümü söz konusu değildir. Dizi sektörünün aktörleri satın aldıkları emek gücünden sonuna kadar faydalanarak kendi zenginliklerini, emeğin ise yoksunluğunu üretmektedirler.

Çocuk işçiler için dizi setlerinde pedagoğ bulundurulmasının nedeni, çocuğun iyilik halinin düşünülmesi değildir. Yapım şirketleri, çoğunlukla çocuğun rol yapma ile ilgili sıkıntıları olduğunda ya da dizinin içeriğinin çocuğu olumsuz yönde etkilediği yönünde tepkilerle karşılaşıldığında setlerde pedagoğ bulundurma gereği duymaktadır. Pedagoğlar ise çocuk ile ilgili herhangi bir olumsuz durumda işlerinin gereğini yapamamakta, müdahale ile karşılaşmaktadırlar.

Çocuklar, üretimin söz konusu olduğu her alanda olduğu gibi, dizi setlerinde de yetişkinlerle benzer koşullarda çalıştırılmaktadırlar. Çalışma saatleri son derece uzun olup, kötü hava koşullarında setlerde saatlerce bekletilmektedirler. Çalışma saatleri, yetişkinlerin programına göre ayarlanmasından ötürü çocuklar, eğitim hayatlarında aksaklıklar yaşamaktadırlar.

Yapım şirketleri çocuk oyuncu ihtiyaçlarını cast ajansları aracılığıyla sağlamaktadır. Cast ajansları tıpkı oyuncu üreten bir fabrika gibidir. Aileler açısından ise, çocuklarının dizilerde oynaması, kolay yoldan para kazanmak, ün, şöhret sahibi olmak gibi anlamlar taşır. Bu noktada medyanın önemli bir rolü bulunur. Medya kuruluşları, sunduğu içeriklerde çocuk



oyuncuların çalışma koşullarının zorluğuna hiçbir şekilde yer vermez. Setler, son derece renkli, kısa yollardan para ve ün sahibi olmanın yolu olarak sunulur.

Çocuk oyuncular popüler oldukları dönemde sürekli bir biçimde medya içeriklerinde yer alırlar. Ancak medya, çocuk oyuncuların yıldızını bir süre parlatıp üzerinden gerekli kazancı elde ettikten sonra söndürür. Başlangıçta mutluluk veren ilginin bir süre sonra sönmesi çocuklar açısından psikolojik sorunlara neden olur.

Televizyon dizilerinin içeriklerinden dolayı çocuklar rolle baş edemedikleri durumlarla da karşılaşılır. Çocuğa çekimler sırasında, içeriklerde yer alan cinsellik, şiddet unsurları anlatılır. Çekim esnasında çocukların yaşadıkları olaylarla rollerini ilişkilendirme durumları söz konusu olabilir. Kimi sahnelerde çocuklar korkularıyla yüzleşmek zorunda bırakılırlar. Bütün bu koşullara karşın setlerde psikolojik danışmanlarında yapabilecekleri bir şey yoktur. Çünkü dizinin o sahnesinin o anda ve o yerde hızlı bir şekilde çekilmesi gerekmektedir. Programın yetişmesi için duyulan kaygı, çocuğa duyulan kaygının önüne geçer. Türkiye’de çocuk oyuncuları koruyan herhangi bir yasal düzenleme yoktur. Çocuk oyuncuların çalışma koşulları denetlenmemektedir.

Dizi sektöründe sermaye ve emek arasında bir savaşım bulunur. Yukarıda sözü edilen çalışma koşullarıyla ilgili olarak set işçileri işverenden talepte bulunurlar. Set işçileri işçi olmaktan kaynaklanan haklarını kullanarak iş güvenliği ve işçi sağlığı konusunda gerekli düzenlemelerin getirilmesini, dizi sürelerinin kısılmasını, 8 saat çalışmayı ve 4A sigortalısı olmayı talep ederler. İşveren ise, işveren olmaktan kaynaklanan hakkını kullanarak kullanım hakkını satın aldığı işçiyi istediği sürelerde ve kendi kanunlarında çalıştırmak ister. Bu sermaye ve emek arasındaki savaşımın doğal bir sonucudur. Dizi sektöründe sermaye ve emek arasındaki ilişkileri düzenleyici kurumlar olarak üç ayrı emek örgütlenmesi bulunmaktadır. Çalışma koşullarının benzerliğine rağmen emek örgütlenmelerinde bölünme söz konusudur. Sektördeki sendika anlamında emek örgütlenmeleri, Sinema Emekçileri Sendikası, Oyuncular Sendikası ve çalışma kapsamında görüşmelerin yapıldığı tarihte yeni kurulmuş olan ve bu nedenle görüşmelere dâhil edilmeyen Sinema-TV sendikasıdır.

Türkiye’de sinema ve TV sektörüne ilişkin olarak ilk kurulan emek örgütlenmesi Sinema İşçileri Sendikası’dır. Sektördeki emek örgütlenmesi girişimleri, 1960’lı yılların koşullarında sinema işçilerini kapsayacak şekilde ortaya çıkmıştır. Dönemin ithal ikameci politikalarının ve sosyal devlet anlayışının bir gereği olarak 1961 anayasası ile sendikalaşmanın önü açılmış, toplu sözleşme ve grev hakları genişletilmiştir. Sinema İşçileri Sendikası da bu koşullarda kurulmuş, batıda ortaya çıkmış diğer sendikalar gibi zorlu

mücadele süreçlerinden geçmemiştir. Dönemin ikliminden beslenen sendikal anlayış ise, sendikal mücadelenin yapım şirketlerine karşı yürütülmesi gerekliliği üzerine kurulmuştur.

Sektördeki ilk sendikalaşma girişimi ilk darbeyi, Sinema İşçileri Sendikası'nın kapatılmasıyla almıştır. İkinci bir emek örgütlenmesinin yani Sinema Emekçileri Sendikası'nın kurulması için 1970'lerin koşulları beklenmiştir. 1980'lerde ise, sendikalaşma anlamında tüm emekçi kesimlerle birlikte sinema emekçilerine verilen haklar yine devlet eliyle emekçilerden geri alınmıştır. 1980'li yılların koşullarında set işçilerinin sendikalaşma girişimleri bir darbe daha almıştır. Sinema Emekçileri Sendikası, kapatılma, yargılama süreçlerinin ardından yeniden kurulduğu 1990'lı yıllarda, Türkiye'de toplumsal varlığın pek çok alanı değişimlere uğramıştır. Bu alanlardan biri de şüphesiz ki medya alanıdır.

1990'larda medya alanındaki yoğunlaşma, ticarileşme süreçleri ile birlikte özel televizyon kanalları da birbiri ardına açılmaya başlanmıştır. Bu yıllarda televizyon dizilerinin kar getiren bir program türü olarak keşfedilmesiyle televizyon kanallarında yayınlanma sıklığı da artmıştır. Ayrıca bu dönemde çoğunlukla dizi üretimine yönelik yapım şirketlerinin sayısında da artış gözlemlenmiştir. Artık televizyona dizi üreten bir emekçi grubu da söz konusudur. 1990'lı yıllarda, Sinema Emekçileri Sendikası'nın salt sinema işçilerine yönelik kapsamı televizyona içerik üreten emekçileri de kapsayacak şekilde değişmiştir.

1960'lı yıllarda işverene karşı yürütülen sendikal anlayışın yerini ise, devletin çeşitli organlarıyla işbirliği ve uzlaşmaya yönelik bir sendikal anlayış almıştır. Sinema Emekçileri Sendikası ve Oyuncular Sendikası çeşitli taleplerini yasaları harekete geçirerek elde etmeye çalışsalar da, çalışma koşullarının özü değişmemekte; son sözü hala piyasanın kuralları söylemektedir.

2000'li yıllarda kurulmuş olan Oyuncular Sendikası son yıllarda artan bir şekilde oyuncuların temel çalışma koşullarına yönelik olarak mücadele vermektedir. Oyuncular Sendikası'nın bu kapsamda yürüttüğü çalışmaların ilkinin, oyuncuların 4A'lı olmasına ilişkin çalışmaları oluşturmuştur. Bunun yanında işçi sağlığı ve iş güvenliği, çocuk oyunculara temel çalışma koşullarının sağlanması konularında da çeşitli girişimler de bulunmuşlardır. Oyuncular Sendikası'nın bu girişimlerine karşı örgütlenme ihtiyacı duyan dizi yapımcıları çalışma koşullarına müdahalede bulunmak amacıyla Yapımcılar Derneği çatısı altında bir araya gelmişlerdir. Oyuncular Sendikası'nın çeşitli platformlarda dillendirdiği, oyuncuların 4A sigortası kapsamında sigortalanması taleplerine karşın; yapım şirketleri; set işçileri ile yapım şirketi arasında serbest bir irade olması gerektiğini savunmaktadırlar. Yapım şirketlerine göre devlet çalışma koşullarına müdahale etmemelidir. Yapım şirketlerine göre, setlerde çalışanlar işçi değil; yapım şirketi de işveren değildir. Yapım şirketleri fabrika

mantığında da işlememektedir. Bu usullamalara dayanan yapım şirketleri, set işçilerini 4A'lı olarak sigortalamamakta ve iş yasasına uygun koşullarda çalıştırmayarak yasaları ihlal etmektedirler. Devletin de bu alana herhangi bir müdahalesi söz konusu olmamakta, çalışma yaşamına ilişkin tüm kuralları piyasa koymaktadır.

Bu araştırma, Türkiye'de dizi sektöründe emek sürecine, emek sürecinin kontrolünde gerçekleştiği sermaye birikiminin dinamiklerine ve sendikalaşma bağlamında emek örgütlenmelerine yönelik olarak hazırlanmıştır. İletişim alanında, emek süreci konusuna yönelik olarak gerçekleştirilecek diğer araştırmalarda, kitle iletişiminin çeşitli alanlarında örgütsel yapıların emeği kullanma biçimleri, kitle iletişimi alanında uluslararası emek pazarı, medya işçilerinin iş sürecinde yabancılaşması sorunu ele alınabilir. Bütün bunlara ek olarak, iletişim fakültelerinde, kitle iletişimde emek, emeğin doğası ve çalışma koşullarına ilişkin ders veya derslerin verilmesi önemlidir.

## KAYNAKÇA

- Akdağ, Y., Kapitalizm ve Sınıf Mücadelesi: Teorinin Güncelliği, Evrensel Basım Yayın, İstanbul, 2014.
- Akın, A., “Televizyon Reytingine Hediye Karıştı”  
<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/19468206.asp> (erişim tarihi, 15.10.2012).
- Akyiğit Ercan, İctihatlı ve Uygulamalı İş Kanunu Şerhi, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2003.
- Ardıç, K. ve Aydın Y., İktisat Okulları ve Emek Piyasası, Derin Yayınları, İstanbul, 2011.
- Aron, R., Aydınların Afyonu, Çev. İ. Tanju, Tur Yayınları, İstanbul, 1979.
- Aydoğanoglu, E., Emek Sürecinin Dönüşümü, Kültür Sanat SEN, Ankara, 2011.
- Başkaya, F., Devletçilikten 24 Ocak Kararlarına: Türkiye Ekonomisinde İki Bunalım Dönemi, Maki Basım Yayın, Ankara, 2005.
- Ballı, A., Yerel Televizyonlarda Çalışanların Sorunları: Konya Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2010.
- Boratav, K., “Marksizm ve Sınıflar”, <http://www.sendikal.org/2014/12/marksizm-ve-siniflar-korkut-boratav/> (erişim tarihi, 06.01.2015).
- Braverman, H., Emek ve Tekelci Sermaye Yirminci Yüzyılda Çalışmanın Değersizleştirilmesi”, çev. Ç. Çıdamlı, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 2008.
- Bell, D., The Coming of Postindustrial Society, Basic Books, Newyork, 1973.
- Bell, D., “Labour in Postindustrial Society” The Worker in Postindustrial Capitalizm: Liberal and Radical Responses, der. Silverman and Yanowithch, The Free Press, New York, 1974.
- Bell, D., İdeolojinin Sonu Ellilerdeki Siyasi Fikirlerin Tükenişine Dair, Çev. V. Hacıoğlu, Sentez Yayıncılık, Ankara, 2013.
- Bilgili, Y., İktisat Okulları, İkinci Sayfa, İstanbul, 2014.
- Bir, A. A., “Reytinglerde Yalan Rüzgarı”, <http://www.bugun.com.tr/ali-atif-bir-yazdi-reytinglerde-yalan-ruzgari-haberi/1059568> (erişim tarihi, 05.06.2015).
- Butler, J., ve Scott, J., Feminists Theorize the Political: Routledge, Londra, 1992.
- Bocock, R., Consumption, Routledge, New York, 1993.
- Bottigelli, E., “Sunuş”, 1844 El Yazmaları Ekonomi Politik ve Felsefe, çev. S. Belli, Sol Yayınları, Ankara, 2011b.
- Bourdieu, P., Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, çev. R. Nice, Routledge, Londra, 1984.

- Brosius, B., *Tarihin Yapıları, Tarihsel Materyalizme Giriş*, çev. N. Ağırnaslı, Yordam Kitap, İstanbul, 2008.
- Chaney, D., *Yaşam Tarzları*, çev. İ. Kutluk, Dost Kitabevi, Ankara, 1999.
- Çeliker, D. ve Sepetçi, T., (2013) “Sorun Toplumsal Çözüm Bireysel: Popüler Kültür Ürünü Olarak Kişisel Gelişim Kitaplarının İdeolojisi”, I. *Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 20-23 Kasım 2013, Antalya, s. 211-219.
- Dağtaş, E. ve Dağtaş, B., “Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması”, *Eğitim, Bilim, Toplum*, No. 14 (2006), 4-31.
- Dağtaş, B., “Türkiye’de Yaygın Televizyonlarda Tektipleşme ve Diziler: Tektipleşmiş Bir Zenginlik Göstergesi Olan Villaların Düşündürdükleri”, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, No. 8 (2008), 162-185.
- DELOİTTE (2014) “Dünyanın En Renkli Ekranı: Türkiye’de Dizi Sektörü” <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/tr-media-tv-report.pdf> (erişim tarihi, 01.03.2015).
- Dursun, Ç., “İşçi Sınıfının Medyada Temsili”, *Toplum ve Bilim*, No. 78, (1998), 210-243.
- Drucker, P. F., *The New Society: The Anatomy of Industrial Order*, Harper and Brothers, New York, 1950.
- Eagleton, T., *Postmodernizmin Yanılsamaları*, çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2011.
- Eaton, J., *Ekonomi Politik*, çev. Şiar Yalçın, Bilim ve Sosyalizm Yayınları, Ankara, 1996.
- Ekinci, M., “Sinema Sektörünün Alt Yapısında Biz Varız”, <http://www.sinematurk.com/icerik/2543-sinema-sektorunun-altyapisinda-biz-variz/> (erişim tarihi, 07.08.2012).
- Engels, F., *Tarihsel Materyalizm Üzerine Mektuplar 1890-1894*, çev. Ö. Ünalın, Bilim ve Sosyalizm Yayınları, Ankara, 2000.
- Engels, F., “Karl Marx’ın Ekonomi Politîğin Eleştirisi” *Ekonomi Politîğin Eleştirisine Katkı*, çev. S. Belli, Ankara, 2011.
- Ercan, F. ve Özar, Ş., “Emek Piyasası Teorileri ve Türkiye’de Emek Piyasası Çalışmalarına Eleştirel Bir Bakış”, *Toplum ve Bilim*, No. 86, (2000), 22-72.
- Erdem, U. D., *Türkiye’de Yazılı Basın Sektöründe İnsan Kaynakları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2008.
- Erdoğan, İ., “Kitle İletişimi Örneğiyle Marksist Siyasal Ekonomi Yaklaşımı Üzerine Bir Tartışma” *Praxis*, No. 4 (2001), 276-313.
- Erdoğan, İ., “The End of İdeology”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, No. 24, (2007a), 281-293.

- Erdoğan, İ., “Temel Bilgiler Eleştirel Yaklaşımlarda İletişim Anlayışı”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, No. 24, (2007b), 153-198.
- Featherstone, M., Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, çev. M. Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2005.
- Fiske, J., Popüler Kültürü Anlamak, çev. Süleyman İrvan, Parşömen Yayıncılık, İstanbul, 1999.
- Foster, J. B., “Yeni Baskıya Giriş” Emek ve Tekelci Sermaye: Yirminci Yüzyılda Çalışmanın Değersizleştirilmesi, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 2008.
- Galbraith, J. K., İktisat Tarihi, çev. M. Günay, Dost Kitabevi, Ankara, 2004.
- Garnham, N., “Contribution to a Political Economy of Mass Communication” içinde Approaches to Media: A Reader” ed. Oliver Boyd Barret ve Chris Newbold, New York, 1995, 216-221.
- Garnham, N., (2008). “Bir Kültürel Materyalizm Teorisine Doğru” (der.). S. Çelenk, DE Kİ Basım Yayım, Ankara, 2008.
- George D., “Hume, Reid, and the Passion for Ideas”, *A Passion for Ideas: Essays on the Scottish Enlightenment* içinde, Murdo Macdonald (yay. haz.), Edinburgh: Polygon, 1994, s. 1-19.
- Gielen, P. (2014) “Sanat Ortamı: Ekonomik Sömürü İçin Mükemmel Bir Üretim Modeli Mi?” (der.). A. Artun, Sanat Emegi: Kültür İşçileri ve Prekarite, İletişim Yayınları, İstanbul, 2014.
- Gitlin, T., “Medya Sosyolojisi: Egemen Paradigm” içinde İletişim Çalışmalarında Kırılmalar Uzlaşmalar, der. Sevilay Çelenk, De Ki Basım Yayım, Ankara, 2008.
- Gün, B., Reyting ve Sosyo Ekonomik Statü (SES) Ölçüm Sistemi Hakkında Görüş ve Öneriler: Hukuki İnceleme ve Rapor”,
- Göçmen, D., Kaya G., “Adam Smith’in Siyaset Felsefesine Dair Kuramsal Bir Çerçeve”, Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi, No. 15 (2013), 85-109.
- Hall, S. ve Jacques, M., (ed.), (1995), Yeni Zamanlar: 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1995.
- Hall, S. (2004) “Encoding-Decoding”, Media and Cultural Studies: KeyWorks, der. D. Kellner ve G. Durham, Blackwell, 163-174
- Hanlein, A., “Gerhard Kessler’in Hayatı ve Türkiye’de Sosyal Politikanın Gelişmesindeki Katkıları”, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, çev. A. Hekimler, No.54 (2008), 203-213.
- Harvey D., Postmodernliğin Durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri, çev. Sungur Savran, Metis Yayınları, İstanbul, 2006.



- Harvey, D., Umut Mekânları, çev. Zeynep Gambetti, Metis Yayınları, İstanbul, 2008.
- Hardt, M. ve Negri, A., İmparatorluk, çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2008.
- International Labour Office. (2006). The Changing Nature of Work: A Global Survey and Case Study of Atypical Work in the Media Industry, Switzerland.
- ISMMMO, (2008). “Dizi Ekonomisi Raporu”,  
[http://archive.ismmmo.org.tr/docs/basin/2008/bulten/04102008\\_DiziEkonomisi.pdf](http://archive.ismmmo.org.tr/docs/basin/2008/bulten/04102008_DiziEkonomisi.pdf)  
 (erişim tarihi, 21.04.2011).
- Jameson, F., Modernizmin İdeolojisi, çev. Kemal Atakay ve Tuncay Birkan, Metis Yayınları, İstanbul, 2005.
- Kaplan M., Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İş gören Performansına Etkisi ve Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2007.
- Kang, J. A. (2008). “Ethical Conflict and Job Satisfaction Among Public Relations Practitioners” The University of Alabama, str. 8. [http://instituteforpr.org/wp-content/uploads/EthicalConflict\\_JobSatis.pdf](http://instituteforpr.org/wp-content/uploads/EthicalConflict_JobSatis.pdf) (erişim tarihi, 01.02.2011).
- Karakaya, S.,(2014) “Türkiye’de Sinema Televizyon ve Reklam Sektöründe Geçmişten Bugüne Örgütlenme ve Sendikalaşma”, 5. Uluslararası İşçi ve İletişim Konferansı Bildiriler Kitabı, 3-4 Mayıs 2014, Ankara, s.193-204
- Kaymak, M., (2010) “Adam Smith’in Yeryüzü Cenneti: Ulusların Zenginliğinin Ticari Topluma İlişkin İyimser Bakış Açısının Maddi ve Entelektüel Kaynakları” H. Kapucu, M. Aydın, İ. Şiriner, F. Morady, Ü. Çetin (ed.). *Politik İktisat ve Adam Smith*, Yön Yayınları, İstanbul.
- Kejanlığoğlu, B. (2004). “Radyo-TV Yayıncılığı Siyaseti”,  
<http://m.bianet.org/bianet/siyaset/222-radyo-tv-yayinciligi-siyasasi> (erişim tarihi, 24.02.2012).
- Kellner, D., “Postmodernism as Social Theory: Some Challenges and Problems”, *Theory, Culture and Society*, No.2, (1988), 239-269.
- Keyder, Ç., Türkiye’de Devlet ve Sınıflar, çev. S. Tekay, İletişim Yayınları, İstanbul, 1990.
- Kumar, K., Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma: Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları, Dost Kitabevi, 1995.
- Konyar, H., “Tüketim Kültürünün Belirlediği Yeni Toplumsal Kimlikler”, *İletişim*, No.6 (2000), 19-34
- Konyar, H., “Türk Magazin Basınındaki 80 Sonrası Değişimler” İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, No.13 (2002), 181-196.

- Koçer, S., “Türkiye’de Özel Televizyon Kuruluşlarında Dış Kaynak Kullanımı”, e-GİFDER, No. 3 (2014). 34-61.
- Köker, E. ve Doğanay, Ü., “Televizyonda Protesto Görüntüleri: Egemen Haber Söylemlerinde Toplumsal Eylemler”, Kültür ve İletişim Dergisi, No. 2, (2004), 43-72.
- KDK (2014) “Türkiye’nin Dizi Film İhracatı 200 Milyon Dolara Ulaştı”, <http://kdk.gov.tr/haber/turkiyenin-dizi-film-ihracati-200-milyon-dolara-ulasti/362> (erişim tarihi, 03.03.2015).
- Lazzarato, M., “Maddi Olmayan Emek” İtalya’da Radikal Düşünce ve Kurucu Politika, çev. Selen Göbelez ve Sinem Özer, Otonom Yayıncılık, İstanbul, 2005. 227-46
- Löle, A., Türk Basınında İş Tatmini ve Sendikalaşma İhtisi: Akşam Gazetesi Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012.
- Makal A., “Çeyrek Yüzyılın İçinden Kendimize Bakmak: Kuruluşlarının 25. Yılında Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümleri Üzerine Bir Değerlendirme”, Çalışma ve Toplum Dergisi, No.1, (2008), 11-25.
- Mandel, E., Marksist Ekonomi Kuramına Giriş, çev. A. Ünlü, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul, 1998.
- Marx, K., Ücretli Emek ve Sermaye: Ücret, Fiyat ve Kar, çev. S. Belli, Sol Yayınları, Ankara, 2008.
- Marx, K., Kapital: Kapitalist Üretimin Eleştirel Bir Tahlili, çev. Alaattin Bilgi, Sol Yayınları, Ankara, 2011.
- Marx, K., 1844 El Yazmaları Ekonomi Politik ve Felsefe, çev. Kenan Somer, Sol Yayınları, Ankara, 2011a.
- Marx, K., Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı, çev. Sevim Belli, Sol Yayınları, Ankara, 2011b.
- Mattelart, A., İletişimin Dünyasallaşması, çev. Halime Yücel, İletişim Yayınları, İstanbul, 2001.
- Mattelart A., Neveu, E., Kültürel İncelemelere Giriş, çev. Hüsnü Dilli, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2007.
- McChesney, R., 21. Yüzyılda İletişim Politikaları: Medyanın Sorunu, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 2006.
- Mert F., ve Pıynar, K., “Haksız Reytinge Baskın”, [http://www.zaman.com.tr/gundem\\_haksiz-reytinge-baskin\\_1215137.html](http://www.zaman.com.tr/gundem_haksiz-reytinge-baskin_1215137.html) (erişim tarihi, 02.09.2011).
- Mort, F., (1995) “Tüketim Politikası” S. Hall ve M. Jacques (ed.). Yeni Zamanlar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 154-168.

- Morley, D. ve Robins, K., *Kimlik Mekanları*, çev. E. Zeybekoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1997.
- Murdock, G. (1982) "Large Corporations and the Control of the Communications Industries" M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, J. Woollacott (ed.). *Culture, Society and the Media*, Methuen, London and New York, 118-150.
- Murray, R., "Fordizm ve Postfordizm" *Yeni Zamanlar*, der. Stuart Hall ve Martin Jacques, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1995.
- Oyuncular Sendikası, 2011, *Özel Faaliyet Raporu*.
- Oyuncular Sendikası, 2011-2013 *Yıllık Faaliyet Raporu*.
- Oyuncular Sendikası, 2013 *Faaliyet Raporu*.
- Olson, L. D.M., "Job Satisfaction of Journalists and PR Personnel", *Public Relations Review*, vol.15 (1989), 37-45.
- Oskay, T., vd., "AGB'ye Büyük Baskın", <http://www.sabah.com.tr/gundem/2011/12/15/bu-da-reytingde-sike-operasyonu> (erişim tarihi, 05.04.2013).
- Özcan, Z., "Reyting İşinde de Doğan Var", <http://www.haber7.com/medya/haber/362661-reyting-isinde-de-dogan-var> (erişim tarihi, 09.01.2011).
- Örs, "Postmodern Dünyada İdeolojinin Dönüşümü", *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, No.40, (2009), 1-12.
- Özdemir, G., "Küresel İletişim Çağı: Egemen Yaklaşım Versus Ekonomi Politik Yaklaşım" *Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi*, der. Selda Bulut, *Ütopya Yayınları*, Ankara, 2009.
- Özdemir, G., "Mavi Yakalı İşçiler Üzerine Çalışmalarda Eleştirel Etnografi: Yöntembilimsel ve Politik Açılımlar/Sorunlar, *Praksis*, No. 4, (2001), 332-346.
- Özdemir, G. (2002). "Emek Süreci Teorisi ve Türkiye'de Emek Süreci Çalışmaları" (ed.) A. A. Dikmen, *Küreselleşme Emek Süreçleri ve Yapısal Uyum*, İmaj Yayınevi, Ankara, 433-469.
- Raphael, D., Adam Smith, çev. E. Erdem ve A. Çelenk, *Liberte Yayınları*, Ankara, 2014.
- Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği. (2011). 2010 Yılı Reklam Verileriyle Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu, RATEM, İstanbul.
- Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği. (2014). *Türkiye Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu*. RATEM, İstanbul.
- Ricardo, D., *Ekonomi Politinin ve Vergilendirmenin İlkeleri*, çev. T. Ertan, *Belge Yayınları*, İstanbul, 2007.
- Ritzer, G., *Toplumun McDonaldlaştırılması*, çev. Ş. S. Kaya, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998.

- Robbins, S. P. ve DeCenzo, D. A., *Fundamentals of Management*, Prentice Hall, New Jersey, 2005.
- Roberts, K., *Leisure in Contemporary Society*, CABI Publishing, New York, 1999.
- Sosyal Güvenlik Kurumu (2011), “SGK İstatistik Yıllıkları”, [www.sgk.gov.tr](http://www.sgk.gov.tr) (erişim tarihi, 07.07.2012).
- Sancar Ulusan, R., *Magazin, Ekonomi ve Polis Muhabirliği Örneğinde Gazetecilik Mesleğinin Bireysel Kimlik Üzerine Etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004.
- Savran, G., “Postmodernizm: Yepyeni Bir Evre Mi, Bir Eğilimin Mutlaklaştırılması Mı?” *Defter Dergisi*, No.38 (1999), 159-162.
- SİNE-SEN, *Sinema-TV Emekçilerinin Sorunları ve Çözüm Önerileri*, 2015.
- Smith A., *Ulusların Zenginliği (Cilt 1)*, çev. Metin Saltoğlu, Palme Yayıncılık, Ankara, 2009.
- Smith A., *Ulusların Zenginliği (Cilt 2)*, çev. Metin Saltoğlu, Palme Yayıncılık, Ankara, 2011.
- Smythe D., “Communications: Blindspot of Western Marxism”, No.3, (1977), 1-27.
- Standing, G., *Prekarya: Yeni Tehlikeli Sınıf*, İletişim Yayınları, çev. Ergin Bulut, İletişim Yayınları, İstanbul, 2014.
- Şeker, B., “Set Kazaları ve Zihniyet Problemleri” <http://bianet.org/biamag/diger/117221-set-kazalari-ve-zihniyet-problemleri> (erişim tarihi, 03.05.2012).
- Tanrıöver, H., *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2012.
- Türkali, V., *Bu Gemi Nereye*, Cem Yayınları, İstanbul, 1985.
- Virno, P., *A Grammar of the Multitude: For an Analysis of Contemporary Forms of Life*, Semotext(e), New York, 2004.
- Vroom, V. H., “*Work and Motivation*”, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, 1995.
- Yorgun, S., “Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümlerinde Tez Konuları ve Paradigma Değişiklikleri”, *Çalışma ve Toplum*, No.1 (2009), 45-60.
- “27 Milyon TL Ciro Yapan Dizi” <http://www.sabah.com.tr/ekonomi/2011/06/29/en-cok-kazanan-dizi-yapimcilari-582150157241> (erişim tarihi, 05.08.2012).

### **Görüşmeler**

- Sinema Emekçileri Sendikası Yönetim Kurulu Üyesi Merih Biçer İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.
- Yapımcılar Derneği Hukuk Danışmanı Burhan Gün İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.
- Oyuncular Sendikası Örgütlenme Birimi Sorumlusu Yeşim Girgin İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.

Görüntü Yönetmeni B.K. İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Sanat Yönetmeni M.A İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
İkinci Yönetmen M.Ç İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Steadicam Asistanı K.B. İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Focus Puller M.T. İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Işık Şefi M.Y İle Yapılan Görüşme, Ocak, 2015.  
Sanat Yönetmeni Birinci Asistanı D.K İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Kostüm Sorumlusu B.K.Ö İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Saç-Makyaj Sorumlusu R.Ü İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015  
Dekor Şefi E.A İle Yapılan Görüşme, Ocak, 2015.  
İnşaat Ekibi C.A İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Set Ekibi B.Y İle Yapılan Görüşme Ocak, 2015.  
Ulaşım Sorumlusu İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Oyuncu T.T. İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Oyuncu C.A İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015.  
Oyuncu E.A İle Yapılan Görüşme Ocak, 2015  
Pedagog E.Ç İle Yapılan Görüşme, Ocak 2015

**EKLER****EK 1- ÇALIŞMA KOŞULLARINA YÖNELİK OLARAK SET İŞÇİLERİNE YÖNELTİLEN SORULAR**

- 1) Cinsiyet
- 2) Yaş
- 3) Eğitim Durumu
- 4) Hangi bölümden mezunsunuz?
- 5) Dizi setlerinde hangi meslek grubuna dâhil olarak çalışıyorsunuz?
- 6) Dizi setlerinde ne kadar süredir çalışıyorsunuz?
- 7) Bugüne kadar hangi dizilerde çalıştınız?
- 8) İş tanımınızı yapar mısınız?
- 9) İşe başlamadan önceki duygu, düşünce ve hedeflerinizle, dizi setlerinin gerçeklerini karşılaştırır mısınız?
- 10) İşe alınma süreciniz nasıl başladı?
- 11) İşverenle ilişkileriniz nasıl başlar ve gelişir?
- 12) Dizi setlerinde işçi sağlığı ve iş güvenliği uygulamaları nasıldır?
- 13) Ücret koşullarınız nasıldır?
- 14) Dizi setlerinde çalışma saatleri nasıldır?
- 15) Herhangi bir dizi setinde çalışırken yeterli boş zamanınız ve tatiliniz olur mu?
- 16) Çocuk oyuncuların çalışma koşulları nasıldır?



**EK 2- SİNEMA - TV SEKTÖRÜNDE EMEK ÖRGÜTLENMELERİ OLARAK  
SİNEMA EMEKÇİLERİ SENDİKASI VE OYUNCULAR SENDİKASI'NA  
YÖNELTİLEN SORULAR**

- 1) Sendikanın tarihçesi ile ilgili olarak bilgilendirir misiniz?
- 2) Sendikanın kurucu üyeleri kimlerdir?
- 3) Set işçilerinin çalışma koşulları nasıldır?
- 4) Sendikanın çalışma koşullarına yönelik olarak yürüttüğü faaliyetler nelerdir?
- 5) Sendikanın çalışma koşullarına yönelik olarak işverenden talepleri nelerdir?
- 6) Sendikanın benimsediği sendikal anlayış nedir?

**EK 3- DİZİ SEKTÖRÜNDE SERMAYE ÖRGÜTLENMESİ OLARAK YAPIMCILAR DERNEĞİ'NE YÖNELTİLEN SORULAR**

- 1) Yapımcılar Derneği'nin tarihçesi ile ilgili olarak bilgilendirebilir misiniz?
- 2) Yapımcılar Derneği'nin kurucu üyeleri kimlerdir?
- 3) Yapımcılar Derneği'nin bugünkü üye sayısı ne kadardır?
- 4) Yapımcılar Derneği'nin üyeleri hangi alanlarda faaliyet göstermektedirler.
- 5) Yapımcılar Derneği hangi temel amaçlar etrafında kurulmuştur ve faaliyet alanları nelerdir?
- 6) Yapımcılar Derneği'nin set işçilerinin çalışma koşullarına bakışı nasıldır?
- 7) Yapımcılar Derneği'nin işçi-işveren ilişkilerine bakışı nasıldır?
- 8) Yapımcılar Derneği'nin yeni reyting sistemine bakışı nasıldır?
- 9) Yapımcılar Derneği'nin yeni reyting sistemi ile ilgili talepleri nelerdir?

## EK 4- DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME ÖRNEĞİ

### Sanat Yönetmeni Asistanı D.K. ile Yapılan Görüşme

Selçuk Üniversitesi Gazetecilik Bölümü'nden mezun oldum. Sanat yönetmeni asistanıyım. Bu mesleği 2006 yılından bu yana yapıyorum. 8 sinema filminde, 10'un üzerinde dizi projesinde çalıştım. Popüler yapımlardan Yaprak Dökümü dizisinde sanat yönetmeni asistanlığı yaptım.

Birinci sanat yönetmeni asistanı, sanat yönetmeninden sonra sette setin dekorundan aksesuarlarına kadar her şeyinden sorumlu kişidir. Senaryoya bağlı olarak çekim öncesinde mekânın düzenini ayarlar. Çekim esnasında da sette bunun takibini yapar. Örneğin hazır mekanlara ya da yaşayan evlere giriyoruz diyelim. Sanat ekibi bu evi dizinin atmosferine uygun bir biçimde düzenler. Örneğin, bir yemek sahnesi çekilecekse, yemek sahnesi için aksesuarları ve masayı hazırlar. Çekimlerin tekrarında bu düzenin yeniden sağlanmasından sorumludur. Sanat yönetmeni asistanının sürekli kadraja bakması gerekir. Kamera o sahneden çıkıp başka bir yere yerleştiği zaman sanat yönetmeni asistanı, o mekanı tekrar eski haline getirmek zorundadır. Her şeyin yerini bilmelidir. Bu bir mekan devamlılığıdır. Sanat yönetmeni asistanı bunun takibini yapar.

İş sürecinde bize dizinin senaryosu verilir. Biz o senaryoya göre, dökümler yapmaya başlarız. Mekan için neler lazım?, senaryo da geçen aksesuarlar neler bunların dökümünü yaparız. Buna göre bir alışveriş listesi oluştururuz. Gerekirse bu alışverişleri yaparız. Diziler için çeşitli aksesuarlar ya satın alma ya da sponsorlar aracılığıyla sağlanır. Her hafta senaryoyu okuruz. Sahneler değişir, senaryo anlık yazılabilir. Buna göre mekanları düzenleriz.

İşe başlama sürecinde çok şanslıydım. Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü filmi Bursa'da çekiliyordu. Ben de ailemle Bursa'da yaşıyordum. Okul bittiği zaman İstanbul'a iş aramaya gelmiştim. İstiklal caddesinde ne yapsam diye dolaşırken bir arkadaşımı gördüm. Bana "Hacivat Karagöz çekiliyor Bursa'da haberin yok mu?" dedi. Orada dev gibi plato yapmışlar. Bursa'ya döndüm. Filmle ilgili bir ilandan telefon numarası buldum. O telefonda da durumumu anlattım. Dedim ben daha yeni mezunum. Çalışmak istiyorum. Kablo toplarım her şey yaparım. Sonrasında da beni kostüm departmanına aldılar, en fazla açık olduğundan dolayı. Benim gibi çok genç arkadaş vardı orada daha ilk işini yapan. Kostüm asistanı olarak ilk işime başladım. 7 hafta sinema filminin çekimi sürdü. Üç haftada

atölyede çalıştık. Toplam 10 hafta. Sonraki üç dört işim kostüm asistanı olarak devam etti. Daha sonra Ulak diye bir sinema filmi çekildi ilk önce dekor aşamasında buldum sonrada set aşamasında asistanlık yapmaya başladım. Ardından dizi projeleri gelmeye başladı.

Bu işe başlarken kafamda bambaşka bir dünya vardı. Bir gencin hem İstanbul'la hem de sektörle mücadelesi gerçekten çok zor. Çünkü aile desteğin yok, okulun bitmiş, para kazanman gerekiyor. Buraya geliyorsun İstanbul'a. En büyük sorun barınma problemi, çok şanslıysan burada yaşayan arkadaşların sana destek oluyor. Bir şekilde bir yerlerde kalıyorsun ve kendini piyasaya kabul ettirme süreci başlıyor. Bir sürü sıkıntı. Bunları da yaşadıkça kafanda en baştaki kurduğun dünya ile gerçeğine baktığın zaman birbirinden çok farklı olduğunu görüyorsun. Bu saatten sonra klişe bir sözdür. Cafe açacağım. Çünkü bunun başka bir dönüşü yok. Başka bir işte çalışma ihtimalin çok az. Yaşım ilerliyor. 35 yaşından sonra başka bir mesleğe dönüş çok zor. Aradan on yıl geçmiş annem bana halen soruyor: "ne zaman sigortalı bir işe gireceksin"?

İş sürecim, sanat yönetmeninin bizi aramasıyla başlar. Sanat yönetmeni ya daha önce çalıştığı asistanını arar ya da tavsiye üzerine kendisine bir asistan bulur. Aslında bir şekilde sanat yönetmeni ve asistanlar birbirlerini bulurlar.

Biz dekor ekibi ve sanat ekibi olarak sürekli elimizde bir malzemeye oynadığımız için özellikle dekorda marangozlara yardım ediyoruz. Çoğu zaman oralarda ayağımıza çivi batabilir, elimizi maket bıçağıyla kesebiliriz. Bizim işimiz özelinde setlerde kafamıza muhakkak bir şeyler düşer. Mesela bir sette dekor yapıp seti hazırlarken kafama tuğla düşmüştü. Kimi arkadaşların kafasına ışık düşer. Çünkü sette çok hızlı hareket etmek zorundayız. Örneğin ben çekim esnasında bir yere koşuyorum, ayağım ışığa çarpıyor, ışık birinin kafasına düşebiliyor. Setlerde trafik kazaları çok fazla oluyor. Benim bildiğim üç arkadaşımızı böyle kazalarda kaybettik. Bir sette tekerleği patlamış bir araba kaldırımında oturan bir arkadaşımızı ezdi ve vefat etti. Yani setler iş kazalarına çok açık.

Dizilerin süresi çok uzun. Dizilerin kılmasını talep ediyoruz. Ancak yapımcı diyor ki diziler kılarsa reklam alamayız böyle olunca da sizin ücretleriniz düşer. Nereden tutsak elimizde kalan bir durum söz konusu. Mesela dizi üç bölüm çekiliyor. Dizi bitti diyorlar. Dizinin bittiğini o gün söylüyorlar. Bu durumda beni hayatımı nasıl devam ettireceğim kaygısı sarıyor. Yapımcı da kanal da dizinin kaç bölüm süreceğini bilmiyor. İlk iki bölümde dizinin tutup tutmayacağı az çok anlaşılıyor. Dizi izlenmiyorsa, kanal bir iki bölüm daha yayınlıyor. Eğer dördüncü bölümden sonra reytingler bütçeyi karşılamıyorsa, beşinci bölümde dizi yayından kalkıyor. Çoğu zaman o beş bölümün parasını tam olarak alamamışızdır ya da

son haftanın parasını alamadığımız olmuştur. Bir de dizinin ilk bölümünün hazırlıklarına en az üç dört hafta önceden başlıyoruz. Yani dizinin ilk bölümü 3-4 haftada çekiliyor. Biz bir bölümlük ücret alıyoruz. Bunun üzerine bir de beş bölümün ardından dizinin yayından kaldırıldığını düşünün. Elimizde avucumuzda bir şey kalmıyor. Bir dizi ne kadar uzun sürerse bizim için o kadar iyi demektir. En uzun soluklu diziler olarak Kardeş Payı ve Yaprak Dökümü'nde çalıştım. Yalnız sabahlı akşamlı çalışıp da iki bölümde kaldırılan diziler de oldu.

Ücretler konusunda 6-7 bölüm paramızın içeride kaldığı durumlar olabiliyor. Bu 12 bölüme kadar da çıkıyor. 12 bölümü birebir yaşadım. 17 bölümü ise duydum. İşin uzun sürmesi bizim için her zaman iyidir. Çünkü kısa kısa işler bizi her zaman yorar. İki üç ayını verip sonrasında işin bitmesi demek, sonraki en az belki bir, bir buçuk ay işsizlik süreci, sonra tekrar aynı süreç para almadan hazırlık süreci derken insanı yoran şeyler. Çoğu arkadaşım işsizlik süreci yaşadığı zaman garsonluk yapıyor, barlarda çalışıyorlar. Benim şöyle bir avantajım var eşimin atölyesi olduğu için orada bir iş çıktığı zaman oraya yardıma gidiyorum. Kendimden çok çok uç bir iş yapmadım. En fazla kendi sektörüme yakın işlerde çalıştım. Ama şu an işsizim. Geçmişte çok işsiz kaldığım dönemler oldu. Mesela sektöre çok kolay girdim. Bu çok güzel bir avantajdı. İstanbul'a geldim. İstanbul'da ilk işim dört bölüm çekildi devamı gelmedi Sonrasında beş ay iş bulayım diye geçti. Sonra bir işe başladım 24 bölüm sürdü. Sonrasında bir o kadar daha işsiz kaldım. İkimiz aynı anda çalıştığımız zaman paramızı ayırıp işsiz kaldığımız zamanda onunla geçimimizi sağlıyoruz. Ya da ben çalışıyorum eşim işsiz oluyor. Ama aynı anda işsiz kaldığımızda çok zor oluyor.

Ücretlerimiz projelere göre çok değişkendir. Bazı işlerde bir asistan parasına sanat yönetmenliği yapan arkadaşlar oluyor. Ücretler projeye göre çok değişken. Ben birinci asistan olarak 1500 lira alıyordum. Başka bir işte de 1000 liraya çalışabiliyorsun. 300 liraya da çalışan var. Bir projede benim haftalık kaşem 1500 lira ama bu her zaman 1500 lira olacak diye de bir şey yok. İşsiz kalabiliyorsun uzun süreler ya da 10 günde de çekebiliyorsun bir bölümü. Dizinin reytingi arttıkça da ücretlerimizde bir artış olmuyor. Bazen 13 bölümde %10 artış gibi şeyler konuşuluyor ama ben hiç öyle bir şey görmedim. Bir dahaki sezona başlayacağımız zaman çok ufakta olsa bir artış yapılabilir. Örneğin Yaprak Dökümü'nde öyleydi.

Eşim de iş alamadı son dönemde. Bölüm başına 1500 lira alıyorum dediğimde, ayda 6000 lira maaşın iyi bir para olduğunu düşünüyor insanlar. Ama ben hiçbir zaman 6000 lira parayı bir arada göremedim. Mutlaka ücretlerimizin içeride kaldığı olmuştur. Herhangi bir şeyin taksitine giremiyorsun. Ya işim sonlanırsa, ödeyemezsem diye düşünüyorsun. O yüzden her zaman paramı biriktirir, ihtiyacım olan şeyleri peşin alırım. Çünkü korkuyorum. İki ay, üç

ay işsiz kalabiliyorsun. O arada kredi kartıyla harcama yapıyorsun ve borçlanıyorsun. Geçen sene düzenli çalıştım ve 8 ayda ödedim borçlarımı. İş bittiği zaman yine borçlandım. Böyle buzdolabı, çamaşır makinesi, televizyon taksitle alınır ya ben bunların hepsini peşin parayla aldım. Kira parası benim için taksit gibidir onun dışında asla takside giremem. Asla göze alamam. Hadi diyelim çok güzel gidiyor iyi para kazanıyorsun. Bizim sektörde muhakkak birikimin olması lazım. Çünkü uzun süreler işsiz kalabiliyorsun, sağlık problemlerin olabiliyor. Mesela şu an hamileyim. Çalışmıyorum. Hamile bir kadına da iş yoktur bizim sektörde. İşte bu nedenlerden dolayı muhakkak birikimin olması gerekir. En azından bir günlük giderlerimizi, kiramızı, elektriğimizi, suyumuzu karşılayabilelim. Günlük hayatımızı devam ettirebilelim. Zaten bizim sektörde de kaç sene çalışabilirsin ki. Bu da bir soru yani.

Günlük çalışma saatlerimin en iyimser halini söyleyeyim. En iyimser haliyle saat yedi çeyrek servisle hareket saatimizdi. Oturduğum yer ile servis arasında 15 dakika olduğu için uyanıp hazırlanıp gitmem daha kolay oluyordu. Ama İstanbul'da herkes o servis noktasına yakın değildir. Çok uzak yerlerden gelen arkadaşlarımız da oluyor. Belki bir saatini yolda geçiren arkadaşlarımız da oluyor. En iyimser haliyle akşam 10-11 de evde oluyoruz. Bu gerçekten hiç övünülecek bir şey değil ama iki gün eve gitmediğim oldu. Aralarda sandalye tepesinde kendine mutlaka bir yer buluyorsun uyuyacak. Uzun çalışma saatlerinin pek çok olumsuz etkileri oldu. 25 yaşında dekorda taşıdığım birçok şeyi artık taşıyamıyorum. Eskiden bir çimentoyu arabanın içine atabiliyordum mesela ama şimdi gerçekten bir kovayı bile çok zor kaldırıyorum. Çünkü artık bir boyun fıtığım ve bel fıtığım var. Bizim mesleğimiz özelinde çoğu sanat ekibi arkadaşımız bel fıtığı, boyun fıtığı gibi rahatsızlıklar yaşar İşte bunlar hep bize meslek hastalığı olarak geri dönüyor. Çok stresli zamanlar da yaşıyoruz. İşin ilerlemesi açısından. Panikatak durumlarımız, aşırı kaygı durumlarımızla psikolojik problemlerimiz de çok fazla oluyor.

Uzun çalışma saatlerinin nedeni dizilerin uzun olması. Çalışma saatlerinin bir standart olması gerekiyor. Bizim mesleğimizin en büyük ihtiyacı, mesleki bir tanımın yapılması. Sekiz saati düşününce bu bile bana bir panik getiriyor, iş çekilemeyecek paniği. Çünkü gecesi oluyor, yağmuru oluyor, çamuru oluyor, gideceğin yere gidemiyorsun. Setler bir ofis ortamı gibi değil, çok sürprizlerle karşılaşabiliyoruz. Bugün artık çoğu sette çift ekip olarak çalışılıyor. Böylelikle ancak 5 ya da 6 günde çekilebiliyor diziler. İzin günlerimiz bir ya da iki gün oluyor. Bazen izin yapamadığımız da oluyor. İzin günlerimizde de senaryo geliyor. Senaryoyu okuyoruz. Senaryo doğrultusunda alışverişimizi yapıyoruz. İzin günlerimizi de çoğunlukla çalışarak geçiriyoruz.



Ben sette çocuk gördüğümde üzülüyorum. Anne olsam çocuğumu sete göndermem açıkçası. Çocuğa bir oyuncu koçu eşlik etse de, çalışma saatleri o kadar uzun ki, çocuk da bizimle birlikte çok uzun saatler sette bekleyebiliyor. Çocuk oyuncular ajanslardan sağlanıyor. Aileler ajanslara yazdırıyorlar çocuklarını. Hatta babamın bir arkadaşı vardı. Bursa'dan çocuğunu çekimlere getiriyordu. Aileler çocuklarını kendi hayatları için kurtarıcı olarak görüyorlar ve setlere getiriyorlar. İsim vermeyeyim ama ben bazı çocukların sette sersem gibi oynadıklarını biliyorum. "Hadi kendine gel" diye uyandırılıyorlar. Bazı yapımlarda çocuk oyuncu koçlarının yanında bir de pedagog bulunduruyorlar. Pedagog, bir çocuk için bulundurulmaz ama projede beş altı çocuk varsa alınabiliyor.

## Ö Z G E Ç M İ Ş

<b>Adı ve SOYADI</b>	: Duygu ÇELİKER SARAÇ
<b>Doğum Tarihi ve Yeri</b>	: 05.04.1982 - Antalya
<b>Medeni Durumu</b>	: Evli
<b><u>Eğitim Durumu</u></b>	
<b>Mezun Olduğu Lise</b>	: Antalya Gazi Lisesi, 1999.
<b>Lisans Diploması</b>	: Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Antalya, 2005.
<b>Yüksek Lisans Diploması</b>	: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Antalya, 2009.
<b>Tez Konusu</b>	: Antalya Yerel Basınında Reklam
<b>Doktora Diploması</b>	: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Ana Bilim Dalı, Antalya, 2009.
<b>Tez Konusu</b>	: Televizyon Dizilerinin Üretiminde Emek Süreci: Set İşçilerinin Çalışma Koşullarının Analizi
<b>Yabancı Dil</b>	: İngilizce

### **Bilimsel Faaliyetler**

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Web Portalı “AkademikStok” İçerik Sorumlusu, 2015.

Çeliker, D., “Gazeteci Mazlum Adison’un DP Üyeliğinden Çıkarılışı ve Mahkumiyeti”, Antalya Basın Tarihi Projesi, 2014. (Çerçeve Yazı).

Özçetin B., Çeliker D., Sepetçi T., “Çok Partili Hayata Geçiş ve Antalya Basını” Antalya Basın Tarihi Projesi, Antalya, 2014. (Bölüm Yazısı).

Çeliker D., “İletişim Becerileri ve Empatik İletişim” Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi, Antalya, 2014.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi I. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu Düzenleme Kurulu Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 2013.

Çeliker, D., “Televizyonun Toplumsal Yaşama ve Değerlere Etkisi”, Borsa Ticaret Meslek Lisesi, Antalya, 2013.

Çeliker D., Sepetçi T., “Sorun Toplumsal Çözüm Bireysel: Kişisel Gelişim Kitaplarının Analizi”, 1. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu Bildiri Sunumu, Antalya, 20-23 Kasım 2013.

Çeliker D., Sepetçi T., “Sorun Toplumsal Çözüm Bireysel: Kişisel Gelişim Kitaplarının Analizi”, 1. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Antalya, 20-23 Kasım 2013.

Çeliker D., Aksoy, S., “Emperyalizm Aracı Olarak Sinema: Avatar Filmine İlişkin Bir Çözümleme”, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2011, s. 65-81.

Daniels J., “Paravan İnternet Siteleri: Dijital Çağda Propaganda, Siber-İrkçilik ve Bilgi Kuramı” içinde Yeni Medya Üzerine: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar, çev. S. Aksoy ve D. Çeliker, ed. H. Konyar, Akdeniz Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Çeliker D., “Zeki Demirkubuz Filmlerinde Toplumsal Cinsiyet Temsilleri: Masumiyet ve Kıskanmak Filmleri Üzerine Bir Çözümleme” içinde 2000 Sonrası Türk Sinemasına Eleştirel Bir Bakış”, ed. Ö. Yılmazkol, Metamorfoz Yayıncılık, İstanbul, 2011.

Çeliker D., (2011), “Türkiye’deki İletişim Eğitime Katkıları Bağlamında Oya Tokgöz”, Akdeniz İletişim Dergisi, No. 15, s.158-160. (Katkı Yazısı)

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Uygulama Birimleri Radyo Atölyesi Koordinatör Yardımcılığı, 2011.

Açıkalın Ö., Çeliker D., “Türbanın Üniversitelerde Serbestliği Konusunun Köşe Yazılarında Çerçeveselenmesi” Ankara Gazi Üniversitesi 4. İletişim Öğrenci Kongresi Bildiri Sunumu, Ankara, 2-3 Mayıs 2008.

### **İş Deneyimi**

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Araştırma Görevlisi, 2006-2009.

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Ana Bilim Dalı, Araştırma Görevlisi, 2010-2015.

### **Stajlar**

Akdeniz Üniversitesi Rektörlüğü Halkla İlişkiler Birimi, 2003.

### **Projeler**

Antalya Basın Tarihi Projesi, Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi, 2014. (Proje Asistanlığı, Araştırmacı, Yazar).

**E-Posta**

: duyguakilef@gmail.com